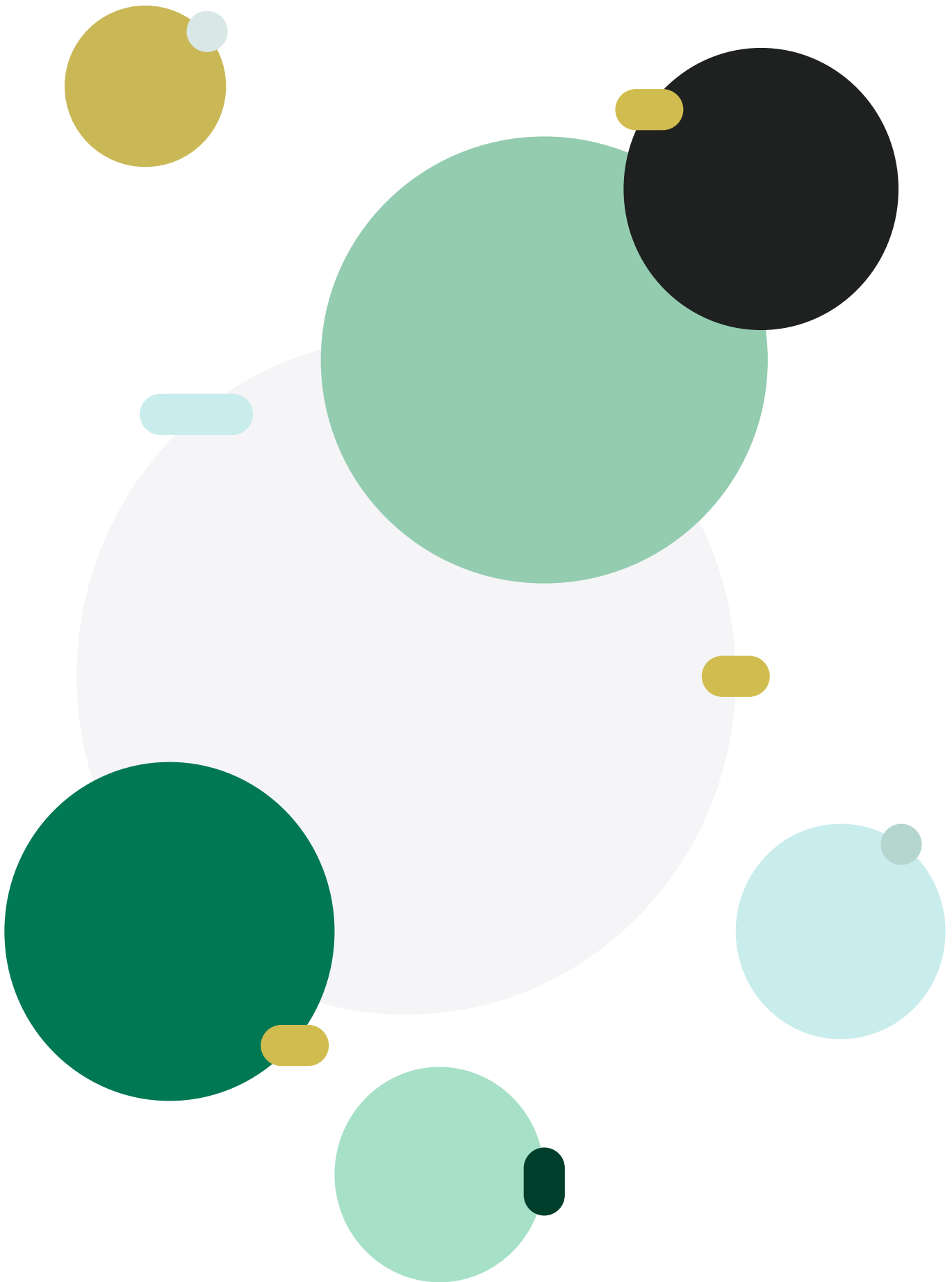




**Diseño de estrategia para la promoción de los derechos y la
protección de la niñez y adolescencia en el Altiplano Occidental de
Guatemala, elaborada para la Fundación Educación y Cooperación**

Proyecto desarrollado por: **Mariyan Huwart Raymundo**
Para optar al título de: Licenciada en Diseño Gráfico





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

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

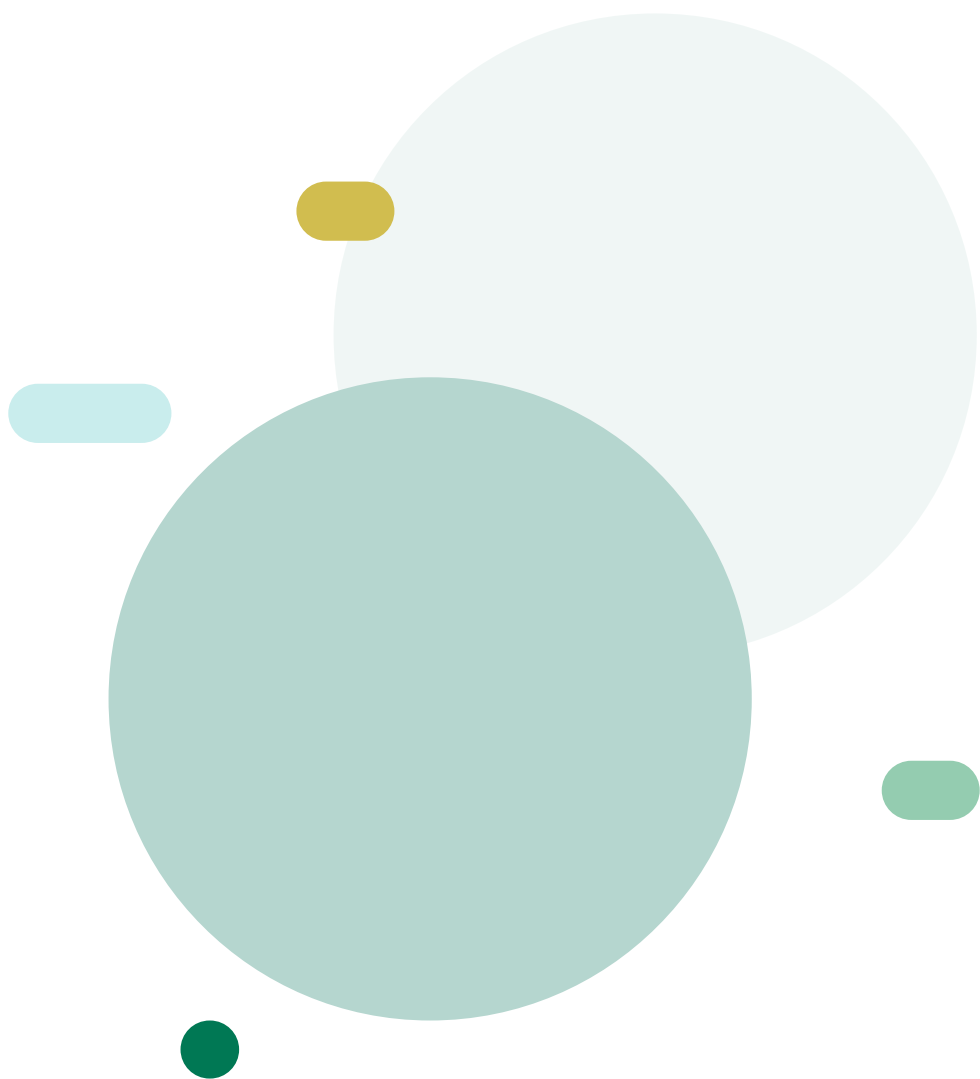
Diseño de estrategia para la promoción de los derechos y la protección de la niñez y adolescencia en el Altiplano Occidental de Guatemala, elaborada para la Fundación Educación y Cooperación

Proyecto desarrollado por:
Mariyan Huwart Raymundo

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, en el Análisis y Conclusión final, 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

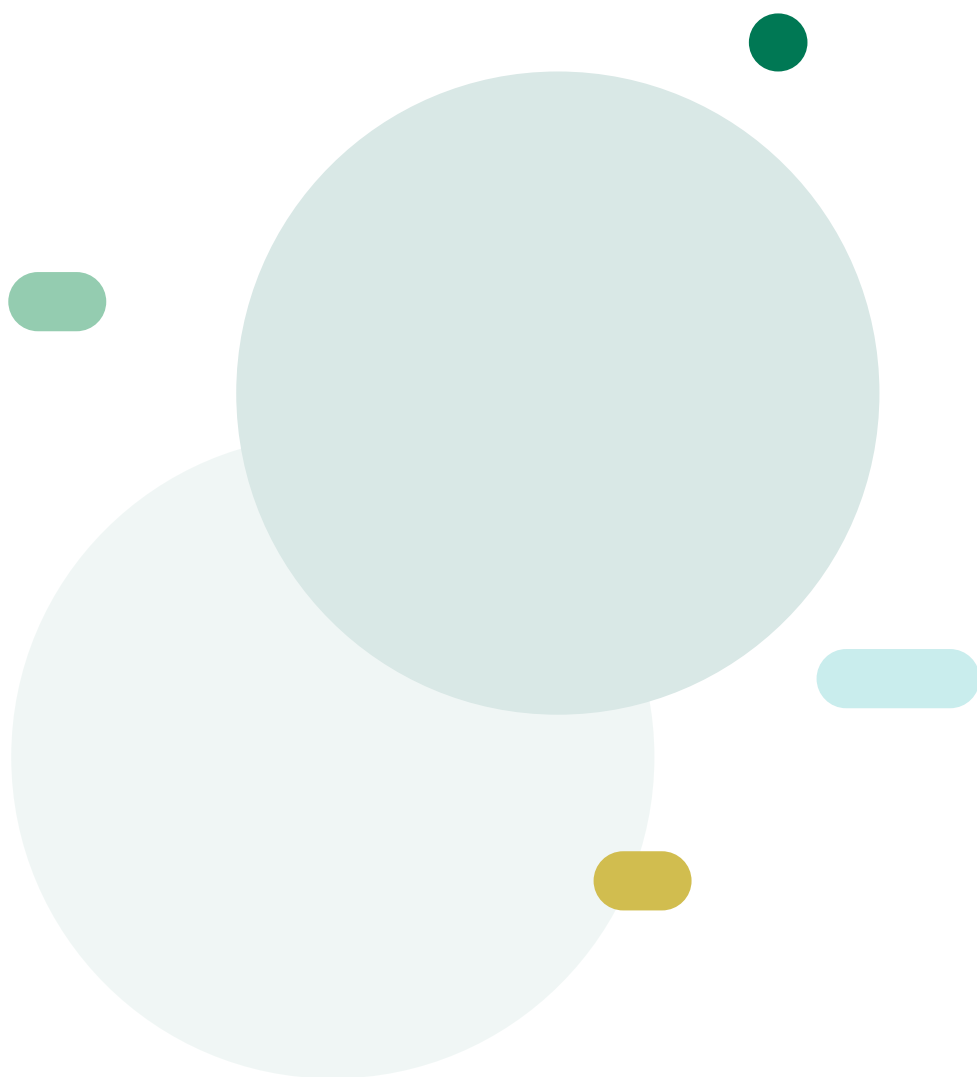
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez
Secretario Académico

Msc. Licda. Ileana del Carmen Reina Ramírez
Asesora Metodológica

Msc. Licda. Miriam Isabel Meléndez Sandoval
Asesora Gráfica







Agradecimientos



A papá y mamá, Pascal y Sin: por su guía constante y su apoyo incondicional. Esto es una retribución a todo lo que han hecho para que pudiera culminar esta etapa académica.

A Mat, Kat, Tek y Sin, mis hermanos: por su apoyo, por las ideas que aportaron para complementar las mías y por las veces que me escucharon.

A Educo Guatemala: por abrirme las puertas de la institución y hacer de este proceso una experiencia verdaderamente enriquecedora; en especial a Judith Díaz y a Carmen Véliz, por su orientación, su compromiso y su acompañamiento durante el desarrollo de este proyecto.

A las personas que participaron en el proceso metodológico y gráfico, aportando su experiencia y perspectivas; en especial a Miguel Aldana y David Raymundo. La colaboración de todos permitió que este proyecto contara con una base firme y bien fundamentada.

A mis docentes: su acompañamiento académico fortaleció mi interés por la carrera y contribuyó a mi crecimiento profesional.

A mis amigos de la universidad: por hacer este recorrido más satisfactorio de lo que imaginaba.

¡Gracias!

Índice

00. Introducción

pág. 11



CAP. 1

01. Fundamentación del proyecto

1.1 Antecedentes

pág. 14

- 1.1.1 La niñez y adolescencia como prioridad: hacia una cultura de derechos y protección

pág. 14

- 1.1.2 El contexto del Altiplano Occidental de Guatemala

pág. 18

1.2 Definición del problema

pág. 20

- 1.2.1 Problema macro social
- 1.2.2 Problema de comunicación visual

pág. 20

pág. 21

1.3 Justificación

pág. 22

- 1.3.1 Trascendencia
- 1.3.2 Incidencia del diseño gráfico
- 1.3.3 Factibilidad

pág. 22

pág. 23

pág. 24

1.4 Objetivos

pág. 25

- 1.4.1 Objetivo general
- 1.4.2 Objetivos específicos

pág. 25

pág. 25



CAP. 2

02. Perfiles

2.1 Perfil de la institución

pág. 28

- 2.1.1 Generalidades
- 2.1.2 Identidad visual institucional y antecedentes gráficos

pág. 28

pág. 32

2.2 Perfil del grupo objetivo

pág. 34

- 2.2.1 Grupo primario: niñas, niños y adolescentes
- 2.2.2 Grupo secundario: jóvenes y adultos jóvenes

pág. 35

pág. 36

03. Planeación operativa

3.1 Flujograma

pág. 40

3.2 Cronograma

pág. 46

3.3 Previsión de costos

pág. 48



CAP. 3

04. Marco teórico

4.1 Dimensión social y ética

pág. 52

- 4.1.1 Protección de los derechos de la niñez y adolescencia en Guatemala: dimensión social y ética con énfasis en el Altiplano Occidental

pág. 52

4.2 Dimensión estética y funcional

pág. 54

- 4.2.1 Función y estética en la comunicación visual para campañas sociales

pág. 54



CAP. 4

05. Definición creativa

5.1 Brief de diseño

pág. 58

5.2 Estrategia 6W

pág. 60

- 5.2.1 Ventajas y desventajas del proyecto

pág. 62

5.3 Mapa de empatía

pág. 63

- 5.3.1 Grupo objetivo primario

pág. 63

- 5.3.2 Grupo objetivo secundario

pág. 64

CAP. 5

5.4 Definición del <i>insight</i>	pág. 65
5.5 Concepto creativo	pág. 66
5.5.1 Técnica creativa 01: Fénix	pág. 66
5.5.2 Técnica creativa 02: las tres B	pág. 67
5.5.3 Técnica creativa 03: serpientes de cascabel y rosas	pág. 68
5.6 Moodboard	pág. 70
5.7 Premisas de diseño	pág. 71
5.7.1 Cromatología	pág. 71
5.7.2 Tipografía	pág. 72
5.7.3 Reticula	pág. 72
5.7.4 Tratamiento gráfico: ilustración y fotografía	pág. 73
5.8 Códigos visuales	pág. 74
5.8.1 Aspecto estético	pág. 74
5.8.2 Aspecto sintáctico	pág. 74
5.8.3 Aspecto didáctico	pág. 75
5.8.4 Aspecto morfológico	pág. 75

CAP. 6

06. Producción gráfica

6.1 Primer nivel de visualización	pág. 78
6.1.1 Personajes	pág. 79
6.1.2 Medios impresos: composición	pág. 80
6.1.3 Medios digitales: retícula principal	pág. 81
6.1.4 Matrices de autoevaluación	pág. 82
6.2 Segundo nivel de visualización	pág. 84
6.2.1 Principales aportes	pág. 85
6.2.2 Resultados obtenidos	pág. 88
6.3 Tercer nivel de visualización	pág. 90
6.3.1 Grupo objetivo primario	pág. 90
6.3.2 Grupo objetivo secundario	pág. 94
6.3.3 Experto en la temática social	pág. 98
6.3.4 Cliente / institución	pág. 100

CAP. 6

6.4 Fundamentación técnica	pág. 102
6.4.1 Estrategia "Voces amigas"	pág. 102
6.4.2 Código cromático	pág. 103
6.4.3 Código tipográfico	pág. 104
6.4.4 Código icónico visual	pág. 105
6.4.5 Reticula para impresos	pág. 106
6.4.6 Reticula para digitales	pág. 106
6.4.7 Formato	pág. 106
6.5 Vista preliminar de la propuesta final	pág. 107
6.5.1 Guía 1 PPBT	pág. 108
6.5.2 Guía 2 PSEAH	pág. 111
6.5.3 Afiches educativos	pág. 114
6.5.4 Juegos educativos	pág. 119
6.5.5 Mantas vinílicas	pág. 120
6.5.6 Medios digitales	pág. 122
6.6 Lineamientos de la puesta en práctica	pág. 136
6.6.1 Componentes del proyecto	pág. 136
6.6.2 Especificaciones de uso medios impresos	pág. 137
6.6.3 Especificaciones de uso medios digitales	pág. 137
6.7 Aporte económico	pág. 141

CAP. 7

07. Síntesis del proceso

Lecciones aprendidas	pág. 146
Conclusiones	pág. 148
Recomendaciones	pág. 149
Referencias bibliográficas	pág. 150
Índice de figuras	pág. 153
Índice de tablas	pág. 156
Anexos	pág. 157

OOOOOOO

ACERCA DE ESTE PROYECTO



Introducción



Las condiciones estructurales de desprotección y violencia continúan afectando de manera directa el ejercicio pleno de los derechos de la niñez y la adolescencia en Guatemala. Particularmente en el Altiplano Occidental, estas problemáticas se agravan debido a prácticas socioculturales que normalizan el maltrato, la discriminación y el silencio frente a la vulneración de derechos. Este panorama evidencia la necesidad urgente de contar con mecanismos que orienten a las comunidades en la prevención, identificación y denuncia de situaciones de riesgo.

En este contexto, Educo Guatemala desempeña un papel fundamental al promover la protección integral de la niñez por medio de políticas institucionales que abordan el buen trato, la prevención de la violencia y la actuación ante casos de explotación, abuso o acoso sexual. Si bien estas políticas constituyen herramientas esenciales para procesos educativos y comunitarios, su naturaleza técnica y su formato extenso dificultan su comprensión y apropiación por parte de niñas, niños, adolescentes y otros actores clave del Altiplano Occidental.

Este proyecto de graduación se plantea como una respuesta a esta brecha, desde la responsabilidad social y académica asumida por la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. El propósito es desarrollar una estrategia de comunicación visual que traduzca los contenidos de las políticas de protección en materiales pedagógicos, accesibles y visualmente claros, capaces de facilitar la comprensión de conceptos como buen trato, autocuidado, denuncia y actuación frente a situaciones de vulneración.

La propuesta se construye bajo un enfoque metodológico que integra investigación, análisis del contexto sociocultural, conceptualización gráfica, prototipado y validaciones, garantizando pertinencia técnica y sensibilidad hacia los grupos objetivo. Más allá de su cumplimiento académico, este proyecto constituye un aporte concreto para fortalecer el trabajo que Educo realiza en las comunidades del país. El diseño, entendido como una herramienta de transformación social, actúa aquí como mediador entre la institución y los públicos a los que sirve, contribuyendo a mejorar la comunicación de derechos y a la construcción de entornos más seguros para la niñez guatemalteca.

Análisis contextual



CAPÍTULO 01 - FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO



& diagnóstico

Capítulo

Fundamentación del proyecto

01.

Este capítulo presenta el análisis contextual y diagnóstico de la problemática social y comunicacional que origina el proyecto. Se examinan las condiciones estructurales que vulneran los derechos de la niñez en el Altiplano Occidental de Guatemala, así como los desafíos institucionales que enfrenta Educo en la difusión de su labor. A partir de una revisión documental y entrevistas con especialistas, se establecen las bases para definir el problema de comunicación visual, la justificación de la intervención y los objetivos que orientan la propuesta de diseño.

1.1 Antecedentes

1.2 Definición del problema

1.3 Justificación

1.4 Objetivos

1.1

Antecedentes

1.1.1 La niñez y adolescencia como prioridad: hacia una cultura de derechos y protección

Guatemala enfrenta grandes desafíos en el cumplimiento de los derechos de la niñez, especialmente en temas de educación, protección y participación. Aunque existen leyes y políticas que reconocen a los niños y niñas como sujetos de derechos, en la práctica muchos de ellos viven en condiciones de vulnerabilidad que limitan su desarrollo y bienestar. Miles de niñas, niños y adolescentes viven expuestos a la pobreza, violencia, trabajo infantil, discriminación y desigualdad, factores que los alejan del pleno ejercicio de sus derechos fundamentales.

En este contexto, organizaciones como Educo trabajan enfocando sus esfuerzos en garantizar entornos seguros, educación de calidad y participación activa de la niñez. Su trabajo en departamentos como Quiché, Huehuetenango, Quetzaltenango, Sololá, San Marcos y Totonicapán demuestra que es posible construir redes comunitarias de protección, especialmente cuando se promueven espacios educativos inclusivos y accesibles.¹



Figura 1: Programa "Es nuestro derecho". Archivo fotográfico Educo 2025.

¹ Educo. 2024. Educo en Guatemala: Comprometido con la protección, la educación y la participación. Acceso el 9 de febrero de 2025. <https://educogt.org/about/>

Panorama actual de derechos y bienestar de la niñez y adolescencia en Guatemala

Uno de los mayores problemas, es la deserción escolar. Según datos del Ministerio de Educación, entre 2021 y 2022, más de 1.7 millones de estudiantes que terminaron sexto primaria no continuaron sus estudios básicos, y unos 360 mil que concluyeron tercero básico no ingresaron al nivel diversificado. Las razones son múltiples: pobreza, necesidad de trabajar, embarazos adolescentes, migración, y la lejanía o condiciones inadecuadas de las escuelas.²

Además, muchos niños dejan la escuela porque el entorno educativo no responde a sus necesidades. En muchas comunidades, especialmente indígenas, los programas educativos no consideran el idioma ni la cultura local. Esto genera desconexión, bajo rendimiento y desmotivación. Como explica Diego Estrada, abogado en derechos humanos, «la educación debe adaptarse al contexto, ser protectora y significativa.»³ Además, no todos los docentes están formados con enfoque de derechos, ni preparados para identificar casos de abuso, negligencia o abandono.⁴

Otro factor preocupante es el embarazo adolescente, especialmente entre niñas menores de 15 años. Solo en el departamento de Quiché, se registraron 4,917 nacimientos de madres adolescentes en 2024.⁵ Muchas de estas niñas son víctimas de violencia sexual, y una vez embarazadas, abandonan la escuela y quedan fuera del sistema de protección.

La falta de entornos seguros y protectores es uno de los principales desafíos

Niñas, niños y adolescentes están expuestos a diversas formas de violencia: física, psicológica, sexual e institucional. Los embarazos en menores de edad, las desapariciones y el acoso escolar son expresiones visibles de un sistema que no garantiza el bienestar ni la protección. Estas situaciones no solo generan consecuencias emocionales y sociales, sino que también condicionan el acceso a la educación y limitan las oportunidades de desarrollo.⁶

A esto se suma que muchas escuelas, lejos de ser espacios de cuidado, enfrentan infraestructura precaria, escasa capacitación docente y falta de pertinencia cultural, lo que genera exclusión y abandono. Las cifras oficiales muestran que la cobertura educativa desciende drásticamente del 93% en primaria al 16% en nivel diversificado, dejando fuera del sistema a miles de adolescentes, en su mayoría de comunidades rurales e indígenas. Esta exclusión educativa no puede entenderse sin considerar los factores de violencia y desigualdad que la originan: cuando un niño o una niña vive con miedo, desnutrición o carencia afectiva, el aprendizaje se convierte en un desafío casi imposible.⁶

2 Ferrigno, Víctor. 2023. Grave deserción escolar. La Hora. Acceso el 9 de febrero de 2025, <https://lahora.gt/opinion/vferrigno/2023/02/22/grave-desercion-escolar/>

3 Diego Estrada Tobar, entrevista personal, abril de 2025.

4 Miguel Aldana Moscoso & David Raymundo Ceto, entrevista personal, abril de 2025.

5 UNFPA. 2025. Adolescentes en Guatemala abrazan sus proyectos de vida con esperanza. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://lac.unfpa.org/es/news/adolescentes-guatemala-abrazan-sus-proyectos-de-vida>

6 Educo. 2025. Investigación ASBDNA - Análisis situacional de los derechos y bienestar de la niñez y adolescencia. Educo Guatemala.

Interdependencia entre educación y protección

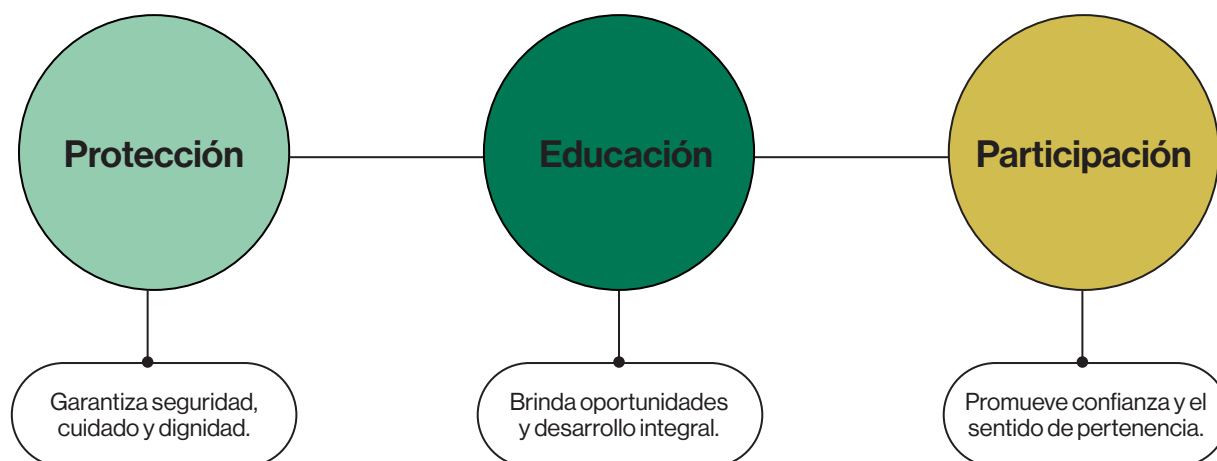


Figura 2: Diagrama de los ejes del bienestar infantil. Datos de Educo Guatemala. Huwart, M. 2025.

La protección y la educación son derechos interdependientes: la falta de uno afecta directamente el cumplimiento del otro. Una escuela que no es segura reproduce las desigualdades. Un entorno violento debilita la confianza, la participación y el sentido de pertenencia. Por eso, promover una cultura de derechos implica actuar en los tres ejes fundamentales del bienestar infantil: protección, educación y participación, entendidos como dimensiones que se fortalecen mutuamente.⁷

El estudio de Educo subraya que la violencia hacia la niñez, el adultocentrismo y las débiles instituciones locales siguen siendo las raíces más profundas de la desprotección y del incumplimiento de los derechos.⁸

Garantizar estos derechos exige una visión conjunta donde escuela, familia y comunidad actúen como entornos que educan y protegen. Solo así la educación se convierte en una experiencia transformadora, y la protección en la base de un desarrollo pleno para la niñez y adolescencia.⁸

7 Educo. 2024. Educo en Guatemala: Comprometido con la protección, la educación y la participación. Acceso el 9 de febrero de 2025. <https://educogt.org/about/>

8 Educo. 2025. Investigación ASBDNA - Análisis Situacional de los Derechos y Bienestar de la Niñez y Adolescencia. Educo Guatemala.

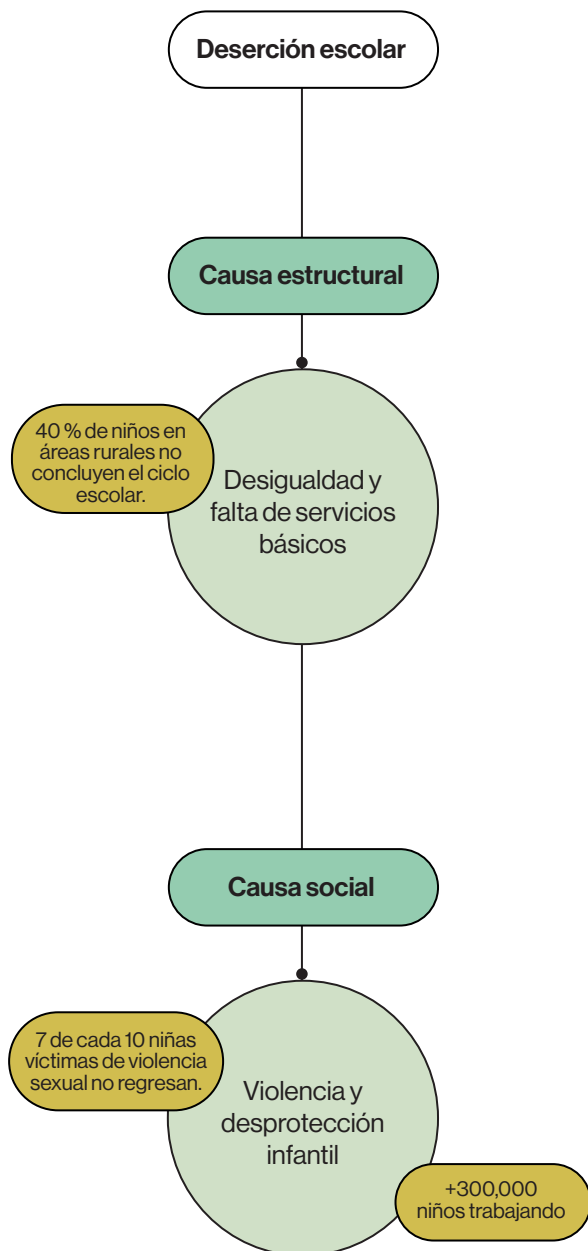


Figura 3: Diagrama sobre la deserción escolar y sus causas. Huwart, M. 2025.

El papel de Educo en la transformación educativa y comunitaria

En un país donde muchas escuelas funcionan sin servicios básicos, las iniciativas de Educo fortalecen la confianza de las familias en la educación, disminuyen la deserción y abren oportunidades para la niñez más vulnerable. Es importante mencionar que el derecho a la educación y la protección de la niñez son compromisos legales y éticos que Guatemala aún no cumple plenamente.

La deserción escolar afecta a cientos de miles de estudiantes al año. En 2023, más del 40% de los niños en edad escolar en el área rural no terminó el ciclo escolar, y 7 de cada 10 niñas víctimas de violencia sexual no regresaron a las aulas.⁹ También hay más de 300,000 niños trabajando en condiciones precarias, de este total el 88% hombres y la mayoría, indígena,¹⁰ lo cual afecta directamente su derecho a estudiar, jugar y desarrollarse. Estas cifras no solo reflejan una crisis educativa, sino también una crisis de protección, y la problemática radica mucho más en el interior del país.

La educación no puede entenderse de forma aislada de la protección de la niñez. Cuando una niña o un niño asiste a una escuela con condiciones dignas, con docentes formados y con acompañamiento familiar y comunitario, se le abre la puerta a un entorno más seguro, más justo y más esperanzador. Garantizar ese derecho requiere voluntad política, inversión pública y, sobre todo, compromiso social. La labor de organizaciones como Educo demuestra que los cambios estructurales también pueden empezar desde lo local, cuando se escucha a la niñez, se trabaja con las comunidades y se fortalecen los vínculos entre educación y protección.

9 UNICEF & MIDEUC. 2024. Estado de la niñez en Guatemala. UNICEF. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://www.unicef.org/guatemala>

10 Prensa Latina. 2024. Más de 300 mil niños trabajan en Guatemala, la mayoría indígenas. Prensa Latina. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://www.prensa-latina.cu/2024/06/12/mas-de-300-mil-ninos-trabajan-en-guatemala-la-mayoria-indigenas/>

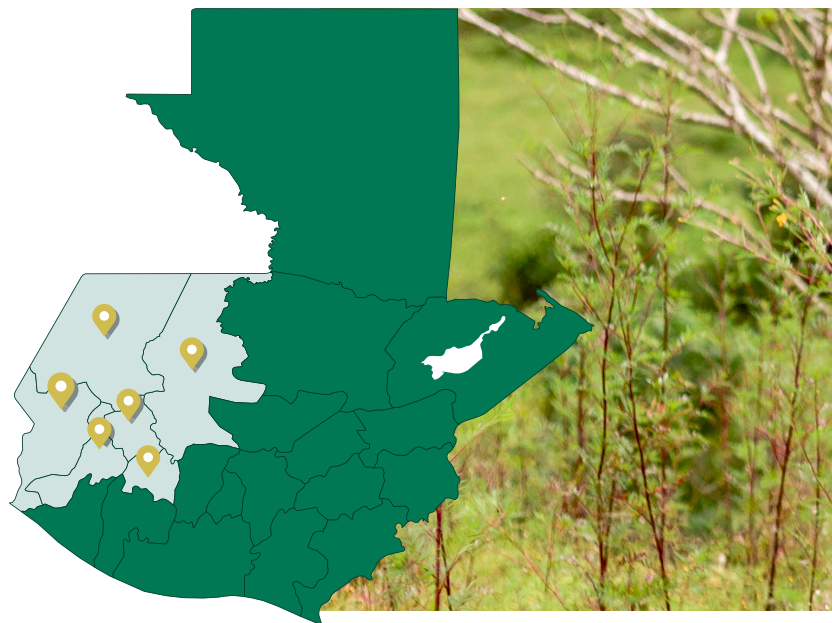
1.1.2 El contexto del Altiplano Occidental de Guatemala

Según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística (INE) para 2025, la población del Altiplano Occidental asciende a más de 5.8 millones de habitantes distribuidos entre Huehuetenango, Quiché, San Marcos, Quetzaltenango, Totonicapán y Sololá. Esta región enfrenta desafíos significativos en materia de derechos, pobreza y acceso a la educación.¹¹

De acuerdo con UNICEF, el 84.9% de la niñez y adolescencia indígena vive en condiciones de pobreza, y el 45.5% en pobreza extrema. Además, el 61.2% de los niños y niñas indígenas padecen algún grado de desnutrición, en comparación con el 34.5% de la niñez no indígena. De cada 10 niñas indígenas en Guatemala, solo 6 completan la primaria, 2 la secundaria y apenas 1 accede a la universidad.¹²

Por otra parte, un estudio de Educo en seis departamentos del Altiplano Occidental destaca cuatro brechas principales que afectan los derechos de la niñez:

- **Necesidades materiales:** falta de acceso a servicios básicos como educación, salud, alimentación y seguridad, afectando especialmente a familias en situación de pobreza (50.5%) y pobreza extrema (20.3%).¹³
- **Valores y creencias:** persistencia de normas culturales que perpetúan la desigualdad de género y la violencia hacia niñas y adolescentes.¹³
- **Modelo educativo:** educación de baja calidad, con un currículo descontextualizado y sin pertinencia cultural ni lingüística.¹³
- **Espacios de participación:** ausencia de formación y espacios para la participación significativa de la niñez y adolescencia en ámbitos familiares, escolares y comunitarios.¹³



11 EFE. 2020. "Niñez guatemalteca no cuenta con derechos básicos en al menos cuatro aspectos". CRN Noticias. Acceso el 26 de abril de 2025, <https://crnnoticias.com/ninez-guatemalteca-no-cuenta-con-derechos-basicos-en-al-menos-cuatro-aspectos/>

12 La Hora. 2020. "UNICEF: Unos 2.8 millones de niños y adolescentes indígenas aquejados por la pobreza y desnutrición". La Hora. Acceso el 26 de abril de 2025, <https://lahora.gt/nacionales/wpcomvip/2017/12/05/unicef-unos-2-8-millones-ninos-adolescentes-indigenas-quejados-la-pobreza-desnutricion/>

13 EDUCO. 2025. "La voz de la niñez Derechos, realidades y sueños". Educo. Acceso el 26 de abril de 2025, <https://educogt.org/lavoz-delaninez/>



Figura 4: Programa "Seguridad alimentaria", Huehuetenango.
Archivo fotográfico Educo 2025.

Es importante resaltar algunas de las problemáticas estructurales más alarmantes de estos departamentos:

Según la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, ENCOVI 2023 del INE, los departamentos de Quiché y Huehuetenango presentan altas tasas de pobreza, con incidencias de 86.4% y 81.2% respectivamente. La economía local se basa principalmente en la agricultura de subsistencia, el comercio informal y las remesas provenientes de migrantes. Pese a algunos avances, la región continúa enfrentando deficiencias en infraestructura escolar, calidad docente y acceso a servicios

básicos como salud y saneamiento.¹⁴ Las respuestas a estas problemáticas no pueden surgir exclusivamente desde el Estado, sino que requieren una articulación entre instituciones, comunidades, familias y docentes. Es necesario promover estrategias de comunicación que fortalezcan la corresponsabilidad social, informen sobre derechos y rutas de denuncia, y visibilicen los desafíos cotidianos que enfrentan niñas, niños y adolescentes en las zonas rurales.

14 ENCOVI. 2023. "Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, ENCOVI 2023: Principales resultados y pobreza desigual". ENCOVI. Acceso el 26 de abril de 2025, <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2024/08/21/20240821100052iZwkJLBrCyCmachhw-mugKt4pf6cK8kRg.pdf>

1.2

Definición del problema

1.2.1 Problema macro social

En Guatemala, el ejercicio pleno de los derechos y protección de la niñez continúa siendo un reto estructural. Más del 59% de la población vive en pobreza y el 46.5% de los niños menores de cinco años sufre desnutrición crónica. La violencia sexual, el trabajo infantil, la discriminación estructural y la institucionalización agravan la situación de vulnerabilidad. La tragedia del Hogar Seguro Virgen de la Asunción en 2017 evidenció las graves fallas del sistema de protección infantil y la falta de respuesta institucional ante denuncias de abusos.¹⁵

A esta problemática se suma el trabajo infantil. En 2024, el Ministerio de Trabajo y Previsión Social registró 341,454 niños y adolescentes trabajadores, el 88% hombres, y la mayoría pertenece a comunidades indígenas y zonas rurales como Totonicapán, Chimaltenango y Alta Verapaz. Muchos laboran en agricultura, construcción, producción de fuegos artificiales o en trabajos domésticos, mendicidad forzada y actividades ilícitas.¹⁶

La necesidad social de proteger y promover los derechos de la niñez y adolescencia en Guatemala es urgente. Es fundamental impulsar y dar a conocer políticas de buen trato y protección integral que garanticen entornos seguros, inclusivos y respetuosos. Esto requiere no solo marcos legales, sino también voluntad política, descentralización de servicios, programas de desarrollo familiar y medidas económicas que aseguren las necesidades básicas.

Hallazgos clave

59%

De la población guatemalteca vive en pobreza, lo que limita el acceso a educación, salud y condiciones dignas, vulnerando el derecho a una vida adecuada.

341,454

Niños y adolescentes trabajan, lo que los expone a riesgos físicos y emocionales, impide su educación y vulnera su derecho al juego y a la protección.

88%

De los niños trabajadores son hombres, reflejando desigualdades de género y roles tradicionales que perpetúan ciclos de explotación.

2017

Tragedia del Hogar Seguro Virgen de la Asunción evidenció la falta de mecanismos de protección estatal y la negligencia institucional hacia la niñez.

15 Arreaga, Stef. 2019. "El caso "Hogar Seguro Virgen de la Asunción": una lesión irreparable de la dignidad humana". Prensa Comunitaria. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://prensacomunitaria.org/2019/04/el-caso-hogar-seguro-virgen-de-la-asuncion-una-lesion-irreparable-de-la-dignidad-humana/>

16 Prensa Latina. 2024. "Más de 300 mil niños trabajan en Guatemala, la mayoría indígenas". Prensa Latina. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://www.prensa-latina.cu/2024/06/12/mas-de-300-mil-ninos-trabajan-en-guatemala-la-mayoria-indigenas/>

1.2.2 Problema de comunicación visual

De acuerdo con Judith Díaz, responsable de comunicación de Educo Guatemala, en el marco de su proceso de crecimiento estratégico la organización enfrenta actualmente una necesidad central: incrementar su visibilidad institucional para fortalecer su posicionamiento como referente en temas de derechos y protección de la niñez.

Esta necesidad responde a una realidad concreta. Aunque Educo cuenta con una sólida trayectoria de trabajo en comunidades rurales y con políticas institucionales consolidadas en materia de protección infantil, participación y buen trato, su comunicación externa no ha logrado reflejar de manera suficiente el impacto de sus programas ni la profundidad de su enfoque de derechos. Por ello, se diseñó una estrategia de comunicación a cuatro años, en la que los dos primeros se orientan a aumentar la visibilidad de la organización, el tercero a fortalecer la captación de apoyo externo y el cuarto a consolidar su liderazgo como referente en el ámbito de la protección infantil.

La problemática comunicacional no se origina en la ausencia de materiales o contenidos, sino en limitaciones estructurales y operativas dentro del proceso comunicativo. Los recursos visuales y narrativos existentes no logran adaptarse plenamente al contexto guatemalteco ni transmitir con claridad la dimensión social y transformadora del trabajo institucional. Esto genera una brecha entre las acciones desarrolladas en territorio y su percepción pública, afectando la capacidad de Educo para posicionarse, atraer nuevos aliados y generar incidencia en temas relacionados con los derechos de la niñez y adolescencia.

Necesidad específica de comunicación visual: promover una cultura de derechos, protección, buen trato y respeto

Educo trabaja activamente en la promoción de entornos protectores y respetuosos, respaldado por políticas institucionales que garantizan la prevención de la violencia, el fomento del buen trato y la participación significativa de niñas, niños y adolescentes. Sin embargo, estas políticas necesitan ser traducidas en mensajes visuales y narrativos accesibles, capaces de generar conciencia y empatía en distintos públicos.

A partir de sus procesos institucionales y de investigación más recientes, la organización ha identificado la necesidad de fortalecer su incidencia social mediante una comunicación que transforme los valores institucionales en experiencias visuales que inspiren acción colectiva. Promover una cultura de derechos y protección implica ir más allá de la transmisión de información.

El reto principal es diseñar estrategias de comunicación visual empáticas y contextualizadas que integren los principios del buen trato, la equidad de género, la inclusión cultural y la participación activa. Estas estrategias deben permitir que la población, tanto en comunidades rurales como en entornos urbanos, comprenda la importancia de la protección integral, se identifique con los mensajes y adopte comportamientos que contribuyan a la construcción de entornos seguros, respetuosos y solidarios.

1.3 Justificación

La intervención en la problemática de comunicación visual de Educo Guatemala se fundamenta en la necesidad de difundir y posicionar sus políticas institucionales orientadas a la protección, el buen trato y la prevención de la violencia hacia la niñez, adolescencia y juventud. Estas políticas, la Política de Protección y Buen Trato (PPBT) y la Política de Prevención de la Explotación, Abuso y Acoso Sexual (PSEAH), reflejan el compromiso de la organización por garantizar entornos seguros y libres de violencia en todos los espacios donde desarrolla su labor.

1.3.1 Trascendencia

A pesar de su relevancia, las políticas internas de Educo no han logrado proyectarse con la claridad y cercanía necesarias hacia los diferentes públicos con los que la organización se relaciona. Su difusión ha sido principalmente técnica, lo que ha limitado su comprensión y apropiación por parte de comunidades, docentes, familias y niños, niñas y adolescentes beneficiarios de los programas. Por ello, esta intervención desde el diseño gráfico constituye un paso estratégico para transformar dichas políticas en materiales visuales comprensibles, educativos y culturalmente pertinentes, que traduzcan el lenguaje institucional en mensajes accesibles y emocionalmente significativos.

A nivel gráfico y comunicativo, el proyecto permitirá visualizar los principios de las políticas internas de Educo a través de piezas que transmitan los valores del buen trato, la igualdad, la empatía y la prevención de la violencia. Estos recursos contribuirán a fortalecer el vínculo entre la organización y las comunidades, al mismo tiempo que consolidan la imagen institucional de Educo como referente en temas de protección y derechos de la niñez. En un plano social, esta intervención se proyecta como una oportunidad para ampliar el impacto de las políticas institucionales, trasladándolas del ámbito técnico al espacio comunitario. La comunicación visual se convierte así en una herramienta para educar, sensibilizar y movilizar a la sociedad hacia la construcción de entornos protectores.

De no intervenir desde el diseño gráfico, estas políticas continuarían siendo percibidas como documentos internos, sin llegar a convertirse en instrumentos que orienten el comportamiento colectivo. Por el contrario, esta intervención gráfica dejará sentadas las bases para que las políticas institucionales sean conocidas, comprendidas y aplicadas por los diversos actores sociales involucrados. A largo plazo, este esfuerzo contribuirá a fortalecer el liderazgo de Educo Guatemala como una organización que comunica desde la empatía, la transparencia y la acción educativa, consolidando su rol en la promoción de los derechos y la protección de la niñez.

1.3.2 Incidencia del diseño gráfico

El diseño gráfico tendrá una incidencia fundamental en la reducción inicial del problema de comunicación visual identificado en Educo Guatemala. Aunque no se pretende solucionar de manera definitiva la necesidad de visibilización, esta intervención actuará como un impulso estratégico que abrirá nuevas posibilidades de posicionamiento, captación de apoyos y expansión del impacto social. A corto plazo, el diseño gráfico tendrá una incidencia directa en la socialización de las políticas internas de Educo Guatemala, al traducir sus contenidos en materiales visuales accesibles y coherentes con la identidad institucional, adaptados a las características culturales y emocionales de los públicos guatemaltecos.

La incidencia positiva se reflejará en una comunicación más cercana y efectiva, que fortalecerá el posicionamiento institucional y aportará a Educo alcanzar sus metas de visibilización, captación de apoyos y consolidación como referente informativo. Esta intervención permitirá que los principios de las políticas: la prevención, la corresponsabilidad, el respeto, la igualdad y la protección integral, sean comprendidos de forma práctica y cotidiana por niñas, niños, adolescentes, docentes, familias, personal comunitario y población en general. Si no se realizara esta intervención, Educo correría el riesgo de mantener una brecha entre sus lineamientos internos y su aplicación real en las comunidades, limitando su capacidad de incidir en la prevención de la violencia y en la promoción de entornos protectores.

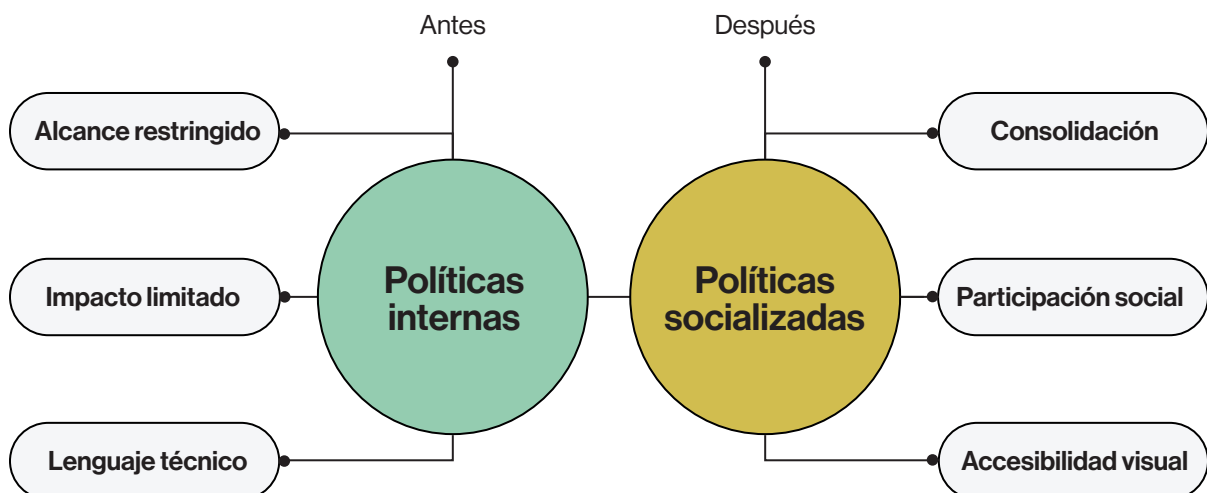


Figura 5: Diagrama comparativo de la incidencia de la intervención gráfica. Huwart, M. 2025.

1.3.3 Factibilidad

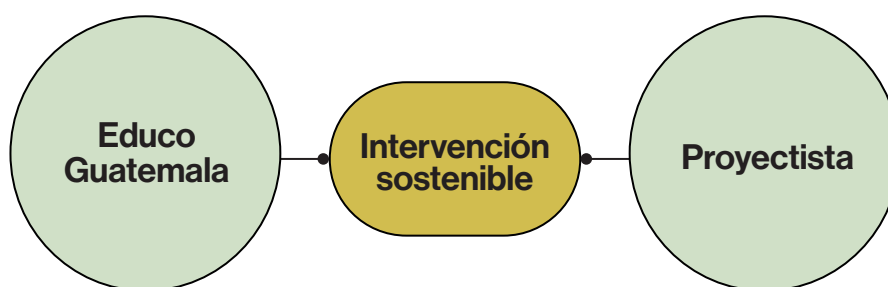


Figura 6. Diagrama de factibilidad institucional y técnica del proyecto. Huwart, M. 2025.

Por parte de Educo Guatemala:

- Existen políticas institucionales vigentes que sirven de base conceptual para el diseño de materiales: la PPBT y la PSEAH.
- Se cuenta con insumos documentales y materiales de referencia que orientan la comunicación de dichas políticas.
- La responsable de comunicación, Judith Díaz, ha manifestado su acompañamiento técnico y disposición para validar las piezas producidas.
- La organización dispone del equipo básico y los recursos necesarios para la producción y difusión de materiales en medios impresos y digitales.
- Se han establecido alianzas estratégicas que facilitan la reproducción y distribución de los productos gráficos, garantizando su sostenibilidad.

Por parte del proyectista:

- Se dispone de formación especializada en diseño gráfico y comunicación visual, con capacidad técnica para desarrollar piezas adaptadas a los públicos meta.
- Existe conocimiento de los enfoques institucionales de Educo y de los contextos socioculturales donde actúa, lo que asegura pertinencia y sensibilidad cultural en las propuestas.

Estas condiciones aseguran que la intervención pueda ejecutarse de forma efectiva, ética y sostenible, generando resultados tangibles que contribuyan a la difusión, comprensión y apropiación de las políticas internas de Educo Guatemala, fortaleciendo así su compromiso institucional con el buen trato, la prevención de la violencia y la protección de la niñez y adolescencia.

1.4

Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Generar visibilidad y reconocimiento para Educo como organización referente en la defensa de los derechos y la protección de la niñez y adolescencia, mediante una estrategia de comunicación visual que difunda, de manera contextualizada, los principios y lineamientos institucionales orientados a promover una cultura de derechos, protección y buen trato en las comunidades del Altiplano Occidental de Guatemala.

1.4.2 Objetivos específicos

De comunicación visual

- Incrementar el reconocimiento social del valor de la protección de la niñez y adolescencia como base para el desarrollo social, mediante la elaboración de materiales informativos.
- Fortalecer la comprensión pública de las políticas institucionales de Protección y Buen Trato y Protección Contra la Explotación, Abuso y Acoso Sexual, mediante la creación de recursos pedagógicos e informativos.

De diseño

- Diseñar materiales gráficos informativos para medios digitales e impresos derivados de las políticas internas de protección de Educo.
- Producir un sistema de comunicación visual tropicalizado, adaptado a las necesidades de comunicación de sede y al contexto sociocultural de las comunidades beneficiarias.

Caracterización institucional

CAPÍTULO 02 - PERFILES



& análisis del público objetivo

Capítulo

Perfiles

02.

En este capítulo se describe el perfil institucional de la Fundación Educación y Cooperación - Educo, abordando su historia, misión, visión, estructura organizativa y principales líneas de acción. Se analiza también su identidad visual, narrativa comunicacional y relación con los diferentes públicos, identificando elementos esenciales para la coherencia gráfica del proyecto. Finalmente, se definen los grupos objetivo primario y secundario, mediante parámetros geográficos, socio-demográficos y psicográficos, fundamentales para orientar las estrategias de diseño y comunicación.



2.1

Perfil de la institución



2.2

Perfil del grupo objetivo

2.1

Perfil de la institución

2.1.1 Generalidades

Historia

Educo es una ONG de cooperación global con más de 25 años de experiencia, centrada en la defensa de los derechos de la infancia y la promoción de una educación de calidad como herramienta de transformación social. La organización forma parte de ChildFund Alliance, una red de organizaciones que trabajan por el bienestar y la protección infantil en más de 60 países.¹⁷

Educo ha tenido presencia en Guatemala desde 2009, estableciendo proyectos en comunidades con alta vulnerabilidad social y económica, particularmente en el Altiplano Occidental del país. En estas áreas, Educo ha desarrollado iniciativas en educación, salud, infraestructura y seguridad alimentaria, buscando mejorar las condiciones de vida de la niñez y sus comunidades. En sus más de 15 años de trabajo en Guatemala, Educo ha consolidado alianzas con organizaciones locales, instituciones gubernamentales y otros actores para fortalecer sus programas y ampliar su impacto.¹⁷

Misión

Trabajamos con niñas, niños y su entorno para promover sociedades justas y equitativas que garanticen sus derechos y bienestar.

Visión

Un mundo donde todas las niñas y los niños disfrutan plenamente de sus derechos y de una vida digna.



Figura 7. Logotipo Educo. Educo Guatemala, 2025.

¹⁷ Educo. 2025. Educo en Guatemala: Comprometido con la protección, la educación y la participación. Acceso el 9 de febrero de 2025. <https://educuco.org.gt/about/>



Figura 8: Programa “Mi beca contribuye a mi educación”.
Archivo fotográfico Educo 2025.

Objetivos

- Mejorar la calidad educativa mediante formación docente, provisión de materiales didácticos y promoción de metodologías innovadoras como la ludo pedagogía.
- Garantizar la protección infantil, creando espacios seguros y promoviendo acciones para prevenir la violencia y el abuso infantil.
- Fomentar la participación infantil y juvenil en la toma de decisiones comunitarias y escolares.
- Desarrollar programas de seguridad alimentaria, incluyendo alimentación escolar y huertos comunitarios.
- Promover la educación integral en sexualidad, sensibilizando a docentes, familias y estudiantes sobre derechos sexuales y reproductivos.

Principios

- **No discriminación:** nuestro trabajo se asienta en la creencia de que todas las niñas y niños deben tener la oportunidad de realizar sus derechos, sin importar el origen nacional, étnico o social, la lengua, religión, opinión política, posición económica de sus familias, su discapacidad o cualquier otra situación.
- **Participación:** todas nuestras acciones garantizan y promueven el derecho a la participación de niñas y niños y de quienes les apoyan, en la búsqueda de su plena ciudadanía.
- **Transparencia:** basamos nuestro trabajo en la honestidad, la responsabilidad y el máximo acceso a la información en cuanto a la gestión de los recursos y al impacto de nuestras acciones.

Valores

- **Compromiso social:** luchamos por el bien común y la defensa de la dignidad humana, trabajando conjuntamente para construir relaciones basadas en la justicia y la solidaridad entre pueblos, individuos y culturas.
- **Igualdad:** nuestras acciones pretenden lograr más justicia en los acuerdos sociales y promover la capacidad de las personas para disfrutar su libertad.
- **Respeto:** reconocemos y defendemos la riqueza de la diversidad humana como un valor esencial para la cohesión social, la paz y el respeto por la dignidad de todas las personas.

Servicios e intervención

Educo desarrolla múltiples programas y proyectos para garantizar los derechos de la infancia en Guatemala. Sus principales áreas de trabajo son:

- Educación
- Protección y bienestar infantil
- Seguridad alimentaria y nutrición
- Participación infantil y liderazgo juvenil

Beneficiarios

Educo impacta a más de 36,462 niñas, niños y adolescentes en Guatemala, además de beneficiar a familias, docentes y comunidades a través de sus programas.

País de origen

Educo es una organización española con presencia en más de 60 países, incluyendo Guatemala.

Naturaleza no lucrativa

Educo es una organización sin fines de lucro, enfocada en el bienestar de la infancia y el desarrollo comunitario.

Fuentes de financiamiento

Educo financia sus proyectos a través de: aportes privados de padrinos, socios y colaboradores, donaciones de empresas y fundaciones comprometidas con la infancia y alianzas con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para ejecutar proyectos conjuntos.



Figura 9: Recopilación de fotografías por área de intervención. Archivo fotográfico Educo 2025.

Cobertura geográfica

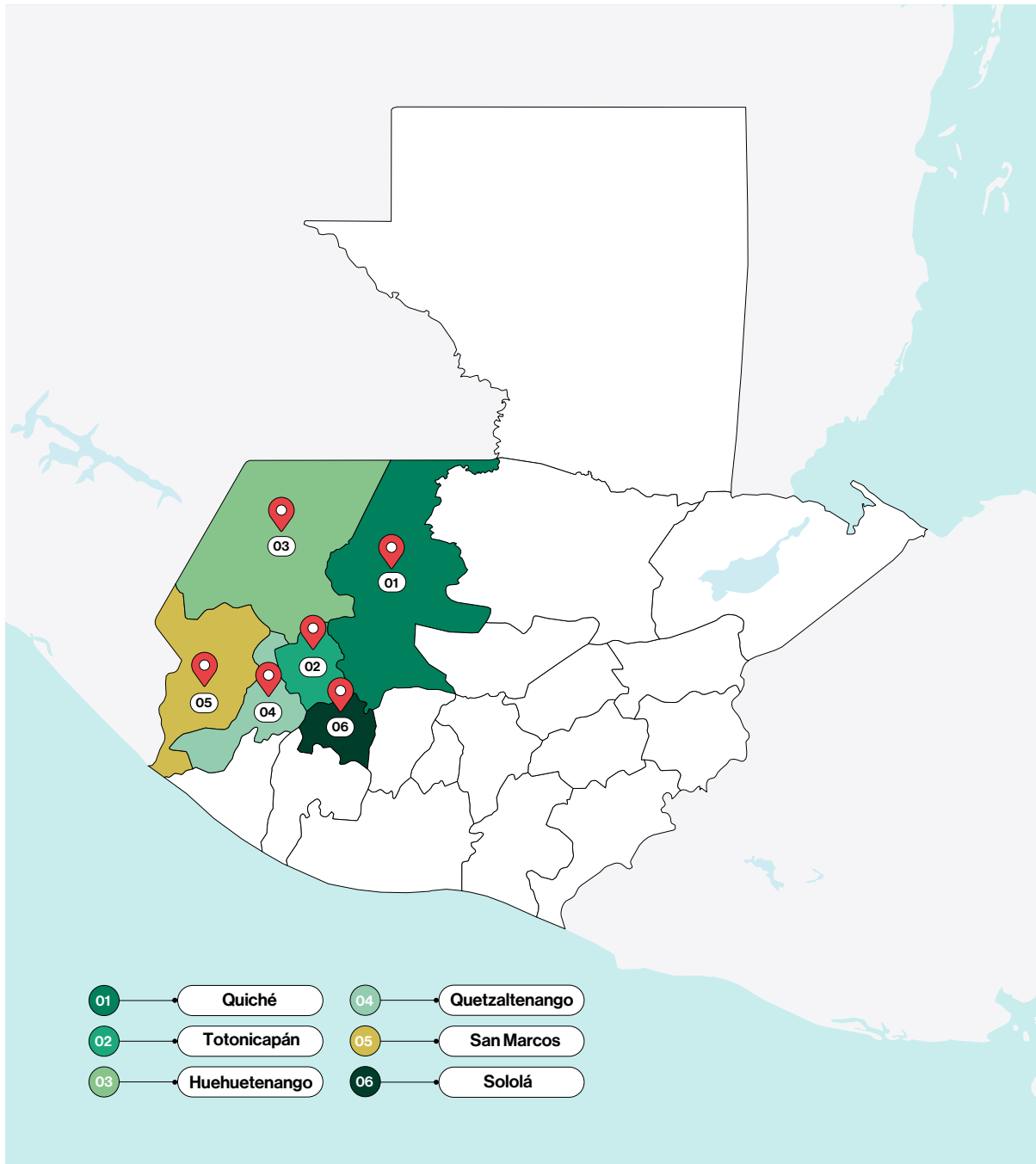


Figura 10: Mapa de cobertura geográfica de Educo Guatemala.
Huwart, M. 2025

2.1.2 Identidad visual institucional y antecedentes gráficos

La identidad visual de Educo Guatemala forma parte de una línea global definida por la organización, orientada a comunicar de manera coherente su compromiso con la educación, la protección y los derechos de la niñez. Esta identidad se caracteriza por su estilo limpio, accesible y emocional a partir de la fotografía.

A nivel general, Educo mantiene una identidad visual basada en los lineamientos establecidos por la sede central de la organización, que se caracterizan por una paleta cromática institucional de tonos verdes, el uso de la tipografía Poppins en diferentes pesos, y un estilo limpio y contemporáneo. Estos elementos buscan transmitir claridad y confianza, valores que refuerzan su posicionamiento como una organización enfocada en el bienestar infantil y en la educación como derecho fundamental.

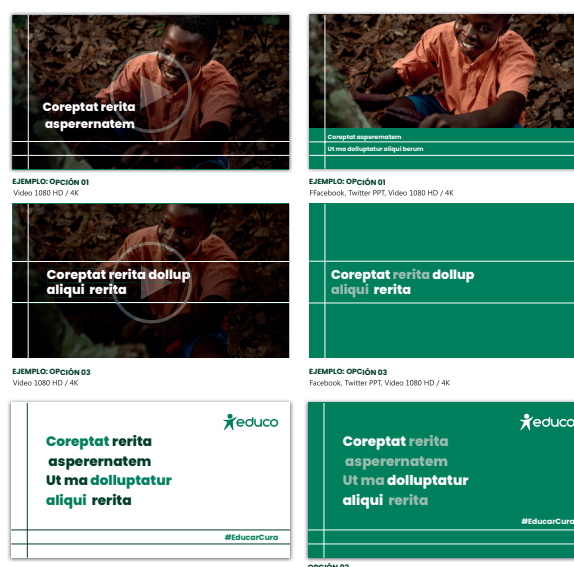


Figura 11. Recopilación de referentes de aplicación de la línea gráfica institucional. Brandbook Educo, 2025.



Figura 12. Recopilación de referentes de posicionamiento en proyectos, Nicaragua. Brandbook Educo, 2025.

Sin embargo, a nivel local, la comunicación enfrenta limitaciones relacionadas con la adaptación cultural y contextual. Una parte significativa de estos materiales proviene de adaptaciones de recursos diseñados en otros países, como Nicaragua o El Salvador, lo que ha generado una estética y un lenguaje visual que no siempre responden a la identidad cultural guatemalteca. La ausencia de un departamento interno de diseño ha condicionado la producción de materiales visuales propios, generando una dependencia del material gráfico elaborado por otras sedes internacionales. En consecuencia, las piezas comunicacionales no siempre reflejan la diversidad cultural ni los códigos visuales del público guatemalteco, lo que reduce la efectividad del mensaje en los territorios donde Educo tiene mayor incidencia.

En el ámbito digital, Educo Guatemala mantiene presencia activa en redes sociales como Facebook, Instagram y X (Twitter), utilizadas como principales canales de difusión institucional. A través de estas plataformas, se comparten noticias, testimonios, campañas informativas y resultados de programas, con el objetivo de mantener la cercanía con la comunidad y los donantes. No obstante, los contenidos publicados suelen ceñirse estrictamente a la línea gráfica institucional, sin una adaptación profunda al entorno local.

Esto ha generado una comunicación visual formal y homogénea. Además, la falta de un equipo especializado en diseño limita la posibilidad de desarrollar narrativas visuales consistentes, basadas en ilustraciones o recursos tipográficos, a menos que se contraten diseñadores por consultorías, como fue el caso de la campaña: “Acompaña mi Aprendizaje”. Pese a ello, las redes sociales representan un espacio con gran potencial para fortalecer la visibilidad institucional y fomentar la sensibilización social.



Figura 13: Recopilación de publicaciones en medios digitales. Facebook Educo Guatemala. 2025.

2.2

Perfil del grupo objetivo

El proyecto contempla dos grupos objetivo diferenciados según el medio de comunicación empleado:

El primero corresponde al grupo primario, conformado por niñas, niños y adolescentes beneficiarios de los programas de Educo Guatemala en el Altiplano Occidental, a quienes se dirigen los materiales impresos. El segundo corresponde al grupo secundario, compuesto por jóvenes y adultos jóvenes que siguen a Educo o a organizaciones afines a través de medios digitales y redes sociales. Ambos grupos son fundamentales para la estrategia, ya que la comunicación visual busca tanto generar identificación y aprendizaje en la niñez y adolescencia, como fortalecer la visibilidad institucional y la sensibilización social en públicos jóvenes con interés en la educación y la protección infantil. A continuación, se describen ambos grupos con base en datos proporcionados por el área de Comunicación de Educo.¹⁸

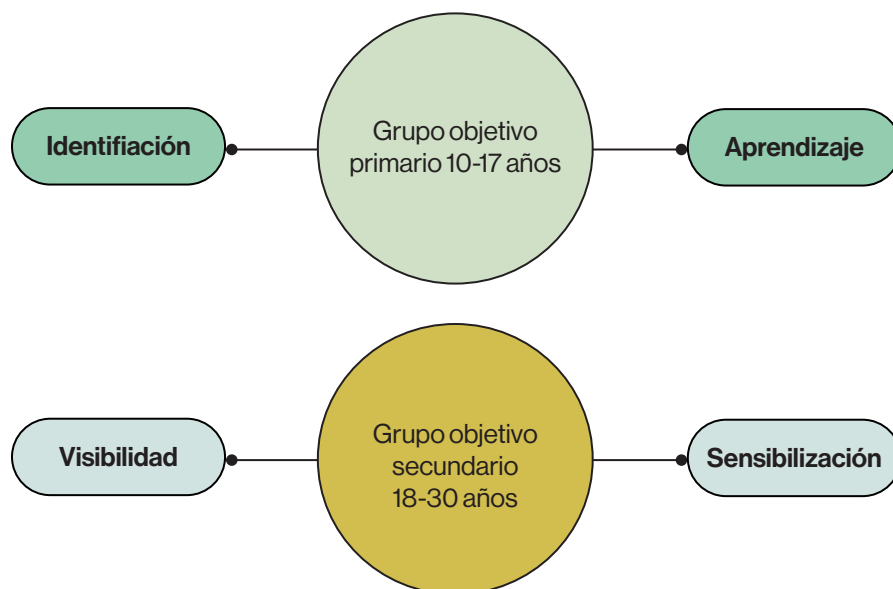


Figura 14: Relación entre los grupos objetivo y su contribución al cumplimiento del objetivo general del proyecto. Huwart, M. 2025.

18 Entrevista área de Comunicación Educo Guatemala, entrevista personal, 2025.

2.2.1 Grupo primario: niñas, niños y adolescentes

La población objetivo general está conformada por niñas, niños, adolescentes beneficiarios de los programas de Educo en los departamentos del Altiplano Occidental pero principalmente en el departamento de Quiché, donde educo tiene más incidencia. Para este proyecto, y de acuerdo con la información de Educo, la muestra se limitará a las comunidades donde se realizó el estudio del ASDBNA. Por motivos de confidencialidad, la aplicación de instrumentos directos se restringe a procesos validados por el área técnica de Educo.



Figura 15: Programa "Mi beca contribuye a mi educación". Archivo fotográfico Educo 2025.

Características geográficas

Viven en el Altiplano Occidental de Guatemala, una región compuesta por aldeas y caseríos dispersos, con predominio de población indígena y economía agrícola. La mayoría enfrenta condiciones de pobreza y ruralidad extrema, con escaso acceso a servicios básicos, conectividad y oportunidades de formación continua.

al menos el 35% por ciento de los estudiantes presenta rezago escolar, es decir, cursan grados inferiores a los que corresponderían por su edad. Las comunidades se ubican en zonas montañosas, boscosas y agrícolas, donde predominan los caseríos y aldeas indígenas con viviendas construidas en adobe, lámina o block, muchas de las cuales carecen de servicios básicos integrales.

Características sociodemográficas

La distribución por género en la niñez es equilibrada, con aproximadamente un 49% de mujeres y un 51% de hombres, aunque las niñas enfrentan una mayor exposición a riesgos de abandono escolar, violencia sexual y sobrecarga de tareas domésticas, especialmente desde los doce años. Tienen entre 10 y 17, distribuidos principalmente en los niveles de primaria alta (10 a 12 años) y básicos (13 a 17 años). Predominan los idiomas mayas k'iche', kaqchiquel y q'anjob'al, mientras que el español se utiliza como segunda lengua. Se estima que

Características socioeconómicas

La mayoría de los hogares pertenece a los niveles D y D-. La economía familiar depende de la agricultura, el trabajo informal o las remesas. Se trata de una clase popular rural baja, con estructuras familiares extensas, alta interdependencia comunitaria y escaso acceso al crédito, a la tierra o al empleo formal. Las decisiones económicas se enfocan casi exclusivamente en la subsistencia y el horizonte de consumo está orientado a cubrir necesidades básicas como la alimentación, la salud primaria y la educación de los hijos.

Características psicográficas

Los niños y adolescentes muestran una notable resiliencia ante las adversidades, sentido de pertenencia a su comunidad y una visión esperanzadora de la educación. Su modo de vida se basa en la colectividad, el trabajo agrícola, el intercambio comunitario y la participación activa en celebraciones religiosas y culturales. Las rutinas familiares integran responsabilidades compartidas desde edades tempranas, especialmente en las niñas, quienes suelen combinar el estudio con tareas domésticas o de cuidado. En cuanto a su cultura visual, sus códigos están influenciados por el simbolismo de los textiles, los colores vivos y los

elementos de la naturaleza. Poseen un nivel de lectura visual básico a medio y responden mejor a mensajes claros, narrativos e ilustrativos que integren elementos culturales reconocibles.

Relación entre el grupo objetivo y la institución

Los niños y adolescentes beneficiarios conocen a Educo como una organización que respalda su educación. Expresan entusiasmo por participar activamente en las actividades que promueve la institución, como talleres, jornadas educativas y becas escolares, lo que fortalece su vínculo de confianza con la organización.

2.2.2 Grupo secundario: jóvenes y adultos jóvenes

Conformado por jóvenes y adultos jóvenes de entre 18 y 30 años que siguen a Educo en redes sociales o interactúan con organizaciones afines. Incluye docentes jóvenes, estudiantes universitarios, madres y padres jóvenes, voluntarios y líderes comunitarios interesados en temas de niñez, equidad, educación y desarrollo social.¹⁹



Figura 16: Programa "Mi huerto", Quiché. Archivo fotográfico Educo 2025.

¹⁹ Entrevista área de Comunicación Educo Guatemala, entrevista personal, 2025.

Características geográficas

Residen principalmente en áreas urbanas y semiurbanas de los departamentos del Altiplano Occidental y en la ciudad de Guatemala. Cuentan con acceso a internet, telefonía móvil y redes sociales, lo que facilita su participación en procesos de comunicación digital y campañas informativas. Varios tienen vínculos familiares o personales con comunidades rurales donde Educo desarrolla sus programas, lo que genera empatía con las problemáticas abordadas por la organización.

Características sociodemográficas

La distribución por género es equilibrada entre hombres y mujeres, aunque se observa una ligera predominancia femenina en la participación en contenidos educativos y sociales. La edad promedio se encuentra entre los dieciocho y treinta y cinco años, etapa caracterizada por la búsqueda de estabilidad personal, profesional y emocional. La mayoría posee estudios de nivel diversificado o universitario, en áreas relacionadas con docencia, psicología, trabajo social, comunicación o desarrollo comunitario. Residen en contextos urbanos o semiurbanos con acceso a servicios básicos, tecnologías de la información y espacios de participación cívica y cultural.

Características socioeconómicas

La población pertenece principalmente a los niveles C y C-, con ingresos medios y relativa estabilidad laboral. Representan una clase media joven, con empleos formales o informales vinculados a la educación, la comunicación o el emprendimiento, y muestran interés por causas sociales y el voluntariado. Su horizonte de consumo está orientado al bienestar personal, la formación profesional y el apoyo a causas solidarias.

Consumen con frecuencia contenidos digitales educativos y culturales, prefiriendo plataformas audiovisuales y redes sociales interactivas.

Características psicográficas

Se caracterizan por ser personas comprometidas, solidarias, reflexivas y sensibles a las problemáticas sociales. Valoran la transparencia institucional, la participación juvenil y la construcción de entornos protectores para la niñez. Mantienen un estilo de vida digitalmente activo, utilizan las redes sociales para informarse, compartir contenidos de impacto social y expresar opiniones, además de participar en actividades comunitarias, foros o espacios de liderazgo juvenil y voluntariado. Poseen un alto nivel de alfabetización visual, lo que los hace más exigentes con la estética y coherencia de los mensajes. Prefieren materiales visualmente atractivos, con datos concisos y testimonios reales, que transmitan positividad y empatía. Valoran el equilibrio entre imagen, texto y la coherencia institucional de Educo.

Relación entre el grupo objetivo y la institución

Perciben a Educo Guatemala como una organización seria y coherente, con un compromiso real hacia la protección y educación de la niñez. Interactúan con sus publicaciones en redes sociales, especialmente aquellas que presentan historias reales, testimonios, guías prácticas y mensajes de sensibilización. Son aliados potenciales para la expansión del mensaje institucional, ya que comparten y difunden contenidos cuando se sienten representados o inspirados por el mensaje. Este grupo contribuye a reforzar la legitimidad social y la visibilidad pública de Educo en entornos digitales.

Etapa de planeación



CAPÍTULO 3 - PLANEACIÓN OPERATIVA



técnica y de recursos

Capítulo

Planeación
operativa

03.

Este capítulo desarrolla la planificación técnica y operativa del proyecto, detallando los recursos materiales, tecnológicos y humanos necesarios para su ejecución. Incluye el flujograma de procesos, cronograma de trabajo y previsión de costos estimados que garantizan la viabilidad y cumplimiento de los objetivos propuestos. El enfoque metodológico busca optimizar tiempos y recursos, asegurando eficiencia en la producción de los materiales gráficos de la campaña.



3.1

Flujograma



3.2

Cronograma

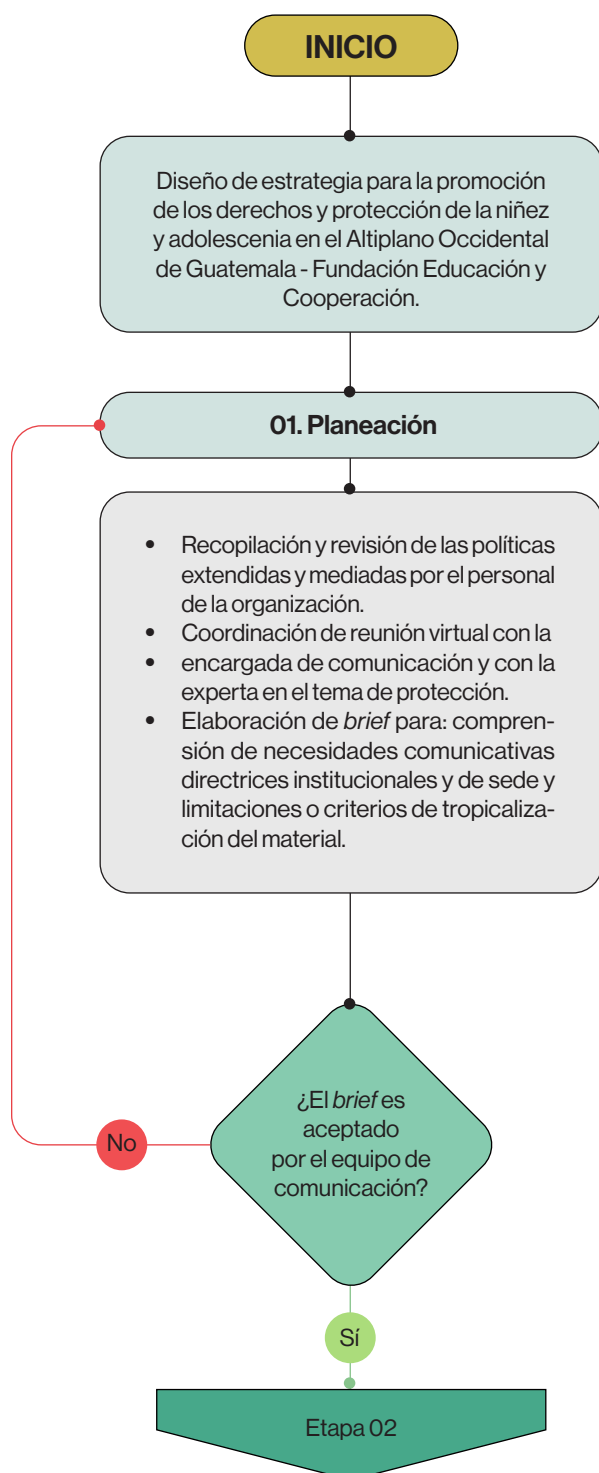


3.3

Previsión de costos

3.1

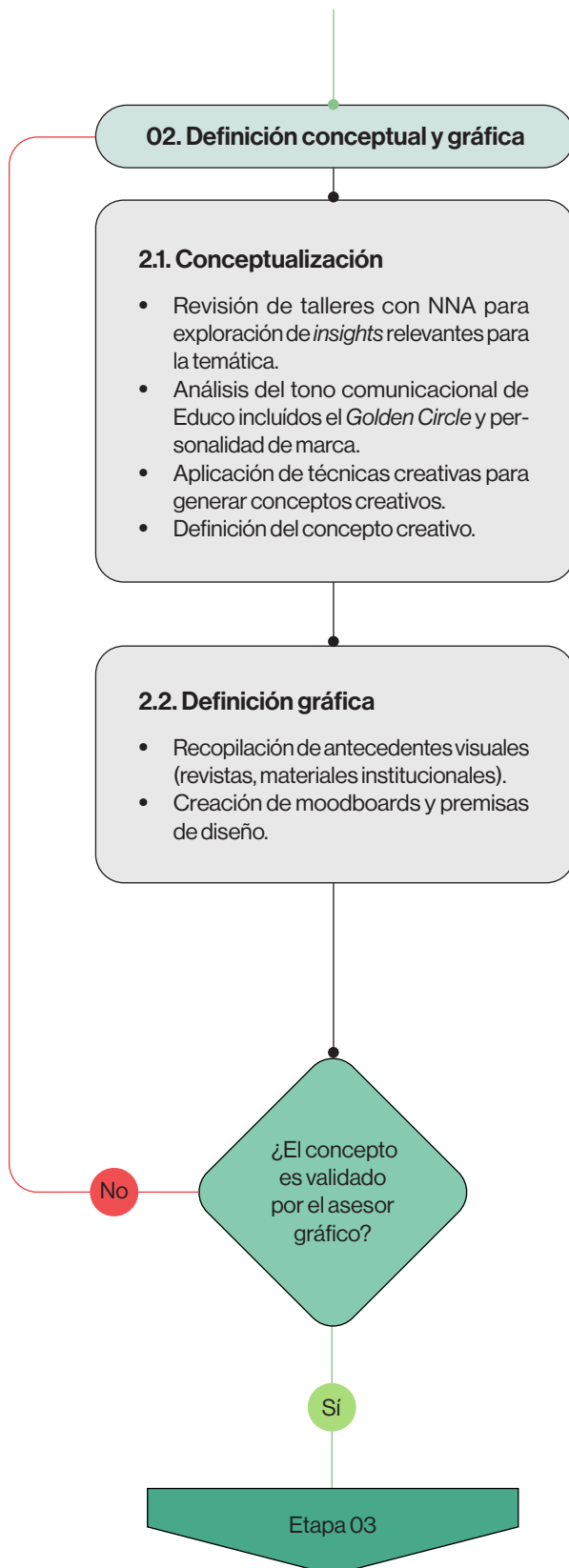
Flujograma

**Etapa 1: Planeación**

Insumos: transporte (Servicio de Uber), computadora portátil, acceso a internet, aplicaciones de videollamada, libreta o cuaderno, bolígrafos, documentos de investigación previa, *brief* institucional, agenda para reuniones virtuales.

Tiempo por subetapa:

- Recopilación y revisión de investigación previa (2 días).
- Coordinación de reunión virtual con encargada de comunicación (0.5 día).
- Elaboración de *brief* (1 día).



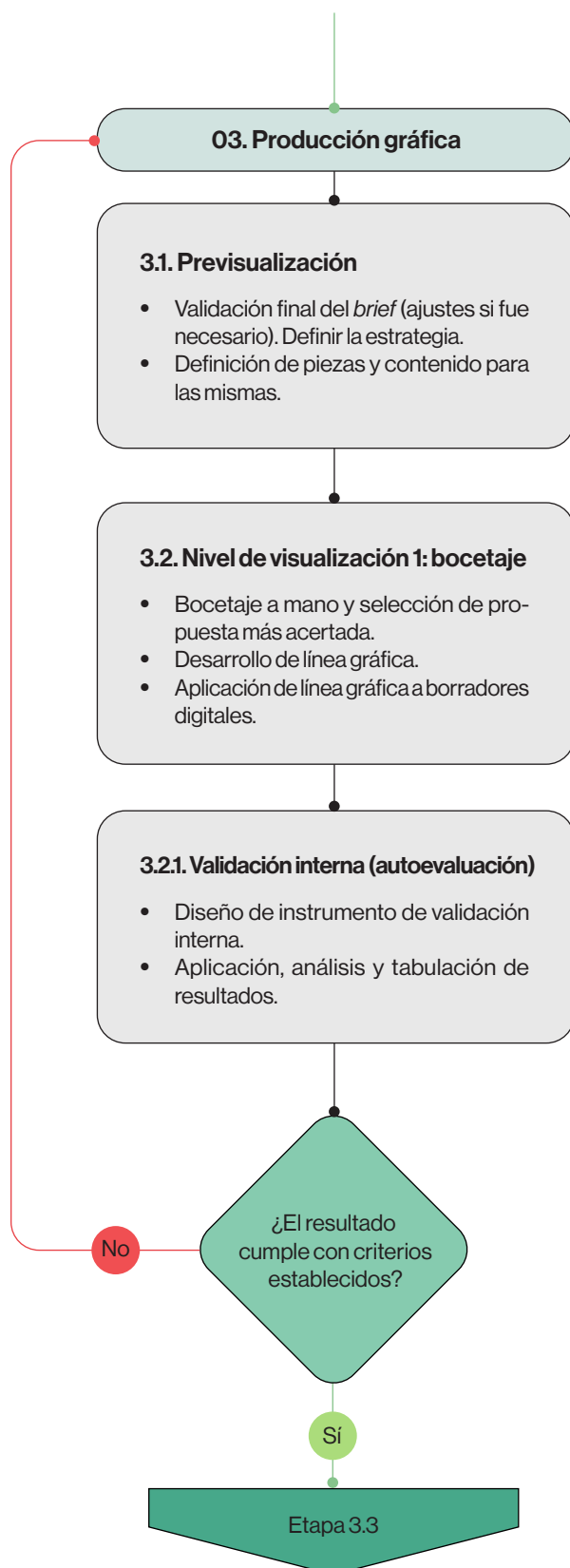
Etapa 2: Definición conceptual y gráfica

Insumos: computadora portátil, conexión a internet, técnicas creativas impresas o digitales, material de papelería (hojas, lápices, marcadores, post-it), documentos institucionales de identidad visual: *Golden Circle*, guía de tono comunicacional.

Tiempo por subetapa:

- Exploración de *insights* (1 día)
- Análisis del tono comunicacional (1 día)
- Definición de concepto creativo central (2 días)
- Recopilación de antecedentes visuales (1 día)
- Creación de moodboards (1 día)

Figura 17 cont.



Etapa 3: Producción gráfica

3.1. Previsualización

Insumos: transporte (Servicio de Uber), computadora portátil, software de diseño, cuaderno de bocetos, lápices, escáner, conexión a internet.

Tiempo por subetapa:

- Validación final del *brief* y estrategia (1 día)
- Definición de piezas y contenidos (2 días)

3.2. Nivel de visualización 1: Bocetaje

Insumos: Hojas blancas, lápices, marcadores, escáner, computadora portátil, software de diseño, conexión a internet.

Tiempo por subetapa:

- Bocetaje a mano y selección de propuesta (2 días)
- Desarrollo de línea gráfica (1 día)
- Aplicación de línea gráfica a borradores digitales (1 día).

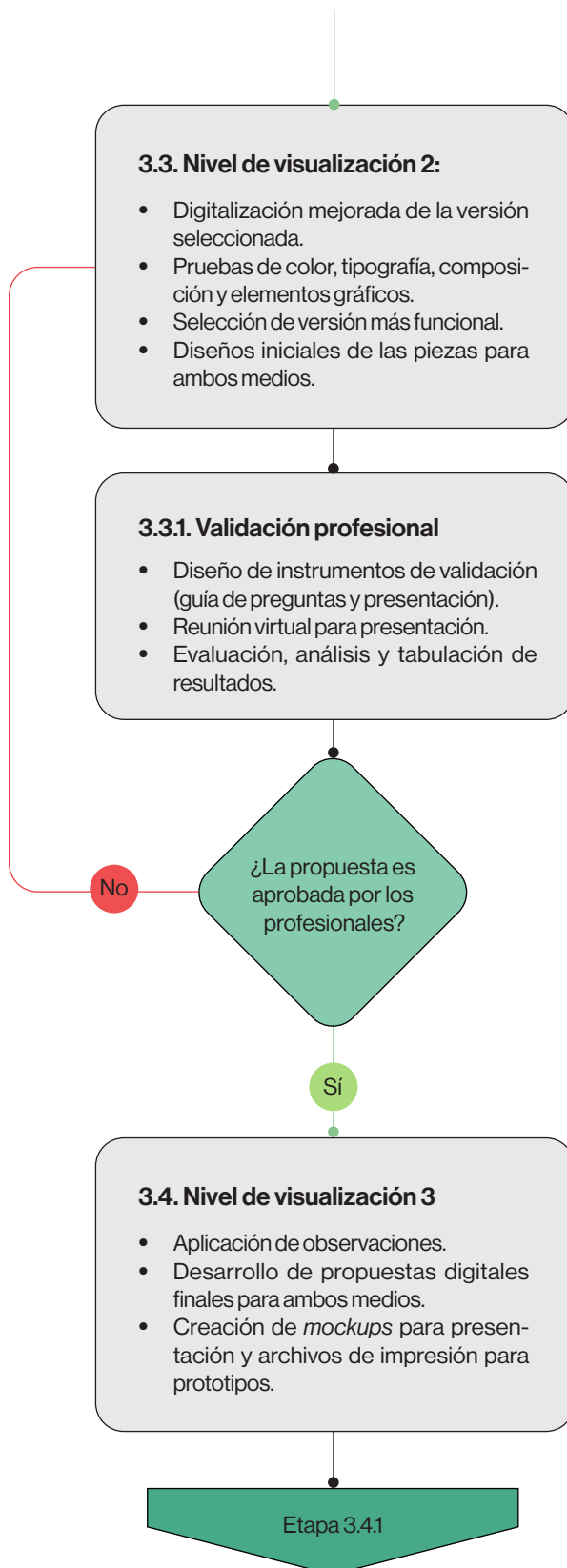
3.2.1. Validación interna (autoevaluación)

Insumos: Lista de aspectos por evaluar, computadora, internet.

Tiempo por subetapa:

- 1 día.

Figura 17 cont.



Etapa 3: Producción gráfica

3.3. Nivel de visualización 2: digitalización

Insumos: computadora portátil, software de diseño, conexión a internet, banco de tipografías e imágenes.

Tiempo por subetapa:

- Digitalización mejorada y pruebas (2 días)
- Selección de versión más funcional (1 día)
- Diseño inicial de piezas (5 días)

3.3.1. Validación profesional

Insumos: plataforma de videollamadas, documentos de presentación, cuestionarios de validación, internet.

Tiempo por subetapa:

- 1 día.

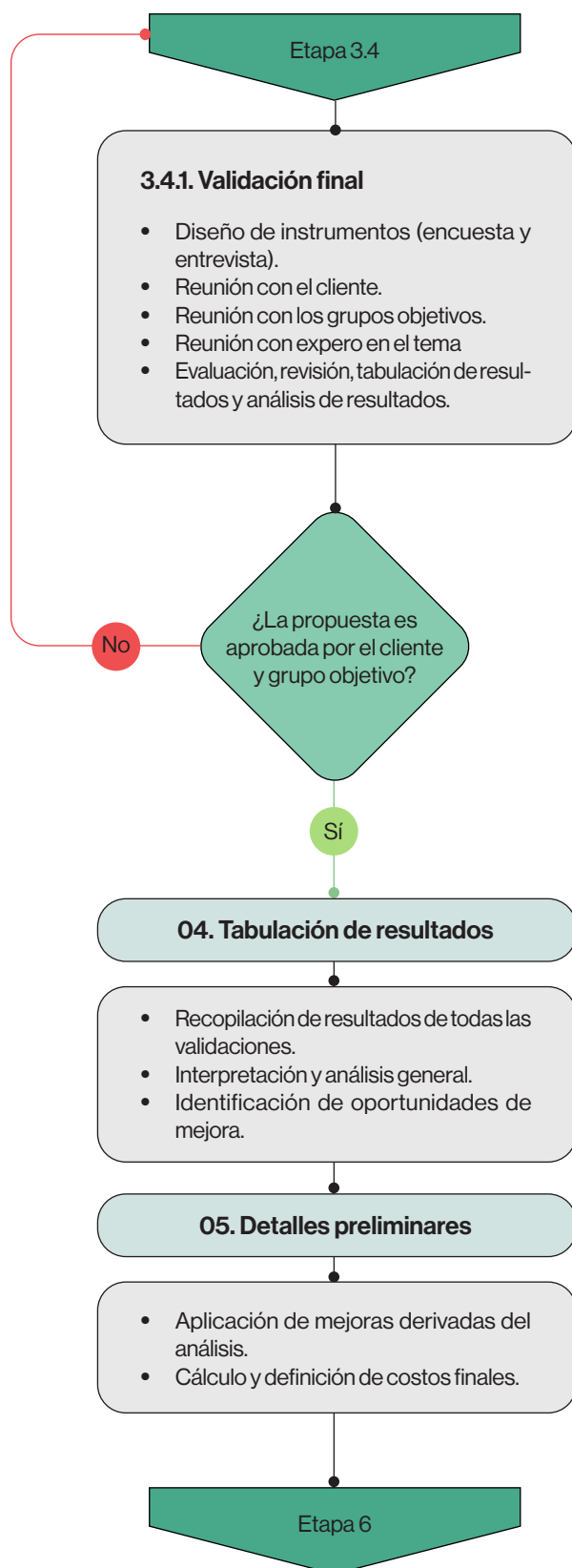
3.4. Nivel de visualización 3: correcciones

Insumos: computadora, software de diseño, conexión a internet, banco de *mockups*.

Tiempo por subetapa:

- 10 días.

Figura 17 cont.

**Etapa 3: producción gráfica****3.4. Validación final (cliente, grupo objetivo y experto en el tema)**

Insumos: formularios digitales e impresos, plataformas de reunión virtual y presencial, materiales de presentación.

Tiempo por subetapa:

- 5 días

Etapa 4: tabulación de resultados

Insumos: Computadora portátil, software de análisis de datos, hojas de cálculo, conexión a internet.

Tiempo por subetapa:

- 2 días

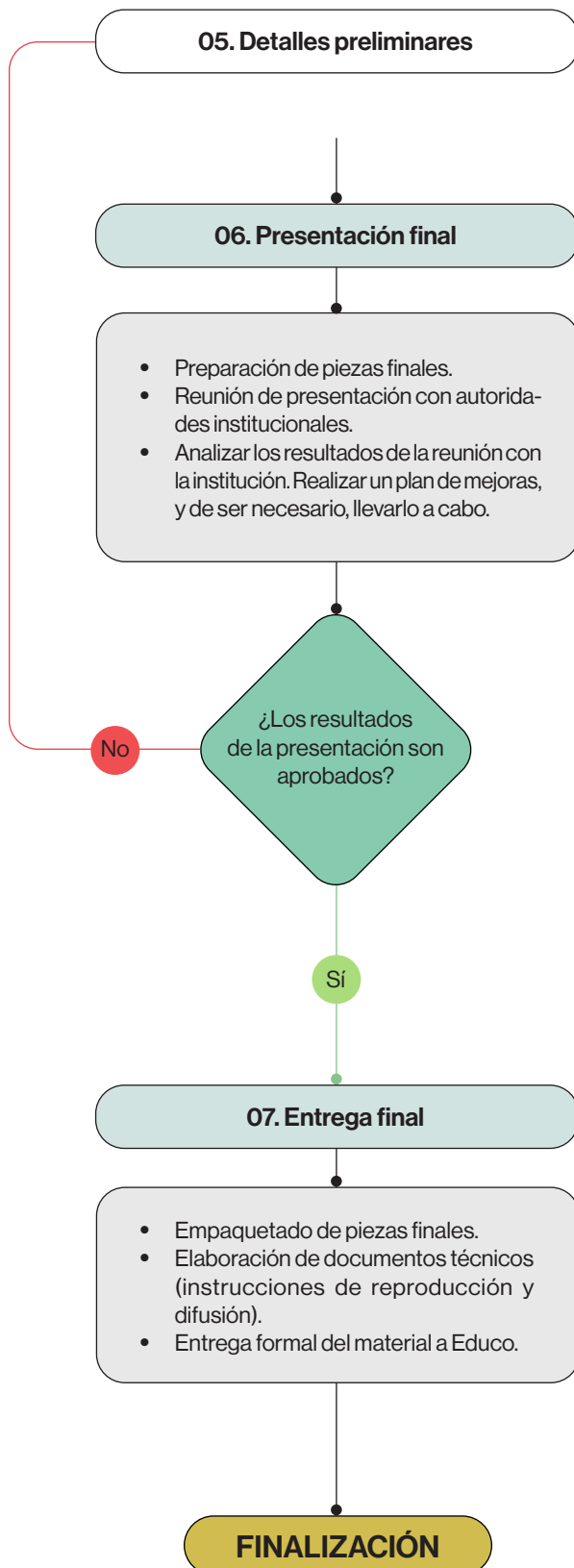
Etapa 5: detalles preliminares

Insumos: Computadora, software de diseño y presupuesto, conexión a internet.

Tiempo por subetapa:

- 2 días

Figura 17 cont.



Etapa 6: presentación final

Insumos: computadora, software de presentación, proyector, sala de reuniones, conexión a internet.

Tiempo por subetapa:

- 1 día.

Etapa 7: entrega final

Insumos: transporte (Servicio de Uber), documentos técnicos impresos y digitales, computadora.

Tiempo por subetapa:

- 2 días.

Figura 17: Flujograma del proceso de planeación operativa del proyecto. Huwart, M. 2025.

3.2 Cronograma

Tabla 01: Cronograma

Actividad etapa / subetapa	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	4	4	4	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Etapa 1: Planeación																
1.1 Revisión del contexto y políticas internas																
1.2 Reuniones. Revisión de investigación del contexto y políticas mediadas																
1.3 Inicio de elaboración de <i>brief</i> y estrategia																
2 Etapa 2: definición conceptual y gráfica																
2.1 Conceptualización e identificación del <i>insight</i>																
2.1 Definición del concepto creativo																
2.1 Creación de moodboards y Recopilación antecedentes visuales																
2.2 Establecimiento de premisas de diseño																
2.2 Validación del concepto creativo con asesores																
3 Etapa 3: producción gráfica																
3.1 Previsualización y definición piezas																
3.2 Nivel de visualización 1: bocetaje a mano																

Actividad etapa / subetapa	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
3 Etapa 3: producción gráfica																
3.2 Desarrollo línea gráfica aplicación a borradores digitales																
3.2.1 Validación interna Informe visualización 1																
3.3 Nivel de visualización 2: digitalización																
3.3 Pruebas estructura, elementos, gráfica, otros.																
3.3.1 Validación nivel 2: profesionales																
3.4 Nivel de visualización 3: detalles																
3.4 Correcciones finales y diseño de piezas finales																
3.4.1 Validación con cliente (Educo) y GO																
4 Etapa 4: tabulación de resultados																
5 Etapa 5: detalles preliminares																
6 Etapa 6: presentación e informe final																
7 Etapa 7: entrega final																

Tabla 01: Cronograma de la planeación operativa del proyecto.
Huwart, M. Agosto 2025.

3.3

Previsión de costos

A continuación, se presentan las fórmulas y los datos empleados para determinar los costos estimados de las actividades y recursos que serán utilizados en el desarrollo del proyecto de graduación. Este cálculo permite estimar el costo económico que representa utilizar cada activo a lo largo del tiempo de duración del proyecto.

Tabla 02: Depreciación del equipo

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 de Decreto Número 10-2012 del Congreso de la República de Guatemala:			
COMPUTADORA			
Valor de la inversión (VI) en 2020:			Q. 9,500.00
Vida útil según legislación fiscal (VULF)			33%
Fórmula para el valor actual			
VI-VULF= valor 2021	9500.00-(9500*33%)		Q. 6,365.00
VI-VULF= valor 2022	6333.65-(633.65*33%)		Q. 4,264.55
VI-VULF= valor 2023	4264.55-(4264.55*33%)		Q. 2,857.25
VI-VULF= valor 2024	2857.25-(2857.25*33%)		Q. 1,914.36
VI-VULF= valor 2025	1914.36-(1914.36*33%)		Q. 1,282.62
Fórmula para depreciación			
VI*VULF/meses*días*horas	Depreciación por hora		Q. 0.05
			Costo por hora
CELULAR			
Valor de la inversión (VI) en 2024:			Q. 5,200.00
Vida útil según legislación fiscal (VULF)			33%
Fórmula para el valor actual			
VI-VULF= valor 2025	5200-(5200*33%)		Q. 3,484.00
Fórmula para depreciación			
VI*VULF/meses*días*horas	Depreciación por hora		Q. 0.13
			Costo por hora

Tabla 02: Depreciación del equipo para la previsión de costos del proyecto. Huwart, M. Agosto 2025.

A continuación, se presentan los datos empleados para determinar los costos estimados de software. Este apartado incluye el costo de suscripción a programas y herramientas digitales esenciales para el proyecto. Asimismo, se presentan los datos utilizados para estimar los costos asociados a los servicios esenciales para el proyecto.

Tabla 03: Software y servicios

SOFTWARE			
SUITE DE ADOBE			
Costo mensual de la membresía estudiantil	\$15.99	Q. 123.00	
Fórmula para el valor por hora	Costo por hora		
Precio mensual/30días*24horas	Q0.17		
Datos de costo mensual de membresía para estudiantes obtenido de la página oficial de Adobe. Conversión de quetzal a dólar estadounidense realizada el día 9 de agosto de 2025 (Q7.68)			
SUITE DE GOOGLE			
Costo anual de la membresía	\$19.99	Q153.74	
Fórmula para el valor por hora	Costo por hora		
Precio anual/30días*24horas	Q. 0.21		
Conversión de quetzal a dólar estadounidense realizada el día 9 de agosto de 2025 (Q. 7.68)			
SERVICIOS			
ENERGÍA ELÉCTRICA			
Total de consumo de los cuatro meses anteriores			
Abril	Mayo	Junio	Julio
Q. 75.66	Q. 189.66	Q. 172.00	Q. 165.00
Fórmula para el valor por hora	Costo por hora		
Promedio total/30días*24horas	Q. 0.209		
INTERNET			
Total de servicio mensual de internet	Q. 225.00		
Fórmula para el valor por hora	Costo por hora		
Precio mensual/30días*24horas	Q. 0.313		
COSTOS DE TRANSPORTE			
Costo aproximado de un viaje con punto de inicio en Parque 11, Colonia Mariscal, hacia Educo, 15 avenida A 14-46 Colonia Oakland II, Zona 10, Cd. de Guatemala.			
Promedio de viaje hora pico	Q. 60.00		
Fórmula para el valor mensual	Costo por mes		
Precio promedio/*8	Q. 480.00		

Tabla 03: Software y servicios para la previsión de costos del proyecto. Huwart, M. Agosto 2025.

Principios teóricos sociales

CAPÍTULO 04 - MARCO TEÓRICO



& de comunicación visual

Capítulo

Marco
teórico

04.

El capítulo teórico establece los fundamentos conceptuales que sustentan la propuesta de comunicación visual. Se analizan los marcos sociales, éticos y comunicacionales vinculados a la protección de los derechos de la niñez en Guatemala, junto con los principios del diseño gráfico aplicados a campañas sociales. Esta base teórica permite articular los valores institucionales de Educo con una propuesta estética y funcional coherente, que oriente las decisiones creativas y comunicativas del proyecto.



4.1

Dimensión social y ética



4.2

**Dimensión estética y
funcional**

4.1

Dimensión social y ética

4.1.1 Protección de los derechos de la niñez y adolescencia en Guatemala: dimensión social y ética con énfasis en el Altiplano Occidental

La niñez es una etapa determinante en el ciclo vital del ser humano, pues en ella se sientan las bases físicas, emocionales, sociales y cognitivas para el resto de la vida. De acuerdo con la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN), ratificada por Guatemala, las niñas, niños y adolescentes (NNA) son sujetos plenos de derechos, con garantías que incluyen vivir libres de violencia, recibir educación, gozar de salud, alimentación, recreación y ser protegidos contra toda forma de discriminación, explotación o abuso.²⁰ En el ámbito nacional, la Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia (Ley PINA) impone al Estado y a la sociedad la obligación de garantizar su desarrollo integral.²¹ Sin embargo, en regiones de alta vulnerabilidad como el altiplano occidental del país, persisten barreras estructurales, culturales y económicas que obstaculizan la aplicación efectiva de estos marcos legales.

Dimensión social: realidades y vulneraciones

El altiplano occidental de Guatemala que comprende departamentos como Quetzaltenango, Totonicapán, Huehuetenango, Sololá, Quiché y San Marcos enfrenta

retos significativos en materia de protección y desarrollo de la niñez. A pesar de algunos avances, como la reducción de la deserción en primaria en municipios de Quiché o Sololá, las cifras revelan retrocesos graves en otros niveles educativos. Entre 2022 y 2024, la deserción en ciclo básico en Quetzaltenango aumentó de 4.1% a 13.5%, y en diversificado de 3.6% a 10%, una tendencia que se repite en los demás departamentos. Las causas son múltiples: aulas sobrepobladas con 50 o 60 estudiantes, ausencia de docentes suficientes, falta de vocación o metodologías pedagógicas adecuadas, y en algunos casos, actitudes discriminatorias hacia ciertos alumnos, lo que debilita la calidad educativa y la motivación para asistir a la escuela.²²

A esto se suman problemáticas familiares y comunitarias que impactan directamente en el ejercicio de los derechos de la niñez. La violencia intrafamiliar, en sus formas física, psicológica y sexual, es señalada por organizaciones sociales y autoridades locales como una de las principales causas de deserción y deterioro emocional en niños y adolescentes. Según datos recientes, la violencia sexual es particularmente alarmante, afectando en su mayoría a niñas y adolescentes. Muchos de estos casos ocurren dentro del núcleo familiar o en el entorno cercano, y desembocan en embarazos adolescentes que interrumpen o terminan el ciclo escolar.²²

La pobreza y la migración forzada son factores estructurales que agravan la vulnerabilidad infantil. En comunidades rurales del altiplano occidental, muchas familias dependen de actividades económicas de subsistencia, lo que obliga a los NNA a incorporarse tempranamente al trabajo infantil, ya sea en el campo o en mercados locales, reduciendo el tiempo y la energía disponibles para la educación.²³ La migración de padres hacia

20 UNICEF. 2006. Convención Sobre los Derechos del Niño. UNICEF Comité Español. Madrid.

21 Organismo Judicial. 2003. Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia. Organismo Judicial de Guatemala. Guatemala.

22 Educo. 2025. Investigación ASBDNA - Análisis situacional de los derechos y bienestar de la niñez y adolescencia. Educo Guatemala.

23 Prensa Latina. 2024. "Más de 300 mil niños trabajan en Guatemala, la mayoría indígenas". Prensa Latina. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://www.prensa-latina.cu/2024/06/12/mas-de-300-mil-ninos-trabajan-en-guatemala-la-mayoria-indigenas/>

el extranjero deja a muchos niños bajo el cuidado de terceros, lo que a menudo genera inestabilidad afectiva y desprotección. Además, la lejanía geográfica y la falta de transporte dificultan el acceso a los servicios educativos y de salud, especialmente en comunidades indígenas, donde las barreras lingüísticas y la falta de pertinencia cultural en las políticas públicas profundizan la exclusión.²⁴

Dimensión ética: responsabilidad y valores en la protección infantil

El marco legal que respalda la protección infantil en Guatemala es amplio. A nivel internacional, la CDN establece en su artículo 3 que el interés superior del niño debe guiar toda decisión que le afecte, en el artículo 19, la obligación de protegerlo de toda forma de violencia, en el artículo 28, el derecho a la educación, y en el artículo 31, el derecho al descanso, juego y vida cultural.²⁵ En el plano interno, la Constitución de la República garantiza en el artículo 51 la protección a menores y ancianos. La Ley PINA desarrolla estos principios y asigna responsabilidades a instituciones como la Procuraduría General de la Nación (PGN), que brinda defensa jurídica, la Procuraduría de los Derechos Humanos (PDH), que supervisa y denuncia violaciones, y las Comisiones Comunitarias de Prevención (COCOPRES), que actúan a nivel local. Sin embargo, la centralización de servicios, la insuficiencia de recursos y la débil cultura de denuncia limitan su efectividad.

Más allá de la legislación, y la existencia de políticas de buen trato impulsadas por organizaciones como Educo, no basta si no se acompañan de voluntad política y una conciencia social arraigada. El caso del Hogar Seguro Virgen de la Asunción en 2017, donde 41 niñas murieron y otras 15 resultaron heridas tras ser encerradas como castigo,²⁶ expuso de forma trágica las fallas estructurales y la indiferencia institucional.

La protección de la niñez y adolescencia no puede reducirse al cumplimiento de leyes, requiere garantizar entornos seguros y afectivos, y responder con justicia y prontitud ante cualquier vulneración. Tal como señala Carmen Véliz, «La protección infantil compete a todos y todas, no solo a instituciones formales»,²⁷ recordando que la omisión también constituye una forma de violencia.

En el altiplano occidental, fortalecer las redes comunitarias es clave para actuar como primera alerta ante la violencia o el abandono. Esto implica establecer canales de denuncia seguros sin vulnerar la privacidad de los NNA, tal como propone Miguel Aldana. Aunque la ley permite que cualquier persona denuncie y obliga a prestar auxilio, esto debe ir acompañado de protección psicológica, refugio seguro y asistencia legal especializada para las víctimas.²⁸

Superar las brechas en la protección de la niñez en el altiplano occidental requiere una acción integral que combine políticas públicas, recursos suficientes y una movilización social sostenida. Esto incluye campañas educativas para enseñar sobre los derechos de la niñez en las escuelas y comunidades, la creación de redes comunitarias de protección, la atención prioritaria a la violencia sexual y los embarazos adolescentes, y la promoción de la participación activa de los niños y adolescentes en la vida comunitaria, combatiendo el adultocentrismo.²⁴

En definitiva, la protección de la niñez y adolescencia en Guatemala debe sustentarse en valores humanos profundos y en una ética del cuidado que atraviese todos los niveles sociales. Cada niña, niño y adolescente merece crecer en un entorno seguro, libre de violencia y con oportunidades reales de desarrollo. Apostar por su bienestar no es solo una obligación jurídica, sino un compromiso moral que, de cumplirse, sentará las bases para una sociedad más justa y equitativa.

24 Educo. 2025. Investigación ASBDNA - Análisis Situacional de los Derechos y Bienestar de la Niñez y Adolescencia. Educo Guatemala.

25 UNICEF. 2006. Convención Sobre los Derechos del Niño. UNICEF Comité Español. Madrid.

26 Arreaga, Stef. 2019. "El caso "Hogar Seguro Virgen de la Asunción": una lesión irreparable de la dignidad humana". Prensa Comunitaria. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://prensacomunitaria.org/2019/04/el-caso-hogar-seguro-virgen-de-la-asuncion-una-lesion-irreparable-de-la-dignidad-humana/>

27 Véliz Escobar, entrevista personal, 2025.

28 Aldana Moscoso, entrevista personal, 2025.

4.2

Dimensión estética y funcional

4.2.1 Función y estética en la comunicación visual para campañas sociales

En el ejercicio del diseño gráfico y la comunicación visual, especialmente en campañas con un propósito social, no podemos separar lo estético de lo funcional. El caso de la protección de los derechos de la niñez y adolescencia en el Altiplano Occidental de Guatemala necesita que estos dos componentes se integren de manera coherente y sensible. Como profesionales, debemos cuestionarnos: ¿Es suficiente dominar la forma visual? ¿O implica compromiso con la cultura, la historia y las realidades de la comunidad?

A diferencia de la publicidad comercial, que busca consumo, el diseño para la incidencia social pretende inspirar reflexión y movilización. Esto implica situar a las personas en el centro, reconociendo que el valor del diseño radica en su capacidad de generar impacto real. En este sentido, un proceso creativo con investigación previa, la comprensión del contexto y la participación de la comunidad no son opcionales, sino indispensables.

La función social del diseño

Diseñar para la niñez y adolescencia implica comprender su entorno social, cultural y económico. Como indica Claudia Mena, un mensaje visual debe insertarse en el contexto para ser relevante. Esto exige integrar saberes de sociología, antropología y psicología, de modo que el mensaje no solo informe, sino que motive a la acción.²⁹

El público no es un receptor pasivo. Las familias, líderes comunitarios y los propios niños y adolescentes pueden y deben ser participantes activos del proceso. El diseño, en este contexto, deja de ser una transmisión unilateral y se convierte en un espacio de diálogo.²⁹ La función de una campaña social no solo es comunicar, sino propiciar participación, empoderamiento y sentido de pertenencia.

Siguiendo a Barthes, «hay que estudiar los grupos humanos, definir sus móviles, sus actitudes y tratar de relacionar el comportamiento de esos grupos con la totalidad de la sociedad de la que forman parte».³⁰ Este conocimiento es la base para que la comunicación visual tenga un efecto real en la vida de las personas.

La estética con pertinencia cultural

En una campaña social, la estética es un medio para fortalecer el mensaje si se construye con sensibilidad. En el Altiplano Occidental, esto implica relacionarse con elementos de la cultura maya y la vida cotidiana. Los colores, por ejemplo, tienen significados simbólicos: el rojo evoca la sangre de los antepasados y el amarillo simboliza el maíz y la vida. También hay paletas que reflejan los puntos cardinales y elementos como la naturaleza o la espiritualidad.³¹ La propuesta no es copiar colores tradicionales de forma literal, sino crear una paleta inspirada en el contexto cultural y social,

29 Mena, Claudia. 2018. Reflexiones básicas al diseñar para el entorno social. ForoAlfa. Acceso el 14 de agosto de 2025, <https://foroalfa.org/articulos/reflexiones-basicas-al-disenar-para-el-entorno-social>

30 Citado en Mena, Claudia. 2018. Reflexiones básicas al diseñar para el entorno social. ForoAlfa. Acceso el 14 de agosto de 2025, <https://foroalfa.org/articulos/reflexiones-basicas-al-disenar-para-el-entorno-social>

31 Tomero, Alicia. 2025. Raíces ancestrales y vestimenta tradicional de los pueblos de Guatemala. Post Posmo. Acceso el 14 de agosto de 2025, <https://www.postposmo.com/raices-ancestrales-y-vestimenta-tradicional-de-los-pueblos-de-guatemala/>

dándole características y funciones que refuercen esa conexión desde la gráfica.

En cuanto a simbología, en el Altiplano, los símbolos son una extensión de la memoria colectiva. Elementos como los patrones textiles, las montañas y animales locales tienen significados, y usados con respeto, fortalecen el sentido de pertenencia.³² No se trata de llenar el diseño de folclor, sino de elegir los elementos más representativos para los valores que se quieren transmitir.

Por otra parte, la fotografía es un recurso clave para transmitir emociones y realidades. En campañas sociales, debe evitarse la representación de la niñez como sujeto pasivo o víctima perpetua. Métodos como Photovoice, desarrollado por Caroline Wang en la década de 1990 como estrategia de investigación-acción participativa. Photovoice se fundamenta en influencias teóricas como la educación para la conciencia crítica de Paulo Freire, que plantea que las personas deben partir de sus propias problemáticas para generar reflexión y acción, también la teoría feminista, que visibiliza los sesgos de género en la investigación participativa, y la fotografía documental, que permite capturar y narrar la diversidad de realidades.³³

Una campaña efectiva no sacrifica la función por la estética ni viceversa, ambas deben potenciarse. Un ejemplo es la campaña “Mother Blanket” de Ogilvy Colombia en los Andes ecuatorianos, que abordó la desnutrición infantil. Reinventó el *Sikinchi*, manta tradicional usada por madres para cargar bebés, incorporando en su diseño una tabla de crecimiento de la OMS en dialectos locales. Así, el objeto combinó belleza, pertinencia cultural y utilidad médica, permitiendo a las madres monitorear la salud infantil sin depender de visitas médicas.³⁴

La protección de la niñez y adolescencia en el altiplano occidental de Guatemala demanda esta misma visión. Es necesario crear mensajes que, como la “Mother Blanket”, no solo informen y persuadan, sino que también honren la cultura y empoderen a las comunidades. La comunicación visual debe partir del conocimiento del contexto, de las formas locales de aprender, jugar y expresarse. No se trata de mostrar la vulnerabilidad, sino de transformarla en una oportunidad para fortalecer la voz, la imaginación y la apropiación del mensaje. Integrar función y estética con pertinencia cultural permite que las campañas no solo transmitan un mensaje, sino que se conviertan en herramientas de cambio.



Figura 18: Programa “Seguridad alimentaria”, Huhuetenango. Archivo fotográfico Educo 2025.

32 Tomero, Alicia. 2025. Raíces ancestrales y vestimenta tradicional de los pueblos de Guatemala. Post Posmo. Acceso el 14 de agosto de 2025, <https://www.postposmo.com/raices-ancestrales-y-vestimenta-tradicional-de-los-pueblos-de-guatemala/>

33 Soler, Soledad. 2016. La fotografía como herramienta de intervención social. Barcelona, Universitat de Barcelona, Facultat de Pedagogia. 23-35

34 Ogilvy. 2021. Mother Blanket – Fundación Vivir & CCPDA. Ogilvy. Acceso el 13 de agosto de 2025, <https://www.ogilvy.com/work/mother-blanket>

Estructura estratégica



CAPÍTULO 05 - DEFINICIÓN CREATIVA



& conceptualización

Capítulo

Definición creativa

05.

Este capítulo presenta la estructura estratégica y conceptual que sustenta el desarrollo visual del proyecto. El contenido abarca desde la formulación del *brief* hasta la construcción del concepto creativo. Asimismo, se detallan las premisas de diseño: color, tipografía, retícula e ilustración, que orientan la producción de piezas gráficas institucionales y educativas, así como los códigos visuales que garantizan accesibilidad y funcionalidad técnica y estética.



5.1

Brief de diseño



5.2

Estrategia 6W



5.3

Mapa de empatía



5.4

Definición del *insight*



5.5

Concepto creativo



5.6

Moodboard



5.7

Premisas de diseño



5.8

Códigos visuales

5.1

Brief de diseño**Nombre del proyecto**

Estrategia de comunicación visual para la promoción de los derechos, protección y buen trato de la niñez y adolescencia en el Altiplano Occidental de Guatemala.

Cliente / institución

Fundación Educación y Cooperación - Educo Guatemala. Bajo la supervisión de Astrid Judith Pérez Díaz, Responsable de Comunicación y Carmen María Véliz Escobar, Experta en Protección.

Grupo objetivo

Primarios: niñas, niños y adolescentes de 98 escuelas de intervención.

Secundarios: docentes, familias, sociedad en general, específicamente en un rango de edad de jóvenes adultos.

Contenidos

Las políticas de protección y buen trato (PPBT) y de prevención de la explotación, abuso y acoso sexual (PSEAH) constituyen el eje central de la campaña. Su contenido promueve la creación de entornos seguros, la participación activa y el respeto mutuo entre niñas, niños, adolescentes y personas adultas. Asimismo, busca fomentar la reflexión, la empatía y la acción colectiva para visibilizar, denunciar y reducir la cultura del silencio frente a situaciones de maltrato, violencia o abuso.

Metas

Posicionar a Educo como referente en la defensa de derechos y protección de la niñez y adolescencia, incrementar la visibilidad institucional a nivel local y nacional y, contribuir a la construcción de una cultura de protección, buen trato y prevención de la violencia en comunidades educativas y familiares.

Objetivo comunicacional

Transmitir de forma clara y accesible las políticas de PPBT y PSEAH, mediante materiales impresos y digitales que fomenten la identificación de riesgos y la denuncia informada de NNA, junto con el acompañamiento de docentes, amigos, familias y comunidades. También, fortalecer la apropiación, promoviendo una cultura de respeto, cuidado y corresponsabilidad. Por último, pretende generar conciencia sobre la importancia de la protección como pilar esencial del desarrollo integral.

Beneficio

Para Educo: consolidación de imagen institucional y coherencia comunicacional.

Para las comunidades y escuelas: herramientas pedagógicas y accesibles para identificar riesgos y fortalecer prácticas de protección y buen trato.

Para NNA: recursos lúdicos y educativos que promuevan sus derechos y aprendizajes en protección, prevención y denuncia activa.

Presupuesto

Recursos destinados a la producción e impresión de materiales impresos, así como a la adaptación y difusión digital en redes sociales. El presupuesto de implementación será gestionado por la ONG según los materiales que se dispongan en cada escuela, ya que la cantidad y tipo de recursos podrán variar según las necesidades y contextos locales.

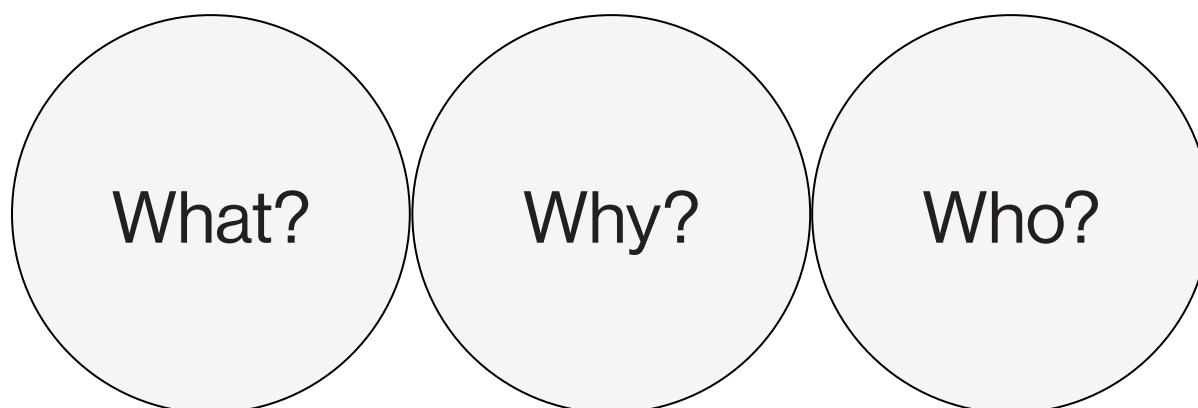
Lineamientos gráficos

Para ambos medios es necesario mantener la identidad institucional, lo que incluye tipografía, paleta cromática y patrón de marca. Solo podrán emplearse colores adicionales en contextos de ilustración. En redes sociales, se deberá conservar la línea institucional y evitar la saturación de elementos visuales.

5.2

Estrategia 6W

La estrategia de comunicación se fundamenta en un enfoque crossmedia, entendido como la integración de medios impresos y digitales, para transmitir un mismo mensaje adaptado a las características de cada plataforma. Según Jenkins, la comunicación crossmedia favorece la construcción de narrativas que circulan de manera fluida en múltiples canales, permitiendo a las audiencias interactuar con los contenidos desde diferentes contextos y experiencias.³⁵ En el caso del presente proyecto, esta elección responde a la necesidad de llegar tanto a comunidades educativas rurales con acceso limitado a internet, como a públicos más amplios a través de redes sociales.

¿Qué? (*What?*)

Estrategia crossmedia que integra materiales impresos y digitales diseñados para comunicar las políticas institucionales de Educo sobre protección y buen trato hacia la niñez y adolescencia. En el ámbito impreso se producirán guías, afiches, mantas y dos juegos educativos, mientras que en el entorno digital se implementará una campaña de un mes con publicaciones en formato de posts, carruseles e historias interactivas.

¿Para qué? (*Why?*)

Posicionar a Educo como referente en la defensa de los derechos de la niñez y adolescencia. Para ello, se plantean objetivos concretos: visibilizar las políticas institucionales, fomentar la participación activa de niñas, niños y adolescentes en la identificación de situaciones de riesgo, y sensibilizar a docentes, familias, comunidades, e individuos en general en torno a prácticas de protección, prevención y buen trato.

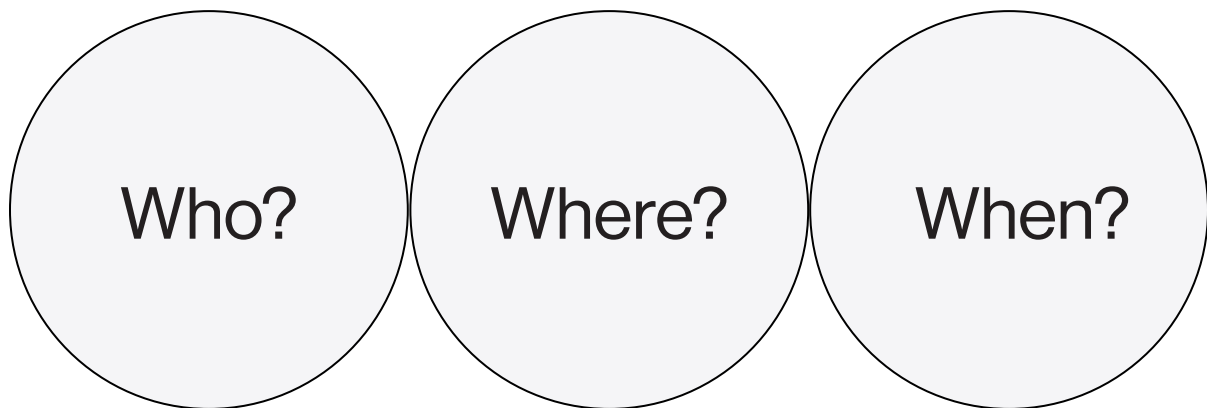
¿Con qué? (*Who?*)

El desarrollo de los materiales se llevará a cabo a partir de insumos institucionales mediados, entre ellos se encuentran los textos oficiales de las políticas PPBT y PSEAH. En lo visual, se emplearán ilustraciones que representen de manera simbólica las ideas de protección y riesgo, a través de personajes y variantes de estos, complementados con la tipografía institucional, fotografías y elementos gráficos de la identidad de Educo.

35 Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Cultures: Where Old and New Media Collide*. New York University Press, New York.



Figura 19: Programa “Mi beca contribuye a mi educación”.
Archivo fotográfico Educo 2025.



¿Con quiénes? (*Who?*)

El proceso contará con la participación de distintos actores, tanto directos como indirectos. Entre los directos se encuentran la jefa inmediata de Educo Guatemala, la asesora gráfica, la asesora metodológica y la experta en protección, quienes supervisarán y validarán los contenidos. Por otra parte, con actores indirectos como los profesionales en distintas áreas de validación: diseño gráfico, estrategia y medios, así como en la temática social.

¿Dónde? (*Where?*)

La estrategia tendrá lugar en las 98 escuelas de intervención de Educo en los departamentos del Altiplano Occidental (San Marcos, Quetzaltenango, Huehuetenango, Totonicapán, Quiché y Sololá), donde se distribuirán los materiales impresos. De manera paralela, la campaña digital se difundirá en redes sociales institucionales en Facebook e Instagram con el propósito de alcanzar a un público más amplio y tener presencia digital.

¿Cuándo? (*When?*)

El proyecto se desarrollará entre los meses de agosto y octubre de 2025, distribuyéndose en tres fases: bocetaje manual, propuesta digital y prototipado final. Estas fases incluyen niveles de autoevaluación y validación externa, para identificar oportunidades de mejora.

5.2.1 Ventajas y desventajas del proyecto

Ventajas

- El proyecto cuenta con un respaldo institucional sólido. Educo ya dispone de políticas de protección como la PPBT y la PSEAH, lo que legitima la campaña y da coherencia a los mensajes.
- La propuesta plantea una estrategia crossmedia. Combina materiales impresos para llegar a las comunidades escolares y piezas digitales que amplían el alcance hacia un público nacional más diverso.
- Los materiales diseñados presentan versatilidad. Pueden reutilizarse en diferentes contextos educativos y comunitarios, lo que asegura un mayor tiempo de vida útil.
- A nivel social, la problemática de la violencia y el maltrato infantil está en la agenda pública. Esto facilita la recepción y viralización de los mensajes en espacios digitales y comunitarios.
- Además, existen marcos legales nacionales e internacionales que prohíben la violencia escolar y el trabajo infantil. La campaña puede apoyarse en estas normativas para reforzar la credibilidad y enriquecer sus contenidos.
- Por último, el uso masivo de redes sociales en Guatemala representa una oportunidad clave. Plataformas como Facebook e Instagram permiten llegar a jóvenes, familias y aliados estratégicos de manera amplia y efectiva.

Desventajas

- La ejecución de la campaña exige un alto nivel de recursos gráficos. Las ilustraciones y piezas deben ser atractivas para diferentes públicos. Sin embargo, en medios digitales existe el riesgo de infantilizar los mensajes si no se diferencian adecuadamente.
- La identidad visual institucional también representa una limitación. Su carácter formal puede restringir la creatividad en el uso de colores y tipografías, dificultando la producción de piezas más dinámicas y vibrantes.
- El calendario ajustado entre septiembre y octubre constituye un desafío. El tiempo disponible puede comprometer la calidad de los prototipos y reducir las posibilidades de validación con los usuarios finales.
- En el plano cultural, la normalización de la violencia sigue siendo fuerte en muchas comunidades. La creencia de que los castigos físicos o la sobrecarga de responsabilidades son “normales” puede generar resistencia a los mensajes de la campaña.
- La brecha digital es otro obstáculo. No todas las comunidades tienen conectividad suficiente para aprovechar los materiales en línea, lo que limita el alcance de la estrategia digital.

5.3

Mapa de empatía

¿Qué piensan y sienten?

Desean superarse, continuar sus estudios y alcanzar una vida mejor. Sueñan con ser profesionales y apoyar a sus familias, aunque enfrentan frustración ante la falta de oportunidades, la desigualdad y la violencia. Sienten orgullo por su cultura, pero también miedo e incertidumbre.

¿Qué ven?

Presencian violencia escolar, *bullying*, exclusión, embarazos tempranos y abandono educativo. Observan familias con dificultades económicas, docentes poco motivados y escuelas con escasos recursos.

¿Qué escuchan?

Escuchan mensajes desalentadores y críticas constantes. En casa oyen las preocupaciones de sus padres por la falta de dinero; en la escuela, reciben consejos, pero también regaños o falta de empatía.

¿Qué dicen y hacen?

Expresan sus ideas con timidez, aunque participan activamente cuando se les brinda confianza. Algunos reproducen comportamientos discriminatorios aprendidos, otros se involucran en talleres o actividades educativas.

5.3.1 Grupo objetivo primario



Figura 20: Paola. Programa "Mi beca contribuye a mi educación". Archivo fotográfico Educo 2025.

Frustraciones

Les afecta la pobreza, la discriminación y la falta de espacios donde expresarse.

Necesidades

Necesitan reconocimiento, apoyo emocional, materiales educativos cercanos a su realidad y oportunidades para aprender y participar.

¿Qué piensan y sienten?

Buscan estabilidad, oportunidades y un propósito social. Muchos crecieron en entornos donde la educación y la protección eran limitadas, por lo que se identifican con las causas de Educo. Les preocupa la falta de oportunidades, el desempleo, la migración y la inseguridad.

¿Qué ven?

Observan un país con desigualdades profundas, donde la niñez sigue siendo vulnerable a la pobreza y la violencia. En el entorno digital, ven iniciativas sociales que los inspiran, pero también saturación de mensajes vacíos o repetitivos.

¿Qué escuchan?

Reciben información a través de redes sociales, noticieros digitales, líderes de opinión y comunidades virtuales. Escuchan narrativas sobre la desigualdad, la migración, la crisis educativa o la falta de empleo. En sus círculos sociales, se habla del deseo de superación.

¿Qué dicen y hacen?

Comparten contenidos de impacto social, apoyan campañas educativas y promueven mensajes sobre equidad y protección infantil. Prefieren materiales visuales, breves y testimoniales.

5.3.2 Grupo objetivo secundario



Figura 21: Documental juventudes Totonicapán. Archivo fotográfico Educo 2025.

Frustraciones

Les frustra la desinformación, la falta de transparencia y las pocas oportunidades de participación.

Necesidades

Buscan contenidos confiables, inspiradores y con resultados que los motiven a involucrarse.

5.4

Definición del *insight*

Frase

“Muchos niños, niñas y adolescentes han normalizado el maltrato o el abuso como parte de su vida cotidiana, sin identificarlos como una vulneración de derechos”.

Hecho

El análisis situacional confirma que el desconocimiento de los derechos de la niñez y adolescencia constituye uno de los principales obstáculos para su ejercicio efectivo. Asimismo, se evidencia una baja cultura de denuncia vinculada al miedo, la vergüenza y la percepción de ineficacia institucional. Estas condiciones consolidan un entorno donde la violencia permanece invisibilizada y reproducida por omisión o costumbre.³⁶

Hallazgo

Durante los talleres y consultas, los propios niños, niñas y adolescentes expresaron su necesidad de contar con información clara, accesible y confiable sobre cómo pedir ayuda, identificar situaciones de riesgo y conocer las instancias de apoyo disponibles. Esta demanda revela un interés activo por comprender y ejercer sus derechos, así como la importancia de crear espacios comunicativos que generen confianza y orientación.³⁶

Racional

El insight surge del reconocimiento de una problemática estructural: la violencia y el maltrato hacia la niñez y adolescencia se integran en las dinámicas familiares, escolares y comunitarias como comportamientos “normales” o inevitables. Esta normalización impide que las víctimas identifiquen el daño, reconozcan sus derechos y activen mecanismos de protección. Frente a ello, el acompañamiento cercano y sostenido por parte de adultos responsables, docentes, orientadores o referentes comunitarios, resulta esencial para ofrecer orientación y apoyo en la identificación temprana del maltrato. Este acompañamiento permite contrarrestar la desinformación y fortalecer la confianza en las instituciones encargadas de la protección, generando entornos donde las niñas, niños y adolescentes puedan expresarse sin miedo y ejercer sus derechos con seguridad.

36 Educo. 2025. Investigación ASBDNA - Análisis situacional de los derechos y bienestar de la niñez y adolescencia. Educo Guatemala.

5.5

Concepto creativo

5.5.1 Técnica creativa 01: Fénix

Según Michalko, la técnica del Fénix utiliza la formulación de preguntas estratégicas para reconstruir el problema desde cero, como si este se redujera a cenizas para renacer con una forma más clara y esencial. A través de interrogantes precisas: ¿qué?, ¿por qué?, ¿para quién?, ¿qué impide?, ¿qué sucedería si...?, se eliminan suposiciones y se revelan las causas profundas del conflicto.³⁷

En este caso, las preguntas clave surgen del reconocimiento del desequilibrio entre ignorar y estar presente en situaciones de vulneración:

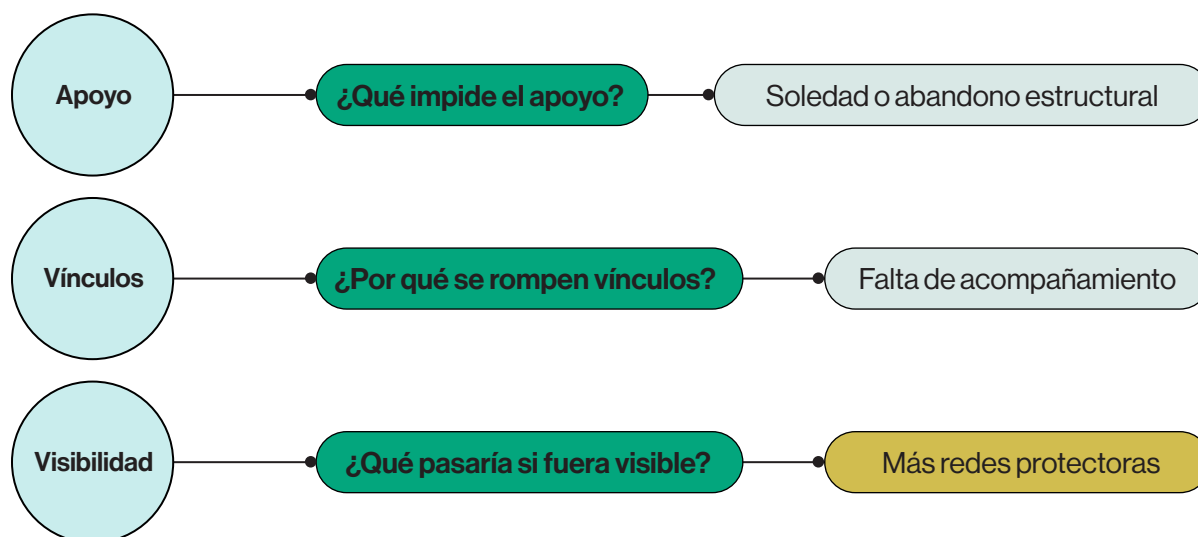


Figura 22: Diagrama formulación de preguntas fénix. Concepto creativo. Huwart, M. 2025.

Este proceso sugiere la metáfora del hilo como red, un símbolo de unión y sostén, ante la fragilidad de la ruptura. Las redes protectoras se comprenden como el resultado de esos hilos que, al entrelazarse, generan estructuras de apoyo capaces de contener, acompañar y fortalecer a la comunidad. De esto surge: **hilos de apoyo**.

37 Michalko, Michael. 2001. Thinkertoys: Cómo desarrollar la creatividad en la empresa. Traducido por Adelaida Santapau. Barcelona: Ediciones Gestión 2000. 159-166.

5.5.2 Técnica creativa 02: las tres B

La técnica de la tres B (Bed, Bath and Bus) propone liberar la mente consciente para que el pensamiento inconsciente procese la información y genere conexiones nuevas. A través del descanso, la relajación y la rutina, las ideas incuban hasta que encuentran forma.³⁸

En este caso, las preguntas para cada etapa proponen una línea de exploración de la cultura de silencio frente a situaciones de maltrato o vulneración.



Figura 23: Diagrama de la tres B. Concepto creativo. Huwart, M. 2025.

Ante situaciones incómodas como el maltrato o la vulneración, el diálogo y el reconocimiento de la situación son las opciones más sanas para transformar la situación. Por eso es importante hablar: hablar de lo que pasó, hablar para entenderlo y hablar para hacerlo mejor. El concepto que surge es: **“Hablemos más”**, que representa ese proceso de apertura en el que la palabra se convierte en una herramienta de comprensión, reparación, acompañamiento y cambio.

38 Michalko, Michael. 2001. Thinkertoys: Cómo desarrollar la creatividad en la empresa. Traducido por Adelaida Santapau. Barcelona: Ediciones Gestión 2000. 245-249.

5.5.3 Técnica creativa 03: serpientes de cascabel y rosas

Citando a Michalko, esta técnica se caracteriza por utilizar el contraste de elementos opuestos para construir metáforas y asociaciones visuales capaces de comunicar realidades complejas de manera clara.³⁹

En este caso se toma como base el binomio:

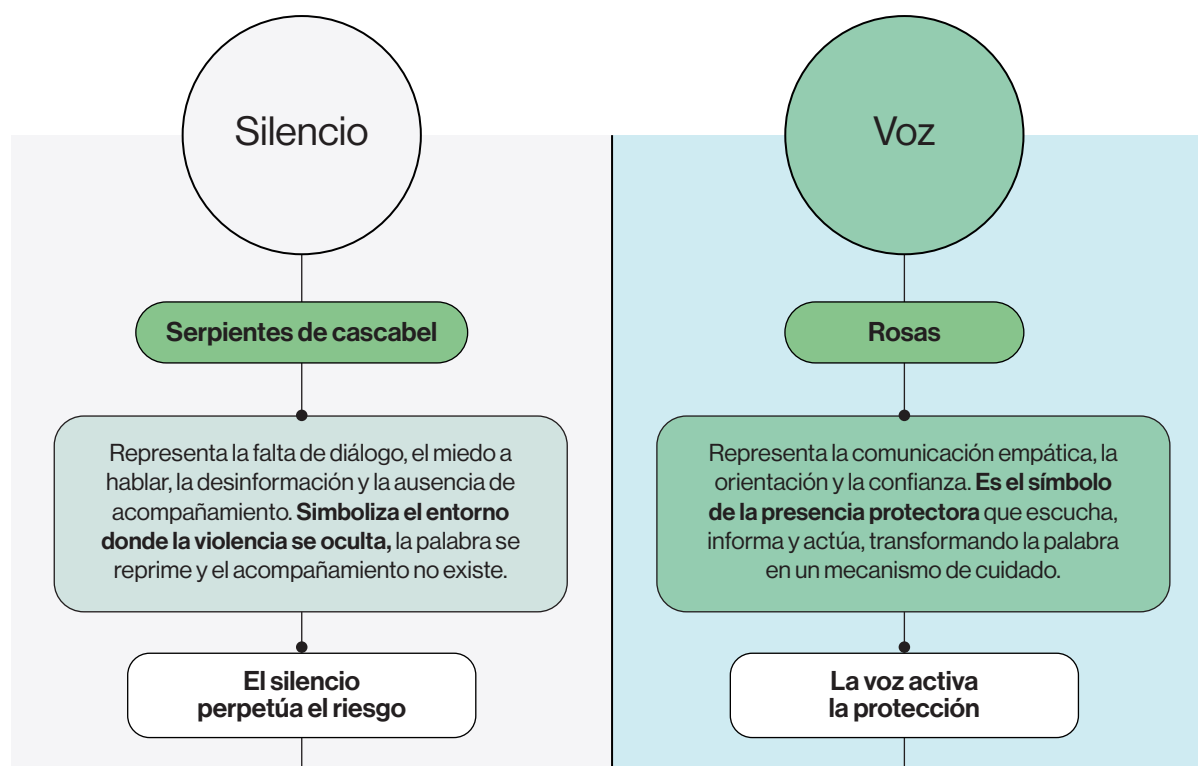


Figura 24: Diagrama serpientes de cascabel y rosas. Concepto creativo. Huwart, M. 2025.

La tensión entre ambos elementos visualiza el dilema central: el silencio que perpetúa el riesgo frente a la voz que activa la protección. Este contraste no es meramente estético, sino un recurso narrativo que evidencia cómo la comunicación puede revertir las condiciones de vulnerabilidad mediante información, escucha y acompañamiento. De esto surge: **voces amigas**.

39 Michalko, Michael. 2001. Thinkertoys: Cómo desarrollar la creatividad en la empresa. Traducido por Adelaida Santapau. Barcelona: Ediciones Gestión 2000. 250-266.

A partir de las posibilidades que ofrecía cada concepto, tanto en su sustento teórico como en su proyección gráfica, se evaluaron las tres alternativas iniciales, lo que permitió delimitar y fortalecer la propuesta final seleccionada.

Voces amigas

Dialogar para orientar

Voces Amigas parte del reconocimiento de la comunicación como un eje esencial de protección y desarrollo humano. En contextos donde el silencio, el miedo o la desinformación generan vulnerabilidad, la palabra adquiere un valor transformador: escuchar, dialogar y orientar se convierten en acciones que salvan, cuidan y fortalecen los vínculos sociales.

Saber identificar

El concepto se construye sobre la idea de que toda persona, especialmente niñas, niños y adolescentes, necesita contar con voces de confianza que les ayuden a comprender su entorno, a reconocer lo que está bien o mal, y a saber cómo actuar frente a situaciones de riesgo. Estas “voces amigas” no son solo personas cercanas, como madres, padres o docentes, sino también instituciones, comunidades y medios que brindan información clara y accesible para construir entornos seguros y protectores.

Globos de diálogo

En esencia, Voces Amigas promueve una comunicación empática y abierta, donde cada voz tiene el poder de orientar, acompañar y prevenir. En la parte visual, esta idea se representa con globos de diálogo que simbolizan el intercambio constante de ideas, emociones y apoyo. Además, de la incorporación de personajes a los materiales para que refuercen esta sensación de confianza y empatía, haciendo que el mensaje sea más humano, claro y fácil de identificar.

Personajes

5.6

Moodboard

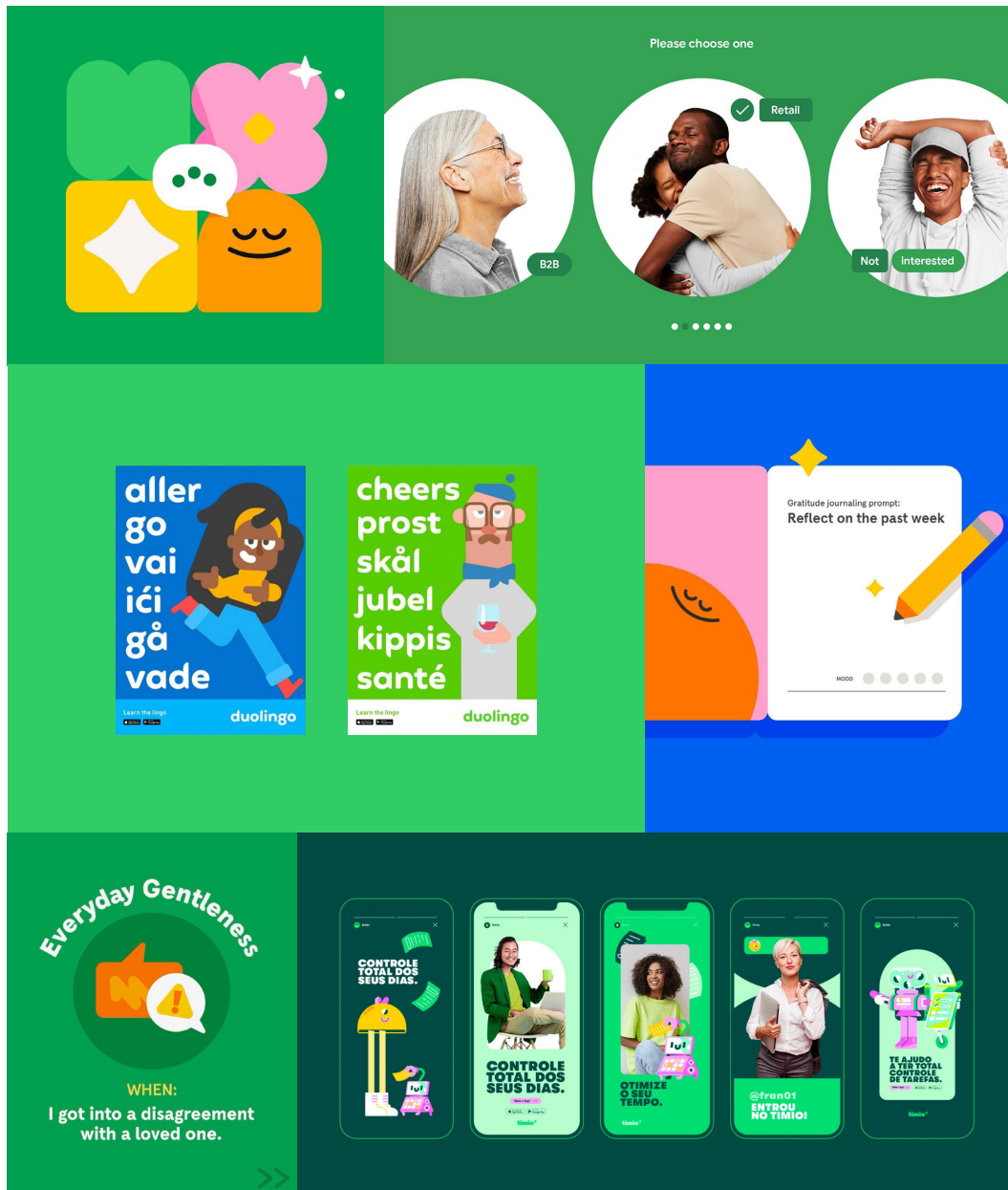
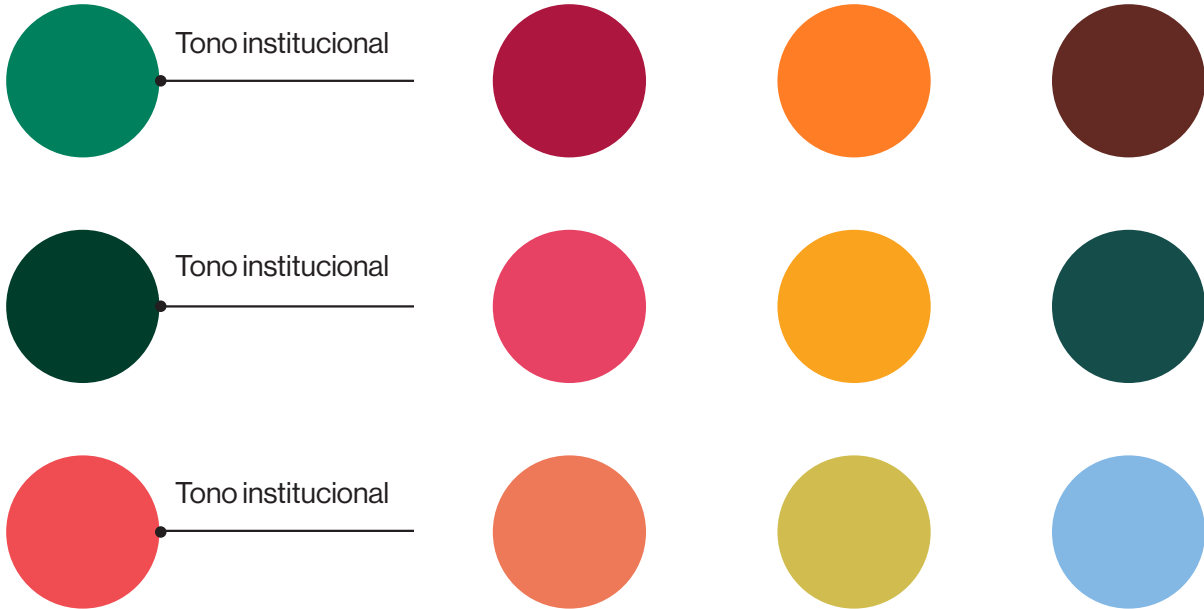


Figura 24: Recopilación de referentes a través de diagnóstico de concepto creativo. Huwart, M. (2025)

5.7

Premisas de diseño



5.7.1 Cromatología

El color se concibe aquí no solo como un elemento estético, sino como un signo cargado de significados que inciden en la percepción del público. Según Costa, «el color es un signo visual que crea memoria, diferenciación y emoción».⁴⁰ En el marco de Educo, el color verde según su brandbook, adquiere un papel central al ser el eje institucional de su identidad visual y tiene una asociación directa con los valores de protección, confianza y compromiso hacia la niñez, pilares fundamentales de la organización.

El verde Educo funcionará como el color protagonista de la estrategia. La paleta cromática se complementará con verdes secundarios y una gama de tonos cálidos y neutros como amarillo, naranja, rosa, celeste y otras variaciones aplicadas en ilustraciones y recursos gráficos. Estos tonos aportarán dinamismo visual y permitirán destacar mensajes estratégicos, como llamados a la acción o elementos relevantes en las piezas tanto digitales como impresas.

40 Cabezón, Rosa. 2024. El color como herramienta de comunicación. Semiótica del color según Joan Costa. Easdsoria. Acceso el 2 de septiembre de 2025, <https://escueladeartesoria.es/color-segun-joan-costa/herramienta20comunicaci%20significar>.

5.7.2 Tipografía

Más allá de ser un elemento estético, la tipografía es un sistema de signos que hace visible el lenguaje y condiciona la forma en que el mensaje es comprendido y recordado por el público. Kane enfatiza que «la tipografía es un conjunto de signos especialmente rico, porque consigue hacer visible el lenguaje».⁴¹

En el caso de este proyecto, se empleará la familia tipográfica Poppins, ya integrada a la identidad institucional de Educo. Se trata de una tipografía sans serif moderna, geométrica y altamente legible, lo cual la convierte en una elección idónea tanto para soportes impresos como digitales. La claridad de sus formas refuerza la dimensión institucional, mientras que su carácter contemporáneo transmite cercanía y confianza.

El uso diferenciado de pesos y estilos dentro de la familia permitirá establecer jerarquías visuales efectivas. Como señala Kane, la tipografía debe emplearse siempre como respuesta al contenido y al contexto, pues «el contenido dicta la forma».⁴¹ Así, los pesos gruesos de Poppins se reservarán para titulares y frases de impacto que necesitan captar la atención inmediata, mientras que las variantes más ligeras se aplicarán en textos explicativos, donde la prioridad es la legibilidad.



Figura 25: Tipografía institucional. Premisas de diseño. Huwart, M. 2025.

5.7.3 Retícula

La retícula es un elemento estructurador fundamental en el diseño visual, que no solo organiza los componentes de una pieza gráfica, sino que también contribuye a la claridad, jerarquía visual y orden estético. Además, una retícula favorece la legibilidad, permite que los mensajes principales destaquen y que la composición sea coherente entre distintos soportes.⁴²

Para el caso de esta estrategia, se adoptará una retícula modular para medios impresos y una jerárquica para medios digitales, esto con el fin de organizar el contenido en columnas y filas que ayudan a la fluidez visual y al reconocimiento del diseño en distintos formatos. El uso de la retícula, especialmente en medios digitales, no será rígido, la flexibilidad es clave para adaptarse a soportes distintos. Por ejemplo, publicaciones digitales como carruseles o historias interactivas requerirán adaptaciones de la retícula pensado en formato vertical o móvil.

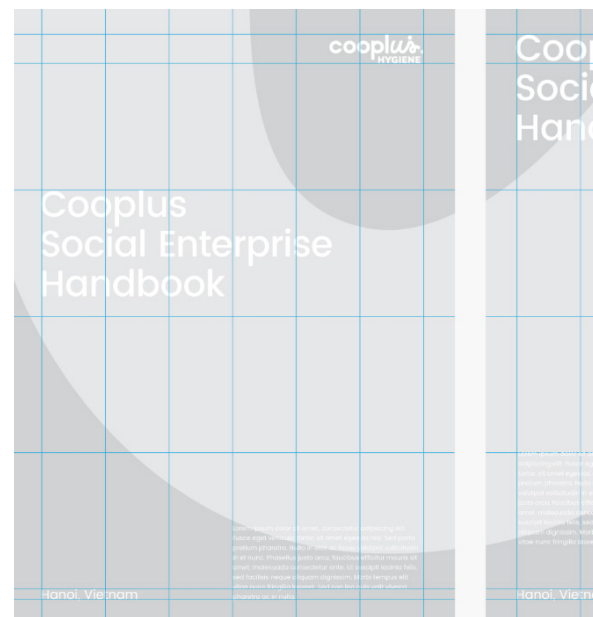


Figura 26: Retícula modular. Premisas de diseño. Coopplus. 2025.

41 Kane, John. 2012. Manual de tipografía. 2a edición, ampliada y revisada. Barcelona: Gustavo Gili. 3-25.

42 IxDF. 2019. What are Grid Systems? Interaction Design Foundation. Acceso el 2 de septiembre de 2025, <https://www.interaction-design.org/literature/topics/grid-systems>



Figura 27: Personajes de Duolingo. Duolingo Web. 2025

5.7.4 Tratamiento gráfico: ilustración y fotografía

La ilustración será el recurso visual principal de la estrategia, especialmente en los materiales impresos. Se desarrollará en un estilo geométrico y estilizado, inspirado en tendencias contemporáneas como los personajes de Duolingo, pero adaptado culturalmente al contexto guatemalteco para garantizar cercanía y representatividad. La ilustración geométrica permite transmitir mensajes de manera clara y moderna, evitando la sobrecarga visual y aportando un lenguaje accesible para públicos diversos. Su aplicación en la estrategia responde a dos necesidades: por un lado, evitar la infantilización excesiva de la niñez y, por otro, reforzar la línea gráfica con un estilo propio.

La fotografía, por su parte, se integrará principalmente en medios digitales, con el objetivo de reforzar el carácter informativo y documental de la estrategia. A través de ella, se transmitirá transparencia institucional, proyectando a Educo como una organización confiable y cercana. Resulta clave evitar representaciones que victimicen a niñas, niños y adolescentes, ya que estas imágenes pueden reproducir estigmas y debilitar el propósito de promover el buen trato y la protección.



Figura 28: Personajes de Duolingo. Duolingo Web. 2025

5.8

Códigos visuales

5.8.1 Aspecto estético

En este caso, la propuesta se caracteriza por un estilo institucional, limpio y contemporáneo, en el que predomina el verde institucional como hilo conductor de la identidad visual. La composición se apoyará en retículas modulares y jerárquicas que garantizarán orden y coherencia, mientras que la tipografía Poppins y el uso de ilustraciones geométricas aportarán claridad y legibilidad. Esta línea gráfica tiene como objetivo generar accesibilidad y reconocimiento inmediato, de manera que cada pieza comunique de forma unificada los valores de protección y buen trato hacia la niñez.

Ahora bien, la estética no se limita a la aplicación técnica de colores, tipografías, o retículas, también implica una toma de postura frente a los desafíos sociales actuales. En este sentido, la estrategia se alinea con la tendencia internacional del diseño inclusivo, que ha pasado de ser considerada una moda pasajera a constituirse en una evolución necesaria dentro del panorama comunicativo.⁴³

Este planteamiento se adapta directamente al caso de Educo, donde la inclusión no debe interpretarse como vestir a los niños con trajes típicos solo por pertenecer a comunidades rurales, lo que podría derivar en estereotipos o exotización, sino en incorporar elementos de su vida cotidiana en la línea gráfica. Esto significa representar escenarios, objetos y símbolos reconocibles para las comunidades del Altiplano Occidental, de manera que las niñas, niños y adolescentes se identifiquen y se reconozcan en las piezas.

5.8.2 Aspecto sintáctico

En esta estrategia, el aspecto sintáctico tendrá un papel clave, ya que garantizará que cada pieza, ya sea impresa o digital, tenga un orden visual que guíe la mirada y facilite la comprensión del mensaje. Esto se logrará mediante el uso de una retícula modular y jerárquica que servirá como base estructural, permitiendo mantener consistencia entre formatos diversos, como afiches, juegos, publicaciones digitales o guías metodológicas.

La sintaxis visual se expresará también a través de la jerarquía tipográfica: los títulos y frases de impacto estarán en Poppins con pesos gruesos y colores destacados, mientras que los textos explicativos se presentarán en variantes más ligeras y con un tamaño adecuado para la lectura sostenida. El color tendrá igualmente una función sintáctica. El verde institucional de Educo funcionará como hilo conductor y primera referencia visual, mientras que los tonos secundarios y el color de acento se utilizarán estratégicamente para resaltar llamadas a la acción o ideas clave.

Las fotografías tendrán un rol documental, mostrando escenas reales de la vida comunitaria y transmitiendo transparencia institucional. Las ilustraciones, en cambio, no se limitarán a ser gráficos representativos de conceptos como cuidado, riesgo o protección, sino que estarán compuestas por personajes estilizados que generen diálogo visual con las audiencias.

43 Kabi, Estefanía. 2024. Designing for Inclusivity: How Diversity is Shaping the Future of Design. Medium. Acceso el 3 de septiembre de 2025, <https://medium.com/%40stephaniekabi/designing-for-inclusivity-how-diversity-is-shaping-the-future-of-design-stephanie-kabi-7569c729849f>



Figura 29: Materiales y guías educativas Curious Gastronomaut. Pinterest. 2025

5.8.3 Aspecto didáctico

La comunicación visual no se entiende aquí únicamente como soporte informativo, sino como un recurso educativo que traduce las políticas de protección a un lenguaje accesible y significativo para las comunidades escolares. En este sentido, el diseño actúa como mediador entre los textos institucionales de las políticas PPBT y PSEAH y los distintos públicos, garantizando que los mensajes se comprendan y se apropien en la vida cotidiana.

En este marco, se incluirá un recurso lúdico dentro de la campaña: dos juegos educativos. Estos juegos no serán únicamente una actividad de entretenimiento, sino una dinámica pedagógica pensada para que niñas, niños y adolescentes refuercen conceptos de respeto, cuidado y buen trato a través de la experiencia práctica.

5.8.4 Aspecto morfológico

En este caso, la morfología de los materiales impresos está pensada para cumplir dos propósitos principales. Por un lado, tiene una función informativa, ya que busca transmitir de forma sencilla y directa los mensajes de protección y buen trato, utilizando diseños limpios, jerarquía tipográfica definida y recursos gráficos fáciles de comprender. Ejemplos de ello son las guías con pasos concretos o los afiches con datos breves.

Por otro lado, la morfología también cumple una función reflexiva, pues los mensajes no solo informan, sino que están diseñados para motivar a pensar sobre prácticas cotidianas que, aunque normalizadas, pueden vulnerar derechos. Para lograrlo, se recurrirá a frases cortas y directas, contrastes cromáticos y gráfica.

Ejecución

CAPÍTULO 06 - PRODUCCIÓN GRÁFICA



& consolidación

Capítulo

Producción gráfica

06.

En este capítulo se detallan los distintos procesos de validación aplicados a la propuesta gráfica, incluyendo la revisión con expertos en diseño, la evaluación con los grupos objetivo y la retroalimentación del personal institucional. Se presentan las principales observaciones, los ajustes implementados y los resultados obtenidos, junto con los lineamientos para su aplicación práctica y la contribución económica realizada por la estudiante a la institución.



6.1

Primer nivel de visualización



6.2

Segundo nivel de visualización



6.3

Tercer nivel de visualización



6.4

Fundamentación técnica



6.5

Vista preliminar



6.6

Puesta en práctica

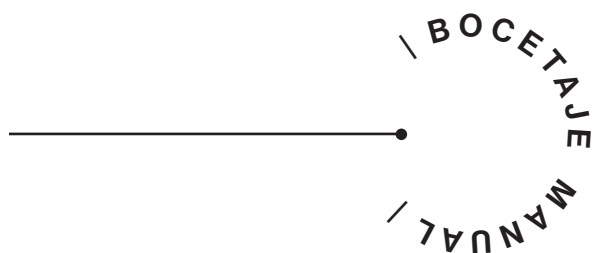


6.7

Aporte económico

6.1

Primer nivel de visualización



Objetivo

Validar la línea gráfica de la estrategia crossmedia a nivel de bocetaje manual, asegurando que las propuestas de medios impresos, digitales y personajes se mantengan coherentes con el concepto creativo, la identidad institucional y el público objetivo.

Descripción del proceso

Posterior a la elaboración de propuestas a nivel de bocetaje para medios impresos, medios digitales y para personajes ilustrados, se procedió a la aplicación de un instrumento de autoevaluación diseñado específicamente para esta campaña. Cada bloque de propuestas fue analizado mediante una matriz diferenciada, en la cual se establecieron criterios para cada categoría. El sistema de evaluación se estructuró en una escala del 1 al 5, donde 1 corresponde a un desempeño insuficiente y 5 a un desempeño excelente.

Criterios por evaluar

- Adaptabilidad a distintos formatos digitales
- Flexibilidad para stories y posts.
- Atractivo visual: capacidad de evitar rigidez o monotonía.
- Jerarquía y composición: equilibrio en la disposición de los elementos.
- Línea institucional: coherencia con la identidad gráfica de Educo.
- Memorabilidad: capacidad de ser recordado.
- Morfología: proporciones y rasgos adecuados al público infantil y adolescente.
- Pertinencia cultural y social: adecuación al público objetivo en entornos digitales, y representación respetuosa y contextualizada.
- Vestuario: coherencia cultural, sencillez y adecuación al contexto local.

Perfil del informante

Mariyan Huwart Raymundo, 22 años, estudiante de Diseño Gráfico, 10mo semestre, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, Universidad de San Carlos de Guatemala.

6.1.1 Personajes



Figura 30: Boceto de personajes para piezas impresas.
Huwart, M. 2025.

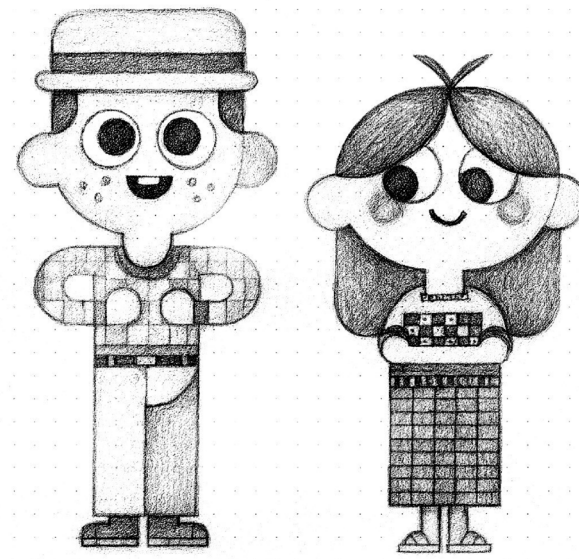


Figura 31: Boceto de personajes para piezas impresas.
Huwart, M. 2025.

Propuesta 1

Esta propuesta presenta una composición más compleja en términos formales. Su estética es más orgánica, lo que permite una interpretación flexible de los elementos. Aunque no enfatiza un estilo infantilizado, conserva cercanía y dinamismo.

Propuesta 2

En contraste, esta propuesta apuesta por una estética geométrica y simplificada, orientada hacia un estilo más universal pero en sintonía con el contexto guatemalteco. La intención principal es generar personajes memorables a través de la reducción formal.

6.1.2 Medios impresos: composición

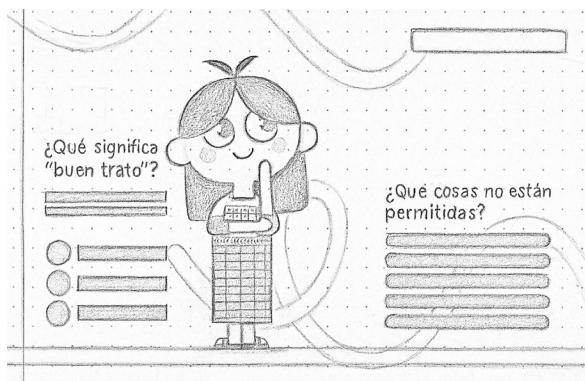


Figura 32: Boceto de composición para piezas impresas.
Huwart, M. 2025.

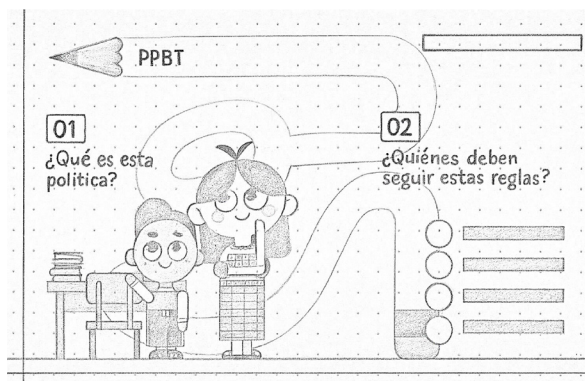


Figura 33: Boceto de composición para piezas impresas.
Huwart, M. 2025.

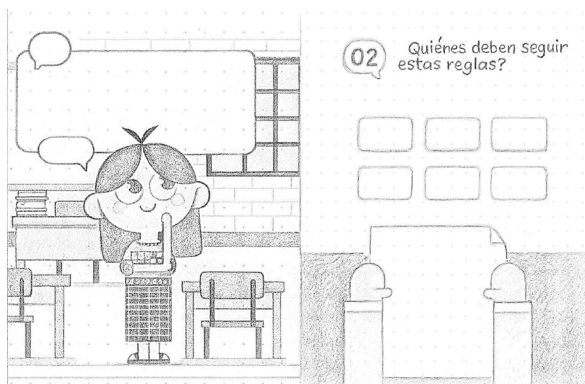


Figura 34: Boceto de composición para piezas impresas.
Huwart, M. 2025.

Propuesta 1

Integra a un personaje como guía dentro de cada página, encargado de explicar los distintos puntos de la política. Se acompaña de elementos decorativos y cuadros situados bajo los textos que funcionan como representación visual de globos de diálogo.

Propuesta 2

Esta propuesta, reduce los elementos decorativos para dar mayor protagonismo al entorno escolar, incorporando mobiliario y recursos visuales del aula que aportan contexto y más limpieza en la composición.

Propuesta 3

Esta propuesta redefine la narrativa visual al situar la acción directamente en un ambiente escolar, además, se incorporan cuadros de diálogo, para que estos comuniquen de forma más clara la interacción entre los personajes y los textos.

6.1.3 Medios digitales: retícula principal

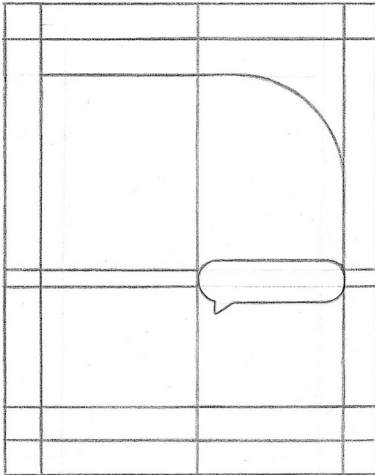


Figura 35: Boceto de retícula y elementos para digitales. Huwart, M. 2025.

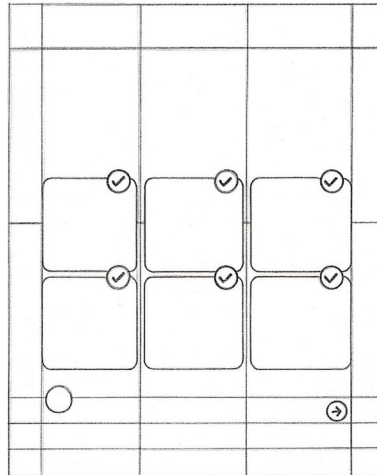


Figura 36: Boceto de retícula y elementos para digitales. Huwart, M. 2025.

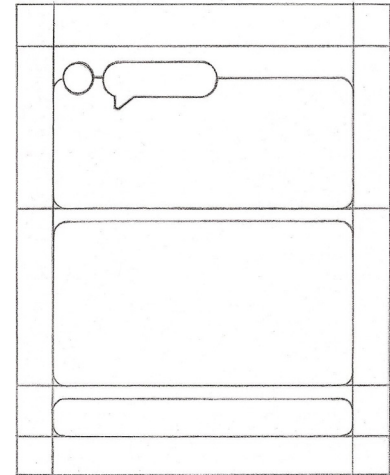


Figura 37: Boceto de retícula y elementos para digitales. Huwart, M. 2025.

Propuesta 1

Plantea una composición más libre, con un globo principal que guía la lectura y genera dinamismo dentro de la página. El diseño deja áreas abiertas que podrán ser ocupadas por fotografías o bloques de texto, para crear contraste entre las zonas visuales y el contenido escrito.

Propuesta 2

Propone una composición más ordenada con secciones definidas para facilitar la lectura escalonada del contenido. Los espacios están pensados para incluir textos explicativos, fotografías o iconografía, según la estructura de la pieza, mientras se mantiene limpia y clara.

Propuesta 3

Su distribución uniforme de esta propuesta está pensada para facilitar la comparación de ideas o conceptos, y puede adaptarse fácilmente a distintos tipos de información. Los globos y recuadros actúan como elementos de apoyo al texto y buscan equilibrio y dinamismo.

6.1.4 Matrices de autoevaluación

Tabla 04: Matriz de evaluación de personajes

Criterios de evaluación	Propuesta 01	Propuesta 02
Morfología de los personajes: proporciones, rasgos infantiles, naturalidad.	4	4
Pertinencia cultural y social: representación del contexto local, sin estereotipos.	4	5
Se adapta para seguir la línea institucional: colores, tipografía y estilo de Educo.	5	5
Vestuario: adecuación al entorno, sencillez, coherencia cultural.	5	5
Expresividad y emoción: gestos, actitudes, lenguaje corporal.	4	4
Es diferente, atractivo y memorable	4	5
Práctico para implementar en varias piezas	3	4
TOTAL	29	32

Tabla 04: Matriz de evaluación de personajes. Huwart, M. Agosto 2025.

Tabla 05: Matriz de evaluación de composición y elementos para medios impresos

Criterios de evaluación	Propuesta 01	Propuesta 02	Propuesta 03
Pertinencia cultural y social: ¿se adapta al contexto del Altiplano Occidental y al público objetivo?	3	4	5
Claridad del mensaje: ¿se comprende fácilmente la idea central?	5	5	5
Se adapta para seguir la línea institucional: colores, tipografía y estilo de Educo.	4	5	5
No resulta aburrido para el público: mantiene interés, evita rigidez excesiva.	4	5	5
Jerarquía visual y composición: orden, equilibrio, proporción, espacios en blanco.	5	5	5
Memorabilidad e impacto visual	3	4	5
Coherencia con el concepto creativo	3	4	5
TOTAL	27	32	35

Tabla 05: Matriz de evaluación para medios impresos. Huwart, M. Agosto 2025.

Tabla 06: Matriz de evaluación de composición y elementos para medios digitales

Criterios de evaluación	Propuesta 01	Propuesta 02	Propuesta 03
Adecuación a público objetivo en formatos de redes sociales	4	5	4
Sirve para establecer claridad del mensaje en pantalla	4	5	4
Se adapta para seguir la línea institucional: colores, tipografía y estilo de Educo.	5	5	5
No resulta aburrido para el público: dinamismo, atractivo visual, formatos adaptables.	4	5	4
Adaptabilidad a distintos formatos digitales: post, carruseles e historias.	5	5	5
Se adapta para mantener coherencia con los medios impresos.	5	5	5
Coherencia con el concepto creativo	5	5	5
TOTAL	32	35	32

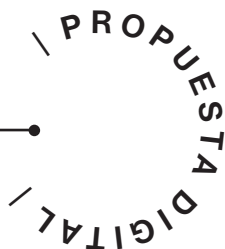
Tabla 06: Matriz de evaluación para medios digitales. Huwart, M. Agosto 2025.

Como resultado de la revisión de los criterios antes descritos, se puede concluir lo siguiente:

- Que la Propuesta 2 de personajes destaca por su equilibrio entre adaptabilidad institucional y pertinencia cultural, logrando una representación visual cercana a la niñez y adolescencia del Altiplano sin recurrir a estereotipos. Su claridad formal y expresividad la convierten en la opción más adecuada para ser aplicada en las piezas impresas del proyecto.
- Que en la evaluación de composición para medios impresos, la Propuesta 3 presenta una organización más limpia y dinámica, facilitando la lectura y comprensión de los contenidos. Su estructura modular permite integrar textos e ilustración de manera equilibrada, fortaleciendo la idea de diálogo y continuidad visual entre páginas.
- Que en los medios digitales, la Propuesta 2 obtiene los mejores resultados por su adaptabilidad a distintos formatos (post, carruseles e historias) y su claridad en la comunicación del mensaje. Además, mantiene coherencia con la identidad institucional de Educo y el concepto de voces amigas, garantizando unidad visual en toda la estrategia crossmedia.
- Que en conjunto, las evaluaciones confirman la importancia de mantener un sistema gráfico capaz de vincular la narrativa visual con los distintos canales de difusión, asegurando una comunicación clara, accesible y significativa para los públicos del proyecto.

6.2

Segundo nivel de visualización



Objetivo

Validar la pertinencia conceptual, claridad visual, intencionalidad gráfica y adecuación comunicativa de las piezas diseñadas en relación con los medios y soportes en los que se implementarán. El propósito fue garantizar la coherencia entre los objetivos comunicacionales del proyecto y las soluciones gráficas propuestas, asegurando su eficacia funcional tanto en entornos impresos como digitales.

Descripción del proceso

Se desarrolló un grupo focal, en el cual se presentaron los objetivos generales del proyecto, el contexto social y comunicacional que lo originó, así como el concepto creativo que sustentó la línea gráfica.

Durante la segunda parte de la sesión, se procedió a la revisión guiada de las piezas gráficas, presentadas en sus distintos soportes: guías ilustradas, juegos educativos y materiales digitales. A partir de esta exposición, los participantes analizaron de forma crítica las piezas visuales, aportando observaciones y propuestas orientadas a optimizar la pertinencia estética, comunicativa y técnica de los materiales.

Criterios por evaluar

- Pertinencia conceptual: grado de coherencia entre las piezas gráficas y el concepto creativo de la campaña.
- Claridad visual y compositiva: legibilidad de los textos, equilibrio entre imagen y contenido, jerarquía tipográfica y uso del color.
- Funcionalidad y adaptabilidad: viabilidad técnica de aplicación en distintos soportes, tanto impresos como digitales.

Perfil del informante

Participaron profesionales con grado de licenciatura en Diseño Gráfico, con experiencia laboral en el medio nacional en áreas de diseño multimedia, creatividad y dirección de arte, con edades comprendidas entre los 27 y 30 años.

Participantes

Ana Lorena Batres

Diseñadora multimedia, Ecomm Walmart
Centroamérica

Fernando Silvestre

Creativo, Walmart Guatemala

Ludwin Mancía

Director de arte, Walmart Guatemala



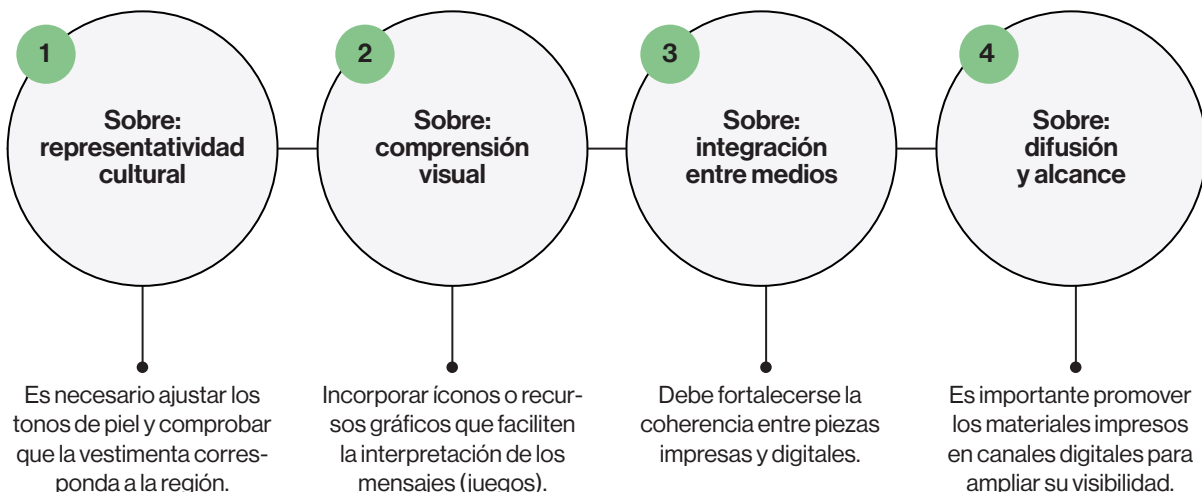
Figura 38: Captura de pantalla grupo focal con expertos. Huwart, M. 2025.

6.2.1 Principales aportes

Ana Lorena Batres

Destacó la claridad compositiva y funcionalidad diagramática de los materiales impresos, aunque sugirió ajustar los tonos de piel y vestimenta de los personajes para lograr una mayor representatividad cultural respecto a las comunidades donde se implementaría el proyecto. Recomendó también revisar la redacción de ciertos textos para mejorar su precisión y accesibilidad. En relación con los juegos educativos, propuso incorporar iconos que reforzaran la comprensión visual. Sobre los medios digitales, observó que la coherencia entre las piezas físicas y digitales podía fortalecerse, sugiriendo una mayor integración narrativa entre ambos entornos y la promoción de los materiales impresos en los canales digitales.

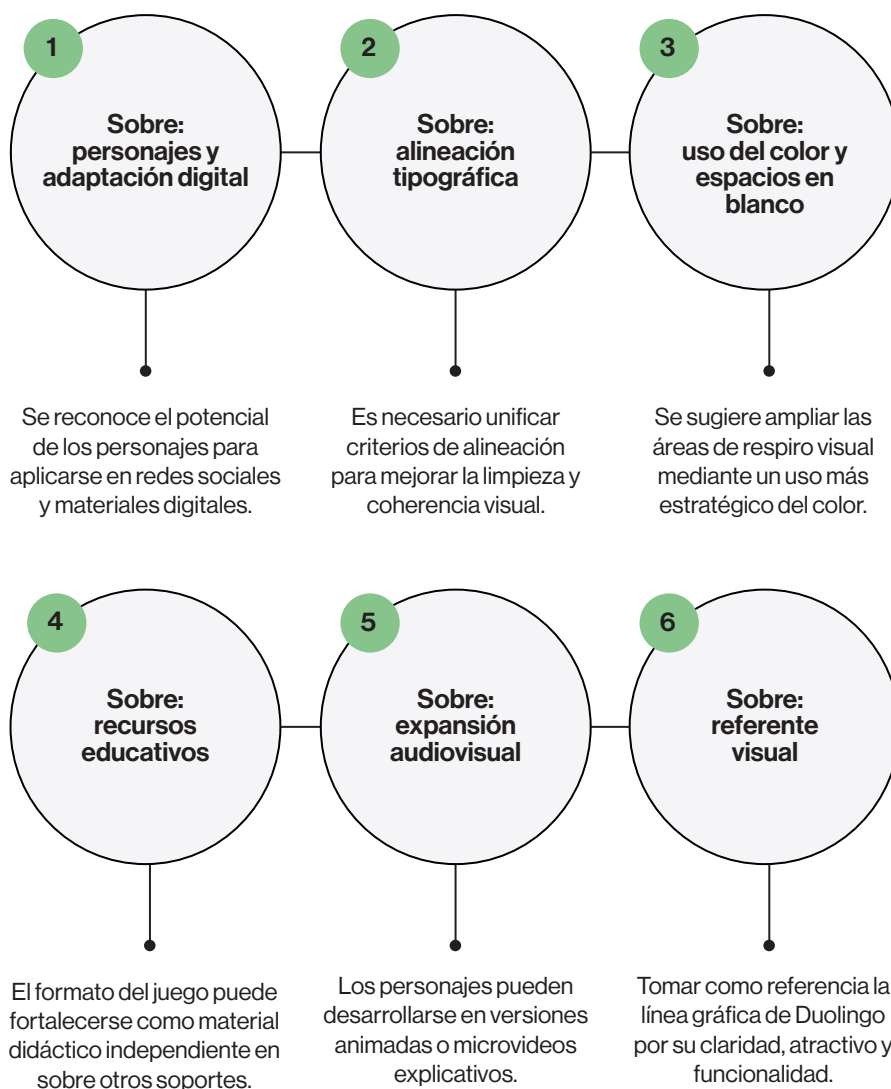
Observaciones puntuales



Ludwin Mancía

Valoró positivamente el diseño de los personajes y su potencial de adaptación a redes sociales, así como la jerarquía tipográfica lograda a pesar de las limitaciones impuestas por el uso institucional de fuentes. No obstante, señaló inconsistencias en la alineación de textos y recomendó unificar criterios de alineación para mejorar la limpieza visual. Sugirió ampliar los espacios en blanco y destacó el formato del juego como una herramienta accesible y replicable en distintos contextos comunitarios. Aconsejó desarrollar una versión del tablero independiente, reforzando su autonomía como recurso didáctico. Mencionó además que los personajes tenían potencial para ser animados, lo cual abriría la posibilidad de videos explicativos o microanimaciones educativas que ampliaran el alcance de la campaña. Como referente estético, sugirió analizar la línea gráfica de Duolingo por su claridad y atractivo visual.

Observaciones puntuales



Fernando Silvestre

Reconoció la coherencia entre los objetivos del proyecto y su concepto creativo, destacando su alineación con el contexto social y educativo. Señaló, sin embargo, que las guías impresas podrían resultar extensas para el rango etario destinatario, por lo que propuso sintetizar el contenido en materiales complementarios, derivando de esta observación la creación de cuatro afiches con información esencial.

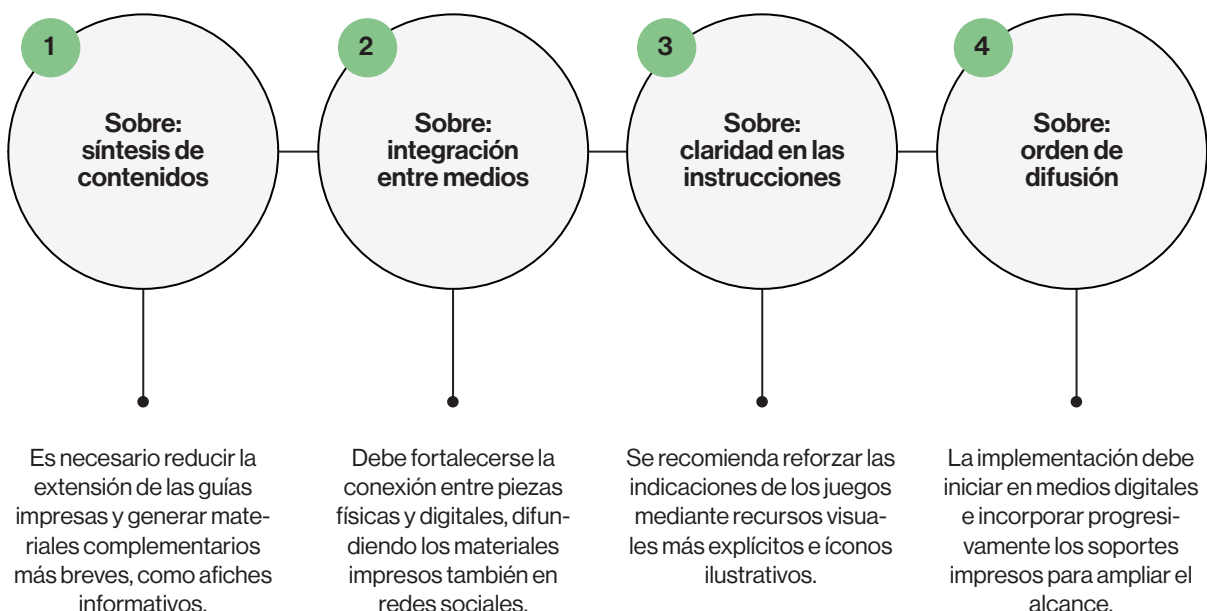
Respecto de los materiales digitales, consideró que las dinámicas en redes sociales resultaban interactivas y acordes con los objetivos de la campaña, pero subrayó la importancia de difundir los materiales impresos en dichos espacios digitales, fortaleciendo la integración entre medios físicos y virtuales.

Sugirió reforzar la claridad de las instrucciones del juego mediante recursos más gráficos y la inclusión de íconos. Asimismo, propuso estructurar la estrategia comunicacional en dos fases secuenciales:

- **Fase de awareness (concienciación):** difusión del propósito general de la campaña.
- **Fase de consideración:** profundización en la temática mediante materiales específicos y participativos.

Recomendó que la difusión iniciara en entornos digitales y, de manera paralela, se integraran progresivamente los soportes impresos.

Observaciones puntuales



6.2.2 Resultados obtenidos

Se ajustaron los tonos de piel de los personajes para reflejar mejor la diversidad cultural de la región. Se unificaron las alineaciones tipográficas y compositivas en todas las piezas. También se optimizó el uso de espacios en blanco mediante la reducción de áreas de color en secciones específicas. Y, por último, en medios digitales, se incluyeron historias digitales destinadas a promocionar los juegos educativos.



Figura 39: Recopilación de páginas internas de la guía 1. Antes y después. Huwart, M. 2025.

Se rediseñó el tablero de juego, incorporando instrucciones más ilustrativas e íconos complementarios. Este nuevo formato está pensado para ser una pieza independiente.

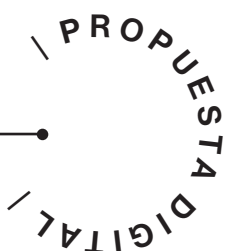


Figura 40: Juego educativo para la PSEAH. Antes y después. Huwart, M. 2025.

6.3

Tercer nivel de visualización

6.3.1 Grupo objetivo primario



Objetivo

Validar la claridad del mensaje, la pertinencia cultural y la efectividad comunicativa de las guías mediadas dirigidas a niños, niñas y adolescentes, con el fin de asegurar que la propuesta gráfica sea comprensible, atractiva y coherente con el concepto creativo y el objetivo comunicacional de la estrategia.

Descripción del proceso

Se aplicó una encuesta a un grupo de niños, niñas y adolescentes en el rango de 9 a 20 años, quienes observaron las piezas impresas en boceto final. Posteriormente, respondieron preguntas de opción múltiple y abiertas orientadas a medir comprensión del mensaje, percepción de los personajes, colores, y atractivo general de las piezas. El objetivo fue obtener retroalimentación directa del público objetivo para identificar fortalezas y aspectos de mejora.

Criterios por evaluar

- Claridad del mensaje: grado de comprensión de la idea central transmitida por las guías.
- Efectividad narrativa: capacidad del material para guiar al lector y mantener coherencia entre texto e imagen.
- Atractivo visual y emocional: reacción positiva frente a los personajes, ilustraciones y colores.
- Comprensión de la dinámica lúdica: facilidad para entender las reglas y propósito del juego educativo.
- Adecuación cromática: percepción de armonía y legibilidad de los colores utilizados.

Perfil del informante

Niños, niñas y adolescentes de entre 9 a 20 años, estudiantes de nivel primario, básico y diversificado, pertenecientes al grupo objetivo de la campaña. Su participación fue clave para evaluar el nivel de comprensión, identificación y atractivo de las piezas impresas.

Muestra

16 participantes

Instrumento

Cuestionario y observación durante la aplicación grupal.

Resultados obtenidos

Comprensión del mensaje principal

Los resultados indican una claridad conceptual alta en la transmisión del mensaje central. La mayoría de participantes (6) identificó como idea principal que “todos debemos tratarnos con respeto y cuidado”, 4 señalaron “que puedo pedir ayuda si algo me hace sentir mal” y los 6 restantes combinaron ambas ideas. La ausencia total de respuestas que indiquen confusión o falta de comprensión evidencia una alineación efectiva entre el contenido visual, textual y la intencionalidad comunicativa del material. Esto confirma que la pieza transmite adecuadamente los valores centrales del proyecto, el respeto, el cuidado y la confianza para pedir ayuda, cumpliendo con su propósito educativo y emocional.

Claridad de la información

15 de los 16 participantes expresaron que la información fue clara y fácil de entender, y solo una persona mencionó ligeras dificultades de orientación dentro del juego en cuanto dirección del recorrido. Este dato sugiere una claridad informativa del 93.75%, lo que permite afirmar que el diseño logró una estructura de lectura y jerarquía visual adecuada. La observación puntual sobre el lápiz que sugiere una dirección opuesta en el recorrido se interpreta como un detalle de usabilidad gráfica, más relacionado con el diseño espacial del tablero que con la comprensión del contenido. Por tanto, no afecta la validez comunicativa general, pero sí orienta a realizar ajustes micrográficos para optimizar la navegación visual del usuario.



Figura 41: Documentación de validación con grupo objetivo primario, Instituto Normal Mixto “Juan de León”, Santa Cruz del Quiché. Huwart, M. 2025.

Pertinencia y efectividad narrativa

El 100% de los encuestados reconoció que la guía explica correctamente qué hacer si algo les preocupa o les hace sentir mal, demostrando una coherencia narrativa e instructiva total. Esto valida la estructura secuencial del material y la efectividad de la narrativa pedagógica en términos de guía de actuación, especialmente dentro del marco de las políticas de protección y buen trato.

Desde el punto de vista técnico, esto respalda la eficacia formativa del diseño, donde los recursos visuales logran traducir un contenido institucional en un lenguaje accesible y claro para su público.

Valoración estética y emocional

La respuesta positiva hacia los personajes: 14 “les gustaron mucho” y 2 “les gustaron”, indica una aceptación estética del 100%, reforzada por la conexión emocional que los participantes establecieron al compararlos con figuras reconocibles como las de Duolingo. Esta asociación espontánea sugiere un alto nivel de familiaridad visual y simpatía emocional, factores determinantes para la retención del mensaje y el involucramiento del público infantil.

Asimismo, el reconocimiento positivo del vestuario implica relevancia cultural y representacional, lo cual fortalece la identificación y el sentido de pertenencia, componentes esenciales en materiales orientados a la sensibilización social.

Evaluación cromática

El 100% de los participantes manifestó agrado por la paleta cromática: 9 indicaron que los colores “les gustaron mucho” y 7 que “les gustaron”. Este consenso refuerza la adecuación del color a la temática y público objetivo. Sin embargo, la observación técnica sugiere que el nivel de saturación podría ajustarse levemente para evitar fatiga visual o pérdida de contraste.

Evaluación del juego y experiencia de aprendizaje

El componente lúdico fue el elemento mejor valorado: la totalidad de los encuestados manifestó que el juego “les gustó mucho”, destacando su carácter entretenido, comprensible y educativo. Comentarios como “me gusta aprender jugando” o “es fácil entenderlo y aprender con juegos” evidencian la integración exitosa del aprendizaje significativo con la experiencia interactiva.

Conclusiones técnicas generales

- El material presenta alta validez comunicacional y pertinencia didáctica, con indicadores superiores al 90% en comprensión, claridad y agrado visual.
- Las observaciones cualitativas no cuestionan la estructura o el contenido, sino que señalan microajustes gráficos (direccionalidad del tablero y calibración cromática).
- La narrativa visual y textual se percibe coherente, accesible y emocionalmente segura, elementos cruciales para el tratamiento de temáticas sensibles como protección y buen trato.
- Se recomienda conservar la línea estética y narrativa actual, realizando ajustes de refinamiento técnico en colorimetría y señalización direccional para futuras ediciones.
- Los cambios que se hicieron fueron: ajustar la dirección visual del recorrido del juego “Escaleras de buen trato” para eliminar problemas de usabilidad. Y, hubo una reducción de saturación en zonas de alto contraste, priorizando equilibrio visual.



Figura 42: Documentación de validación con grupo objetivo primario, Instituto Normal Mixto “Juan de León”, Santa Cruz del Quiché. Huwart, M. 2025.

01 Claridad del mensaje

100% comprensión del mensaje principal.

100%

02 Claridad de la información

93.75% comprendió la información con claridad.
Una persona mencionó confusión en la dirección del recorrido del juego.

93.75%

03 Narrativa efectiva

100% entendió correctamente las acciones por seguir.

100%

04 Atractivo visual

100% de agrado general hacia los personajes (87.5% "les gustó mucho", 12.5% "les gustó").

87.5%

12.5%

05 Paleta de color

100% de aceptación cromática (56.25% "les gustó mucho", 43.75% "les gustó").

56.25%

43.75%

06 Juego educativo

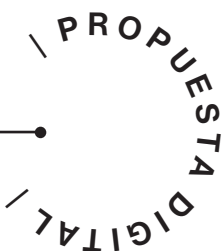
100% disfrutó la experiencia del juego y consideró que facilita el aprendizaje.

100%

6.3

Tercer nivel de visualización

6.3.2 Grupo objetivo secundario

**Objetivo**

Evaluar la efectividad comunicativa, la claridad y el atractivo de las piezas digitales diseñadas para redes sociales, con énfasis en jóvenes adultos, asegurando que transmitan adecuadamente el mensaje de la campaña y resulten visualmente llamativas en entornos digitales.

Descripción del proceso

Se aplicó una encuesta a un grupo de jóvenes de 20 a 26 años, quienes observaron las piezas digitales en propuesta final. Posteriormente, respondieron preguntas de opción múltiple y abiertas orientadas a medir comprensión del mensaje y atractivo general de las piezas. El objetivo fue obtener retroalimentación directa del público objetivo para identificar fortalezas y aspectos de mejora.

Nota

En la identificación de mensajes hubo selección múltiple, por eso la suma de respuestas supera el total de participantes.

Criterios por evaluar

- Claridad del mensaje: nivel de comprensión del propósito y contenido de las publicaciones.
- Equilibrio forma-contenido: relación entre diseño visual y mensaje escrito.
- Legibilidad tipográfica: facilidad de lectura del texto en pantallas de distintos tamaños.
- Atractivo visual: percepción estética general y capacidad de captar atención.
- Dinamismo y participación: potencial de las piezas para generar interés, interacción o recordación.

Perfil del informante

Jóvenes de 20 a 26 años, estudiantes de nivel universitario, pertenecientes al grupo objetivo de la campaña. Su participación fue clave para evaluar el nivel de comprensión, identificación y atractivo de las piezas digitales.

Muestra

15 participantes

Instrumento

Cuestionario y observación durante la aplicación grupal.

Resultados obtenidos

Comprensión del mensaje principal

Los resultados evidencian una alta claridad en la transmisión del mensaje de las piezas digitales. De los 15 participantes, 8 (53.3%) comprendieron que el mensaje principal era “que es importante proteger a niños, niñas y adolescentes”, 11 (73.3%) interpretaron “que Educo promueve el buen trato y la prevención de la violencia”, y 3 (20%) mencionaron “que la comunidad y la escuela deben ser espacios seguros”.

Ninguna persona afirmó no haber identificado un mensaje claro, lo que refleja una comprensión total del contenido (100%). Estos datos confirman que los carruseles e historias transmiten de forma efectiva los valores fundamentales del proyecto: la protección, el respeto y la responsabilidad compartida de crear entornos seguros.

Elementos de mayor atención

Ante la pregunta sobre qué elemento llamó más su atención, 9 personas (60%) indicaron la combinación entre diseño visual y mensaje escrito, 5 (33.3%) destacaron el diseño visual (colores, ilustraciones y tipografía) y 1 (6.7%) mencionó el mensaje escrito como el principal punto de atracción. Estos resultados evidencian que las piezas logran un equilibrio entre forma y contenido. El predominio de la respuesta combinada refleja la coherencia entre la intención comunicativa y los recursos visuales utilizados, lo que refuerza la efectividad general del diseño.



Figura 43: Documentación de validación con grupo objetivo secundario, Edificio M2, Usac. Huwart, M. 2025.

Legibilidad tipográfica

En cuanto a la legibilidad, 13 personas (86.7%) calificaron la tipografía como “muy clara y fácil de leer en pantalla”, mientras que 2 personas (13.3%) mencionaron que era “clara, pero con algunos detalles difíciles de leer”. Este resultado confirma una buena lectura general del contenido, destacando la adecuada elección tipográfica para entornos digitales. Las observaciones puntuales sobre la legibilidad de textos pequeños orientan a realizar ajustes leves de tamaño o contraste, especialmente en subtítulos o llamadas secundarias, para optimizar la lectura en dispositivos móviles.

Atractivo y valoración del diseño

El diseño de las piezas obtuvo una media de 4.6 sobre 5, con 9 personas (60%) calificando con 5 y 6 (40%) con 4 puntos. Ningún participante otorgó calificaciones inferiores, lo que evidencia una percepción muy positiva del atractivo general. Los comentarios destacan la limpieza visual, la armonía en la composición y la organización clara de la información. También se valoró el uso equilibrado del color y la capacidad de las piezas para transmitir el mensaje “de forma clara y directa”. Estas apreciaciones confirman que el diseño cumple con los criterios de coherencia estética y funcionalidad comunicativa, esenciales para campañas sociales en entornos digitales. En cuanto a oportunidades de mejora, se sugirieron animaciones para hacer las piezas más dinámicas y ligeros aumentos en el tamaño tipográfico para facilitar la lectura.

Qué cambios se hicieron en las piezas

- Ajuste de tamaño tipográfico en subtítulos y llamados a la acción para mejorar la legibilidad en pantallas pequeñas.
- Incorporación de algunos elementos para evitar diseños muy planos, pero sin tanto detalle para mantener la imagen institucional.



Aspectos más valorados por el grupo objetivo

El diagrama sintetiza los elementos visuales y comunicativos que generaron mayor aceptación entre los participantes. Los círculos más grandes indican mayor frecuencia en las respuestas.

Figura 44: Documentación de validación con grupo objetivo secundario, Edificio M2, Usac. Huwart, M. 2025.

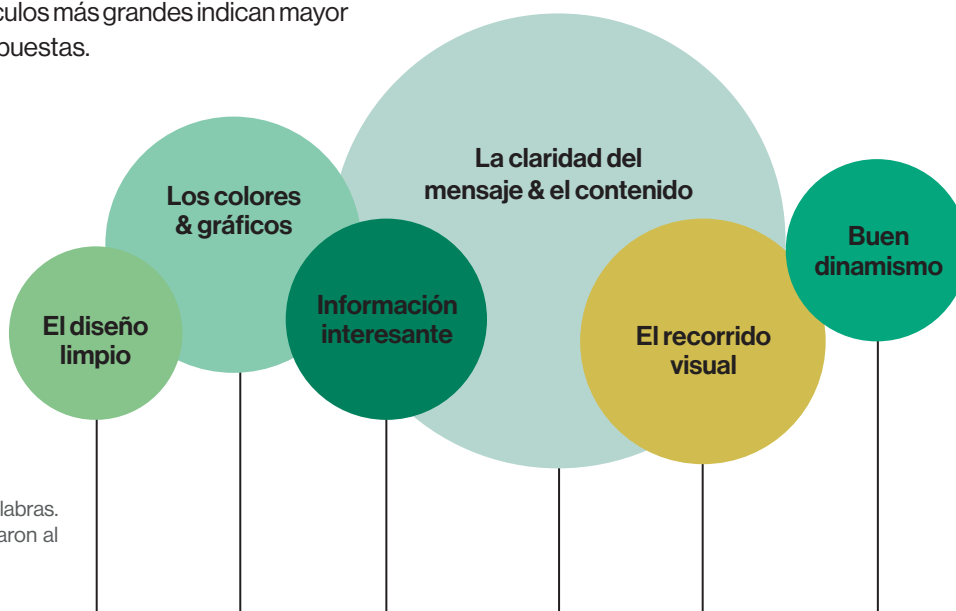
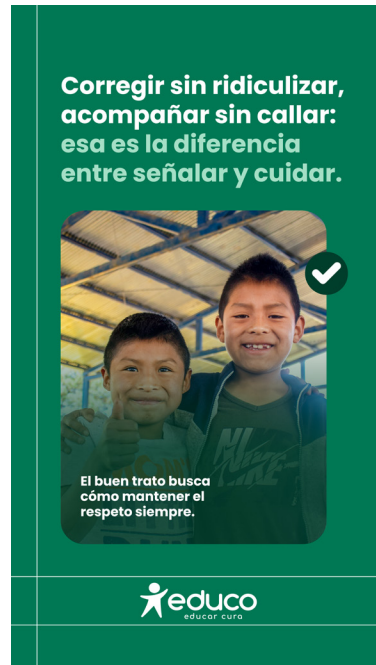


Figura 45: Diagrama de palabras. Aspectos que más agradaron al GO. Huwart, M. 2025.

Antes de validación



Después de validación

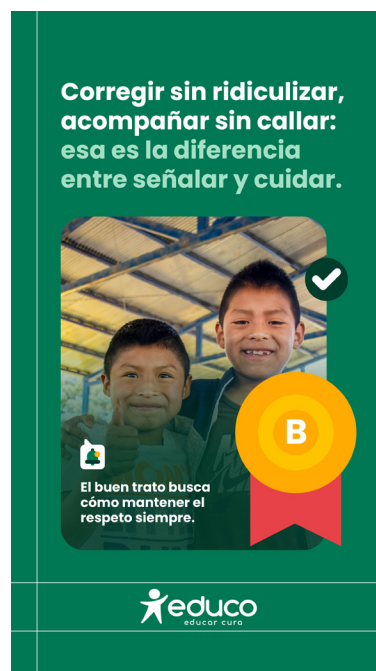


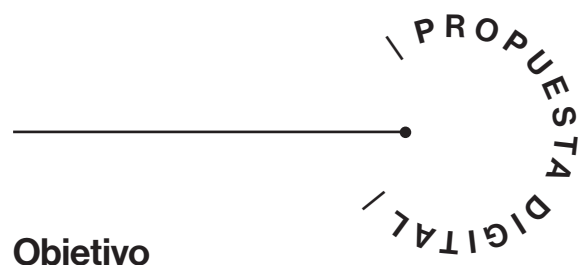
Figura 46: Artes para redes sociales. Antes y después de validación. Huwart, M. 2025.

6.3

Tercer nivel de visualización

6.3.3 Experto en la temática social

Resultados obtenidos



Objetivo

Evaluar la claridad, pertinencia cultural y responsabilidad ética de las piezas, garantizando que promuevan la protección y el buen trato hacia la niñez y adolescencia.

Descripción del proceso

Se aplicó un cuestionario a un profesional en derecho con experiencia en temas de niñez, adolescencia, y derechos humanos. Su retroalimentación permitió verificar si el contenido y la gráfica apoyan una comunicación responsable, ética y efectiva hacia los grupos objetivos.

Perfil del informante

Miguel Ángel Aldana Moscoso

Abogado. Magistrado de Sala Mixta de Totonicapán.

Edad: 36 años

Pertinencia para comunidades diversas

Respuesta del informante:

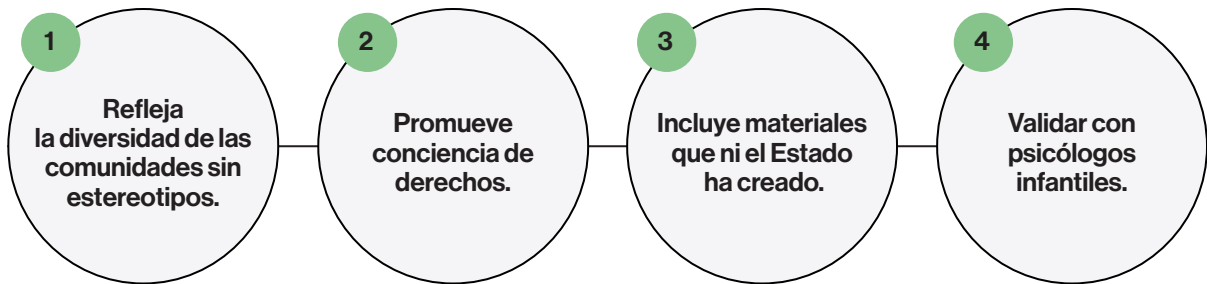
«Las guías son lúdicas. Los colores y personajes captan la atención inmediatamente. Es fácil de entender, es visual, muy bonito y ordenado. Como adulto, pienso que se ajusta al nivel etario del público objetivo, recoge la diversidad de las diversas comunidades rurales, indígenas y urbanas.»

Potencial educativo y transformador

Respuesta del informante:

«En Guatemala no hay una consciencia de derechos. En áreas rurales las personas no saben que son sujetos de derechos. Explicar en términos sencillos los derechos y cómo hacerlos valer puede tener un gran impacto para crear esa auto consciencia, aunque sea en pequeñas espinas. Es un reto transformar la forma en que los niños han sido educados: en entornos de violencia, maltrato y explotación. Una guía simple que les permita transmitir mensajes sencillos pero profundos, como el que dice la guía, por ejemplo, ¿qué significa buen trato? es cuando te respetan, te cuidan y te hacen sentir bien. Si la guía logra que el niño comprenda eso, creo que habrá logrado un objetivo muy noble y transformador en esas barreras psicológicas y culturales.»

Principales observaciones



Representación visual y enfoque narrativo

Respuesta del informante:

«No. Al contrario, la guía refleja la diversidad cultural que caracteriza a nuestra sociedad.»

y puede ser una gran herramienta que ni siquiera el Estado a través de sus instituciones de protección ha desarrollado para generar consciencia. El aporte social será mucho. También sería bueno validarlo con niños y adolescentes para ver si lo comprenden.

Aspectos más valiosos del material

Respuesta del informante:

«El hecho de que se explique en forma sencilla qué es el buen trato, qué hacer ante una situación de abuso, cómo ayudarlo al niño a detectar cuando es víctima de malos tratos. El juego es excelente. Jugando es la forma en que los niños ponen atención y que mejor que aprender a través del juego conceptos clave que ayuden a prevenir y detectar el abuso. El semáforo corporal también es una excelente herramienta para que un niño sepa los límites frente a terceros.»

Interpretación y conclusión

El material se percibe como pertinente, inclusivo y accesible para distintos contextos culturales y grupos etarios. Se reconoce su alto valor educativo y social, así como su capacidad para promover la conciencia de derechos a través de una comunicación clara, cercana y sensible. No se identifican estereotipos ni sesgos, sino una representación culturalmente diversa y respetuosa, coherente con la realidad social del país. Las sugerencias planteadas por el evaluador se orientaban principalmente a refinar el lenguaje y la narrativa para fortalecer la empatía y la comprensión infantil; sin embargo, dichas observaciones fueron atendidas en fases posteriores del proceso. En efecto, las validaciones complementarias con profesionales especializados en niñez ya se realizaron, y el texto final de las guías fue elaborado en conjunto con una psicóloga experta en protección infantil y en atención a casos de maltrato, garantizando así la pertinencia técnica, emocional y pedagógica del contenido.

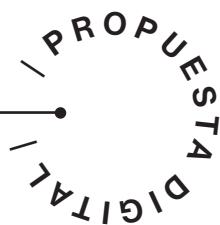
Recomendaciones y sugerencias

Respuesta del informante:

«Si fuera posible, validar el material con profesionales de la psicología enfocados en niñez, de preferencia con experiencia clínica en casos de maltrato. Quizá hay tips interesantes que puedan fortalecer la estrategia de fondo, más allá del aspecto visual del material. Aunque desde mi experiencia en casos de maltrato en lo jurisdiccional veo que el material es de alta calidad

6.3

Tercer nivel de visualización

6.3.4 Cliente
/ instituciónResultados
obtenidos

Objetivo

Validar la pertinencia, aplicabilidad y coherencia visual de los materiales diseñados dentro de la estrategia de comunicación, asegurando su alineación con los objetivos institucionales de protección, buen trato y cultura de derechos.

Descripción del proceso

Se realizó una presentación formal del material ante las encargadas institucionales de Educo Guatemala involucradas en el proyecto, con el propósito de exponer los objetivos, piezas diseñadas y su aplicación. Durante la sesión, se revisaron los contenidos, las piezas impresas y digitales, y se discutieron las posibles adaptaciones para fortalecer su uso en campo.

Perfil del informante

Astrid Judith Pérez Díaz

Responsable de comunicación

Carmen María Véliz Escobar

Especialista en protección de la niñez

Judith Díaz

Valoró los materiales como claros, atractivos, pertinentes y coherentes con la estrategia institucional de visibilización de Educo. Destacó especialmente el potencial del juego educativo, recomendando producirlo en un formato de mayor tamaño para su implementación en las 92 escuelas donde la organización tiene presencia, mediante mantas vinílicas que puedan utilizarse directamente en las aulas. Asimismo, consideró que el contenido digital elaborado para redes sociales tiene un valor comunicativo importante y sugirió incorporar una manta adicional con uno de los mensajes principales de la campaña, a fin de ampliar su difusión en espacios comunitarios.

Carmen Véliz

Propuso incluir códigos QR en las guías, dirigidos a los puntos focales de protección de Educo, para facilitar el acceso a información y canales de apoyo. Sugirió también realizar ajustes microtextuales en algunos titulares de la guía para optimizar la claridad y adecuación del lenguaje al grupo objetivo. Además, recomendó diseñar un afiche adicional sobre seguridad y protección en redes sociales, adaptado al contexto actual de uso digital por parte de niñas, niños y adolescentes. Calificó la propuesta gráfica como pertinente, llamativa y adecuada, resaltando la consistencia visual y la selección fotográfica como apropiadas y coherentes con el enfoque de protección institucional.

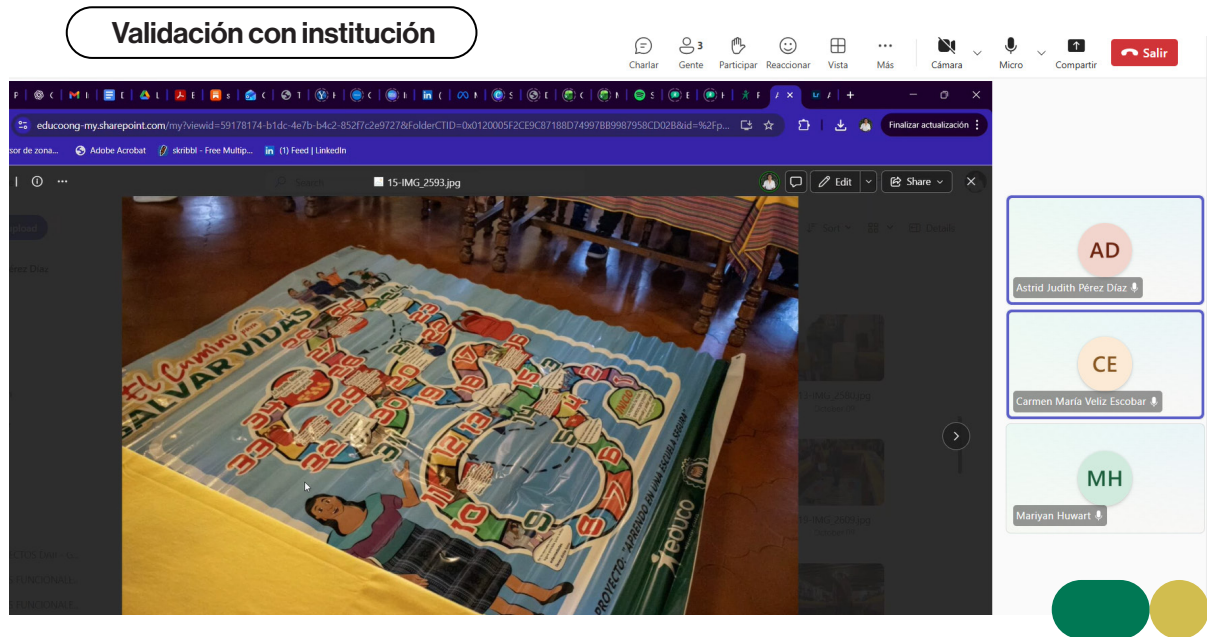
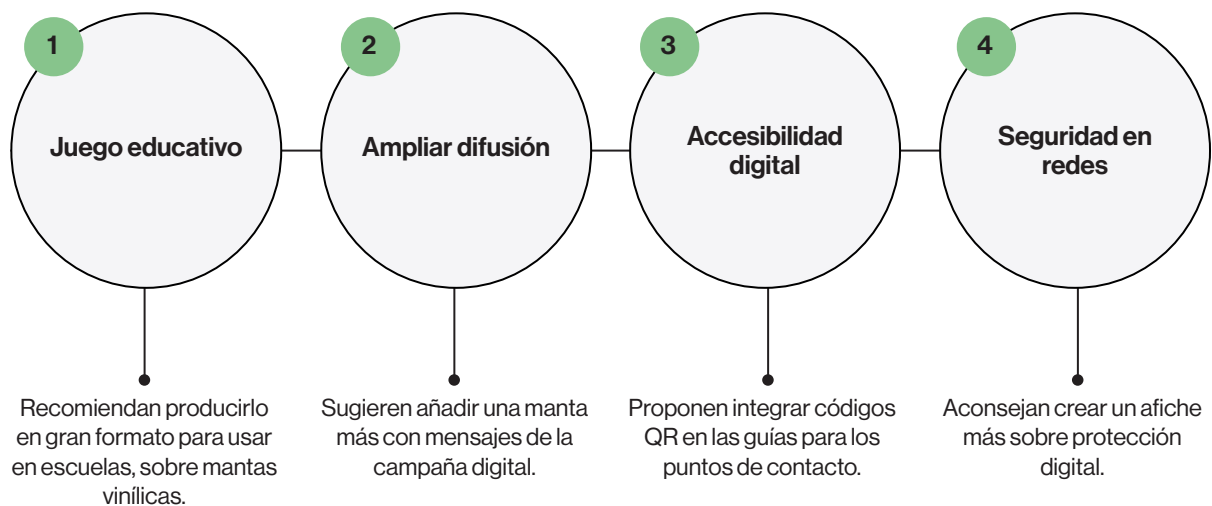


Figura 47: Captura de pantalla validación con institución. Muestra de juego en gran formato. Huwart, M. 2025.

Principales observaciones



6.4

Fundamentación técnica

6.4.1 Estrategia “Voces amigas”

Esta es una propuesta comunicacional que reconoce la voz como herramienta de protección, orientación y acompañamiento. Surge del principio de que toda persona, especialmente niñas, niños y adolescentes, necesita contar con referentes confiables que escuchen, comprendan y orienten ante situaciones de duda, riesgo o vulnerabilidad.

“Voces Amigas” se implementa como una estrategia crossmedia, articulando piezas impresas, digitales educativas que buscan fortalecer la visibilización de las Políticas de Protección y Buen Trato (PPBT) y la Política de Protección contra la Explotación, el Abuso y el Acoso Sexual (PSEAH). Cada uno de los materiales se construye según una misma línea conceptual: hablar y escuchar como actos de cuidado y prevención.

El contenido de la estrategia “Voces Amigas” se organiza en tres ejes principales: informar, sensibilizar y movilizar, los cuales estructuran la secuencia de las piezas tanto impresas como digitales.

- **Eje informativo:** incluye materiales educativos y explicativos como guías, afiches y mantas destinados a dar a conocer los principios y mecanismos de las políticas de protección, explicando de forma clara qué son, cómo funcionan y a quiénes benefician.
- **Eje sensibilizador:** comprende piezas digitales diseñadas para promover la empatía, el respeto y la reflexión, utilizando frases, ilustraciones y testimonios que resaltan el valor de la comunicación, la escucha, el cuidado y la confianza.
- **Eje movilizador:** se centra en fomentar la acción y la participación comunitaria, mediante piezas interactivas, como las historias de Instagram y juegos educativos que invitan a las audiencias a practicar el buen trato, reconocer riesgos y actuar ante situaciones de abuso o maltrato.

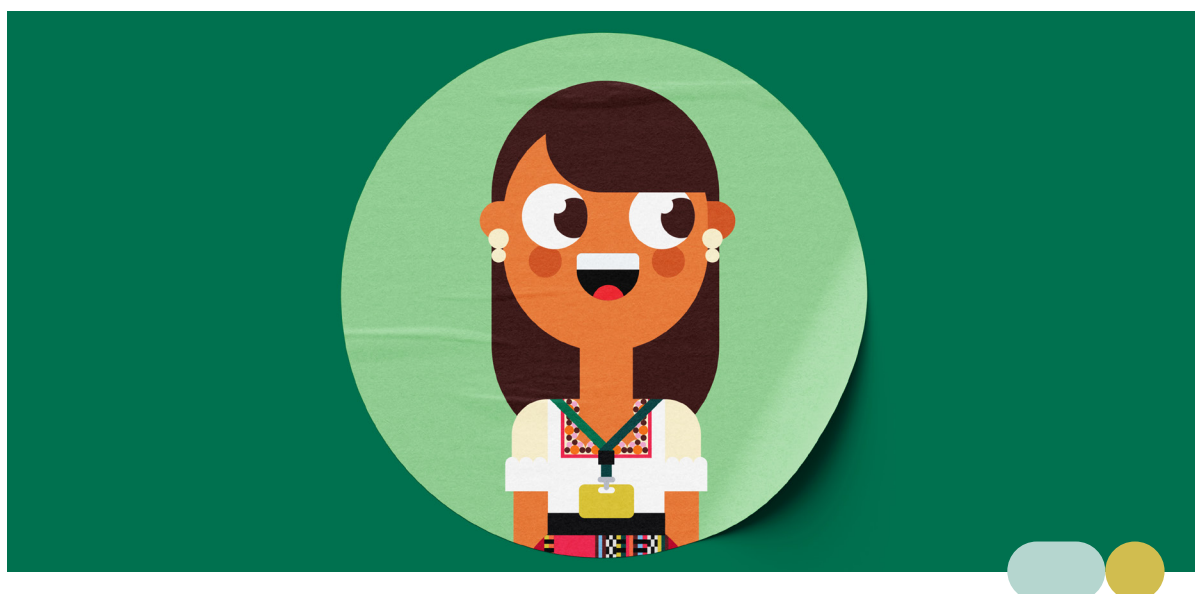


Figura 48: Aplicación de personaje, medios impresos. Huwart, M. 2025.

6.4.2 Código cromático

HEX #21a77f RGB 33, 167, 127 CMYK 77%, 5%, 62%, 0%	HEX #ef7a5a RGB 239, 122, 90 CMYK 0%, 63%, 63%, 0%	HEX #d2bc4f RGB 210, 188, 79 CMYK 20%, 20%, 78%, 3%	HEX #f2ead6 RGB 242, 234, 214 CMYK 6%, 7%, 19%, 0%
HEX #007f5c RGB 33, 167, 127 CMYK 86%, 25%, 73%, 11%	HEX #e84265 RGB 232, 66, 101 CMYK 0%, 85%, 42%, 0%	HEX #f5a224 RGB 245, 162, 36 CMYK 0%, 42%, 90%, 0%	HEX #99cccc RGB 153, 204, 204 CMYK 44%, 4%, 22%, 0%
HEX #003e2b RGB 0, 62, 43 CMYK 93%, 45%, 82%, 59%	HEX #ad163e RGB 173, 22, 62 CMYK 22%, 100%, 61%, 16%	HEX #ee7b2d RGB 238, 123, 45 CMYK 0%, 61%, 87%, 0%	HEX #154d4a RGB 21, 77, 74 CMYK 87%, 42%, 58%, 47%

La paleta cromática se compone a partir de una gama complementaria expandida, en la que el verde institucional de Educo actúa como color base. Este tono, símbolo de crecimiento, confianza y protección, se asocia desde la psicología del color con la armonía, la esperanza y el equilibrio emocional, valores que reflejan la filosofía de la organización y el propósito de las políticas de protección.

En contraste, la paleta incorpora tonos cálidos como naranjas, rosados y amarillo, que evocan energía y vitalidad, así como tonos fríos, azules y verdes oscuros, que aportan serenidad, estabilidad y profundidad visual.

El uso de colores de alto valor de saturación responde a la necesidad de atraer audiencias diversas, promoviendo un lenguaje visual cercano y optimista. A su vez, la inclusión de tonos neutros claros, permite modular la intensidad cromática y unificar la composición, garantizando legibilidad y descanso visual en medios impresos y digitales.

Desde la perspectiva cultural, la paleta toma inspiración en la diversidad cromática característica de las comunidades mayas del Altiplano Occidental, donde el color es un lenguaje simbólico que comunica identidad y cultura.

6.4.3 Código tipográfico

La tipografía empleada en los materiales corresponde a la familia institucional Poppins, seleccionada por su versatilidad funcional, neutralidad formal y alto rendimiento en entornos digitales e impresos. Desde el punto de vista técnico, la amplia gama de pesos disponible dentro de la familia tipográfica permite establecer una jerarquía visual efectiva mediante contrastes de grosor, tamaño y espaciado. Este sistema de jerarquización posibilita estructurar los mensajes de manera ordenada, favoreciendo la lectura secuencial y la com-

presión inmediata de los contenidos en distintos formatos y escalas.

Su carácter geométrico y de trazos limpios refuerza la idea de proximidad y confianza, atributos esenciales en una campaña orientada a la comunicación educativa y social. Asimismo, su rendimiento óptimo en pantalla garantiza consistencia tipográfica en medios digitales, evitando distorsiones o pérdidas de legibilidad en diferentes resoluciones y dispositivos.

Poppins regular	AaBbCcDd	123456789
Poppins medium	AaBbCcDd	123456789
Poppins semiBold	AaBbCcDd	123456789
Poppins bold	AaBbCcDd	123456789
		

6.4.4 Código icónico visual

El sistema icónico visual se construye a partir de una representación simbólica y culturalmente contextualizada de la niñez y la adolescencia en el Altiplano Occidental de Guatemala. Los personajes ilustrados y su indumentaria toman como referencia los trajes tradicionales de las regiones de Totonicapán y Quiché, reconocidos por su riqueza cromática y sus patrones textiles característicos.

El estilo geométrico de las ilustraciones responde a un criterio de claridad visual y pregnancia, donde cada elemento se reduce a su estructura esencial, manteniendo proporciones armónicas y líneas limpias. Este tratamiento visual ha demostrado generar una conexión más directa con el público infantil y juvenil, al evocar referencias visuales contemporáneas cercanas a interfaces educativas y aplicaciones interactivas. En las validaciones realizadas, los participantes relacionaron espontáneamente la estética de los personajes con el estilo de Duolingo, lo que evidencia su capacidad de generar empatía y recordación en audiencias familiarizadas con entornos digitales de aprendizaje.

El entorno narrativo donde se desarrollan las ilustraciones, una escuela rural, se inspira en arquitecturas escolares típicas de las comunidades del altiplano: edificaciones de block, paredes pintadas con colores vivos, amplios patios abiertos y ventanas de gran tamaño. Este contexto visual contribuye a relacionar la narrativa en espacios reales.

En relación con el tratamiento fotográfico, se adopta una línea ética y estética de dignificación de la imagen infantil. Las fotografías evitan la representación de vulnerabilidad o carencia, priorizando en su lugar expresiones de autonomía, alegría y confianza. La edición digital es mínima, enfocada únicamente en realzar los valores cromáticos naturales y mantener una apariencia limpia y luminosa.



Figura 49: Aplicación de Personajes. Huwart, M. 2025.



Figura 50: Programa "Seguridad alimentaria", Huehuetenango. Archivo Fotográfico Educo 2025.

6.4.5 Retícula para impresos

En los materiales impresos, particularmente guías y afiches educativos, se implementó una retícula modular, seleccionada por su capacidad para organizar los elementos gráficos con precisión, ritmo y equilibrio visual. Esta estructura permite establecer relaciones jerárquicas claras entre texto, imagen y espacio negativo, garantizando una lectura fluida y armónica. El uso de márgenes y alineaciones responde a criterios de legibilidad, mientras que las variaciones de retícula aplicadas en páginas específicas surgen como respuesta funcional a la diversidad de contenidos.

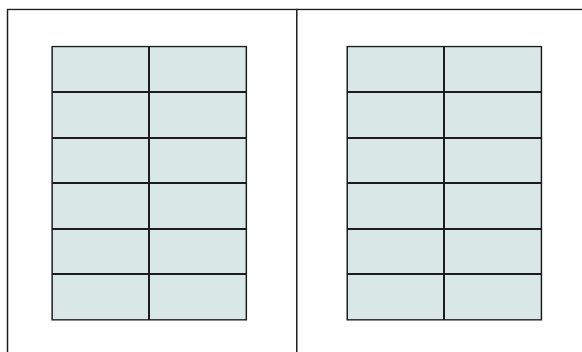


Figura 51: Muestra de esquema reticular para medios impresos. Retícula modular para guías de aplicación. Huwart, M. 2025.

6.4.6 Retícula para digitales

Para los medios digitales se optó por una retícula jerárquica, que permite mayor libertad compositiva y adaptabilidad visual. Esta elección responde a la necesidad de mantener una gráfica dinámica que se ajuste a las características de interacción propias de las plataformas digitales. Aunque el orden y la jerarquía visual varían según cada pieza, se conservan márgenes uniformes y proporciones equilibradas, lo que asegura continuidad visual entre publicaciones.

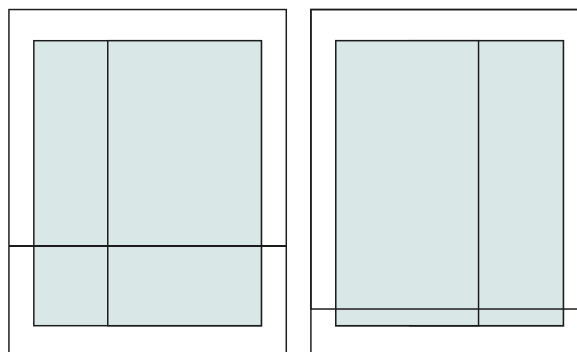


Figura 52: Muestra de esquema reticular para medios digitales. Retícula jerárquica para carruseles. Huwart, M. 2025.

6.4.7 Formato

Los formatos de aplicación se definieron a partir de los estándares de publicación institucional de Educo. Para redes sociales se empleó el formato de 1350 × 1080 px, utilizado tanto para publicaciones individuales como para carruseles, lo que permite mantener una proporción adaptable a las plataformas de Instagram, Facebook y LinkedIn. Este formato facilita la lectura jerárquica de los mensajes y optimiza la visualización de los elementos gráficos en diferentes dispositivos. En el caso de las historias, se adoptó el formato vertical de 1080 × 1920 px, pensado exclusivamente para Instagram, donde se generó la mayor cantidad de piezas debido a su potencial interactivo y de alcance.

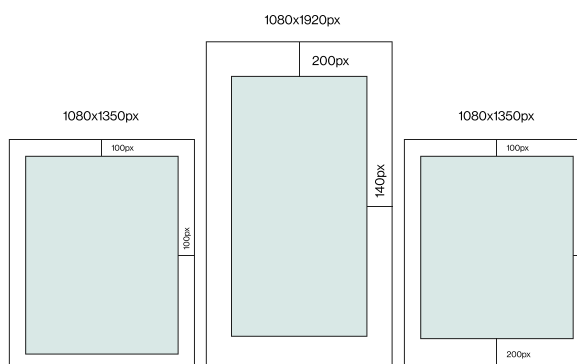


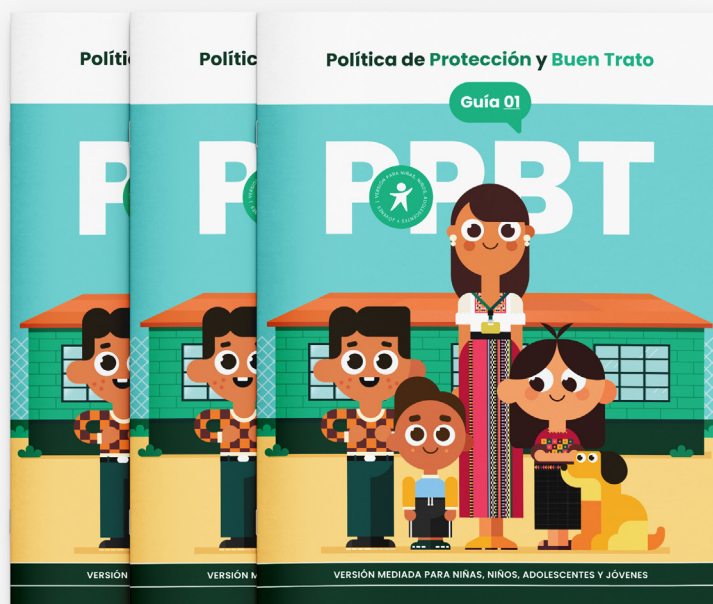
Figura 53: Muestra de esquema de formatos para medios digitales. Huwart, M. 2025.

6.5

Vista preliminar de la propuesta final



6.5.1 Guía 1 PPBT







6.5.2 Guía 2 PSEAH







6.5.3 Afiches educativos

ta en internet

01 Si algo te hace sentir incómodo o inseguro, cuéntalo. Los Puntos Focales de Protección de Educo y las personas adultas de confianza pueden ayudarte.

02 No hables con desconocidos.

- ✗ Podrían engañarte o pedirte cosas inapropiadas.
- ✓ Habla solo con personas que conoces y confías.

04 No uses las redes para insultar o burlarte de otros.

- ✗ Lastimar de esta manera también es violencia.
- ✓ Usa las redes para respetar, apoyar y aprender.

educuco
educar cura

no te da miedo

El buen trato empieza en los pequeños gestos. Lo que te hace sentir mal, incómodo o triste, no está bien. Mereces vivir con alegría, respeto y protección cada día.

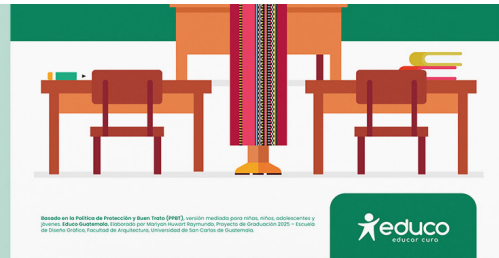
02 No permitas que te lastimen.

- ✗ Golpes o empujones.
- ✓ Escuchar y conversar.

04 No aceptes que te obliguen a trabajar.

- ✗ Hacer cosas que no son para tu edad.
- ✓ Poder jugar, estudiar y descansar.

educuco
educar cura



6 cosas que no debes permitir

Cuando dices ALTO a cualquiera de estas situaciones, te proteges y ayudas a proteger a otras personas. Nadie debe hacerte sentir miedo, tristeza o vergüenza.

ALTO
¡Cuéntalo!

- 01 ✗ Que alguien te toque sin tu permiso.
- 02 ✗ Que te pidan hacer cosas sexuales.
- 03 ✗ Que te ofrezcan regalos o favores a cambio de cosas sexuales.
- 04 ✗ Que te hagan sentir incómodo con palabras, gestos o miradas.
- 05 ✗ Que te muestren imágenes o videos inapropiados.
- 06 ✗ Que te obliguen a casarte o a hacer cosas que no quieres.

Puedes contárselo a una persona adulta de confianza.

O si prefieres, a los Puntos Focales de Protección de Educo.

educuco
educar cura

Tu seguridad también importa en internet

01 No compartas tus datos personales.

- ✗ Evita publicar tu dirección, número o escuela.

02 No hables con desconocidos.

- ✗ Podrían engañarte o pedirte cosas inapropiadas.

educuco
educar cura

importa en internet

01 No compartas tus datos personales.

- ✗ Evita publicar tu dirección, número o escuela.
- ✓ Cuida tu información y la de tus amigos y amigos.

03 No aceptes fotos, videos o regalos raros.

- ✗ Si algo te incomoda o no entiendes, no lo veas ni respondas.
- ✓ Cuéntaselo a una persona adulta de confianza.

educuco
educar cura

4 cosas que no deben pasarte

Lo que te hace sentir mal, incómodo o triste, no está bien. Mereces vivir con alegría, respeto y protección cada día.

01 No dejes que te griten o insulten.

- ✗ Insultos, burlas o gritos.
- ✓ Hablar con respeto.

03 No dejes que te hagan sentir miedo o tristeza.

- ✗ Tratarlos con amenazas o con burlas.
- ✓ Tratarlos con cariño, empatía y respeto.

educuco
educar cura

4 cosas que no deben pasarte

El buen trato empieza en los pequeños gestos: Lo que te hace sentir mal, incómodo o triste, no está bien. Mereces vivir con alegría, respeto y protección cada día.

01

No dejes que te griten o insulten.

✗ Insultos, burlas o gritos.

✓ Hablar con respeto.

03

No dejes que te hagan sentir miedo o tristeza.

✗ Tratar con amenazas o con burlas.

✓ Tratar con cariño, empatía y respeto.



Si te pasa algo de esto, o si ves que alguien es tratado con violencia o sin respeto, cuéntalo.

02

No permitas que te lastimen.

✗ Golpes o empujones.

✓ Escuchar y conversar.

04

No aceptes que te obliguen a trabajar.

✗ Hacer cosas que no son para tu edad.

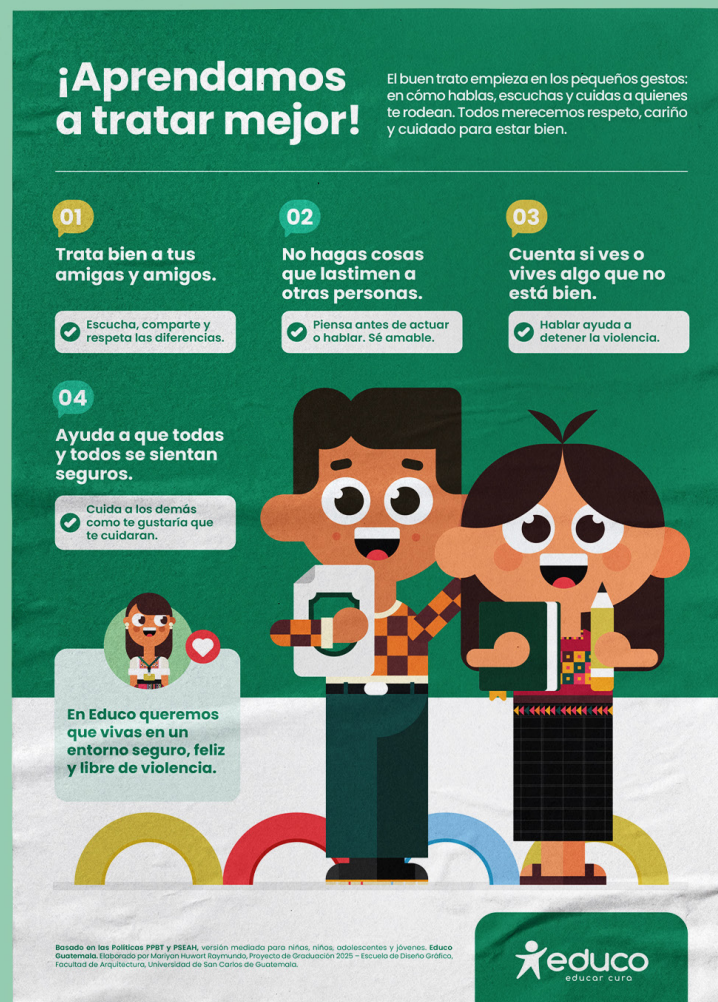
✓ Poder jugar, estudiar y descansar.



Basado en la Política de Protección y Buen Trato (PPBT), versión mediada para niñas, niños, adolescentes y jóvenes. Educo Guatemala, elaborado por Mariyam Hussain Baymunda, Proyecto de Graduación 2025 - Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

educuco
educar cura







educo
educar cura

Ruta de la Protección

Cómo Jugar:

- Lanza el dado y avanza el jugador correspondiente un espacio.
- Al caer el dado, si cae en un espacio con un icono de advertencia, el jugador debe responder a la pregunta que aparece en ese espacio.
- Si cae en un espacio con un icono de advertencia, el jugador debe responder a la pregunta que aparece en ese espacio.
- Si cae en un espacio con un icono de advertencia, el jugador debe responder a la pregunta que aparece en ese espacio.
- Si cae en un espacio con un icono de advertencia, el jugador debe responder a la pregunta que aparece en ese espacio.

Inicio

Final

1 Cuidado

2 Respeto

3 Confianza

4 Abuso

5 Privacidad

6 Miedo

7 Escucha

8 Destrucción

9 Ayudar

10 Violencia

11 Tratar bien

12 Tratar bien

13 Tratar bien

14 Tratar bien

15 Tratar bien

16 Tratar bien

17 Tratar bien

18 Tratar bien

19 Tratar bien

20 Tratar bien

21 Tratar bien

22 Tratar bien

23 Tratar bien

24 Tratar bien

25 Tratar bien

26 Tratar bien

27 Tratar bien

28 Tratar bien

29 Tratar bien

30 Tratar bien

31 Tratar bien

32 Tratar bien

33 Tratar bien

34 Tratar bien

35 Tratar bien

36 Tratar bien

37 Tratar bien

38 Tratar bien

39 Tratar bien

40 Tratar bien

41 Tratar bien

42 Tratar bien

43 Tratar bien

44 Tratar bien

45 Tratar bien

46 Tratar bien

47 Tratar bien

48 Tratar bien

49 Tratar bien

50 Tratar bien

51 Tratar bien

52 Tratar bien

53 Tratar bien

54 Tratar bien

55 Tratar bien

56 Tratar bien

57 Tratar bien

58 Tratar bien

59 Tratar bien

60 Tratar bien

61 Tratar bien

62 Tratar bien

63 Tratar bien

64 Tratar bien

65 Tratar bien

66 Tratar bien

67 Tratar bien

68 Tratar bien

69 Tratar bien

70 Tratar bien

71 Tratar bien

72 Tratar bien

73 Tratar bien

74 Tratar bien

75 Tratar bien

76 Tratar bien

77 Tratar bien

78 Tratar bien

79 Tratar bien

80 Tratar bien

81 Tratar bien

82 Tratar bien

83 Tratar bien

84 Tratar bien

85 Tratar bien

86 Tratar bien

87 Tratar bien

88 Tratar bien

89 Tratar bien

90 Tratar bien

91 Tratar bien

92 Tratar bien

93 Tratar bien

94 Tratar bien

95 Tratar bien

96 Tratar bien

97 Tratar bien

98 Tratar bien

99 Tratar bien

100 Tratar bien

101 Tratar bien

102 Tratar bien

103 Tratar bien

104 Tratar bien

105 Tratar bien

106 Tratar bien

107 Tratar bien

108 Tratar bien

109 Tratar bien

110 Tratar bien

111 Tratar bien

112 Tratar bien

113 Tratar bien

114 Tratar bien

115 Tratar bien

116 Tratar bien

117 Tratar bien

118 Tratar bien

119 Tratar bien

120 Tratar bien

121 Tratar bien

122 Tratar bien

123 Tratar bien

124 Tratar bien

125 Tratar bien

126 Tratar bien

127 Tratar bien

128 Tratar bien

129 Tratar bien

130 Tratar bien

131 Tratar bien

132 Tratar bien

133 Tratar bien

134 Tratar bien

135 Tratar bien

136 Tratar bien

137 Tratar bien

138 Tratar bien

139 Tratar bien

140 Tratar bien

141 Tratar bien

142 Tratar bien

143 Tratar bien

144 Tratar bien

145 Tratar bien

146 Tratar bien

147 Tratar bien

148 Tratar bien

149 Tratar bien

150 Tratar bien

151 Tratar bien

152 Tratar bien

153 Tratar bien

154 Tratar bien

155 Tratar bien

156 Tratar bien

157 Tratar bien

158 Tratar bien

159 Tratar bien

160 Tratar bien

161 Tratar bien

162 Tratar bien

163 Tratar bien

164 Tratar bien

165 Tratar bien

166 Tratar bien

167 Tratar bien

168 Tratar bien

169 Tratar bien

170 Tratar bien

171 Tratar bien

172 Tratar bien

173 Tratar bien

174 Tratar bien

175 Tratar bien

176 Tratar bien

177 Tratar bien

178 Tratar bien

179 Tratar bien

180 Tratar bien

181 Tratar bien

182 Tratar bien

183 Tratar bien

184 Tratar bien

185 Tratar bien

186 Tratar bien

187 Tratar bien

188 Tratar bien

189 Tratar bien

190 Tratar bien

191 Tratar bien

192 Tratar bien

193 Tratar bien

194 Tratar bien

195 Tratar bien

196 Tratar bien

197 Tratar bien

198 Tratar bien

199 Tratar bien

200 Tratar bien

201 Tratar bien

202 Tratar bien

203 Tratar bien

204 Tratar bien

205 Tratar bien

206 Tratar bien

207 Tratar bien

208 Tratar bien

209 Tratar bien

210 Tratar bien

211 Tratar bien

212 Tratar bien

213 Tratar bien

214 Tratar bien

215 Tratar bien

216 Tratar bien

217 Tratar bien

218 Tratar bien

219 Tratar bien

220 Tratar bien

221 Tratar bien

222 Tratar bien

223 Tratar bien

224 Tratar bien

225 Tratar bien

226 Tratar bien

227 Tratar bien

228 Tratar bien

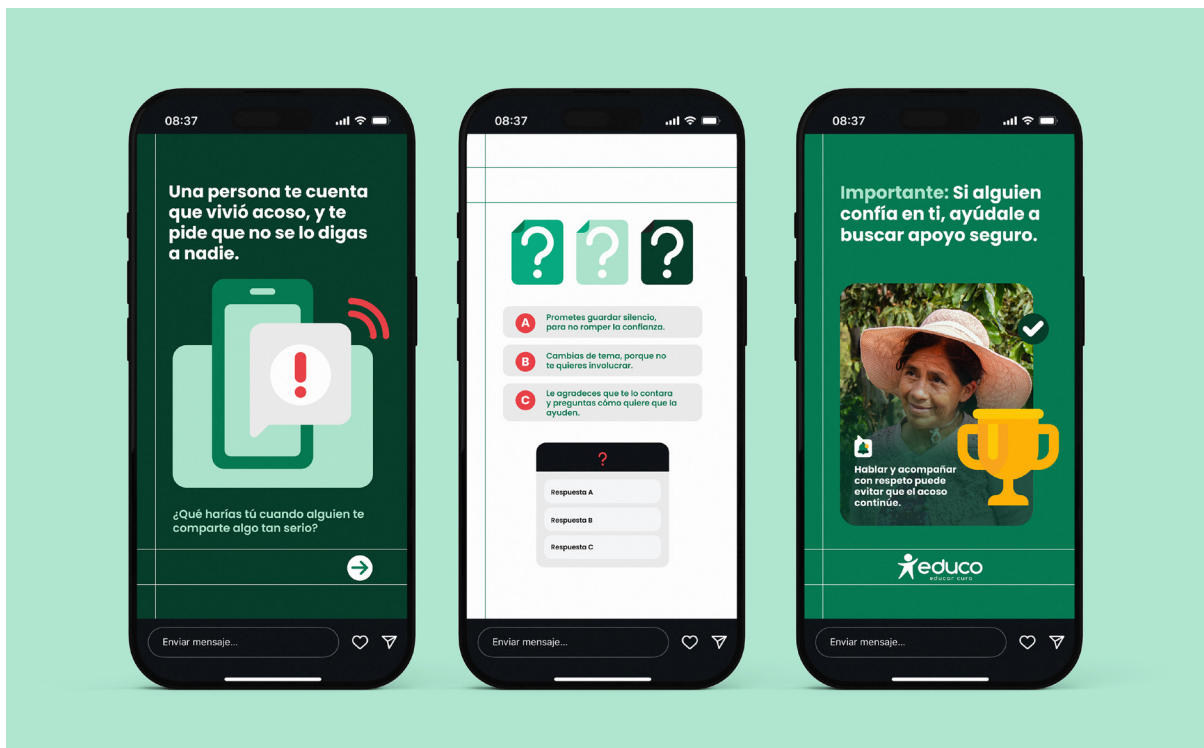
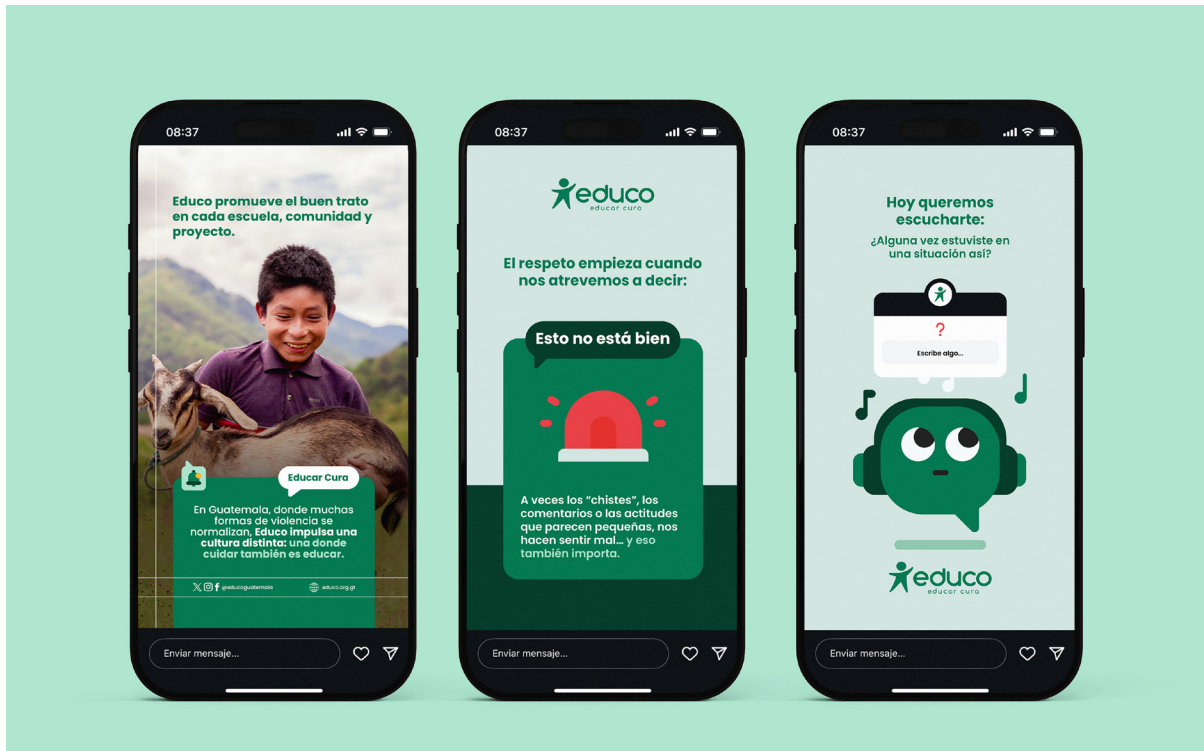
6.5.5 Mantas vinílicas

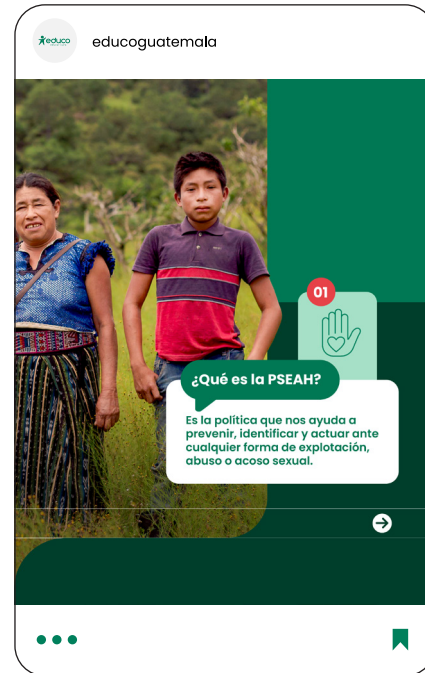




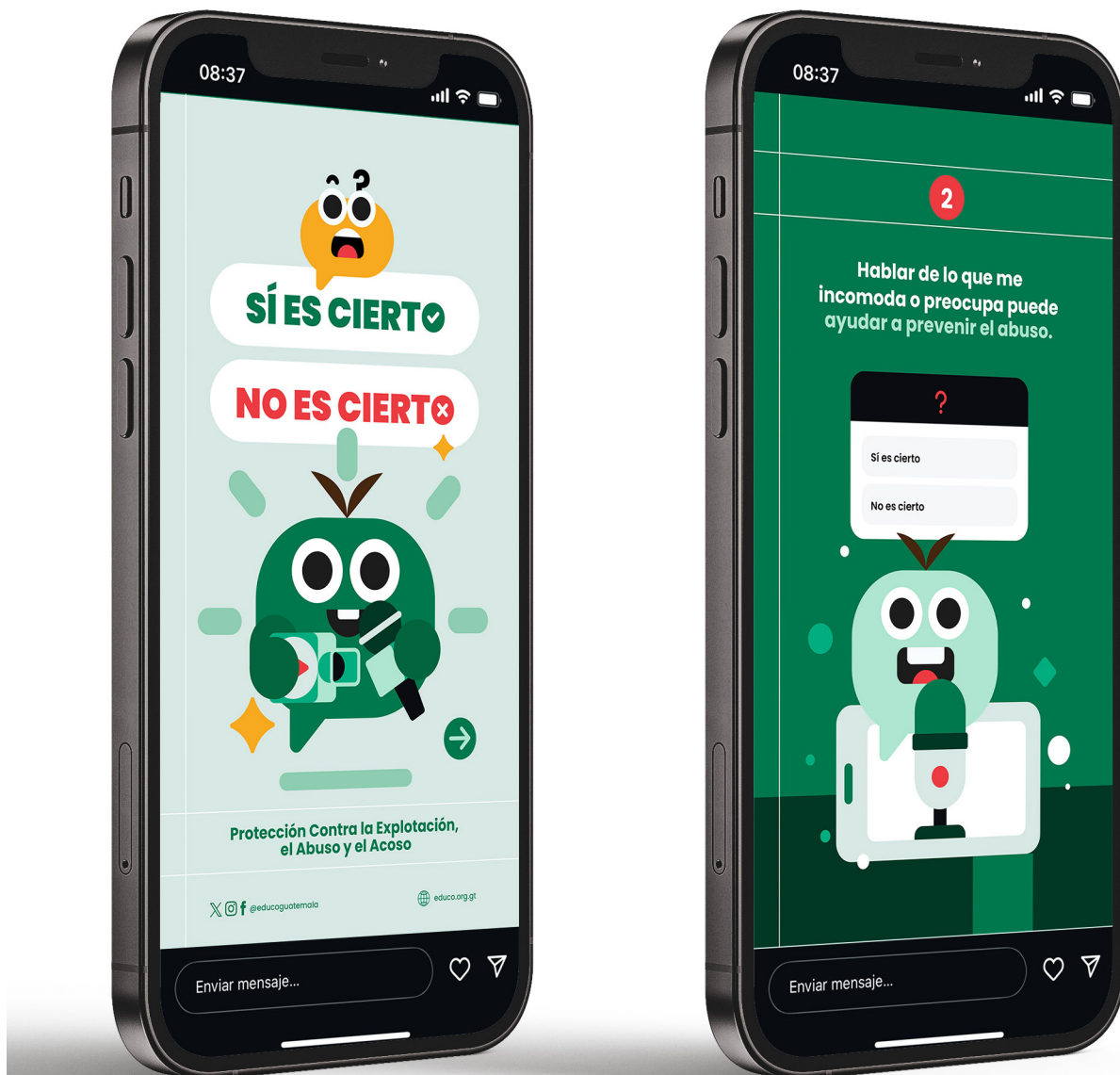
6.5.6 Medios digitales



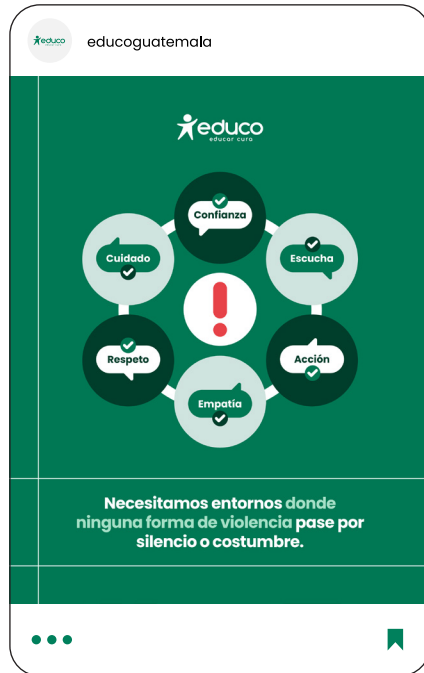


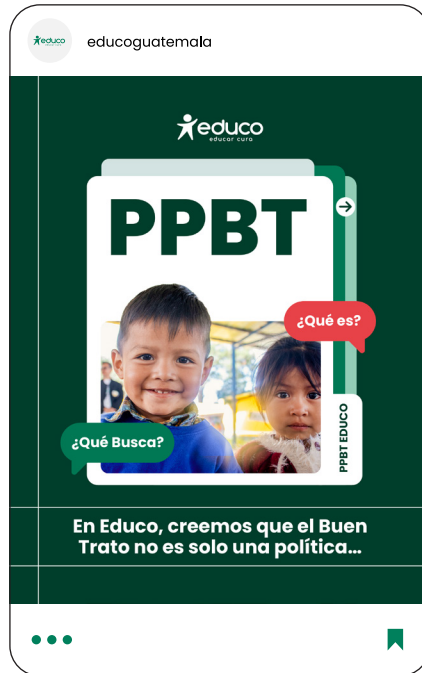


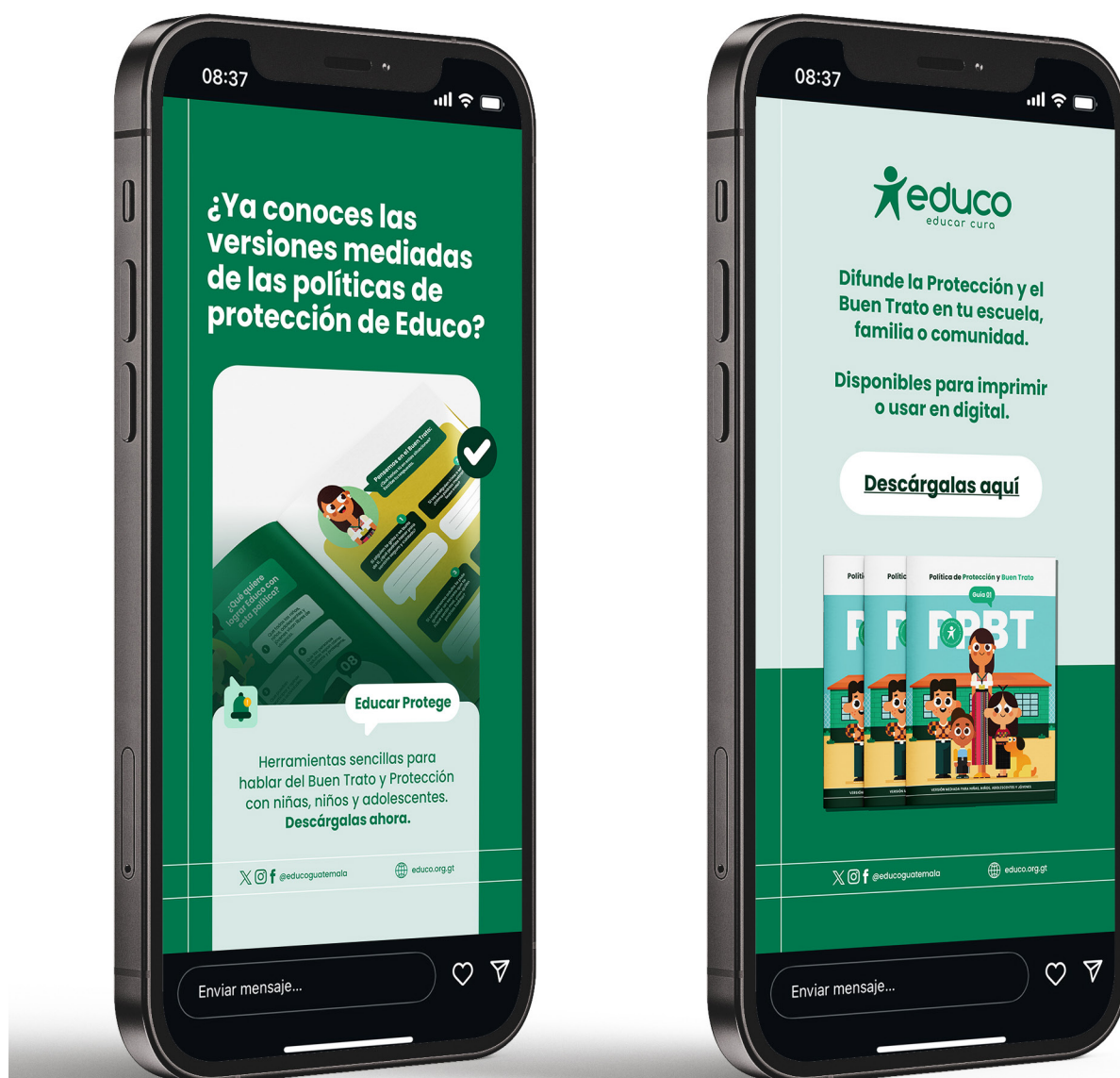




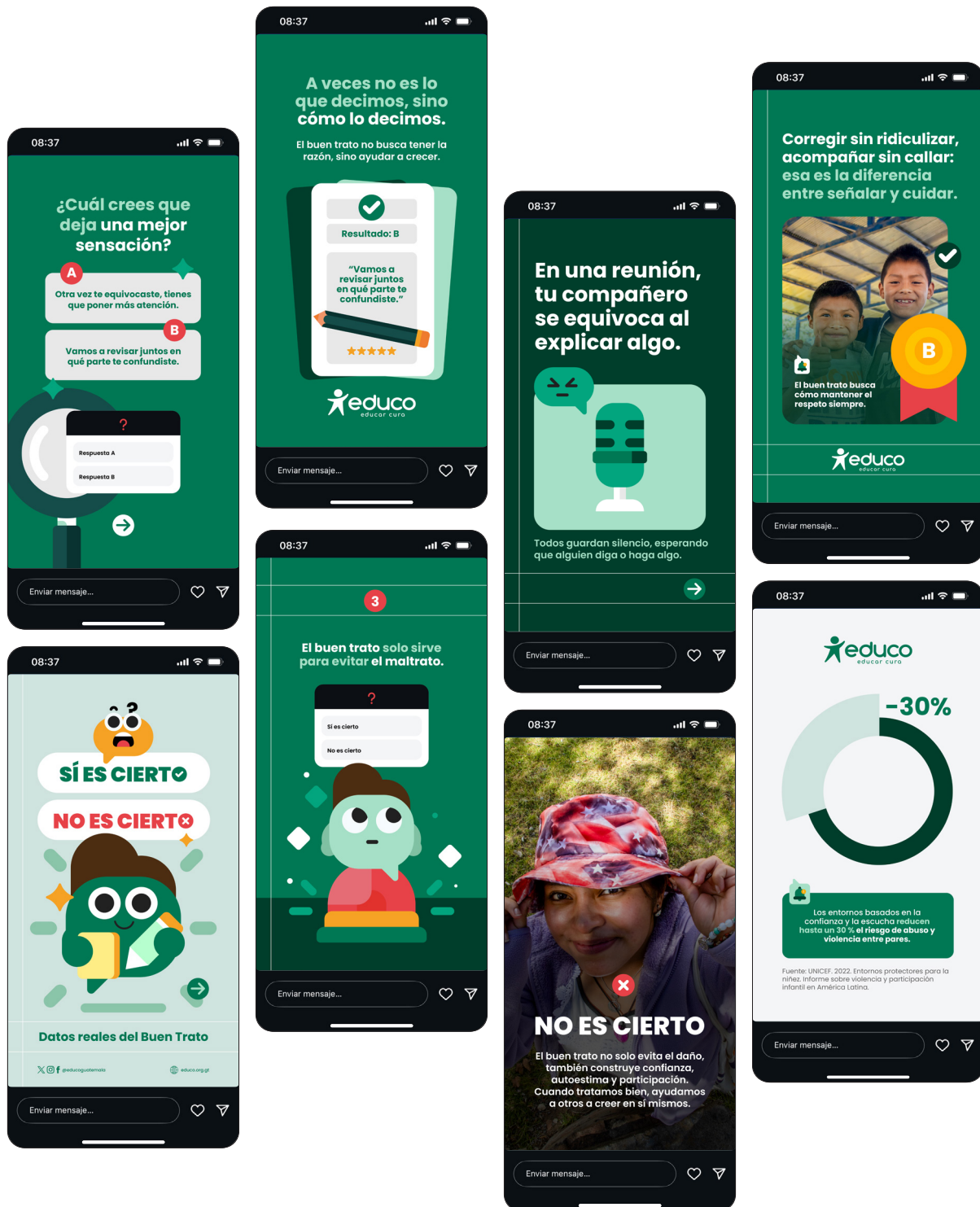


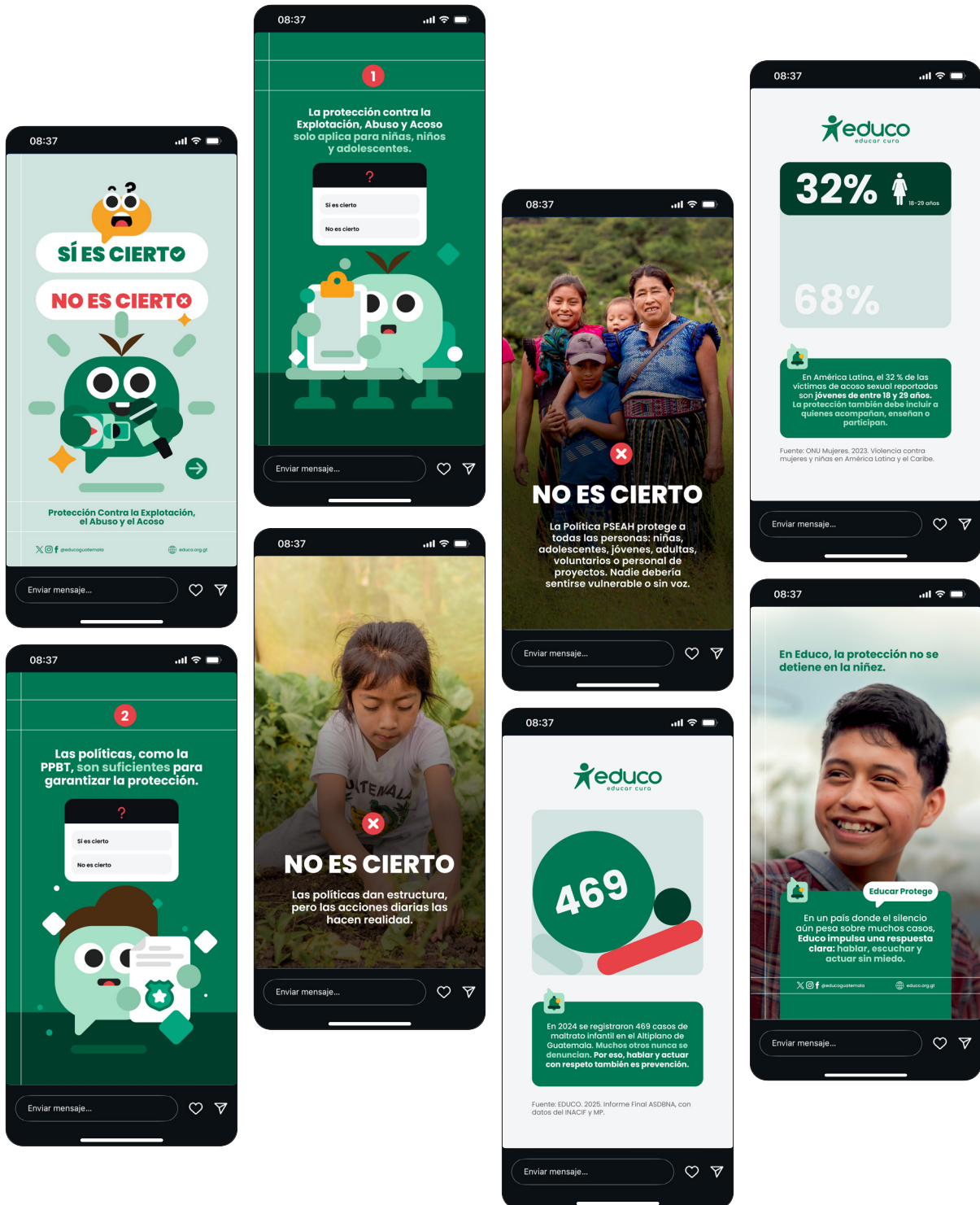
















6.6

Lineamientos de la puesta en práctica

La presente sección detalla los componentes, especificaciones y recomendaciones técnicas para la correcta aplicación y reproducción de los materiales diseñados dentro del proyecto.

6.6.1 Componentes del proyecto

Carpeta de artes finales impresos

Incluye todos los materiales destinados a producción física y actividades presenciales:

- 2 mantas vinílicas de 2 × 1 m, destinadas a espacios educativos y comunitarios.
- 4 afiches educativos de 13 × 18 plg, orientados a reforzar los mensajes de buen trato, protección y empatía.
- 2 guías mediadas, con 12 páginas cada una en formato carta, 8.5 × 11 plg, diseñadas para procesos educativos con niñas, niños y adolescentes.
- 2 juegos educativos en formato 1.5 × 1 m, impresos sobre manta vinílica, que promueven la reflexión y el aprendizaje lúdico.

Cada carpeta contiene sus archivos editables empaquetados, trabajados en Adobe Illustrator, junto con los recursos gráficos utilizados (tipografías, íconos e ilustraciones).

Tips de implementación

- Mantener las proporciones originales en caso de reescalar piezas.
- Verificar que los archivos se abran correctamente con las fuentes y enlaces activos.
- Revisar sangrados, márgenes y resoluciones antes de imprimir.

- Usar perfiles de color CMYK y una resolución mínima de 300 dpi para impresos.

Carpeta de artes finales digitales

Contiene los materiales diseñados para difusión en redes sociales y plataformas institucionales:

- 2 publicaciones individuales de 1350 × 1080 px.
- 6 carruseles con entre 3 y 5 imágenes cada uno (1350 × 1080 px).
- 39 historias en formato 1080 × 1920 px.

En total, se incluyen 22 artes para publicaciones y carruseles, además de las 39 historias. Todos los archivos editables fueron desarrollados en Adobe Illustrator y empaquetados con sus recursos.

Tips de implementación

- Mantener los márgenes de seguridad que se encuentran en los editables para texto e íconos, evitando cortes en distintas resoluciones.
- Exportar en formato PNG o JPG de alta calidad (RGB, 72 dpi).

Documento de estrategia y calendarización archivo PDF que contiene

- La descripción conceptual y comunicativa de la estrategia “Voces Amigas”.
- La calendarización de publicaciones por semana y por medio (post, historia, carrusel).
- Una matriz de seguimiento con las fechas y copys.

6.6.2 Especificaciones de uso medios impresos

- Las guías mediadas fueron diseñadas para impresión en papel couché mate o satinado, tamaño carta (8.5 × 11 plg), con encuadernado tipo grapa o empaste liviano.
- Los afiches están optimizados para impresión en papel tipo texcote o husky, de alto gramaje (mínimo 180 g), recomendando plastificado mate para prolongar su durabilidad.
- Los juegos educativos pueden imprimirse a escala reducida, sin embargo, se sugiere utilizar adhesivo vinílico mate montado sobre cartón o foamboard para garantizar resistencia y usabilidad en contextos escolares.

6.6.3 Especificaciones de uso medios digitales

- Los materiales digitales fueron desarrollados exclusivamente para entornos en línea.
- Se desaconseja su impresión, ya que la resolución y el espacio de color están configurados para pantallas (RGB).
- Cada publicación digital debe acompañarse de un *copy* narrativo o texto descriptivo que refuerce el mensaje central y oriente la interacción con el público.
- Los *copies* oficiales se encuentran en el documento de estrategia y deben usarse sin modificaciones para mantener la coherencia con el mensaje.

A continuación, se presenta la tabla que detallan la calendarización de publicaciones por semana y por medio, con las fechas y *copies* correspondientes.

Tabla 7: Matriz de contenido mensual

Abril 2026			
Fecha/horario	Objetivo	Medio	Copy Out
Semana 01 - PPBT			
Miércoles 01 10:30 am	Destacar el compromiso institucional de Educo con la promoción del buen trato.	Historia	No aplica.
Jueves 02 11:00 am	Promover una comunicación empática que fomente el buen trato.	Historia	No aplica.
Viernes 03 10:30 am	Sensibilizar sobre el poder del lenguaje como herramienta de protección.	Carrusel	El buen trato comienza en las palabras que usamos. Hablar con respeto y empatía cambia todo.

Abril 2026			
Fecha/horario	Objetivo	Medio	Copy Out
Semana 02 - PPBT			
Lunes 06 10:00 am	Promover el respeto al corregir y acompañar sin ridiculizar.	Historia	No aplica.
Martes 07 09:30 am	Resaltar que el buen trato se refleja en las acciones cotidianas.	Post	Cada palabra, cada gesto y cada escucha crean relaciones más humanas. Comienza hoy, trata bien. Un día a la vez.
Jueves 09 10:00 am	Promover la idea de que el buen trato aplica a todas las personas, sin importar la edad.	Historia	No aplica.
Viernes 10 10:30 am	Resaltar que las políticas requieren acciones diarias para hacerse efectivas.	Historia	No aplica.
Sábado 11 11:00 am	Dar a conocer la Política de Protección y Buen Trato y su propósito.	Carrusel	Debemos asegurarnos que cada niña, niño y adolescente crezca en entornos seguros y empáticos. Conocer las políticas es el primer paso para proteger.
Semana 03 - PPBT final PSEAH inicio			
Lunes 13 10:00 am	Mostrar que el buen trato no solo previene el daño, sino que fortalece la confianza y el bienestar.	Historia	No aplica.
Miércoles 15 10:30 am	Explicar qué es la PSEAH y promover la responsabilidad colectiva de proteger.	Carrusel	El buen trato también significa poner límites. Cuidar es actuar, y proteger es responsabilidad de todas y todos.
Viernes 17 10:00 am	Reafirmar el compromiso de Educo con la protección más allá de la niñez.	Historia	No aplica.

Abril 2026			
Fecha/horario	Objetivo	Medio	Copy Out
Semana 04 - PSEAH			
Lunes 20 09:00 am	Fomentar la creación de entornos seguros basados en respeto, confianza y empatía.	Carrusel	Construyamos juntos espacios donde el buen trato sea parte de cada día.
Lunes 20 10:00 am	Fomentar la expresión y denuncia de situaciones inapropiadas.	Historia	No aplica.
Martes 21 09:30 am	Promover la empatía y la acción responsable ante casos de acoso o abuso.	Historia	No aplica.
Miércoles 22 10:30 am	Aclarar que la protección frente al abuso y acoso aplica para todas las personas.	Historia	No aplica.
Jueves 23 10:40 am	Fomentar la expresión y la confianza como medios para prevenir el abuso.	Historia	No aplica.
Viernes 24 10:40 am	Reforzar que la protección es una responsabilidad colectiva y cotidiana.	Historia	No aplica.
Sábado 25 11:00 am	Visibilizar la importancia de proteger la niñez y promover entornos seguros.	Post	Alcemos la voz por la niñez. Construyamos entornos donde todas las niñas y niños crezcan seguros, escuchados y protegidos

Abril 2026			
Fecha/horario	Objetivo	Medio	Copy Out
Semana 05 - PPBT y PSEAH			
Martes 28 10:30 am	Difundir los recursos creados por Educo para fortalecer la protección y el buen trato.	Carrusel	Educo ha creado recursos para fortalecer la protección, la empatía y la escucha en cada espacio: escuela, familia y comunidad. Porque cuidar es enseñar con el ejemplo.
Miércoles 29 09:30 am	Promover la descarga y difusión de las versiones mediadas de las políticas de protección de Educo.	Historia	No aplica.
Jueves 30 10:00 am	Difundir los juegos educativos de Educo como herramientas para promover el respeto y la protección.	Historia	No aplica.

Tabla 7: Calendario de publicaciones digitales para la estrategia digital de las políticas de protección y buen trato de Educo Guatemala. Huwart, M. 2025.

6.7

Aporte económico

El presente aporte económico reconoce el valor profesional del diseño gráfico como un proceso integral que comprende las etapas de diagnóstico, investigación, conceptualización, ejecución técnica y validación de resultados. El desarrollo de la estrategia crossmedia de comunicación visual acumuló un total de 197 horas con 57 minutos de trabajo, distribuidos entre las distintas fases del proyecto de graduación, según los registros documentados en la plataforma Clockify.

Tabla 8: Costos

COSTOS FIJOS			
Rubro	Costo por hora	Horas del proyecto	Total
Luz	Q. 0.21	197:57	Q. 41.48
Teléfono	Q. 0.13		Q. 25.68
Suite de Adobe	Q. 0.17		Q. 33.58
Subtotal			Q. 136.30
COSTOS VARIABLES			
Rubro	Costo por mes	Cantidad de meses	Total
Transporte Uber	Q. 450.00	3	Q. 1,350.00
Subtotal			Q. 1,350.00
COSTOS DE LIBRERÍA			
Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Resma de hojas blancas	1	Q. 52.00	Q. 52.00
Pruebas de impresión	12	Q. 7.00	Q. 84.00
Fotocopias	20	Q. 25	Q. 5.00
Subtotal			Q. 141.00

Tabla 8: Cálculo de costos fijos, variables y de librería. Huwart, M. 2025.

Tabla 9: Depreciación de equipo

Depreciación de equipo			
Recurso	Costo por hora	Horas empleadas	Total
Computadora	Q. 0.05	197:57	Q. 9.87
Mouse	Q. 0.017		Q. 1.97
Monitor	Q. 0.03		Q. 5.92
Disco duro externo	Q. 0.01		Q. 1.97
Celular	Q. 0.13		Q. 25.68
Equipo fotográfico	Q. 0.05	8	Q. 0.4
Subtotal			Q. 45.81

Tabla 9: Cálculo de depreciación de equipo. Huwart, M. 2025.

Tabla 10: Impresión de prototipos

Impresión de prototipos finales			
Pieza	Número de materiales/páginas	Costo por unidad/página	Total
Guía ilustrada de 12 páginas	24	Q. 7.00	Q. 168.00
Afiches educativos	4	Q. 17.00	Q. 68.00
Juegos educativos	2	Q. 50.00	Q. 100.00
Mantas vinílicas	2	Q. 20.00	Q. 40.00
Subtotal			Q. 376.00

Tabla 10: Cálculo de costos por impresión de prototipos. Huwart, M. 2025.

Tabla 11: Servicios profesionales

Servicios profesionales			
Etapas	Costo/hora	Horas	Total
Proceso de investigación diagnóstica	Q.153.00	40	Q.6,120.00
Conceptualización		13:56	Q.2,074.68
Bocetaje		11:25	Q.1,721.25
Proceso creativo (dirección y desarrollo conceptual de las piezas técnicas)		138.08	Q.21,126.24
Proceso de validación		21:50	Q.3,289.50
Exportación de piezas		13:18	Q.2,016.54
Subtotal			Q.36,348.21

Tabla 11: Cálculo de costos por servicios profesionales. Huwart, M. 2025.

Tabla 12: Servicios técnicos

Servicios técnicos			
Piezas digitales			
Pieza	Número de materiales	Costo por unidad	Total
Publicaciones (1 sola y carruseles)	22	Q. 75.00	Q. 1,650.00
Historias	39	Q. 50.00	Q. 1,950.00
Subtotal			Q.3,600.00
Piezas impresas			
Pieza	Número de materiales	Costo por unidad/página	Total
Guía ilustrada por página	24	Q. 250.00	Q. 6,000.00
Afiches educativos	4	Q. 400.00	Q. 1,600.00
Juegos educativos	2	Q. 750.00	Q. 1,500.00
Mantas vinílicas	2	Q. 300.00	Q. 600.00
Subtotal			Q.13,300.00

Tabla 12: Cálculo de costos por servicios técnicos. Huwart, M. 2025.

Tabla 13: Honorarios totales

Honorarios totales	
Rubros	Total
Costos e insumos	Q.2,049.11
Servicios profesionales	Q.13,300.00
Servicios técnicos	Q.36,348.21
Subtotal	Q.51,697.32
Impuesto del Valor Agregado (IVA) 5%	Q.2,584.86
Impuesto Sobre la Renta (ISR) 5%	Q.2,584.86
Total	Q.56,867.04

Tabla 13: Cálculo de honorarios totales. Huwart, M. 2025.

El costo total del proyecto asciende a Q56,867.04, representando una contribución significativa al fortalecimiento de la comunicación institucional a través de la estrategia crossmedia desarrollada para la Fundación Educación y Cooperación (EDUCO), en el marco del proyecto de graduación 2025.

Aprendizajes

●●●●●●●●

CAPÍTULO 07 - SÍNTESIS DEL PROCESO



& reflexiones

Capítulo

Síntesis del proceso

07.

Este capítulo presenta una síntesis de los aprendizajes obtenidos durante el desarrollo del proyecto, organizados en tres momentos: las consideraciones iniciales, los hallazgos surgidos durante la ejecución metodológica y gráfica, y los aprendizajes al finalizar el proceso. Además, se incluyen las conclusiones que evalúan el cumplimiento de los objetivos planteados y las recomendaciones dirigidas a instituciones y futuros estudiantes, con el propósito de orientar proyectos similares y fortalecer los procesos dentro del campo del diseño gráfico.



Lecciones aprendidas



Conclusiones



Recomendaciones



Lecciones aprendidas

Al iniciar el proceso

- Uno de los aprendizajes principales fue comprender que ningún proceso investigativo puede sostenerse en una sola fuente. La complejidad de los problemas sociales demanda contrastar información desde diversas perspectivas, tanto documentales como testimoniales.
- También se hizo evidente la importancia de involucrar a profesionales desde las primeras etapas metodológicas. Contar con las opiniones de especialistas en protección de la niñez, psicología y justicia permitió construir un marco conceptual más sólido. Las entrevistas demostraron que la investigación documental secundaria es indispensable, pero insuficiente por sí sola, ya que la comprensión real del contexto social requiere interacción directa con quienes trabajan cotidianamente en él.
- Asimismo, quedó claro que definir los objetivos del proyecto es una de las tareas más complejas y decisivas. Los objetivos no pueden formularse de manera superficial, porque concentran la esencia de todo lo investigado y guían la construcción de los materiales gráficos.
- Un aprendizaje especialmente significativo fue reconocer que para justificar adecuadamente un proyecto de comunicación visual es necesario comprender primero el problema social que le da origen. Solo al identificar esa problemática raíz, como la falta de conocimiento sobre derechos, la cultura de violencia o la debilidad institucional, fue posible construir una intervención gráfica con sentido, pertinencia y respaldo conceptual.

Durante el proceso

- El proceso reveló que la etapa conceptual es el punto más desafiante dentro del desarrollo gráfico. Conceptualizar no es únicamente generar ideas, implica traducir una problemática compleja en un concepto creativo que pueda sostener una respuesta gráfica sólida. Un *insight*, por simple que parezca, requiere consistencia teórica, claridad emocional y capacidad de transformación visual. Por ello, esta fase demandó tiempo, análisis y replanteamientos.
- La elaboración de bocetaje se convirtió en una herramienta fundamental. Bocetar muchas versiones permitió identificar patrones, depurar decisiones y establecer una línea gráfica que pudiera adaptarse a varios formatos sin perder coherencia ni caer en la monotonía.
- Asimismo, la realización de múltiples prototipos fue clave para afinar la propuesta. No se trató únicamente de prototipos digitales, sino también de prototipos impresos para evaluar color, legibilidad, tamaño, brillo del papel, contraste y comportamiento real de los elementos visuales en mano. Estas pruebas ofrecieron certezas y permitieron tomar decisiones informadas que garantizaron la calidad final de los materiales.
- Un factor determinante para obtener buenos resultados fue la selección consciente de las personas para las validaciones. Elegir perfiles adecuados, marcó la diferencia entre recibir comentarios generales y obtener aportes concretos que mejoraron significativamente las piezas.

Al finalizar el proceso

- Otro aprendizaje importante fue reconocer que validar durante la producción gráfica, y no después, evita retrabajos. La retroalimentación continua permitió corregir detalles de composición, color, narrativa visual y jerarquía mientras las piezas estaban en desarrollo, lo cual redujo tiempos y optimizó recursos.
- A lo largo del proceso se evidenció también que adaptarse a lineamientos institucionales puede parecer limitante en un inicio, pero con una gestión estratégica de los elementos gráficos estas limitaciones se convierten en puntos de partida.
- Finalmente, el proyecto enseñó que, cuando un proceso no responde a lo que se necesita, es mejor replantearlo a tiempo que continuar construyendo sobre una base débil. Por ello, el concepto creativo tuvo que rediseñarse durante el segundo nivel de visualización. Aunque implicó esfuerzos adicionales, los resultados obtenidos fueron mucho más sólidos y pertinentes.
- Al concluir el proyecto, se pudo comprender el valor del diseño cuando se vincula con causas sociales reales. El diseño, cuando se fundamenta en investigación y en una comprensión del entorno, adquiere un papel transformador.
- El proceso también reafirmó que el acompañamiento profesional es indispensable. Ningún diseñador, por talentoso que sea, puede desarrollar un proyecto de impacto social de manera aislada. Las asesorías, entrevistas, validaciones y revisiones interdisciplinarias ampliaron los horizontes del proyecto y garantizaron que los materiales fueran pertinentes, útiles y respetuosos.
- Otro aprendizaje importante fue descubrir el valor de acercarse directamente al grupo objetivo. Observar cómo niñas, niños, adolescentes y jóvenes reaccionaban a los materiales permitió identificar comportamientos que solo se hacen visibles mediante el contacto humano: expresiones, dudas, interpretaciones, niveles de comprensión y emociones.
- Finalmente, el proyecto dejó claro que una propuesta gráfica bien fundamentada puede convertirse en una herramienta social de impacto real. La retroalimentación recibida por profesionales, como el comentario de Miguel Aldana Moscoso, evidenció que este tipo de materiales llenan vacíos institucionales y aportan valor a comunidades donde el Estado no siempre llega.



Conclusiones

- La estrategia de comunicación visual elaborada constituye una base sólida para que Educo pueda fortalecer, en un futuro, sus procesos de socialización y divulgación de las políticas institucionales de protección y buen trato. Aunque los materiales aún no han sido implementados, el sistema diseñado demuestra el potencial necesario para apoyar la visibilización del trabajo institucional una vez que se ponga en práctica.
- El proyecto logró transformar contenidos institucionales complejos en recursos pedagógicos y accesibles que facilitan la comprensión de la protección infantil, del buen trato y de los procedimientos vinculados a la denuncia. La selección de ilustraciones, narrativas visuales claras y una organización del contenido ordenada y concreta permiten prever que, al momento de utilizarse, los materiales ofrecerán una vía comprensible para abordar temas que tradicionalmente se comunican mediante documentos extensos o de difícil interpretación.
- Se logró desarrollar una serie de piezas coherentes para medios digitales e impresos que responden a la identidad institucional de Educo y que incorporan criterios técnicos vinculados a legibilidad, jerarquía visual, adaptación cultural y consistencia tipográfica y cromática. La creación del sistema visual tropicalizado demuestra que es posible llevar las políticas internas a formatos más amigables, respetuosos y alineados con las realidades socioculturales del Altiplano Occidental. Este logro metodológico constituye un recurso valioso para futuras implementaciones institucionales.
- Aunque los materiales aún no han sido sometidos a un uso prolongado en las comunidades, las validaciones realizadas sugieren que su diseño facilita la lectura, la interpretación y la apropiación inicial de los contenidos, cumpliendo así con la intención formativa del proyecto.
- A nivel académico, el trabajo evidencia la relevancia del diseño como disciplina capaz de analizar problemáticas sociales y traducirlas en soluciones visuales contextualizadas. La articulación entre investigación, conceptualización y ejecución permitió consolidar una metodología que puede servir como referencia para futuros procesos similares, especialmente en instituciones que trabajan en temas de bienestar infantil y derechos humanos.



Recomendaciones

A las instituciones

- Definir con claridad sus necesidades antes de iniciar cualquier proceso de diseño, para que los futuros proyectos alcancen un desarrollo óptimo. Una delimitación precisa permite establecer expectativas realistas y asegurar que los materiales producidos respondan a los objetivos institucionales.
- Mantener una comunicación constante con el estudiante, no solo para aprobar propuestas, sino también para participar activamente en el proceso. Involucrarse, proponer ideas, compartir materiales previos y explicar el contexto de la causa social fortalece la pertinencia de la estrategia comunicacional.
- Aportar significativamente ofreciendo espacios para el acercamiento a la comunidad y facilitando información interna que permita comprender a profundidad el problema social. Además, brindar una retroalimentación crítica, honesta y constructiva contribuirá a que los resultados finales sean más funcionales.

A los estudiantes de proyecto de graduación

- Comprender que la metodología es tan importante como el diseño final. Un problema bien planteado y bien investigado abre caminos más claros para el proceso conceptual y evita esfuerzos innecesarios.
- Propiciar el autodidactismo. Las asesorías y las guías son fundamentales, pero el aprendizaje profundo surge al investigar por iniciativa propia, explorar nuevas técnicas, consultar referentes y cuestionar constantemente las ideas iniciales.
- Comprender que el contacto con el grupo objetivo no debe limitarse a un requisito metodológico, debe entenderse como una herramienta de sensibilidad y validación. Observar cómo las personas interactúan con los materiales ofrece claves valiosas para mejorar la propuesta.
- Lograr involucrarse activamente con la institución es esencial para garantizar coherencia entre el proyecto académico y la realidad social. Mostrar avances con frecuencia, solicitar retroalimentación y mantener un diálogo permanente fortalece el proceso.
- Elegir una causa social con la que exista un vínculo emocional o ético, ya que ello potencia la motivación y el compromiso. Diseñar con sentido, con base teórica y con propósito genera resultados más satisfactorios.



Referencias bibliográficas

- Arreaga, Stef. 2019. “El caso “Hogar Seguro Virgen de la Asunción”: una lesión irreparable de la dignidad humana”. Prensa Comunitaria. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://prensacomunitaria.org/2019/04/el-caso-hogar-seguro-virgen-de-la-asuncion-una-lesion-irreparable-de-la-dignidad-humana/>
- Cabezón, Rosa. 2024. El color como herramienta de comunicación. Semiótica del color según Joan Costa. Easdsoria. Acceso el 2 de septiembre de 2025, <https://escueladeartesoria.es/color-segun-joan-costa/herramienta20comunicaci%20significar>.
- Citado en Mena, Claudia. 2018. Reflexiones básicas al diseñar para el entorno social. ForoAlfa. Acceso el 14 de agosto de 2025, <https://foroalfa.org/articulos/reflexiones-basicas-al-disenar-para-el-entorno-social>
- Educo. 2024. Educo en Guatemala: comprometido con la protección, la educación y la participación. Acceso el 9 de febrero de 2025. <https://educogt.org/about/>
- Educo. 2025. “La voz de la niñez Derechos, realidades y sueños”. Educo. Acceso el 26 de abril de 2025, <https://educogt.org/lavozdelaninez/>
- Educo. 2025. Investigación ASBDNA - Análisis situacional de los derechos y bienestar de la niñez y adolescencia. Educo Guatemala.
- EFE. 2020. “Niñez guatemalteca no cuenta con derechos básicos en al menos cuatro aspectos”. CRN Noticias. Acceso el 26 de abril de 2025, <https://crnnoticias.com/ninez-guatemalteca-no-cuenta-con-derechos-basicos-en-al-menos-cuatro-aspectos/>
- ENCOVI. 2023. “Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, ENCOVI 2023: Principales resultados y pobreza desigual”. ENCOVI. Acceso el 26 de abril de 2025, <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2024/08/21/20240821100052iZwkJLBrcyCmachhwmugK-t4pf6cK8kRg.pdf>

Ferrigno, Victor. 2023. Grave deserción escolar. La Hora. Acceso el 9 de febrero de 2025, <https://lahora.gt/opinion/vferrigno/2023/02/22/grave-desercion-escolar/>

IxDF. 2019. What are Grid Systems? Interaction Design Foundation. Acceso el 2 de septiembre de 2025, <https://www.interaction-design.org/literature/topics/grid-systems>

Jenkins, Henry. 2006. Convergence Cultures: Where Old and New Media Collide. New York University Press, New York.

Kabi, Estefanía. 2024. Designing for Inclusivity: How Diversity is Shaping the Future of Design. Medium. Acceso el 3 de septiembre de 2025, <https://medium.com/%40stephaniekabi/designing-for-inclusivity-how-diversity-is-shaping-the-future-of-design-stephanie-kabi-7569c729849f>

Kane, John. 2012. Manual de tipografía. 2a edición, ampliada y revisada. Barcelona: Gustavo Gili. 3-25.

La Hora. 2020. “UNICEF: Unos 2.8 millones de niños y adolescentes indígenas aquejados por la pobreza y desnutrición”. La Hora. Acceso el 26 de abril de 2025. <https://lahora.gt/nacionales/wpcomvip/2017/12/05/unicef-unos-2-8-millones-ninos-adolescentes-indigenas-quejados-la-pobreza-desnutricion/>

Mena, Claudia. 2018. Reflexiones básicas al diseñar para el entorno social. ForoAlfa. Acceso el 14 de agosto de 2025, <https://foroalfa.org/articulos/reflexiones-basicas-al-disenar-para-el-entorno-social>

Michalko, Michael. 2001. Thinkertoys: Cómo desarrollar la creatividad en la empresa. Traducido por Adelaida Santapau. Barcelona: Ediciones Gestión 2000. 159-166.

- Michalko, Michael. 2001. Thinkertoys: Cómo desarrollar la creatividad en la empresa. Traducido por Adelaida Santapau. Barcelona: Ediciones Gestión 2000. 245-249.
- Michalko, Michael. 2001. Thinkertoys: Cómo desarrollar la creatividad en la empresa. Traducido por Adelaida Santapau. Barcelona: Ediciones Gestión 2000. 250-266.
- Ogilvy. 2021. Mother Blanket – Fundación Vivir & CCPDA. Ogilvy. Acceso el 13 de agosto de 2025, <https://www.ogilvy.com/work/mother-blanket>
- Organismo Judicial. 2003. Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia. Organismo Judicial de Guatemala. Guatemala.
- Prensa Latina. 2024. “Más de 300 mil niños trabajan en Guatemala, la mayoría indígenas”. Prensa Latina. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://www.prensa-latina.cu/2024/06/12/mas-de-300-mil-ninos-trabajan-en-guatemala-la-mayoria-indigenas/>
- Soler, Soledad. 2016. La fotografía como herramienta de intervención social. Barcelona, Universitat de Barcelona, Facultat de Pedagogia. 23-35
- Tomero, Alicia. 2025. Raíces ancestrales y vestimenta tradicional de los pueblos de Guatemala. Post Posmo. Acceso el 14 de agosto de 2025, <https://www.postposmo.com/raices-ancestrales-y-vestimenta-tradicional-de-los-pueblos-de-guatemala/>
- UNFPA. 2025. Adolescentes en Guatemala abrazan sus proyectos de vida con esperanza. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://lac.unfpa.org/es/news/adolescentes-guatemala-abrazan-sus-proyectos-de-vida>
- UNICEF & MIEDUC. 2024. Estado de la niñez en Guatemala. UNICEF. Acceso el 16 de abril de 2025, <https://www.unicef.org/guatemala>
- UNICEF. 2006. Convención sobre los Derechos del Niño. UNICEF Comité Español. Madrid.



Índice de figuras

Figura 1: Programa “Es nuestro derecho”. Archivo fotográfico Educo 2025.

Figura 2: Diagrama de los ejes del bienestar infantil. Datos de Educo Guatemala. Huwart, M. 2025.

Figura 3: Diagrama sobre la deserción escolar y sus causas. Huwart, M. 2025.

Figura 4: Programa “Seguridad alimentaria”, Huehuetenango. Archivo Fotográfico Educo 2025.

Figura 5: Diagrama comparativo de la incidencia de la intervención gráfica. Huwart, M. 2025.

Figura 6: Diagrama de factibilidad institucional y técnica del proyecto. Huwart, M. 2025.

Figura 7: Logotipo Educo. Educo Guatemala, 2025.

Figura 8: Programa “Mi beca contribuye a mi educación”. Archivo fotográfico Educo 2025.

Figura 9: Recopilación de Fotografías por área de intervención. Archivo fotográfico Educo 2025.

Figura 10: Mapa de cobertura geográfica de Educo Guatemala. Huwart, M. 2025.

Figura 11: Recopilación de referentes de aplicación de la línea gráfica institucional. Brandbook Educo, 2025.

Figura 12: Recopilación de referentes de posicionamiento en proyectos, Nicaragua. Brandbook Educo, 2025

Figura 13: Recopilación de publicaciones en medios Digitales. Facebook Educo Guatemala. 2025.

Figura 14: Relación entre los grupos objetivo y su contribución al cumplimiento del objetivo general del proyecto. Huwart, M. 2025

Figura 15: Programa “Mi beca contribuye a mi educación”. Archivo fotográfico Educo 2025.

Figura 16: Programa “Mi huerto”, Quiché. Archivo Fotográfico Educo 2025.

Figura 17: Flujograma del proceso de planeación operativa del proyecto. Huwart, M. 2025.

Figura 18 Programa “Seguridad alimentaria”, Huhuetenango. Archivo fotográfico Educo 2025

Figura 19: Programa “Mi beca contribuye a mi educación”. Archivo fotográfico Educo 2025.

Figura 20: Paola. Programa “Mi beca contribuye a mi educación”. Archivo fotográfico Educo 2025.

Figura 21: Documental juventudes Totonicapán. Archivo fotográfico Educo 2025.

Figura 22: Diagrama formulación de preguntas fénix. Concepto creativo. Huwart, M. 2025.

Figura 23: Diagrama de la tres B. Concepto creativo. Huwart, M. 2025.

Figura 24: Recopilación de referentes a través de diagnóstico de concepto creativo. Huwart, M. 2025.

Figura 25: Tipografía institucional. Premisas de diseño. Huwart, M. 2025.

Figura 26: Retícula modular. Premisas de diseño. Coopplus. 2025.

Figura 27: Personajes de Duolingo. Duolingo Web. 2025.

Figura 28: Personajes de Duolingo. Duolingo Web. 2025.

Figura 29: Materiales y guías educativas Curious Gastronomist. Pinterest. 2025

Figura 30: Boceto de personajes para piezas impresas. Huwart, M. 2025

Figura 31: Boceto de personajes para piezas impresas. Huwart, M. 2025

Figura 32: Boceto de composición para piezas impresas. Huwart, M. 2025

Figura 33: Boceto de composición para piezas impresas. Huwart, M. 2025

Figura 34: Boceto de composición para piezas impresas. Huwart, M. 2025

Figura 35: Boceto de retícula y elementos para digitales. Huwart, M. 2025

Figura 36: Boceto de retícula y elementos para digitales. Huwart, M. 2025

Figura 37: Boceto de retícula y elementos para digitales. Huwart, M. 2025

Figura 38: Captura de pantalla grupo focal con Expertos. Huwart, M. 2025.

Figura 39: Recopilación de páginas internas de la guía 1. Antes y después. Huwart, M. 2025.

Figura 40: Juego educativo para la PSEAH. Antes y después. Huwart, M. 2025.

Figura 41: Documentación de validación con grupo objetivo primario, Instituto Normal Mixto “Juan de León”, Santa Cruz del Quiché. Huwart, M. 2025.

Figura 42: Documentación de validación con grupo objetivo primario, Instituto Normal Mixto “Juan de León”, Santa Cruz del Quiché. Huwart, M. 2025.

Figura 43: Documentación de validación con grupo objetivo secundario, Edificio M2, Usac. Huwart, M. 2025

Figura 44: Documentación de validación con grupo objetivo secundario, Edificio M2, Usac. Huwart, M. 2025.

Figura 45: Diagrama de palabras. Aspectos que más agradaron al GO. Huwart, M. 2025.

Figura 46: Artes para redes sociales. Antes y después de validación. Huwart, M. 2025.

Figura 47: Captura de pantalla validación con institución. Muestra de juego en gran formato. Huwart, M. 2025.

Figura 48: Aplicación de personaje, medios impresos. Huwart, M. 2025.

Figura 49: Aplicación de personajes. Huwart, M. 2025.

Figura 50: Programa seguridad alimentaria, Huehuetenango. Archivo fotográfico Educo 2025.

Figura 51: Muestra de esquema reticular para medios impresos. Reticula modular para Guías de Aplicación. Huwart, M. 2025.

Figura 52: Muestra de esquema reticular para medios digitales. Reticula jerárquica para carruseles. Huwart, M. 2025.

Figura 53: Muestra de esquema de formatos para medios digitales. Huwart, M. 2025.



Índice de tablas

Tabla 01: Cronograma de la planeación operativa del proyecto. Huwart, M. Agosto, 2025.

Tabla 02: Depreciación del equipo para la previsión de costos del proyecto. Huwart, M. Agosto 2025.

Tabla 03: Software y servicios para la previsión de costos del proyecto. Huwart, M. Agosto 2025.

Tabla 04: Matriz de evaluación de personajes. Huwart, M. Agosto 2025.

Tabla 05: Matriz de evaluación para medios impresos. Huwart, M. Agosto 2025.

Tabla 06: Matriz de evaluación para medios digitales. Huwart, M. Agosto 2025.

Tabla 7: Calendario de publicaciones digitales para la estrategia digital de las políticas de protección y buen trato de Educo Guatemala. Huwart, M. 2025.

Tabla 8: Cálculo de costos fijos, variables y de librería. Huwart, M. 2025.

Tabla 9: Cálculo de depreciación de equipo. Huwart, M. 2025.

Tabla 10: Cálculo de costos por impresión de prototipos. Huwart, M. 2025.

Tabla 11: Cálculo de costos por servicios profesionales. Huwart, M. 2025.

Tabla 12: Cálculo de costos por servicios técnicos. Huwart, M. 2025.

Tabla 13: Cálculo de honorarios totales. Huwart, M. 2025.

Anexos**Entrevistas proceso
metodológico****01.****Entrevista: derechos
de los niños y
protección infantil**

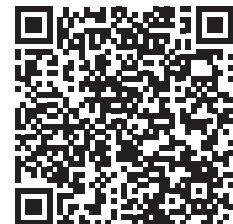
Entrevista dirigida a:
Lic. Miguel Aldana
Magistrado de Sala Mixta,
Totonicapán

**02.****Entrevista: métodos
de enseñanza**

Entrevista dirigida a:
Lic. Ervin Natareno,
Procurador defensor
de los derechos de
las personas con
discapacidad, incluida
niñez.

**03.****Entrevista: derechos
de los niños y
protección infantil**

Entrevista dirigida a:
Lic. Diego Estrada Tobar,
Abogado defensor de los
derechos de la niñez.



Entrevistas proceso metodológico

04.

Entrevista: protección de la infancia

Entrevista dirigida a: Licda. Carmen Véliz, Psicóloga con experiencia en casos contra el maltrato y protección.



05.

Entrevista: calidad y cobertura educativa en contextos del interior de Guatemala

Entrevista dirigida a 8 maestros del interior del país:



- David Ceto
- Berenice Natareno
- Odilia Cedillo
- Juan Enrique Santiago
- Zaida Dalila Morales
- Paula LeRoy
- Veronica Yat
- Angélica de Paz

06.

Convergencias temáticas en entrevistas

Tabla que resume y compara las temáticas más relevantes abordadas por las personas entrevistadas (excepto la de comunicación en Educo), agrupadas por temas comunes.

Tema transversal	Qué dicen los entrevistados	Conclusión
Deserción escolar y exclusión educativa	Carmen Véliz: por pobreza, migración, y distancia. Diego Estrada: por trabajo infantil y pobreza extrema. Docentes (Zaida, Odilia, Petrona): por migración, desinterés familiar, falta de recursos.	La deserción escolar está vinculada a factores estructurales (pobreza, migración, trabajo infantil) y socioculturales.
Falta de pertinencia cultural y curricular	Diego Estrada: urge adecuar la educación a la cosmovisión e idioma. Berenice Natareno: el currículo no considera las realidades del área rural. Ervin Natareno: falta visión interseccional en educación.	La falta de adecuación curricular profundiza la exclusión.
Infraestructura y falta de recursos	Miguel Aldana: priorizar una campaña nacional de infraestructura. Docentes (David, Petrona, Odilia): falta de libros, electricidad, computadoras, aulas dignas.	La precariedad física de las escuelas limita la función educativa y protectora.
Violencia infantil y falta de protección efectiva	Miguel Aldana: violencia sexual, doméstica y discriminación son frecuentes; falta de respuesta institucional. Carmen Véliz: violencia basada en género, trabajo infantil, falta de redes protectoras. Diego Estrada: violencia sexual dentro del sistema educativo.	La violencia contra NNA es sistemática y multicausal. El proyecto debe contribuir a visibilizar la necesidad de fortalecer los sistemas de protección en todos los niveles.
Debilidad institucional y falta de articulación	Miguel Aldana: operadores sin formación ni sensibilidad. Carmen Véliz: servicios centralizados, instituciones sin capacidad operativa. Diego Estrada: corrupción en estructuras sindicales.	La falta de articulación institucional obstaculiza el cumplimiento de los derechos de la niñez.
Rol de la familia y la comunidad	Carmen Véliz: la familia es el primer garante, pero necesita apoyo. Ervin y docentes: debe haber corresponsabilidad en el proceso educativo. Odilia Cedillo: involucrar a las familias en los procesos educativos.	La protección infantil y la educación deben ser procesos compartidos.
Educación como eje protector	Diego Estrada: sin educación, hay mayor riesgo de trata y violencia. Ervin: la educación puede transformar la vida si se implementa bien. Berenice Natareno: la educación puede transformar comunidades.	Existe una fuerte creencia sobre el papel protector de la escuela.

07.

Capas de análisis

Tabla de análisis que integra todas las entrevistas relevantes (exceptuando la de comunicación en Educo).

Nivel de análisis	Entrevistados	Aportes clave
Estructural – Legal	Miguel Ángel Aldana	Denuncia la debilidad institucional del Estado para garantizar la protección infantil. Hace énfasis en la falta de formación con enfoque de derechos en operadores de justicia y propone redes comunitarias de apoyo.
Institucional Comunitaria	Carmen María Véliz	Resalta la centralización de los servicios del Estado y la falta de atención en comunidades rurales. Destaca la corresponsabilidad y el papel activo de las redes comunitarias en la protección.
Pedagógica – Política	Ervin Natareno, Diego Estrada	Visibilizan la educación como herramienta de protección, denuncian la falta de pertinencia del currículo y de políticas públicas contextualizadas. Diego destaca el riesgo de violencia institucional desde el sistema educativo.
Territorial – Escolar	David Ceto, Zaida Morales, Odilia Cedillo, Petrona de Paz, Berenice Natareno (docentes del altiplano)	Describen las barreras reales del acceso y permanencia escolar: migración, trabajo infantil, pobreza, desinterés familiar, falta de libros, materiales, electricidad y apoyo estatal. También visibilizan experiencias desde la docencia.

Proceso gráfico: resultados de validaciones

08.

Resultados de validación grupo objetivo primario

16 participantes
Niños, niñas y adolescentes de entre 9 a 20 años.



09.

Resultados de validación grupo objetivo secundario

15 participantes
Jóvenes de 20 a 26 años, estudiantes de nivel universitario.



10.

Resultados de validación experto en el tema social

Miguel Ángel Aldana
Magistrado de Sala Mixta de Totonicapán.



Anexo No. 11

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación | Instrumento de Validación

**Objetivo de la Actividad:**

Analizar de forma participativa la comprensión y percepción que niñas, niños y adolescentes tienen sobre la versión mediada de la Política de Protección y Buen Trato, y qué piensan sobre su contenido, sus dibujos y su diseño. Marca con una "X" la opción que más se parezca a lo que piensas o sientes. Si no tienes suficiente espacio para responder, puedes escribir tu respuesta al reverso de la hoja.

Edad: _____ **Género:** Mujer ☐ Hombre ☐ Prefiero no decir ☐

01. ¿Qué mensaje entendiste al ver esta guía?

Que todos debemos tratarnos con respeto y cuidado. ☐

Que puedo pedir ayuda si algo me hace sentir mal. ☐

No entendí bien el mensaje. ☐

02. ¿Te pareció fácil de entender la información?

Sí, fue clara y sencilla. ☐

Sí, pero algunas partes me costaron. ☐

No la entendí muy bien. ☐

03. ¿Crees que esta guía explica bien qué hacer si algo te preocupa o te hace sentir mal?

Sí, lo explica bien. ☐

Un poco. ☐

No mucho o no lo entendí. ☐

04. ¿Qué te parecieron los dibujos y personajes?

Me gustó mucho



Me gustó



No me agradó

05. ¿Qué opinas de los colores y la guía general?

Me gustó mucho



Me gustó



No me agradó

06. El juego "Escaleras del Buen Trato" te pareció:

Me gustó mucho



Me gustó



No me agradó

**07. ¿Qué fue lo que más te gustó?
y ¿Qué cambiarías o mejorarías?**

Anexo No. 12

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación | Instrumento de Validación

**Objetivo de la Actividad:**

Evaluar la efectividad comunicativa, la claridad y el atractivo de las piezas digitales (carruseles y stories) diseñadas para redes sociales, con énfasis en jóvenes adultos, asegurando que transmitan adecuadamente el mensaje de la campaña y resulten visualmente llamativas en entornos digitales.

Edad: _____ Género: Masculino ☐ Femenino ☐ Prefiero no decir ☐

01. ¿Qué mensaje entendiste al ver los carruseles y stories?

Que es importante proteger a niños, niñas y adolescentes. ☐

Que Educo promueve el buen trato y la prevención de la violencia. ☐

Que la comunidad y la escuela deben ser espacios seguros. ☐

No identifiqué un mensaje claro. ☐

02. ¿Qué elemento te llamó más la atención en las piezas digitales?

El diseño visual (colores, ilustraciones, tipografía). ☐

El mensaje escrito (frases, datos, llamados a la acción). ☐

La combinación de ambos. ☐

Ninguno en particular. ☐

03. ¿Cómo sentiste la tipografía utilizada en los carruseles y stories?

Muy clara y fácil de leer en pantalla. ☐

Clara, pero con algunos detalles difíciles de leer. ☐

Poco legible en ciertos casos. ☐

Confusa o difícil de leer. ☐

04. En una escala del 1 al 5, qué tan atractivo consideras el diseño de las publicaciones digitales:

☐ ☐ ☐ ☐ ☐
 1 5

05. ¿Qué fue lo que más te gustó? y, ¿Qué cambiarías o mejorarías?

Anexo No. 13

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación | Instrumento de Validación





Objetivo de la Actividad:

Analizar la claridad, pertinencia cultural y responsabilidad ética de las piezas, garantizando que promuevan la protección y el buen trato hacia la niñez y adolescencia.

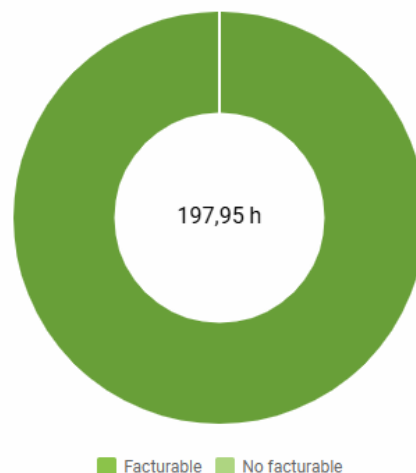
Guía de Preguntas

Introducción	Desde su experiencia, ¿qué tan apropiada considera la propuesta para llegar a comunidades diversas (urbanas, rurales, indígenas, etc.)? ¿Qué potencial positivo identifica en las piezas para fomentar la protección, el buen trato y la cultura de derechos? ¿Observa elementos visuales o narrativos que podrían reforzar estereotipos, sesgos o invisibilizar realidades importantes? ¿Cómo cree que los niños y adolescentes podrían reaccionar emocionalmente ante estas piezas? Desde su experiencia, ¿qué aspectos considera más valiosos de las piezas?
Cierre	¿Qué sugerencias aportaría para reforzar la pertinencia, la responsabilidad ética y el impacto educativo del material?

Anexo No. 14

Horas acumuladas proyecto de graduación

Las horas acumuladas para el desarrollo de la estrategia cross-media de comunicación visual sumaron un total de 197:57. Conforme a los registros obtenidos en la plataforma Clockify.



Anexo No.15

*Virsa Valenzuela Morales -Licenciada en Letras
33 avenida "A" 10-79 zona 7 Tikal 2- Teléfono 59824483*

Nueva Guatemala de la Asunción, 30 de julio de 2026

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación **Diseño de estrategia para la promoción de los derechos y la protección de la niñez y adolescencia en el Altiplano Occidental de Guatemala**, elaborada para la Fundación Educación y Cooperación, de la estudiante **Mariyan Huwart Raymundo** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario **202100941**, previo a conferírsele el título de **Diseñadora Gráfica** en el grado académico de Licenciado.

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

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

Dra. Virsa Valenzuela Morales
No. de colegiada 6,237

*Virsa Valenzuela Morales
Licenciada en Letras
Colegiada No. 6237*

Observaciones: el documento de 164 páginas fue revisado en formato pdf, según puede verse en el archivo con correcciones enviado a la estudiante.

Anexo No. 16



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

***"Diseño de estrategia para la promoción de los derechos y la protección
de la niñez y adolescencia en el Altiplano Occidental de Guatemala, elaborada
para la Fundación Educación y Cooperación."***

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Mariyan Huwart Raymundo

Asesorado por:

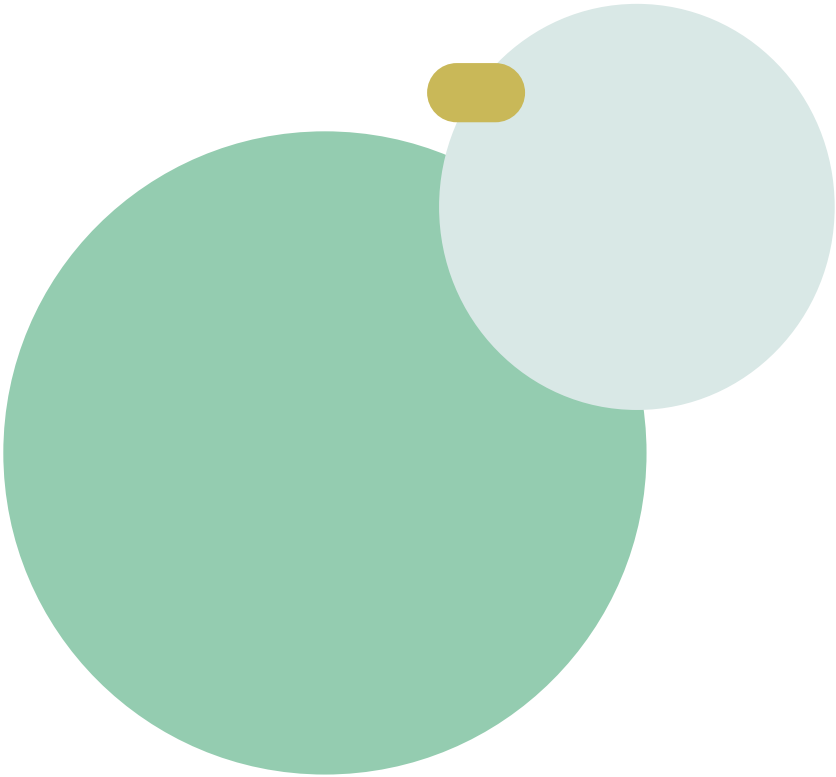
MSc. Licda. Ileana Del Carmen
Reina Ramirez

MSc. Licda. Miriam Isabel
Meléndez Sandoval

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano







FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA