USAC
Educación Superior pública y gratuita

FACULTAD DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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



Diseño editorial de infografías acerca del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala –CECEG– para contribuir a la conservación y divulgación cultural

dirigidas a estudiantes de la USAC

Presentado por: **Darling Judith Jolón López**
Para optar al título de: **Licenciada en Diseño Gráfico**

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

Diseño editorial de infografías acerca del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala –CECEG– para contribuir a la conservación y divulgación cultural

dirigidas a estudiantes de la USAC

Proyecto desarrollado por: **Darling Judith Jolón López**
Para optar al título de: **Licenciada en Diseño Gráfico**

Guatemala, agosto 2026

«Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, el Análisis y Conclusión, y en la originalidad de las piezas gráficas desarrolladas, 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. Licda. Ilma Judith Prado Duque - **Vocal II**

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas - **Vocal III**

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola - **Vocal IV**

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez - **Vocal V**

Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez - **Secretario Académico**

Tribunal Examinador

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini - **Decano**

Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez - **Secretario Académico**

Msc. Licda. Anggely María Suceth Enríquez Cabrera - **Examinador**

Msc. Licda. Cindy Gabriela Ruano Palencia - **Examinador**

Lic. Juan Pablo González de León - **Examinador**

Agradecimientos

A Dios

Por darme la oportunidad, la sabiduría y el discernimiento para llegar hasta este momento tan importante en mi vida, pues cada proyecto importante lo pongo en sus manos.

A mis padres

Eduardo Jolón y Nansy López. Por todo su amor y paciencia. Porque desde que era pequeña han sido ustedes quienes me motivan a salir adelante, cumplir mis metas y soñar en grande. A pesar de las dificultades, sé que siempre contaré con su apoyo incondicional.

A mi hermano

Jefrey. Por siempre confiar en mí y en mis capacidades para lograr lo que deseo. Sabes que así te apoyaré y confiaré en ti para todo lo que te propongas siempre que sea para tu bien personal, académico y profesional.

A mi pareja

Rolando. Por todo el amor y felicidad que me has regalado en este proceso. Por ser testigo de los obstáculos que he enfrentado y ayudarme a levantarme en mis momentos de debilidad. Que este logro sea uno de muchos más que tenga la oportunidad de compartir a tu lado.

A mis amigos

Mauricio, Michelle y Francis. Por la valiosa amistad que hemos compartido y reforzado con el paso de los años. Compartir buenos momentos con ustedes ha hecho que esta etapa de mi vida estuviera llena de risas, alegría y fuera más fácil de sobrellevar.

A mi familia

Abuelos, tíos, primos. Por todo el cariño y palabras de aliento que me han brindado.

A mis asesoras

Anggely Enríquez y Cindy Ruano, por su apoyo en cada etapa del proyecto para asegurar un resultado exitoso y de calidad.

Al Lic. Juan Pablo González y al CECEG

Por abrirme las puertas para poder realizar este proyecto junto a ustedes y por apoyarme con la información y recursos necesarios para su desarrollo.

A los docentes que siempre creyeron en mí

Por sus asesorías, sus consejos, enseñanzas y palabras de ánimo. Quiero que sepan que son y siempre serán parte importante de mi desarrollo profesional y personal.

A mí misma

Por ser fuerte, valiente y lograr llegar a este punto de mi vida que hace unos años se veía tan lejano. Por haber tomado la decisión de seguir este camino profesional y por siempre mantener la vista en el objetivo.



Infinitas gracias por ayudarme a brillar

Tabla de
CONTENIDO

Introducción 13

Capítulo 1:
1 Planteamiento del proyecto 15

1.1 Antecedentes del problema de comunicación visual ... 16
1.1.1 Dificultades en la comunicación del CECEG hacía los estudiantes sancarlistas ... 16
1.2 Contextualización de la necesidad / oportunidad de diseño ... 17
1.2.1 Contexto social ... 17
1.2.2 Contexto político y económico ... 17
1.2.3 Contexto institucional ... 18
1.3 Definición y delimitación del problema de comunicación visual ... 18
1.4 Justificación del proyecto ... 19
1.4.1 Trascendencia del proyecto ... 19
1.4.2 Incidencia del diseño gráfico ... 19
1.4.3 Factibilidad del proyecto ... 19
1.5 Objetivos del proyecto ... 20
1.5.1 Objetivo general ... 20
1.5.2 Objetivo de comunicación visual institucional ... 20
1.5.3 Objetivo de diseño gráfico ... 20

Capítulo 2:
2 Perfiles 23

2.1 Perfil del cliente ... 24
2.1.1 Institución ... 24
2.1.2 Características del sector social: análisis actual de la cultura en Guatemala ... 24
2.1.3 Organigrama ... 27
2.1.4 Departamento y descripción ... 27
2.1.5 Información general ... 28
2.1.6 Fuentes de financiamiento ... 32
2.1.7 Antecedentes gráficos ... 33

2.2 Perfil del grupo objetivo 40
2.2.1 Población universo 40
2.2.2 Muestra 41
2.2.3 Análisis e interpretación de resultados 42
2.2.4 Mapa de empatía y ficha de persona 46

Capítulo 3:
3 Planeación operativa 49

3.1 Previsión de insumos y costos 50
3.1.1 Listado de insumos 50
3.1.2 Cálculo de costos 51
3.2 Flujograma del proceso creativo 60
3.3 Cronograma de trabajo 67

Capítulo 4:
4 Marco teórico 71

4.1 Dimensión social y ética 72
4.1.1 La cultura popular guatemalteca y la educación no formal 72
4.1.2 El apoyo del CECEG a la comunidad estudiantil de la USAC mediante la investigación y extensión 73
4.1.3 La desconexión de los jóvenes sancarlistas con el CECEG y la cultura popular guatemalteca 74
4.1.4 La infografía como vínculo entre la educación, la comunicación y la cultura 74
4.1.5 Influencia de la cultura popular guatemalteca en la formación de la comunidad estudiantil de la USAC 75
4.1.6 Oportunidad para despertar el interés de los jóvenes sancarlistas hacia las labores del CECEG 75
4.2 Dimensión estética y funcional 76
4.2.1 El diseño editorial y el diseño de informació para infografías físicas 76
4.2.2 Aplicación de la ilustración digital y la iconografía 76
4.2.3 La función del color 77
4.2.4 El rol de la retícula y la selección tipográfica 78

Capítulo 5:
5 Definición creativa 81

5.1 *Brief* 82
5.1.1 Nombre del proyecto 82
5.1.2 Descripción del cliente 82

5.1.3 Antecedentes de diseño 83
5.1.4 Grupo objetivo 83
5.1.5 Tono de la comunicación 83
5.1.6 Elementos obligatorios 83
5.2 Descripción de la estrategia de la pieza de diseño 84
5.2.1 Estrategia de aplicación de la pieza (*6W's*) 84
5.2.2 Cuadro comparativo 85
5.3 *Insight* 85
5.3.1 Factores del contexto social 85
5.3.2 Motivaciones, intereses y actitudes 86
5.3.3 Frase del *insight* 86
5.4 Concepto creativo 87
5.4.1 Técnicas creativas 87
5.4.2 Concepto creativo 90
5.5 Premisas de Diseño 90
5.5.1 Cromatología 90
5.5.2 Tipografía 91
5.5.3 Retícula 91
5.5.4 Figura: ilustración e iconografía 92
5.5.5 Tendencia 92

Capítulo 6:
6 Producción gráfica 95

6.1 Previsualización 96
6.1.1 Título del proyecto 96
6.1.2 Resumen del tema social 96
6.1.3 Piezas de diseño 96
6.1.4 Ruta de usuario 97
6.2 Nivel de producción gráfica 1 98
6.2.1 Piezas gráficas 98
6.2.2 Descripción de autoevaluación 101
6.2.3 Descripción y fundamentación de la decisión final 103
6.3 Nivel de producción gráfica 2 104
6.3.1 Piezas gráficas 104
6.3.2 Descripción de validación 107
6.4 Nivel de producción gráfica 3 114
6.4.1 Piezas gráficas 114
6.4.2 Descripción de validación - cliente 117
6.4.3 Descripción de validación - grupo objetivo 122
6.5 Propuesta gráfica final fundamentada 127
6.5.1 Sección 1: diagramación - áreas de investigación 127
6.5.2 Sección 2: ilustraciones principales 128
6.5.3 Sección 3: iconografía 129
6.6 Vista preliminar de la pieza gráfica 130

6.7 Lineamientos para la puesta en práctica 143
6.7.1 Instrucciones de utilización 143
6.7.2 Proceso de reproducción 144
6.7.3 Proceso de divulgación/publicación 144
6.7.4 Proceso de medición de resultados 145
6.8 Honorarios 146
6.8.1 Total de horas de producción gráfica 146

Capítulo 7:
7 Síntesis del proceso 151

7.1 Lecciones Aprendidas 152
7.1.1 Fase de diagnóstico 152
7.1.2 Fase de definición 152
7.1.3 Fase de planeación 152
7.1.4 Fase de ejecución 153
7.1.5 Fase de evaluación 153
7.2 Conclusiones 154
7.2.1 Conclusiones generales 154
7.2.2 En respuesta al objetivo general 155
7.2.3 En respuesta al objetivo específico de comunicación visual institucional 155
7.2.4 En respuesta al objetivo específico de diseño gráfico 156
7.3 Recomendaciones 157

Bibliografía 161

Glosario 169

Anexos 175

Índice de figuras 207

Índice de tablas 221

Introducción

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala -CECEG- es una extensión de la Dirección de Investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala que, como su nombre indica, se encarga de indagar y preservar las manifestaciones culturales populares que pueden encontrarse en el país, al igual que difundirlas por medio de publicaciones como la revista «La Tradición Popular», boletines, conferencias, talleres, entre otros más. Cabría a esperar que los estudiantes de la universidad a la que pertenece serían los más interesados en ser parte de sus acciones en favor de la conservación cultural, sin embargo, se ha podido comprobar que muchos jóvenes sancarlistas desconocen a qué se dedican la institución o su existencia como tal. El CECEG ha tenido ciertas dificultades para promover su trabajo derivado de la falta de recursos visuales atractivos que despierten el interés de la juventud. Por ello, el siguiente proyecto se ha realizado con el fin de apoyar al Centro para darle una mayor difusión como institución, sus funciones y servicios que ofrecen, además de presentar qué tipo de datos documentados puede encontrarse en cada una de sus áreas de investigación; esto a través de una serie de infografías que exponga toda esta información de manera ordenada y comprensible, apoyada en elementos gráficos para incentivar a los estudiantes a aprender sobre diversos temas relacionados a la cultura guatemalteca, promoverlos y hacerlos partícipes en su protección.

Palabras Clave
Cultura popular, infografías, estudiantes, difusión, centro de estudios.

Capítulo 1

Planteamiento del proyecto

Contenido

1.1 Antecedentes del problema de comunicación visual
1.2 Contextualización de la necesidad / oportunidad de diseño
1.3 Definición y delimitación del problema de comunicación visual
1.4 Justificación del proyecto
1.5 Objetivos del proyecto

1.1 Antecedentes del problema de comunicación visual

1.1.1 Dificultades en la comunicación del CECEG hacía los estudiantes sancarlistas

La cultura de Guatemala es un tema fundamental al que la población debería prestar atención y brindar importancia, sobre todo a las nuevas generaciones que serán los encargados de conservarla y difundirla a las generaciones que procederán. Por este motivo, la Universidad de San Carlos de Guatemala se procura transmitir a los estudiantes la relevancia que el patrimonio nacional infiere en la historia del país y en la sociedad hasta la actualidad[1].

Extensiones de la misma universidad, como el Centro de Estudios de las Culturas de Guatemala, utiliza sus recursos para poder ofrecer al público medios de fácil acceso que documentan a profundidad diversas expresiones culturales. Sin embargo, su cometido se dificulta y no logra obtenerse el alcance y proyección dentro de toda la población universitaria.

Al analizar detenidamente la página web de la institución, su página oficial en Facebook y el contenido que se presenta en ambos medios, se observó una carencia de elementos visualmente interesantes que pudieran resultar atractivos para los estudiantes. Asimismo, cuando hay acto de presencia en distintas actividades, las piezas visuales carecen de una línea visual que capte la atención, impidiendo que los sancarlistas que se acercan a conocer más sobre su trabajo generen una conexión rápida con la institución.[2]

Este problema puede ser el resultado de diversas causas en conjunto, siendo las principales el presupuesto insuficiente para poder crear un departamento orientado al diseño y la comunicación dentro de la institución, por lo que tampoco se cuenta con el equipo adecuado para hacer uso de softwares de diseño; la nula implementación de estrategias de comunicación que permitan atraer al público, en este caso los estudiantes; y la poca atención que se le presta a la creación de recursos visuales que pudieran funcionar en diversos medios utilizados por la institución.

Cada uno de estos puntos no solamente afectan a la institución, el alcance de su trabajo y el cumplimiento de su visión y misión; sino que se convierten en elementos que obstaculizan la finalidad de divulgar la diversidad cultural de la nación. Lograr que los estudiantes sancarlistas presenten un genuino interés sobre estos temas sería una gran aporte para la conservación de la cultura, su difusión entre las generaciones más jóvenes y la creación de nuevos promotores culturales para el futuro.

1. Universidad de San Carlos de Guatemala, «La tradición y la cultura se hicieron presentes en la USAC - Entrega de los boletines La Tradición Popular», Facebook, consultado el 17 de marzo de 2025, https://www.facebook.com/UsacOficial/posts/-la-tradici%C3%B3n-y-la-cultura-se-hicieron-presentes-en-la-usac-el-centro-de-estudio/971641155109755/.

2. Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, «El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala agradece a cada uno de las y los visitantes a la Feria del Libro organizada por la Editorial Universitaria», Facebook, consultado el 17 de marzo de 2025, https://www.facebook.com/ceceg.usac/posts/pfbid02hgo5nLuqrVNJqEpr3y6pHyndMkRvVuoj5Ejgsph4mEbwpJtKpNceVgU2Lovy2TLKl

1.2 Contextualización de la necesidad / oportunidad de diseño

1.2.1 Contexto social

Guatemala es un país rico cuando se habla sobre fenómenos culturales y es uno de los países que ha luchado constantemente por su conservación y difusión. Sin embargo, también existen grupos que ignoran la importancia que la cultura representa para la sociedad guatemalteca, algunos llegando al punto de percibir como algo irrelevante. Esto puede derivarse de la influencia cultural extranjera a las que es fácil exponerse a través de los medios digitales, algo que puede notarse en niños y jóvenes que desconocen sobre temas culturales deliberadamente por focalizar su interés en otros temas. El CECEG desea atraer al público para que conozcan sobre la importancia de la cultura en Guatemala, sin embargo la falta de estrategias de comunicación convierte esta tarea en una más compleja de llevar a cabo.

1.2.2 Contexto político y económico

El Estado debe conferir a la Universidad de San Carlos de Guatemala el 5% del presupuesto nacional y que debe ser distribuido entre todas las unidades, sedes y extensiones que conforman la universidad. En este caso, quien se encarga de asignar el presupuesto para el CECEG es la Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos -Digi Usac- Sin embargo, se conoce que el Estado no entrega completo este porcentaje, manteniéndose realmente alrededor del 2.5%.[3] Esta acción limita a la universidad a mantener los egresos dentro de lo fundamental para mantener cada unidad, sede y extensión. Por consiguiente, el CECEG no cuenta con los fondos suficientes para abrir un departamento orientado a la comunicación de la institución, ya que deben darle prioridad a los proyectos de investigación y actividades ya establecidas.

3. Marilin Alvarez, «La carta que Walter Mazariegos envió al Congreso para exigir presupuesto», Soy502, 06 de febrero de 2024, consultado el 2 de febrero de 2025, https://www.soy502.com/articulo/walter-mazariegos-exige-al-congreso-presupuesto-usac-101477

1.2.3 Contexto institucional

El CECEG es una entidad que ha dedicado su labor en beneficio de la conservación, protección promoción y difusión de las manifestaciones multiculturales de Guatemala y ha representado al país internacionalmente[4]. Además, funciona como un medio para apoyar a diversas comunidades en el interior de la nación que han pasado desapercibidas ante el resto de la población. Pese a su alta valía como institución, la ausencia de un área focalizada en diseño y comunicación ha resultado en que la imagen corporativa de la institución sea inconsistente, lo que puede llegar a ser un obstáculo al momento de intentar captar el interés de las personas.

1.3 Definición y delimitación del problema de comunicación visual

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala se ha dedicado por casi 60 años a investigar y rescatar manifestaciones culturales que abarcan diversas áreas de enfoque. Sin embargo, enfrenta dificultades al momento de darle difusión a su labor como institución, derivado de la ausencia de estrategias de comunicación efectivas que faciliten la comprensión e interés del público de manera coherente y clara. Esto puede verse reflejado en entornos digitales como su página de Facebook, que no recibe la interacción de aproximadamente el 98% de su seguidores; mientras que en entornos físicos, al ser participes en actividades dentro del campus central, son pocos los estudiantes sancarlistas que conocen sobre la existencia de la institución.

4. Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, «Director del CECEG presenta conferencia en el Congreso: Economías del testimonio en los mundos hispánico y latinoamericano (Edad Media - Siglo XXI) realizado en Francia», Facebook, consultado el 31 de julio de 2025, https://www.facebook.com/ceceg.usac/posts/pfbid02eiKUQK9cg5CVbACTHtXNA1165pkVor6Hcnx92uH1trbUVxVAzVFKvW6kRrTwkYiCl

1.4 Justificación del proyecto

1.4.1 Trascendencia del proyecto

El diseño de infografías sobre el CECEG y su áreas de investigación permitirá que los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala generen un interés activo por la conservación de la cultura del país, acercándose a la institución para conocer, analizar a fondo sus publicaciones editoriales, asistir a su centro de documentación y participar frecuentemente en actividades en apoyo a sus acciones. Esto abre la oportunidad a largo plazo de que más jóvenes conozcan acerca de diferentes manifestaciones culturales guatemaltecas, además de posibilitar que sean ellos quienes promuevan estos temas a las nuevas generaciones en un futuro.

1.4.2 Incidencia del diseño gráfico

La línea gráfica que se implementará en las infografías y que serán de ayuda para presentar la información de manera dinámica y fácil de comprender, es una estrategia que podría incentivar a la institución a implementar recursos visuales mejor desarrollados a sus medios oficiales, sitio web y publicaciones editoriales. Esto permitiría a corto plazo romper con la comunicación monótona, transformándola en una más fresca y llamativa que conecte de mejor manera con el público objetivo.

1.4.3 Factibilidad del proyecto

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala dio aprobación para la realización del proyecto, poniendo a disposición información sobre la institución y sus áreas de investigación que serán de utilidad para el desarrollo de las infografías. Además, como parte de los insumos disponibles, se cuenta con un sistema de color e iconografía establecido que facilita la creación de la línea gráfica. Las infografías están contempladas para su producción física y uso dentro del centro de documentación, así como en eventos donde la institución presente sus publicaciones editoriales, realice charlas, talleres o actividades similares. En caso de no contar con el suficiente presupuesto para su impresión, estas podrán publicarse en medios digitales como el sitio web oficial de la institución o ser consultadas por medio de enlaces o códigos QR que faciliten su acceso.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Apoyar al Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala para darle una mayor difusión a sus labores en beneficio de la conservación, protección y promoción de la cultura guatemalteca, por medio de la creación de una serie de representaciones gráficas informativas.

1.5.2 Objetivo de comunicación visual institucional

Facilitar a los jóvenes sancarlistas el acceso a información acerca del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala para su disposición y fácil comprensión, a través de piezas infográficas con datos relevantes sobre la institución y sus áreas de investigación, creadas para su producción física.

1.5.3 Objetivo de diseño gráfico

Diseñar la línea gráfica que será utilizada en la creación de doce infografías, con el fin de generar interés en los estudiantes hacia el CECEG, sus publicaciones y actividades; por medio de la aplicación de conocimientos sobre tipografía, color, ilustración y diagramación enriquezcan el resultado de las piezas.



Capítulo 2

Perfiles

Contenido

2.1 Perfil del cliente
2.2 Perfil del grupo objetivo

2.1 Perfil del cliente

2.1.1 Institución

Centro de Estudios de las Culturas de Guatemala -CECEG-
«El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es una institución especializada única en el área centroamericana, creada para la investigación de la cultura popular tradicional y cultura popular guatemalteca. Se encarga de promover, organizar, dirigir, coordinar, ejecutar y evaluar la actividad investigativa de la cultura popular tradicional y cultura popular guatemalteca».[5]

- **Ubicación:** Avenida Reforma, 0-09, zona 10, ciudad de Guatemala
- **Tel:** 2331-9171 / 2360-3952
- **Sitio web:** https://ceceg.usac.edu.gt/
- **Página de Facebook:** https://www.facebook.com/ceceg.usac.

2.1.2 Características del sector social: análisis actual de la cultura en Guatemala

La diversidad cultural es algo que ha estado presente desde el inicio de los tiempos en cada país y en cada una de las eras de la humanidad. Sus manifestaciones han permitido investigar, analizar y comprender las costumbres, tradiciones y estilo de vida de diversas civilizaciones, influenciados directa o indirectamente por ciertos acontecimientos históricos. Hoy en día es una acción mentecata negar que Guatemala es un país abundante culturalmente, teniendo las herramientas y medios necesarios para exponerlo de forma nacional como internacional. Valorada por muchos, ignorada por otros y menospreciada por unos cuantos más, la cultura siempre ha sido parte importante de la esencia del país.

En Guatemala pueden encontrarse cuatro grupos étnicos: mayas, ladinos, xincas y garífunas. Cada uno de ellos cuenta con diferentes representaciones culturales que aún siguen practicándose en pueblos pertenecientes a estos grupos, tales como: las tradiciones, festividades, expresiones artísticas, creencias religiosas, idiomas hablados, entre otras más.[6] Aunque todas cuentan con un importante valor, la cultura maya ha sido la más destacada de las cuatro, siendo conocida como una de las grandes civilizaciones del mundo.

5. «Institutos de investigación», Universidad de San Carlos de Guatemala, consultado el 12 de marzo de 2025, https://usac.edu.gt/institutos-de-investigacion/.

6. Rocio Cetino, «Características de las cuatro culturas que existen en Guatemala», Aprende Guatemala.com, 24 de enero 2025, consultado el 4 de febrero de 2025, https://aprende.guatemala.com/cultura-guatemalteca/etnias/las-cuatro-culturas-de-guatemala/.

Según el Acuerdo Gubernativo 271-2024 presentado por el Ministerio de Finanzas Públicas, el presupuesto aprobado para el Ejercicio Fiscal 2025 del Ministerio de Cultura y Deportes consta de Q1,001,272,000 (mil un millones doscientos setenta y dos mil quetzales), representando un 0.67% del Presupuesto General.[7] El Sistema de Información Cultural -SIC-, perteneciente al MCD, indica que en el Directorio Cultural se encuentran registrados oficialmente 4,704 elementos culturales.[8] Por otro lado, el Registro Nacional de Artistas -RENART- contabiliza un total de 6,088 artistas registrados oficialmente, abarcando las ramas de artes escénicas, artes visuales, artes cinematográficas, artes literarias y artes musicales.[9]

En el último año se han llevado a cabo diferentes acciones que celebran la diversidad cultural del país. El Ministerio de Cultura y Deportes se ha dedicado a la organización de eventos, entre los que se encuentran: exposiciones, convocatorias, talleres, conferencias, etc.[10] La mayoría de estas actividades se realizaron en el Palacio Nacional de la Cultura. Las fechas de estas actividades y las que están por venir pueden encontrarse en la Agenda Cultural en el sitio web del MCD[11]. De igual forma, al haberse hecho la declaración del año conmemorativo a Miguel Ángel Asturias, se ejecutaron múltiples actividades relacionadas con el legado del destacado autor, entre ellas la puesta en escena de la representación teatral El Señor Presidente[12]. Estas son algunas muestras de que el gobierno en curso se ha tomado la tarea de reconocer la influencia que la cultura tiene en la sociedad.

Otras entidades se han encargado de aportar a la divulgación cultural del país por diferentes medios. Para ejemplificar de mejor manera se puede hacer mención del Centro Cultural Universitario, donde se encuentra la Escuela Superior de Arte de la Universidad de San Carlos, que se dedica a organizar actividades realizadas en su locación como festivales artísticos y culturales[13]; el Aporte para la Descentralización Cultural -ADESCA- con sus convocatorias para financiar proyectos culturales

7. Karla Gutiérrez, «Gobierno ya puede usar el Presupuesto 2025 y así será la distribución de los recursos», Soy502, 2 de enero de 2025, consultado el 2 de febrero de 2025, https://www.soy502.com/articulo/gobierno-abre-publica-distribucion-presupuesto-2025-101772.

8. «Sistema de información cultural», SIC – Sistema de Información Cultural, consultado el 2 de febrero de 2025, https://www.sicultura.gob.gt/.

9. «Directorio del registro nacional de artistas», SIC – Sistema de Información Cultural, consultado el 2 de febrero de 2025, https://www.sicultura.gob.gt/renart/.

10. Isaac Ramirez, «Cultura y Deportes abre espacios de expresión a los artistas nacionales - Agencia Guatemalteca de Noticias», Agencia Guatemalteca de Noticias - AGN, 24 de mayo de 2024, consultado el 4 de febrero de 2025, https://agn.gt/cultura-y-deportes-abre-espacios-de-expresion-a-los-artistas-nacionales/.

11. «Agenda Cultural», SIC – Sistema de Información Cultural, consultado el 2 de febrero de 2025, https://www.sicultura.gob.gt/agenda_cultural/#agendacul.

12. Fabiola Rosales, «El teatro nacional estrena producción teatral de "el señor presidente», Noticias MCD, 18 de octubre de 2024, consultado el 2 de febrero de 2025, https://noticias.mcd.gob.gt/2024/10/18/el-teatro-nacional-estrena-produccion-teatral-de-el-senor-presidente/.

13. «Centro Cultural Universitario USAC», Facebook, consultado el 2 de febrero de 2025, https://www.facebook.com/usac.ccu.

y artísticos[14]; el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala que se encarga investigar fenómenos culturales de múltiples comunidades para darles difusión por medio de la revista Tradiciones de Guatemala y el boletín La Tradición Popular11[15]; entre otras más que tienen en común con las ya mencionadas el proclamar la cultura como un medio de desarrollo personal, profesional y social.

Sin embargo, también hay cuestiones que afectan negativamente la apreciación cultural en Guatemala. Tal es el caso del Museo de Arte Moderno, que lleva desde el año 2022 sin abrir sus puertas al público por supuestas remodelaciones.Esta acción ha levantado rumores sobre que se trataría de algún movimiento para cerrar el museo definitivamente, pero hasta la fecha nada está confirmado.[16] El descuido y la pérdida de espacios como el MUNAM puede considerarse un retroceso alarmante en la labor de darle a los patrimonios culturales guatemaltecos el respeto, valor e importancia que merecen.

La cultura es y será un punto significativo en la historia del país. Darle visibilidad no es trabajo únicamente del gobierno u otras instituciones. La población guatemalteca también pertenece a esa misión, participar en actividades, visitar los diversos centros culturales, apoyar a las personas que aún conservan y protegen expresiones culturales antiguas. Todas estas acciones en conjunto ayudan gradualmente a enaltecer y reconocer la cultura que se ha construido desde hace cientos de años como un vestigio que marca las raíces de los guatemaltecos.

14. «Adesca abre convocatoria para financiar proyectos culturales y artísticos en Guatemal», Periódico Digital Centroamericano y del Caribe, 15 de marzo de 2024, consultado el 2 de febrero de 2025, https://newsinamerica.com/pdcc/gente/espectaculos/2024/adesca-abre-convocatoria-para-financiar-proyectos-culturales-y-artisticos-en-guatemala/.

15. «Boletín La tradición Popular – CECEG», CECEG – Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, consultado el 2 de febrero de 2025, https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/category/boletinlatradicionpopular/.

16. Elías Talé, «Museo de arte moderno en extinción», eP Investiga, 23 de abril de 2024, consultado el 2 de febrero de 2025, https://epinvestiga.com/opinion/museo-de-arte-moderno-en-extincion/.

2.1.3 Organigrama



Figura 1. Organigrama de la institución, Extraído del Informe de Ejercicio Profesional Supervisado «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala» (2022): 9.

2.1.4 Departamento y descripción

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala no cuenta con un departamento especializado en comunicación y diseño, al igual que las áreas de investigación que lo conforman. Debido a esta condición, se ha determinado que el proyecto a realizarse estará planteado para **beneficiar a la institución en general.**

2.1.5 Información general

Historia

«El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala –CECEG –cuya nueva denominación se aprobó por el Honorable Consejo Superior Universitario en el "punto SEGUNDO, Inciso 2.1 Subinciso 2.1.1 del Acta No. 18-2019 de sesión ordinaria celebrada el día 24 de julio de 2019", tiene sus raíces en el Centro de Estudios Folklóricos que a su vez surge producto del Primer Acuerdo de la Junta Directiva y Ejecutiva de la Asociación de Estudiantes Universitarios (AEU), del 7 de noviembre de 1953, en el que se creó el Instituto de Investigaciones Históricas y Sociales, para el que fue nombrado director Janos de Szeczy y, en su primer Boletín de Información, publicó una nota titulada "Museo de arte popular" en la que se hacía hincapié en la necesidad de rescatar y proteger las artes populares y en el deber que tiene la universidad de contribuir al estudio responsable y bien orientado de los diversos aspectos de esa rama en las disciplinas artísticas, ya que las artes de pueblo serían puestas a salvo de las deformaciones, que se advertían en muchas de ellas, o de su destrucción. En 1954, el Instituto de Investigaciones Sociales dejó de existir.

En 1958 se reunió un grupo de intelectuales interesados en la cultura tradicional, entre ellos Carlos Navarrete, Carlos Caal Champney, Luis Luján Muñoz, Héctor Sánchez Latour y Roberto Díaz Castillo. Así surgió la Asociación de Amigos del Arte Popular, calcada en su homóloga chilena, que creó Tomás Lago. Sus miembros acordaron editar una publicación periódica, que denominaron "La Tradición Popular" y cuyo sello editorial era la réplica de un tecolote de cerámica pintada de La Antigua Guatemala. Esta asociación dejó de existir por inactividad en 1959.

Siendo rector de la Universidad de San Carlos de Guatemala el licenciado Edmundo Vásquez Martínez y a iniciativa de Ida Bremmé de Santos, Luis Luján Muñoz, Juan José Hurtado Vega, Amerigo Giracca y Roberto Díaz Castillo, el Consejo Superior Universitario aprobó el Acuerdo de Fundación del Centro de Estudios Folklóricos el 8 de julio de 1967, según Acta Número 957. Su Reglamento fue aprobado por el Consejo Superior Universitario el 9 de septiembre de 1967, de conformidad con el punto octavo del Acta Número 961, escogiéndose un sol análogo al de los platos de loza mayólica de La Antigua Guatemala como emblema del Centro.

Con base en los estatutos, el Centro contó con las siguientes publicaciones: Colección Monografías, Colección Problemas y Documentos y la Revista Tradiciones de Guatemala, más adelante apareció el Boletín La Tradición Popular.

El 28 de noviembre de 1968, el Centro de Estudios Folklóricos inauguró el Museo de Artes y Artesanías Populares, que quedó instalado en la cocina del antiguo Colegio Mayor de Santo Tomás de Aquino, en La Antigua Guatemala, que fue destruido por el terremoto de 1976. Ese año, se publicó el número 1 de la Revista Tradiciones de Guatemala. Además, entre 1970 y 1973 se impartió una serie de conferencias sobre temas de folklore».[17]

17. «Nuestra Historia – CECEG», CECEG – Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, consultado el 12 de marzo de 2025. https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/nuestra-historia/.

Misión

«Somos el Centro de investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, encargado de rescatar, conservar, proteger, promover y difundir las diversas manifestaciones y valores fundamentales de la identidad multicultural del país.»[18]

Visión

«Ser el referente de investigación y de liderazgo en el estudio, interpretación y comprensión de las distintas culturas en Guatemala y su relación con el contexto latinoamericano, como base para el desarrollo integral de la sociedad guatemalteca.»[19]

Objetivos

A. «Conocer la cultura folklórica de Guatemala en sus aspectos materiales e inmateriales y la realidad social que le da origen, con el propósito de rescatar aquellos patrones que expresen con autenticidad el saber tradicional.
B. Conservar y proteger la cultura tradicional de Guatemala.
C. Difundir la cultura popular tradicional de Guatemala.»[20]

Valores

Al ser una unidad perteneciente a la Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el CECEG se rige bajos los valores de la universidad, siendo los siguientes:

Responsabilidad: valor que permite al trabajador universitario interactuar, comprometerse y aceptar las consecuencias de sus acciones y decisiones. Sus actos responden íntegramente a sus compromisos, sin necesidad de tener supervisión, en cumplimiento de su deber con eficiencia y eficacia. «La responsabilidad es uno de los valores y pilares más fuertes del éxito.»

Respeto: es valorar a los demás, acatar los límites que impone el derecho ajeno como base para la convivencia armoniosa que exige de los trabajadores de la Universidad de San Carlos de Guatemala, actitudes positivas en las relaciones humanas, en el ambiente laboral y en cualquier relación interpersonal.

18. «Misión y Visión – CECEG», CECEG – Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, consultado el 12 de marzo de 2025. https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/mision-y-vision/.

19. «Misión y Visión – CECEG», CECEG – Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala,consultado el 12 de marzo de 2025. https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/mision-y-vision/.

20. María Oralia Valiente Rodríguez, «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala» (Ejercicio Profesional Supervisado, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2022), 9-10, http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_1166.pdf.

Honestidad: el carácter de tu palabra es tu mejor bien y la honestidad, tu mejor virtud. Valor que distingue al trabajador de la Universidad de San Carlos de Guatemala por sus actos de probidad, rectitud, decoro y decencia.

Excelencia: valor que motiva a los trabajadores de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a desarrollar sus labores cotidianas en forma sobresaliente y buscando continuamente la mejora del trabajo realizado. Es el conjunto de prácticas en la gestión de la Universidad que dan resultados relevantes y un servicio de alta calidad y pertinencia. «Somos lo que hacemos constantemente. La excelencia, pues, no es una acción; es un hábito»

Servicio: es la disposición de los trabajadores universitarios de atender con agilidad, cordialidad, eficiencia y diligencia a la comunidad universitaria y a las personas que hacen uso de los servicios de la Universidad, en función de la misión institucional. «Quien no vive para servir, no sirve para vivir.»[21]

Servicios y Funciones

Según la actualización del Manual de Organización aprobado en 2016, las funciones de la institución se clasifican en seis secciones:

01. Investigación y sistematización
02. Rescate, registro y resguardo de la cultura tradicional guatemalteca
03. Defensa y apoyo de la identidad cultural guatemalteca
04. Puesta en valor de la cultura popular tradicional y cultura popular guatemalteca
05. Divulgar y socializar
06. Formación de recursos humanos especializados[22]

Esta información se encuentra respaldada por las declaraciones del Director Institucional, el Lic. Juan Pablo González de León, afirmando que los documentos, libros, recursos y material recuperado en las investigaciones se encuentran disponibles para su consulta en el Centro de Documentación, abierto al público de lunes a viernes. En sus propias palabras, expresa que «es enriquecedor poder dar a conocer la cultura guatemalteca por medio de sus diversos servicios y actividades organizadas.»[23]

21. «Misión, visión y valores», Universidad de San Carlos de Guatemala, consultado el 12 de marzo de 2025, https://usac.edu.gt/mision-vision-y-valores/.

22. Centro de Estudios Folklóricos, «Actualización de Manual de Organización Centro de Estudios Folklóricos – CEFOL» (Guatemala, 2015), 9-11. Consultado el 12 de marzo de 2025. https://ddo.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2024/03/Actualizacion-Manual-Organizacion-CEFOL-Aprobado-2016.pdf.

23. Juan Pablo González de León (director del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala), entrevista por Darling Jolón, 12 de marzo de 2025.

Cobertura

Durante la entrevista realizada al director de la institución, este declaró que no cuentan con un público objetivo específico al que dirigen su trabajo, ya que su intención es atraer a un público general. Algunos segmentos mencionados fueron: los residentes de las áreas geográficas sobre las que se realizan las investigaciones, estudiantes y docentes universitarios que se interesen o dediquen a investigar la cultura, centros y divisiones pertenecientes a la Universidad de San Carlos, población infantil, la cual consideran como un público importante al que dirigirse; entre otros.[24] Como se puede notar, es un grupo bastante extenso y ciertamente complejo de delimitar.

Beneficiarios

En palabras del Lic. Juan Pablo, el principal beneficiario de sus trabajos de investigación se espera que sean las comunidades investigadas. Hasta la fecha han sido diversos los grupos que han recibido positivamente y agradecido los trabajos de investigación elaborados por el CECEG, debido a que al documentar los fenómenos culturales ayudan a impulsar que estos sean conocidos fuera de la zona donde suelen manifestarse. «No es solo un tesoro, sino que quieren utilizar la información para respaldar su comunidad como patrimonio» menciona.

Adicionalmente indicó que, gracias al alcance que han tenido los artículos de investigación, factores externos han extendido su apoyo a las comunidades. Esto hace que su labor no sea solamente en beneficio de la conservación cultural, sino que se convierte en un medio para el desarrollo social.[25]

24. Juan Pablo González de León, entrevista.
25. Juan Pablo González de León, entrevista.

2.1.6 Fuentes de financiamiento

La institución, al ser una de las unidades perteneciente a la Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos,[26] se le asigna parte del presupuesto correspondiente a la misma.[27] El director de la institución explica que estos fondos son asignados para cubrir gastos operativos y sueldos para los investigadores y colaboradores de servicios.

Por otra parte, también aclaró que en años anteriores el CECEG habría realizado convenios con otras entidades, utilizando como ejemplo el apoyo recibido por la Embajada de Noruega para construir el centro de documentación. Durante los 2 años en los que el Licenciado Juan Pablo ha llevado el cargo de director del CECEG, no se ha recibido apoyo directo por parte de otras instituciones, sin embargo esclarece que están abiertos a crear colaboraciones para la realización de diversos proyectos, ejecutando la debida gestión para que estos sean completamente gratuitos para el público general.[28]

26. «Unidades de investigación - Digi-Usac», Dirección General de Investigación - Universidad de San Carlos de Guatemala Digi-Usac, consultado el 12 de marzo de 2025, https://portal.digi.usac.edu.gt/unidades-de-investigacion/.

27. Punto Cuarto, inciso 4.6 del Acta No. 24-2024: Aprobación del Presupuesto 2025 (Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala: 2024), consultado el 12 de marzo de 2025, https://presupuesto.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2025/02/PUNTO-CUARTO-inciso-4.6-Acta-24-2024-aprobacion-presupuesto-2025.pdf.

28. Juan Pablo González de León, entrevista.

2.1.7 Antecedentes gráficos

Imagen institucional

Al haber analizado el diseño de las revistas y boletines trabajados por la institución desde antes de cambiar su nombre, se identificó la evolución del identificador visual y como se fue puliendo con el paso del tiempo, sin embargo conservaba la idea de utilizar un sol como símbolo representativo.



Figura 2. *Collage*, evolución del identificador visual del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

Con el cambio de nombre también llegó una última modificación al identificador gráfico, siendo que se ha utilizado hasta el día de hoy. El sol se sigue conservando y se le añade una luna del lado derecho creando una fusión de ambos íconos para crear un símbolo nuevo. La tipografía pasa de tener serifa a una que la elimina por completo. El logotipo consta de las siglas como elemento principal, seguido del nombre completo de la institución y culminando con el nombre de la universidad para aclarar que es una extensión de la misma. Las dos versiones más utilizadas son el imagotipo y el isologo, la primera siendo la más vista en rotulaciones y comunicación en redes sociales, mientras que la segunda únicamente se ha visto como foto de perfil de Facebook, Tiktok y como favicon del sitio web.



Figuras 3 y 4. Isotipo e imagotipo del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Extraídos de la página de Facebook y el sitio web oficial de la institución respectivamente.

Consultando una de las fuentes de información, se encontraron un mockup y fotografías que comprueban la existencia de un manual de identidad gráfica institucional realizado y entregado en 2022. Infortunadamente, no hay muestras del contenido interior.





Figuras 5 y 6. Manual de identidad gráfica institucional del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Extraídos del Informe de Ejercicio Profesional Supervisado «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala» (2022): 53.

Analizando diferentes medios se logró extraer la paleta de colores de la institución, conformada por tonos principales. El primero, un tono amarillo con subtonalidad anarajanda y una ligera reducción en su brillo, correspondiente al código hexadecimal #e38901. El segundo se trata de un tono marrón desaturado cercano al gris, siendo su código hexadecimal #51423b.



Figura 7. Paleta de color institucional del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

El centro de estudios actualmente cuenta con 10 áreas de investigación y cada una cuenta con un símbolo y color que se utilizan para identificarlas y diferenciarlas. Este sistema fue realizado por una estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico que realizó su proyecto de graduación dentro de la institución con anterioridad.



Figura 8. Sistema de simbología y color por área de investigación. Proporcionado por el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

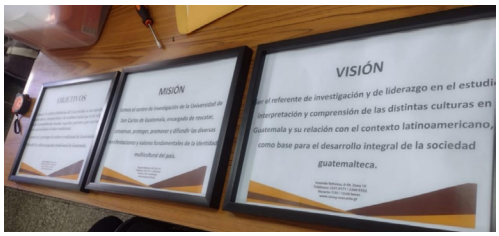
Aplicaciones impresas

En la parte exterior donde se encuentra ubicada la institución cuentan con un rótulo que identifica el lugar. Este se ve acompañado de los logotipos de la universidad y de la Dirección General de Investigación, además de información como la dirección exacta, números de teléfono, dirección web y horarios de atención al público.



Figura 9. Fachada y rótulo exterior del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.Fotografías proporcionada por el Lic. Juan Pablo Gonzalez, director de la institución.

En 2022 se instalaron diversos rótulos en el interior del edificio. Estos son utilizados para tener presente la visión, misión y objetivos de la institución, adicional a otros rótulos para señalética y protocolos de salud para prevenir el contagio de COVID-19.







Figuras 10, 11 y 12. Rotulación interior. Extraídos del Informe de Ejercicio Profesional Supervisado «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala» (2022): 54-55.

La imagen corporativa ha sido utilizada en otros materiales, tales como una caja de sugerencias y en tazas personalizadas pertenecientes a los colaboradores. En ellos se presentan el imagotipo de la institución y los colores corporativos. Lastimosamente se desconoce la apariencia de la papelería corporativa y si esta utiliza correctamente las normas gráficas.





Figuras 13 y 14. Material con imagen corporativa. Extraídos del Informe de Ejercicio Profesional Supervisado «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala» (2022): 53.

Sitio web y redes sociales

El sitio web oficial de la institución cuenta con un diseño y estructura básica, pero funcional, aunque utiliza muy pocos elementos de la imagen corporativa.



Figura 15. Páginas de inicio, sitio web del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

Se pudo notar que no se hace uso del sistema de símbolos y color correspondiente a cada área de investigación con su respectiva descripción. En su lugar, utilizan iconos con una línea gráfica completamente diferente y en una tonalidad verde.





Figuras 16 y 17. Páginas de áreas de investigación, sitio web del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

Al analizar el contenido compartido en la página de Facebook e Instagram, se encontraron diferencias en el estilo visual de cada publicación, tanto en color, tipografías y uso de fotografías.





Figuras 18 y 19. Publicaciones de Facebook e Instagram.
Extraídos de las redes sociales oficiales del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

En publicaciones relacionadas con talleres dirigidos al público infantil se notó la implementación de un personaje generado con inteligencia artificial. Este elemento podría cumplir la función de una mascota institucional. Se desconoce si la institución tiene la intención de contar con una mascota oficial que los represente para este tipo de contenido.



Figura 20. Anuncio de taller de elaboración de máscaras.
Fuente: Facebook oficial del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

Material editorial

Respecto al material editorial producido, es evidente el cambio que este ha tenido con el paso de los años. Utilizando como ejemplo la revista Tradiciones de Guatemala, la variación más notable se encuentra en el diseño de sus portadas, utilizado ilustraciones y fotografías para identificar las diferentes ediciones. Respecto a la maquetación del contenido son pocos los cambios realizados, pasando de utilizar una a dos columnas para distribuir la información presentada.



Figura 21. *Collage*, recopilación de portadas y contenido de diferentes ediciones de la revista *Tradiciones de Guatemala*.

2.2 Perfil del grupo objetivo

2.2.1 Población universo

Para el desarrollo del proyecto se tomó en cuenta que podría obtener un alcance cercano a 136,882 personas, con base en la cantidad de estudiantes inscritos en el campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala durante el año 2024.[29] Se tomó esta cifra como referencia, debido a que las estadísticas de la página de Facebook del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala presenta una mayor interacción por parte de personas ubicadas en la Ciudad de Guatemala (consultar anexo 1). Además, en el campus central se manifiesta una mayor cantidad de estudiantes en comparación a los centros universitarios ubicados en el interior del país.

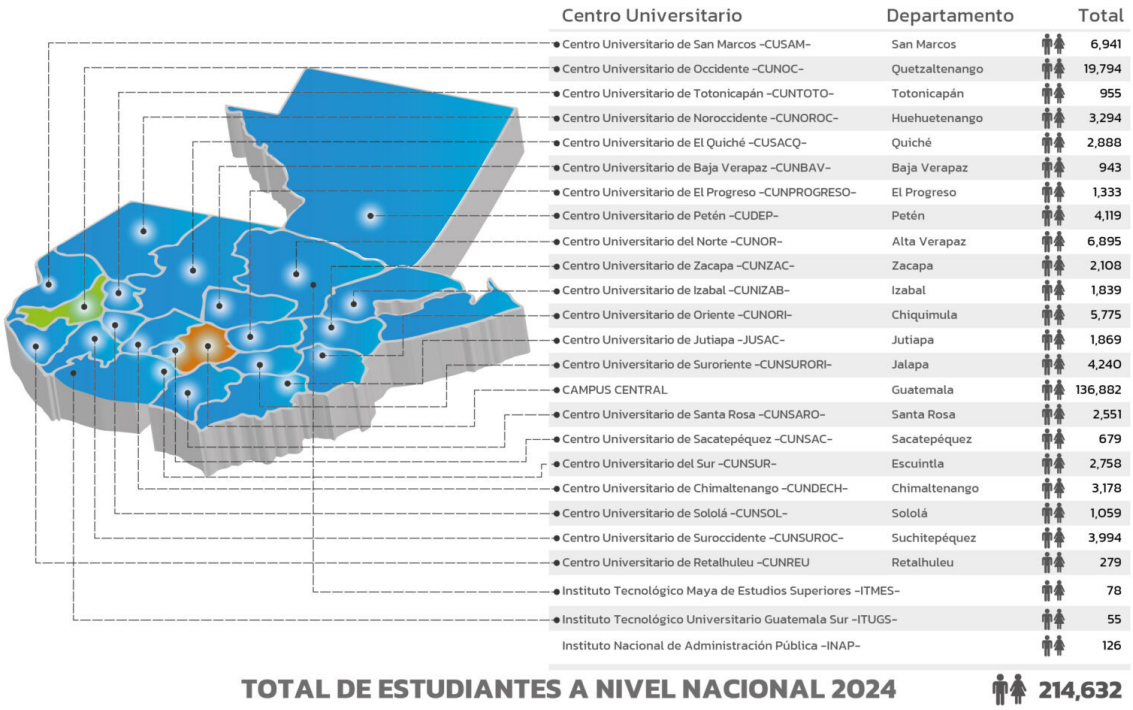


Figura 22. Infografía sobre la cantidad de estudiantes inscritos en la Universidad de San Carlos de Guatemala a nivel nacional durante el año 2024, basada en la información presentada en el informe «USAC EN CIFRAS - Septiembre 2024 ». Fuente: sitio web oficial de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

29. Dirección General Financiera - Universidad de San Carlos de Guatemala, «USAC en Cifras - Septiembre 2024» (Guatemala, 2024) p. 40, consultado el 12 de marzo de 2025, https://dgf.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2024/12/dissDGF13122024.pdf

Tabla 1. Cantidad de seguidores del CECEG en Facebook según las ciudades.

Cantidad de seguidores del CECEG en Facebook según las ciudades	
Ciudad	**No. de seguidores**
Guatemala, Guatemala	1338
Quetzaltenango, Guatemala	167
Mixco, Guatemala	163
Villa Nueva, Guatemala	58
San Marcos, Guatemala	55
Chiquimula, Guatemala	51
Antigua Guatemala, Guatemala	50
Cobán, Guatemala	34
Jutiapa, Guatemala	29
Chimaltenango, Guatemala	25

Fuente: elaboración propia, con base en las estadísticas oficiales de la página de Facebook del Centro de Estudios de la Culturas en Guatemala.

2.2.2 Muestra

Para la recopilación de datos sobre el grupo objetivo se estableció una muestra de 150 personas a partir de la población universo. El tamaño de la muestra fue obtenido utilizando la calculadora de la página SurveyMonkey, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 8%. Cabe mencionar que se logró superar esta cifra mínima, contabilizando la participación y colaboración de 202 individuos.



Figura 23. Tamaño de la muestra obtenido desde la calculadora de la página SurveyMonkey.

Además de utilizar la muestra obtenida, se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia en el cuál se seleccionó a 9 personas que cumplieran con las características del público objetivo al que se busca dirigir el proyecto, permitiendo obtener información más puntual y directa.

2.2.3 Análisis e interpretación de resultados

Características geográficas

- **País:** Guatemala (consultar anexo 3.1, fig. 118)
- **Departamento:** Guatemala (consultar anexo 3.1, figs. 118 y 119)
- **Ciudad:** Ciudad de Guatemala (consultar anexos 3.1, figs. 118 y 119)
- **Zonas:** 12, 7, 1, 6 y 21 (consultar anexo 3.1, fig. 120)

Análisis e interpretación

Los resultados extraídos de las estadísticas de la página de Facebook (ver anexo 4.1) reflejan que el público objetivo que mantiene una mayor con el contenido compartido por la institución se encuentra ubicado mayormente en el departamento de Guatemala, específicamente en la Ciudad de Guatemala. Por otro lado, la mayor parte de la muestra encuestada indicó que reside en las zonas 12, 7, 1, 6 y 21 de la ciudad capital, todas siendo áreas urbanas. La Universidad de San Carlos de Guatemala se encuentra ubicada en la zona 12, por lo que no es de extrañar que la mayor parte de los estudiantes residan en esta misma área.

Características sociodemográficas

- **Edad:** 18-24 años (consultar anexo 3.2, figs. 121 y 122)
- **Género:** ambos géneros, predominando el femenino (consultar anexo 3.2, figs. 121 y 123)
- **Formación académica:** nivel universitario (consultar anexo 3.2, fig. 124)
- **Función:** dependiente económicamente de otra persona (consultar anexos 3.2, fig. 126)
- **Responsabilidad familiar:** estudiante (consultar anexo 3.2, fig. 125)

Análisis e interpretación

El grupo objetivo, según las estadísticas de Facebook de la página del CECEG (ver anexo 4.1), se encuentra compuesto por personas de ambos géneros, siendo mayoritario el género femenino. Los resultados de la encuesta indicaron que los estudiantes universitarios del campus central se encuentran en un rango de edad entre los 18 a 24 años, siendo la mayor parte de ellos dependientes económicamente de otras personas, ya sean sus padres, otros familiares o tutores; y contando con la principal responsabilidad de atender a sus estudios, por lo que no cuentan con un empleo.

Características socioeconómicas

- **Clase Social:** media (consultar anexo 3.3, fig.127)
- **Nivel Socioeconómico -NSE-:** D, Q7,200 (consultar anexo 3.3, fig. 128)
- **Hábitos de consumo:** contenido de entretenimiento e informativo en redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok como principales), sitios web y televisión; interés medio en temas culturales. Participan una vez cada mes en alguna actividad social, recreativa o cultural (consultar anexo 3.3, figs. 129 a la 135)

Análisis e interpretación

La clase social identificada como la tendencia dentro de las respuestas proporcionadas dentro de la encuesta por la muestra ha sido la clase media, ubicándose dentro de la Pirámide de Ingresos por Nivel Socioeconómico en Guatemala (ver fig. 29) en la sección D, aclarando que los ingresos presentados en sus respectivos hogares se mantienen entre los Q7,200[30]. Normalmente suelen consumir productos, servicios o contenido relacionado al entretenimiento e información, siendo su principal fuente las redes sociales. Su interés de consumo por temáticas culturales se mantiene en un punto medio, haciendo que pase a un segundo o tercer plano de importancia, más no lo ignoran del todo; opinando que la cultura guatemalteca sigue estando presente pero no en mayor instancia.

30. «¿Cuáles son los niveles socioeconómicos en Guatemala?», Guía local, 25 de septiembre de 2024, consultado el 12 de marzo de 2025, https://guialocal.com.gt/cuales-son-los-niveles-socioeconomicos-en-guatemala/.

Características psicográficas

- **Estilo de vida:** constantemente atareado y/o cansado, pero de actitud positiva y perseverante.
- **Hábitos:** estudiar, hacer tareas, tomarse momentos para descansar, pasar tiempo con familia, pareja o amigos.
- **Motivaciones:** crecimiento personal, aprendizaje, ampliar área de conocimiento general y específico de sus carreras.
- **Valores:** respeto, responsabilidad, lealtad.
- **Cultura Visual:** minimalista, colorido, con imágenes o videos, poco texto pero con títulos interesantes.

Análisis e interpretación

Con base en el análisis de las entrevistas realizadas, se llegó a la conclusión de que el público objetivo mantiene un estilo de vida bastante movido entre el apartado personal y académico, por lo que se mantienen una buena parte del tiempo ocupados y agotados. Aún así, mantienen una actitud bastante positiva pensando en su bienestar y tomando tiempos de descanso. La mayor parte de su tiempo lo invierten en sus estudios, ya sea estando en la universidad o realizando tareas de la misma; mientras que su tiempo libre lo utilizan para pasar tiempo con sus familiares, pareja y/o amistades. Disfrutan de aprender cosas nuevas que despierten su interés o que puedan ayudarles en su crecimiento personal y/o profesional, manteniendo el respeto, la responsabilidad y la lealtad como los principales valores en su filosofía de vida. El contenido que mayormente consumen se mantiene entre vídeos o publicaciones con imágenes donde la cantidad de información a leer sea mínima, de estilos minimalistas pero con colores que capten su atención y coincidiendo en que el contenido debe llevar un titular interesante para convencerlos de quedarse.

Relación entre el grupo objetivo y la institución

- **Conocimiento de la institución:** parcialmente bajo (consultar anexo 3.4, fig. 136)
- **Frecuencia de visita presencial:** baja (consultar anexo 3.4, fig. 137)
- **Frecuencia de visita virtual:** baja (consultar anexo 3.4, fig. 138)
- **Nivel de satisfacción:** media (consultar anexo 3.4, figs. 139 y 140)

Análisis e interpretación

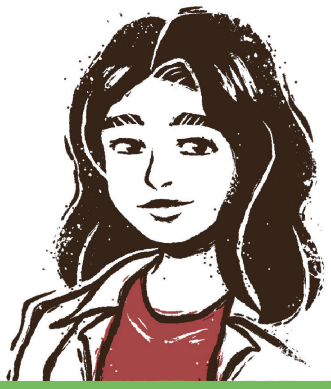
Según las respuestas proporcionadas por medio de la encuesta, la mayor parte de los individuos indican que desconocen sobre el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala y su trabajo, seguido de aquellos que mencionan conocerlo más no saben a qué se dedica la institución. Aún así, es importante considerar que una gran cantidad de los encuestados presentan interés por conocer y participar en actividades donde el CECEG se encuentre presente. Las personas que indicaron conocerlo, identificar su labor y haber participado al menos una vez en sus actividades indican un nivel medio de satisfacción, reflejando que no están insatisfechos con lo que la institución ofrece, pero podrían esperar algo mejor.

2.2.4 Mapa de empatía y ficha de persona



Figuras 24. Mapa de empatía basado en las características del Grupo Objetivo. Fuente: elaboración propia.

Figura 26



Claudia Rojas

"Todos los días aprendemos algo nuevo. Por más simple que sea, nunca sabemos cuando nos será de utilidad"

Características Geográficas

País: Guatemala
Departamento: Guatemala
Municipio: Ciudad de Guatemala
Área de residencia: zona 12

Características Sociodemográficas

Edad: 23 años
Género: femenino
Nivel académico: estudiante universitaria
Casa de Estudios: Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-
Estado Civil: soltera
Función: dependiente económicamente de otra persona
Responsabilidad: estudiante

Características Sociodemográficas

Clase social: media
Nivel socioeconómico -NSE-: D

Intereses

Temas académicos, aprendizaje autodidacta, actualidad nacional, entretenimiento y farándula.

Objetivos

- Culminar sus estudios universitarios.
- Tener un trabajo que le permita ser independiente a futuro.
- Ampliar sus conocimientos más allá de lo que pueda aprender en la universidad.

Hábitos y Conductas

- Pasa gran parte del tiempo en la universidad.
- Avanza con sus tareas cuando está en casa.
- En su tiempo libre suele ver sus redes sociales contenido de su interés.
- De vez en cuando tiene tiempo para salir con sus seres queridos.
- Sus días son algo cansados, pero eso no la hace perder su positividad.
- Cuando no trata temas relacionados a sus estudios se mantiene más alegre y relajada.

Figuras 25. Ficha de persona basada en descripción del Grupo Objetivo. Fuente: elaboración propia.

Figura 26. Ilustración de una joven guatemalteca, estudiante universitaria de 23 años de edad que reside en la ciudad capital. Fuente: elaboración propia



Capítulo 3

Planeación operativa

Contenido

3.1 Previsión de insumos y costos
3.2 Flujograma del proceso creativo
3.3 Cronograma de trabajo

3.1 Previsión de insumos y costos

3.1.1 Listado de insumos

Mobiliario
- Escritorio de metal
- Silla de oficina con ruedas

Equipo
- Computadora *laptop* modelo ACER NITRO 5 CI5 12TH 3050
- Tableta gráfica Wacom Intuos Pro PTH-660
- Teléfono celular Motorola G100
- *Tablet* Xiaomi Redmi *Pad*
- *Mouse* y teclado XTech XTK-540S
- *Headset* HABITV PINK TABOO
- Disco duro externo Seagate Gaming 500GB

Softwares/Apps
- Adobe *Creative Cloud*
- Medibang *Paint Pro* (PC)
- Canva
- Notion
- *Suite* de Google: Gmail, Drive, Calendar...
- Youtube *Premium*
- Chat GPT
- Facebook
- WhatsApp

Librería
- Cuaderno para apuntes
- *Sketchbook*
- Portaminas
- Minas para portaminas universal
- Marcadores
- Lapiceros

Transporte
- Carro propio
- Visitas a las institución
- Desplazamiento hacia imprenta

Horarios
De lunes a viernes, 5 horas al día (establecidos para Proyecto de Graduación)

Recurso Humano
- **Ejecutor del proyecto:** Darling Jolón
- **Asesora metodológica:** Anggely Enríquez
- **Asesora gráfica:** Cindy Ruano
- **Tercer asesor:** Juan Pablo González
- **Director de la institución:** Juan Pablo González
- Investigadores de cada área que conforma la institución

3.1.2 Cálculo de costos

Tabla 2. Cálculo de costos por categoría, mayo 2025.

Costos de Servicios					
Energía eléctrica					
Total de consumo de los 3 meses anteriores					
Febrero	**Q302.21**	**Marzo**	**Q331.91**	**Abril**	**Q356.37**

Fórmula:

$$\frac{\text{Promedio total de los tres meses anteriores}}{\text{Días del mes * Horas del día}} = \text{Costo por día / hora}$$

$$\frac{(302.21+331.91+356.37)/3}{30 \text{ días* } 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.46}$$

Costo por hora

*Datos de consumo de energía eléctrica recolectado de las facturas digitales, extendidas por la **Empresa Eléctrica de Guatemala S.A. (EEGSA)** con una tarifa de Baja Tensión Simple Social (BTSS).

Internet
Total de factura de servicio de internet: **Q450**

Fórmula:

$$\frac{\text{Precio servicio mensual}}{\text{Días del mes * Horas del día}} = \text{Costo por día / hora}$$

$$\frac{450}{30 \text{ días* } 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.62}$$

Costo por hora

*Datos de consumo servicio de internet recolectado de la factura digital del cable e internet del mes de abril, extendida por la compañía **TIGO** con una velocidad de 100 MB.

Paquete de datos para celular

Total de servicio pre-pago de internet para un mes:
Q115

Fórmula:

$$\frac{\text{Precio servicio mensual}}{\text{Días del mes * Horas del día}} = \text{Costo por día / hora}$$

$$\frac{115}{\text{30 días* 24 horas}} = \textbf{Q0.16}$$

Costo por hora

Datos de costo de paquete de internet mensual obtenido de la aplicación **Mi Claro,** parte del servicio de telefonía **Claro.**

Softwares

Adobe *Creative Cloud*

Costo de la membresía, plan para estudiantes y profesores:

USD 19.99 **Q153.30**

Fórmula:

$$\frac{\text{Precio de servicio mensual}}{\text{Días del mes * Horas del día}} = \text{Costo por día / hora}$$

$$\frac{153.30}{\text{30 días* 24 horas}} = \textbf{Q0.21}$$

Costo por hora

Datos de costo mensual de la membresía obtenido de la página oficial de **Adobe.**
*Conversión a quetzal realizada el día **28 de abril de 2025 (Q 7.67)**

Medibang *Paint Pro* (PC)
Uso de plan gratuito.
Canva
Uso de plan educativo, gratuito al registrar la cuenta con el correo institucional
***Suite* de Google**
Uso de plan gratuito, correo institucional proporcionado por la Facultad de Arquitectura.
Notion
Uso de plan gratuito.
Chat GPT
Uso de plan gratuito.
YouTube *Premium*

Costo de la membresía, plan familiar:

USD 15.99 **Q122.63**

Fórmula:

$$\frac{\text{Precio de servicio mensual}}{\text{Días del mes * Horas del día}} = \text{Costo por día / hora}$$

$$\frac{122.63}{30 \text{ días* } 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.17}$$

Costo por hora

Datos de costo mensual de la membresía obtenido de la página oficial de **YouTube Premiun**
*Conversión a quetzal realizada el día **28 de abril de 2025 (Q 7.67)**

Depreciación del Equipo

Para realizar la depreciación, se hizo uso de una fórmula con los siguientes términos y determinando una vida útil del **33%** según la **Ley de Actualización Tributaria**, Decreto No. 10-2012 del Congreso de la República de la Guatemala:

- **VI:** Valor de la Inversión
- **VULF:** Vida Útil según la Legislación Fiscal

Computadora *Laptop*

Valor de la inversión en **2023: Q7,497**

Fórmula para el valor actual:

VI - VULF = Valor 2024	7,497 - (7,497 * 0.33)	= Q5,022.99 en 2024
VI - VULF = Valor 2025	5,022.99 - (5,022.99 * 0.33)	**= Q3,365.40 en 2025**

Fórmula para depreciación

$$\frac{VI * VULF}{Meses * Días * Horas} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{3{,}365.40 * 33\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.13 por hora}$$

Teléfono celular

Valor de la inversión en **2022: Q5,000**

Fórmula para el valor actual:

VI - VULF = Valor 2023	5,000 - (5,000 * 0.33)	= Q3,350 en 2023
VI - VULF = Valor 2024	3,350 - (3,350 * 0.33)	= Q2,244.50 en 2024
VI - VULF = Valor 2025	2,244.5 - (2,244.5 * 0.33)	**= Q1,503.82 en 2025**

Fórmula para depreciación

$$\frac{VI * VULF}{Meses * Días * Horas} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{1{,}503.82 * 33\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.05 por hora}$$

Tablet

Valor de la inversión en **2025: Q1,599**

Fórmula para depreciación

$$\frac{\text{VI} * \text{VULF}}{\text{Meses} * \text{Días} * \text{Horas}} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{1{,}599 * 33\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.06 por hora}$$

Tableta gráfica

Valor de la inversión en **2025: Q3,310**

Fórmula para depreciación

$$\frac{\text{VI} * \text{VULF}}{\text{Meses} * \text{Días} * \text{Horas}} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{3{,}310 * 33\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.13 por hora}$$

Headset

Valor de la inversión en **2025: Q530**

Fórmula para depreciación

$$\frac{\text{VI} * \text{VULF}}{\text{Meses} * \text{Días} * \text{Horas}} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{530 * 33\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.02 por hora}$$

Mouse y Teclado

Valor de la inversión en **2025: Q160**

Fórmula para depreciación

$$\frac{\text{VI} * \text{VULF}}{\text{Meses} * \text{Días} * \text{Horas}} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{160 * 33\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.01 por hora}$$

*Se utiliza una misma depreciación para ambos debido a que estos se adquirieron en un set que incluía los dos componentes juntos por un precio único.

Disco duro externo

Valor de la inversión en **2021: Q604**

Fórmula para el valor actual:

VI - VULF = Valor 2022	604 - (604 * 0.33)	= Q404.68 en 2022
VI - VULF = Valor 2023	404.68 - (404.68 * 0.33)	= Q271.14 en 2023
VI - VULF = Valor 2024	271.14 - (271.14 * 0.33)	= Q181.66 en 2024
VI - VULF = Valor 2025	181.66 - (181.66 * 0.33)	**= Q121.71 en 2025**

Fórmula para depreciación

$$\frac{\text{VI} * \text{VULF}}{\text{Meses} * \text{Días} * \text{Horas}} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{121.71 * 33\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.01 por hora}$$

Depreciación de Muebles

Para realizar la depreciación, se hizo uso de una fórmula con los siguientes términos y determinando una vida útil del **20%** según la **Ley de Actualización Tributaria**, Decreto No. 10-2012 del Congreso de la República de la Guatemala:

- **VI:** Valor de la Inversión
- **VULF:** Vida Útil según la Legislación Fiscal

Escritorio

Valor de la inversión en **2020: Q650**

Fórmula para el valor actual:

VI - VULF = Valor 2021	650 - (650 * 0.20)	= Q520 en 2021
VI - VULF = Valor 2022	520 - (520 * 0.20)	= Q416 en 2022
VI - VULF = Valor 2023	416 - (416 * 0.20)	= Q332.80 en 2023
VI - VULF = Valor 2024	332.80 - (332.80 * 0.20)	= Q266.24 en 2024
VI - VULF = Valor 2025	266.24 - (266.24 * 0.20)	**= Q212.99 en 2025**

Fórmula para depreciación

$$\frac{VI * VULF}{Meses * Días * Horas} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{212.99 * 20\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.01 por hora}$$

Silla de oficina

Valor de la inversión en **2020: Q390**

Fórmula para el valor actual:

VI - VULF = Valor 2021	390 - (390 * 0.20)	= Q312 en 2021
VI - VULF = Valor 2022	312 - (312 * 0.20)	= Q249.60 en 2022
VI - VULF = Valor 2023	249.60 - (249.60 * 0.20)	= Q199.68 en 2023
VI - VULF = Valor 2024	199.68 - (199.68 * 0.20)	= Q159.74 en 2024
VI - VULF = Valor 2025	159.74 - (159.74 * 0.20)	**= Q127.79 en 2025**

Fórmula para depreciación

$$\frac{\text{VI} * \text{VULF}}{\text{Meses} * \text{Días} * \text{Horas}} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{127.79 * 20\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.01 por hora}$$

Depreciación de Vehículo

Para realizar la depreciación, se hizo uso de una fórmula con los siguientes términos y determinando una vida útil del **20%** según la **Ley de Actualización Tributaria**, Decreto No. 10-2012 del Congreso de la República de la Guatemala:

- **VI:** Valor de la Inversión
- **VULF:** Vida Útil según la Legislación Fiscal

Valor de la inversión en **2022: Q43,000**

Fórmula para el valor actual:

VI - VULF = Valor 2023	43,000 - (43,000 * 0.20)	= Q34,400 en 2023
VI - VULF = Valor 2024	34,400 - (34,400 * 0.20)	= Q27,520 en 2024
VI - VULF = Valor 2025	27,520 - (27,520 * 0.20)	**= Q22,016 en 2025**

Fórmula para depreciación

$$\frac{\text{VI} * \text{VULF}}{\text{Meses} * \text{Días} * \text{Horas}} = \text{Depreciación por hora} \quad \frac{22,016 * 20\%}{12 \text{ meses} * 30 \text{ días} * 24 \text{ horas}} = \textbf{Q0.51 por hora}$$

Gasolina

Valor de galón de gasolina regular: **Q38.97**
Rendimiento por galón: **37km/galón**

Fórmula para calcular consumo de galón por kilómetro

$$\frac{\text{No. galones}}{\text{No. Kilómetros}} = \text{Galones/km} \quad \frac{\text{1 galón}}{\text{37 kilómetros}} = \textbf{0.027 galones/km}$$

Fórmula para calcular precio de galón por kilómetro

No. galones/km * precio galón	=	Precio galón/km	0.027 * 38.97	= **Q1.05 por km**

Librería

1	Cuaderno con hojas de líneas	Q16
1	Cuaderno para *Sketchbook*	Q12
1	Minas para portaminas 0.5	Q8
1	Portaminas 0.5	Q12
1	Set de marcadores de 24 unidades	Q52.90
1	Set de lapiceros	Q20.90

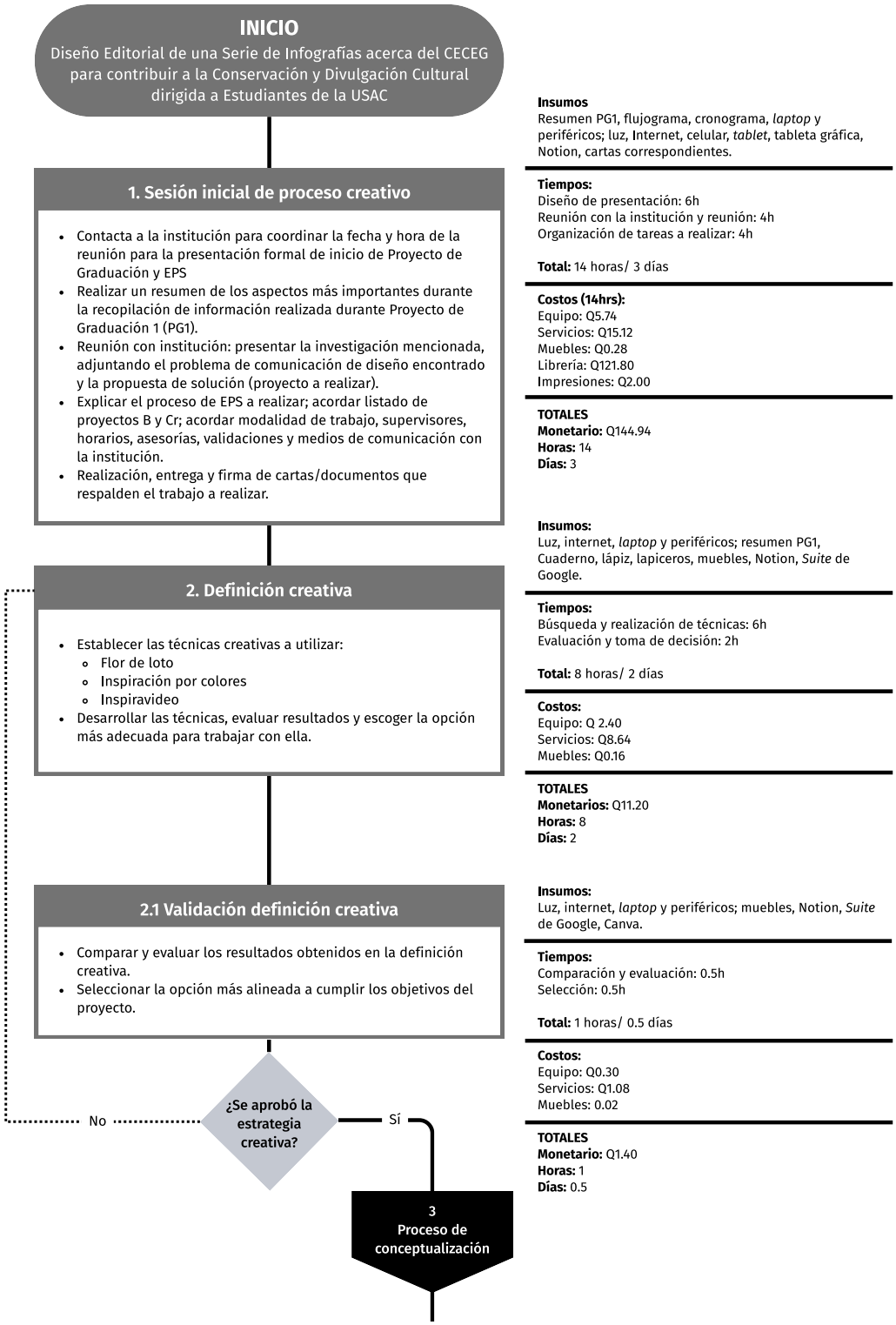
Los datos de los precios de librería identificados anteriormente fueron obtenidos directamente de la página web de Librería Platino y Office Depot.

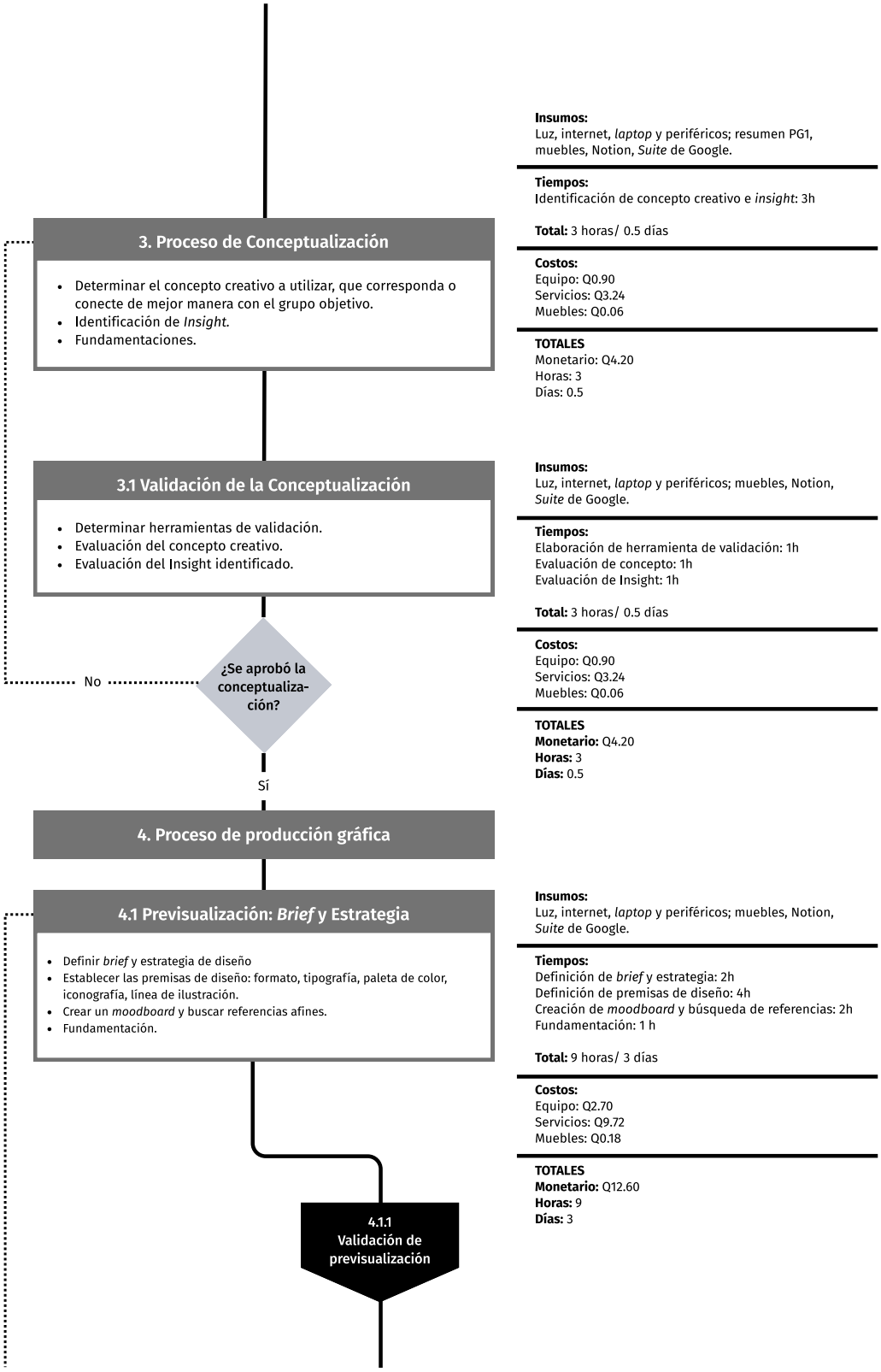
Varios

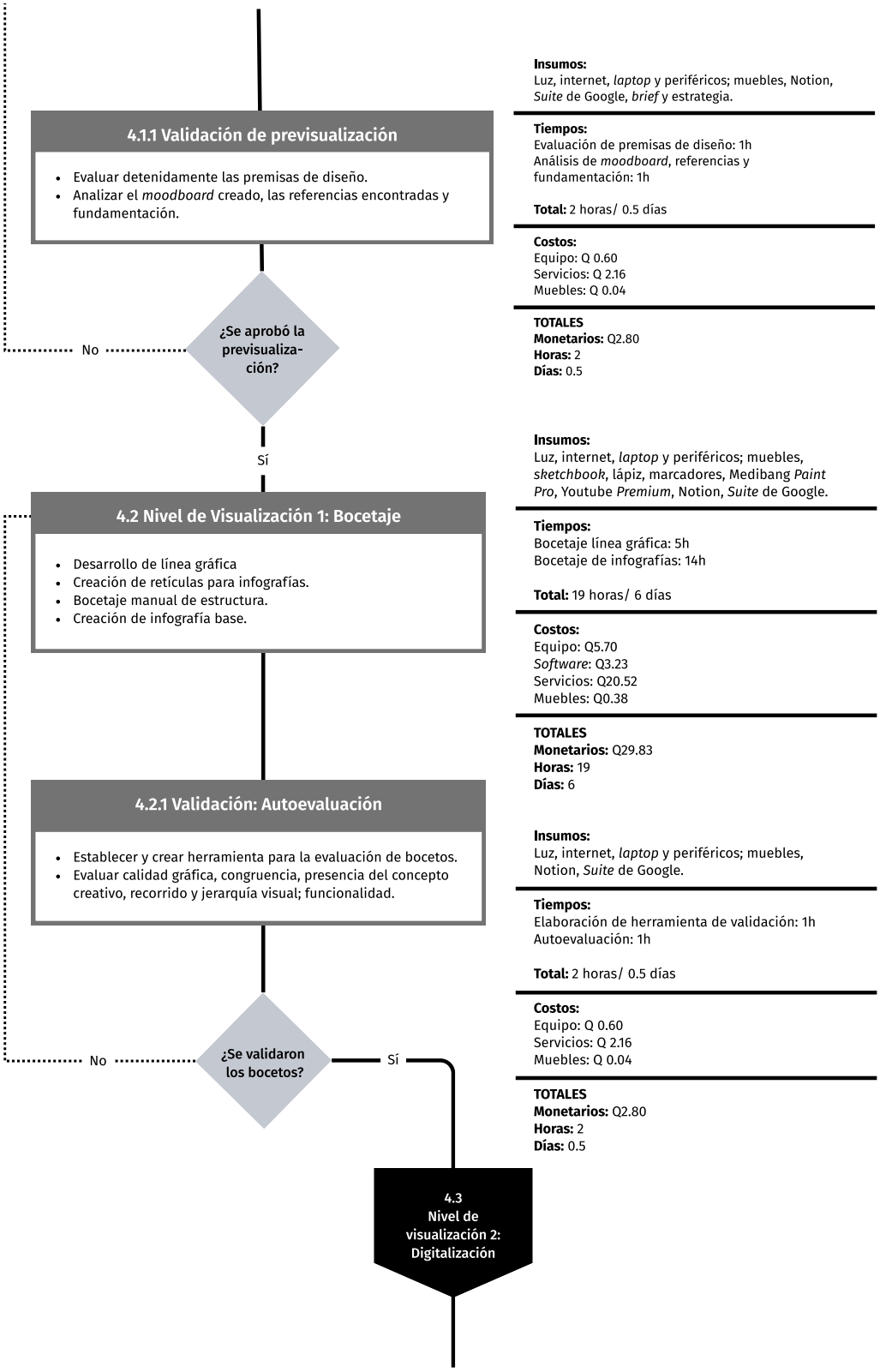
Se estableció una caja chica de **Q700** para impresiones, copias, reuniones e imprevistos que puedan surgir durante la ejecución del proyecto.

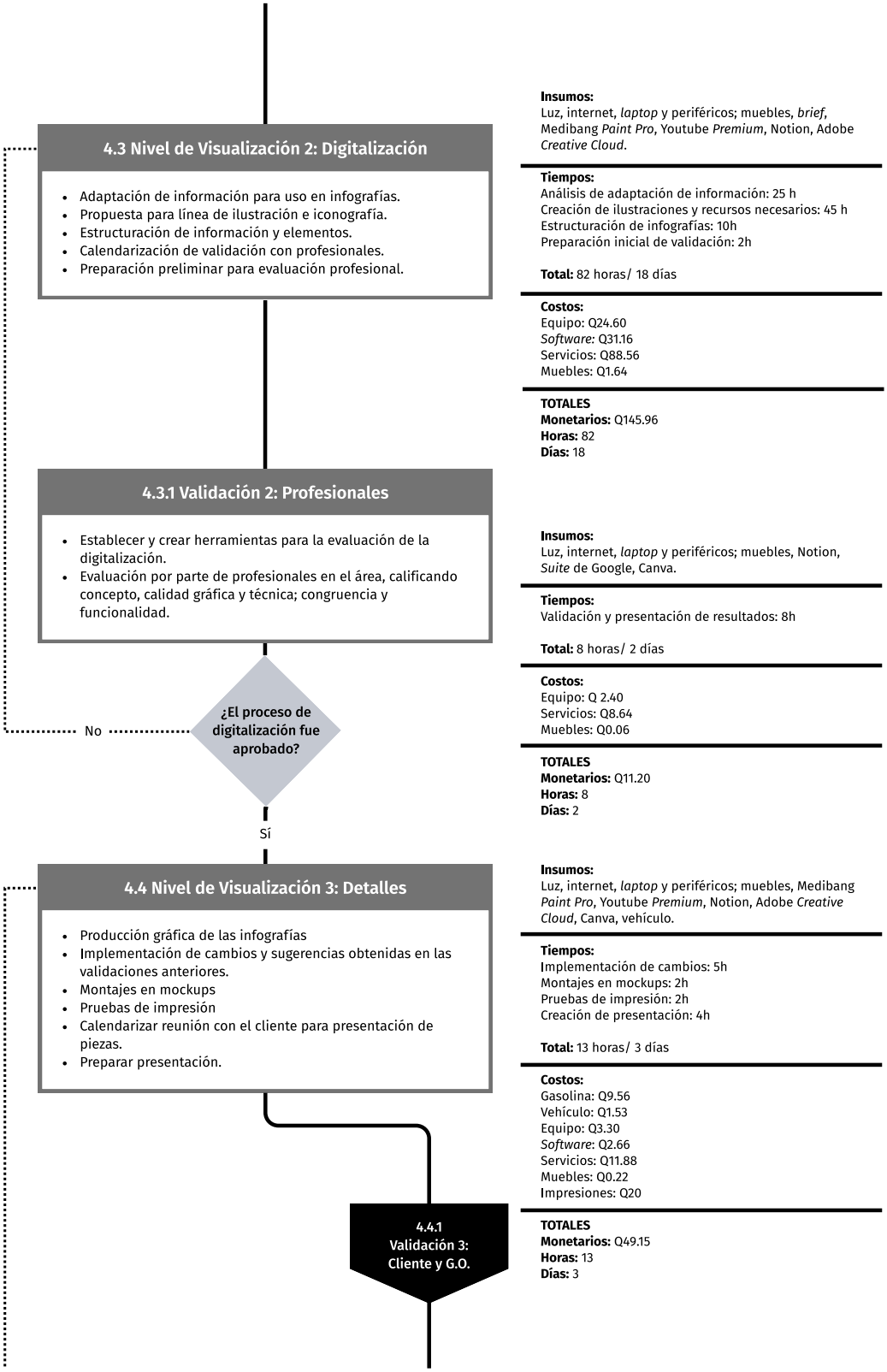
Fuente: elaboración propia.

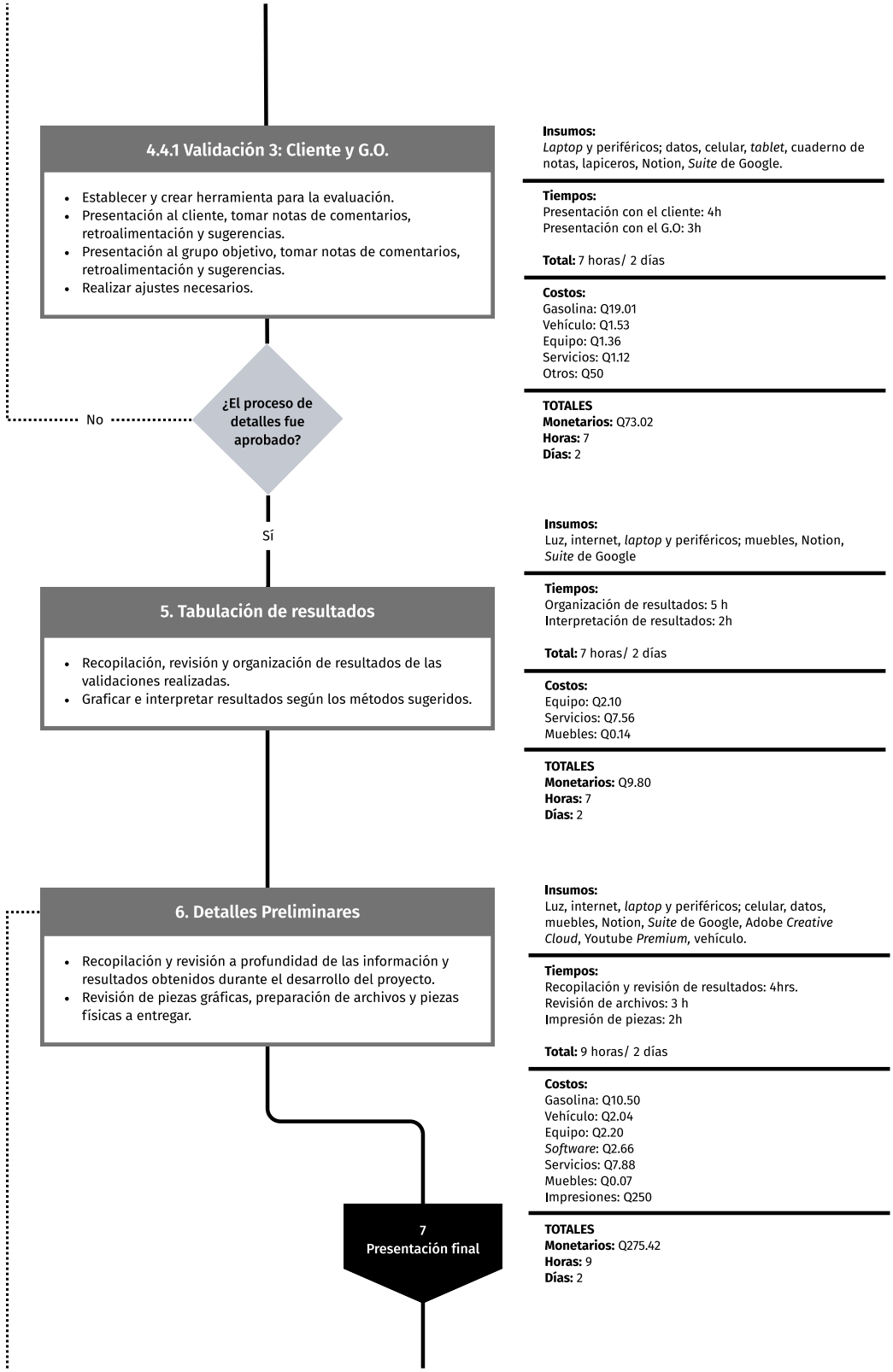
3.2 Flujograma del proceso creativo




3. Proceso de Conceptualización
Determinar el concepto creativo a utilizar, que corresponda o conecte de mejor manera con el grupo objetivo.
Identificación de Insight.
Fundamentaciones.
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; resumen PG1, muebles, Notion, Suite de Google.
Tiempos:
Identificación de concepto creativo e insight: 3h
Total: 3 horas/ 0.5 días
Costos:
Equipo: Q0.90
Servicios: Q3.24
Muebles: Q0.06
TOTALES
Monetario: Q4.20
Horas: 3
Días: 0.5
3.1 Validación de la Conceptualización
Determinar herramientas de validación.
Evaluación del concepto creativo.
Evaluación del Insight identificado.
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, Notion, Suite de Google.
Tiempos:
Elaboración de herramienta de validación: 1h
Evaluación de concepto: 1h
Evaluación de Insight: 1h
Total: 3 horas/ 0.5 días
Costos:
Equipo: Q0.90
Servicios: Q3.24
Muebles: Q0.06
TOTALES
Monetario: Q4.20
Horas: 3
Días: 0.5
¿Se aprobó la conceptualiza-ción?
No
Sí
4. Proceso de producción gráfica
4.1 Previsualización: Brief y Estrategia
Definir brief y estrategia de diseño
Establecer las premisas de diseño: formato, tipografía, paleta de color, iconografía, línea de ilustración.
Crear un moodboard y buscar referencias afines.
Fundamentación.
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, Notion, Suite de Google.
Tiempos:
Definición de brief y estrategia: 2h
Definición de premisas de diseño: 4h
Creación de moodboard y búsqueda de referencias: 2h
Fundamentación: 1 h
Total: 9 horas/ 3 días
Costos:
Equipo: Q2.70
Servicios: Q9.72
Muebles: Q0.18
TOTALES
Monetario: Q12.60
Horas: 9
Días: 3
4.1.1
Validación de previsualización


4.1.1 Validación de previsualización
Evaluar detenidamente las premisas de diseño.
Analizar el moodboard creado, las referencias encontradas y fundamentación.
¿Se aprobó la previsualización?
No
Sí
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, Notion, Suite de Google, brief y estrategia.
Tiempos:
Evaluación de premisas de diseño: 1h
Análisis de moodboard, referencias y fundamentación: 1h
Total: 2 horas/ 0.5 días
Costos:
Equipo: Q 0.60
Servicios: Q 2.16
Muebles: Q 0.04
TOTALES
Monetarios: Q2.80
Horas: 2
Días: 0.5
4.2 Nivel de Visualización 1: Bocetaje
Desarrollo de línea gráfica
Creación de retículas para infografías.
Bocetaje manual de estructura.
Creación de infografía base.
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, sketchbook, lápiz, marcadores, Medibang Paint Pro, Youtube Premium, Notion, Suite de Google.
Tiempos:
Bocetaje línea gráfica: 5h
Bocetaje de infografías: 14h
Total: 19 horas/ 6 días
Costos:
Equipo: Q5.70
Software: Q3.23
Servicios: Q20.52
Muebles: Q0.38
TOTALES
Monetarios: Q29.83
Horas: 19
Días: 6
4.2.1 Validación: Autoevaluación
Establecer y crear herramienta para la evaluación de bocetos.
Evaluar calidad gráfica, congruencia, presencia del concepto creativo, recorrido y jerarquía visual; funcionalidad.
¿Se validaron los bocetos?
No
Sí
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, Notion, Suite de Google.
Tiempos:
Elaboración de herramienta de validación: 1h
Autoevaluación: 1h
Total: 2 horas/ 0.5 días
Costos:
Equipo: Q 0.60
Servicios: Q 2.16
Muebles: Q 0.04
TOTALES
Monetarios: Q2.80
Horas: 2
Días: 0.5
4.3
Nivel de visualización 2: Digitalización


4.3 Nivel de Visualización 2: Digitalización
Adaptación de información para uso en infografías.
Propuesta para línea de ilustración e iconografía.
Estructuración de información y elementos.
Calendarización de validación con profesionales.
Preparación preliminar para evaluación profesional.
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, brief, Medibang Paint Pro, Youtube Premium, Notion, Adobe Creative Cloud.
Tiempos:
Análisis de adaptación de información: 25 h
Creación de ilustraciones y recursos necesarios: 45 h
Estructuración de infografías: 10h
Preparación inicial de validación: 2h
Total: 82 horas/ 18 días
Costos:
Equipo: Q24.60
Software: Q31.16
Servicios: Q88.56
Muebles: Q1.64
TOTALES
Monetarios: Q145.96
Horas: 82
Días: 18
4.3.1 Validación 2: Profesionales
Establecer y crear herramientas para la evaluación de la digitalización.
Evaluación por parte de profesionales en el área, calificando concepto, calidad gráfica y técnica; congruencia y funcionalidad.
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, Notion, Suite de Google, Canva.
Tiempos:
Validación y presentación de resultados: 8h
Total: 8 horas/ 2 días
Costos:
Equipo: Q 2.40
Servicios: Q8.64
Muebles: Q0.06
TOTALES
Monetarios: Q11.20
Horas: 8
Días: 2
¿El proceso de digitalización fue aprobado?
No
Sí
4.4 Nivel de Visualización 3: Detalles
Producción gráfica de las infografías
Implementación de cambios y sugerencias obtenidas en las validaciones anteriores.
Montajes en mockups
Pruebas de impresión
Calendarizar reunión con el cliente para presentación de piezas.
Preparar presentación.
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, Medibang Paint Pro, Youtube Premium, Notion, Adobe Creative Cloud, Canva, vehículo.
Tiempos:
Implementación de cambios: 5h
Montajes en mockups: 2h
Pruebas de impresión: 2h
Creación de presentación: 4h
Total: 13 horas/ 3 días
Costos:
Gasolina: Q9.56
Vehículo: Q1.53
Equipo: Q3.30
Software: Q2.66
Servicios: Q11.88
Muebles: Q0.22
Impresiones: Q20
TOTALES
Monetarios: Q49.15
Horas: 13
Días: 3
4.4.1
Validación 3:
Cliente y G.O.


4.4.1 Validación 3: Cliente y G.O.
• Establecer y crear herramienta para la evaluación.
• Presentación al cliente, tomar notas de comentarios, retroalimentación y sugerencias.
• Presentación al grupo objetivo, tomar notas de comentarios, retroalimentación y sugerencias.
• Realizar ajustes necesarios.
Insumos:
Laptop y periféricos; datos, celular, tablet, cuaderno de notas, lapiceros, Notion, Suite de Google.
Tiempos:
Presentación con el cliente: 4h
Presentación con el G.O: 3h
Total: 7 horas/ 2 días
Costos:
Gasolina: Q19.01
Vehículo: Q1.53
Equipo: Q1.36
Servicios: Q1.12
Otros: Q50
TOTALES
Monetarios: Q73.02
Horas: 7
Días: 2
¿El proceso de detalles fue aprobado?
No
Sí
5. Tabulación de resultados
• Recopilación, revisión y organización de resultados de las validaciones realizadas.
• Graficar e interpretar resultados según los métodos sugeridos.
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, Notion, Suite de Google
Tiempos:
Organización de resultados: 5 h
Interpretación de resultados: 2h
Total: 7 horas/ 2 días
Costos:
Equipo: Q2.10
Servicios: Q7.56
Muebles: Q0.14
TOTALES
Monetarios: Q9.80
Horas: 7
Días: 2
6. Detalles Preliminares
• Recopilación y revisión a profundidad de las información y resultados obtenidos durante el desarrollo del proyecto.
• Revisión de piezas gráficas, preparación de archivos y piezas físicas a entregar.
Insumos:
Luz, internet, laptop y periféricos; celular, datos, muebles, Notion, Suite de Google, Adobe Creative Cloud, Youtube Premium, vehículo.
Tiempos:
Recopilación y revisión de resultados: 4hrs.
Revisión de archivos: 3 h
Impresión de piezas: 2h
Total: 9 horas/ 2 días
Costos:
Gasolina: Q10.50
Vehículo: Q2.04
Equipo: Q2.20
Software: Q2.66
Servicios: Q7.88
Muebles: Q0.07
Impresiones: Q250
TOTALES
Monetarios: Q275.42
Horas: 9
Días: 2
7
Presentación final

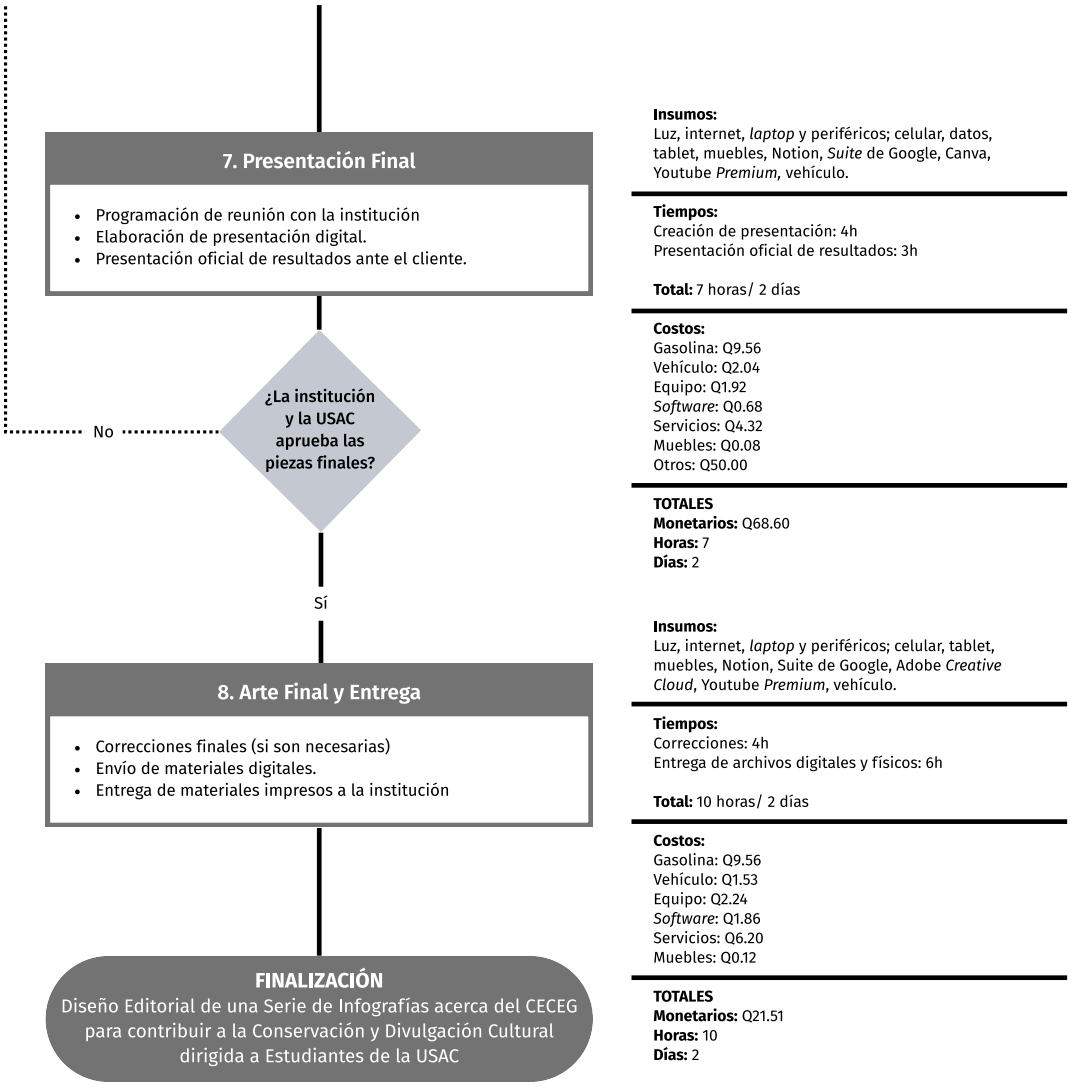


Figura 27. Flujograma del proceso creativo. Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Totales del proceso creativo.

Totales del Proceso Creativo	
Tiempos Totales Horas: 206 Días: 49.5	**Total de Costos** Q842.91

Total de Insumos

Mobiliario

- Escritorio de metal
- Silla de oficina con ruedas

Equipo

- Computadora *laptop* modelo ACER NITRO 5 CI5 12TH 3050
- Tableta gráfica Wacom Intuos Pro PTH-660
- Teléfono celular Motorola G100
- *Tablet* Xiaomi Redmi *Pad*
- *Mouse* y teclado XTech XTK-540S
- *Headset* HABITV PINK TABOO
- Disco duro externo Seagate Gaming 500GB

Softwares/Apps

- Adobe Creative Cloud
- Medibang Paint Pro (PC)
- Canva
- Notion
- Suite de Google: Gmail, Drive, Calendar...
- Youtube Premium
- Chat GPT
- Facebook
- WhatsApp

Librería

- Cuaderno para apuntes
- *Sketchbook*
- Portaminas
- Minas para portaminas universal
- Marcadores
- Lapiceros

Transporte

- Carro propio
- Visitas a las institución
- Desplazamiento hacia imprenta

Horarios

- De lunes a viernes, 5 horas al día (establecidos para Proyecto de Graduación)

Recurso Humano

- **Ejecutor del proyecto:** Darling Jolón
- **Asesor metodológico:** Anggely Enríquez
- **Asesor gráfico:** Cindy Ruano
- **Tercer asesor:** Juan Pablo González
- **Director de la institución:** Juan Pablo González
- Investigadores de cada área que conforma la institución.

Fuente: elaboración propia.

3.3 Cronograma del trabajo

Tabla 4. Cronograma de actividades.

Cronograma de Actividades																																
No.	Actividad	Instrumentos necesarios	Tiempo (Horas)	Costos	Julio					Agosto				Septiembre					Octubre				Noviembre									
					1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4						
					30-04	07-11	14-18	21-25	28-31	01-08	11-15	18-22	25-29	01-05	08-12	15-19	22-26	29-03	06-10	13-17	20-24	27-31	01-07	10-14	17-21	24-28						
1	**Sesión inicial de proceso creativo**	Resumen PG1, flujograma, cronograma, *laptop* y periféricos; luz, Internet, celular, *tablet*, tableta gráfica, Notion, cartas correspondientes.	14	Q144,94																												
2	**Definición creativa**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; resumen PG1, Cuaderno, lápiz, lapiceros, muebles, Notion, *Suite* de Google.	8	Q11,20																												
2.1	**Validación definición creativa**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; resumen PG1, muebles, Notion, *Suite* de Google.	3	Q1,40																												
3	**Proceso de Conceptualización**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; muebles, Notion, *Suite* de Google.	3	Q4,20																												
3.1	**Validación de la Conceptualización**	Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, Notion, *Suite* de Google.	3	Q4,20																												
4	**Proceso de producción gráfica**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; muebles, Notion, *Suite* de Google, brief y estrategia.	9	Q12,60																												
4.1	**Previsualización: *Brief* y Estrategia**																															
4.1.1	**Validación de previsualización**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; muebles, Notion, *Suite* de Google, *brief* y estrategia.	2	Q2,80																												
4.2	**Nivel de Visualización 1: Bocetaje**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; muebles, *sketchbook*, lápiz, marcadores, Medibang *Paint Pro*, Youtube *Premium*, Notion, *Suite* de Google.	19	Q29,83																												
4.2.1	**Validación: Autoevaluación**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; muebles, Notion, *Suite* de Google.	2	Q2,80																												
4.3	**Nivel de Visualización 2: Digitalización**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; muebles, *brief*, Medibang *Paint Pro*, Youtube *Premium*, Notion, Adobe *Creative Cloud*.	82	Q145,96																												
4.3.1	**Validación 2: Profesionales**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; muebles, Notion, *Suite* de Google.	8	Q11,20																												
4.4	**Nivel de Visualización 3: Detalles**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; muebles, Medibang *Paint Pro*, Youtube *Premium*, Notion, Adobe *Creative Cloud*, Canva, vehículo.	13	Q49,15																												
4.4.1	**Validación 3: Cliente y G.O.**	*Laptop* y periféricos; datos, celular, *tablet*, cuaderno de notas, lapiceros, Notion, *Suite* de Google.	7	Q73,02																												

5	**Tabulación de resultados**	Luz, internet, laptop y periféricos; muebles, Notion, *Suite* de Google	7	Q9,80	
6	**Detalles Preliminares**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; celular, datos, muebles, Notion, *Suite* de Google, Adobe *Creative Cloud*, Youtube *Premium*, vehículo.	9	Q250,00	
7	**Presentación Final**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; celular, datos, *tablet*, muebles, Notion, *Suite* de Google, Canva, Youtube *Premium*, vehículo.	7	Q68,60	
8	**Arte Final y Entrega**	Luz, internet, *laptop* y periféricos; celular, *tablet*, muebles, Notion, *Suite* de Google, Adobe *Creative Cloud*, Youtube *Premium*, vehículo.	10	Q21,21	
		TOTALES	206	Q842,91	

Fuente: elaboración propia.



Capítulo 4

Marco teórico

Contenido

4.1 Dimensión social y ética
4.2 Dimensión estética y funcional

4.1 Dimensión social y ética

El estudio de la cultura popular ha permitido que nuevas generaciones posteriores a su origen conozcan y comprendan la contextualización de diversas expresiones culturales que siguen observándose a día de hoy. Por medio del presente marco teórico se pretende exponer al lector el impacto que tiene la cultura popular,tanto dentro del país como enfocada al estudiantado universitario sancarlista y su recepción por parte del mismo.

4.1.1 La cultura popular guatemalteca y la educación no formal

La Cultura Popular, según la definición que brinda Lisette Figueroa, se entiende como «todas aquellas manifestaciones que se desarrollan en el seno de un pueblo, que poseen características propias surgidas por los procesos históricos y sociales que las determinan».[31]

La cultura popular guatemalteca cuenta con la fortuna de resaltar por si sola gracias la diversidad que la caracteriza, siendo el resultado de múltiples acontecimientos que han incidido en el país, culminando en una amalgama de tradiciones, creencias y hechos que los guatemaltecos han acogido como parte de su historia y que continúa presente en los tiempos actuales, en mayor o menor medida con el paso de los años.

Al hablar de educación informal, se entiende como los medios de aprendizaje representan un progreso en la escolaridad de quien la ejerce, organizados por entidades o individuos; más si reflejan en la recepción y retención de conocimiento que este adquiera sobre áreas temáticas teóricas y/o prácticas, facilitando su accesibilidad. En palabras de Francisco Alfaro, «El aprendizaje dentro de la educación no-formal se puede ofrecer en muchas circunstancias y a través de diferentes instituciones o personas».[32]

Desde hace años se ha luchado por insertar temas sobre cultura popular tradicional y cultura popular guatemalteca al la educación formal y no formal del país, tanto para estudiantes como para docentes; con base en la reforma educativa de los Acuerdos de Paz dada en 1997, donde se puntualiza la importancia integrar la identidad cultural de los pueblos mayas e indígenas y la inclusión de contenidos que refuercen el respeto de la diversidad cultural.[33]

31. Ana Lisette Figueroa Castro, «Transculturización y proceso de formación de la identidad en el niño de educación preprimaria a través de la cultura popular tradicional», (Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2007), 15, consultado el 12 de agosto de 2025, http://www.repositorio.usac.edu.gt/14449/1/13%20T%20%201393.pdf.

32. Francisco Oswaldo Alfaro Pérez, «La educación sexual en programas de educación no formal para niños de la calle», (Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1995), 20, consultado el 12 de agosto de 2025, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07_0469.pdf

33. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Rafael Landívar y Misión de Verificación de las Naciones Unidas en Guatemala (MINUGA), Acuerdos de Paz firmados por el Gobierno de la República de Guatemala y la Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca (URNG), Segunda ed., (Guatemala: Magna Terra Editores, 1997), 261-263, consultado el 13 de agosto de 2025, https://defensores.org.gt/wp-content/uploads/Acuerdos-de-Paz.pdf.

4.1.2 El apoyo del CECEG a la comunidad estudiantil de la USAC mediante la investigación y extensión

La Universidad de San Carlos de Guatemala –USAC–, contempla 3 ejes estratégicos para el cumplimiento de sus objetivos: investigación, docencia y extensión. El eje de investigación «es la actividad sistemática y creadora, tendiente a descubrir, comprender, describir, analizar, sintetizar, interpretar y/o evaluar las relaciones y la esencia de los fenómenos de la naturaleza, la sociedad y el pensamiento»[34], mientras que el eje de extensión «es la actividad orientada a la aplicación del conocimiento científico, tecnológico y humanístico en la solución de los problemas y satisfacción de las necesidades de la sociedad guatemalteca. Incluye la vinculación social, la conservación y difusión de la cultura...» entre otros puntos de valor.[35]

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala –CECEG–, al ser parte de la Dirección de Investigación de la USAC, cumple en gran medida con los dos ejes descritos anteriormente al ser la unidad investigativa especializada en Cultura Popular Tradicional y Cultura Popular Guatemalteca. Desde sus inicios, ha velado para las expresiones culturales que se pueden encontrar en nuestro país lleguen a ser apreciadas y reconocidas por el resto de la población por medio de su incorporación a la educación formal y no formal, además de la publicación de sus investigaciones en revistas y boletines, asesoramientos en la materia y gestión de actividades relacionadas para activar la participación en favor de la valoración cultural.[36] Las áreas de investigación que forman parte del CECEG abarcan temas para todo tipo de intereses y cada una cuenta con una amplia recopilación de información abierta para todos aquellos interesados en consultarla en su centro de documentación o página web.

Para los estudiantes de la USAC el aprovechar lo que CECEG puede aportar a su desarrollo educativo es una gran oportunidad, pues es una fuente de información gratuita y accesible para aquellos que tengan la necesidad de fundamentar investigaciones, proyectos académicos o por el simple afán de conectar con la cultura guatemalteca a través del conocimiento y apreciación a la misma.

34. Universidad de San Carlos de Guatemala, «Plan estratégico USAC 2030», (Guatemala, 2023), 34, consultado el 13 de agosto de 2025, https://drive.google.com/file/d/17BjHJwkpUu6V99zlbUzpur6hU6wlyW9P/view.

35. Ibid.

36. Magda Cifuentes de Ureta, «Aportes del Centro de Estudios Folklóricos de la Universidad de San Carlos de Guatemala a la aplicación de las culturas populares en el sistema educativo guatemalteco», (Guatemala: Centro de Estudios Folklóricos, 2002), 2-5, consultado el 13 de agosto de 2025.

4.1.3 La desconexión de los jóvenes sancarlistas con el CECEG y la cultura popular guatemalteca

Según los resultados del estudio realizado por Rolando Caal, las personas desde edades tempranas pueden presentar rechazo o desinterés sobre temas de índole cultural tradicional, generado por una falta de valorización desde sus grupos de influencia (familias, amigos, compañeros de estudios...) o miedo a sufrir rechazo social, provocando la pérdida de identidad cultural.[37]

Esto repercute en las opiniones que los individuos crean durante el inicio de la etapa adulta y desarrollo educativo, tales como que «los nuevos académicos pueden suprimir la cultura tradicional en su ejercicio profesional».[38] De igual forma, afecta en la posición de estos jóvenes adultos en donde prefieren mantener distancia con entidades culturales, ya que no sienten que sea algo que tenga que ver con su mundo porque no se sienten incluidos o el simple desinterés por la finalidad del aporte de la institución.

4.1.4 La infografía como vínculo entre la educación, la comunicación y la cultura

El paso del tiempo y la acelerada evolución de la tecnología ha provocado cambios significativos en los métodos de enseñanza actuales. Esto en respuesta a cómo las personas han redirigido su interés en medios audiovisuales para facilitar la comprensión de temas que podrían resultar complejos de entender si solamente se utilizara recursos básicos como la lectura de documentos. Gracias a ello se ha implementado el uso de la infografía[39] como apoyo en la formación educativa a través de la narrativa visual.

Adoptar el uso de recursos como la infografía en el ámbito cultural puede funcionar como una herramienta de difusión pensada para llegar a las nuevas generaciones que buscan medios de aprendizaje fácil y que se adapte a su necesidad de estímulos visuales. Además de posibilitar el uso de expresiones y lenguaje adaptado al público que busca dirigirse y, aún así, siga funcionando como un medio efectivo en su misión de comunicar información relevante sobre el tema que abarca.

37. Rolando Caal Juc, «La pérdida de la identidad cultural incide en la condición de vida», (Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2013), 82, consultado el 13 de agosto de 2025, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/29/29_0068.pdf.

38. Anibal Chajón, «Aplicación educativa de la cultura tradicional en la Universidad de San Carlos de Guatemala», Tradiciones de Guatemala, No. 86 (Guatemala, 2016): 300, consultado el 13 de agosto de 2025, https://ls3.usac.edu.gt/revindex/articulos/editor5-r351_pi297_pfi304_ra44710.pdf.

39. Adolfo Guzmán Lechuga, «La infografía: un recurso didáctico para los procesos actuales de aprendizaje y enseñanza», Zincografía, (Guadalajara, México, 2023): 28, consultado el 13 de agosto de 2025, https://www.scielo.org.mx/pdf/zcr/v7n14/2448-8437-zcr-7-14-26.pdf.

4.1.5 Influencia de la cultura popular guatemalteca en la formación de la comunidad estudiantil de la USAC

La Universidad de San Carlos de Guatemala no está comprometida solamente con el desarrollo personal y académico del estado, sino dentro de su marco filosófico también se especifica que vela por la difusión de la cultura y busca cooperar en la solución de problemas con base en las realidades que se presentan en el país.[40] Esto último se evidencia para los estudiantes en los procesos de EPS, elaboración de tesis y/o proyecto de graduación que sean un aporte positivo para el desarrollo del estado.

En tal sentido, se infiere que la cultura popular tradicional y la cultura popular guatemalteca se encuentran intrínsecas en todo proceso que realiza la universidad, ya sean en mayor o menor medida, puesto que son los propios guatemaltecos quienes desean y buscan el desarrollo del país para el beneficio de otros guatemaltecos. Mientras más se conozca, aprecie y divulgue la variedad de expresiones culturales que pueden encontrarse en el país, se podrán generar investigaciones, proyectos y soluciones con una mayor conexión conectadas con la realidad de la población y con un fuerte sentido de identidad cultural.

4.1.6 Oportunidad para despertar el interés de los jóvenes sancarlistas hacia las labores del CECEG

Para instituciones relacionadas con temas culturales debería ser una prioridad el incluir a los jóvenes universitarios como uno de sus grupos focales principales, puesto que estos serán quienes determinarán si la cultura popular tradicional y la cultura popular guatemalteca seguirá siendo relevante en el futuro o, en su defecto, será relegada a un nivel inferior de importancia.

Implementar la infografía como un medio para la difusión del CECEG y sus labores permitirá llegar a la juventud sancarlista de una manera fresca, atractiva y, sobre todo, comprensible, aspectos que serán de utilidad para el cumplimiento de los objetivos. Tanto la creación de la línea gráfica para las piezas como la producción de las mismas funcionarán como herramienta para acercar a los jóvenes a la cultura popular guatemalteca, siendo ellos quienes la mantengan presente, viva y valorada en los años venideros.

40. Universidad de San Carlos de Guatemala, «Plan estratégico USAC 2030», 14.

4.2 Dimensión Estética y Funcional

4.2.1 El diseño editorial y el diseño de información para infografías físicas.

Leonardo Guerrero define el diseño editorial como aquel que «permite maquetar y componer publicaciones logrando una armonía entre texto, imagen, diseño y diagramación dotando de personalidad al momento de comunicar el mensaje».[41] Gracias a esta descripción es posible vincular a la infografía con el diseño editorial, ya que la infografía tiene como objetivo el presentar información reforzada con elementos visuales que permitan la fácil comprensión del tema que aborda.

Existen organizaciones que han utilizado la infografía como un medio útil para presentar a potenciales socios o clientes la información más relevante sobre sus productos y/o servicios.[42] Esto se apoyada con la teoría del diseño de la información, disciplina que favorece la representación de información compleja para aquellos que no hayan tengan algún conocimiento previo con el tema.[43]

La infografía será una herramienta que facilitará la comunicación de la institución con el público al que busca dirigirse. Además, contar con las piezas gráficas como un recurso tangible, ya que están contempladas para su impresión, permitirá que dicha comunicación entre jóvenes e institución sea percibida con mayor cercanía.

4.2.2 Aplicación de la ilustración digital y la iconografía

La ilustración ha sido vinculada mayormente al contenido dirigido a niños gracias a la gran cantidad de libros infantiles que hacen uso de ella. Sin embargo, como explican Menza, Sierra y Sánchez: «la ilustración se encarga de clarificar, iluminar, decorar o representar visualmente un texto escrito, sin importar su género».[44] Utilizando esto como base, es posible hacer uso de la ilustración para capturar la atención del público que se encuentra en los inicios de la adultez.

41. Leonardo Guerrero Reyes, «El Diseño Editorial. Guía par ala realización de libros y revistas», (Trabajo Fin de Máster, Universidad Complutense de Madrid, 2016), 29, consultado el 14 de agosto de 2025, https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/ae9a1284-8f73-4956-9e20-761230468e3a/content#page=29.77.

42. Raymond Colle, «Infografía: tipologías», Revista Latina de Comunicación Social, vol. 7, No. 58, (Chile, 2004): 12, consultado el 13 de agosto de 2025, https://www.redalyc.org/pdf/819/81975801.pdf.

43. Gerardo Luna y Ruth López, «Teoría del diseño de información aplicada en la infografía científica», Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, No. 172, (Argentina, 2022): 242, consultado el 13 de agosto de 2025, https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/7135/11416.

44. Andrés Menza, Eduard Sierra y Wilman Sánchez, «La ilustración: dilucidación y proceso creativo», Revista Kepes, No. 13, (Caldas, Colombia, 2016): 13, consultado el 14 de agosto de 2025, https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/2770/2564.

En la actualidad es común encontrar adultos que aún siguen disfrutando de series, películas o videojuegos que incorporan el diseño de personajes, ambientes y animación de cualquier tipo (2D, 3D, Stop Motion...), por lo que no es de extrañar que estén familiarizados con el contenido visual que incorpore la ilustración. Esto permitirá que el proyecto pueda hacer uso de ilustraciones para complementar el contenido de las infografías, volviéndose un medio que conecte con el público de manera natural.

De igual manera, la aplicación de iconos, símbolos y/o pictogramas dentro de las piezas aportarán facilidad en el reconocimiento y vinculación de información para los receptores ya que funcionarán como herramienta para identificar conceptos de forma rápida a través de la síntesis visual.[45]

4.2.3 La función del color

Eva Heller afirma que «el efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en la cual percibimos el color.»[46] El uso del color toma un papel importante al momento de diseñar una infografía, puesto que influye en el nivel de contraste que se generará entre fondos, textos e ilustraciones. Igualmente, es de tomar en cuenta las connotaciones psicológicas, tanto positivas como negativas, que los colores pueden generar en el lector.

Para este proyecto se utilizará como base los colores institucionales y el sistema de identificación por color con el que cuenta cada área de investigación. Esto puede percibirse a simple vista como una limitante, sin embargo, el contar con tonalidades de referencia permite el uso de armonías y la experimentación entre diversas matices, saturaciones y valores de color que amplíen cantidad de tonos en disponibles en la paleta cromática.

45. Elena González y Tania Quindos, Diseño de íconos y pictogramas (España, Campgràfic Editors, 2015), 17, consultado el 14 de agosto de 2025, https://www.researchgate.net/profile/Gonzalez-Miranda-Elena/publication/335986274_DISENO_DE_ICONOS_Y_PICTOGRAMAS/links/5d88f6ff299bf1996f98b2ba/DISENO-DE-ICONOS-Y-PICTOGRAMAS.pdf

46. Eva Heller, «Cómo el contexto determina el efecto» en Psicología del color, (España, 2004), 18.

4.2.4 El rol de la retícula y la selección tipográfica

Para iniciar el proceso de diseño editorial es primordial hacer uso de la retícula, permitiendo organizar el contenido de manera ordenada y en función de su nivel de importancia,[47] produciendo comodidad en el público durante la lectura y evitando la saturación de los elementos. El tipo de retícula que se decida utilizar dependerá tanto del tipo y cantidad de contenido a diagramar como de la naturaleza de la pieza a diseñar.

Para el diseño de infografías existe la opción de trabajar con retículas de columnas o modulares que crean una sensación de orden en la pieza. En otros casos se prefiere la retícula jerárquica que permite una mayor libertad en cuanto a la distribución del contenido sin perder la armonía.[48] Reiterando, la elección dependerá de la cantidad de información y complementos disponibles para la creación de las piezas de diseño.

La tipografía es uno de los elementos más importantes en el diseño editorial, por consecuencia también influye su correcta selección para el diseño de infografías. Siguiendo la filosofía de Fernando Ramírez: «La elección tipografía determinará la visibilidad y legibilidad del texto»[49] y «la tipografía se debe utilizar para que el público lector reciba un mensaje gráfico legible y disfrute de los textos».[50]

Igualmente la jerarquía tipográfica juega una poderosa función al permitir identificar elementos dentro del contenido: títulos, subtítulos, anotaciones importantes o créditos de la información presentada. Esto se debe a la variación de pesos y estructura de la letra con las que cuentan algunas familias tipográficas.[51]

De esta manera, elegir una combinación de tipografías que haga juego con el tema de las piezas a diseñar será parte primordial para darle sentido y congruencia a la línea gráfica, siempre teniendo presente que cumplan con una correcta legibilidad y que cuente con disponibilidad de elegir entre diferentes pesos que permitan marcas jerarquías claras en el contenido.

47. Josef Müller-Brockmann, «¿Para qué sirve la retícula» en Sistema de retículas, (España, 1961), 13.

48. Emilia Alavez, «La importancia de la retícula en el diseño editorial», El diseño editorial y la edición, No. 1, 2da época, (México, 2023): 27, consultado el 14 de agosto de 2025, https://espaciodisenoojs.xoc.uam.mx/index.php/espaciodiseno/article/view/2497/2463.

49. Fernando Ramírez, «El uso de la tipografía en el diseño editorial como medio de comunicación gráfica», Revista Estudios, No. 30 (Costa Rica, 2015): 6, consultado el 14 de agosto de 2025, https://archivo.revistas.ucr.ac.cr/index.php/estudios/article/view/19864/19957.

50. Ibid., 7

51. Gavin Ambrose y Paul Harris, «Jerarquía» en Fundamentos de la tipografía, (España, 2009), 134.



Capítulo 5

Definición creativa

Contenido

5.1 *Brief*
5.2 Descripción de la estrategia de la pieza de diseño
5.3 *Insight*
5.4 Concepto creativo
5.5 Premisas de diseño

5.1 Brief

5.1.1 Nombre del proyecto

Serie de 12 infografías que describen información general sobre el CECEG, lo que ofrecen al público y detalles sobre las áreas de investigación que lo integran.

5.1.2 Descripción del cliente

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala -CECEG- (anteriormente conocido como Centro de Estudios Folklóricos -CEFOL-) es una extensión perteneciente a la Dirección de Investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala dedicada a la documentación, preservación y difusión de expresiones culturales de diversas categorías que se manifiestan dentro del país. Parte de su trabajo consiste en documentar la información recopilada para su publicación en materiales editoriales y libre acceso para quienes requieran de su consulta. Además de organizar actividades de índole cultural como conversatorios, exposiciones, talleres, entre otras más.

El CECEG cuenta con 10 áreas de investigación para categorizar de mejor manera cada expresión cultural que investigan. Entre ellas se encuentran:

- **Artes y Artesanías Populares**
- **Cultura y Educación**
- **Coreología y Artes Escénicas Populares**
- **Etnomusicología (sin investigador)**
- **Etnografía Histórica**
- **Gastronomía Tradicional**
- **Medicina Tradicional**
- **Microhistoria**
- **Oralidad y Literatura Tradicional**
- **Religiosidad Popular**

5.1.3 Antecedentes de diseño

Debido a que esta entidad no cuenta con un departamento especializado en comunicación visual y/o diseño gráfico, las piezas han sido elaboradas sin el uso de estrategias de comunicación efectiva que justifiquen las decisiones de diseño. Esto ha provocado la carencia de unidad gráfica entre cada una, utilizando diferentes estilos de diagramación, uso de fotografía o imágenes, tipografías, entre otros elementos.

Estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación han intentado cubrir ciertas necesidades de diseño para la institución, tales como la creación de señalética dentro del centro de documentación, un manual de normas gráficas junto a diversas aplicaciones para uso interno de los trabajadores y una mascota institucional enfocada al público infantil.

Cabe destacar que uno de los recursos más importantes que han implementado en los últimos proyectos es el sistema de color e iconografías para cada área de investigación, creado por una estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC como parte de su proyecto de graduación.

5.1.4 Grupo objetivo

Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala entre 18 a 24 años, residentes en la ciudad de Guatemala.

5.1.5 Tono de la comunicación

Al tratarse de jóvenes que se encuentran en el nivel académico universitario, es posible utilizar un tono casual, para que los lectores puedan sentirse cómodos con el contenido y no recaer en aburrimiento o desinterés.

5.1.6 Elementos obligatorios

Utilizar como base la paleta de color establecida para la institución en general, al igual que el sistema de iconografía y paleta de color de las diferentes áreas de investigación.

5.2 Descripción de la estrategia de la pieza de diseño

5.2.1 Estrategia de aplicación de la pieza (*6W's*)

¿Qué?
12 Infografías sobre el CECEG, sus funciones, servicios y áreas de investigación.

- Línea gráfica para las infografías.
- Ilustraciones e iconografía.
- Diagramación de las infografías.
- Mockups de las piezas finales.
- Archivos para impresión.

¿Para qué?
- Tener medios que apoyen y faciliten la comprensión de información sobre la institución y sus aportes.
- Para que más personas puedan conocer la institución, consultar el material que ofrecen y participar en sus actividades.

¿Con qué?
- Información sobre la institución.
- Sketchbook y materiales de dibujo
- Moodboard de inspiración.
- Iconografía y paleta de color de las áreas de investigación de la institución.
- Softwares y Hardware variado.
- Servicios de impresión.
- Autorización de la institución y asesores para ejecutar el proyecto.

¿Con quién?
Involucrados directos

- **Ejecutora del proyecto:** Darling Jolón
- **Asesora metodológica:** Anggely Enríquez
- **Asesora gráfica:** Cindy Ruano
- **Director de la institución y tercer asesor:** Lic. Juan Pablo González

Involucrados indirectos

- Trabajadores e Investigadores del CECEG.
- Escuela de Diseño Gráfico, FARUSAC.
- Estudiantes de la USAC.

¿Cuándo?
- Tiempo aproximado para desarrollo del proyecto: 12 semanas
- El material podrá usarse a partir del mes de julio de 2026, siendo vigente de manera indefinida a menos de que se realicen modificaciones a los servicios y/o áreas de investigación.

¿Dónde?
- Ciudad de Guatemala, Guatemala.
- El material está contemplado utilizarse en actividades en las que la institución tenga presencia.

5.2.2 Cuadro comparativo

Tabla 5. Cuadro comparativo de ventajas y desventajas del proyecto.

Pieza	Ventajas	Desventajas
Infografías impresas	• Fácil de trasladar para su uso en actividades fuera del centro de documentación. • Contenido sintetizado que facilita su comprensión a quienes no han tenido algún acercamiento con la institución. • La línea gráfica a utilizar funcionará como atractivo visual para el público objetivo. • Ayudará a crear posicionamiento en la mente del grupo objetivo gracias al uso de colores e iconografía institucional.	• Requieren ser impresas en alta calidad, por lo que implica una inversión monetaria. • Su uso constante o exposición puede conllevar al desgaste, lo que conllevaría a invertir en impresiones nuevas. • En caso de que se realicen cambios dentro de las áreas de investigación, el contenido quedaría obsoleto y se requeriría una actualización.

Fuente: elaboración propia.

5.3 Insight

5.3.1 Factores del contexto social

Cultura
Los habitantes de zonas pertenecientes a la ciudad capital cuentan con conocimiento sobre prácticas culturales y tradiciones que forman parte de la cultura popular del país y que suelen ser las más representativas, siendo partícipes de las mismas o conociendo de su existencia. Gracias a ello, son conscientes de la riqueza cultural que posee Guatemala, a pesar de que aún hay temas de los que desconocen.

Factor afectivo
Existe conciencia y empatía sobre las diversas problemáticas sociales que se viven día a día en el país: corrupción, inseguridad, pobreza, etc. Sin embargo, también saben reconocer los puntos positivos sobre ser parte de la sociedad guatemalteca y, sin hacer caso omiso de los temas negativos, intentan enfocarse en lo bueno y que esto influya en su filosofía de vida, siendo perseverantes y resilientes.

Pertenencia
Los estudiantes universitarios, en su mayoría, tienen un objetivo en común: culminar sus estudios para ejercer profesionalmente. El hecho de querer ser parte del reducido grupo que logra terminar la educación superior es parte de las razones que los impulsa a seguir adelante. Por otro lado, muchos de estos estudiantes desean que el desempeñar su profesión en el futuro sea parte del cambio que genere un impacto positivo en el desarrollo del país.

5.3.2 Motivaciones, intereses y actitudes

Una de sus principales motivaciones de este grupo es la absorción de conocimiento, no solamente en temas relacionados a su carrera profesional, sino de toda aquella información que le pueda interesar ayudar a su desarrollo intelectual y utilizarla para ser un miembro de la sociedad que impulse un cambio positivo para el país. Por ello presenta interés en comprender la realidad nacional en diversos contextos (social, político, cultural, etc.). Sin embargo, el darle prioridad a otros aspectos como el estudio o las relaciones sociales, no le permite recabar información a profundidad, por lo que debe ir aprendiendo de poco en poco con los medios que tenga a su disposición.

5.3.3 Frase del *insight*

«Prefiero la información directa y fácil de captar, eso ayuda a que le ponga más atención»

El estudiante, cuando se trata de temas que no tengan relación directa con su carrera o áreas de conocimiento, prefiere tener un primer acercamiento sobre algún tema nuevo de manera fácil y que sea comprensible a la primera. Cuando no es así, es más probable que pierda el interés. Además, de necesitar un elemento que le ayude a captar su atención rápidamente (una imagen o un titular llamativo), que tenga fuerza y presencia.

5.4 Concepto creativo

5.4.1 Técnicas creativas

La flor de loto

Esta técnica consiste en crear diagramas con forma de flor, escribiendo en el centro de este el tema inicial, para luego añadir ideas relacionadas en los pétalos. Se elige una de las ideas de los pétalos para colocar en el centro de una nueva flor, repitiendo el proceso hasta contar con las suficientes ideas.[52]

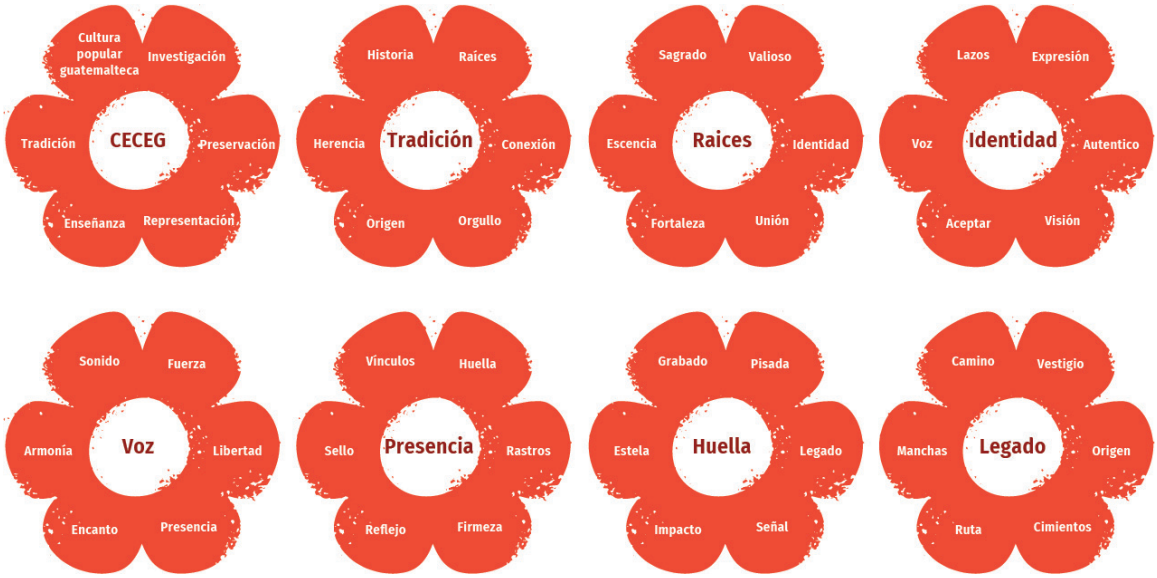


Figura 28. Técnica creativa flor de loto. Fuente: elaboración propia.

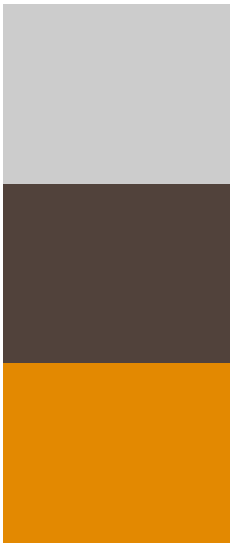
Frases conceptuales generadas:

- Lazos heredados
- Sellos de tradición
- Raíces vivas

52. «La flor de loto (técnica MY)», Neuronilla, 20 de marzo de 2018, consultado el 10 de septiembre de 2025, https://neuronilla.com/la-flor-loto-tecnica-my/.

Inspiración desde los colores

Con base en una paleta de color, se selecciona una fotografía que contenga los colores elegidos. Se analiza detenidamente y se realiza un listado de las analogías encontradas.[53]



Figuras 29. Paleta seleccionada para la técnica creativa.



Figura 30. Nan Palmero, Yelp San Antonio Luau, 2010.
Fuente: https://www.flickr.com/photos/97402086@N00/4800986358

Analogías encontradas:

- Luz cálida
- Prender la llama
- Ondas luminosas
- La práctica hace al maestro
- Movimiento imparable
- La luz guía
- Bucle constante
- Acto tradicional
- Peligro potencial
- Digno de prestigio
- Agilidad dinámica
- El momento perfecto
- Portal mágico
- Talento en acción
- Trazado deslumbrante

Frases conceptuales generadas:

- Líneas culturales
- Portales de identidad
- Estelas de historia

53. «Inspiración desde los colores», Neuronilla, 16 de octubre de 2013, consultado el 10 de septiembre de 2025, https://neuronilla.com/inspiracion-desde-los-colores/.

Inspiravideo

Se elige una palabra al azar y luego se busca esa palabra en YouTube. De esa búsqueda se selecciona un video y se realiza un listado de las analogías identificadas.[54]

Palabra elegida

Tesoro



Figura 31. Captura de Pantalla del video «Encontré un TESORO PERDIDO buceando con detector de metales!» Fuente: https://www.youtube.com/watch?si=z3ZEg2ZWI-hPXvOBw&v=_R0iIoCkzr4&feature=youtu.be.

Analogías encontradas:

- Búsqueda del tesoro
- Reliquias de valor
- Yendo a lo más profundo
- La paciencia da sus frutos
- Aguas cristalinas
- No perder la esperanza
- Descubriendo antigüedades
- Encontrar algo valioso
- Dejarse llevar por la corriente
- Entre más ayuden, mejor
- Lo que pocos ven
- Llave escondida
- Adrenalina pura
- Disfrutar de la experiencia
- Perder objetos valiosos

Frases conceptuales generadas

- Fluyendo con el tiempo
- Llaves al conocimiento
- Riquezas ocultas

54. «Inspiravideo», Neuronilla, 20 de abril de 2010, consultado el 10 de septiembre de 2025, https://neuronilla.com/videos-que-inspiran/.

5.4.2 Concepto creativo

Sellos de tradición

En Guatemala, las costumbres y tradiciones han sido una parte significativa en la historia y en la sociedad, al punto que hoy en día siguen estando presentes. Son representación de lo que la población guatemalteca fue, sigue siendo y que deben conservar para que no desaparezca con el paso del tiempo. Un sello es un elemento que deja una marca imborrable que aporta valor adicional al medio que lo porta. De esta misma forma actúan las expresiones culturales del país, su existencia suma un valor incalculable a Guatemala, por lo que deben ser cuidadas y mostradas a otros para que sigan presentes para conocimiento de las generaciones actuales y futuras.

5.5 Premisas de Diseño

5.5.1 Cromatología

La paleta cromática base consiste en 3 colores extraídos de la paleta institucional y 10 colores en el que cada uno representa un área de investigación. Para generar diferentes niveles de contraste y jerarquía se planea recurrir al uso de armonías análogas, lo que permitirá la ampliación de la paleta cromática según sea necesario. Además, para crear unidad entre los colores de la paleta se plantea el uso de variaciones con subtonos cálidos. Debido a que el proyecto está contemplado para ser reproducido de manera física, se empleará el modelo de color sustractivo CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Key*)



Figura 32. Paleta de color extraída de los colores institucionales y tonalidades que representan las áreas de investigación.

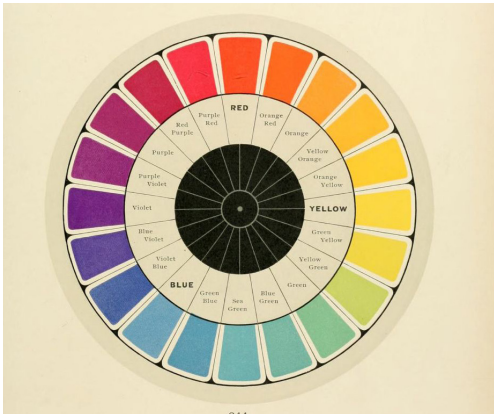


Figura 33. Círculo cromático con tonalidad cálida. Fuente: https://www.pinterest.com/pin/8444318046813119/

5.5.2 Tipografía

La tipografía es el elemento que ayudará a transmitir los datos presentados en las infografías al grupo objetivo, por lo que su correcta selección es de suma importancia. Para ello, se planea el uso de 2 tipografías palo seco y una manuscrita.

Realce[55] es una tipografía Sans Serif de estructura condensada y un gran peso visual, creada para utilizarse en titulares o en datos de importantes que deban destacar.

Sedgwick Ave,[56] al contrario de las anteriores, cuenta con una estructura más irregular debido a su diseño manuscrito. Esta fuente tipográfica genera un contraste ideal para complementar el titular y emplearse en subtítulos del contenido, sin sobreexplotar su uso.

Fira Sans[57] es una tipografía creada por un equipo de Mozilla Corporation. Al contar con características humanistas y una amplia cantidad de estilos, es una fuente que funciona eficientemente en cuerpos de textos por su alta legibilidad.



Figura 34. Tipografía Realce. Fuente: https://curso.plau.design/realce.



Figura 35. Tipografía Sedgwick Ave. Fuente: https://fonts.google.com/specimen/Sedgwick+A-ve?preview.text=Sedgwick%20Ave&query=sed



Figura 36. Tipografía Fira Sans. Fuente: https://fonts.google.com/specimen/Fira+Sans?preview.text=Fira%20Sans

5.5.3 Retícula

La retícula será la herramienta que permitirá colocar los elementos de manera ordenada, por lo que su uso será indispensable en la experimentación y creación de recorridos visuales que beneficien a la lectura del contenido y la comprensión del lector.

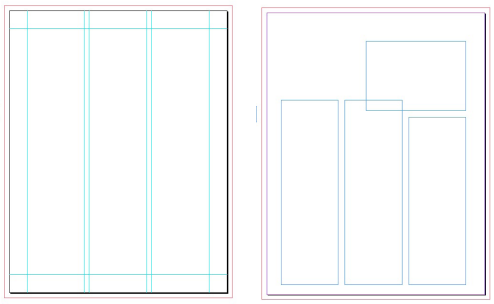


Figura 37. Retícula de columnas y retícula jerárquica. Fuente: https://tipogramablog.wordpress.com/2013/05/29/reticulas/

55. «*Baixe gràtis a Realce*», Plau Design, acceso el 10 de septiembre de 2025, https://curso.plau.design/realce.

56. «Sedgwick Ave», Google Fonts, acceso el 10 de septiembre de 2025, https://fonts.google.com/specimen/Sedgwick+Ave/about

57. «Fira Sans», Google Fonts, acceso el 10 de septiembre de 2025, https://fonts.google.com/specimen/Fira+Sans/about

5.5.4 Figura: ilustración e iconografía

El concepto “Sellos de Tradición” abre la oportunidad para crear ilustraciones digitales que simulen la impresión de sellos grabados en goma, con acabados irregulares y texturas que transmitan la sensación de un trabajo manual, imperfecto pero con personalidad. Por otro lado, la iconografía deberá conectar con las ilustraciones, con la diferencia de hacer un menor uso de texturas demasiado marcadas pero que siga proyectando un resultado artesanal. Las ilustraciones serán trabajadas en mapa de bits para poder agregar texturas de manera más fácil, mientras que la iconografía será convertida a un formato vectorial para poder hacer modificaciones a su color de relleno rápidamente.



Figura 38. Estampados con sellos. Fuente: https://www.pinterest.com/pin/546765211033736974/

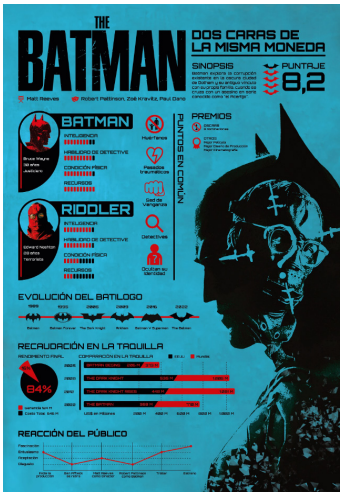


Figura 39. Iconografía. Fuente: https://www.pinterest.com/pin/7529524372798225/

5.5.5 Tendencia

Una de las tendencias utilizadas en el diseño de infografías es el utilizar a la ilustración como gancho narrativo y visual, otorgándole un mayor peso dentro de la composición. Como complemento, se crearán titulares y subtitulares con frases que hagan uso de recursos literarios que generen una conexión emocional con el lector, despertando su curiosidad y creando interés por el contenido.





Figuras 40 y 41. Ejemplos de infografías. Fuente: https://www.behance.net/gallery/214853043/Infografia-Crepusculo, https://www.behance.net/gallery/204899903/Infografia-The-Batman

Capítulo 6

Producción gráfica

Contenido

6.1 Previsualización
6.2 Nivel de producción gráfica 1
6.3 Nivel de producción gráfica 2
6.4 Nivel de producción gráfica 3
6.5 Propuesta gráfica final fundamentada
6.6 Vista preliminar de la pieza gráfica
6.7 Lineamientos para la puesta en práctica
6.8 Honorarios

6.1 Previsualización

6.1.1 Título del proyecto

Diseño editorial de infografías acerca del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala –CECEG– para contribuir a la conservación y divulgación cultural dirigidas a estudiantes de la USAC.

6.1.2 Resumen del tema social

La cultura popular guatemalteca es el resultado del impacto que han provocado diversos sucesos históricos, dejando una marca en el modo de vivir y representar la identidad de los grupos étnicos que conforman a la población del país. En la actualidad, se lucha por conservar y promover la valorización de la cultura guatemalteca a pesar de las adversidades a las que pueda enfrentarse, como la globalización y el desinterés de ciertos grupos. Es imposible negar la fuerte influencia que la cultura popular guatemalteca sigue teniendo en la sociedad.

6.1.3 Piezas de diseño

- Ilustraciones principales
- Ilustraciones secundarias
- Iconografía
- Composiciones tipográficas para titulares
- Diagramación de infografías
  - Información general del CECEG
  - Servicios que brinda la institución y actividades en las que participa con regularidad.
  - Información sobre sus áreas de investigación (una pieza por área)

6.1.4 Ruta de usuario

Tabla 6. Mapa de ruta de usuario.

Mapa de ruta de usuario		
Actividad	**Sentimiento**	**Experiencia**
Fase 1: Interés casual		
Sale de clases en la universidad, piensa en lo que debe hacer al llegar a casa		Parte de la rutina, siente agotamiento y necesita despejarse.
Vio en Facebook que habrá una feria del libro en universidad		Le llama un poco la atención, pero no quiere ir sola.
Pregunta a sus amistades si quieren ir a dar una vistazo, ellos aceptan		
Fase 2: exploración del entorno		
Caminan hasta el lugar donde es la feria		Platican sobre otros temas mientras avanzan.
Al llegar parece que no hay mucha gente a simple vista		Da a pensar que realmente no hay nada muy interesante.
Deciden pasar viendo cada stand o mesa rápidamente		Hay cosas que llaman su atención, pero no demasiado como para preguntar.
Fase 3: acercamiento con la institución		
Se acercan al stand donde CECEG está exponiendo sus revistas y boletines		No conocía la institución.
Lee las infografías impresas sobre la institución y comprenden mejor de que trata		Le despierta curiosidad.
Fase 4: indagación		
Hacen preguntas sobre que ofrecen al estudiantado		Busca motivación para involucrase más con la institución.
Se les explica sobre las actividades en las que suele participar u organizar, apoyados de otra infografía		
Encuentran un código QR donde pueden ingresar a la página web de CECEG para conocer más		
Fase 5: cierre y difusión pasiva		
Se retira de la feria, platica con sus amistades sobre lo que vieron		No todo fue bueno, pero algunas cosas si llamaron su atención.
Se separa del grupo para ir a casa		Piensa en como estuvo su día, pudo despejarse un rato.
Habla con su familia sobre lo que vio en la feria, destacando la información que recuerda sobre el CECEG		

Fuente: elaboración propia.

6.2 Nivel de producción gráfica 1

6.2.1 Piezas gráficas

Ilustración principal
Introducción
Contenido
Créditos y logos
Titular
íconos
Código QR

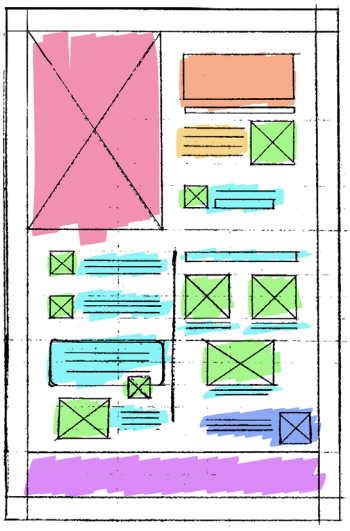


Figura 42. Bocetaje de propuesta 1 de diagramación para infografías sobre áreas de investigación.
Fuente: elaboración propia.

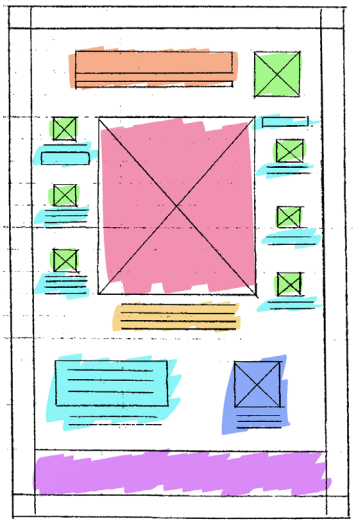


Figura 43. Bocetaje de propuesta 2 de diagramación para infografías sobre áreas de investigación.
Fuente: elaboración propia.

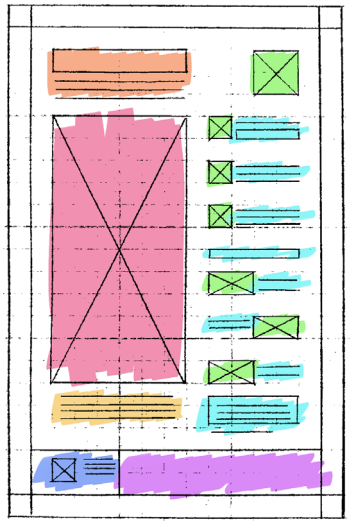


Figura 44. Bocetaje de propuesta 3 de diagramación para infografías sobre áreas de investigación.
Fuente: elaboración propia.

Sección 1: diagramación - áreas de investigación
La propuesta 1 presenta un recorrido visual que inicia desde el lateral derecho con la ilustración principal, pasando por la sección del lado izquierdo y creando un zigzag entre las siguientes secciones. El recorrido se vuelve dinámico al ser marcado por la jerarquía del contenido, culminando en la sección inferior donde se ubicarán los créditos y logotipos institucionales. La disposición de los elementos se transmite equilibrada.

El recorrido de la propuesta 2 es mucho más caótico, comenzando por la parte superior central, bajando a la ilustración para luego crear un zigzag en los contenidos laterales y culminar con las secciones inferiores. La composición es ligeramente desequilibrada, dando prioridad a las secciones más cercanas a la ilustración.

Por último, en la propuesta 3 se grafica un recorrido más sencillo pero funcional y fácil de seguir, iniciando en la parte superior derecha con el titular, pasando por la ilustración y la introducción, continuando por el lateral izquierdo con el contenido y finalizando nuevamente en la sección de créditos. La ilustración gana mucho más protagonismo al abarcar un área más amplia.



Figura 45. Bocetaje de propuesta 1 para estilo de ilustraciones principales. Fuente: elaboración propia.



Figura 46. Bocetaje de propuesta 2 para estilo de ilustraciones principales. Fuente: elaboración propia.



Figura 47. Bocetaje de propuesta 3 para estilo de ilustraciones principales. Fuente: elaboración propia.

Sección 2: ilustraciones principales

La propuesta 1 ilustra la idea principal de crear una composición de diversos elementos que representen el tema que se está tratando en el contenido de la infografía, utilizando un estilo tipo boceto.

La propuesta 2 presenta un acabado más pulido, tomando en cuenta las premisas de diseño establecidas en cuanto a color y uso del color. Esta propuesta hace un de 3 colores planos y texturización poco marcada.

En la propuesta 3 se experimenta más libremente el uso de las texturas y transparencias para obtener un resultado más rústico. Se opta por utilizar trazos unidos al delineado para crear sombras y volumen en los elementos. Se utilizan únicamente 2 colores para su creación.



Figura 48. Bocetaje de propuesta 1 para estilo de iconografía.
Fuente: elaboración propia.

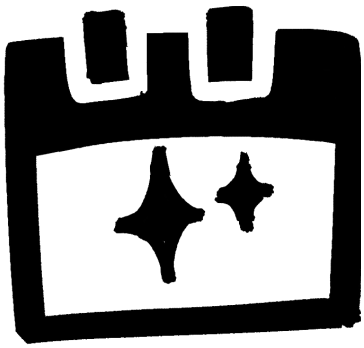


Figura 49. Bocetaje de propuesta 2 para estilo de iconografía.
Fuente: elaboración propia.

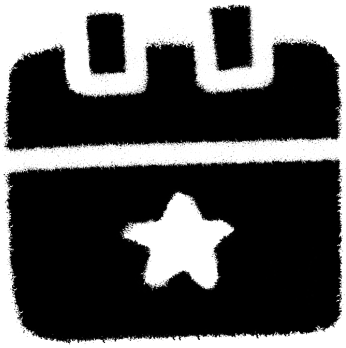


Figura 50. Bocetaje de propuesta 3 para estilo de iconografía.
Fuente: elaboración propia.

Sección 3: iconografía

La propuesta 1 para el estilo de iconografía se basa en el uso de contornos internos y externos para crear los íconos. La línea cuenta con una textura granulada como los trazos de un lápiz.

La propuesta 2 utiliza un trazado menos texturizado y de mayor grosor. Utiliza la combinación del contorno y la silueta de color para representar la figura completa. El acabado más duro y limpio simula el resultado de crear trazos con un marcador.

Por otro lado, la propuesta 3 utiliza las siluetas de color sólidos, utilizando la propiedad figura-fondo para crear el ícono. La textura nuevamente es ligeramente granulada.

6.2.2 Descripción de autoevaluación

Para calificar las propuestas de cada sección, se definieron los siguientes criterios:

- **Claridad:** la propuesta comunica de manera comprensible la idea principal, evitando confusión y/o malinterpretación.
- **Coherencia:** la propuesta conecta o tiene el potencial para conectar con el concepto creativo y las premisas de diseño establecidas.
- **Pertinencia:** la propuesta tiene el potencial de conectar con el grupo objetivo, tomando en cuenta sus características.
- **Estética:** la propuesta resulta atractiva a la vista, ya sea por su composición, estilo y/o iconicidad.
- **Funcionalidad:** la propuesta cumple con su propósito, tomando en cuenta los objetivos establecidos para el proyecto.

Instrumento de autoevaluación
Se utilizó una escala de valoración del 1 al 5, donde 1 significa muy deficiente y 5 significa muy eficiente.

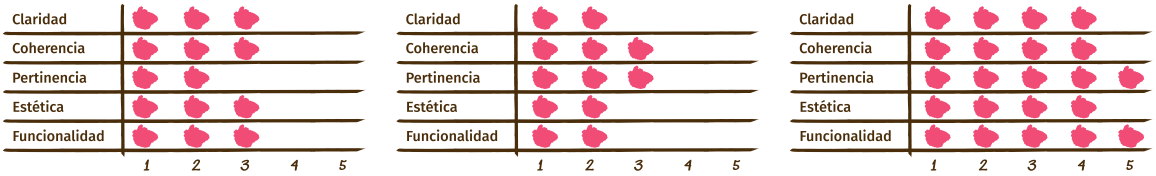
Tabla 7. Escala de valoración para el proceso de autoevaluación.

	1	2	3	4	5
Claridad					
Coherencia					
Pertinencia					
Estética					
Funcionalidad					

Fuente: elaboración propia.

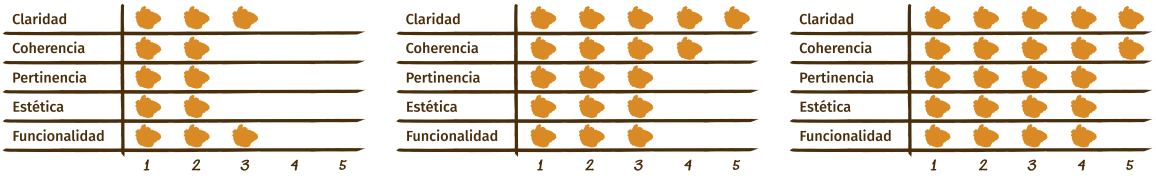
Resultados de autoevaluación

Tabla 8. Resultados de autoevaluación de propuestas para la sección 1.



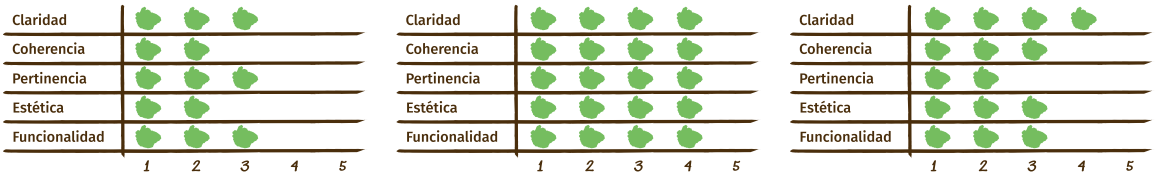
Fuente: elaboración propia.

Tabla 9. Resultados de autoevaluación de propuestas para la sección 2.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 10. Resultados de autoevaluación de propuestas para la sección 3.



Fuente: elaboración propia.

6.2.3 Descripción y fundamentación de la decisión final

Sección 1: diagramación - áreas de investigación
La propuesta número 3 destaca por su recorrido visual simple y sencillo de seguir, siendo útil en el modo que el grupo desea aprender: rápido, fácil y directo.

Sección 2: ilustraciones principales
La propuesta número 3 de esta sección es considerada como la ideal para el proyecto, ya que al utilizar color en mayor proporción funciona como medio para capturar la atención del grupo objetivo rápidamente.

Sección 3: iconografía
La propuesta 2 ha sido elegida para la iconografía de las infografías por su simplicidad y facilidad de reconocimiento, además de conectar de mejor manera con el estilo definido para las ilustraciones principales.

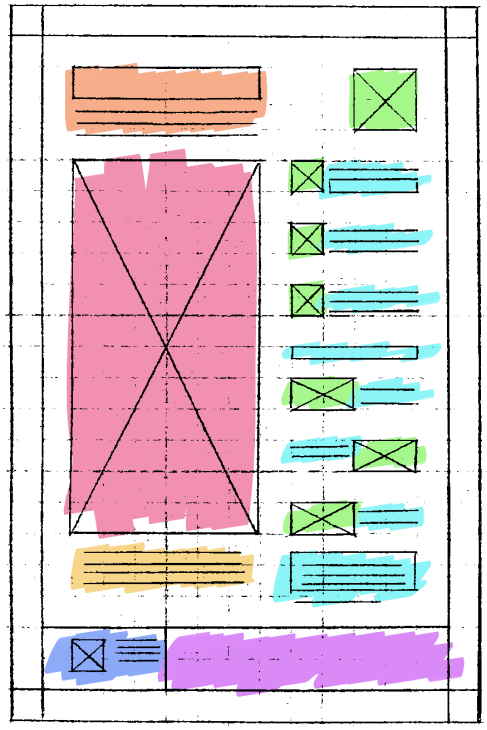


Figura 51. Propuesta elegida para diagramación de infografías sobre áreas de investigación.
Fuente: elaboración propia.



Figura 52. Propuesta elegida para estilo de ilustraciones principales.
Fuente: elaboración propia.

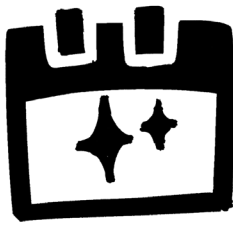


Figura 53. Propuesta elegida para estilo de iconografía. Fuente: elaboración propia.

6.3 Nivel de producción gráfica 2

6.3.1 Piezas gráficas

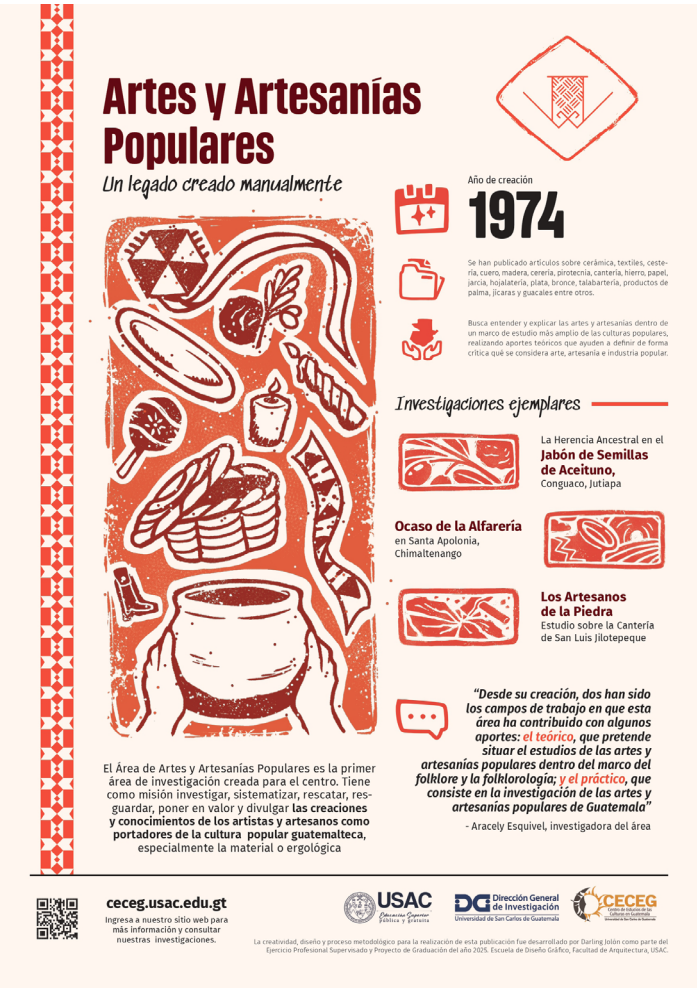


Figura 54. Versión digital de diagramación para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia.

Sección 1: diagramación - áreas de investigación

El contenido de las infografías de áreas de investigación consiste en descripciones breves sobre el tipo de información que se documenta en cada área, ejemplos de algunas de las investigaciones realizadas, una cita del investigador o investigadora encargada del área y un espacio para los logotipos institucionales, créditos del material y un código QR que dirija al sitio web del Centro. Cada infografía utiliza el color e ícono que representa a su área. Se incorpora al diseño un patrón en el lateral derecho.



Figura 55. Ilustración digital para la infografía del Área de Artes y Artesanías Populares. Fuente: elaboración propia.



Figura 56. Ilustración digital para la infografía del Área de Cultura y Educación. Fuente: elaboración propia.



Figura 57. Ilustración digital para la infografía del Área de Microhistoria. Fuente: elaboración propia.

Sección 2: ilustraciones principales

Para este siguiente nivel se define un mayor contraste de color entre las figuras y el fondo, reforzando la visibilidad de los elementos dentro de la composición. La distribución de los elementos otorga movimiento y dinamismo. Se presentan otras 3 ilustraciones para ejemplificar de mejor manera el estilo utilizado.

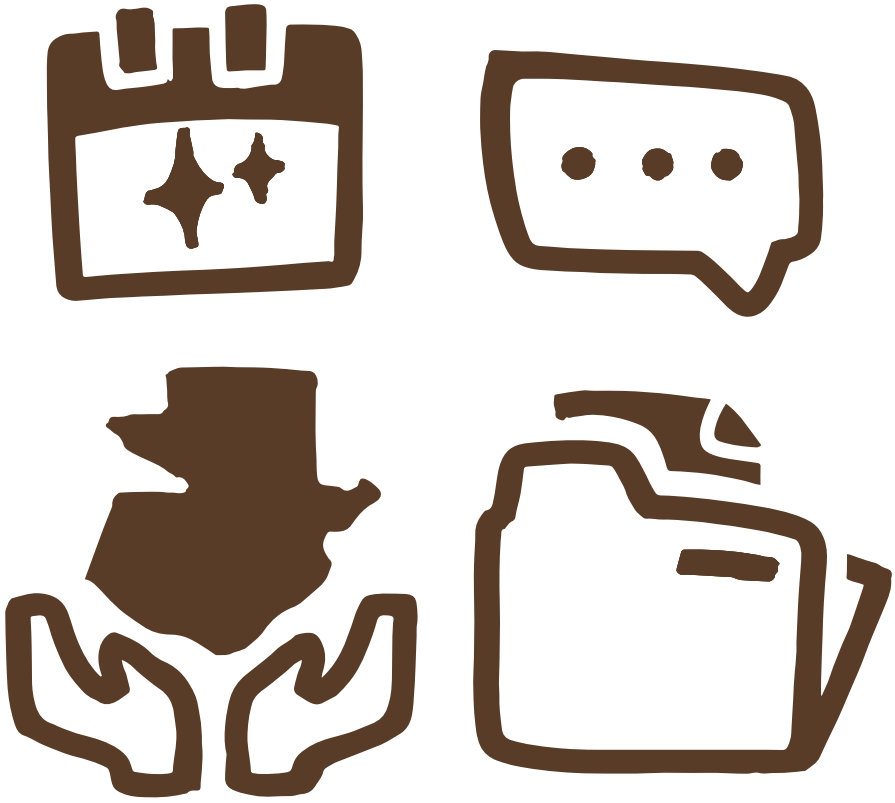


Figura 58. Iconografía para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia.

Sección 3: iconografía

Con base en la propuesta elegida, se creó una serie de íconos para identificar puntos importantes del contenido presentado en las infografías. los íconos presentados serán utilizados en las infografías de áreas de investigación.

6.3.2 Descripción de validación

Técnica

Para realizar la validación con profesionales se optó por utilizar la técnica de la encuesta, permitiendo obtener respuestas de carácter cuantitativo por medio de la definición de preguntas puntuales. Para facilitar la distribución, respuesta y tabulación de resultados, el instrumento de validación fue elaborado a través de la herramienta Google Forms.

Así mismo, se establece un espacio para la recepción de comentarios para obtener retroalimentación y crítica constructiva desde el punto de vista y experiencia de los profesionales.

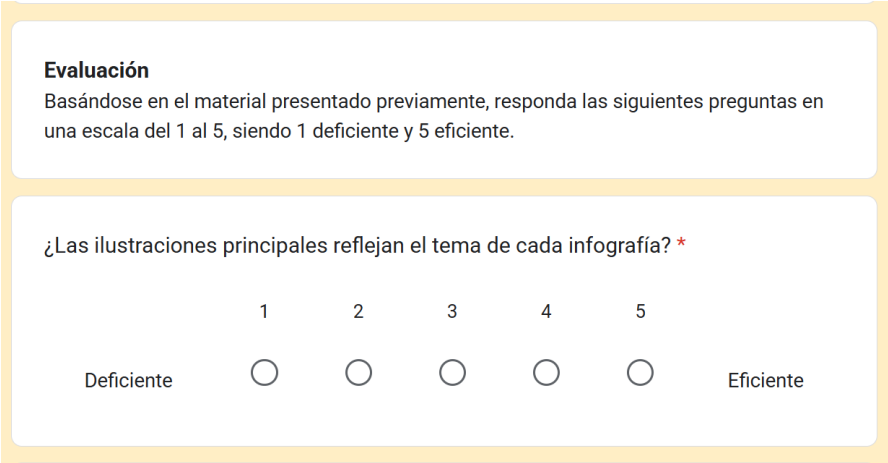


Figura 59. Ejemplar de instrumento de validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia, a través de Google Forms.

Muestra

- **Jairo Choché,** licenciado en diseño gráfico egresado de la Universidad de San Carlos de Guatemala en el año 2013. Cuenta con amplia experiencia en el área de diseño editorial.
- **Herber Crispin,** licenciado en diseño gráfico y docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Universidad Rafael Landivar. Cuenta con 14 años de experiencia profesional en el apartado de ilustración.
- **Alejandra Echeverría,** diseñadora gráfica con experiencia en difusión educativa con énfasis en la comunicación visual para públicos jóvenes.

Criterios de evaluación

Se utilizó como base los criterios de evaluación elaborados por la Licda. Katherine Arévalo,[58] realizando algunos cambios para adaptarlos de mejor manera a la naturaleza y objetivos del proyecto. Estos fueron aplicados por medio de una escala de Likert en un rango del 1 al 5, siendo 1 deficiente y 5 eficiente.

01. **Coherencia con el tema:** evalúa si las ilustraciones reflejan adecuadamente el contenido de las infografías.
02. **Efectividad de la diagramación:** mide si la posición de los elementos gráficos facilita la comprensión visual del contenido.
03. **Tipografía y legibilidad:** valora si el tamaño, estilo y jerarquía tipográfica están correctamente definidos para mejorar la lectura.
04. **Contraste y accesibilidad visual:** analiza si el contraste de colores es suficiente para destacar los puntos clave y mejorar la legibilidad.
05. **Adecuación del estilo gráfico:** evalúa si el estilo de las ilustraciones es adecuado para el tema tratado.
06. **Jerarquía visual:** considera si los elementos gráficos siguen una estructura clara y bien definida.
07. **Apropiación por el público objetivo:** mide si el diseño está alineado con las expectativas e intereses del público objetivo.
08. **Impacto y llamado a la lectura:** evalúa si tanto el titular y subtitular, como la ilustración principal de cada infografía, generan impacto a primera vista, tanto por su redacción como por su composición, captando la atención de los lectores.
09. **Reflejo del concepto creativo:** valora si el concepto creativo original se ve plasmado de manera coherente en el diseño final.

Descripción y evidencias del proceso de validación

Para esta etapa de validación se realizó una alianza estratégica con un compañero para conseguir que los tres profesionales validaran los proyectos de cada estudiante en una sola sesión. Estos fueron contactados a través de diferentes medios (petición en persona, mensajes a través de Facebook y WhatsApp).

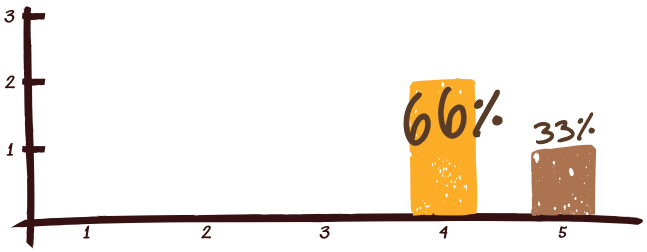
58. Katherine Saraí Arévalo Cruz, «Diseño de material de apoyo visual para los Recorridos de la Memoria de la Fundación -MAG- para la recuperación de la memoria histórica» (Proyecto de Graduación, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2025), 73, consultado el 14 de octubre de 2025, http://www.repositorio.usac.edu.gt/21410/1/KATHERINE%20SARAI%20AR%C3%89VALO%20CRUZ.pdf.

La reunión se llevó a cabo el 29 de septiembre del 2025 a través de una reunión en la plataforma Meet (consultar anexo 8, figura 154) Se preparó una presentación para explicar a los profesionales de manera resumida el contexto del proyecto con información acerca del problema identificado, grupo objetivo, objetivos del proyecto, y concepto creativo. Para que el material a validar se apreciara mejor, se proporcionó un enlace de Google Drive con las piezas en alta calidad.

Después de presentar y explicar el material, se recibió una crítica constructiva y sugerencias puntuales de cada uno de los profesionales, para luego proporcionarles el enlace que los dirigiría a la encuesta para su resolución. Los resultados y los comentarios recibidos fueron analizados y tomados en cuenta para mejorar los resultados de las piezas.

Resultados de validación

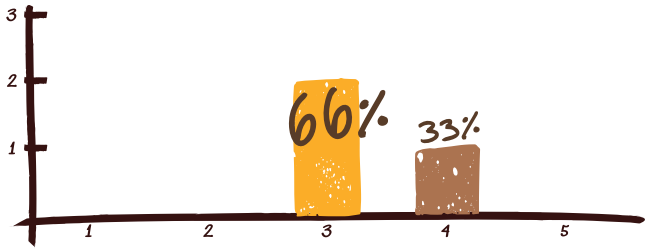
¿Las ilustraciones principales reflejan el tema de cada infografía?



El 33% considera que las ilustraciones reflejan eficientemente los temas presentados en cada infografía.

Figura 60. Gráfica de resultados 1, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia.

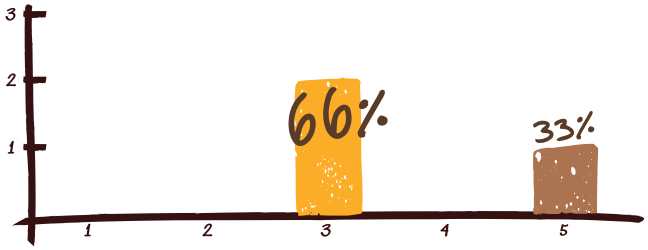
¿La diagramación de las infografías comunica visualmente el contenido de la misma, además de facilitar el recorrido de lectura?



El 66% cree que la diagramación de las infografías debe mejorar.

Figura 61. Gráfica de resultados 2, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia.

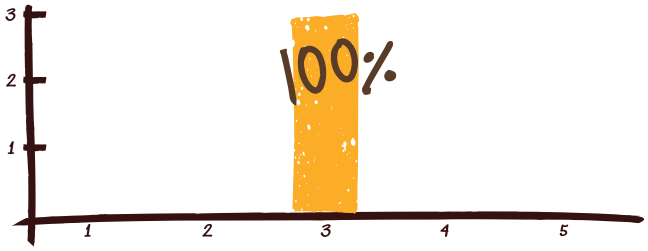
¿Considera que el tamaño, estilo y jerarquía tipográfica están bien definidos para facilitar la lectura?



El 66% opina que la aplicación tipográfica debe mejorar.

Figura 62. Gráfica de resultados 3, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia.

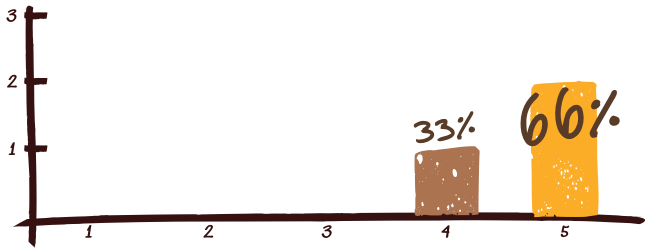
¿El contraste de los colores es suficiente para mejorar la legibilidad y el enfoque en los puntos clave?



El 100% considera que el uso del color debe mejorar.

Figura 63. Gráfica de resultados 4, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia.

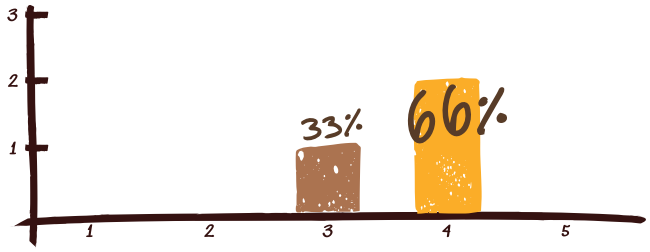
¿Cree que el estilo de las ilustraciones es adecuado para el tema?



El 66% de los encuestados opina que el estilo utilizado para las ilustraciones funciona eficientemente.

Figura 64. Gráfica de resultados 5, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia.

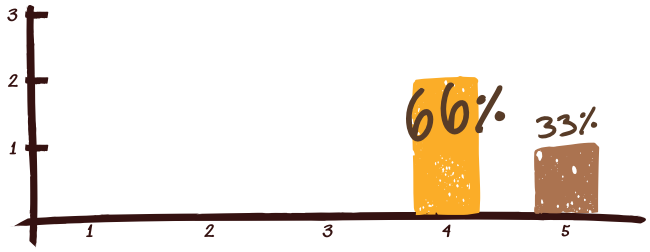
¿Considera que la jerarquía visual de los elementos (titular, contenido, gráficos, etc.) está bien establecida?



El 66% opina que la jerarquía visual es funcional, pero se puede mejorar.

Figura 65. Gráfica de resultados 6, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia.

¿Cree que el diseño es apropiado para el público objetivo?



El 33% considera que el diseño aplicado en las infografías funciona de manera correcta para el público al que se dirige el proyecto.

Figura 66. Gráfica de resultados 7, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia.

¿Se ve reflejado el concepto creativo en las piezas presentadas?

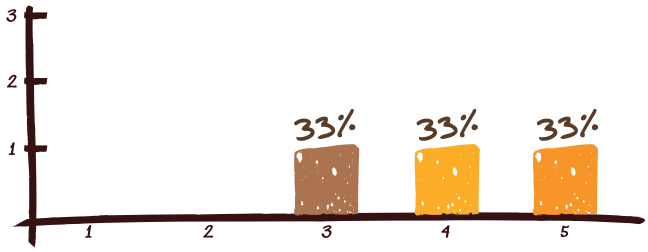


Figura 67. Gráfica de resultados 8, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia.

Hay opiniones divididas por parte de los encuestados y su percepción del concepto creativo. A pesar de tener oportunidades de mejora, la mayoría lo considera funcional.

Comentarios individuales

Jairo Choché sugirió: **«revisar la alineación de los textos, el uso de la retícula para organizar los textos e imágenes, establecer con más claridad la jerarquía tipográfica y visual».**[59]

Herber Crispín opinó lo siguiente: **«revisa tu escala de valores tonales, hay colores que creo que se pueden reutilizar o dan la sensación de que hay tonos que saltan mucho más a la vista que otros. El uso del tono negro, por ejemplo, no sé si sea adecuado ya que tienes tonos y un valor tonal mucho más alto que podrías utilizar para que relaje un poquito el texto».**[60]

Finalmente, Alejandra complementa con su punto de vista: **«las cintas que están al lado de las infografías, siento que tal vez valdría la pena quitarlas. Porque las ilustraciones que tenés están como que bastante cargadas y siento que si lo quitas tal vez daría como un poquito más de respiro a la composición».**[61]

59. Jairo Choché (profesional en diseño gráfico), reunión de validación con profesionales, 29 de septiembre de 2025.

60. Herber Crispín (profesional en diseño gráfico), reunión de validación con profesionales, 29 de septiembre de 2025.

61. Alejandra Echeverría (profesional en diseño gráfico), reunión de validación con profesionales, 29 de septiembre de 2025.

Interpretación y análisis de resultados

En una perspectiva general, los profesionales coincidieron en que el proyecto iba por buen camino; sin embargo no perdieron la oportunidad para resaltar algunos puntos de mejora que serían importante tomar en cuenta. Dentro de los que señalaron se encuentran: cambios en la diagramación, paleta de color y jerarquía tipográfica. Si los cambios recomendados son aplicados, las piezas finales obtendrán un mejor resultado gráfico.

Descripción y fundamentación de la decisión final

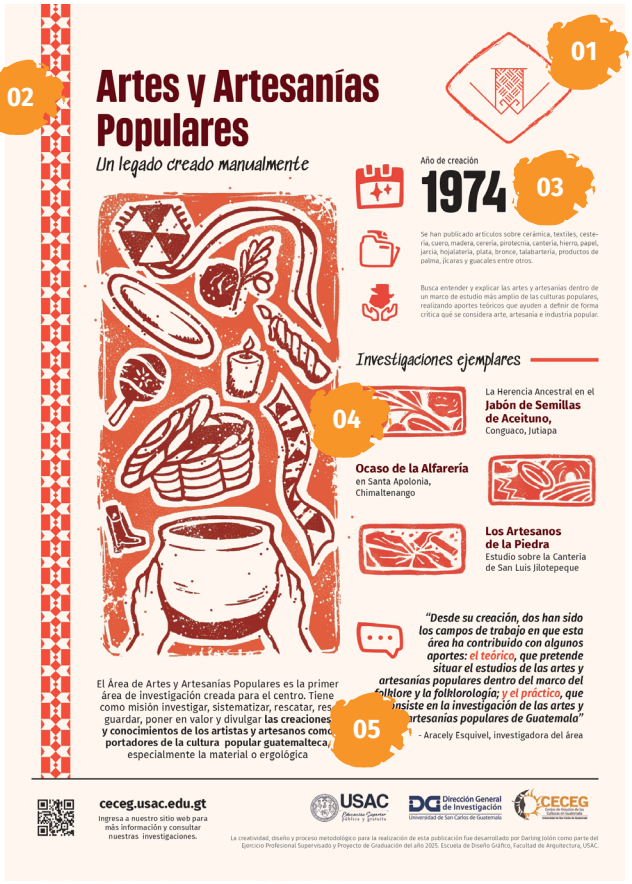


Figura 68. Versión digital de diagramación para infografías sobre áreas de investigación con oportunidades de mejora señaladas. Fuente: elaboración propia

01. Cambiar de posición el ícono que representa a cada área de investigación.
02. Eliminar la cinta con el patrón.
03. Ajustar la jerarquía y peso de la tipografía.
04. Ajustar la alineación de los textos.
05. Delimitar la escala de valores tonales.

No se realizaron sugerencias para cambios respecto a la iconografía e ilustraciones.

6.4 Nivel de producción gráfica 3

6.4.1 Piezas gráficas



Figura 69. Versión corregida de diagramación para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia.

Sección 1: diagramación - áreas de investigación
Tomando en cuenta los comentarios de los profesionales, se realizaron ajustes a la posición y jerarquía de algunos de los elementos de las infografías, como el tamaño del año de creación del área y los íconos, tanto del área de investigación como los que identifican el contenido de la infografía. La paleta de color fue equilibrada, reutilizando las tonalidades de las ilustraciones en diferentes apartados.



Figura 70. Ilustraciones secundarias para infografías de áreas de investigación.
Fuente: elaboración propia.

Sección 2: ilustraciones secundarias

Al no recibir sugerencias de cambios para las ilustraciones principales, se presenta la sección de ilustraciones secundarias. Estas se encargan de representar las investigaciones que se mencionan dentro de las infografías. Cuentan con un estilo más simple que el utilizado en las ilustraciones principales, representando las figuras a través de siluetas de un solo color. Utilizan una textura menos marcada pero que aún se vincula con el acabado de los sellos carvados.

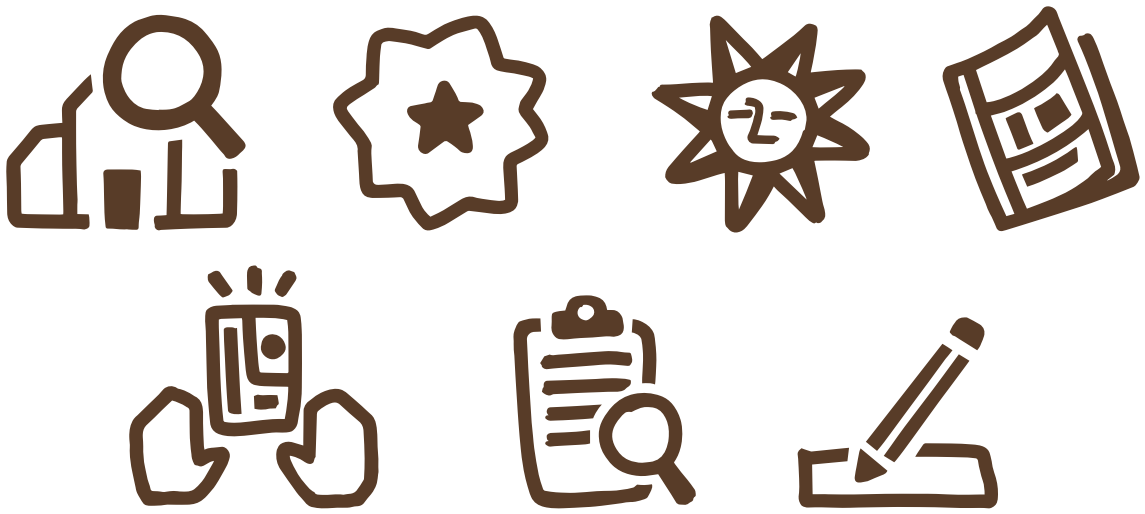


Figura 71. Iconografía para infografía de información general. Fuente: elaboración propia.

Sección 3: iconografía

Al no recibir sugerencias de cambios para los iconos utilizados en las infografías de áreas de investigación, se presenta la iconografía utilizada en la infografía de información general de la institución.

6.4.2 Descripción de validación - cliente

Técnica

Para realizar la validación con el cliente se optó por utilizar la técnica de la encuesta, permitiendo obtener respuestas de carácter cuantitativo por medio de la definición de preguntas puntuales. Para facilitar la distribución, respuesta y tabulación de resultados, el instrumento de validación fue elaborado a través de la herramienta Google Forms.

Así mismo, se establece un espacio para la recepción de comentarios para obtener retroalimentación y crítica constructiva desde el punto de vista y experiencia de los profesionales.

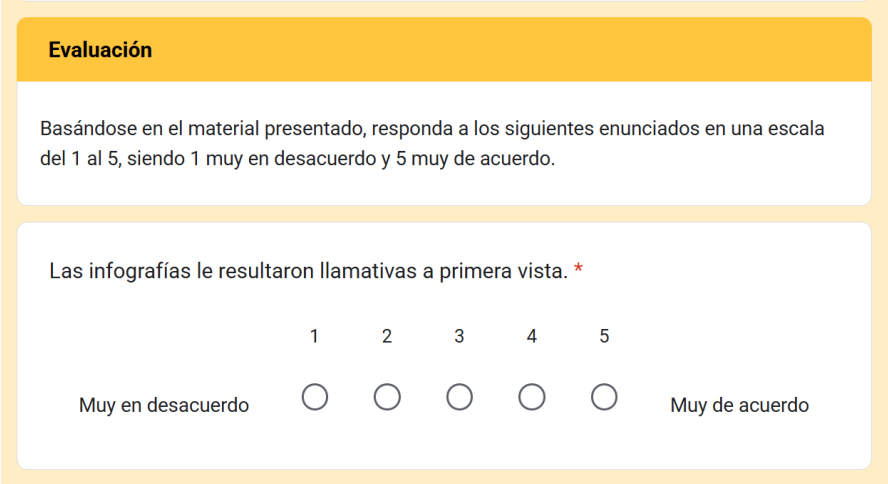


Figura 72. Ejemplar de instrumento de validación con cliente.
Fuente: elaboración propia, a través de Google Forms.

Muestra

- **Lic. Juan Pablo González,** Director de la institución desde el año 2022.
- **Ericka Sagastume,** investigadora encargada del Área de Gastronomía Tradicional.
- **Abraham Solórzano,** investigador encargado del Área de Microhistoria.

Criterios de evaluación

Los siguientes criterios fueron aplicados por medio de una escala de Likert en un rango del 1 al 5, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo.

01. **Impacto visual:** valora si el material llama la atención a primera vista.
02. **Claridad del mensaje:** evalúa si el contenido presentado en las infografías se comprende con fluidez y facilidad.
03. **Vínculo y coherencia:** mide si el cliente es capaz de visualizar las infografías como un recurso o material oficial de la institución.
04. **Calidad técnica y estética:** analiza los elementos utilizados en el diseño del material (composición, color, estilos de letra, elementos visuales) presentan una alta calidad.
05. **Funcionalidad:** evalúa si el material es de utilidad y cumple con el objetivo de proporcionar información importante sobre la institución.

Descripción y evidencias del proceso de validación

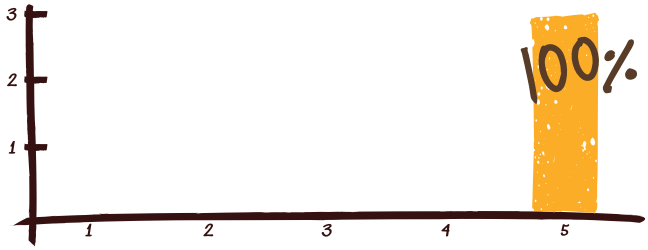
Se coordinó una reunión en el centro de documentación del CECEG que se llevaría a cabo el día 06 de octubre de 2025. Se tenía contemplado contar con dos personas más que apoyaran a la validación, pero por cuestiones de fuerza mayor estas no pudieron hacerse presentes. Sin embargo, se contó con la presencia adicional de un practicante de Bachillerato en Diseño Gráfico y un estudiante de la Escuela de Arte de la USAC que también aportaron su punto de vista sobre el proyecto.

Se preparó una presentación para explicar brevemente el contexto del proyecto con información acerca del problema identificado, grupo objetivo, objetivos del proyecto, y concepto creativo. Además de mostrar las piezas dentro de la presentación, se llevaron algunos ejemplares impresos para que cada integrante de la muestra tuviera una vista aproximada del resultado final de las infografías (consultar anexo 8, figuras 155 y 156).

Después de presentar y explicar el material, se recibieron comentarios por parte de cada uno de los presentes, para luego proporcionarles el enlace que los dirigiría a la encuesta para su resolución. Los resultados y los comentarios recibidos fueron analizados y tomados en cuenta para mejorar los resultados de las piezas.

Resultados de validación

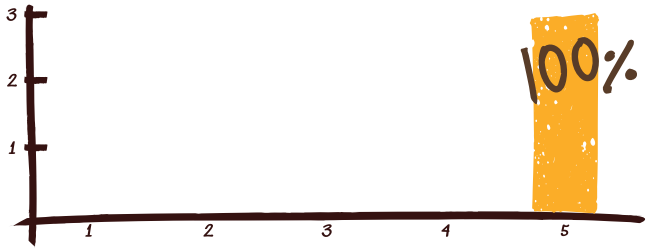
Las infografías le resultaron llamativas a primera vista.



El 100% confirma que las infografías llaman la atención a primera vista.

Figura 73. Gráfica de resultados 1, validación con cliente.
Fuente: elaboración propia.

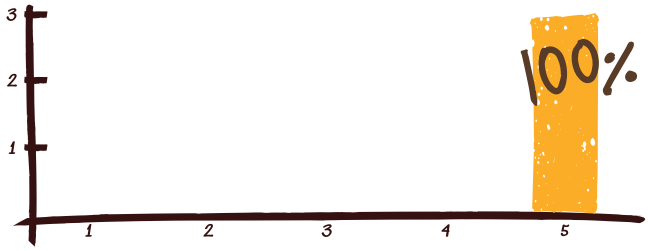
Las infografías transmiten efectivamente la esencia del CECEG, logrando ser fácilmente vinculadas con la institución.



El 100% concuerda en que el material conecta con la esencia de la institución.

Figura 74. Gráfica de resultados 2, validación con cliente.
Fuente: elaboración propia.

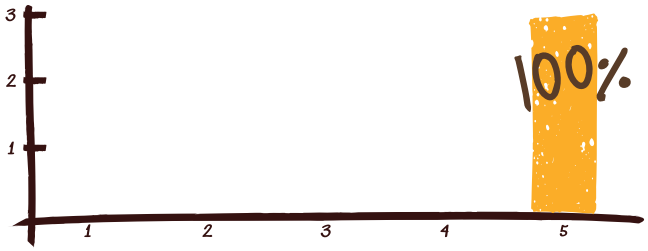
El contenido de las infografías es claro, conciso y fácil de comprender.



El 100% opinó que el contenido es claro de leer y comprender.

Figura 75. Gráfica de resultados 3, validación con cliente.
Fuente: elaboración propia.

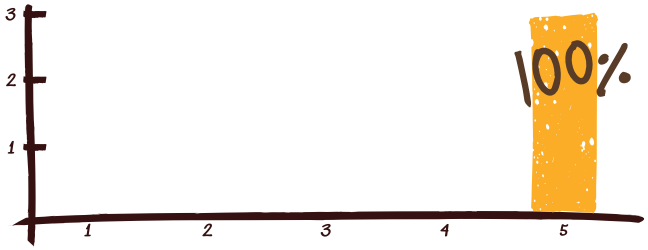
El diseño de las infografías y los elementos utilizados (color, estilos de letra, ilustraciones, íconos) reflejan alta calidad.



El 100% afirma que las piezas presentadas y sus elementos visuales reflejan una alta calidad de diseño.

Figura 76. Gráfica de resultados 4, validación con cliente.
Fuente: elaboración propia.

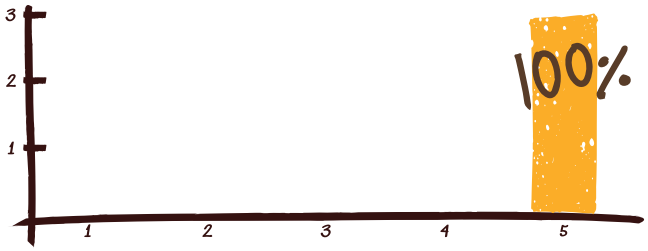
Las ilustraciones representan de manera efectiva los temas tratados en las infografías.



El 100% opina que las ilustraciones implementadas representan correctamente el tema de su respectiva infografía.

Figura 77. Gráfica de resultados 5, validación con cliente.
Fuente: elaboración propia.

El material es adecuado para darle difusión al CECEG, pudiendo utilizarse en actividades donde el Centro tenga participación (presentaciones, ferias del libro, congresos, etc).



El 100% concuerda que el material desarrollado es óptimo para darle difusión a la institución.

Figura 78. Gráfica de resultados 6, validación con cliente.
Fuente: elaboración propia.

Comentarios individuales

Juan Pablo González expresó: **«el proyecto ayudará a dar la difusión que las áreas de investigación y el Centro como tal necesitan para llegar a nuevos públicos».**[62]

Abraham Solórzano afirma su conformidad con el proyecto, coincidiendo en que es un material fresco que será de utilidad. **«Me parece muy bien todo el material expuesto».**[63]

Ericka Sagastume únicamente hizo una ligera observación que podría aplicarse a las infografías de las áreas de investigación: **«Que el nombre en la cita del investigador aparezca completo».**[64] En lo demás, coincide con los comentarios de sus compañeros.

Interpretación y análisis de resultados

Los tres colaboradores coincidieron en que el proyecto presentado sería de gran utilidad para que la institución y sus labores obtengan la difusión que necesitan entre la población estudiantil de la USAC. Los cambios sugeridos fueron mínimos y puntuales, por lo que no representan un impacto mayor en el diseño de las piezas.

62. Juan Pablo González (director de la institución), reunión de validación con cliente, 06 de octubre de 2025.

63. Abraham Solórzano (investigador), reunión de validación con cliente, 06 de octubre de 2025.

64. Ericka Sagastume (investigadora), reunión de validación con cliente, 06 de octubre de 2025.

6.4.3 Descripción de validación - grupo objetivo

Técnica

Para realizar la validación con el grupo objetivo se optó por utilizar la técnica de la encuesta, permitiendo obtener respuestas de carácter cuantitativo por medio de la definición de preguntas puntuales. Para facilitar la distribución, respuesta y tabulación de resultados, el instrumento de validación fue elaborado a través de la herramienta Google Forms.

Así mismo, se utilizaron grupos focales para evaluar las piezas de diseño y conversación respecto a sus opiniones del material presentado.

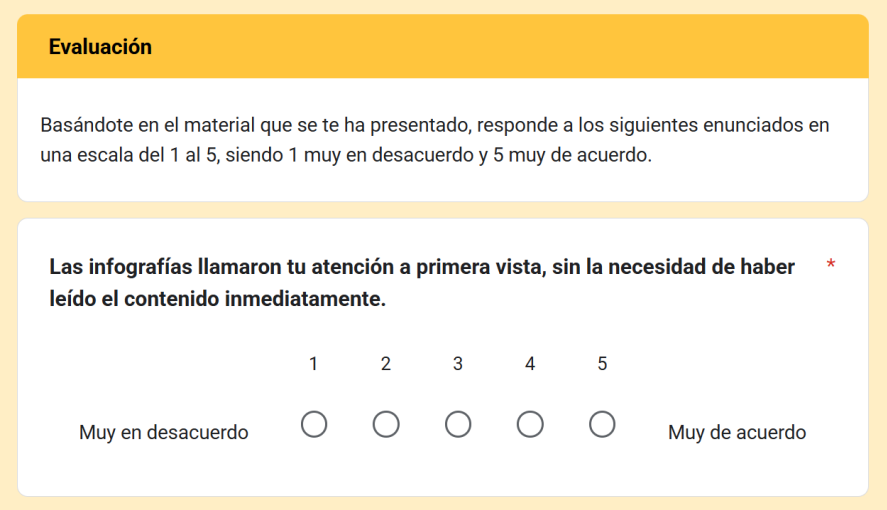


Figura 79. Ejemplar de instrumento de validación con grupo objetivo.
Fuente: elaboración propia, a través de Google Forms.

Muestra

Debido a la extensión del grupo objetivo, se tomó la decisión de utilizar una muestra a conveniencia de 30 estudiantes pertenecientes a diferentes facultades y escuelas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que vivan en la Ciudad de Guatemala y se encuentren en un rango de 18 a 24 años. La muestra fue dividida en los siguientes perfiles:

- **Estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico** que han tenido algún acercamiento o conocimiento parcial sobre la institución.
- **Estudiantes de la Facultad de Humanidades** que desconocen sobre la institución.
- **Estudiantes de la Facultad de Ingeniería** que desconocen sobre la institución.
- **Estudiantes de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia** que desconocen sobre la institución.
- **Estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación** que desconocen sobre la institución.

Criterios de evaluación

Los siguientes criterios fueron aplicados por medio de una escala de Likert en un rango del 1 al 5, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo.

01. **Impacto visual:** valora si el material llama la atención a primera vista.
02. **Claridad del mensaje:** evalúa si el contenido presentado en las infografías se comprende con fluidez y facilidad.
03. **Emociones generadas:** mide las emociones que el lector presenta al momento de recibir el mensaje de las infografías (interés, curiosidad, asombro y/o similares)
04. **Calidad técnica y estética:** analiza los elementos utilizados en el diseño del material (color, estilos de letra, elementos visuales) resultan interesantes y/o llamativos para el lector.
05. **Funcionalidad:** evalúa si el medio utilizado para presentar la información (infografías) es adecuado y práctico para que el lector reciba el mensaje.

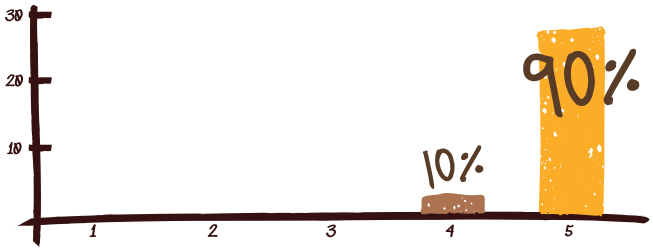
Descripción y evidencias del proceso de validación

En la semana del 6 al 12 de octubre de 2025, se realizó un recorrido por diversos edificios de la USAC, con el objetivo de identificar grupos de estudiantes que coincidieran con las características del grupo objetivo al que se dirige el proyecto. Después de realizar una presentación sobre la finalidad del acercamiento, se procedió a compartir el material impreso a los estudiantes para su lectura y análisis (consultar anexo 8, figura 157).

Se mantuvo una conversación con los estudiantes para conocer su opinión sobre el material, para luego proporcionar la encuesta por medio de un código QR. Al finalizar de responder, se les hizo entrega de un pequeño detalle en agradecimiento por su colaboración.

Resultados de validación

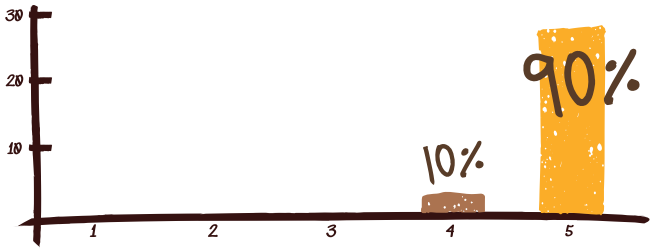
Las infografías llamaron tu atención a primera vista, sin la necesidad de haber leído el contenido inmediatamente.



El 90% concuerda en que las infografías llaman la atención a simple vista.

Figura 80. Gráfica de resultados 1, validación con grupo objetivo.
Fuente: elaboración propia.

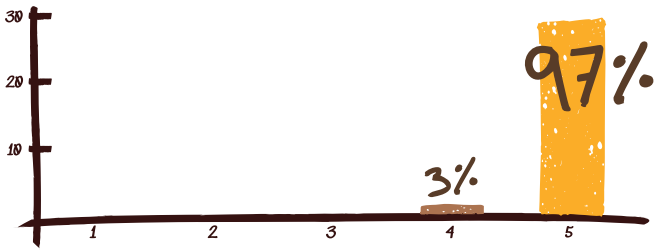
El contenido de las infografías es claro, conciso y fácil de comprender.



El 90% opinó que la información presentada en las infografías es fácil de comprender.

Figura 81. Gráfica de resultados 2, validación con grupo objetivo.
Fuente: elaboración propia.

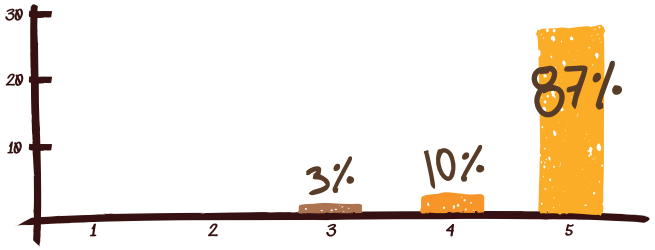
El diseño de las infografías y sus elementos (colores, ilustraciones, íconos, estilo de letra) te resultaron llamativos, interesantes y/o despertaron tu curiosidad.



El 97% afirmó que el diseño de las infografías y sus elementos gráficos les resultaron atractivos.

Figura 82. Gráfica de resultados 3, validación con grupo objetivo.
Fuente: elaboración propia.

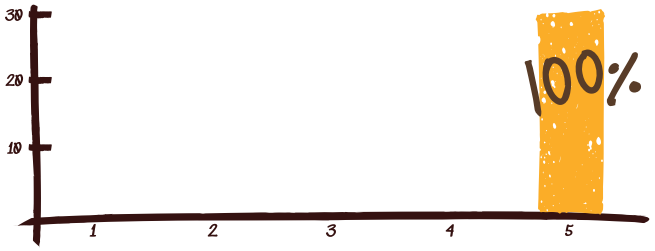
Las ilustraciones representan claramente los temas de las infografías.



El 87% coincidió en que las ilustraciones implementadas representan correctamente el tema de su respectiva infografía.

Figura 83. Gráfica de resultados 4, validación con grupo objetivo.
Fuente: elaboración propia.

El material te resultó útil para conocer información sobre el CECEG y sus áreas de investigación.



El 100% de los estudiantes confirman que el material les fue de utilidad para conocer información relevante sobre el CECEG.

Figura 84. Gráfica de resultados 5, validación con grupo objetivo.
Fuente: elaboración propia.

Interpretación y análisis de resultados

Los estudiantes que decidieron colaborar mostraron un interés genuino hacia el material, obteniendo un recibimiento positivo sin importar que hubieran tenido o no algún conocimiento previo sobre la institución. Todos coincidieron en que las piezas fueron muy útiles para aprender sobre lo que el CECEG realiza y puede ofrecer a los estudiantes.

Comentarios recibidos

A continuación se presentan comentarios que algunos de los estudiantes proporcionaron acerca del proyecto:

«Es un material con mucho potencial para llamar la atención a los temas que presenta, su fuerza se centra en las ilustraciones, un estilo que resalta mucho a diferencia de otras infografías profesionales». [65]

«Muy bellas infografías, bien distribuidas y diseñadas, las ilustraciones atraen para conocer más sobre el contenido».[66]

«El material presentado estuvo muy bien ejecutado, se entendía la información».[67]

«Me encantó la línea gráfica utilizada, llama la atención para leer la info».[68]

Es oportuno mencionar que muchos de los estudiantes presentaron un fuerte interés sobre la información de las charlas, conferencias y talleres que las institución desarrolla, lo que impulsa la finalidad del proyecto de atraer a los jóvenes sancarlistas a ser partícipes de la labores del CECEG para la conservación y divulgación cultural.

65. Estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico, comentario extraído del formulario de validación con grupo objetivo, 07 de octubre de 2025.

66. Estudiante de la Facultad de Ingeniería, comentario extraído del formulario de validación con grupo objetivo, 10 de octubre de 2025.

67. Estudiante de la Facultad de Humanidades, comentario extraído del formulario de validación con grupo objetivo, 10 de octubre de 2025.

68. Estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, comentario extraído del formulario de validación con grupo objetivo, 11 de octubre de 2025.

6.5 Propuesta gráfica final fundamentada

6.5.1 Sección 1: diagramación - áreas de investigación



Figura 85. Versión final de diagramación para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia.

Tanto el cliente como el grupo objetivo no manifestaron la necesidad de cambios extremos en la diagramación de las infografías. El único cambio mayor que se realizó fue la posición de las ilustraciones secundarias y los títulos de las investigaciones, reduciendo la presencia de espacio en blanco causados por la alineación a la izquierda del texto.

Adicionalmente, se hizo una ligera ampliación a los íconos que representan a las áreas de investigación. Para la diagramación de las infografías se utilizó como base una retícula de 9 columnas. Esta decisión ayudó a que los elementos visuales e información fueran distribuidos ordenadamente dentro del espacio.

6.5.2 Sección 2: ilustraciones principales



Figura 86. Ilustración principal para la infografía del Área de Artes y Artesanías Populares. Fuente: elaboración propia.

Durante el proceso de validación, tanto con profesionales como con cliente y grupo objetivo, no se realizaron cambios mayores para las ilustraciones principales de cada infografía. Cada ilustración integra elementos visuales, literales o metafóricos, que representan la temática tratada en el contenido de su respectiva infografía.

Se utilizaron paletas de colores que consisten en dos tonos monocromáticos para generar contraste. Dichos tonos cuentan con una subtonalidad cálida, ayudando a una mejor integración con el fondo color beige y los tonos utilizados en los demás elementos.

El estilo, además de recordar a la impresión de sellos carvados, se apoya de una textura desgastada e imperfecta, como si hubiese sido provocada por el paso del tiempo, reforzando la idea de la intervención humana en su creación.

6.5.3 Sección 3: iconografía

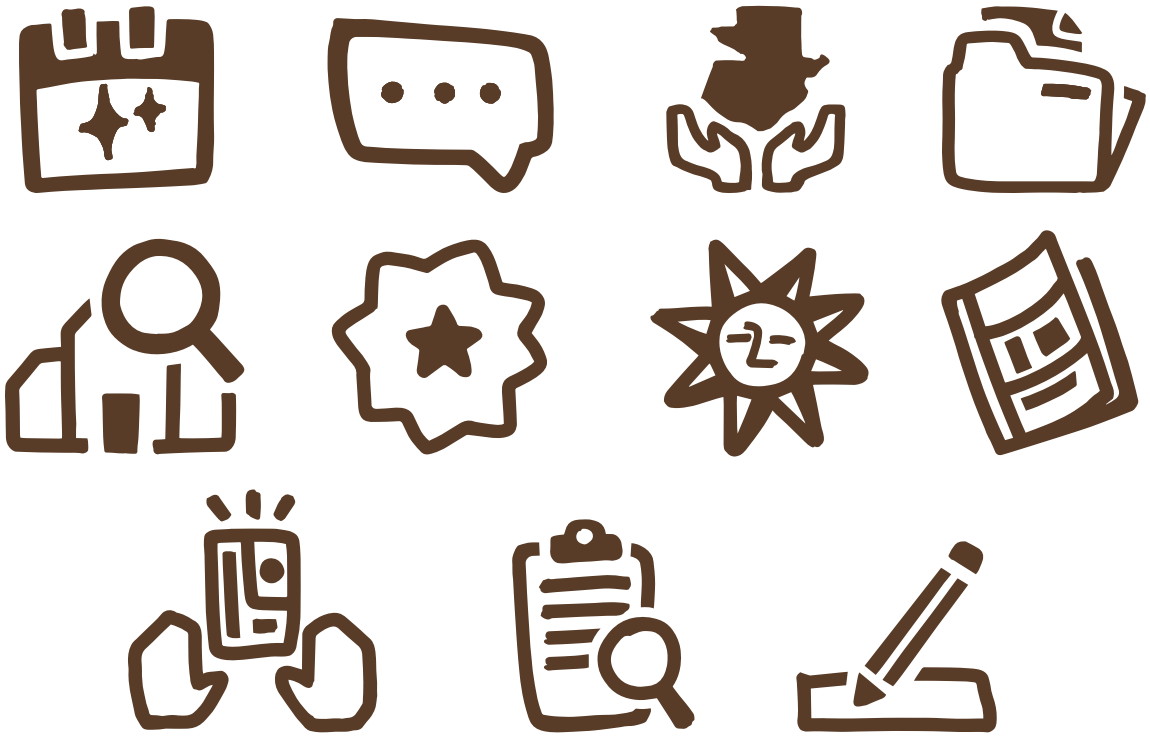


Figura 87. Iconografía para infografías. Fuente: elaboración propia.

Durante el proceso de validación, tanto con profesionales como con cliente y grupo objetivo, no se realizaron cambios mayores en la iconografía utilizada en las infografías, debido a que las ilustraciones principales y secundarias ya cumplían con un nivel de detalle alto y medio respectivamente, se optó a que los íconos tuvieran un acabado más simple y sin texturas adicionales.

El estilo utilizado hace alusión al tipo de trazos que resultan al utilizar marcadores de punta biselada, conectando con los demás estilos utilizados sin causar ruido o interferencia visual.

6.6 Vista preliminar de la pieza gráfica

Infografía 1: información general de la institución



Figura 88. Infografía sobre información general del CECEG. Fuente: elaboración propia.

Infografía 2: recursos, actividades y servicios brindados por la institución



Figura 89. Infografía sobre recursos, actividades y servicios del CECEG. Fuente: elaboración propia.

Infografía 3: resumen del Área de Artes y Artesanías Populares



Figura 90. Infografía sobre el Área de Artes y Artesanías Populares. Fuente: elaboración propia.

Infografía 4: resumen del Área de Cultura y Educación



Figura 91. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Cultura y Educación. Fuente: elaboración propia.

Infografía 5: resumen del Área de Coreología y Artes Escénicas Populares

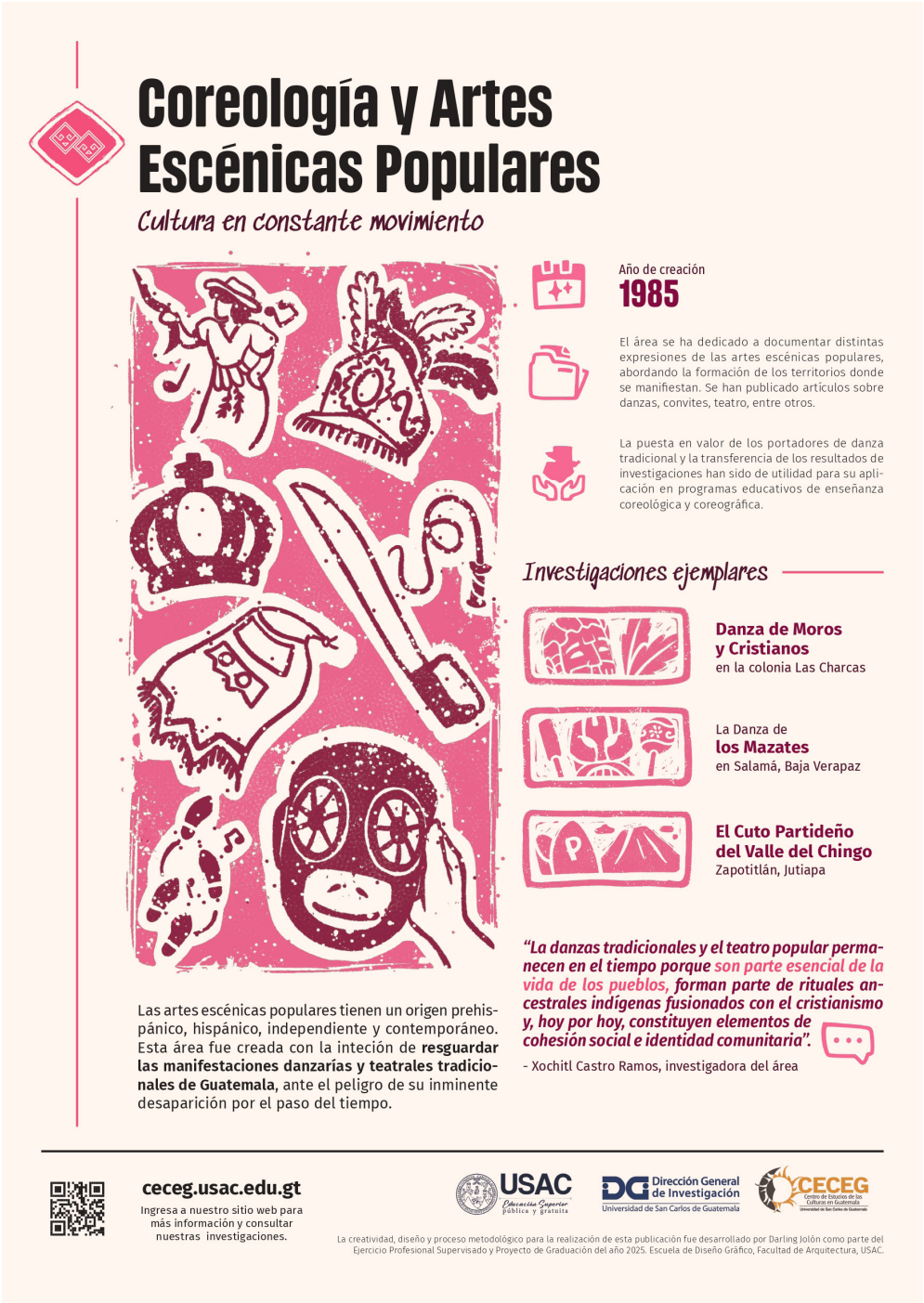


Figura 92. Infografía sobre el Área de Coreología y Artes Escénicas Populares. Fuente: elaboración propia.

Infografía 6: resumen del Área de Etnomusicología



Figura 93. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Etnomusicología. Fuente: elaboración propia.

Infografía 7: resumen del Área de Etnografía Histórica



Figura 94. Infografía sobre el Área de Etnografía Histórica. Fuente: elaboración propia.

Infografía 8: resumen del Área de Gastronomía Tradicional



Figura 95. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Gastronomía Tradicional. Fuente: elaboración propia.

Infografía 9: resumen del Área de Medicina Tradicional



Figura 96. Infografía sobre el Área de Medicina Tradicional. Fuente: elaboración propia.

Infografía 10: resumen del Área de Microhistoria



Figura 97. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Microhistoria. Fuente: elaboración propia.

Infografía 11: resumen del Área de Oralidad y Literatura Tradicional



Figura 98. Infografía sobre el Área de Oralidad y Literatura Tradicional. Fuente: elaboración propia.

Infografía 12: resumen del Área de Religiosidad Popular



Figura 99. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Religiosidad Popular. Fuente: elaboración propia.









Figuras 100, 101, 102 y 103. *Mockups* de la versión final de las piezas. Fuente: elaboración propia.

6.7 Lineamientos para la puesta en práctica

6.7.1 Instrucciones de utilización

Para un correcto uso, reproducción y divulgación del material, se ha preparado una carpeta organizada de la siguiente manera:

- **Indicaciones para uso de material:** breve folleto digital que recopila los lineamientos para el proceso de reproducción y divulgación de las infografías.
- **INFOGRAFÍAS_PDF:** como su nombre indica, en esta carpeta se encontrará el material en formato PDF listo para su impresión.
- **ILUSTRACIONES_PRINCIPALES:** se adjuntan las ilustraciones en formato PNG en caso de ser necesitadas para su reproducción individual. Cada una se encuentra nombrada con las denominación del tema de la infografía a la que pertenece: Ejemplo: General_Principal, Artesanías_Principal, Medicina_Principal.
- **ILUSTRACIONES_SECUNDARIAS:** se adjuntan las ilustraciones secundarias en formato PNG en caso de ser necesitadas para su reproducción individual. Cada una se encuentra nombrada con el apartado que representa. Ejemplo: Misión, Visión, Educación1, Educación2, Educación3.
- **EDITABLES:** en esta carpeta podrán encontrarse los empaquetados de las infografías, es decir, los archivos editables en InDesign, vínculos a los recursos y fuentes tipográficas utilizadas.
  - **Carpeta Infografías_Info General y Servicios:** en esta carpeta podrá encontrar los archivos editables y recursos de la infografía de información general y la infografías sobre servicios, actividades y recursos de la institución.
  - **Carpeta Infografías_Áreas de Investigación:** en esta carpeta podrá encontrar los archivos editables y recursos de las diez infografías sobre las áreas de investigación del CECEG

6.7.2 Proceso de reproducción

Formato
Las infografías se encuentran diseñadas en tamaño A3 (11,7 x 16,5 pulgadas), para que puedan ser utilizadas como afiches.

Superficie
Se recomienda utilizar papel Husky *cover* o de un gramaje similar o superior a 250g/m², asegurando la durabilidad del material.

Impresión
Esta deberá realizarse en imprentas que manejen impresión laser de alta calidad (resolución mínima de 300dpi)

Acabados
Solicitar a la imprenta realizar guillotinado de los contornos blanco que puedan presentarse para que las piezas mantengan el tamaño real. Si se desea, solicitar el redondeo de las esquinas para evitar dobleces y daños con las puntas. Para reforzar la resistencia y durabilidad del material con el paso del tiempo, aplicar un laminado mate en todas las infografías.

6.7.3 Proceso de divulgación/publicación

Las infografías han sido contempladas para su uso y exposición en actividades y eventos en los que la institución participe. Pueden utilizarse de la siguientes formas:

- Colocar en las paredes, bastidores o caballetes, ubicados en posiciones que sean visibles para los visitantes.

- Prestar el material a los visitantes o interesados en conocer información sobre la institución. Asegurarse de que este sea devuelto para evitar extravíos o robos.

El material también puede utilizarse en medios digitales, como compartirlo en el sitio web, sin embargo esto deberá evaluarse ya que no es su principal función.

6.7.4 Proceso de medición de resultados

Esta serie de infografías busca atraer a la población estudiantil de la USAC, proporcionando información puntual y relevante sobre el CECEG y sus áreas de investigación, esto para que los jóvenes se involucren en actividades en favor de la conservación y difusión cultural. Para evaluar la efectividad del material se recomienda utilizar los siguientes métodos:

Observación directa
Al momento de exponer el material durante algún evento o actividad, analizar la interacción que el público tiene con el mismo y su comportamiento durante la lectura. En caso de tratarse de 2 o más lectores, analizar si estos comentan entre sí sobre el contenido, el diseño de las infografías o si realizan preguntas a algún representante de la institución sobre algún tema puntual mencionado en las infografías.

Feedback del público
Al finalizar de revisar el material, se deberá proporcionar una breve encuesta al lector que permita evaluar si la información presentada le fue de utilidad para conocer más sobre la institución.

Listados de asistencia
Si el material fuera expuesto en talleres, conferencias o congresos, utilizar un listado de asistencia para recopilar información sobre los participantes, prestando especial atención en la información de aquellos que cumplan características similares a las del grupo objetivo al que se dirige el proyecto.

6.8 Honorarios

6.8.1 Total de horas de producción gráfica

217 horas

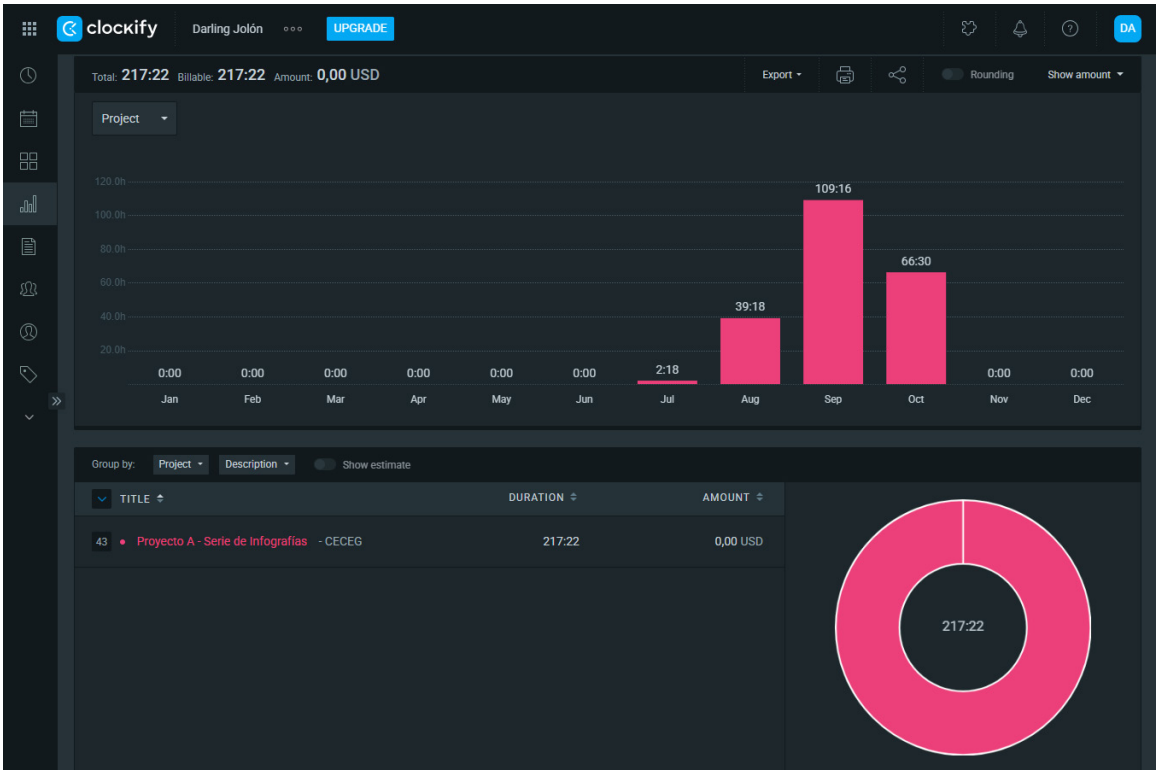


Figura 104. Horas totales utilizadas para el desarrollo del proyecto. Fuente: Clockify. https://app.clockify.me/shared/690eed8c9f761c014220a968.

El reporte completo con cada una de las tareas realizadas durante el desarrollo del proyecto puede ser consultado en el anexo 7, figuras de la 149 a la 153.

Tabla 11. Honorarios del proyecto.

Honorarios del Proyecto			
Insumos			
Servicios			**Q227,92**
Insumo	**Costo por hora**	**Horas utilizadas**	**Costo total**
Energía Eléctrica	Q0,46	210	Q96,60
Internet	Q0,62	210	Q130,20
Datos para celular	Q0,16	7	Q1,12
Softwares			**Q79,80**
Adobe *Creative Cloud*	Q0,21	210	Q44,10
Youtube *Premium*	Q0,17	210	Q35,70
Equipo			**Q86,83**
Laptop	Q0,13	212	Q27,56
Celular	Q0,05	217	Q10,85
Tablet	Q0,06	212	Q12,72
Tableta Gráfica	Q0,13	210	Q27,30
Headset	Q0,02	210	Q4,20
Mouse y teclado	Q0,01	210	Q2,10
Disco duro externo	Q0,01	210	Q2,10
Muebles			**Q4,20**
Escritorio	Q0,01	210	Q2,10
Silla de oficina	Q0,01	210	Q2,10
Inmueble			**Q27,30**
Vivienda	Q0,13	210	Q27,30
Transporte			**Q81,33**
Insumo	**Costo por hora**	**Horas o kilómetros**	**Total**
Carro propio	Q0,51	3 horas	Q1,53
Gasolina	Q1,05	76 km	Q79,80
Subtotal insumos			**Q507,38**
Servicios técnicos			
Descripción	**Costo por unidad**	**Cantidad**	**Total**
Diagramación**	Q394,00	12	Q4.728,00
Ilustraciones principales*	Q338,44	12	Q4.061,28
Ilustraciones secundarias*	Q204,23	32	Q6.535,36
Iconografía*	Q96,33	11	Q1.059,63
Subtotal servicios técnicos			**Q16.384,27**

Servicios profesionales***			
Descripción	**Costo por hora**	**Horas utilizadas**	**Total**
Diagnóstico del proyecto	Q55,59	40	Q2.223,60
Estrategia creativa	Q55,59	10	Q555,90
Proceso de conceptualización	Q39,94	12	Q667,08
Definición de premisas de diseño	Q55,59	19	Q1.056,21
Levantamiento de texto	Q39,94	11	Q439,34
Nivel de Producción Gráfica 1	Q55,59	30	Q1.667,70
Nivel de Producción Gráfica 2	Q55,59	18	Q718,92
Nivel de Producción Gráfica 3	Q55,59	53	Q1.000,62
Validaciones	Q39,94	19	Q758,86
Subtotal servicios profesionales			**Q11.315,58**
Subtotal servicios técnicos y profesionales			**Q27.699,85**
Otros gastos			**Q318,00**
Pruebas de impresión			Q85,00
Refrigerio - Validación con cliente			Q29,00
Presente de agradecimiento - Validación con G.O.			Q12,00
Reproducción final del material			Q192,00
Subtotal general			**Q29.910,22**
Iva (5%)			**Q1.384,99**
Total final			**Q31.295,22**

Fuente: elaboración propia.

*Los precios base para las ilustraciones e iconografía fueron resultado de promediar los precios que maneja la diseñadora encargada del proyecto y los precios que manejan los ilustradores guatemaltecos Tenshi,[69] Ocas Random[70] y Mairena J.[71]

**El precio establecidos para la diagramación es resultado de promediar los precios de servicios editoriales encontrados en los tarifarios de las páginas web de Where in Guate[72], Iki Medios[73] y Link Estudio Gráfico[74]

***El precio de servicios profesionales ha sido extraído de la página Tusalario,[75] utilizando la información de sueldo promedio de un diseñador gráfico en Guatemala con 8 años de experiencia, calculado bajo una jornada laboral de 40 horas semanales.

El IVA fue calculado al 5% con base al régimen de Pequeño Contribuyente, puesto que el costo final del proyecto no excede los Q465,381.25 establecidos como máxima cantidad de ingresos anuales por la SAT.

69. Tenshi (@tenshiarts_gt), «Se abren comisiones!». Instagram, 20 de julio de 2023, consultado el 14 de octubre de 2025, https://www.instagram.com/p/Cu7HkVQuPe5/?img_index=2.

70. OCAS RANDOM (@ocasrandom), «¡Hola, comunidad! ¡Estoy emocionado de anunciar que abro nuevamente comisiones de dibujo por la temporada de otoño!», Instagram, consultado el 14 de octubre de 2025, https://www.instagram.com/p/DOwZm5VEZVg/?img_index=2

71. «Dibujaré tu personaje de dibujos animados», Fiverr, consultado el 14 de octubre de 2025, https://es.fiverr.com/mairena_ilustra/create-your-cartoon-character

72. «Servicios de Diseño Gráfico», Where in Guate, consultado el 14 de octubre de 2025, https://www.whereinguate.com/diseno-graphico-2019/

73. «Tarifario», Iki Medios, consultado el 14 de octubre de 2025, https://ikimedios.com/tarifario/

74. «Tarifario», Link Estudio Gráfico, consultado el 14 de octubre de 2025, https://www.linkestudiografico.com/preciodiseno

75. «Compara Tu Salario», Tusalario, consultado el 14 de octubre de 2025, https://tusalario.org/guatemala/tu-salario/compara-tu-salario?job-id=2166010000000#/



Capítulo 7

Síntesis del proceso

Contenido

7.1 Lecciones Aprendidas
7.2 Conclusiones
7.3 Recomendaciones

7.1 Lecciones Aprendidas

7.1.1 Fase de diagnóstico

Proceso de gestión
En la etapa inicial del proyecto, se adquirió el conocimiento y las habilidades para hacer una evaluación de las características del sector social culturas con base en documentación actualizada, acto que fue de alta importancia para comprender la situación real que vive Guatemala respecto a temas culturales. De igual forma se obtuvo una notable mejoría en habilidades de selección de información y redacción de ensayos académicos.

De igual manera, en este periodo se realizó el primer acercamiento con la institución, cimentando la relación profesional que permitió el desarrollo del proyecto.

Producción del diseño gráfico
Se realizó una búsqueda y análisis de diferentes materiales de diseño y comunicación visual que han sido desarrollados en la institución desde su creación, con la finalidad de identificar códigos visuales que fueron de utilidad para la creación de las piezas gráficas.

7.1.2 Fase de definición

Proceso de gestión
En la fase de definición, debido a que el CECEG se enfoca a un público amplio y más generalizado, se aplicaron conocimientos sobre delimitación del grupo objetivo para la creación del perfil del grupo al que se dirigiría el proyecto. Para ello se realizaron interpretaciones de información obtenida de datos estadísticos de interacción en Facebook, resultados cualitativos de encuestas y respuestas obtenidas en entrevistas.

También se determinó el rumbo que tomaría el proyecto a través del planteamiento y redacción de objetivos generales y específicos, así como la justificación que respalda su funcionalidad.

Producción del diseño gráfico
En el marco de redacción de los objetivos específicos, utilizando como base el análisis de resultados en la delimitación del grupo objetivo y la identificación del problema, se realizó una definición de las piezas de diseño que serían creadas para el proyecto así como los conocimientos que deberían ser aplicados en su desarrollo.

7.1.3 Fase de planeación

Proceso de gestión
Durante la etapa de planeación operativa se adquirió el conocimiento para calcular la depreciación y el costo por hora de cada insumo que sería utilizado durante la producción del proyecto.

Producción del diseño gráfico
El aprendizaje obtenido sobre la creación de un cronograma de trabajo permitió llevar un control del tiempo estimado en el que sería desarrollado el proyecto, definiendo las etapas en las que se dividiría su producción.

7.1.4 Fase de ejecución

Proceso de gestión
Durante el proceso de definición creativa se aprendió sobre la importancia de utilizar herramientas como las *6W's* o la ruta de usuario para mantener presente la finalidad del proyecto y previsualizar la manera en la que el grupo objetivo podría interactuar con el material y sus reacciones y pensamientos durante esta interacción.

Sumado a esto, se adquirió el conocimiento para plantear un *insight* que defina efectivamente el pensamiento del grupo objetivo, tomando en cuenta los factores que pueden llegar a generar influencia en su perspectiva.

En el desarrollo de las herramientas de validación con profesionales, cliente y grupo objetivo, se obtuvo la habilidad de identificar los criterios más importantes que cada muestra debe tomar en cuenta al momento de evaluar el proyecto a través de las preguntas y/o enunciados a responder en los formularios.

El haber aprendido a utilizar la aplicación Clockify permitió llevar un registro ordenado de cada tarea realizada durante la ejecución del proyecto, facilitando el cálculo de los honorarios.

Producción del diseño gráfico
En la primera fase de la producción gráfica se aprendió a utilizar el pensamiento crítico para evaluar las diferentes propuestas creadas, tomando en cuenta y buscando el cumplimientos de los objetivos del proyecto.

A través de los diferentes niveles de producción gráfica del proyecto se reforzaron los conocimientos respecto a diagramación y jerarquía visual, siendo de utilidad para mantener el orden y equilibrio del contenido de las piezas diseñadas.

Al momento de realizar las validaciones con profesionales, cliente y grupo objetivo, se logró mantener una actitud resiliente durante la recepción de retroalimentación, tomando en cuenta que cada comentario y sugerencia obtenida serviría para mejorar los resultados del proyecto, asegurando un resultado de alta calidad y funcionalidad.

7.1.5 Fase de evaluación

Proceso de gestión
La etapa de evaluación reforzó la identificación de lecciones aprendidas durante el desarrollo del proyecto en cada una de sus fases de trabajo, resumiendo los puntos considerados de mayor relevancia.

Durante la redacción de las conclusiones y recomendaciones se logró identificar la importancia e impacto que los proyectos de graduación pueden significar en la índole social, académica y profesional.

Producción del diseño gráfico
Al analizar el impacto y logros obtenidos con base en el cumplimiento de los objetivos del proyecto, se fortaleció el pensamiento y opinión de que el diseño gráfico es una herramienta de gran utilidad durante la realización de proyectos sociales y culturales.

7.2 Conclusiones

7.2.1 Conclusiones generales

- El realizar una investigación detalla sobre la institución para la que se está trabajando permite identificar de mejor manera los problemas de comunicación visual y las posibles oportunidades para darles solución.

- El poder conocer al grupo objetivo al que se dirige el proyecto es una práctica fundamental para el desarrollo de proyectos de comunicación visual, ya que posibilita realizar piezas de diseño que generen una conexión y/o identificación rápida y eficiente.

- La planificación del flujo de trabajo ayuda a mantener un orden a seguir por cada etapa, evitando perderse durante el proceso.

- Tomarse el tiempo para establecer las premisas de diseño basadas en el *insight* y concepto creativo permitirá la creación de propuestas congruentes y funcionales en menor tiempo.

- La definición de las secciones principales a diseñar agiliza el proceso de bocetaje al tener el enfoque individual de cada elemento que formará la pieza completa y no visualizar directamente como un todo.

- La obtención de retroalimentación desde diferentes puntos de vista, ya sea de personas involucradas directa o indirectamente en el proyecto, permite identificar oportunidades de mejora que el diseñador podría pasar por alto en primera instancia durante la producción gráfica.

7.2.2 En respuesta al objetivo general

«Apoyar al Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala para darle una mayor difusión a sus labores en beneficio de la conservación, protección y promoción de la cultura guatemalteca, por medio de la creación de una serie de representaciones gráficas informativas».

Logro
Los colaboradores del CECEG concuerdan en que presentar información sobre sus labores y áreas de investigación a través del material desarrollado es un método innovador con el potencial de generar un acercamiento fresco y llamativo a la institución, no solamente para atraer a la juventud sancarlista, sino también al público general.

Impacto
Las piezas finales cumplen en resumir la información más relevante sobre la institución, su contribución a la sociedad y las áreas de investigación que la integran. Sin embargo, es inadecuado afirmar que el apoyar a la conservación, protección y promoción de la cultura guatemalteca ha sido cumplido con totalidad. **El cumplimiento del objetivo general del proyecto será evidenciado en el momento que el CECEG le dé uso oficialmente al material.**

7.2.3 En respuesta al objetivo específico de comunicación visual institucional

«Facilitar a los jóvenes sancarlistas el acceso a información acerca del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala para su disposición y fácil comprensión, a través de piezas infográficas con datos relevantes sobre la institución y sus áreas de investigación, creadas para su producción física».

Logro
Gracias al acceso de la documentación que fue consultada para el desarrollo del contenido de las infografías, se logra una síntesis idónea y real sobre la información de la institución, siendo directa y fácil de comprender para el público al que se dirige el proyecto.

Impacto
La validación con grupo objetivo ha permitido confirmar que utilizar las infografías como estrategia de difusión dirigida a jóvenes universitarios tiene potencial de ser efectiva, gracias a que los individuos que accedieron a revisar el material presentaron interés en conocer más sobre la institución y participar en sus charlas y/o talleres.

7.2.4 En respuesta al objetivo específico de diseño gráfico

«Diseñar la línea gráfica que será utilizada en la creación de doce infografías, con el fin de generar interés en los estudiantes hacia el CECEG, sus publicaciones y actividades; por medio de la aplicación de conocimientos sobre tipografía, color, ilustración y diagramación enriquezcan el resultado de las piezas».

Logro
El utilizar correctamente los conocimientos y criterios de diseño, así como la pasión y compromiso dedicados durante el desarrollo de las piezas gráficas, dan como resultado una línea gráfica estéticamente llamativa y funcional en su misión de atraer la atención de los estudiantes.

Impacto
Los profesionales en el área de diseño, el cliente y el público objetivo presentaron una recepción mayormente positiva ante las diversas piezas gráficas diseñadas. Las tres muestras concuerdan en que el apartado más llamativo del proyecto son las ilustraciones.

7.3 Recomendaciones

A la institución

Facilitar el acceso a la información necesaria durante las etapas de diagnóstico y definición permitirá que el estudiante pueda trabajar de manera fluida, reduciendo los posibles contratiempos por falta de recursos.

Involucrarse activamente en el desarrollo del proyecto de graduación en las etapas de definición creativa y producción gráfica, realizando reuniones breves para presentar avances y resultados donde puedan apoyar con retroalimentación y comentarios, ayudará a que el estudiante pueda tomar en cuenta las opiniones durante el proceso de diseño y no basar las decisiones tomadas en suposiciones.

Al estudiante

Durante la etapa de diagnóstico, tomarse el suficiente tiempo para investigar sobre posibles instituciones donde realizar el Proyecto de Graduación reducirá las posibilidades de tener atrasos durante el inicio del proyecto. De preferencia, tener algún conocimiento previo y/o interés en el sector social elegido para realizar el proyecto con una mayor motivación y dedicación.

En la etapa de producción gráfica, es vital mantener una constante comunicación con la institución, con el fin de obtener una retroalimentación rápida y realizar los cambios necesarios lo más pronto posible.

Al realizar la validación en la fase de producción gráfica , ya sea con profesionales, cliente y/o grupo objetivo, se recomienda solicitar a la muestra por medio escrito cuáles fueron sus reacciones, comentarios y sugerencias respecto al material. Tener estos datos disponibles para su consulta ayudará a analizar si el proyecto va por buen camino y si cumple con los objetivos establecidos.

Aunque parezca una labor compleja y que requiere paciencia, tomarse el tiempo de revisar documentación disponible sobre la institución, como investigaciones o memorias de labores, permitirá crear una mejor conexión tanto con el proyecto a desarrollar como con la esencia y personalidad de la institución con la que se está colaborando. Esta recomendación es aplicable en las etapas de diagnóstico, definición y producción gráfica.

Al gremio del diseño gráfico

Durante la producción gráfica, el llevar un conteo real del tiempo en el que se trabajan las tareas de un proyecto es una práctica de vital importancia que facilitará la realización de cotizaciones a clientes potenciales interesados en adquirir el servicio de diseño gráfico.

Mantener presentes los objetivos del proyecto a realizar, así como el *insight* y el concepto creativo del mismo, permitirá la creación de propuestas vinculadas a los resultados que se desean obtener. Esto es aplicable durante la definición de premisas de diseño y la producción gráfico, sobre todo durante las validaciones con grupo objetivo.

Siempre que esté dentro de las posibilidades del diseñador, al realizar validaciones es ideal tener una conversación directa con miembros del grupo objetivo mientras estos interactúan con las piezas de diseño, ya que esto revela información valiosa que no siempre puede conseguirse a través de un formulario o encuesta.



Bibliografía

Sinopsis

Este apartado está destinado presentar, a través de una lista en orden alfabético, todas las fuentes y recursos consultados durante el desarrollo del proyecto.

Bibliografía

Alavez, Emilia. «La importancia de la retícula en el diseño editorial». *El diseño editorial y la edición* No. 1. 2da época. México, 2023. Consultado el 14 de agosto de 2025. https://espaciodisenoojs.xoc.uam.mx/index.php/espaciodiseno/article/view/2497/2463.

Alfaro Pérez, Francisco Oswaldo. «La Educación Sexual en Programas de Educación No Formal para Niños de la Calle». Tesis. Universidad de San Carlos de Guatemala, 1995. Consultado el 12 de agosto de 2025. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07_0469.pdf.

Alvarez, Marilin. «La carta que Walter Mazariegos envió al Congreso para exigir presupuesto». Soy502. 06 de febrero de 2024. Consultado el 2 de febrero de 2025, https://www.soy502.com/articulo/walter-mazariegos-exige-al-congreso-presupuesto-usac-101477.

Ambrose, Gavin y Paul Harris. *Fundamentos de la tipografía.* Barcelona: Parramón Ediciones, 2009.

Arévalo Cruz, Katherine Saraí. «Diseño de material de apoyo visual para los Recorridos de la Memoria de la Fundación -MAG- para la recuperación de la memoria histórica». Proyecto de Graduación. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2025. Consultado el 14 de octubre de 2025. http://www.repositorio.usac.edu.gt/21410/1/KATHERINE%20SARAI%20AR%C3%89VALO%20CRUZ.pdf.

Caal Juc, Rolando. «La pérdida de la identidad cultural incide en la condición de vida». Tesis. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2013. Consultado el 13 de agosto de 2025. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/29/29_0068.pdf.

CECEG – Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. «Boletín La tradición Popular – CECEG». Consultado el 12 de marzo de 2025. https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/category/boletinlatradicionpopular/.

CECEG – Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. «Misión y Visión – CECEG».Consultado el 12 de marzo de 2025. https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/mision-y-vision/.

CECEG – Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. «Nuestra Historia – CECEG». Consultado el 12 de marzo de 2025. https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/nuestra-historia/.

Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. «Director del CECEG presenta conferencia en el Congreso: Economías del testimonio en los mundos hispánico y latinoamericano (Edad Media - Siglo XXI) realizado en Francia». Facebook. 4 de junio de 2025. Consultado el 31 de julio de 2025. https://www.facebook.com/ceceg.usac/posts/pfbid02hgo5nLuqrVNJqEpr3y6pHyndMkRvVuoj5Ejgsph4mEbwpJtKpNceVgU2Lovy2TLKl.

Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. «El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala agradece a cada uno de las y los visitantes a la Feria del Libro organizada por la Editorial Universitaria». Facebook. 12 de marzo de 2024. Consultado el 17 de marzo de 2025. https://www.facebook.com/ceceg.usac/posts/pfbid02hgo5nLuqrVNJqEpr3y6pHyndMkRvVuoj5Ejgsph4mEbwpJtKpNceVgU2Lovy2TLKl.

Centro de Estudios Folklóricos. «Actualización de Manual de Organización Centro de Estudios Folklóricos – CEFOL». Guatemala, 2015. Consultado el 11 de febrero de 2025. https://ddo.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2024/03/Actualizacion-Manual-Organizacion-CEFOL-Aprobado-2016.pdf.

Cetino, Rocio. «Características de las cuatro culturas que existen en Guatemala». Aprende Guatemala.com, 24 de enero de 20225. Consultado el 2 de febrero de 2025. https://aprende.guatemala.com/cultura-guatemalteca/etnias/las-cuatro-culturas-de-guatemala/.

Chajón, Aníbal. «Aplicación educativa de la cultura tradicional en la Universidad de San Carlos de Guatemala». *Tradiciones de Guatemala* No. 86. Guatemala, 2016. Consultado el 13 de agosto de 2025, https://ls3.usac.edu.gt/revindex/articulos/editor5-r351_pi297_pfi304_ra44710.pdf.

Cifuentes de Ureta, Magda. «Aportes del Centro de Estudios Folklóricos de la Universidad de San Carlos de Guatemala a la aplicación de las culturas populares en el sistema educativo guatemalteco». Guatemala: Centro de Estudios Folklóricos. 2002.

Colle, Raymond. «Infografía: tipologías». *Revista Latina de Comunicación Social* Vol. 7, No. 58. Chile, 2004. Consultado el 14 de agosto de 2025. https://www.redalyc.org/pdf/819/81975801.pdf.

Dirección General de Investigación - Universidad de San Carlos de Guatemala -Digi-Usac-. «Unidades de investigación - Digi-Usac». Consultado el 12 de marzo de 2025. https://portal.digi.usac.edu.gt/unidades-de-investigacion/.

Dirección General Financiera - Universidad de San Carlos de Guatemala -DGF-. «USAC en cifras - septiembre 2024». Guatemala, 2024. Consultado el 12 de marzo de 2025. https://portal.digi.usac.edu.gt/unidades-de-investigacion/.

Facebook. «Centro Cultural Universitario USAC». Consultado el 2 de febrero de 2025. https://www.facebook.com/usac.ccu.

Figueroa Castro, Ana Lisette. «Transculturización y proceso de formación de la identidad en el niño de educación preprimaria a través de la cultura popular tradicional». Tesis. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2007. Consultado el 12 de agosto de 2025. http://www.repositorio.usac.edu.gt/14449/1/13%20T%20%201393.pdf.

González, Elena y Tania Quindos. *Diseño de íconos y pictogramas.* España: Campgràfic Editors, 2015. Consultado el 14 de agosto de 2025. https://www.researchgate.net/profile/Gonzalez-Miranda-Elena/publication/335986274_DISENO_DE_ICONOS_Y_PICTOGRAMAS/links/5d88f6ff-299bf1996f98b2ba/DISENO-DE-ICONOS-Y-PICTOGRAMAS.pdf.

Google Fonts. «Fira Sans». Consultado el 10 de septiembre de 2025. https://fonts.google.com/specimen/Sedgwick+Ave/about.

Google Fonts. «Sedgwick Ave». Consultado el 10 de septiembre de 2025. https://fonts.google.com/specimen/Sedgwick+Ave/about.

Guerrero Reyes, Leonardo. «El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas». Trabajo Fin de Máster. Universidad Complutense de Madrid, 2016. Consultado el 14 de agosto de 2025. https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/ae9a1284-8f73-4956-9e20-761230468e3a/content#page=29.77.

Gutiérrez, Karla. «Gobierno ya puede usar el Presupuesto 2025 y así será la distribución de los recursos». Soy502, 2 de enero de 2025. Consultado el 2 de febrero de 2025. https://www.soy502.com/articulo/gobierno-abre-publica-distribucion-presupuesto-2025-101772.

Guzmán Lechuga, Adolfo. «La infografía: un recurso didáctico para los procesos actuales de aprendizaje y enseñanza». Zincografía. México, 2023. Consultado el 13 de agosto de 2025. https://www.scielo.org.mx/pdf/zcr/v7n14/2448-8437-zcr-7-14-26.pdf.

Heller, Eva. *Psicología del color.* Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2004.

Iki Medios. «Tarifario». Consultado el 14 de octubre de 2025. https://ikimedios.com/tarifario/.

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Rafael Landívar y Misión de Verificación de las Naciones Unidas en Guatemala (MINGUA). *Acuerdos de Paz firmados por el Gobierno de la República de Guatemala y la Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca (URNG).* Segunda ed. Guatemala: Magna Terra Editores, 1997. Consultado el 13 de agosto de 2025, https://defensores.org.gt/wp-content/uploads/Acuerdos-de-Paz.pdf.

Link Estudio Gráfico. «Tarifario». Consultado el 14 de octubre de 2025. https://www.linkestudiografico.com/preciodiseno.

Luna, Gerardo y Ruth López. «Teoría del diseño de información aplicada en la infografía científica». *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo* No. 172. Argentina, 2022. Consultado el 14 de agosto de 2025. https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/7135/11416.

Menza, Andrés, Eduard Sierra y Wilman Sánchez. «La ilustración: dilucidación y proceso creativo». *Revista Kepes* No. 13. Colombia, 2016. Consultado el 14 de agosto de 2025. https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/2770/2564.

Müller-Brockmann, Josef. *Sistema de retículas.* Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1961.

Neuronilla. «Inspiración desde los colores». 16 de octubre de 2013. Consultado el 10 de septiembre de 2025. https://neuronilla.com/inspiracion-desde-los-colores/.

Neuronilla. «Inspiravideo». 20 de abril de 2010. Consultado el 10 de septiembre de 2025. https://neuronilla.com/videos-que-inspiran/.

Neuronilla. «La flor de loto (técnica MY)». 20 de marzo de 2018. Consultado el 10 de septiembre de 2025. https://neuronilla.com/la-flor-loto-tecnica-my/.

Ocas Random (@ocasrandom). «¡Hola, comunidad! ¡Estoy emocionado de anunciar que abro nuevamente comisiones de dibujo por la temporada de otoño!». Instagram. 18 de septiembre de 2025. Consultado el 14 de octubre de 2025. https://www.instagram.com/p/DOwZm5VEZVg/?img_index=2.

Periódico Digital Centroamericano y del Caribe. «Adesca abre convocatoria para financiar proyectos culturales y artísticos en Guatemala». 15 de marzo de 2024. Consultado el 02 de febrero de 2025. https://newsinamerica.com/pdcc/gente/espectaculos/2024/adesca-abre-convocatoria-para-financiar-proyectos-culturales-y-artisticos-en-guatemala/.

Plau Design. «*Baixe gràtis a Realce*». Consultado el 10 de septiembre de 2025. https://curso.plau.design/realce.

Ramírez, Fernando. «El uso de la tipografía en el diseño editorial como medio de comunicación gráfica». *Revista Estudios* No. 30. Costa Rica, 2015. Consultado el 14 de agosto de 2025. https://archivo.revistas.ucr.ac.cr/index.php/estudios/article/view/19864/19957.

Ramirez, Isaac. «Cultura y Deportes abre espacios de expresión a los artistas nacionales - Agencia Guatemalteca de Noticias». Agencia Guatemalteca de Noticias - AGN, 24 de mayo de 2024. Consultado el 02 de febrero de 2025. https://agn.gt/cultura-y-deportes-abre-espacios-de-expresion-a-los-artistas-nacionales/.

Rosales, Fabiola. «El teatro nacional estrena producción teatral de “el señor presidente”». Noticias MCD, 18 de octubre de 2024. Consultado el 02 de febrero de 2025. https://noticias.mcd.gob.gt/2024/10/18/el-teatro-nacional-estrena-produccion-teatral-de-el-senor-presidente/.

SIC – Sistema de Información Cultural. «Agenda Cultural». Consultado el 2 de febrero de 2025. https://www.sicultura.gob.gt/agenda_cultural/#agendacul.

SIC – Sistema de Información Cultural. «Directorio del registro nacional de artistas». Consultado el 2 de febrero de 2025. https://www.sicultura.gob.gt/renart/.

SIC – Sistema de Información Cultural. «Sistema de información cultural». Consultado el 2 de febrero de 2025. https://www.sicultura.gob.gt/.

Talé, Elías. «Museo de arte moderno en extinción». eP Investiga, 23 de abril de 2024. Consultado el 2 de febrero de 2025. https://epinvestiga.com/opinion/museo-de-arte-moderno-en-extincion/.

Tenshi (@tenshiarts_gt). «Se abren comisiones!». Instagram. 20 de julio de 2023. Consultado el 14 de octubre de 2025. https://www.instagram.com/p/Cu7HkVQuPe5/?img_index=2.

Tusalario. «Compara Tu Salario». Consultado el 14 de octubre de 2025. https://tusalario.org/guatemala/tu-salario/compara-tu-salario?job-id=2166010000000#/.

Universidad de San Carlos de Guatemala. «La tradición y la cultura se hicieron presentes en la USAC - Entrega de los boletines La Tradición Popular». Facebook. Consultado el 17 de marzo de 2025. https://www.facebook.com/UsacOficial/posts/-la-tradici%C3%B3n-y-la-cultura-se-hicieron-presentes-en-la-usac-el-centro-de-estudio/971641155109755/.

Universidad de San Carlos de Guatemala. «Misión, visión y valores». Consultado el 12 de marzo de 2025. https://usac.edu.gt/mision-vision-y-valores/.

Universidad de San Carlos de Guatemala. «Plan estratégico USAC 2030». Guatemala, 2023. Consultado el 13 de agosto de 2025. https://drive.google.com/file/d/17BjHJwkpUu6V99zlbUzpur6hU6wlyW9P/view.

Valiente Rodríguez, María Oralia. «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala». Ejercicio Profesional Supervisado. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2022. http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_1166.pdf.

Where in Guate. «Servicios de Diseño Gráfico». Consultado el 14 de octubre de 2025. https://www.whereinguate.com/diseno-graphico-2019/.



Glosario

Sinopsis

El glosario reúne y define los términos técnicos o específicos utilizados, con la finalidad de aclarar conceptos que puedan resultar desconocidos o confusos para el lector.

Glosario

Las definiciones incluidas a continuación han sido extraídas o reinterpretadas del documento Pequeño Diccionario del Diseñador.[76]

C

Connotación
«Significado secundario que se añade a una palabra de acuerdo con el sistema de valores del hablante. Cada una de las notas cualitativas contenidas en el significado de una palabra».

D

Diagramación
«Distribución u organización de los elementos de un mensaje bimedia (texto e imagen) en un espacio bidimensional mediante criterios de jerarquización de la información buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable».

F

Familia tipográfica
«En tipografía refiere al conjunto o sistema completo de tipos (alfabeto, números, signos de puntuación, signos especiales, etc.) Que presentan coherencia formal, respetando el estilo tipográfico. La familia incluye todas las posibilidades de variables (de tono, de proporción y de inclinación)».

I

Ícono
«Signo visual poco abstracto. Signo que sustituye algo tomando de éste sus rasgos pertinentes».

Ilustración
«Expresión gráfica de una idea, plasmada en un papel como boceto o arte final para su aplicación en cualquier medio de comunicación visual».

76. Reminers Design, *Pequeño Diccionario del Diseñador*, 2011, consultado el 29 de octubre de 2025, https://losqueno.com/wp-content/uploads/2015/04/DICCIONARIO-DISE--O.pdf.

Infografía
«Aquella información gráfica que contiene ilustraciones y textos combinados para explicar una noticia.»

L

Legibilidad
«Es cuando la palabra se hace descifrable, reconocible. Es el término que define la claridad de ciertos caracteres».

M

Maquetación
«Diseño y distribución de elementos gráficos. Durante el proceso de maquetación se deciden el número de páginas que tendrá la publicación, la cantidad y tamaño de los textos, las fotografías que aparecerán y sus tamaños, etc».

Mockup
Imagen que ejemplifica el resultado final de un producto.

Módulo
«Cada uno de los espacios en que se divide la retícula utilizada para maquetar una página».

S

Saturación
«Medida de la concentración de un color en un punto dado. Pureza de un color. Cuanto más grises contiene un color, menor es su saturación».

Serifa
«Es el trazo terminal del rasgo o de las curvas de una letra».

P

Pictograma
«Signos o símbolos aptos para el lenguaje figurado y la comunicación universal, que pueden suplir a los textos, en ocasiones».

R

Receptor
«Persona o colectivo que recibe un mensaje, en términos de comunicación».

Retícula
«Líneas y estructuras no visibles en el impreso, pero que definen las proporciones del diseño y la uniformidad visual».



Anexos

Sinopsis

En esta sección se encuentran los materiales complementarios que respaldan y amplían la información del proyecto, evitando la sobrecarga de información dentro del contenido principal del informe.

Anexo 1: análisis FODA

Tabla 12. Análisis FODA del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala -CECEG-.

Fortalezas	Oportunidades
• Dispuestos a recibir estudiantes de Diseño Gráfico para EPS / Proyecto de Graduación. • Su biblioteca abarca gran cantidad de información, facilitando procesos de investigación. • Se ubica en un punto relativamente cercano a la USAC.	• Institución perteneciente a la USAC, lo que facilita la comunicación entre facultad e institución. • Posibilidades de crear un proyecto en beneficio de los estudiantes. • Trabajan con temas culturales variados, ampliando las opciones de proyectos.
Debilidades	**Amenazas**
• Posible escasez de recursos, equipo o presupuesto para ciertos proyectos. • La mayor parte del trabajo que elaboran se basan en diseños editoriales, lo que limitaría las posibilidades de proponer un proyecto fuera de esta rama. • Falta de conocimiento por parte de la población guatemalteca sobre la labor de la institución.	• Las constantes mejoras tecnológicas han dejado parcialmente obsoleta la consulta de documentos que podrían encontrarse en su biblioteca. • Debido a los proyectos realizados el año pasado, muchos estudiantes pueden tener esta institución como primera opción EPS/ Proyecto de Graduación.

Fuente: elaboración propia

Anexo 2: diagnóstico

Tabla 13. Plan de acción 1 anteproyecto: diagnóstico de necesidades de comunicación visual.

Aspecto General	Aspecto Específico	Fuente de Información	Tipo de Información	Individuo	Instrumento	Lugar/Vía	Fecha
Información Institucional	**Historia, Misión y Visión**	Interna	Documental	N/A	Lista de cotejo 1	Página web - CECEG	30/01/2025
	Objetivos y Valores	Externa	Documental	N/A	Lista de cotejo 1	INFORME EPS 2022 MARÍA ORALIA VALIENTE RODRÍGUEZ	03/02/2025
		Interna	Personal	Director del CECEG Lic. Juan Pablo González	Entrevista	Reunión virtual en Meet	11/02/2025
		Externa	Documental	N/A	Lista de cotejo 1	Página web - USAC	11/02/2025
	Servicios y Funciones; Cobertura y Beneficiarios	Interna	Documental	N/A	Lista de cotejo 1	Página web - CECEG	30/01/2025
		Externa	Documental	N/A	Lista de cotejo 1	INFORME EPS 2022 MARÍA ORALIA VALIENTE RODRÍGUEZ	03/02/2025
		Interna	Documental	N/A	Lista de cotejo 1	ACTUALI-ZACIÓN DE MANUAL DE ORGANIZACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS FOLKLÓRICOS – CEFOL –	09/02/2025
		Interna	Personal	Director del CECEG Lic. Juan Pablo González	Guía de Entre-vista 1	Reunión virtual en Meet	11/02/2025
	Fuentes de Financia-miento	Externa	Documental	N/A	Lista de cotejo 1	Página Web - Dirección General de Investigación USAC	03/02/2025
		Externa	Documental	N/A	Lista de cotejo 1	Aprobación de Presu-puesto 2025 - USAC	11/02/2025
		Interna	Personal	Director del CECEG Lic. Juan Pablo González	Guía de Entre-vista 1	Reunión virtual en Meet	11/02/2025

Aspecto General	Aspecto Específico	Fuente de Información	Tipo de Información	Individuo	Instrumento	Lugar/Vía	Fecha
Aspectos de Comunicación y Diseño	Departamentos relacionados a la comunicación y al diseño dentro de la institución	Externa	Documental	N/A	Lista de cotejo 2	INFORME EPS 2022 MARÍA ORALIA VALIENTE RODRÍGUEZ	03/01/2025
		Interna	Personal	Director del CECEG Lic. Juan Pablo González	Guía de Entrevista 1	Reunión virtual en Meet	11/02/2025
	Antecedentes gráficos	Interna	Documental	N/A	Lista de cotejo 2	Página web CECEG	30/01/2025
		Interna	Documental	N/A	Guía de Observación	RR SS CECEG: Facebook, Instagram, Tiktok	30/02/2025
		Externa	Documental	N/A	Guía de Observación	INFORME EPS 2022 MARÍA ORALIA VALIENTE RODRÍGUEZ	05/02/2025
		Interna	Personal	Director del CECEG Lic. Juan Pablo González	Guía de Entrevista 1	Reunión virtual en Meet	11/02/2025
Áreas de Oportunidad	Dificultades de comunicación internas y externas	Externa	Documental	N/A	Guía de Observación	INFORME EPS 2022 MARÍA ORALIA VALIENTE RODRÍGUEZ	05/02/2025
		Interna	Personal	Director del CECEG Lic. Juan Pablo González	Guía de Entrevista 1	Reunión virtual en Meet	11/02/2025
		Interna	Documental	N/A	Guía de Observación	RR SS CECEG: Facebook, Instagram, Tiktok	05/02/2025
	Dificultades de comunicación inmediatas y a largo plazo	Interna	Documental	N/A	Guía de Observación	INFORME EPS 2022 MARÍA ORALIA VALIENTE RODRÍGUEZ	05/02/2025
		Interna	Personal	Director del CECEG Lic. Juan Pablo González	Guía de Entrevista 1	Reunión virtual en Meet	11/02/2025
		Interna	Documental	N/A	Guía de Observación	RR SS CECEG: Facebook, Instagram, Tiktok	05/02/2025
	Acciones realizadas hasta ahora para suplir necesidades	Interna	Personal	Director del CECEG Lic. Juan Pablo González	Guía de Entrevista 1	Reunión virtual en Meet	11/02/2025

Fuente: elaboración propia

Tabla 14. Lista de cotejo 1 «Información institucional general del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala - CECEG»

Criterios	Sí	No
¿La institución cuenta con un registro sobre su historia?		
¿Cuentan con una misión y visión definidas?		
¿Poseen objetivos institucionales establecidos?		
¿Establecen valores que conducen su labor?		
¿Ofrece una descripción clara sobre los servicios que brinda?		
¿Define la cobertura abarcada en sus actividades?		
¿Cuenta con información sobre sus beneficiarios y el impacto que genera?		
¿Dispone de información acerca de sus fuentes de financiamiento?		

Fuente: elaboración propia

Tabla 15. Lista de cotejo 2 «Aspectos de comunicación y diseño del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala - CECEG»

Criterios	Sí	No
¿La institución cuenta con un departamento o equipo encargado de la comunicación?		
¿Posee personal dedicado a la gestión de redes sociales, medios digitales o material gráfico?		
¿Se han desarrollado materiales gráficos internos o externos en años anteriores?		
¿Cuenta con una identidad gráfica institucional establecida?		
¿Existe un manual de identidad gráfica institucional?		
¿La institución ha trabajado con diseñadores o agencias externas para la comunicación visual o diseño de material gráfico?		
¿Se utilizan canales oficiales para la difusión de información (redes sociales, página web, etc.)?		

Fuente: elaboración propia

Tabla 16. Guía de observación 1 «Dificultades de comunicación del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala - CECEG»

Variable para observar	Sí	No	Anotaciones
Actualización de identificador visual			
Variantes de marca			
Colores corporativos.			
Uso de manual de normas gráficas.			
Colores e iconografía por área de investigación			
Uso de canales de comunicación interna			
Rotulación de la institución			
Material adicional con identidad corporativa			
Imagen actualizada del sitio web			
Actividad constante en redes sociales			
Estrategias de comunicación aplicadas en redes sociales.			
Diseño de publicaciones acorde a la imagen gráfica de la institución			
Mascota Institucional			
Coherencia en la línea gráfica aplicada en boletines, revistas y material editorial			

Fuente: elaboración propia

Guía para entrevista - Entrevista Director del CECEG

Fecha: 11/02/2025
Entrevistador: Darling Judith Jolón López
Entrevistado: Lic. Juan Pablo González de León, Director CECEG

Preguntas Generales

- ¿Cuáles serían los servicios que brinda la institución? Entiendo que su biblioteca está abierta para los estudiantes, investigadores y público general, también que realizan conferencias y talleres, pero me gustaría que pudiera darme información a detalle sobre esto u otros servicios y funciones que realizan.
- En su página web o en documentos oficiales no muestran explícitamente los valores de la institución, así que me gustaría saber en sus propias palabras y perspectiva cuáles son los valores principales que utilizan como base en las labores del CECEG
- Otro dato importante que me gustaría confirmar son las fuentes de financiamiento de la institución. ¿Cómo o quiénes financian los proyectos que realizan en el CECEG?
- Durante mi investigación sobre la institución encontré un Manual de Organización aprobado en 2015 que aún cuenta con el nombre anterior (CEFOL) pero que se menciona que aún está vigente ¿Es correcta esta información o cuentan con un Manual actualizado con el nombre actual?
- Según mi perspectiva y proceso de investigación, los proyectos que realiza la institución beneficia a la población guatemalteca en general, ya que son proyectos que quedan disponibles para que todo el mundo pueda consultar o asistir. Pero ¿Podría describir, según sus palabras, a quien o quienes beneficia el trabajo que realiza el CECEG?
- Entiendo que el enfoque hacia quienes dirigen su trabajo es bastante general, sin embargo me da curiosidad saber ¿No hay algún segmento al que la institución quisiera atraer específicamente? Tal vez estudiantes universitarios, docentes, investigadores extranjeros.

Preguntas específicas de Diseño y Comunicación

- Pude notar en el organigrama del documento que me proporcionó que no cuentan con un área especializada en diseño o comunicación ¿Cuál sería la razón de esto?
- A falta de un área especializada en realizar piezas gráficas para la institución ¿Qué acciones han tomado para conllevar estas tareas? ¿Hay algún encargado que pertenezca a otra de las áreas que lo conforman?
- ¿Alguna vez han planteado la posibilidad de abrir un departamento específico para estas labores? ¿Cree que sería una decisión favorable para el CECEG?
- ¿Qué clase de piezas gráficas considera que son las que más se necesitan trabajar para la institución? Dígase diagramación editorial, material de apoyo para los colaboradores, material para redes sociales
- En el documento de EPS que me hizo llegar fijé mi atención en que la licenciada trabajó en el desarrollo de un manual de normas gráficas. Cuénteme sobre este tema, me gustaría saber si han hecho uso de él o si hubiera alguna cuestión que impidiera su implementación en sus piezas de diseño.
- ¿Podría platicarme un poco su experiencia trabajando con otros epesistas de diseño gráfico? ¿Qué tipo de proyectos se han desarrollado y cuáles serían los resultados? (satisfactorios o insatisfactorios)
- ¿Cuales son las expectativas que la institución o usted personalmente tiene cuando un estudiante de diseño gráfico realiza un proyecto de graduación junto a ustedes?

Figura 105. Guía para entrevista realizada al director del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Fuente: elaboración propia.

Anexo 3: recursos complementarios del perfil del grupo objetivo

Tabla 17. Plan de acción 2 grupo objetivo: recopilación de información del grupo objetivo.

Aspecto General	Aspecto Específico	Fuente de Información	Tipo de Información	Individuo	Instrumento	Lugar/Vía	Fecha
Características Geográficas	**País y departamento**	Interna	Documental	N/A	Guía de Observación 1	Estadísticas de la Facebook oficial del CECEG	11/03/2025
	Ciudad	Interna	Documental	N/A	Guía de Observación 1	Estadísticas de la Facebook oficial del CECEG	11/03/2025
		Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
	Zona	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
		Externa	Documental	Estudiantes de la USAC	Guía de Observación 1	Estadísticas de la Facebook oficial del CECEG	11/03/2025
Características Sociodemográficas	**Edad**	Interna	Documental	N/A	Guía de Observación 1	Estadísticas de la Facebook oficial del CECEG	11/03/2025
		Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
	Género	Interna	Documental	N/A	Guía de Observación 1	Estadísticas de la Facebook oficial del CECEG	11/03/2025
	Formación académica	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
	Función y responsabilidad familiar	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
Características Socioeconómicas	**Clase social**	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
	Nivel Socioeconómico -NSE–	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
	Hábitos de consumo	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
		Externa	Personal	Estudiantes de la USAC (9 individuos)	Guía de Entrevista 1	Universidad de San Carlos de Guatemala	15/03/2025

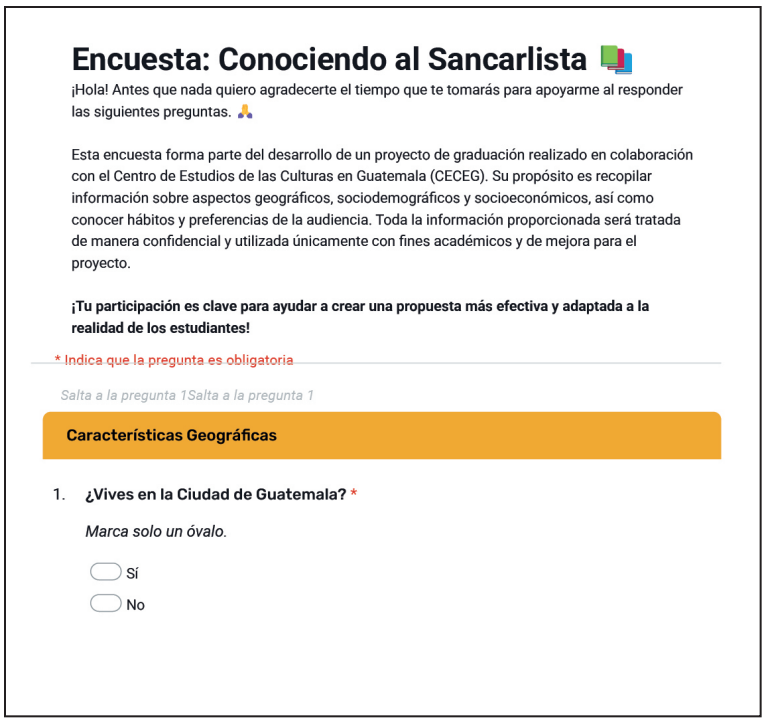
Aspecto General	Aspecto Específico	Fuente de Información	Tipo de Información	Individuo	Instrumento	Lugar/Vía	Fecha
Caracte-rísticas Psicográficas	**Estilo de Vida**	Externa	Personal	Estudian-tes de la USAC (9 individuos)	Guía de Entre-vista 1	Universidad de San Carlos de Guatemala	15/03/2025
	Hábitos	Externa	Personal	Estudian-tes de la USAC (9 individuos)	Guía de Entre-vista 1	Universidad de San Carlos de Guatemala	15/03/2025
	Motivaciones	Externa	Personal	Estudian-tes de la USAC (9 individuos)	Guía de Entre-vista 1	Universidad de San Carlos de Guatemala	15/03/2025
	Valores	Externa	Personal	Estudian-tes de la USAC (9 individuos)	Guía de Entre-vista 1	Universidad de San Carlos de Guatemala	15/03/2025
	Cultura visual	Externa	Personal	Estudian-tes de la USAC (9 individuos)	Guía de Entre-vista 1	Universidad de San Carlos de Guatemala	15/03/2025
Relación entre el grupo objetivo y la institución	**Conoci-miento de la institución**	Interna	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
	Frecuencia de visita presencial	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
	Frecuencia de visita virtual	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
	Participación en actividades y/o uso de servicios	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025
	Nivel de satisfacción	Externa	Personal	Estudiantes de la USAC	Encuesta: Conociendo al Sancarlista	Google Forms	12/03/2025 al 18/03/2025

Fuente: elaboración propia

Tabla 18. Guía de observación 2 «Características geográficas y sociodemográficas de seguidores de la página de Facebook del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala -CECEG-»

Variable para observar	Sí	No	Anotaciones
País			
Departamento			
Zona			
Edad			
Género			

Fuente: elaboración propia



Encuesta: Conociendo al Sancarlista 📚

¡Hola! Antes que nada quiero agradecerte el tiempo que te tomarás para apoyarme al responder las siguientes preguntas. 🙏

Esta encuesta forma parte del desarrollo de un proyecto de graduación realizado en colaboración con el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG). Su propósito es recopilar información sobre aspectos geográficos, sociodemográficos y socioeconómicos, así como conocer hábitos y preferencias de la audiencia. Toda la información proporcionada será tratada de manera confidencial y utilizada únicamente con fines académicos y de mejora para el proyecto.

¡Tu participación es clave para ayudar a crear una propuesta más efectiva y adaptada a la realidad de los estudiantes!

* Indica que la pregunta es obligatoria

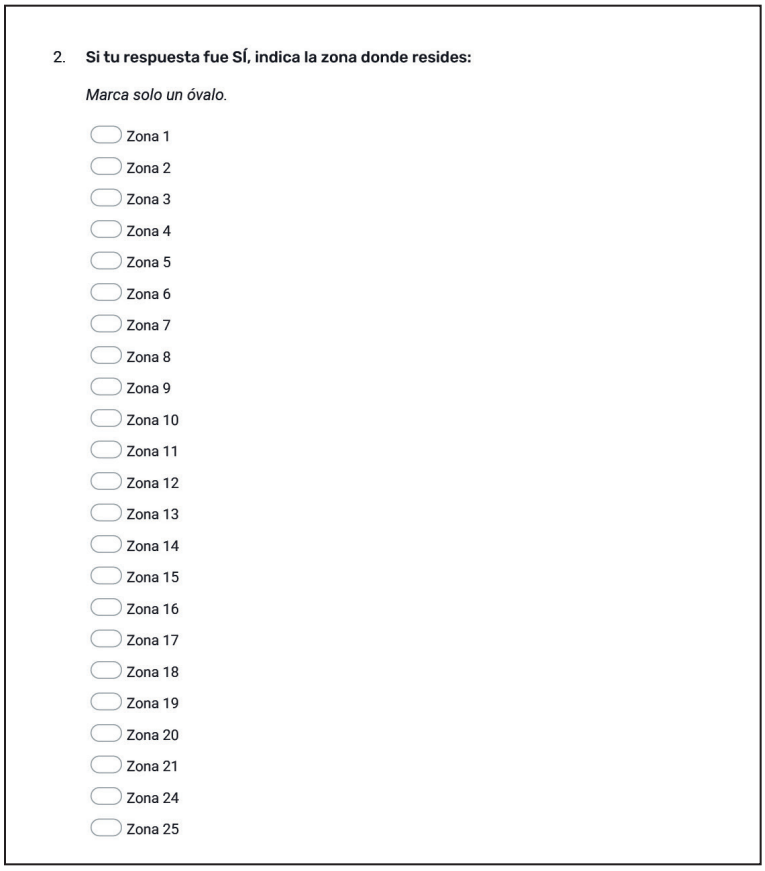
Salta a la pregunta 1Salta a la pregunta 1

Características Geográficas

1. **¿Vives en la Ciudad de Guatemala?** *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No



2. **Si tu respuesta fue SÍ, indica la zona donde resides:**

Marca solo un óvalo.

- Zona 1
- Zona 2
- Zona 3
- Zona 4
- Zona 5
- Zona 6
- Zona 7
- Zona 8
- Zona 9
- Zona 10
- Zona 11
- Zona 12
- Zona 13
- Zona 14
- Zona 15
- Zona 16
- Zona 17
- Zona 18
- Zona 19
- Zona 20
- Zona 21
- Zona 24
- Zona 25

Figuras 106 y 107. Presentación de encuesta y preguntas de carácter geográfico. Fuente elaboración propia, por medio de Google Forms.

3. **Marca el rango de edad en el que te encuentras** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ 18-24
- ◯ 25-34
- ◯ 35-44
- ◯ 45 o más

4. **Indica tu género** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Femenino
- ◯ Masculino
- ◯ Prefiero no decirlo

5. **Marca la Unidad Académica en la que te encuentras estudiando** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Facultad de Agronomía
- ◯ Facultad de Arquitectura
- ◯ Facultad de Ciencias Económicas
- ◯ Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
- ◯ Facultad de Ciencias Médicas
- ◯ Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia
- ◯ Facultad de Humanidades
- ◯ Facultad de Ingeniería
- ◯ Facultad de Odontología
- ◯ Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia
- ◯ Otra

6. **¿Cuentas con un trabajo o solo te dedicas a estudiar?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Solamente estudio
- ◯ Estudio y trabajo

7. **¿Cuál es tu función en el hogar?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Soy económicamente independiente (cubro mis propios gastos sin apoyo externo)
- ◯ Dependo económicamente de otra persona (padres, tutores u otro familiar cubre mis gastos)
- ◯ Soy el principal proveedor del hogar (otras personas dependen de mi ingreso)
- ◯ Contribuyo parcialmente a los gastos del hogar (aporto, pero no soy el principal sostén económico)

Figuras 108 y 109. Preguntas de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, por medio de Google Forms.

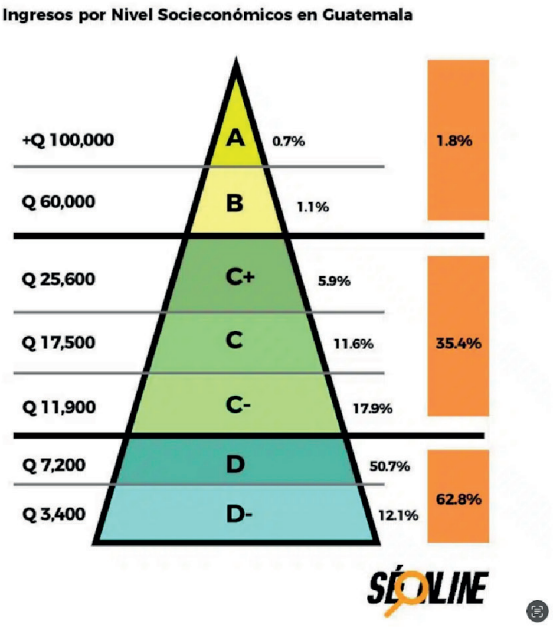
Características Socioeconómicas

8. **¿Cuál dirías que es tu clase social?** *

Marca solo un óvalo.

- Alta
- Media-Alta
- Media
- Media-Baja
- Baja

9. **Según la Pirámide de Ingresos por Nivel Socioeconómico en Guatemala ¿Cuál dirías que define mejor el nivel que se presenta en tu hogar?** *



Marca solo un óvalo.

- A
- B
- C+
- C
- C-
- D
- D-

Figuras 110 y 111. Preguntas de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, por medio de Google Forms.

10. **¿Qué medios sueles utilizar para mantenerte informado? (Puedes marcar hasta 2 opciones)** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Redes sociales
- [ ] Blogs o publicaciones en sitios web
- [ ] Televisión
- [ ] Prensa

11. **¿Qué redes sociales utilizas más? Marca todas las que apliquen** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Facebook
- [ ] Instagram
- [ ] Youtube
- [ ] Tiktok
- [ ] Twitter / X

12. **En escala del 1 al 5 ¿Qué tanto te interesan los temas relacionados a la cultura popular tradicional y cultura popular guatemalteca?** *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poc	◯	◯	◯	◯	◯	Mucho interés

13. **¿Qué tipo de actividades culturales guatemaltecas consumes o disfrutas con más frecuencia? Marca todas las que apliquen** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Asisto a ferias o festivales culturales
- [ ] Visito museos o galerías de arte
- [ ] Veo documentales o contenido relacionado con la cultura guatemalteca
- [ ] Leo libros, artículos o poesía de autores guatemaltecos
- [ ] Escucho música de artistas guatemaltecos
- [ ] Participo en actividades tradicionales (bailes, ceremonias, etc.)
- [ ] No consumo actividades culturales guatemaltecas

14. **¿Con qué frecuencia participas en actividades culturales relacionadas con Guatemala?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Al menos una vez al mes
- ◯ Cada pocos meses
- ◯ Rara vez
- ◯ Nunca

15. **¿Qué aspectos de la cultura popular guatemalteca te interesan más? Selecciona todas las que sean de tu interés**

Selecciona todos los que correspondan.

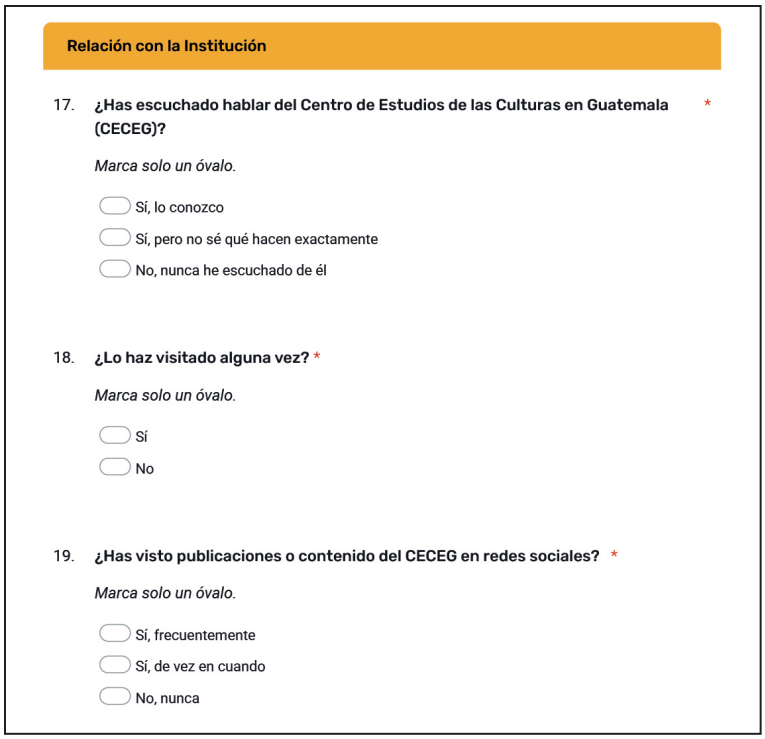
- [ ] Historia y tradiciones
- [ ] Gastronomía
- [ ] Música y danza
- [ ] Arte visual (pintura, escultura, textiles)
- [ ] Literatura y poesía
- [ ] Cine y teatro
- [ ] Costumbres y festividades
- [ ] Ninguna

16. **¿Conoces al menos una institución dedicada a la investigación, promoción o preservación de la cultura guatemalteca?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Sí
- ◯ No

Figuras 112, 113 y 114. Preguntas sobre hábitos de consumo.
Fuente: elaboración propia, por medio de Google Forms.



Relación con la Institución

17. **¿Has escuchado hablar del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG)?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Sí, lo conozco
- ◯ Sí, pero no sé qué hacen exactamente
- ◯ No, nunca he escuchado de él

18. **¿Lo haz visitado alguna vez?** *

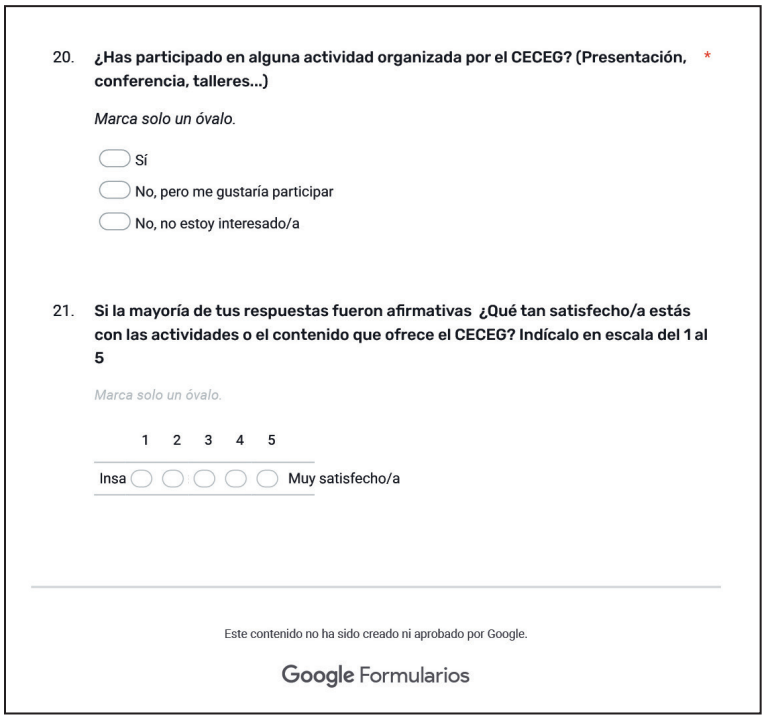
Marca solo un óvalo.

- ◯ Sí
- ◯ No

19. **¿Has visto publicaciones o contenido del CECEG en redes sociales?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Sí, frecuentemente
- ◯ Sí, de vez en cuando
- ◯ No, nunca



20. **¿Has participado en alguna actividad organizada por el CECEG? (Presentación, conferencia, talleres...)** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Sí
- ◯ No, pero me gustaría participar
- ◯ No, no estoy interesado/a

21. **Si la mayoría de tus respuestas fueron afirmativas ¿Qué tan satisfecho/a estás con las actividades o el contenido que ofrece el CECEG? Indícalo en escala del 1 al 5**

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Insa	◯	◯	◯	◯	◯	Muy satisfecho/a

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Figuras 115 y 116. Preguntas conocimiento y relación con la institución.
Fuente: elaboración propia, por medio de Google Forms.

Guía para entrevista - Características Psicográficas

Fecha: 15/02/2025
Entrevistador: Darling Judith Jolón López
Entrevistado:

Estilo de Vida

- ¿Cómo describirías un día típico para ti entre tus estudios y tu tiempo libre? Atareado, tranquilo, alegre…
- ¿Podrías describir cómo es tu rutina diaria? Los aspectos que consideres más importantes, desde que te levantas hasta que vas a dormir.
- ¿Qué tipo de actividades realizas en tu tiempo libre?
- ¿Prefieres actividades individuales o en grupo? ¿Por qué?
- ¿Qué medios usas más para informarte o entretenerte (redes sociales, televisión, libros, etc.)?
- ¿Qué tipo de contenido consumes más (educativo, entretenimiento, noticias, cultural, etc.)?

Hábitos

- ¿Cuánto tiempo pasas diariamente en redes sociales? ¿Cuál usas más?
- ¿Cuánto tiempo pasas en redes sociales diariamente y cuáles usas más?
- ¿Participas en actividades culturales dentro o fuera de la USAC?
- ¿Con qué frecuencia asistes a eventos sociales, culturales o recreativos?

Motivaciones

- ¿Qué te inspira o motiva a aprender cosas nuevas?
- ¿Qué temas o actividades te interesan más actualmente?
- ¿Qué factores influyen más en tus decisiones (amigos, redes sociales, intereses personales, etc.)?
- ¿Qué te motivaría a conocer más sobre la cultura guatemalteca?

Valores

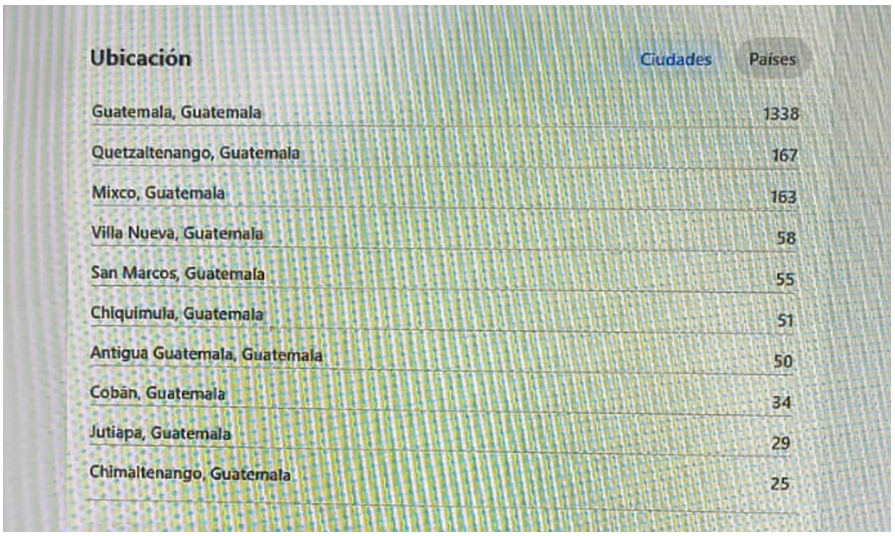
- ¿Cuáles consideras que son los valores más importantes en tu vida?
- ¿Qué es lo más importante para ti en tu vida académica y personal?
- ¿Qué tanto valoras la preservación de la cultura y las tradiciones guatemaltecas?
- ¿Crees que la población tiene un rol importante en la preservación y difusión de la cultura nacional? ¿Por qué?
- ¿Cómo definirías el papel de la cultura en la sociedad guatemalteca actual?

Cultura Visual

- ¿Qué tipo de contenido visual te llama más la atención (fotos, ilustraciones, vídeos, infografías)?
- ¿Qué estilo visual te resulta más atractivo (moderno, tradicional, minimalista, colorido, etc.)?
- ¿Te gustan las publicaciones con más texto o con más imágenes? ¿Por qué?
- ¿Qué te hace detenerte a ver una publicación en redes sociales? Lo primero que debe llamar tu atención.

Figura 117. Guía para entrevista realizada a estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Fuente: elaboración propia.

3.1 Características geográficas



Ubicación	Ciudades	Países
Guatemala, Guatemala	1338	
Quetzaltenango, Guatemala	167	
Mixco, Guatemala	163	
Villa Nueva, Guatemala	58	
San Marcos, Guatemala	55	
Chiquimula, Guatemala	51	
Antigua Guatemala, Guatemala	50	
Cobán, Guatemala	34	
Jutiapa, Guatemala	29	
Chimaltenango, Guatemala	25	

Figura 118. Cantidad de seguidores de la página de Facebook del CECEG por ciudad y país. Fuente: fotografía proporcionada Mario Rodríguez, informático de la institución.

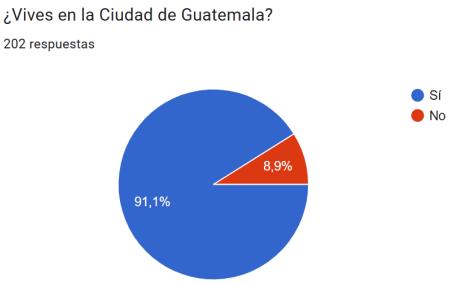


Figura 119. Resultados de la primera pregunta de carácter geográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

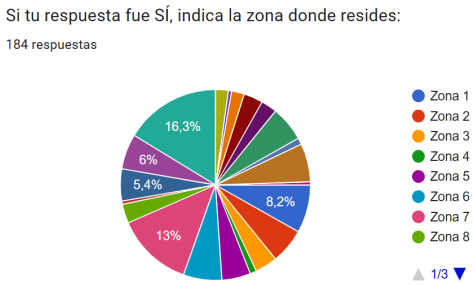


Figura 120. Resultados de la segunda pregunta de carácter geográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

3.2 Características sociodemográficas

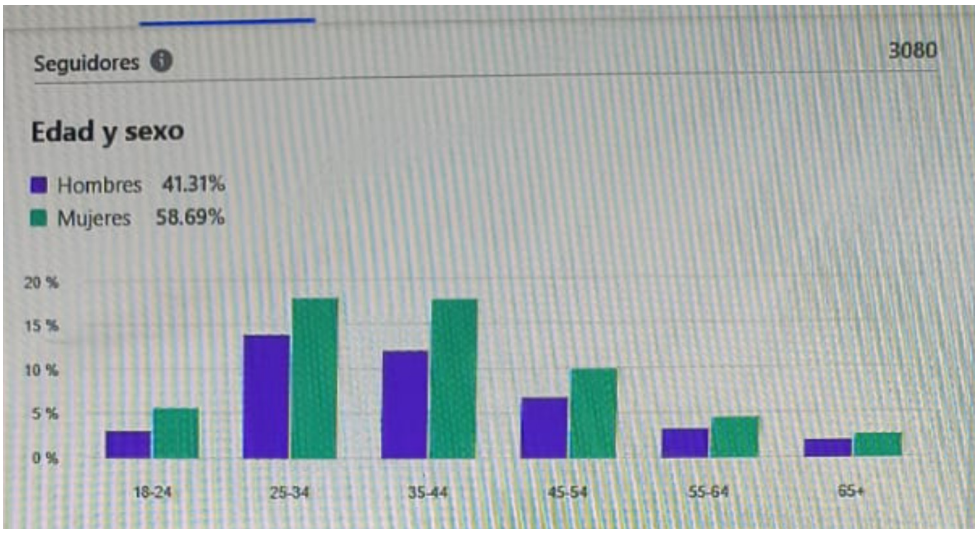


Figura 121. Porcentajes de seguidores de la página de Facebook del CECEG, según género y rango de edad. Fuente: fotografía proporcionada Mario Rodríguez, informático de la institución.



Figura 122. Resultados de la primera pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

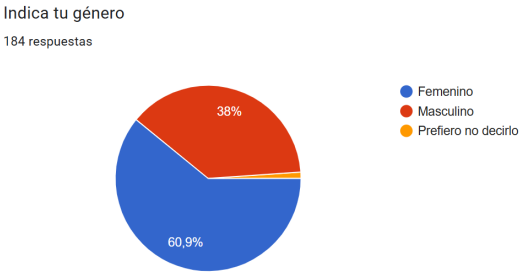


Figura 123. Resultados de la segunda pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

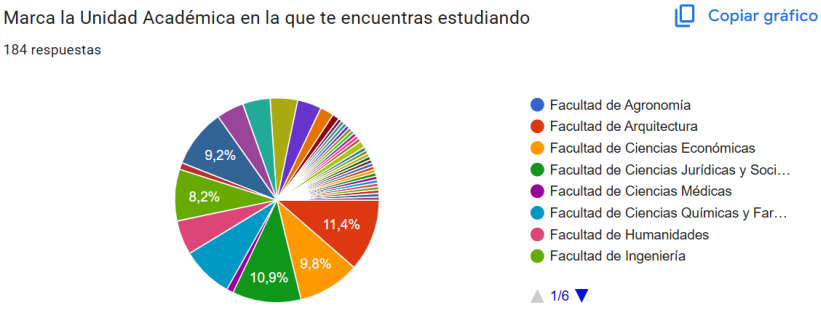


Figura 124. Resultados de la tercera pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.



Figura 125. Resultados de la cuarta pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

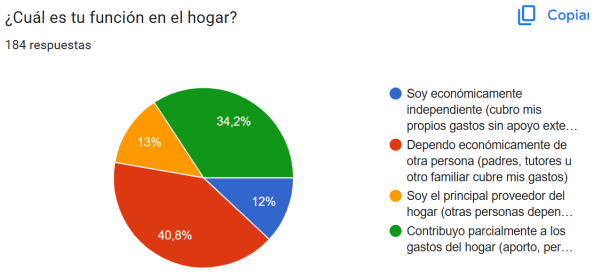


Figura 126. Resultados de la quinta pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

3.3 Características socioeconómicas

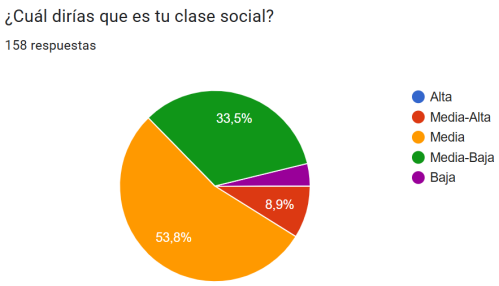


Figura 127. Resultados de la primera pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra

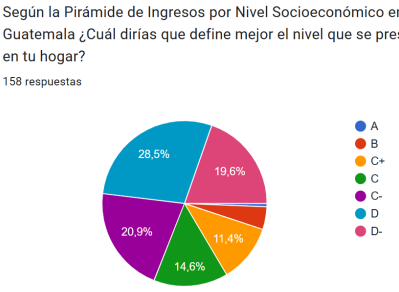


Figura 128. Resultados de la segunda pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

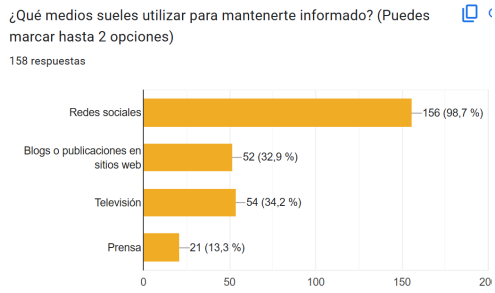


Figura 129. Resultados de la tercera pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: Elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

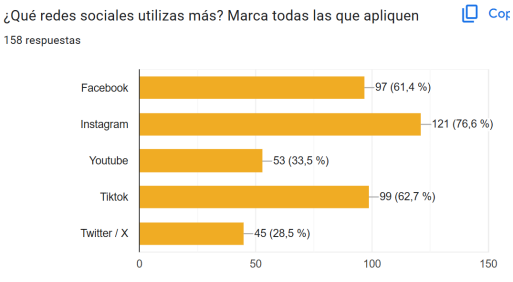


Figura 130. Resultados de la cuarta pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

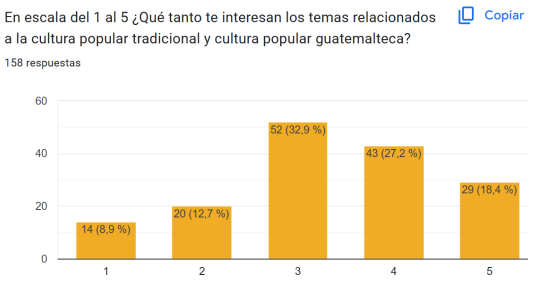


Figura 131. Resultados de la quinta pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

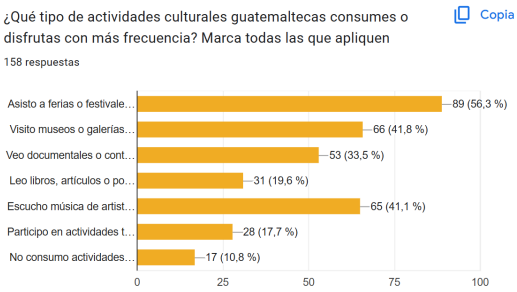


Figura 132. Resultados de la sexta pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

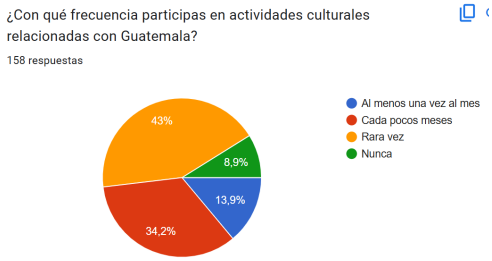


Figura 133. Resultados de la séptima pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

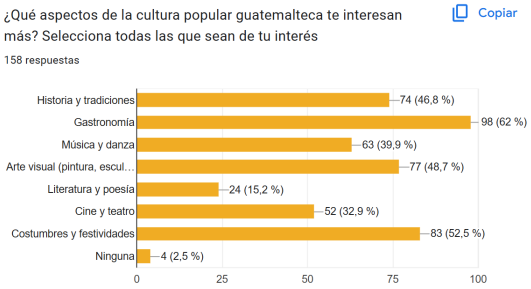


Figura 134. Resultados de la octava pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.



Figura 135. Resultados de la novena pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

3.4 Relación con la Institución

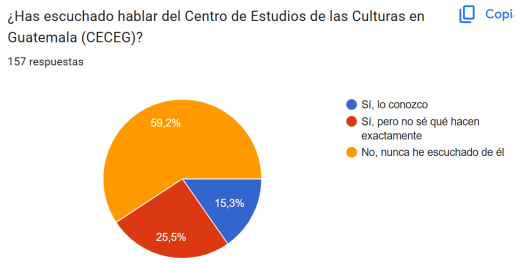


Figura 136. Resultados de la primera pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

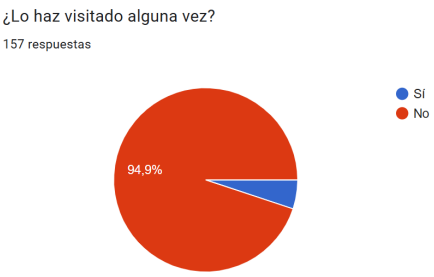


Figura 137. Resultados de la segunda pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

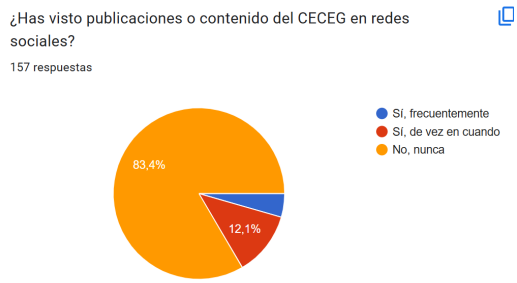


Figura 138. Resultados de la tercera pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.



Figura 139. Resultados de la cuarta pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

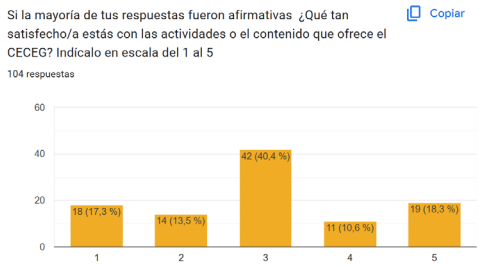


Figura 140. Resultados de la quinta pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra.

Anexo 4: recursos complementarios de la definición del problema

Identificación del Problema de Comunicación Visual

¿Dónde ocurre?
Centro de Documentación del CECEG, página de Facebook, página web oficial, actividades en las que participa o colabora la institución.

¿Cómo se presenta?
Falta de divulgación informativa sobre datos de las investigaciones realizadas o información general de las diversas áreas de investigación.

¿Cuáles son las causas?

- No conocer ni aplicar estrategias de comunicación que ayuden a que el algoritmo trabaje a su favor.
- Baja uniformidad en los recursos utilizados (elementos que representen a la institución)
- Las publicaciones que se realizan se enfocan en invitar o presentar resultados de actividades en las que la institución participa u organiza, haciendo a un lado proporcionar información sobre sus investigaciones.
- En los espacios donde exponen sus publicaciones editoriales, resultados de sus investigaciones o realización de conferencias y talleres, no utilizan materiales gráficos que expliquen qué tipo de información manejan las áreas de investigación.

¿Cuáles son las consecuencias?
Los *posts* compartidos suelen tener poco alcance en comparación a la cantidad de seguidores con los que cuenta la página, lo que ocasiona que el trabajo de la institución tenga poca difusión. Por otro lado, en espacios físicos, dificulta que el público conozca qué tipo de investigaciones se realizan en el CECEG, haciendo que el interés o curiosidad por descubrir más sobre la labor de la institución sea bajo. Esto culmina en que la divulgación de la cultura popular del país se vea afectada, ya que termina siendo ignorada por una gran parte de la población guatemalteca.

¿A qué o a quiénes afecta directamente?
No solamente afecta a los investigadores que forman parte de la institución, sino que afecta a las diferentes comunidades investigadas, a la población interesada en temas culturales populares de Guatemala y a posibles investigadores que podrían aportar con su trabajo a la institución.

¿Cuántos están afectados y en qué magnitud?
Debido al enfoque tan generalizado al que el CECEG proyecta llegar, puede decirse que los grupos más afectados son los pertenecientes al pueblo ladino/mestizo, que representan aproximadamente el 60.3% de la población del país, seguido de los pueblos mayas siendo el 37.5%[1]. Dentro del contexto de la USAC, estaríamos hablando aproximadamente del 63.78% de la población estudiantil general, representando a los estudiantes inscritos en el campus central.

¿Desde cuándo y con qué frecuencia?
La página de Facebook lleva existiendo desde el año 2017, cuando aún se conservaba el nombre Centro de Estudios Folklóricos. Desde entonces, la mayoría de los posts no superan las 20 reacciones, salvo a ciertos casos donde han llegado a reflejar 35 a 50 reacciones. En el caso de espacios físicos, el CECEG participa aproximadamente de 3 a 4 actividades por mes donde tienen la oportunidad de divulgar su trabajo.

[1] Instituto Nacional de Estadística -INE-, «Datos demográficos y de pobreza de los pueblos indígenas según la ENCOVI 2023» (Guatemala, octubre de 2024), 7, https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2024/12/05/20241205142224hb2DT5INXvYSKOiMBuPeeIOjO8GrLLIT.pdf.

Figura 141. Ejercicio de 7 preguntas y respuestas para la identificación del problema de comunicación visual.
Fuente: elaboración propia.

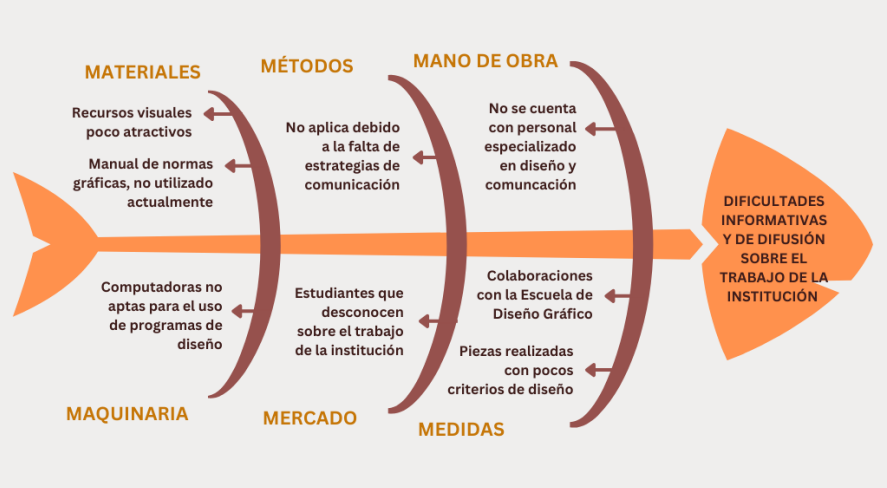


Figura 142. Diagrama de Ishikawa sobre las causas del problema de comunicación visual presentado en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Fuente: elaboración propia.

Anexo 5: validación de producción gráfica 2

Para lograr visualizar correctamente los siguientes recursos, se deberán escanear los códigos QR utilizando un lector de códigos QR por medio de un teléfono inteligente.

Figura 143. Código QR para visualización de presentación utilizada para validación con profesionales. Fuente: generado con el navegador Google Chrome.

Figura 144. Código QR para visualización de la encuesta utilizada para validación con profesionales. Fuente: generado con el navegador Google Chrome.

Anexo 6: validación de producción gráfica 3



Figura 145. Prototipos de las infografías para su revisión física. Fuente: elaboración propia.

Para lograr visualizar correctamente los siguientes recursos, se deberán escanear los códigos QR utilizando un lector de códigos QR por medio de un teléfono inteligente.

Figura 146. Código QR para visualización de la presentación utilizada para validación con cliente. Fuente: generado con el navegador Google Chrome.

Figura 147. Código QR para visualización de la encuesta utilizada para validación con cliente. Fuente: generado con el navegador Google Chrome.

Figura 148. Código QR para visualización de la encuesta utilizada para validación con grupo objetivo. Fuente: generado con el navegador Google Chrome.

Anexo 7: evidencia de horas reales de trabajo y producción gráfica

Detailed report

01/01/2025 - 31/12/2025

Total: 217:22 Billable: 217:22 Amount: 0,00 USD

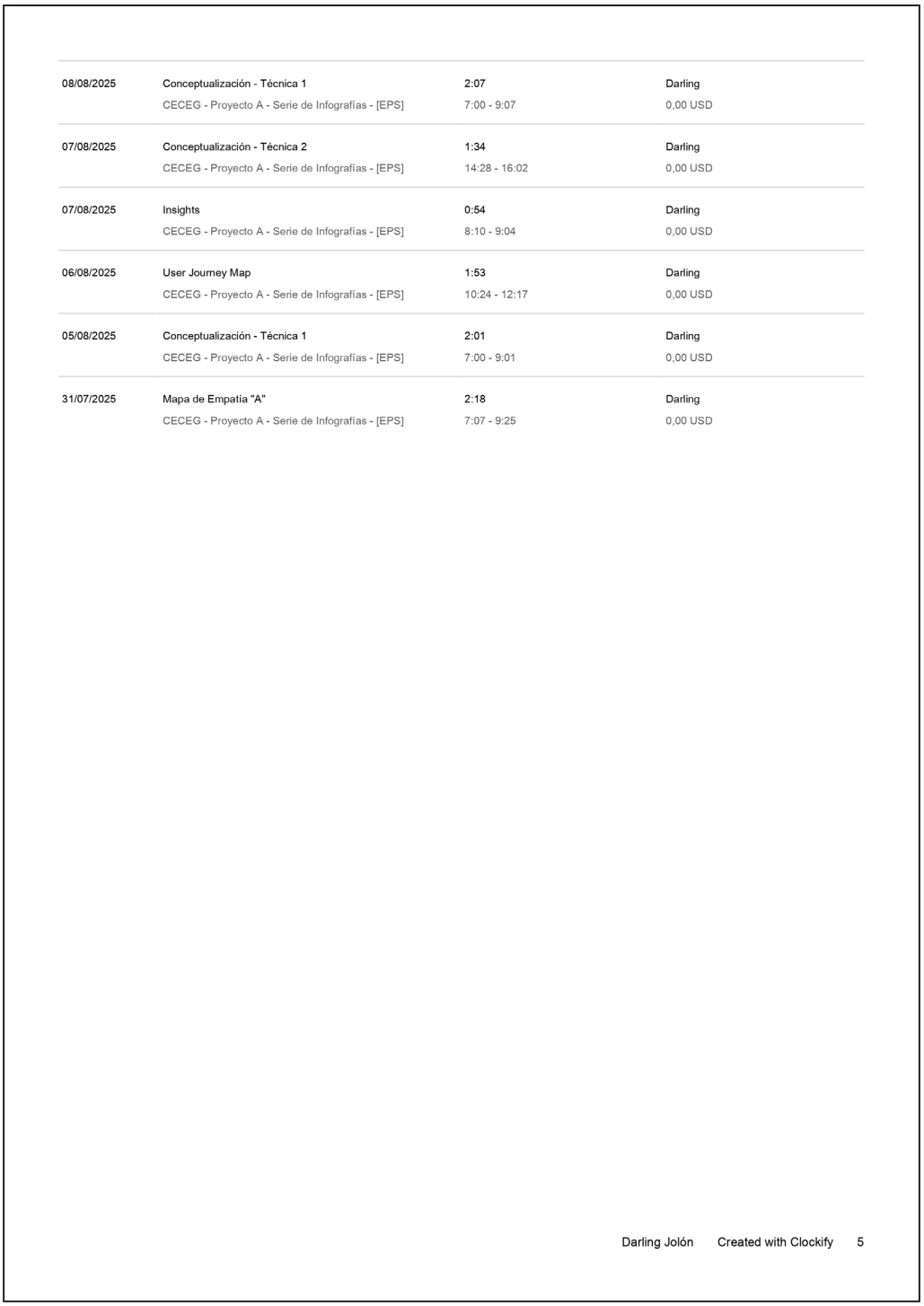
Date	Description	Duration	User
11/10/2025	Validación con grupo objetivo CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:40 10:45 - 12:25	Darling 0,00 USD
10/10/2025	Desarrollo de ilustraciones secundarias CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:05 13:00 - 18:05	Darling 0,00 USD
10/10/2025	Validación con grupo objetivo CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:55 7:30 - 9:25	Darling 0,00 USD
09/10/2025	Desarrollo de ilustraciones secundarias CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:02 13:00 - 16:02	Darling 0,00 USD
09/10/2025	Desarrollo de ilustraciones secundarias CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:06 7:00 - 12:06	Darling 0,00 USD
08/10/2025	Nivel de producción gráfica 3 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:25 13:00 - 14:25	Darling 0,00 USD
08/10/2025	Nivel de producción gráfica 3 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:03 7:00 - 12:03	Darling 0,00 USD
07/10/2025	Nivel de producción gráfica 3 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:11 16:00 - 21:11	Darling 0,00 USD
07/10/2025	Validación con grupo objetivo CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:50 12:47 - 14:37	Darling 0,00 USD
06/10/2025	Nivel de producción gráfica 3 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:06 17:26 - 22:32	Darling 0,00 USD
06/10/2025	Creación de herramienta para validación con grupo objetivo CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:41 15:45 - 17:26	Darling 0,00 USD
06/10/2025	Validación con cliente CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:30 10:50 - 12:20	Darling 0,00 USD
04/10/2025	Preparación de presentación - Validación con Cliente CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	4:16 8:00 - 12:16	Darling 0,00 USD
03/10/2025	Nivel de producción gráfica 3 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:07 13:00 - 18:07	Darling 0,00 USD

Darling Jolón Created with Clockify 1

02/10/2025	Nivel de producción gráfica 3 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:15 13:00 - 18:15	Darling 0,00 USD
02/10/2025	Nivel de producción gráfica 3 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:12 7:00 - 12:12	Darling 0,00 USD
01/10/2025	Nivel de Producción Gráfica 3 - Diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:11 13:08 - 18:19	Darling 0,00 USD
01/10/2025	Nivel de Producción Gráfica 3 - Diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:55 9:08 - 12:03	Darling 0,00 USD
29/09/2025	Validación con profesionales CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:20 19:00 - 20:20	Darling 0,00 USD
29/09/2025	Creación de herramienta para validación con cliente CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:10 9:52 - 12:02	Darling 0,00 USD
29/09/2025	Preparación de presentación - Validación con Profesionales CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:52 7:00 - 9:52	Darling 0,00 USD
26/09/2025	Desarrollo de ilustraciones secundarias CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:14 13:00 - 18:14	Darling 0,00 USD
26/09/2025	Planificación de herramienta de evaluación - Cliente y GO CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:05 7:00 - 9:05	Darling 0,00 USD
25/09/2025	Nivel de producción gráfica 2 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:10 13:00 - 16:10	Darling 0,00 USD
25/09/2025	Nivel de producción gráfica 2 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	4:39 7:00 - 11:39	Darling 0,00 USD
24/09/2025	Nivel de producción gráfica 2 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:19 13:00 - 18:19	Darling 0,00 USD
24/09/2025	Nivel de producción gráfica 2 - Ilustraciones CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:02 7:00 - 12:02	Darling 0,00 USD
23/09/2025	Desarrollo de ilustraciones secundarias CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:07 13:00 - 18:07	Darling 0,00 USD
22/09/2025	Implementación de texto en infografías CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:15 7:00 - 10:15	Darling 0,00 USD
20/09/2025	Redacción de contenido para infografías CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	4:15 8:00 - 12:15	Darling 0,00 USD
19/09/2025	Redacción de contenido para infografías CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:12 16:00 - 18:12	Darling 0,00 USD

19/09/2025	Redacción de contenido para infografías CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:03 13:00 - 15:03	Darling 0,00 USD
19/09/2025	Redacción de contenido para infografías CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:30 7:00 - 9:30	Darling 0,00 USD
18/09/2025	Redacción de contenido para infografías CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:28 13:00 - 18:28	Darling 0,00 USD
17/09/2025	Nivel de producción gráfica 2 - Iconografía CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:15 13:00 - 16:15	Darling 0,00 USD
17/09/2025	Planificación de herramienta de evaluación - Profesionales CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:02 7:00 - 12:02	Darling 0,00 USD
16/09/2025	Nivel de producción gráfica 2 - Diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:40 16:00 - 21:40	Darling 0,00 USD
11/09/2025	Nivel de producción gráfica 2 - Iconografía CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:03 7:00 - 9:03	Darling 0,00 USD
10/09/2025	Nivel de producción gráfica 2 - Diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:08 13:00 - 16:08	Darling 0,00 USD
10/09/2025	Nivel de producción gráfica 2 - Diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	0:58 11:06 - 12:04	Darling 0,00 USD
10/09/2025	Evaluación NPG1 - Iconografía CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:01 10:05 - 11:06	Darling 0,00 USD
10/09/2025	Evaluación NPG1 - Ilustración CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	0:30 9:35 - 10:05	Darling 0,00 USD
10/09/2025	Reevaluación NPG1 - Diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	0:24 9:12 - 9:36	Darling 0,00 USD
10/09/2025	Redefinición de herramienta de evaluación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:12 7:00 - 9:12	Darling 0,00 USD
09/09/2025	Nivel de producción gráfica 1 - Ilustración CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:08 16:00 - 18:08	Darling 0,00 USD
09/09/2025	Nivel de producción gráfica 1 - Ilustración CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:00 13:00 - 15:00	Darling 0,00 USD
09/09/2025	Nivel de producción gráfica 1 - Iconografía CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:11 7:00 - 9:11	Darling 0,00 USD
08/09/2025	Evaluación NPG1 - Diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:02 13:00 - 16:02	Darling 0,00 USD

08/09/2025	Nivel de producción gráfica 1 - Diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	5:05 7:00 - 12:05	Darling 0,00 USD
06/09/2025	Bocetos iconografía e ilustración CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	4:00 8:00 - 12:00	Darling 0,00 USD
05/09/2025	Primeros bocetos de diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:00 13:00 - 15:00	Darling 0,00 USD
05/09/2025	Primeros bocetos de diagramación CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	4:00 8:00 - 12:00	Darling 0,00 USD
04/09/2025	Primeros bocetos de iconografía e ilustración CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:41 14:31 - 16:12	Darling 0,00 USD
02/09/2025	Organización de informacion a presentar en infografías CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:15 7:00 - 9:15	Darling 0,00 USD
20/08/2025	Diseño de infografía-resumen CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:19 10:43 - 12:02	Darling 0,00 USD
20/08/2025	Ilustraciones para infografía-resumen CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:43 7:00 - 10:43	Darling 0,00 USD
19/08/2025	Diseño de infografía-resumen CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:05 13:00 - 16:05	Darling 0,00 USD
19/08/2025	Bocetaje - Infografía para evaluación conjunta CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:25 8:43 - 12:08	Darling 0,00 USD
19/08/2025	Síntesis - Infografía para evaluación conjunta CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	1:43 7:00 - 8:43	Darling 0,00 USD
18/08/2025	Premisas de diseño y moodboard CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:05 13:00 - 16:05	Darling 0,00 USD
18/08/2025	Premisas de diseño y moodboard CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	2:43 9:26 - 12:09	Darling 0,00 USD
15/08/2025	Selección final y justificación de Insight CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	3:02 13:00 - 16:02	Darling 0,00 USD
09/08/2025	Evaluación de conceptos CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías	4:18 8:00 - 12:18	Darling 0,00 USD
08/08/2025	Selección de mejores conceptos CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías - [EPS]	2:06 16:00 - 18:06	Darling 0,00 USD
08/08/2025	Conceptualización - Técnica 3 CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías - [EPS]	2:20 12:59 - 15:19	Darling 0,00 USD



08/08/2025	Conceptualización - Técnica 1 CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías - [EPS]	2:07 7:00 - 9:07	Darling 0,00 USD
07/08/2025	Conceptualización - Técnica 2 CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías - [EPS]	1:34 14:28 - 16:02	Darling 0,00 USD
07/08/2025	Insights CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías - [EPS]	0:54 8:10 - 9:04	Darling 0,00 USD
06/08/2025	User Journey Map CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías - [EPS]	1:53 10:24 - 12:17	Darling 0,00 USD
05/08/2025	Conceptualización - Técnica 1 CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías - [EPS]	2:01 7:00 - 9:01	Darling 0,00 USD
31/07/2025	Mapa de Empatía "A" CECEG - Proyecto A - Serie de Infografías - [EPS]	2:18 7:07 - 9:25	Darling 0,00 USD

Darling Jolón Created with Clockify 5

Figuras 149, 150, 151, 152 y 153. Reporte de horas reales de trabajo para el proyecto de graduación, denominado como Proyecto A en el curso de Ejercicio Profesional Supervisado. Fuente: Clockify, https://app.clockify.me/shared/690469cd206ed7210558f130.

Anexo 8: fotografías y evidencias

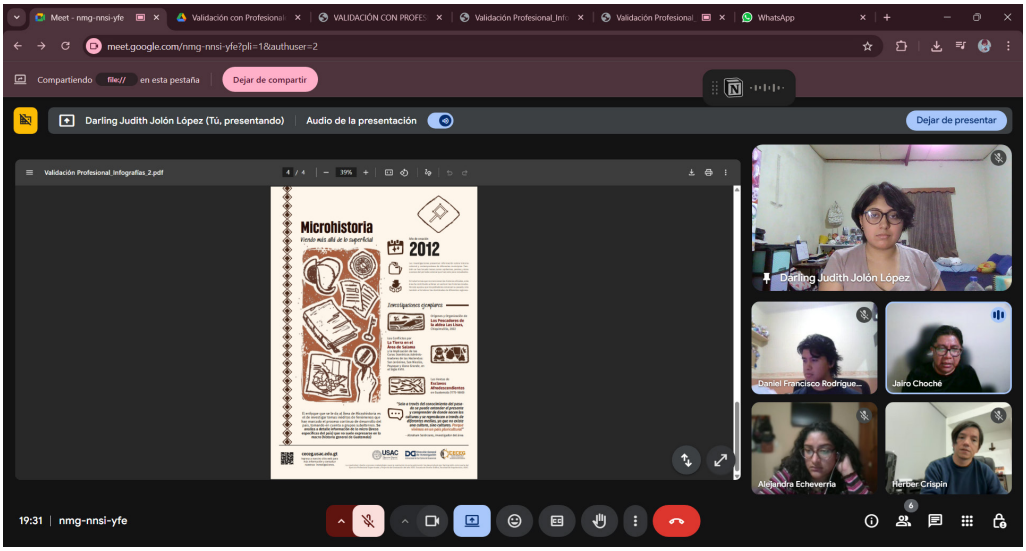
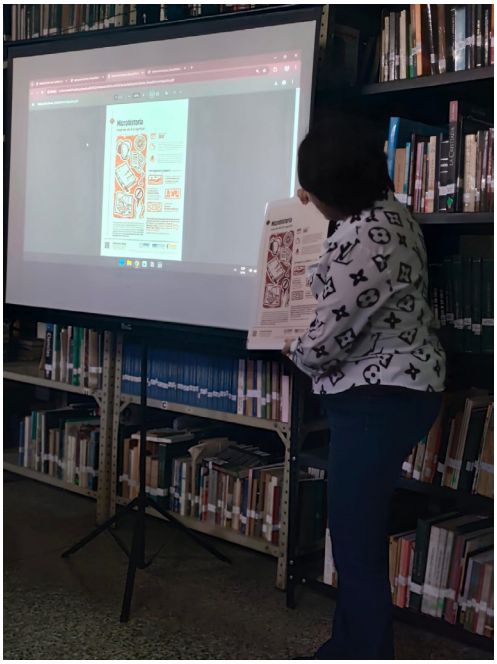
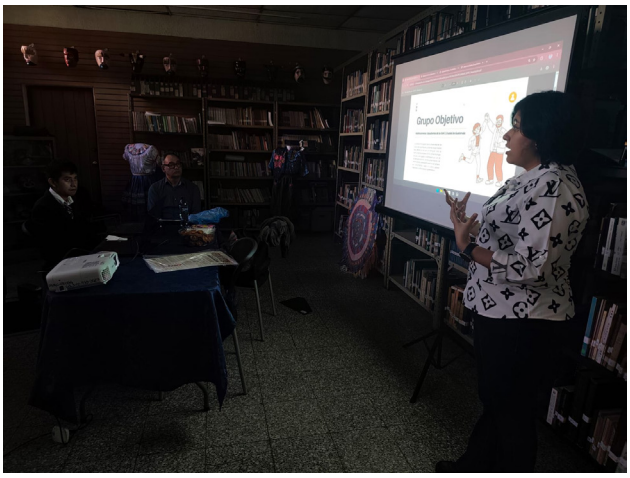


Figura 154. Reunión a través de Google Meet para validación con profesionales. Fuente: captura de pantalla de Windows.





Figuras 155 y 156. Reunión para validación con cliente. Fuente: fotografías por Juan Pablo González.



Figura 157. *Collage* de fotografías de estudiantes interactuando con las infografías durante la validación con grupo objetivo. Fuente: elaboración propia.



Figura 158. Entrega del material final. Fuente: fotografía por Jefrey Jolón.

Anexo 9: otros



Figura 159. Collage de fotografías de estudiantes de la USAC que accedieron a responder la entrevista durante la etapa de definición de grupo objetivo. Fuente: elaboración propia.



Índice de figuras

Sinopsis

El índice de figuras reúne las citas de las imágenes, ilustraciones, gráficos y recursos visuales incluidos en el informe. Su propósito es facilitar la ubicación rápida de cada figura dentro del documento.

Figuras

Figura 1. Organigrama de la institución, Extraído del Informe de Ejercicio Profesional Supervisado «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala» (2022): 9. Pag. 27

Figura 2. *Collage,* evolución del identificador visual del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Pag. 33

Figuras 3 y 4. Isotipo e imagotipo del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Extraídos de la página de Facebook y el sitio web oficial de la institución respectivamente. Pag. 33

Figuras 5 y 6. Manual de identidad gráfica institucional del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Extraídos del Informe de Ejercicio Profesional Supervisado «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala» (2022): 53. Pag. 34

Figura 7. Paleta de color institucional del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Pag. 34

Figura 8. Sistema de simbología y color por área de investigación. Proporcionado por el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Pag. 35

Figura 9. Fachada y rótulo exterior del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Fotografía proporcionada por el Lic. Juan Pablo Gonzalez, director de la institución. Pag. 35

Figuras 10, 11 y 12. Rotulación interior. Extraídos del Informe de Ejercicio Profesional Supervisado «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala» (2022): 54-55. Pag. 36

Figuras 13 y 14. Material con imagen corporativa. Extraídos del Informe de Ejercicio Profesional Supervisado «Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna para fortalecer los procesos comunicacionales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala» (2022): 53. Pag. 36

Figura 15. Páginas de inicio, sitio web del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Pag. 37

Figuras 16 y 17. Páginas de áreas de investigación, sitio web del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Pag. 37

Figuras 18 y 19. Publicaciones de Facebook e Instagram. Extraídos de las redes sociales oficiales del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Pag. 38

Figura 20. Anuncio de taller de elaboración de máscaras. Fuente: Facebook oficial del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Pag. 38

Figura 21. Recopilación de portadas y contenido de diferentes ediciones de la revista Tradiciones de Guatemala. Pag. 39

Figura 22. Infografía sobre la cantidad de estudiantes inscritos en la Universidad de San Carlos de Guatemala a nivel nacional durante el año 2024, basada en la información presentada en el informe «USAC EN CIFRAS - Septiembre 2024 ». Fuente: sitio web oficial de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Pag. 40

Figura 23. Tamaño de la muestra obtenido desde la calculadora de la página SurveyMonkey. Pag. 42

Figuras 24. Mapa de empatía basado en las características del Grupo Objetivo. Fuente: elaboración propia. Pag. 46

Figuras 25. Ficha de persona basada en descripción del Grupo Objetivo. Fuente: elaboración propia. Pag. 47

Figura 26. Ilustración de una joven guatemalteca, estudiante universitaria de 23 años de edad que reside en la ciudad capital. Fuente: elaboración propia. Pag. 47

Figura 27. Flujograma del proceso creativo. Fuente: elaboración propia. Pags. 60-65

Figura 28. Técnica creativa flor de loto. Fuente: elaboración propia. Pag. 87

Figura 29. Paleta seleccionada para la técnica creativa. Pag. 88

Figura 30. Nan Palmero, *Yelp San Antonio Luau*, 2010. Fuente: https://www.flickr.com/photos/97402086@N00/4800986358. Pag. 88

Figura 31. Captura de Pantalla del video «Encontré un TESORO PERDIDO buceando con detector de metales!» Fuente: https://www.youtube.com/watch?si=z3ZEg2ZWIhPXvOBw&v=_R0iIoCkzr4&feature=youtu.be. Pag. 89

Figura 32. Paleta de color extraída de los colores institucionales y tonalidades que representan las áreas de investigación. Pag. 90

Figura 33. Círculo cromático con tonalidad cálida. Fuente: https://www.pinterest.com/pin/8444318046813119/. Pag. 90

Figura 34. Tipografía Realce. Fuente: https://curso.plau.design/realce. Pag. 91

Figura 35. Tipografía Sedgwick Ave. Fuente: https://fonts.google.com/specimen/Sedgwick+A-ve?preview.text=Sedgwick%20Ave&query=sed. Pag. 91

Figura 36. Tipografía Fira Sans. Fuente: https://fonts.google.com/specimen/Fira+Sans?preview.text=Fira%20Sans. Pag. 91

Figura 37. Retícula de columnas y retícula jerárquica. Fuente: https://tipograma-blog.wordpress.com/2013/05/29/reticulas/. Pag. 91

Figura 38. Estampados con sellos. Fuente: https://www.pinterest.com/pin/546765211033736974/. Pag. 92

Figura 39. Iconografía. Fuente: https://www.pinterest.com/pin/7529524372798225/. Pag. 92

Figura 40 y 41. Ejemplos de infografías. Fuente: https://www.behance.net/gallery/214853043/Infografia-Crepusculo, https://www.behance.net/gallery/204899903/Infografia-The-Batman. Pag. 92

Figura 42. Bocetaje de propuesta 1 de diagramación para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia. Pag. 98

Figura 43. Bocetaje de propuesta 2 de diagramación para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia. Pag. 98

Figura 44. Bocetaje de propuesta 3 de diagramación para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia. Pag. 98

Figura 45. Bocetaje de propuesta 1 para estilo de ilustraciones principales. Fuente: elaboración propia. Pag. 99

Figura 46. Bocetaje de propuesta 2 para estilo de ilustraciones principales. Fuente: elaboración propia. Pag. 99

Figura 47. Bocetaje de propuesta 3 para estilo de ilustraciones principales. Fuente: elaboración propia. Pag. 99

Figura 48. Bocetaje de propuesta 1 para estilo de iconografía. Fuente: elaboración propia. Pag. 100

Figura 49. Bocetaje de propuesta 2 para estilo de iconografía. Fuente: elaboración propia. Pag. 100

Figura 50. Bocetaje de propuesta 3 para estilo de iconografía. Fuente: elaboración propia. Pag. 100

Figura 51. Propuesta elegida para diagramación de infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia. Pag. 103

Figura 52. Propuesta elegida para estilo de ilustraciones principales. Fuente: elaboración propia. Pag. 103

Figura 53. Propuesta elegida para estilo de iconografía. Fuente: elaboración propia. Pag. 103

Figura 54. Versión digital de diagramación para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia. Pag. 104

Figura 55. Ilustración digital para la infografía del Área de Artes y Artesanías Populares. Fuente: elaboración propia. Pag. 105

Figura 56. Ilustración digital para la infografía del Área de Cultura y Educación. Fuente: elaboración propia. Pag. 105

Figura 57. Ilustración digital para la infografía del Área de Microhistoria.
Fuente: elaboración propia. Pag. 105

Figura 58. Iconografía para infografías sobre áreas de investigación.
Fuente: elaboración propia. Pag. 106

Figura 59. Ejemplar de instrumento de validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia, a través de Google Forms. Pag. 107

Figura 60. Gráfica de resultados 1, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia. Pag. 109

Figura 61. Gráfica de resultados 2, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia. Pag. 110

Figura 62. Gráfica de resultados 3, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia. Pag. 110

Figura 63. Gráfica de resultados 4, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia. Pag. 110

Figura 64. Gráfica de resultados 5, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia. Pag. 111

Figura 65. Gráfica de resultados 6, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia. Pag. 111

Figura 66. Gráfica de resultados 7, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia. Pag. 111

Figura 67. Gráfica de resultados 8, validación con profesionales.
Fuente: elaboración propia. Pag. 112

Figura 68. Versión digital de diagramación para infografías sobre áreas de investigación con oportunidades de mejora señaladas.
Fuente: elaboración propia. Pag. 113

Figura 69. Versión corregida de diagramación para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia. Pag. 114

Figura 70. Ilustraciones secundarias para infografías de áreas de investigación. Fuente: elaboración propia. Pag. 115

Figura 71. Iconografía para infografía de información general. Fuente: elaboración propia. Pag. 116

Figura 72. Ejemplar de instrumento de validación con cliente. Fuente: elaboración propia, a través de Google Forms. Pag. 117

Figura 73. Gráfica de resultados 1, validación con cliente. Fuente: elaboración propia. Pag. 119

Figura 74. Gráfica de resultados 2, validación con cliente. Fuente: elaboración propia. Pag. 119

Figura 75. Gráfica de resultados 3, validación con cliente. Fuente: elaboración propia. Pag. 119

Figura 76. Gráfica de resultados 4, validación con cliente. Fuente: elaboración propia. Pag. 120

Figura 77. Gráfica de resultados 5, validación con cliente. Fuente: elaboración propia. Pag. 120

Figura 78. Gráfica de resultados 6, validación con cliente. Fuente: elaboración propia. Pag. 120

Figura 79. Ejemplar de instrumento de validación con grupo objetivo. Fuente: elaboración propia, a través de Google Forms. Pag. 122

Figura 80. Gráfica de resultados 1, validación con grupo objetivo. Fuente: elaboración propia. Pag. 124

Figura 81. Gráfica de resultados 2, validación con grupo objetivo. Fuente: elaboración propia. Pag. 124

Figura 82. Gráfica de resultados 3, validación con grupo objetivo. Fuente: elaboración propia. Pag. 125

Figura 83. Gráfica de resultados 4, validación con grupo objetivo. Fuente: elaboración propia. Pag. 125

Figura 84. Gráfica de resultados 5, validación con grupo objetivo.
Fuente: elaboración propia. Pag. 125

Figura 85. Versión final de diagramación para infografías sobre áreas de investigación. Fuente: elaboración propia. Pag. 127

Figura 86. Ilustración principal para la infografía del Área de Artes y Artesanías Populares. Fuente: elaboración propia. Pag. 128

Figura 87. Iconografía para infografías. Fuente: elaboración propia. Pag. 129

Figura 88. Infografía sobre información general del CECEG.
Fuente: elaboración propia. Pag. 130

Figura 89. Infografía sobre recursos, actividades y servicios del CECEG.
Fuente: elaboración propia. Pag. 131

Figura 90. Infografía sobre el Área de Artes y Artesanías Populares.
Fuente: elaboración propia. Pag. 132

Figura 91. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Cultura y Educación.
Fuente: elaboración propia. Pag. 133

Figura 92. Infografía sobre el Área de Coreología y Artes Escénicas Populares.
Fuente: elaboración propia. Pag. 134

Figura 93. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Etnomusicología. Fuente: elaboración propia. Pag. 135

Figura 94. Infografía sobre el Área de Etnografía Histórica.
Fuente: elaboración propia. Pag. 136

Figura 95. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Gastronomía Tradicional.
Fuente: elaboración propia. Pag. 137

Figura 96. Infografía sobre el Área de Medicina Tradicional.
Fuente: elaboración propia. Pag. 138

Figura 97. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Microhistoria.
Fuente: elaboración propia. Pag. 139

Figura 98. Infografía sobre el Área de Oralidad y Literatura Tradicional. Fuente: elaboración propia. Pag. 140

Figura 99. Infografía sobre Infografía sobre el Área de Religiosidad Popular. Fuente: elaboración propia. Pag. 141

Figura 100, 101, 102 y 103. *Mockups* de la versión final de las piezas. Fuente: elaboración propia. Pag. 142

Figura 104. Horas totales utilizadas para el desarrollo del proyecto. Fuente: Clockify. Fuente: https://app.clockify.me/shared/690eed8c9f761c014220a968. Pag. 146

Figura 105. Guía para entrevista realizada al director del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Fuente: elaboración propia. Pag. 181

Figuras 106 y 107. Presentación de encuesta y preguntas de carácter geográfico. Fuente: elaboración propia, por medio de Google Forms. Pag. 184

Figuras 108 y 109. Preguntas de carácter Sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, por medio de Google Forms. Pag. 185

Figuras 110 y 111. Preguntas de carácter Socioeconómico. Fuente: elaboración propia, por medio de Google Forms. Pag. 186

Figuras 112, 113 y 114. Preguntas sobre hábitos de consumo. Fuente: elaboración propia, por medio de Google Forms. Pag. 187

Figuras 115 y 116. Preguntas conocimiento y relación con la institución. Fuente: elaboración propia, por medio de Google Forms. Pag. 188

Figura 117. Guía para entrevista realizada a estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Elaboración propia. Pag. 189

Figura 118. Cantidad de seguidores de la página de Facebook del CECEG por ciudad y país. Fotografía proporcionada por un colaborador de la institución. Pag. 190

Figura 119. Resultados de la primera pregunta de carácter geográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 190

Figura 120. Resultados de la segunda pregunta de carácter geográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 190

Figura 121. Porcentajes de seguidores de la página de Facebook del CECEG, según género y rango de edad. Fotografía proporcionada por un colaborador de la institución. Pag. 191

Figura 122. Resultados de la primera pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 191

Figura 123. Resultados de la segunda pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 191

Figura 124. Resultados de la tercera pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 191

Figura 125. Resultados de la cuarta pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 192

Figura 126. Resultados de la quinta pregunta de carácter sociodemográfico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 192

Figura 127. Resultados de la primera pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 192

Figura 128. Resultados de la segunda pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 192

Figura 129. Resultados de la tercera pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 192

Figura 130. Resultados de la cuarta pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 192

Figura 131. Resultados de la quinta pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 193

Figura 132. Resultados de la sexta pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 193

Figura 133. Resultados de la séptima pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 193

Figura 134. Resultados de la octava pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 193

Figura 135. Resultados de la novena pregunta de carácter socioeconómico. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 193

Figura 136. Resultados de la primera pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 194

Figura 137. Resultados de la segunda pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 194

Figura 138. Resultados de la tercera pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 194

Figura 139. Resultados de la cuarta pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 194

Figura 140. Resultados de la quinta pregunta sobre la relación con la institución. Fuente: elaboración propia, levantamiento de datos automatizados de Google Forms de la encuesta realizada a la muestra. Pag. 194

Figura 141. Ejercicio de 7 preguntas y respuestas para la identificación del problema de comunicación visual. Fuente: elaboración propia. Pag. 195

Figura 142. Diagrama de Ishikawa sobre las causas del problema de comunicación visual presentado en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Fuente: elaboración propia. Pag. 196

Figura 143. Código QR para visualización de presentación utilizada para validación con profesionales. Fuente: generado con el navegador Google Chrome. Pag. 196

Figura 144. Código QR para visualización de la encuesta utilizada para validación con profesionales. Fuente: generado con el navegador Google Chrome. Pag. 196

Figura 145. Prototipos de las infografías para su revisión física. Fuente: elaboración propia. Pag. 197

Figura 146. Código QR para visualización de la presentación utilizada para validación con cliente. Fuente: generado con el navegador Google Chrome. Pag. 197

Figura 147. Código QR para visualización de la encuesta utilizada para validación con cliente. Fuente: generado con el navegador Google Chrome. Pag. 197

Figura 148. Código QR para visualización de la encuesta utilizada para validación con grupo objetivo. Fuente: generado con el navegador Google Chrome. Pag. 197

Figuras 149, 150, 151, 152 y 153. Reporte de horas reales de trabajo para el proyecto de graduación, denominado como Proyecto A en el curso de Ejercicio Profesional Supervisado. Fuente: Clockify, https://app.clockify.me/shared/690469cd206ed7210558f130. Pags. 198 - 202

Figura 154. Reunión a través de Google Meet para validación con profesionales. Fuente: captura de pantalla de Windows. Pag. 203

Figura 155 y 156. Reunión para validación con cliente. Fuente: fotografía por Juan Pablo González. Pag. 203

Figura 157. *Collage* de fotografías de estudiantes interactuando con las infografías durante la validación con grupo objetivo. Fuente: elaboración propia. Pag. 204

Figura 158. Entrega del material final. Fuente: fotografía por Jefrey Jolón. Pag. 204

Figura 159. *Collage* de fotografías de estudiantes de la USAC que accedieron a responder la entrevista durante la etapa de definición de grupo objetivo. Fuente: elaboración propia. Pag. 205



Índice de tablas

Sinopsis

El índice de tablas reúne las citas de las tablas incluidas a lo largo del informe. Su propósito es facilitar la ubicación rápida de cada tabla dentro del documento.

Tablas

Tabla 1. Cantidad de seguidores del CECEG en Facebook según las ciudades. Fuente: elaboración propia, con base en las estadísticas oficiales de la página de Facebook del Centro de Estudios de la Culturas en Guatemala. Pag. 41

Tabla 2. Tabla 2. Cálculo de costos por categoría, mayo 2025. Fuente: elaboración propia. Pag. 51

Tabla 3. Totales del proceso creativo. Fuente: elaboración propia. Pag.66

Tabla 4. Cronograma de actividades. Fuente: elaboración propia. Pag.67

Tabla 5. Cuadro comparativo de ventajas y desventajas del proyecto. Fuente: elaboración propia. Pag. 85

Tabla 6. Mapa de ruta de usuario. Fuente: elaboración propia. Pag. 97

Tabla 7. Escala de valoración para el proceso de autoevaluación. Fuente: elaboración propia. Pag. 101

Tabla 8. Resultados de autoevaluación de propuestas para la sección 1. Fuente: elaboración propia. Pag. 102

Tabla 9. Resultados de autoevaluación de propuestas para la sección 2. Fuente: elaboración propia. Pag. 102

Tabla 10. Resultados de autoevaluación de propuestas para la sección 3. Fuente: elaboración propia. Pag. 102

Tabla 11. Honorarios del proyecto. Fuente: elaboración propia. Pag. 147

Tabla 12. Análisis FODA del Centro de Estudios de las Culturas de Guatemala -CECEG-. Fuente: elaboración propia. Pag. 176

Tabla 13. Plan de acción 1 anteproyecto: diagnóstico de necesidades de comunicación visual. Fuente: elaboración propia. Pag. 177

Tabla 14. Lista de cotejo 1«Información institucional general del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala - CECEG». Fuente: elaboración propia. Pag. 179

Tabla 15. Lista de cotejo 2 «Aspectos de comunicación y diseño del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala - CECEG». Fuente: elaboración propia. Pag. 179

Tabla 16. Guía de observación 1 «Dificultades de comunicación del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala - CECEG». Fuente: elaboración propia. Pag. 180

Tabla 17. Plan de acción 2 grupo objetivo: recopilación de Información del grupo objetivo. Fuente: elaboración propia. Pag. 182

Tabla 18. Guía de observación 2 «Características geográficas y sociodemográficas de seguidores de la página de Facebook del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala - CECEG». Fuente: Elaboración propia. Pag. 183

Lilian Patricia Guzmán Ramirez
Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596
patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717

Guatemala, 7 de mayo de 2026

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 editorial de infografías acerca del Centro de Estudios de las Culturas de Guatemala -CECEG- para contribuir a la conservación y divulgación cultural dirigidas a estudiantes de la USAC"*** *de la estudiante* ***Darling Judith Jolón López*** *, quien se identifica con carné* ***202002118*** *de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para obtener el título de Diseñadora Gráfica 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.

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

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

Lic. Lilian Patricia Guzmán Ramirez
Licenciada en Letras
Colegiada 7596

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

"Diseño editorial de infografías acerca del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala –CECEG– para contribuir a la conservación y divulgación cultural dirigidas a estudiantes de la USAC"

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Darling Judith Jolón López

Asesorado por:

Lic. Juan Pablo González de León

Licda. Anggely María Suceth Enríquez Cabrera

Licda. Cindy Gabriela Ruano Palencia

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

