



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de medios cruzados para
el Instituto Universitario de la Mujer
de la Universidad de San Carlos de
Guatemala -IUMUSAC-**

Proyecto presentado por:
Milca Mariza García Ramos

Para optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de medios cruzados para
el Instituto Universitario de la Mujer
de la Universidad de San Carlos de
Guatemala -IUMUSAC-**

Proyecto presentado por:
Milca Mariza García Ramos

Para optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas febreresponsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Guatemala, Agosto 2026



Junta **Directiva**

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Decano

MSc. Licda. Ilma Judith Prado Duque

Vocal II

Arq. Mayra Jeanette 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

Tribunal **Examinador**

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Decano

MSc. Carlos Enrique Franco Roldán

Asesor Gráfico

MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte

Asesor Metodológico

Lcda. Elda Clorinda Marroquín Itzol

Tercer Asesora

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegria



AGRADECIMIENTOS

Primeramente a Dios por permitirme llegar hasta este momento, a mi familia por su apoyo y su cuidado, por sus risas y compañía, a mi amada tía Mirtha por haberme dado palabras de aliento cada vez que mi corazón se sentía indeciso y triste, a mi querida madre, que ha estado conmigo desde el primer día, acompañándome en este duro camino, siempre con los brazos abiertos para darme consuelo. A Mafer y Sofi, por escucharme y no dejar que me rindiera. A Carlos, Leonel y Pamela, que compartieron conmigo; las mismas penas, alegrías y tristezas, que supieron darme ánimos cuando yo no veía nada más que un panorama oscuro y por brindarme su amistad, a mis docentes por haberme asesorado darme sus consejos, y por último pero no menos importante, a mis mascotas, que me acompañaron en los desvelos y me animaron en la única tierna y cálida forma en la que ellos pueden hacerlo.



Índice de Contenidos

Presentación

Capítulo 01

pág. 17

Introducción

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Definición del problema
- 1.3 Justificación
- 1.4 Objetivos

Capítulo 02

pág. 29

Perfiles

- 2.1 Perfil de la institución
- 2.2 perfil del grupo objetivo

Capítulo 03

pág. 41

Planeación operativa

- 3.1 Flujograma
- 3.2 Cronograma
- 3.3 Previsión de costos y recursos

Capítulo 04

pág. 49

Marco Teórico

- 4.1 La perspectiva de género como parte del cambio
- 4.2 Comunicando con el diseño
- 4.3 El diseño y el género.

Capítulo 05

pág. 61

Definición Creativa

- 5.1 Brief de diseño
- 5.2 Referencias Visuales
- 5.3 Estrategia de aplicación de piezas a diseñar (6 w's)
- 5.4 concepto creativo
- 5.5 Premisas de diseño

Capítulo 06

pág. 75

Producción Gráfica

- 6.1 Nivel 1 de visualización
- 6.2 Nivel 2 de visualización
- 6.3 Nivel 3 de visualización
- 6.4 Propuesta final
- 6.5 Fundamentación
- 6.6 Lineamientos para la puesta en práctica
- 6.7 Aporte económico

Capítulo 07

pág. 153

Síntesis del Proyecto

7.1 Conclusiones

7.2 Recomendaciones

7.3 Lecciones Aprendidas

pág. 157

Referencias

Anexos

- Figura 25. Evaluación con María Gutiérrez
- Figura 26. Evaluación con Wendy Reyes
- Figura 27. Evaluación con Wendy Huertas
- Figura 28. Evaluación con Pablo Miranda
- Figura 29. Evaluación con Francisco Zurita
- Figura 30. Evaluación con la institución
- Figura 31. Evaluación con el grupo objetivo
- Figura 32. Evaluación con el grupo objetivo
- Encuesta Perfil del Grupo Objetivo, Estudiantes
- Figura 33 y 34. Segundo nivel de visualización, encuestas, 2022
- Segundo nivel de visualización. Evaluación con profesionales.
- Figura 35, 36 y 37. Tercer nivel de Visualización, encuestas grupo objetivo. 2022



PRESENTACIÓN

El presente proyecto consiste en el diseño de medios cruzados, el cual abarca un podcast junto a material de promoción para redes sociales con el fin de visibilizar las instancias del Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala -IUMUSAC-, un ente no facultativo que fue fundado en el año 2004, que promueve la equidad de género en la educación superior, el respeto a la diversidad sociocultural y acceso al desarrollo dentro de la USAC.

El objetivo de este proyecto, consiste en apoyar los procesos de comunicación, visibilizando los proyectos y las áreas con las que cuenta la institución. Esto debido a que posee poco material que de a conocer las instancias de la institución, así como también los temas que maneja.

El presente informe está dividido en siete capítulos, los cuales se sintetizan a continuación: En el primer Capítulo se llevó a cabo el planteamiento y soluciones al problema detectado durante las investigaciones realizadas sobre la institución, la justificación del proyecto y los objetivos del mismo. En

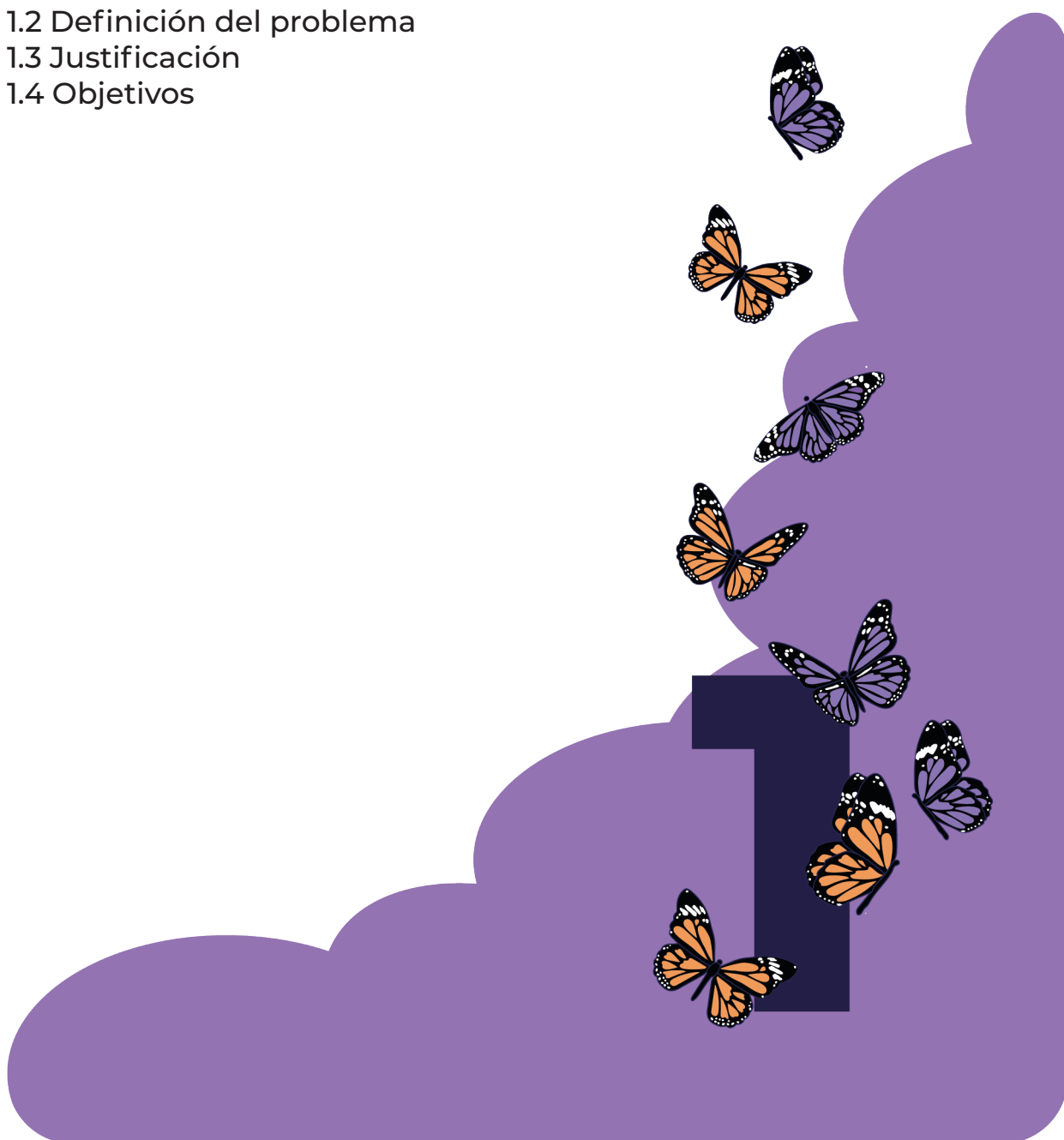
el Capítulo 2 se describe el perfil de la institución y el del grupo objetivo. El Capítulo 3 consiste en la planeación operativa, que contiene el flujograma, la calendarización de las actividades y el presupuesto planteado para el desarrollo del proyecto. En el Capítulo 4 se investigó y estudió el marco teórico, que consiste en diferentes ensayos para proporcionar el conocimiento teórico del tema. En el Capítulo 5 se realizó la definición creativa que consiste en el proceso creativo. En el Capítulo 6 se presentan las validaciones y propuestas finales, por último, en el Capítulo 7 se presenta la síntesis del proceso, las conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas. Además, se incluye el listado de Referencias, integrado por la documentación consultada durante la realización del proyecto. Finalmente, se presentan los Anexos, que contienen información que sustenta las decisiones adoptadas durante el diseño del proyecto de grado.

La finalidad del presente proyecto es contribuir en beneficio del Instituto de la Mujer, y que continúe contando con el apoyo de los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico.



Capítulo: Introducción

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Definición del problema
- 1.3 Justificación
- 1.4 Objetivos





En este capítulo se da a conocer la problemática social, sus antecedentes, los factores que inciden y como el Diseño Gráfico proporciona una solución a dicha problemática por medio de su intervención.

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 Problemática social: Equidad de género

Se define como “la imparcialidad en el trato que reciben mujeres y hombres de acuerdo con sus necesidades respectivas, ya sea con un trato igualitario o con uno diferenciado pero que se considera equivalente en lo que se refiere a los derechos, los beneficios, las obligaciones y las posibilidades. En el ámbito del desarrollo, un objetivo de equidad de género a menudo requiere incorporar medidas encaminadas a compensar las desventajas históricas y sociales que arrastran las mujeres”.¹ Se busca que se tome en cuenta y prevalezcan la igualdad de derechos, responsabilidades tanto de hombres como de mujeres, ambos desarrollan relaciones en las que desempeñan un papel importante en la evolución y transformación de valores dentro de la sociedad. Un aspecto que se considera básico en de esta dimensión es la manera en que estos factores socioeconómicos y políticos evolucionan y se combinan para ser partícipes de las relaciones

entre hombres y mujeres, que a su vez contribuyen con la configuración de valores, normas y prácticas culturales.

Sin embargo, la igualdad de género no se ha convertido en la norma en ningún país, y es por este motivo que aún quedan importantes factores por los cuales se debe velar por su cumplimiento. Este tipo de avances en la materia se evalúa para analizar medidas que aporten resultados clave, como por ejemplo el porcentaje de acceso a la igualdad de los recursos y las oportunidades junto a su distribución. Gracias a estos objetivos como indicadores de logro, se puede saber en qué medida las mujeres y hombres pueden gozar de estos mismos derechos fundamentales y la misma posibilidad de progreso personal y profesional.

Y es que los estereotipos de género son creencias culturalmente compartidas sobre las características psicosociales que se implementan como roles en los hombres y mujeres, esto quiere

¹ Noemí García Cabezas. *¿Qué es la igualdad y equidad de género?* Ayuda en Acción.org/blog, 6 de marzo de 2018, Accedido ¹² de octubre de 2022, <https://revamp.ayudaenaccion.org/blog/mujer/igualdad-de-genero/>

decir que se les implementan ciertas expectativas dentro de una cultura o sociedad, determinando desde muy temprana edad el rol que deben desempeñar una vez crezcan y se conviertan en individuos partícipes de la sociedad. Es este tipo de problemáticas las que se deben tomar en cuenta para funcionar mejor como una sociedad evolutiva, donde se aprecie el desarrollo de mujeres capaces de desempeñarse en cualquier rol que desee en la sociedad. Y es común que se empiece con este tipo de desigualdad en el ámbito educativo, cuando se empiezan a establecer parámetros o barreras entre ambos sexos. Dando privilegios o demeritando el esfuerzo de muchas mujeres que luchan por llegar a un puesto poco reconocido para ellas. Es importante reconocer este tipo de méritos para que se demuestre que los roles no determinan la capacidad que tienen las mujeres de desempeñarse en otros ámbitos, pueden llegar muy lejos si se les brindan las oportunidades para poder hacerlo, sin limitar sus habilidades y en vez de eso perfeccionarlas.

1.1.2 Antecedentes del problema social

En los últimos años, Guatemala ha demostrado un esfuerzo significativo para proteger a las mujeres y para promover su desarrollo económico por medio de la creación de leyes y la aprobación de convenios internacionales.

Guatemala es miembro de la *Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer*- desde 1982 y ratificó su Protocolo Facultativo en el 2001. También ha ratificado la *Convención sobre los Derechos Políticos de la Mujer*, la *Convención Interamericana sobre Concesión de los Derechos Políticos a la Mujer* y los Convenios 45, 89 y 103 de la OIT.

En cuanto a leyes emanadas del Congreso de la República, pueden mencionarse las reformas al *Código Civil* y la *Ley Contra el Femicidio y otras Formas de Violencia Contra la Mujer*. Además, existe una iniciativa para emitir una *Ley del Desarrollo Económico de las Mujeres* en el Congreso de la República.²

² PRODESSA. *Proyecto Educativo Santiago 2022* Accedido el 16 de marzo de 2022, <https://prodesa.edu.gt/>

Aun contando con una Constitución que vela por la igualdad y la libertad, se ha evidenciado la necesidad de accionar en favor de las mujeres, considerándose como un grupo de riesgo y expuesto a la violencia física, emocional y económica.

Para el 2017, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) registró a Guatemala con un índice de desigualdad de género del 0.49, ubicado en el percentil 72. En otras palabras, Guatemala estaba, para ese entonces, por debajo del 72 % con respecto al resto de los países del mundo y solo Haití supera a Guatemala en desigualdad de género en la región.³

Guatemala se caracteriza por ser una sociedad multilingüe, multiétnica y pluricultural. Según una proyección realizada por el INE para el 2021 la población de Guatemala se encuentra entre los habitantes Según las cifras, el 50.79% (8,690,024) son mujeres, de ellas el 37.1% (3,225,172) son niñas y adolescentes. Mientras que un 49.21% (8,419,722) son hombres, de los cuales el 39.9% (3,355,382) son menores de edad. Diversos estudios revelan disparidades significativas en torno a tres ejes:

género, etnia y lugar de residencia.

De manera que la población rural, sobre todo las mujeres indígenas, viven en condiciones de precariedad alimentaria, sanitaria, laboral, educativa y de participación sociopolítica como consecuencia de la exclusión social que se traducen en elevados índices de pobreza y pobreza extrema. Esta situación se entrecruza con las condiciones históricas de racismo, autoritarismo, sexismo y exclusión económica que afectan el goce de derechos básicos y el ejercicio de la ciudadanía en la mayoría de la población guatemalteca y particularmente en las mujeres (PNUD, 2001, 2002, 2005).

Este tipo de complejidad social y de exclusión de género se expresa en el ámbito universitario que, aunque no se puedan presenciar en la actualidad con más notoriedad, en un inicio se apreció con el ingreso tardío de las mujeres a la Universidad de San Carlos de Guatemala. Y es que este precedente se refleja en la actualidad debido a la población femenina que sigue siendo menor a la masculina, que, aunque se procura tener el mismo tipo de

³ PRODESSA - *Proyecto de Desarrollo Santiago*.

oportunidades, siempre se ve reflejado un desfase que puede ser más notorio en las áreas científicas dentro de la Universidad. De acuerdo a lo que se indica en la Política y Plan de Equidad de Género en la Educación Superior 2006-2014: “

La profesionalización de las mujeres también es notoria en los niveles de egreso, según González (2005) en el período 1990-2004 egresaron 46,111 universitarios, de los cuales el 46% (21,184) fueron mujeres y el 54% (24,927) hombres. Es de destacar que en el 2004 hubo mayor egreso de mujeres (57%) que de hombres (43%). Estos logros en los niveles Técnico y de Licenciatura evidencian, nuevamente, la presencia minoritaria de mujeres en los niveles de Postgrado: 3.92% mujeres en contraposición al 10.80% hombres en Maestría y apenas 0.65% mujeres

y 1.14% hombres en Doctorado (González, 2005).”⁴

“De acuerdo con la gráfica, y como se mencionó anteriormente, según el Informe Mundial del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) el país registra una desigualdad del 0.49. Esto quiere decir que Guatemala está en una situación más deficiente que el 72% de los países del mundo.

Por lo que en el informe se hace énfasis en la necesidad que se tiene de eliminar el techo de cristal al que las mujeres suelen enfrentarse para vlograr puestos directivos en empresas e instituciones. El coordinador del informe nacional del PNUD comenta también que por cada dólar que reciben los hombres guatemaltecos, las mujeres ganan 56 centavos, esto es otro ejemplo de cómo se demuestra la desigualdad salarial, del país.”⁵

También se aprecia en el informe como solo el 41% de las mujeres mayores a los 15 años participan en la economía, mientras que el 85% de los hombres ya se han incorporado al mercado laboral a la misma edad, 15 años, e incluso esta cifra aumenta cuando entran en sus 20.

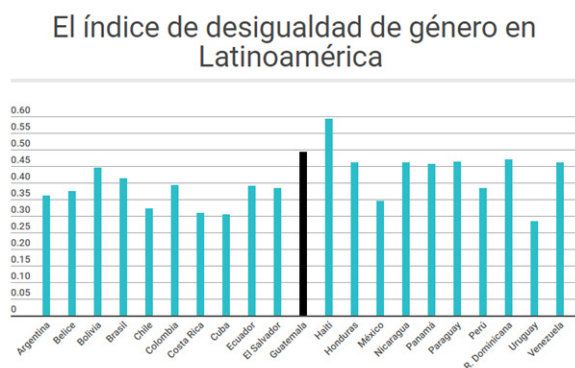


Figura 1. Gráfica “Índice de desigualdad de género en latinoamérica” Carmen Quintela. 2017.

⁴USAC. *Política y Plan de Equidad de Género en la Educación Superior 2006-2014*. Octubre 2008. p. 15. Accedido 13 de octubre de 2022, <https://iumusac.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2021/08/Politica-y-Plan-de-Equidad-USAC.pdf>

Otra parte de la población femenina que se ve afectada es la indígena, ya que no se le proporciona el acceso a la educación adecuada por lo que asumen un cargo en sus casas que no les permite la opción de superarse, esto incluso algunas veces en contra de su voluntad.

1.1.4 Instituciones que inciden en la problemática

En Guatemala otras instituciones trabajan en el tema social de la desigualdad de género, cabe indicar que existen otras entidades, pero para efectos del presente trabajo se mencionan las siguientes:

El Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad San Carlos de Guatemala. El cual se encarga del desarrollo de las mujeres y la equidad de género en la educación superior, por lo que promueve las acciones políticas, académicas y administrativas para lograr una universidad más incluyente, pluralista, equitativa y de-

mocrática.

Proyecto de Desarrollo Santiago –PRODESSA-. Busca transformar las relaciones de inequidad entre hombres y mujeres tanto a nivel institucional, como en las comunicaciones entre otras instancias de la sociedad. Trata con el tema de la equidad de género especialmente con las mujeres indígenas, puesto que en su mayoría son las que se ven afectadas, debido a que son discriminadas por su condición de género y su condición étnica.

Care Guatemala: Trabaja en favor del desarrollo de la justicia social, promueve la igualdad de género y derechos de empoderamiento de las mujeres mediante el marco de su *Política Internacional de Género (2009)* y su *Estrategia Programática Regional (2010)*, a través de las cuales busca incrementar las oportunidades de acceso a bienes y servicios, que les permitan alzar la voz y mejorar su posición en la esfera económica, social y política.⁴

⁴ Carmen Quintela Babio. *Guatemala, el segundo país con mayor desigualdad de género*

1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Dificultades del proceso de comunicación

En la actualidad la equidad de género no se considera un tema relevante en Guatemala, es por ello que la institución plantea como uno de sus principales objetivos la trascendencia de conocimientos sobre la transversalización de género logrando a su vez promover formación especializada de los estudios de género en todos los niveles de la educación superior de la USAC. Por lo tanto, durante la investigación en sus medios de comunicación y difusión de información se encuentra la publicación de varias actividades, conversatorios, investigaciones y conferencias que se realizan bajo el ordenamiento de la institución. Estas actividades son de enriquecimiento para el conocimiento de la transversalización de género en el ámbito educativo dentro de la universidad, pero se evidenció poco conocimiento por parte de la población estudiantil, acerca de las funciones que tiene y de los proyectos que realiza la institución acerca de dicho tema.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Trascendencia

Si bien dentro de la universidad se aprecia un incremento en la población femenina durante el proceso de matriculación, no se puede garantizar que los estudiantes sean conscientes del impacto que esto genera en la educación superior. La población universitaria no tiene claro el eje transversal del enfoque de género sobre la posición, situación y condición que tienen las mujeres en diferentes ámbitos de la universidad. Es por ello que, se busca, por medio de una campaña de medios cruzados llegar a más estudiantes a través de diferentes medios de comunicación, para que conozcan los proyectos que manejan las diferentes áreas de la institución, que a su vez le dan visibilidad a la transversalización de género dentro de la universidad.

1.3.2 Incidencia

De no ser implementada esta estrategia de comunicación visual, se corre el riesgo de no proporcionar visibilidad a los proyectos con los que ya cuenta la institución e incluso se puedan ver afectados futuros proyectos que se plantee desarrollar. Esto debido a que no se cuenta con la presencia necesaria dentro de la universidad, para dar a conocer temas que traten sobre la transversalización de género, así como también sobre las investigaciones por parte de las mujeres dentro de la institución. Este proyecto proporcionará un enfoque e interés sobre la perspectiva de género y el papel que juega en la universidad

1.3.3 Factibilidad

El proyecto contó con el apoyo de la institución, en cuanto al acceso a la información requerida para realizar el material gráfico para la campaña, así como también las redes sociales y el manejo de las mismas para verificar el tráfico de datos de sus publicaciones anteriores. También se contó con el asesoramiento y disponibilidad de tiempo para reuniones o solicitud de información extra para la realización del proyecto. Como última instancia, al ser un proyecto en su totalidad de material gráfico digital, no se requirieron fondos para impresiones o reproducciones de este tipo.

1.4 OBJETIVOS

A continuación, se presentan las metas u objetivos propuestos que guiaron el desarrollo del presente proyecto en favor del IUMUSAC.

1.4.1 Objetivo general

Apoyar al Instituto Universitario de la Mujer, para promover la equidad de género en el ámbito de docencia, investigación y extensión universitaria, por medio de la gestión y producción de diseño gráfico, en la identificación, reconocimiento y fortalecimiento de su imagen institucional, así como en la promoción de las actividades que desarrolla.

1.4.2 Objetivo de comunicación

Informar acerca de los programas que desarrolla el IUMUSAC sobre la equidad de género en la universidad por medio de una campaña visual de medios cruzados.

1.4.3 Objetivo de diseño

Diseñar una campaña de medios cruzados, para apoyar los procesos de comunicación, visibilizando los programas y proyectos de las áreas con las que cuenta la institución por medio de piezas de promoción para redes sociales y el diseño de un podcast.



Capítulo: Perfiles

2.1 Perfil de la institución.

2.2 perfil del grupo objetivo





En este capítulo se describe el perfil de la institución y del grupo objetivo, los cuales se ven implicados en la problemática social.

2.1 PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

El Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala -IUMUSAC- “Licenciada Miriam Ileana Maldonado Batres”, es el ente rector de las políticas y acciones a favor de las mujeres y la equidad de género en la educación superior. Es responsable de asesorar, dirigir, promover, coordinar, articular y ejecutar programas y proyectos de investigación, docencia y extensión. Con efectividad promueve el desarrollo de programas de formación con enfoque de género, efectúa investigaciones y estudios de la mujer, género y temas feministas. Promueve valores, actitudes y prácticas que conlleven a la comunidad universitaria y a la sociedad guatemalteca, a visibilizar y valorar los aportes de las mujeres a la academia y a la humanidad.

2.1.1 Historia de la institución

En el 2001, la Comisión Universitaria de la Mujer, continuó realizando esfuerzos por crear un espacio, en cooperación con la Unión Nacional de Mujeres Guatemaltecas –UNAMG-, para articular un movimiento entre los sectores que integran la Universidad, con fines de educación, investigación, promoción de los derechos de las mujeres. Este proceso incidió políticamente en los candidatos a Rector 2002-2006, quienes se comprometieron públicamente con las mujeres, para crear el Instituto Universitario de la Mujer -IUMUSAC.

Se creó la Cátedra de la Mujer a través del *Acuerdo de la Dirección General de Docencia – DIGED, No. 5-2001* de fecha 27 de noviembre de 2001. Finalmente, el Dr. M.V. Luis Alfonso Leal Monterroso en su calidad de Rector, el 28 de febrero de 2002, a través del *Acuerdo de Rectoría No. 1051-2004* crea el Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala; el cual

es ratificado por el Consejo Superior Universitario en el punto Séptimo, Inciso 7.2 del **Acta No. 16- 2006** de fecha 26 de junio de 2006, que reconoce la institucionalidad del IUMUSAC. (División de desarrollo organizacional, 2007).

Los temas en los que se desarrolla la institución son de educación y género. La institución busca la transversalización de género dentro del quehacer de la universidad, promueve el desarrollo de programas de formación con enfoque de género, efectúa investigaciones y estudios de la mujer, género y del feminismo.

Dentro de los servicios que presta el IUMUSAC destacan los siguientes:

- ✿ Cátedra IXKIK
- ✿ Cátedra Mujeres Garífunas y Afro descendientes
- ✿ Cátedra de la Mujer Luz Méndez de la Vega
- ✿ Cátedra de Historia, Género y Educación Superior
- ✿ Cátedra Marie Curie
- ✿ Programa de Vinculación Social

El IUMUSAC presta los servicios relacionados con la atención de las áreas de Docencia, Investigación y Extensión Universitaria e impulsará el Desarrollo Científico- Tecnológico, Asistencia y Social- Humanístico que promuevan la equidad de género y la formación académica, de servicio y de investigación sobre condición, posición y situación de las mujeres, en los ámbitos urbano y rural, así como la realidad multiétnica, multilingüe y pluricultural de la sociedad guatemalteca.

***“Por la equidad
de género en la
educación superior”***



Sus objetivos son:

- ✿ Establecer la equidad de género en la educación superior para la construcción de una universidad nacional autónoma y democrática.
- ✿ Proponer medidas efectivas, para la pronta eliminación de todas las formas de discriminación en contra de las mujeres, dentro y fuera de la universidad.
- ✿ Promover la investigación sobre la situación, condición y posición de las mujeres guatemaltecas.
- ✿ Crear nuevos indicadores que permitan medir el avance de la condición, situación y posición de las mujeres universitarias.
- ✿ Incorporar el enfoque de género y feminista en el currículo de estudios para fortalecer la formación integral de las y los profesionales.
- ✿ Fortalecer los programas de formación profesional desde el enfoque de género y feminista.
- ✿ Potenciar la participación de las mujeres en la conducción de la universidad y en los espacios públicos de la sociedad para construir una democracia con equidad y con justicia educativa.
- ✿ Proponer leyes, políticas públicas y programas que coadyuven a eliminar la opresión, exclusión y discriminación de las mujeres en la sociedad guatemalteca

Diseño de Crossmedia

Materiales (antecedentes gráficos)

Foto de perfil:



Figura 2. Identificador visual “Instituto Universitario de la mujer” Licda. Miriam Maldonado Batres. 2006.

Publicaciones de facebook:



Figura 3. Publicación de la actividad “El IUMUSAC en el marco del Día Internacional de la Mujer” Licda. Miriam Maldonado Batres. 2006.



Figura 4. Publicación informativa “Ana Lucía Martínez” Licda. Miriam Maldonado Batres. 2006.



Figura 5. Reconocimiento “El IUMUSAC en el marco del Día Internacional de la Mujer” Licda. Miriam Maldonado Batres. 2006.

En consideración del material publicado en los medios de divulgación con los que cuenta la institución, se determinó que el instituto utiliza una paleta de colores definida, siendo el morado el color predominante, esto se debe a su relación con el tema de la mujer, siendo el color que se maneja de manera primordial en la institución. También se evidenció que en su mayoría el contenido que se presenta se integra de publicaciones de eventos o reconocimientos con respecto a los conversatorios o investigaciones que realizan las mujeres dentro de la universidad.



2.2 CARACTERIZACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Perfil del grupo objetivo

“Estudiantes”

Como parte de la investigación previa realizada a la institución y datos recabados en el *Informe estadístico estudiantil del año 2019*⁷ se obtuvo la siguiente información:

2.2.1 Características Geográficas

Proviene principalmente del departamento de Guatemala, comprendiendo la ciudad capital y municipios aledaños. A esta información también se le suman datos recopilados cerca del interior del país, siendo representativos los departamentos de: Huehuetenango, Sacatepéquez y Santa Rosa. Incluyendo los municipios de dichos departamentos; Sacatepéquez, Chiquimulilla y Santiago.

2.2.2 Características Sociodemográficas

El grupo objetivo estudiantil comprende a hombres y mujeres entre 20 y 30 años de edad, pertenecientes a diferentes facultades de la universidad siendo las principales: Medicina, Ingeniería, Humanidades, Arquitectura entre otras. Según el *Informe estadístico estudiantil del año 2019*,⁸ se evidenció que, el segmento estudiantil en particular, no posee ningún familiar que dependa directamente de ellos, se encuentran cursando entre el primer y el tercer año de universidad. Dentro del grupo objetivo

⁷ USAC; Departamento de Registro y Estadística. *Informe estadístico estudiantil 2019*. Versión ejecutiva. Accedido 11 de octubre de 2022, https://registro.usac.edu.gt/estadisticas/data/INFORME_ESTADISTICO_ESTUDIANTIL_2019.pdf

⁸ Soy USAC. *La Tricentenaria: una universidad en expansión*. 4 de febrero de 2019, Accedido 11 de octubre de 2022

2.2.3 Características Socioeconómicas

✿ **Nivel de ingresos:** ingreso mensual familiar; de acuerdo con el *Informe estadístico estudiantil* USAC del 2019⁹; el 53,165% cuentan con el apoyo de sus padres o familiares siendo ellos quienes le financian la carrera, para que se enfoquen principalmente en sus estudios. Para reforzar este dato, se realizó una encuesta con un grupo pequeño de estudiantes, en la cual el resultado demostró que el 52,6% no trabaja, por lo que sus ingresos son proporcionado por sus padres o familiares.

✿ **Clase social:** Conforme a los datos económicos obtenidos en el informe estadístico 2019 de la USAC,¹⁰ se estimó que la población estudiantil corresponde al nivel medio.

2.2.4 Características psicográficas

El grupo objetivo se encuentra enfocado principalmente en sus estudios, se interesan por llegar a generar un cambio por medio de su superación profesional, les preocupa no cumplir con sus asignaturas o que los cambios producidos por la pandemia puedan afectarlos en su crecimiento académico. Son personas honestas, respetuosas, empáticas, que se preocupan por el bienestar de sus familiares.

Aunque una parte del grupo objetivo se encuentre laborando, ambos comparten pasatiempos y se dedican en sus tiempos libres a utilizar las plataformas de streaming, tales como: Netflix, Disney +, HBO+ y Spotify. Por lo que se deduce que les gusta acondicionar el entrenamiento que ofrecen estas plataformas, a su tiempo y comodidad para disfrutarlas de mejor manera.

También escuchan podcast, principalmente en Spotify, acerca de temas de entretenimiento, y hacen uso de las redes sociales, entre ellas: Facebook, Instagram, WhatsApp y YouTube.

⁹ Soy Usac. *La Tricentenaria: una universidad en expansión.*

¹⁰ USAC; Departamento de Registro y Estadística. *Informe estadístico estudiantil 2019.*

2.2.5 Relación entre el grupo objetivo y la institución

El grupo objetivo no cuenta con una relación directa con la institución, ya que no conocen acerca de ella. Existen cátedras que administra la institución que pueden llegar a los estudiantes por medio de algunos docentes que son los que tienen una comunicación directa con la institución. Pero no se ha mostrado aumento en la participación en dichas cátedras.





Capítulo: Planeación Operativa

3.1 Flujograma

3.2 Cronograma

3.3 Previsión de costos y recursos

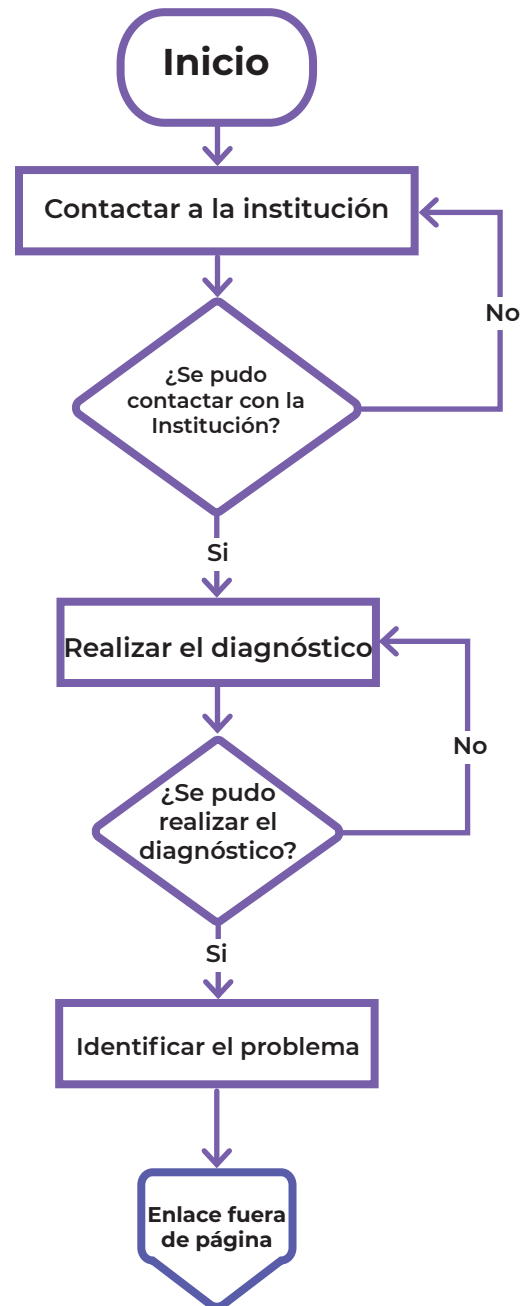


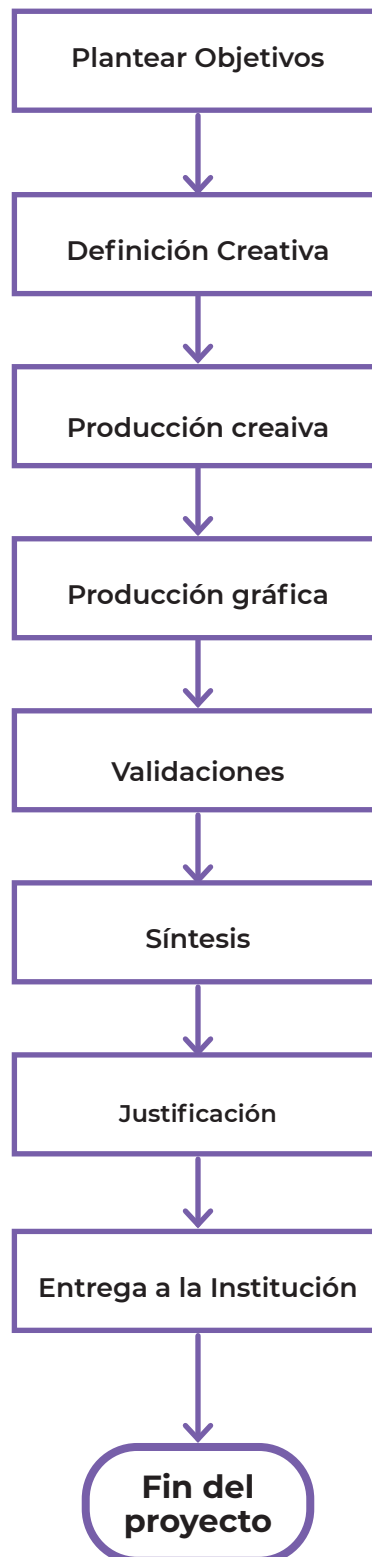


Este capítulo contiene la planeación operativa del proyecto, se describen las actividades a realizar con una duración de cuatro meses aproximadamente. También se presenta el presupuesto estimado para el desarrollo del proyecto.

3.1 Flujograma

El siguiente flujograma contiene la representación gráfica y secuencial del proceso de trabajo del proyecto de graduación, desglosando las tareas y actividades principales para lograr su finalización.





3.2 Cronograma

El siguiente cronograma, nos indica con fechas más específicas los procesos y tareas por cumplir del

proyecto sobre un plazo específico de tiempo, se estipula en un lapso de tiempo de cuatro meses

ACTIVIDADES	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Investigación del problema social																
Contacto con la institución (solicitud de práctica)																
Diagnóstico de necesidades																
Antecedentes y perfil de la institución																
Problema de comunicación																
Redacción de objetivos																
Investigación del grupo objetivo																
Definición del grupo objetivo																
Cronograma de actividades																
Redacción inicial del protocolo																
Revisión de protocolo																
Corrección según asesoría del protocolo																
Definición de temas para marco teórico																
Entrega del protocolo preliminar																
Investigación de temas para el marco teórico																

Diseño de Crossmedia

ACTIVIDADES	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación de protocolo																
Definición de proyectos B y C																
Briefing																
Definir el grupo objetivo																
Conceptualización																
Creación de moodboard																
Concretar las premisas																
Primer nivel de visualización																
Validación con el asesor																
Realización de correcciones																
Segundo nivel de visualización																
Validación con expertos																
Realización de correcciones																
Tercer nivel de visualización																
Validación con la institución.																
Validación con el go																
Visualización de resultados																
Realización de correcciones																
Conclusiones																
Redacciones finales y correcciones finales para el protocolo																
Diagramación final del protocolo																
Presentación ante las sedes de manera virtual																
Entrega del protocolo																

3.3 Presupuesto

La siguiente previsión es un estimado de los costos de recursos de diseño y materiales, que serán utilizados para la realización del proyecto. Los costos de los servicios profesionales, fueron tomados como referencia del tarifario de “Servicios de diseño” de where in guate.⁹

Descripción	VALOR
Costos Fijos	Q. 681.00
Agua	Q. 160.00
Luz	Q. 175.00
Teléfono	Q. 90.00
Internet	Q. 256.00
Costos variables	Q. 94.00
Útiles de oficina	Q. 15.00
Sketchbook	Q. 24.00
Impresiones	Q. 55.00
Servicios profesionales de diseño	Q. 30,522.38
Investigación	Q. 1500.00
Bocetaje	Q. 1500.00
Conceptualización	Q. 560.00
Diseño de campaña de redes sociales	Q. 2562.38
Diseño de 25 publicaciones mensuales (Siendo Q. 6100.00 por mes, con una duración de 4 meses)	Q. 24,400.00
Imprevistos (10% del total)	Q. 3,052.24
Subtotal	Q. 34,349.62
Impuestos	Q. 5,839.43
IVA (12% sobre el total)	Q. 4121.95
ISR (5% sobre el total)	Q. 1717.48
TOTAL	Q. 40,189.05

⁹ *Diseño y Desarrollo de Páginas Web en Guatemala*, accedido 10 de octubre de 2022, <https://www.whereinguate.com/disenio-graphico-2019/>.



Capítulo: Marco Teórico

4.1 La perspectiva de género como parte del cambio





En este capítulo se abordan temas estrechamente vinculados con el trabajo que realiza el IUMUSAC en el ámbito de la educación superior, especialmente, en lo referente a la perspectiva de género. En este orden de ideas, el proyecto de grado se centró en la investigación y el análisis de la igualdad, la perspectiva de género y el feminismo. Asimismo, se exploró el diseño gráfico y su relación con el marketing, destacando su contribución al fortalecimiento de la perspectiva de género.

4.1 La perspectiva de género como parte del cambio

4.1 Equidad de género: un problema con una solución a ciegas

La equidad de género es un tema que se ha debatido durante los últimos cincuenta años. A pesar de ser un tema relevante y que se supone debería aportar cambios en la actualidad, donde las ideologías y el criterio propio sobre algunas problemáticas son más dispuestas al cambio, no se ha concretado una respuesta aún positiva hacia la igualdad. La equidad de género aún no logra en diferentes espacios sociales, tales como la política, educación y economía. Aun en ámbitos laborales y académicos se aprecia un trato diferente o un incremento distinto, que, si bien en algunos casos no es tan notorio, existe, y es por ello que se busca seguir concientizando más acerca de esta problemática. La valorización de la igualdad de género mediante políticas, intervenciones e inversiones focalizadas puede influir considerablemente en las actitudes y percepciones acerca de los roles de

uno y otro género y mejorar los niveles de igualdad en la práctica.¹²

4.1.1 Género como concepto

La definición de género puede referirse a una construcción social con base en características sexuales, y que se va moldeando por la sociedad diferenciando sus comportamientos, conocimientos, relaciones sociales, valores y funciones, dependiendo de si se trata de un hombre o una mujer.¹³ Se pretende moldear a la persona según lo que se pretende de cada uno. Pero esto no quiere decir que tengan que ser rasgos provenientes desde el nacimiento; son una construcción social impuesta y que lamentablemente a futuro conlleva a un trato distinto en su desarrollo académico, social, profesional e incluso cultural. El género como tal puede definir rasgos, pero no debería ser el detonante para definir opiniones y tratos distintos. “El género es parte del contexto sociocultural más amplio. Otros criterios importantes para el análisis sociocultural incluyen clase, raza, nivel de pobreza.”¹⁴

¹² Nélide Lamelas Castellanos y Eva Aguayo Lorenzo. *Desigualdad de Género en Latinoamérica Desde la perspectiva de los Indicadores de Desarrollo Humano*. Revista Galega de Economía 19, N.o 2 (2010): 1-15. Accedido 10 de octubre de 2022, <https://n9.cl/zum6s>

¹³ Proyecto Focineg. *Aproximaciones críticas al desarrollo humano: economía, género y gobernabilidad*. Guatemala: Magna Terra, 2011. Accedido 16 de marzo de 2022, <https://n9.cl/lb4htt>

¹⁴ ONU MUJERES. *Incorporación de la perspectiva de género. Conceptos y definiciones*. S. f. Accedido 16 de marzo de 2022, <https://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm>

4.1.2 Igualdad de género.

Se refiere a la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de mujeres y hombres y niñas y niños. La igualdad no significa que las mujeres y los hombres serán iguales, sino que los derechos, las responsabilidades y las oportunidades de las mujeres y los hombres no dependerán de si nacen hombres o mujeres.¹⁵ Con la equidad de género no se pretende buscar los beneficios de las mujeres por sobre los derechos de los hombres, se busca la igualdad de los intereses de ambos y que no se determine por el sexo con el que se nace. “La valorización de la igualdad de género mediante políticas, intervenciones e inversiones focalizadas puede influir considerablemente en las actitudes y percepciones acerca de los roles de uno y otro género y mejorar los niveles de igualdad en la práctica.”¹⁶ Visto desde esta perspectiva, cabe indicar que la importancia de apoyar ciertas actitudes políticas puede conllevar a un mejor trato e incluso tener un impacto a nivel sociocultural y generar un cambio en beneficio tanto de hombres como de mujeres.

4.1.3 Perspectiva de género

Como punto de partida es importante saber a qué se refiere la palabra “perspectiva” la cuál podemos definir como un punto de vista sobre un tema o una idea determinada. Por lo que, al utilizar esta definición para referirnos a la equidad de género corresponde decir que es una forma de analizar y caracterizar lo que la construcción social determinó como género, basándose solo en el sexo. Y es que el conocer el panorama completo, de cómo es la situación en la que se desarrolla esta caracterización, permite tener en cuenta lo que se manifiesta como desigualdad de género.

La base de la perspectiva de género es la búsqueda de la igualdad para evitar situaciones de marginación, violencia e injusticia.¹⁷ Es por este motivo que se debe reconocer que existe una desigualdad de género, sabiendo que existe tal problemática se pueden tomar medidas que generen acciones que ayuden a las mujeres, e incluso hombres, a desarrollarse y no ser estereotipados limitándolos en distintos ámbitos sociales.

¹⁵ ONU MUJERES. *Incorporación de la perspectiva de género*.

¹⁶ UNESCO. *Igualdad de género: patrimonio y creatividad*. 2015. Accedido 16 de marzo de 2022. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000231661>

¹⁷ Educo. *¿Qué es la perspectiva de género y por qué es importante?* 27 de diciembre de 2019, <https://www.educo.org/blog/que-es-perspectiva-de-genero-y-su-importancia>

4.1.4 Feminismo

El feminismo es conceptualizado como un movimiento social y político que ha buscado a través de los años defender los derechos de las mujeres en cuanto a igualdad política, económica y social, también vela por las oportunidades de empleo y educación. Es una ideología que busca la igualdad entre hombres y mujeres, pero equivocadamente es entendido como la búsqueda de la superioridad de la mujer por sobre los hombres, cuando la realidad es completamente diferente.

A lo largo del tiempo este movimiento ha buscado la igualdad para las mujeres. “Históricamente, las mujeres han visto como se les ha negado el acceso a la historia de la humanidad, lo que a la vez han tratado de contrarrestar con acciones y debates individuales sobre su posición social, usando como herramientas las artes, las letras, etc. Es a través de estas acciones que las mujeres buscan acabar con el pensamiento desde el punto de vista del patriarcado, buscando la igualdad de sus derechos civiles, sociales, económicos y políticos.”¹⁸

Mas adelante en el siglo XVIII se denominó a esta lucha por los derechos de las mujeres como Feminismo, a partir de este tiempo las mujeres comenzaron a involucrarse más en la lucha de lo que les corresponde, la igualdad y derecho a las mismas oportunidades, no de sentirse superiores, pero sí el derecho de sentirse reconocida por sus logros, de tener más opciones para su crecimiento.

Tomando en cuenta lo anterior, es importante que la mujer sea reconocida, que obtenga un espacio en el cual pueda mostrar lo que ha logrado. En la actualidad, esta lucha por el reconocimiento se sigue dando y no se ha ganado en su totalidad, pero conforme la sociedad y la cultura han avanzado, se han creado diferentes plataformas, se ha expandido el conocimiento sobre el feminismo y más personas aportan su punto de vista desde cualquier medio.

¹⁸ Gómez Yepes, Talía; María Paula Bría, Edgardo Daniel Etchezahar y Joaquín Ungaretti. *Feminismo y activismo de mujeres: síntesis histórica y definiciones conceptuales*. Universidad de Flores. Facultad de Psicología y Ciencias Sociales; *Calidad de Vida y Salud*; Vol. 12; No.1; p. 48-61. Abril de 2019. Accedido 13 de octubre de 2022, <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/108793>

4.2 Definición de Diseño Gráfico

El diseño gráfico es una disciplina que combina elementos visuales y textuales para comunicar mensajes de manera efectiva. De acuerdo a lo que indica el sitio educativos Toulouse Lautrec: “el diseño gráfico es el arte y la práctica de planificar y proyectar ideas y experiencias con contenido visual y textual”¹⁹ En otras palabras, el diseño permite la transmisión de mensajes de forma visual, facilitando la comprensión y la comunicación.

El diseño gráfico no se limita a la estética, sino que cumple una función comunicativa clave. Se aplica en diversas áreas, desde la publicidad hasta el arte digital, la creación de marcas y el diseño web. En este sentido, el diseño no solo debe ser visualmente atractivo, sino también funcional y efectivo en la transmisión del mensaje deseado.

4.2.1 Aplicaciones y Especializaciones en Diseño Gráfico

El diseño gráfico ha evolucionado con los avances tecnológicos, dando lugar a especializaciones como la animación, el diseño de interfaces digitales, el marketing digital y la gestión de redes sociales. Cada una de estas ramas tiene un enfoque específico, pero comparten el objetivo de mejorar la comunicación visual.

Un diseñador gráfico debe comprender los elementos clave de la comunicación visual, incluyendo el uso del color, la tipografía y la composición. Además, el proceso de diseño incluye la investigación, la conceptualización y la aplicación de estrategias gráficas para transmitir un mensaje claro y eficaz.

¹⁹ Toulouse Lautrec. ¿Qué es el diseño gráfico? 21 de mayo del 2021. Accedido 12 de octubre de 2022, <https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/que-es-diseno-grafico>

4.2.2 Diseño Gráfico y Marketing Digital

El marketing digital ha adoptado el diseño gráfico como una herramienta fundamental para la creación de contenido atractivo y efectivo. La planificación de estrategias visuales permite a las marcas establecer una identidad sólida y comunicarse con su público objetivo de manera más eficiente.

Las redes sociales, en particular, han impulsado la importancia del diseño en el marketing. Según un informe de DataReportal, “a nivel global, los usuarios de internet pasan un promedio de dos horas y 27 minutos al día conectados a plataformas sociales”²⁰ Esta estadística resalta la necesidad de generar contenido visual atractivo que capte la atención del usuario y refuerce la presencia de una marca en el entorno digital.

El diseño gráfico, aplicado al marketing digital, ayuda a las empresas a comunicar sus valores, promover productos y establecer conexiones con su audiencia. Sin una

estrategia visual clara, las campañas pueden perder impacto y no lograr los objetivos deseados. Es por ello que la planificación y el diseño coherente son esenciales para una comunicación efectiva en el entorno digital.

4.2.3 La Importancia de los Podcast en el Marketing Digital

Un podcast es un formato de audio que puede ser distribuido en varias plataformas, está conformado por capítulos, cortos o largos y puede incluir varias temáticas, desde temas educativos, políticos, hasta de entretenimiento y marketing.

El auge de los podcast ha generado nuevas oportunidades para las marcas y creadores de contenido, ya que permite una conexión más cercana y personalizada con la audiencia. Según un estudio de Edison Research, la popularidad de los podcast ha crecido exponencialmente en los últimos años, convirtiéndose en una

²⁰ Simon Kemp. Informe de Panorama Global Digital 2022. 26 de enero del 2022. Accedido 11 de abril de 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>

herramienta clave para estrategias de marketing digital.

El diseño gráfico también ha jugado un papel importante en la distribución del podcast en sus diferentes plataformas, desde el diseño de las portadas hasta la planificación y distribución de marketing que tiene cada capítulo, para promocionarse en distintas redes sociales. Dentro de las más conocidas se encuentran Facebook e Instagram donde la comunidad o público objetivo es más visual e interactivo. Según el artículo *“El diseño gráfico de podcast: análisis de estrategias visuales”* de Fernando Suárez-Carballo y Aurora Pérez-Maíllo²¹, indican que “Facebook permite la publicación de cuatro tipos de contenido esencialmente: vídeos, imágenes, estado y enlace” y también indica “La red social Instagram ofrece tres tipos básicos de publicaciones: Imágenes, vídeos y carrusel. Este último es la suma de varias imágenes o vídeos”.

El diseño gráfico es una herramienta clave para desarrollar una comunicación visual efectiva, para diferentes medios de comunicación.

Su aplicación en redes sociales y plataformas digitales ha transformado la manera en que las marcas interactúan con su público, e implementan nuevas tendencias o nuevos medios de comunicación como lo es el pódcast, una plataforma más personalizada, clara y accesible, representa una oportunidad para fortalecer la relación con la audiencia y ampliar el alcance de los mensajes de marca.

²¹ Fernando Suárez Carballo y Aurora Pérez-Maíllo. *El diseño gráfico de pódcast: análisis de estrategias visuales*. *Gráfica*, 10(19), 55–62. 2022. Accedido 11 de septiembre de 2022, <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.217>

4.3 Diseño, Feminismo y Pódcast: Estrategias para la Visibilización de la Equidad de Género

En la era digital, los medios de comunicación han evolucionado, ofreciendo nuevas herramientas para la difusión de mensajes e ideologías. Dos de estas herramientas, el diseño gráfico y los pódcast, han cobrado gran relevancia en la construcción y promoción de discursos sociales, entre ellos, la equidad de género y el feminismo. Mientras que el diseño gráfico permite la representación visual de ideas y movimientos, los pódcast han emergido como una plataforma accesible y dinámica para el debate y la concienciación sobre problemáticas sociales.

Dado que el pódcast es un medio de comunicación accesible, dinámico y cercano, se ha convertido en una herramienta poderosa para visibilizar y discutir diversas problemáticas sociales. Más allá de ser un canal informativo, permite el debate abierto y la interacción con la

audiencia, fomentando la creación de comunidades que comparten intereses y preocupaciones. Su flexibilidad y alcance lo hacen ideal para amplificar mensajes que necesitan mayor difusión, como el feminismo y la equidad de género.

Esta capacidad de comunicación efectiva se complementa con el diseño gráfico y su papel clave en el marketing digital. En una era dominada por lo visual y lo interactivo, el diseño facilita la transmisión de ideas de manera clara y atractiva, especialmente en plataformas como las redes sociales. La combinación de diseño y pódcast permite generar contenido que no solo informa, sino que también capta la atención y motiva la reflexión en nuevas audiencias.

En Guatemala, si bien no existe un registro amplio de pódcast

dedicados exclusivamente a temas feministas, sí hay programas que abordan cuestiones de género desde distintas perspectivas. Un ejemplo²² argentino es “El deseo de Pandora”, conducido por Mesyngier y Greco, quienes en cada episodio invitan a mujeres especialistas para discutir teorías feministas como el género, la interseccionalidad, el afrofeminismo y la justicia patriarcal, entre otros temas.

“El mito cuenta que Pandora abrió una caja y la acusaron de liberar todos los males del mundo. Para nosotras, esa apertura es una metáfora del día que nos dijimos feministas. Desde entonces, habitamos un lugar incómodo, deseante y a la vez festivo. Pandora estaba sola, nosotras nos tenemos”.

Este tipo de espacios demuestra la importancia de los pódcast en la difusión del pensamiento feminista y la construcción de un diálogo colectivo en busca de la equidad de género.

Aprovechar este tipo de herramientas, ayuda a crear una comunicación más efectiva y fácil para las nuevas

audiencias y generaciones, promocionar por medio de pequeños shorts fragmentos de los pódcast, publicaciones interactivas o incluso simplemente historias con fragmentos son un enganche muy efectivo para promocionarlos. Como señala Berry, en los últimos diez años el fenómeno podcasting se ha convertido en un ecosistema que no requiere de grandes inversiones en infraestructuras, y, al mismo tiempo, los creadores de podcast son personas con un alto nivel profesional”.

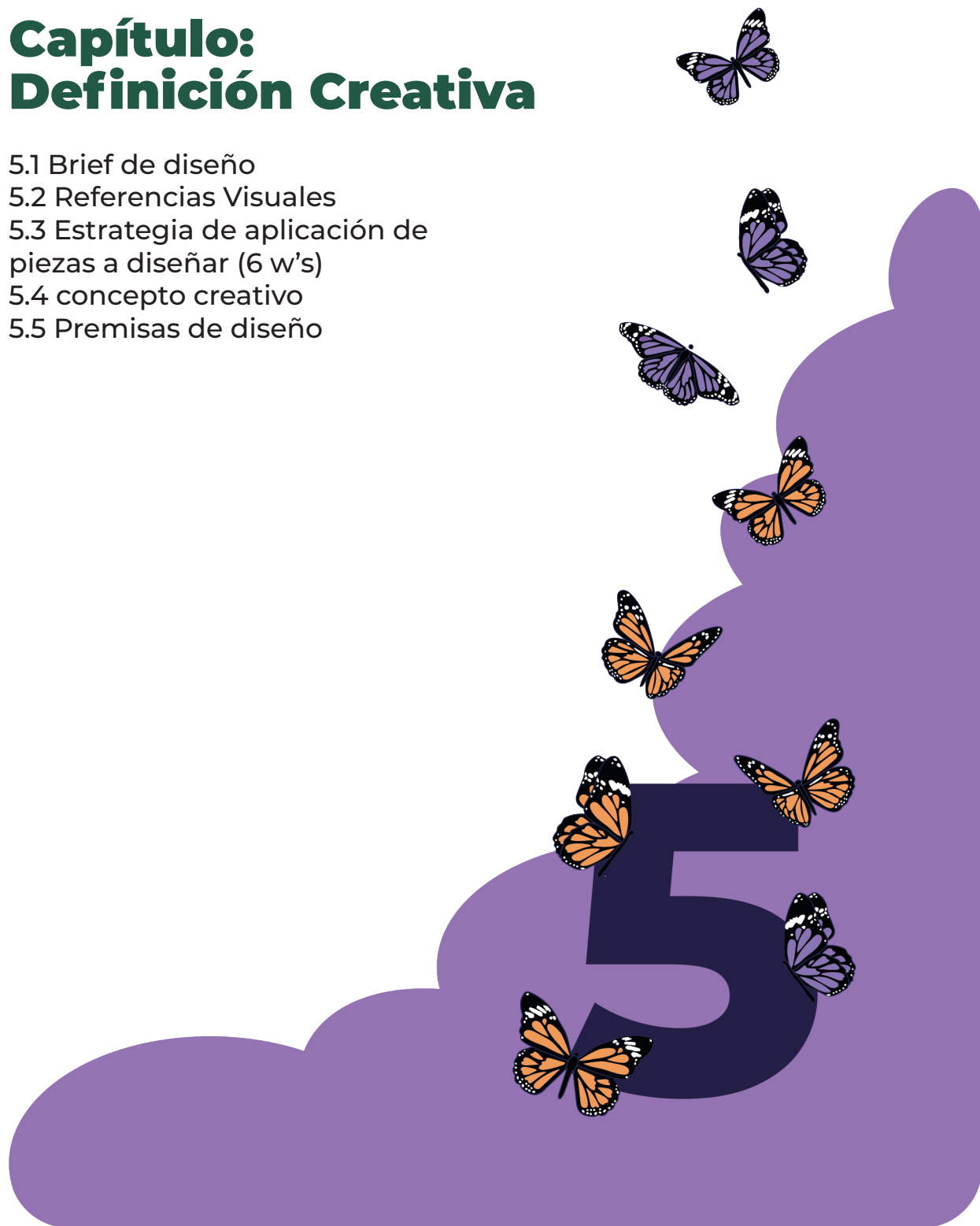
²² Leila Mesyngier y Julieta Greco. Podcast *El deseo de Pandora*. *Anfibia podcast*. S. f. Accedido 30 de noviembre de 2022, <https://open.spotify.com/show/7ouYvQKyCswHZTbGkDLDrn>





Capítulo: Definición Creativa

- 5.1 Brief de diseño
- 5.2 Referencias Visuales
- 5.3 Estrategia de aplicación de piezas a diseñar (6 w's)
- 5.4 concepto creativo
- 5.5 Premisas de diseño





En este capítulo se explican las técnicas y estrategias de diseño aplicadas para iniciar con el desarrollo gráfica de las piezas de diseño.

5.1 Brief de diseño

5.1.1 Información del cliente y del proyecto.

Fecha: 01 agosto 2022

Cliente: Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad San Carlos de Guatemala - IUMUSAC.

Datos del jefe inmediato:

Licda. Sandra Verónica Collado
Leonardo

Coordinadora de Área de Extensión
IUMUSAC

extension.iumusac@gmail.com /
+502 5704 5148

Actividad de la institución:

El IUMUSAC presta servicios relacionados con la atención de las áreas de Docencia, Investigación y Extensión Universitaria e impulsa el Desarrollo Científico- Tecnológico, Asistencia y Social- Humanístico que promuevan la equidad de género y la formación académica, de servicio y de investigación sobre condición, posición y situación de las mujeres, tomando en los ámbitos urbano y rural, así como la realidad multiétnica, multilingüe y pluricultural de la sociedad guatemalteca.

5.1.2 Con qué programas cuenta la institución:

La institución cuenta con varios programas en sus distintas áreas, las cuales son:

Investigación

- ✿ Programa Especializado de investigación en Estudios de Género
- ✿ Programa Formación Especializada en Investigación
- ✿ Programa de Información y Documentación
- ✿ Programa de Información y Documentación

Extensión:

- ✿ Programa Desarrollo Cultural
- ✿ Programa Proyección Social
- ✿ Programa Radial de Mujeres y Universidad

Docencia

- ✿ Programa de la Cátedra de la Mujer
- ✿ Programa Perspectiva de Género en la Educación Superior

5.1.3 Instituciones análogas:

Oficina Nacional de la Mujer ONAM.

Grupo Guatemalteco de Mujeres.

ONU Mujeres

5.1.4 Información sobre el proyecto.

Proyecto:

Por medio del diseño de crossmedia o estrategia de medios cruzados, se realizará una campaña que promueva información acerca de los proyectos que realiza cada una de las áreas de la institución, se realizará la promoción de un podcast para la radio que tiene la institución.

Objetivo:

Diseñar una campaña de crossmedia que incluya redes sociales y plataformas de streaming, con piezas informativas acerca de la perspectiva de género y la institución para apoyar los procesos de comunicación y visibilizar los programas con los que cuenta la institución.

Descripción del proyecto:

Publicaciones para Facebook, Instagram, portada de podcast y promoción del mismo en redes sociales.

Presupuesto:

Se estima que para la realización del proyecto el presupuesto será de Q.40,189.05

Restricciones:

Ninguna.

Público Objetivo:

Estudiantes, hombres y mujeres de la Universidad San Carlos de Guatemala, de entre 20 – 30 años, con interés en el enfoque de género y que estén dispuestos al cambio. Utilizan redes sociales y plataformas de streaming.

Mensaje a transmitir:

Perspectiva de género, un enfoque distinto a la forma en la que se desarrollan los procesos de visibilización de los proyectos que desarrolla la institución, con relación a este tema.

5.2 Referentes visuales:

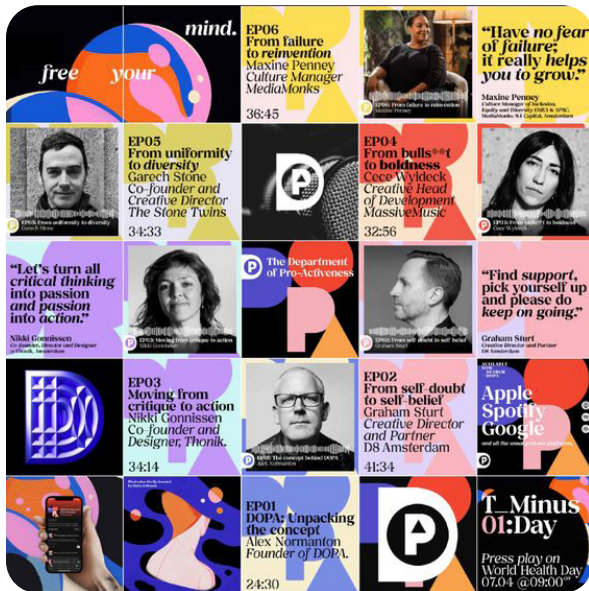


Figura 6. Marca de bienestar creativo y un podcast. Alex Normanton & Co. 2021.



Figura 7. diálogos insubmissos de mulheres negras0 Dada. 2020.



Figura 8. Feed de Instagram.SF



Figura 9. Feed de Instagram.SF

5.3 Estrategia de aplicación de piezas a diseñar

Se presenta el análisis de datos obtenidos para orientar fácilmente la decisión del material que ayudará a la solución del problema de comunicación visual de la institución.

6W

¿Qué?

La perspectiva de Género y los proyectos que siguen con la misma temática, aplicado a las diferentes áreas con las que cuenta la institución; Investigación, Docencia y Extensión.

¿Para qué?

El objetivo de la institución, es compartir información acerca de los proyectos con los que cuenta cada una de sus áreas, y de esta forma poder compartir la perspectiva de género y de esta forma entender cómo se desarrolla la desigualdad.

¿Con qué?

Campaña de redes sociales con promoción de un podcast sobre la temática.

¿Con quiénes?

Personas que intervienen en el proyecto:

Directos

- ✿ Asesor Docente
- ✿ Estudiante de diseño gráfico
- ✿ Institución - IUMUSAC
- ✿ Asesor Coordinadora del área de Extensión

Indirectos

- ✿ Estudiantes universitarios

¿Cuándo?

Se plantea que la campaña se pueda utilizar a inicios del siguiente año, con una duración de 4 meses junto a la promoción del podcast. La imagen del mismo se plantea por uso indefinido.

¿Dónde?

Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad San Carlos de Guatemala

5.4 Concepto Creativo

5.4.1 Primera técnica a considerar: Catálogo

El catálogo es una técnica de creatividad tanto individual como grupal que contrasta pares de palabras, objetos e ideas. Cada palabra funciona en nuestro cerebro como un estímulo para generar nuevas conexiones neuronales y con ello dar nuevas ideas para resolver un objetivo creativo determinado.

Su proceso es el siguiente:

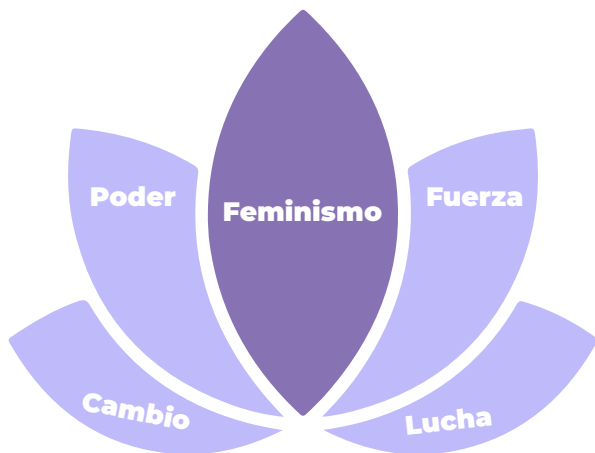
1. Se define y se escribe el objetivo creativo
2. Se consulta un catálogo: un libro, revista, diccionario o lo que se desee y se seleccionan al azar dos palabras.
3. Se escriben palabras asociadas con cada una de las dos palabras elegidas.
4. Se combinan al azar las palabras originales, o las asociadas y se relacionan con el objetivo creativo.
5. Se escriben las ideas
6. Se continúa con más pares de palabras si se desea

Palabras obtenidas
Palabra 01: Metamorfosis Palabra 02: Mujeres
Palabras asociadas 01: Cambio, comienzo, cascarón, proceso, colores, transformación, evolución
Palabra 02: Género, femenino, fuerza, calidez, poder, determinación, visión.
1. Cambio + poder = El poder de nuevas perspectivas. 2. Género + comienzo = Voluntad de un nuevo comienzo. 3. Colores + calidez = Un lila reconfortante. 4. comienzo + visión = Desde otro punto de vista.

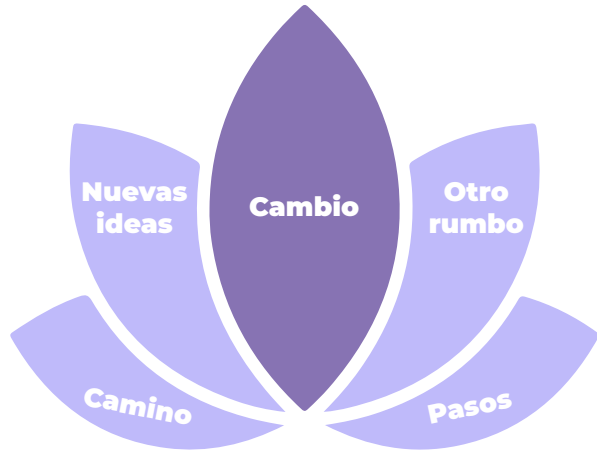
5.4.1 Segunda técnica a considerar: Flor de loto

Es una técnica de creatividad que consiste en ir deduciendo ideas o temas de uno inicial situado en el centro. Las ideas surgen a partir del centro, como los pétalos de una flor.

Flor 1



Flor 2



Flor 3

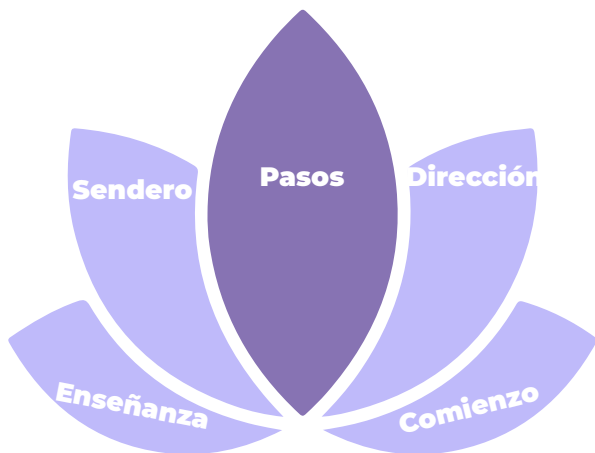




Figura 10. Vladimir kush, Salida del barco alado.

5.4.1 Técnica a utilizar: Ideart.

Es una técnica de generación de ideas (dentro del ámbito del pensamiento provocativo) que utiliza estímulos visuales, habitualmente pinturas.

Inspección a simple vista	Ideas generadas
Mariposas como velas	Rumbo al cambio
Cazando Mariposas	Alas de libertad
Barco en el mar y personas en las rocas	Una nueva visión de libertad
Mariposa atrapada por un humano	Fuera de la crisálida

La crisálida es un proceso de cambio para las mariposas, un lugar en el que se vuelven más fuertes, vivas y hermosas. Las mujeres pasan por un proceso similar, cuando son

discriminadas y deciden demostrar que su género no es una limitante para su desempeño, es más bien un impulso para extender sus alas para volar y soñar en libertad.

5.5 Premisas de Diseño

5.5.1 Tipográfico

Se decidió por una tipografía Sans serif, Montserrat, ya que cuenta con una familia tipográfica extensa y redonda, por lo que es mas fácil leerla en dispositivos digitales.

MONTSERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

MONTSERRAT HAIRLINE
MONTSERRAT ULTRA LIGHT
MONTSERRAT LIGHT
MONTSERRAT REGULAR

MONTSERRAT SEMI BOLD
MONTSERRAT BOLD
MONTSERRAT EXTRA BOLD
MONTSERRAT BLACK

5.5.2 Cromático

La paleta de colores está inspirada en el concepto, se buscó representar un jardín lleno de flores que pudieran albergar a mariposas con sus crisálidas listas para abrir.



Figura 11. Tipografía Sans Serif Montserrat.

5.5.3 Iconografía y visual

Las siguientes imágenes son parte del moodboard inspiracional, que incluye formato, ilustración y fotografía.



Figura 12. Ideas de Mideas, Karol Almeida. 2021.

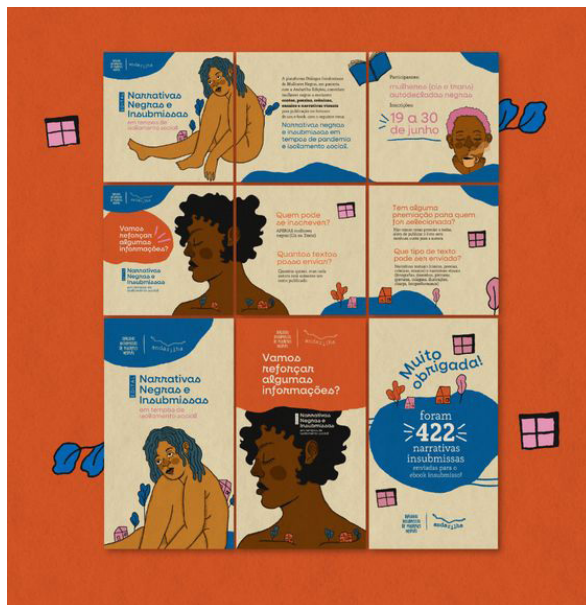


Figura 13. Narrativas Negras e Insubmissas em tempos de isolamento social. 2020



Figura 13. Granizo tormenta



Figura 14. Aghata Singer. sf



Capítulo: Producción Gráfica

- 6.1 Nivel 1 de visualización
- 6.2 Nivel 2 de visualización
- 6.3 Nivel 3 de visualización
- 6.4 Propuesta final
- 6.5 Fundamentación
- 6.6 Lineamientos para la puesta en práctica
- 6.7 Aporte económico





En este capítulo, se realizarán las validaciones y fundamentaciones de las piezas gráficas a diseñar.

6.1 Nivel 1 de Visualización

Durante el primer nivel de visualización, se establecieron los formatos para las piezas principales, luego se procedió a realizar el bocetaje a mano para tener una previsualización de la distribución de los elementos, así como también de la retícula modular que se estará utilizando para el uso correcto de los elementos dentro de las piezas.

Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada para el grupo objetivo, se establecieron dos redes sociales para implementar el proyecto, Facebook e Instagram, y se establecieron los tipos de publicaciones junto con sus respectivos formatos:

Instagram:

Post informativo: Se consideró utilizar un formato de 1080 x 1080px que es el formato cuadrado normal, para mantener un orden en el diseño del feed de la página de Instagram.

Feed Instagram: Se consideró para el diseño de feed, el uso de tablero de ajedrez para tener un orden dentro del feed.

Facebook:

Post informativo: Se utilizarán post compartidos con Instagram, por lo que se utilizará el mismo formato, 1080 x 1080px, para los posts que contendrán información de las áreas de la institución.

Post Call to action: Para este post se utilizará un formato de 630 x 1200px, el cual es utilizado para los posts con link e imagen, para redirigir a los usuarios al podcast en Spotify.

Spotify

Se utilizará el mismo formato cuadrado, de 1080 x 1080px, y se publicarán como parte de las promociones de las publicaciones de “Call to action” en Facebook.

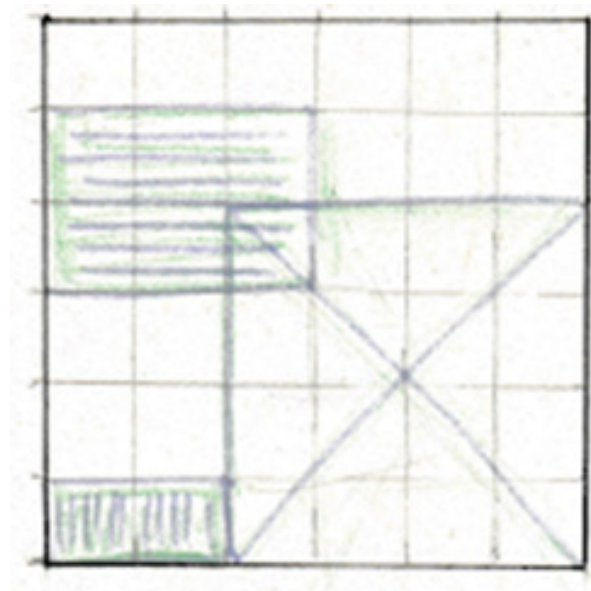
6.1.1 Nivel de producción gráfica 1

Post Informativo

Se presentaron tres propuestas para someter a una validación, respecto a los aspectos necesarios para la pieza gráfica.

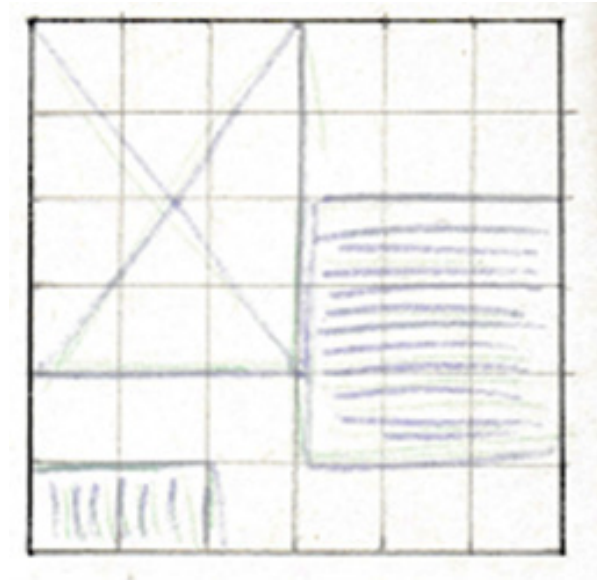
Propuesta 1

Para la primera propuesta se consideraron aspectos de información que se recabó del grupo objetivo, teniendo en cuenta que dentro de una de las aplicaciones que más utilizan se encuentra Instagram, se llegó a la conclusión de que le gusta apreciar mas la imagen que el texto en sí, por lo que en la primera propuesta se consideró un espacio donde el 75% del espacio fuera para la imagen o en este caso la ilustración, y el 25% se distribuyera para la información y el logo de la institución.



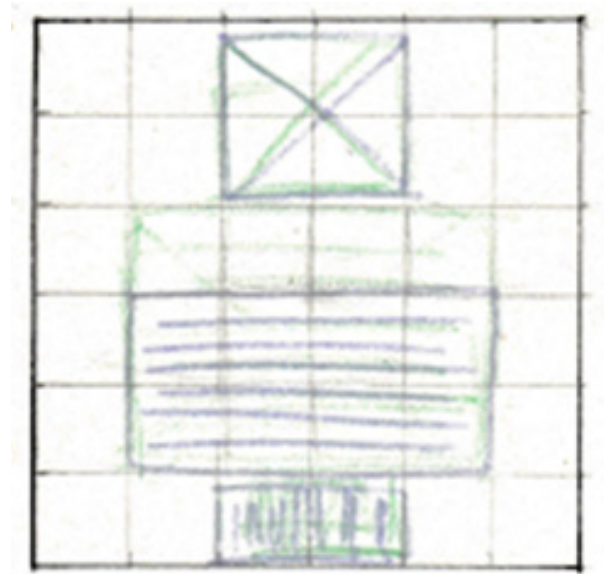
Propuesta 2

Como segunda propuesta, se considero compartir un poco el espacio de la distribución imagen/texto, siendo este de 65% de la imagen junto con el logo y el 35% de texto. Se distribuye de la siguiente forma: en la parte superior izquierda se coloca la imagen, se continúa con el texto colocado en la parte inferior izquierda, finalizando con el logo en la esquina inferior izquierda, proporcionando un recorrido visual agradable.



Propuesta 3

Para la última propuesta, se considero un poco menos el espacio para la imagen y más para el texto, siendo este un 75% mas del espacio para el texto junto al logotipo y el 25% para la imagen. La distribución para esta propuesta se mantuvo de manera vertical, teniendo un recorrido visual recto, que dirige la vista del espectador de un punto al siguiente para transmitir la información de manera más rápida y concisa.



Autoevaluación de post informativo

Se utilizó un instrumento proporcionado por el asesor metodológico para poder valorar los aspectos importantes a evaluar dentro de la pieza gráfica siendo estos los siguientes:

Propuesta 1

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				x	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				x	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						10

Propuesta 2

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				x	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.					x
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						15

Propuesta 3

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.				x	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.					x
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						15

Con los resultados de la autoevaluación, se consideraron dos de las tres propuestas, la propuesta #1 y la propuesta #2, ya que cumplen con tres de los 5 aspectos tomados en cuenta para la autoevaluación.

Sumado a esto se toman en cuenta también los comentarios proporcionados durante la sesión de asesoría en la clase de Proyecto de Graduación, donde se comentó la importancia de considerar el planteamiento de la primera propuesta, ya que sugiere una mejor solución en cuanto a la distribución de la imagen, también por los resultados obtenidos durante la encuesta dirigida al grupo objetivo. Por lo que la propuesta #1 es la que se utilizará como final para las publicaciones informativas.

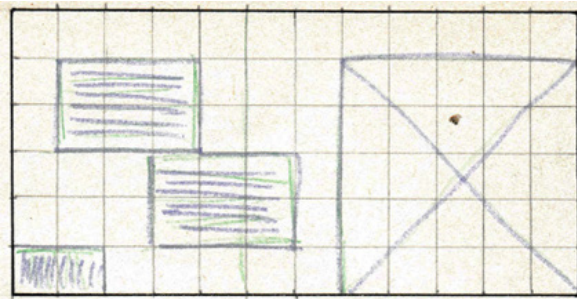


Post Call to Action.

Se presentaron tres propuestas para someter a una validación, respecto a los aspectos necesarios para la pieza gráfica.

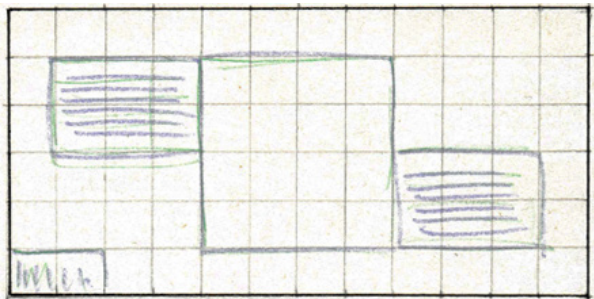
Propuesta 1

Se considero distribuir el contenido de manera diferente dentro de un nuevo formato, utilizando el recorrido visual de manera horizontal, comenzando con el texto del lado izquierdo, distribuido en dos párrafos para añadirle un poco de dinamismo, se finaliza con la imagen de lado derecho.



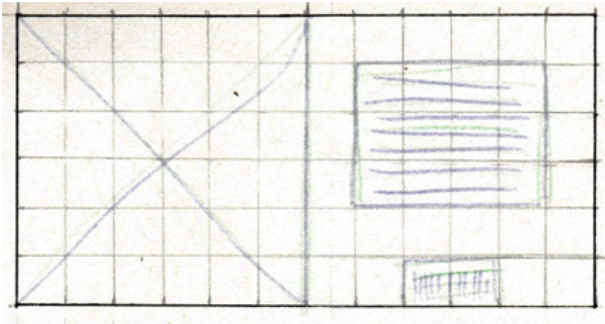
Propuesta 2

Para esta segunda propuesta se considero el centro como foco de atención, por lo que en este caso se considero a la imagen como el protagonista de esta pieza, siendo complementada por los textos a cada lado, creando un recorrido visual en diagonal, partiendo desde la parte superior izquierda con el primer texto, siguiendo con la imagen en el centro y finalizando con el segundo texto en la parte inferior derecha.



Propuesta 3

Para la última propuesta se considero distribuir el texto de manera equitativa dentro del espacio del formato, utilizando la mitad para la imagen y la otra mitad para el texto. De esta forma se podrían probar los tamaños de ambos elementos, el recorrido visual es de manera horizontal, lineal, lo que quiere decir que va de un extremo al otro sin ningún tipo de movimiento, comienza desde la izquierda con la imagen y finaliza con el texto del lado derecho



Autoevaluación de post Call to action

Se utilizó un instrumento para valorar los aspectos importantes a evaluar dentro de la pieza gráfica siendo estos los siguientes:

Propuesta 1

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.					x
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						20

Propuesta 2

AUTOEVALUACIÓN						
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				x	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				x	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						10

Propuesta 3

AUTOEVALUACIÓN						
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				x	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						15

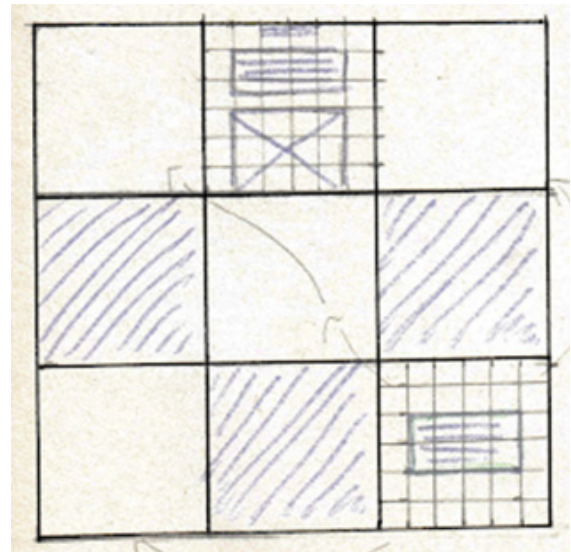
Después de realizar la autoevaluación se determinó que la propuesta #3 es la más adecuada para poder tomar como base de diseño de la pieza gráfica. Se consideró que al ser un post Call to action, tiene que cautivar a la audiencia para que puedan interactuar. Por lo que utilizar el espacio de la imagen como atrayente, además de los aspectos considerados en la autoevaluación, refuerzan la propuesta presentada.

Feed de Instagram

Se realizaron propuestas para el diseño del feed de Instagram, siendo las siguientes las propuestas presentadas:

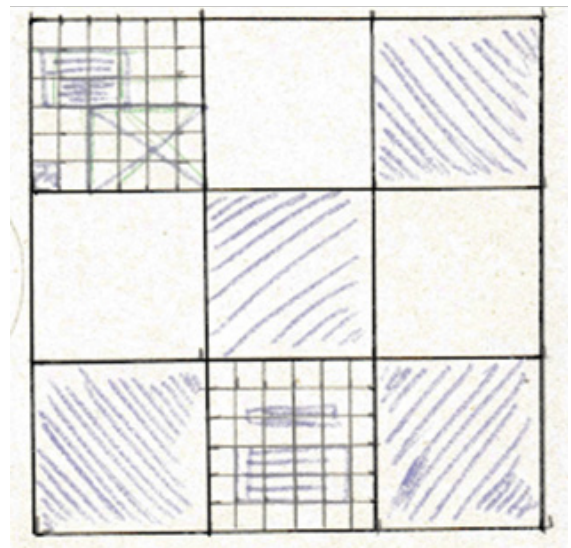
Propuesta 1

Se considero el diseño del feed como tablero de ajedrez, en este diseño se busca tener un poco de dinamismo utilizando un patrón, el cuál se obtiene con la organización de las publicaciones y también el de los diferentes diseños de las mismas. Se utilizarán los posts informativos que serán compartidos en Facebook y se compartirán publicaciones con frases u otro tipo de información para intercalar y de esta forma obtener el diseño de ajedrez dentro del feed.



Propuesta 2

Para esta propuesta se planteó el diseño de mosaico, el cuál generaba conexiones entre las publicaciones dentro del feed de Instagram. Esto generaría conectividad entre cada una de las piezas, cada 9 publicaciones, ya que se utilizarían los formatos cuadrados para poder generar un diseño aparte.



Autoevaluación de post Call to action

Se utilizó un instrumento para poder valorar los aspectos importantes a evaluar dentro de la pieza gráfica siendo estos los siguientes:

Propuesta 1

AUTOEVALUACIÓN						
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
		1	2	3	4	5
ASPECTO A EVALUAR						
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				x	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.			x		
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				x	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.				x	
TOTAL						20

Después de obtener los datos de las evaluaciones, se llegó a la conclusión de que la primera propuesta es la que cumple con las mejores características para poder ser implementada como pieza de diseño. Además de que el diseño de la primera propuesta, presenta un mejor funcionamiento y manejo que podría ser implementado por la institución, ya que, al ir intercalando publicaciones, no se corre el riesgo de publicar una pieza de manera

Propuesta 2

AUTOEVALUACIÓN						
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
		1	2	3	4	5
ASPECTO A EVALUAR						
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.				x	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				x	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						10

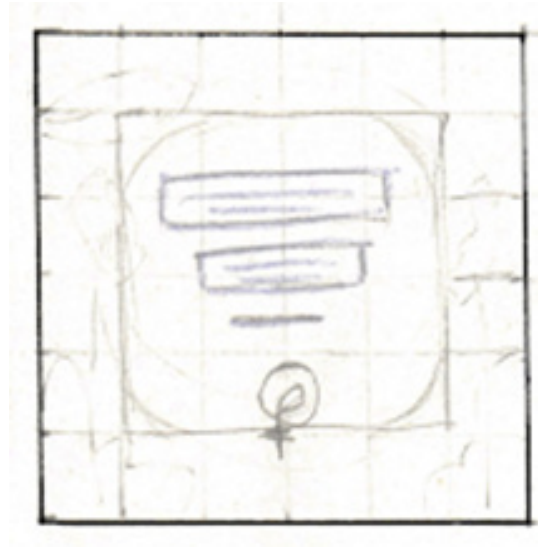
errónea, lo que podría arruinar el diseño del feed, como lo sería en el caso de la segunda propuesta. La primera propuesta presenta un orden y una dirección visual que puede ser llamativa, proporcionada por publicaciones informativas en conjunto con las que generan espacios en blanco, las cuales van intercaladas y generan este patrón de tablero de ajedrez, que le brinda dinamismo al feed de Instagram.

Portada para el podcast.

Se plantearon tres propuestas de la distribución de espacios, de los elementos para la portada del podcast que se estará subiendo a la plataforma de spotify.

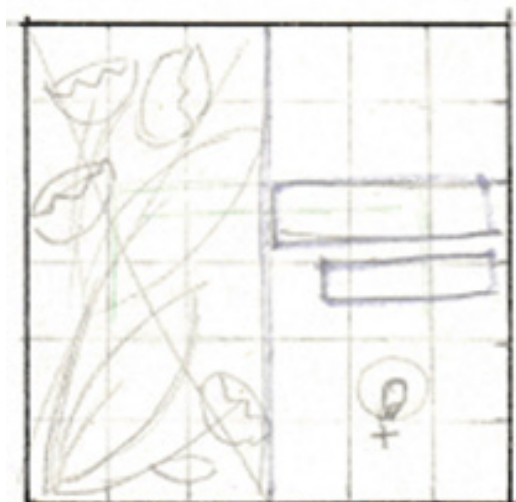
Propuesta 1

Para la propuesta 1 se consideró tener el título del podcast como parte central de la pieza, por lo que el espacio se distribuyó de manera que los elementos gráficos, que en este caso sería la ilustración que acompaña las piezas de redes sociales, pudieran colocarse alrededor de la parte central donde se encuentra el título del podcast. De esta forma se pueden apreciar ambos elementos dentro de la pieza gráfica.



Propuesta 2

En esta propuesta se considero darle un espacio al elemento gráfico y otro al texto, por lo que se decidió dividir el formato y distribuir la imagen y el texto en un 50% para cada uno, de esta manera ambos elementos pueden complementarse. El recorrido visual que brinda es de izquierda a derecha.



Propuesta 3

En esta propuesta, se distribuyó el espacio de manera que el 70% es de la imagen y el otro 30% del texto, de esta forma se puede dar protagonismo a la ilustración para poder captar la atención y dirigirla al título del podcast.



Autoevaluación de post Call to action

Se utilizó un instrumento para poder valorar los aspectos importantes a evaluar dentro de la pieza gráfica siendo estos los siguientes:

Propuesta 1

AUTOEVALUACIÓN						
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
		1	2	3	4	5
ASPECTO A EVALUAR						
4	Legibilidad: Cualidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				x	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						15

Propuesta 2

AUTOEVALUACIÓN						
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
		1	2	3	4	5
ASPECTO A EVALUAR						
4	Legibilidad: Cualidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.					x
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						20

Propuesta 2

AUTOEVALUACIÓN						
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				x	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
TOTAL						15

Con los datos de la autoevaluación, se considera que la propuesta #2 cumple con los aspectos necesarios para poder funcionar como la pieza gráfica necesaria para la portada del podcast, la distribución de los elementos proporciona la atención necesaria de ambos. La imagen resulta tener el espacio necesario para poder atraer la atención del grupo objetivo y a su vez sea dirigido al nombre del podcast.



6.2 Segundo nivel de visualización.

Durante este segundo nivel de visualización, se realizó la evaluación de las piezas con profesionales del diseño.

Las piezas presentadas a continuación contienen las correcciones proporcionadas durante la sesión de la clase de Proyecto de Graduación.



Para los posts informativos que van a ser compartidos en Facebook e Instagram, se utilizaron fotografías en blanco y negro combinados con ilustración tipo flat, también se utilizaron mariposas como parte del



refuerzo del concepto "Saliendo de la crisálida", el texto se encuentra en la parte superior izquierda, luego se distribuye en la parte de en medio. El recorrido visual inicia con el título, prosigue en el texto y finaliza en la imagen. Al ser post informativos, lo que se pretende es poder compartir un poco de información acerca de las áreas con las que cuenta la institución. La distribución de los elementos dentro de la publicación ayuda a poder reforzar este objetivo.

Post Call to action



Para las publicaciones call to action se consideró utilizar solo ilustración ya que no se requiere la representación de personajes específicos, aun así, se consideró la ilustración como el protagonista de estas piezas para que pudiera atraer a la atención del grupo objetivo y de esta forma puedan interactuar con la publicación. Estas publicaciones redirigirán al grupo objetivo al podcast.

Portada del podcast

Para el diseño del podcast se utilizó solamente la ilustración, sin agregar fotografías ya que no se pretende representar a ningún personaje en este diseño. Se consideró el espacio del logotipo, y se utilizó la forma de la ilustración para guiar el recorrido visual al título del podcast.



6.2.1 Evaluación con profesionales

Como parte de la segunda visualización, se realizó una serie de entrevistas con diseñadores profesionales, para poder tener otro punto de vista y validar aspectos dentro de la pieza gráfica.

Técnica:

Se realizaron entrevistas para poder recabar información de las personas. También para tener comentarios y reacciones orgánicas en cuanto al diseño de cada pieza.

Proceso de evaluación:

Durante las entrevistas se realizó una exposición del proyecto para poder entrar en contexto con las piezas de diseño y al finalizar se recibían una serie de comentarios, para reforzar se les proporcionaba una encuesta, en la que se podía obtener un registro de sus comentarios.

Se realizó un total de 5 entrevistas, con:

- ✿ *Licenciada. María Gutiérrez, diseñadora gráfica.*
- ✿ *Diseñadora Wendy Huertas.*
- ✿ *Diseñadora Wendy Reyes.*
- ✿ *Diseñador Pablo Miranda.*
- ✿ *diseñador Francisco Zurita especializado en el diseño de tipografías y diseño para redes sociales.*

Durante la sesión se evaluó la calidad de las imágenes, textos, la armonía entre los elementos que se utilizaron para cada una de las piezas. Por cada uno de los aspectos, se tuvieron los siguientes comentarios:

Imágenes:

El contraste generado por el color en blanco y negro, con lo colorido, atrae la vista de los espectadores.

Se debe de tener cuidado con los recortes de las fotografías y la nivelación de los colores en blanco y negro.

Texto

El tamaño del texto se puede apreciar bien, pero el uso de las dos tipografías distintas hace que no se puedan apreciar bien los dos elementos dentro de la pieza gráfica.

Armonía:

Aunque uno de los elementos dentro de la pieza destaca más que el otro, la distribución de los elementos genera una armonía visual entre ambos.

Además de estos comentarios, también se tuvo una asesoría durante la sesión de Proyecto de Graduación, donde se comentaron los colores de las mariposas, elementos que refuerzan el concepto que se está manejando. Se mencionó que se podría malinterpretar, ya que las maripo-

sas de color negro pueden significar muerte, lo cual es algo que no se desea reflejar en las piezas de diseño.

En el siguiente nivel se evaluarán las piezas con los cambios realizados después de las asesorías y comentarios que surgieron en este nivel de visualización.

6.3 Tercer nivel de visualización.

Para el tercer nivel de visualización se presentan los cambios surgidos en el segundo nivel de producción gráfica. También se presenta la validación ante las sedes y el grupo objetivo y la fundamentación de la propuesta final.



En ambos se hizo un mejor uso de la retícula modular, para poder distribuir de manera más ordenada los elementos.



Dentro de los comentarios del segundo nivel de visualización, se sugirió reconsiderar el orden de los textos, tales como el de la cátedra de Luz Méndez, donde el texto **"Promueve la formación en perspectiva de género y feminista"** estaba ubicado en el recuadro de información, debajo del nombre de la cátedra. Esto le da más visibilidad y concordancia con el post de Marie Curie, ambos contienen los mismos pesos visuales y le da más armonía a las piezas.



Para el post Call to Action se cambió el copy, ya que al momento de realizar la autoevaluación, se llegó a la conclusión de que no tenía el llamado a la acción, por lo que no cumplía con el cometido de invitar al grupo objetivo a interactuar con la página.



En cada una de las piezas se utilizaron filtros de color para poder cambiar el blanco y negro de la mariposa, el color fue bien aceptado ya que no se percibe esa connotación de luto, como lo hacía con las piezas anteriores.

Para la portada del podcast se cambió la tipografía por una que no compitiera tanto con la ilustración que se está manejando en esta pieza.

6.3.1 Evaluación con la institución

Para la validación con la institución, se realizó una reunión por google meet, donde se presentó el proyecto ante la directora Elda Marroquín, las coordinadoras de área, Licda. Lucrecia Vicente, coordinadora del área de Docencia, Dra. Carmen Yolanda López Palacios, Coordinadora del área de Investigación, Licda. Sandra collado, coordinadora del área de extensión y el Ingeniero Rodrigo Mendizabal, encargado del funcionamiento de la página principal de la institución.

Durante la reunión surgieron los siguientes comentarios:

- ✿ La propuesta es bastante interesante y presenta una nueva imagen atrayente para la institución.
- ✿ Las mariposas refuerzan el concepto que se está manejando dentro del proyecto, y el color presenta una unificación con las fotografías.
- ✿ El texto podría perderse un poco con el fondo de color naranja (haciendo referencia a la cátedra de Luz Méndez)
- ✿ Se realizó un buen uso del logotipo dentro de las piezas de diseño.

6.3.2 Validación con el grupo objetivo

Para la validación con el grupo objetivo se realizaron entrevistas y una serie de encuestas, donde se obtuvieron resultados positivos en el diseño de las piezas.

Los comentarios que se obtuvieron fueron los siguientes:

- ✿ Se pueden apreciar los textos, pero el que se encuentra en el fondo naranja puede perderse un poco.
- ✿ Las mariposas reflejan el concepto que se está tratando.
- ✿ Los colores son muy llamativos y atraen a primera vista.
- ✿ Las piezas se complementan unas con otras.

6.3.3 Resultado final

Luego de obtener el resultado de las entrevistas y encuestas realizadas al grupo objetivo y a la institución, se procedió a realizar los cambios surgidos por los comentarios de ambas partes. Como parte final de este proceso, se realizó una presentación de las propuestas finales, durante la sesión de la clase de Proyecto de Graduación, donde se dio el visto bueno para poder proseguir con las piezas restantes.



Las piezas presentadas luego de los cambios fueron las siguientes:

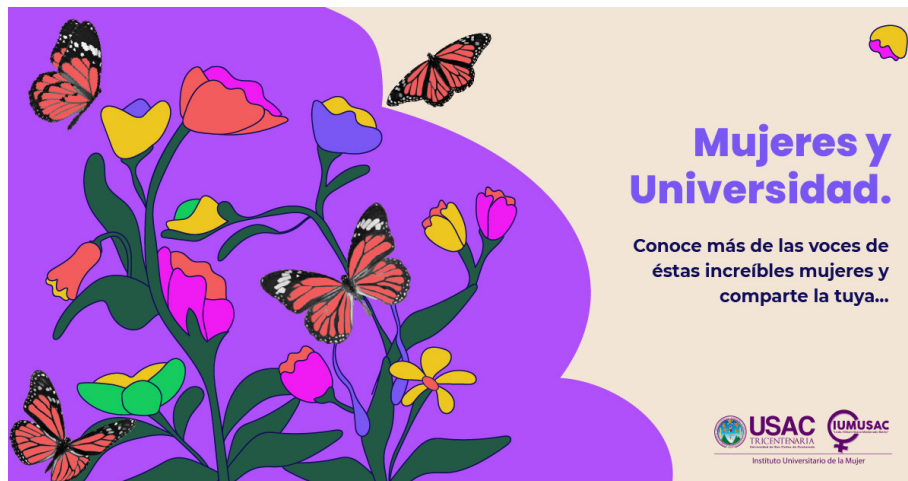
Post Informativo



Para el post del área de Docencia (Cátedra de Luz Méndez) se decidió por disminuir los tonos naranjas, de esta forma se aprecia de mejor manera el texto. Se configuraron los tamaños de los textos dentro de los recuadros.



Post Call to Action



Post Call to Action



Para cada una de las piezas se consideró realizar un redibujo de las flores, ya que también se cambió el estilo y color de las mariposas, por lo que se omitió utilizar flores del mismo color, para destacar ambos elementos dentro de la pieza.

También se cambió de color de mariposa dependiendo del fondo que se esté utilizando dentro de cada pieza.

El proyecto tuvo una revisión final y se hicieron actualizaciones de acuerdo a las necesidades de la institución y también del grupo objetivo, donde se buscaba tener un diseño un poco más consistente con los elementos dentro de la pieza dándole un mayor protagonismo a las fotografías y a la información

Post Informativo

6.4 Propuesta final

El proyecto tuvo una revisión final y se hicieron actualizaciones de acorde a las necesidades de la institución y también del grupo objetivo, donde se buscaba tener un diseño un poco más consistente con los elementos dentro de la pieza dándole un mayor protagonismo a las fotografías y a la información

A continuación se presentan las propuestas finales de las piezas principales.

Post Informativos compartidos en Instagram y facebook:











Post del podcast y portada

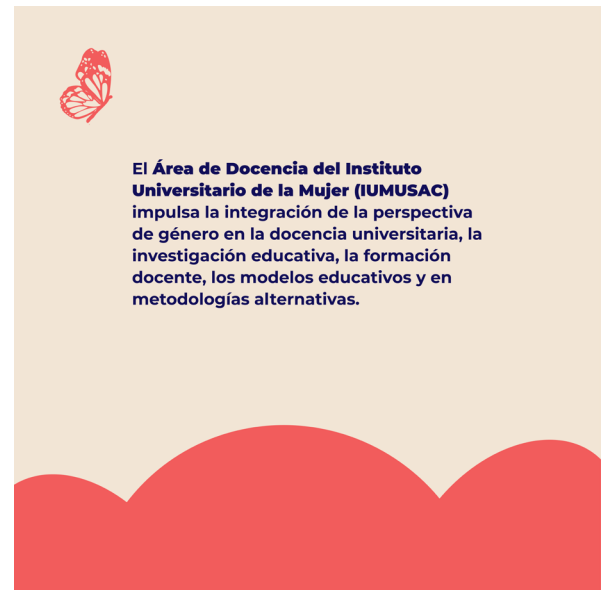








Separador informativo de Instagram:





El Área de Extensión del Instituto Universitario de la Mujer (IUMUSAC) se encarga de asesorar, coordinar y ejecutar proyectos para mejorar la condición de las mujeres en Guatemala.



Promoviendo una cultura de equidad de género, respeto a la diversidad y desarrollo inclusivo.

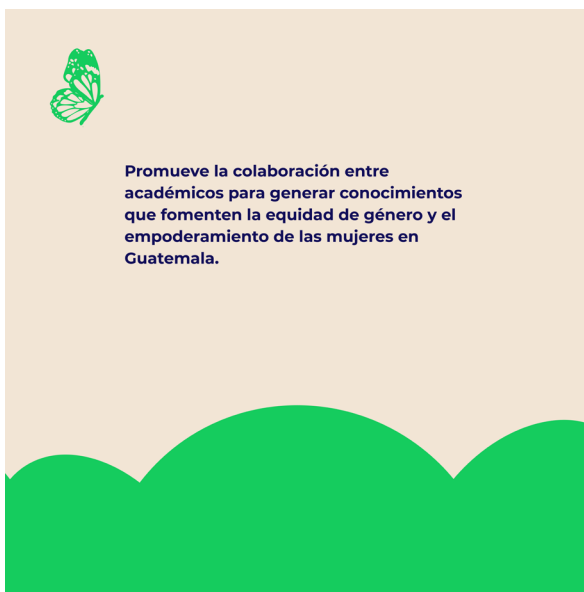
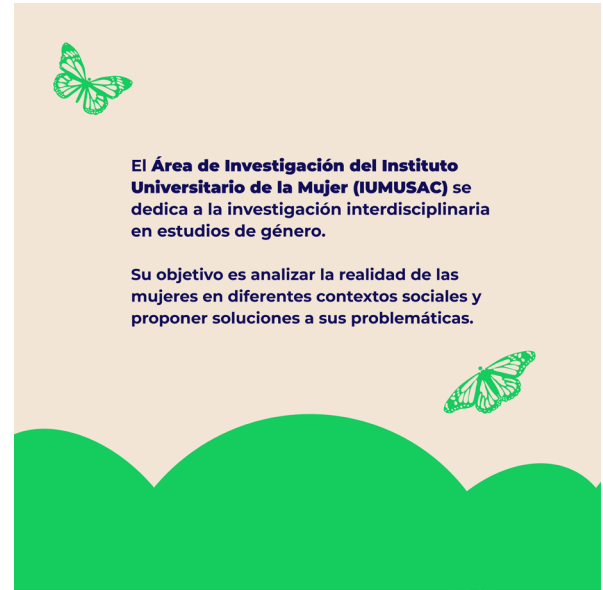
A través de programas de comunicación y producción académica con enfoque de género, busca aplicar conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos en la sociedad.



Funciones Principales

Promover y coordinar programas y proyectos en colaboración con la Dirección General de Extensión Universitaria.

Mantener comunicación activa con organismos nacionales e internacionales para fortalecer vínculos y alianzas.



Publicaciones de Instagram:

Docencia

**Jornadas
académicas**



**La investigación
como motor de
cambio social**



**El corazón del
cambio**



**Educación
extracurricular
feminista**



**Diplomacia
académica
feminista**



**Innovación para
la equidad**



Extension:

**Programa de
desarrollo
cultural**



**Voces que
resisten y
transforman**



**Comunicación
feminista desde
la universidad**



**Mujeres que
hacen historia**



**La radio como
aula feminista**



**¿Has oído hablar
de la Ciencia Lila?**



Investigación:

**¿Qué es
el PUIEG?**



**Centro de
Documentación
FEM**



**¿Qué investigan
las académicas
del IUMUSAC?**



**Ciencia con
mirada feminista**



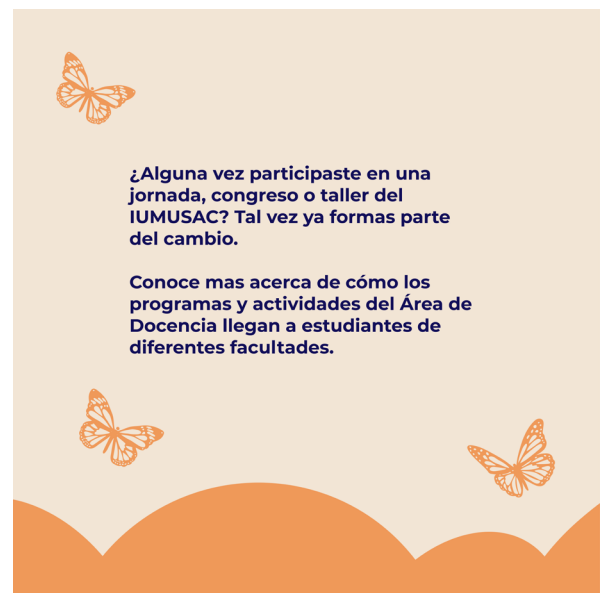
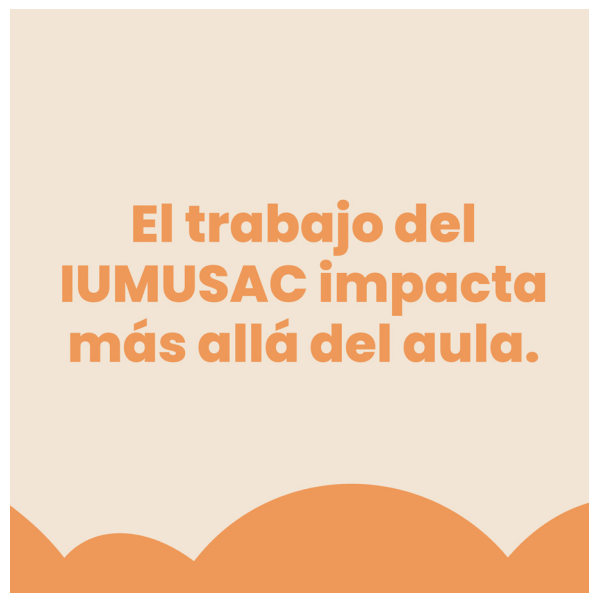
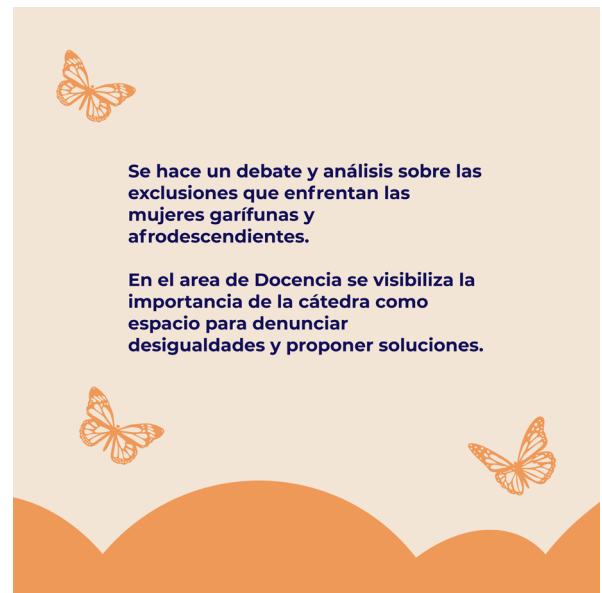
**Alianzas
nacionales e
internacionales**



**Tu voz también
merece ser leída**



Publicaciones de Facebook:



La educación como motor de justicia social y equidad.

La educación superior como herramienta de transformación social

Cómo el enfoque de género en la docencia universitaria transforma la cultura institucional y social.

Historia y feminismo en la educación superior

Formación basada en epistemología feminista para comprender los sistemas de opresión patriarcal y capitalista.

La cátedra aporta una mirada crítica y feminista a la historia y la educación.

La transformación es colaborativa

**El papel de las alianzas en la
educación con perspectiva de género.**

**La importancia de trabajar con ONGs,
instituciones, académicas/os y
organismos internacionales.**

Las alianzas en la educación con perspectiva de género

**La importancia de trabajar con ONGs,
instituciones, académicas/os y
organismos internacionales.**

**El IUMUSAC muestra que la
transformación es colaborativa y se
construye en red junto con otras
organizaciones para visibilizar la
perspectiva de género.**

**La extensión
también se
construye
contigo**



**¿Quieres ser parte de la producción
feminista del IUMUSAC? ¡Puedes
hacerlo!**

**Comparte, escribe, produce. El
IUMUSAC te espera.**



**Tu voz también
merece ser leída**



**¿Te gustaría publicar en la Revista
Mujeres & universidad? Aquí te
decimos cómo**

**Escribe con perspectiva feminista,
publica en Mujeres & universidad."**



**¿Tienes madera
emprendedora?
El IUMUSAC te
acompaña a
descubrirla**



**La educación superior como
herramienta de transformación social**

**Cómo el enfoque de género en la
docencia universitaria transforma la
cultura institucional y social.**



**¿Has oído hablar de
la Ciencia Lila?**



**Cuando la teoría feminista toma
forma en los medios.**

**Se profundiza en el concepto de
"Ciencia Lila" como una forma propia
de hacer comunicación académica
feminista.**



Periodismo no sexista: una apuesta del IUMUSAC para los medios



Relación con periodistas y formación
en periodismo incluyente dentro de
los medios de la USAC.

Destacamos que el IUMUSAC impulsa
un periodismo con perspectiva de
género y libre de estereotipos.



Arte con perspectiva de género: expresión y resistencia en la USAC



Impulso a festivales, literatura y
expresiones artísticas en torno a
conmemoraciones significativas.

El IUMUSAC visibilizar cómo el arte
universitario también es un espacio
para la lucha feminista.



Las alianzas en la educación con perspectiva de género



La importancia de trabajar con ONGs, instituciones, académicas/os y organismos internacionales.

El IUMUSAC muestra que la transformación es colaborativa y se construye en red junto con otras organizaciones para visibilizar la perspectiva de género.



El trabajo del IUMUSAC impacta más allá del aula.



¿Alguna vez participaste en una jornada, congreso o taller del IUMUSAC? Tal vez ya formas parte del cambio.

Conoce mas acerca de cómo los programas y actividades del Área de Docencia llegan a estudiantes de diferentes facultades.



La educación como motor de justicia social y equidad.

La educación superior como herramienta de transformación social

Cómo el enfoque de género en la docencia universitaria transforma la cultura institucional y social.

La transformación es colaborativa

El papel de las alianzas en la educación con perspectiva de género.

La importancia de trabajar con ONGs, instituciones, académicas/os y organismos internacionales.

Cooperación científica y tecnológica con perspectiva de género



Cómo la investigación feminista se articula con la ciencia y la tecnología en Guatemala.

"La ciencia no es neutra: con perspectiva de género también transforma la tecnología."



El IUMUSAC dentro de SINUSAC y SENACYT



Participación del área en sistemas nacionales de investigación y cómo esto fortalece los estudios sobre mujeres y género.

Las necesidades de las mujeres guatemaltecas también son agenda científica nacional.



Historias



A portrait of Licda. María Lucrecia Vicente Franco, a woman with short dark hair and glasses, wearing a black top with a floral pattern. The portrait is set within a decorative frame that includes a large orange arch behind her head, several purple butterflies, and small purple and yellow flowers at the bottom. The entire graphic is on a light beige background with an orange scalloped border at the top.

Licda. María Lucrecia Vicente Franco.
**Coordinadora de Área de Docencia
IUMUSAC.**

Feminista y académica,
licenciada en Ciencias
Psicológicas por la USAC, con
especializaciones en Estudios
Feministas y de Género avaladas
por Fundación
Guatemala-Universidad Rafael
Landívar y la UNAM. Con
formación en docencia,
investigación y TIC, ha sido
docente, investigadora y
extensionista.



Fundadora del modelo de atención integral contra la violencia hacia las mujeres en Guatemala, tiene 35 años de trayectoria en el movimiento feminista. Desde hace 16 años coordina el Área de Docencia del IUMUSAC, impulsando la defensa de los derechos humanos de las mujeres.



Dra. Carmen Yolanda López Palacios
Coordinadora de Área de
Investigación IUMUSAC.



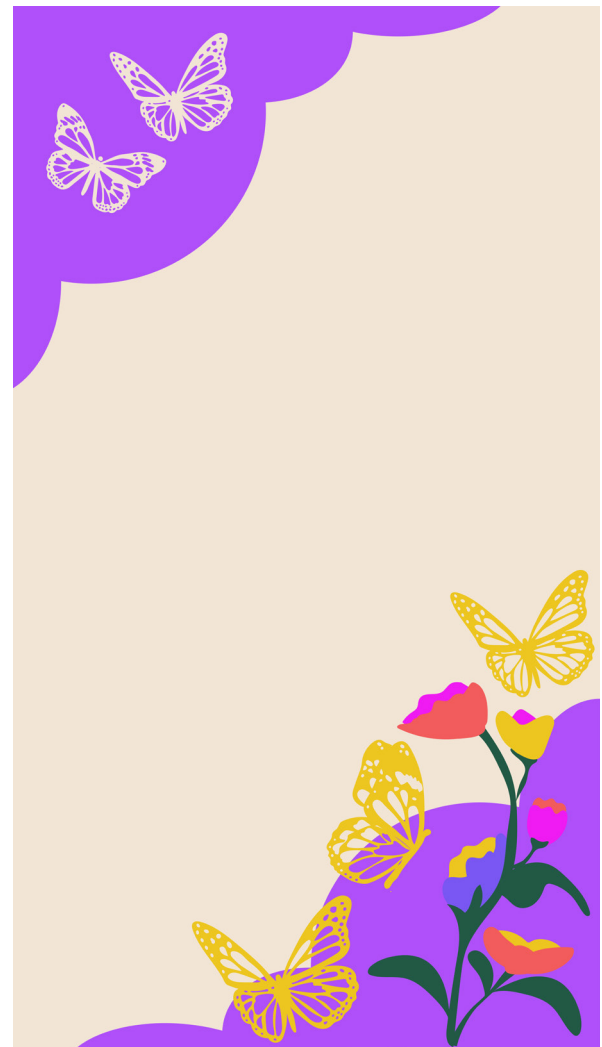
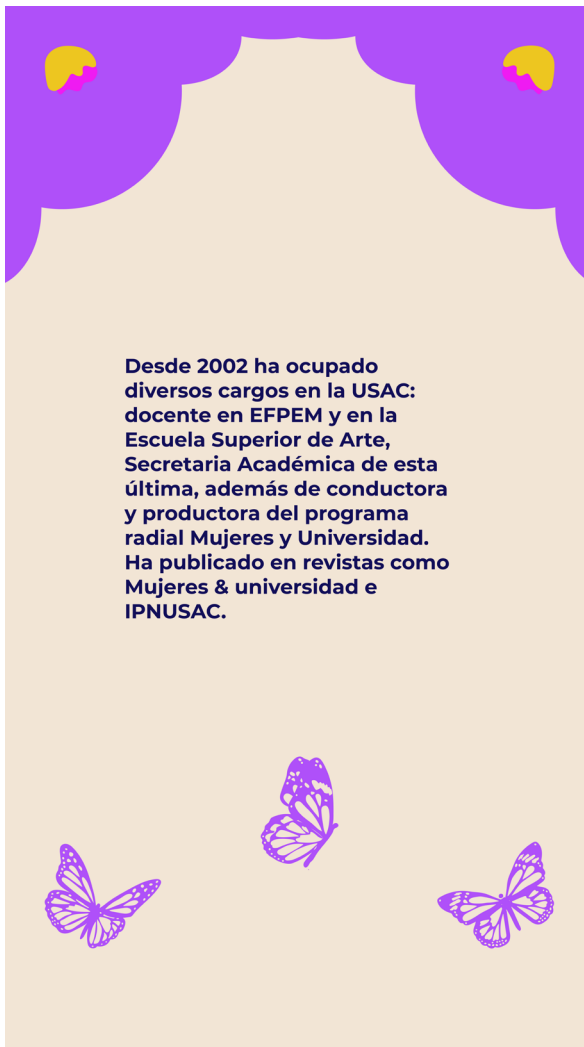
A portrait of M.A. Sandra Verónica Collado Leonardo, a woman with dark curly hair, smiling. The portrait is set within an arched frame. The background of the frame is orange and features two blue butterflies and a pink flower. The entire graphic is set against a light beige background with a purple scalloped border at the top and two yellow circular accents.

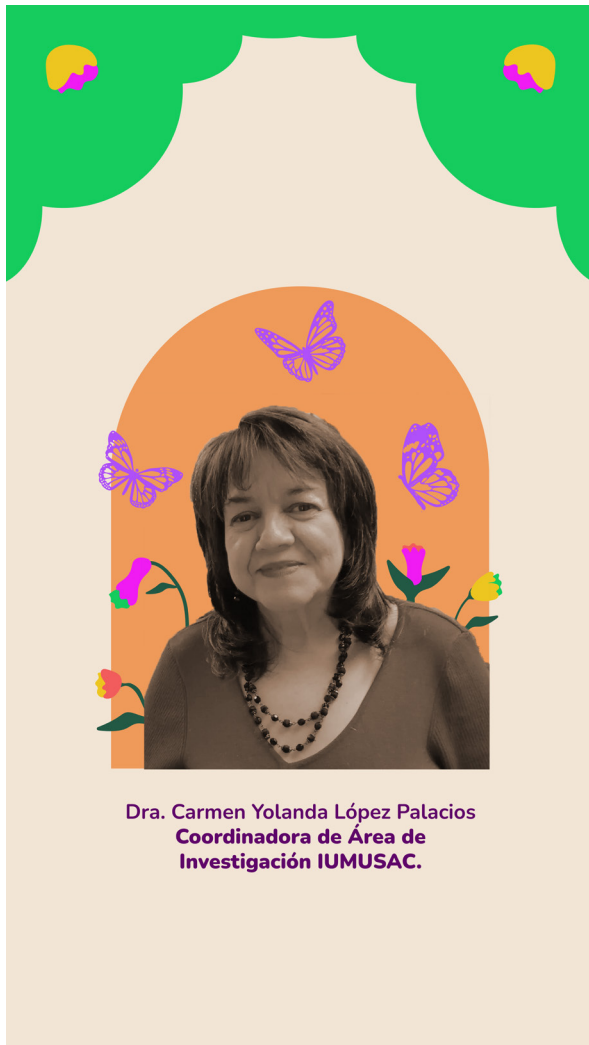
M.A. Sandra Verónica Collado
Leonardo. **Coordinadora de Área de
Extensión IUMUSAC.**

Académica feminista con
estudios en Pedagogía en
Ciencias de la Educación por la
USAC y Maestría en Gerencia
Educativa en UPANA
Guatemala. Diplomada en
Estudios de Género y
Feminismos por FLACSO
Guatemala. Fue educadora
popular en Fe y Alegría
(1989–2001).

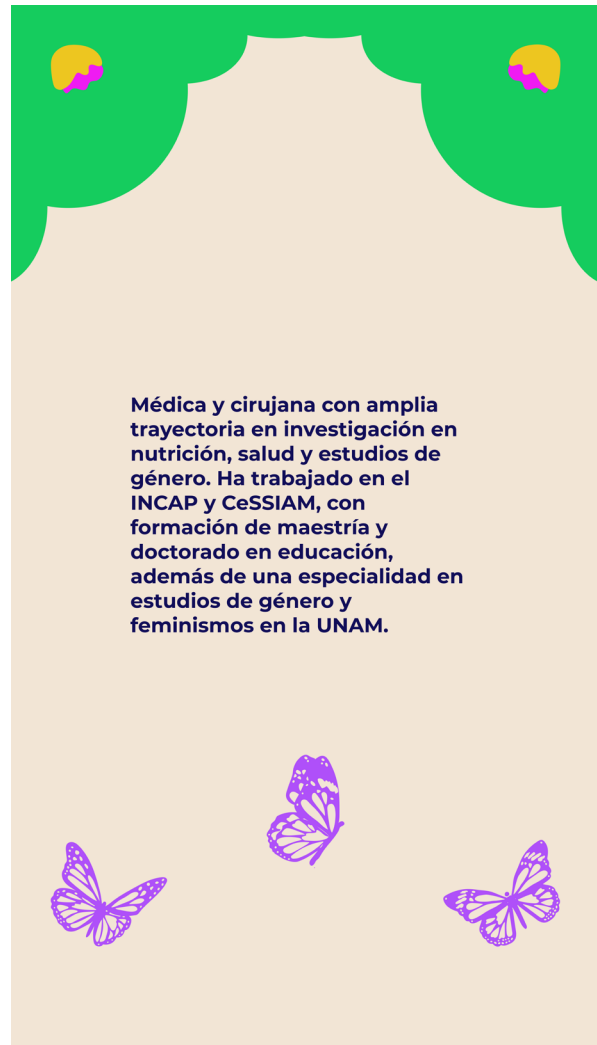


Three blue butterflies are positioned at the bottom of the page, arranged in a triangular pattern. The background is light beige with a purple scalloped border at the top and two yellow circular accents.

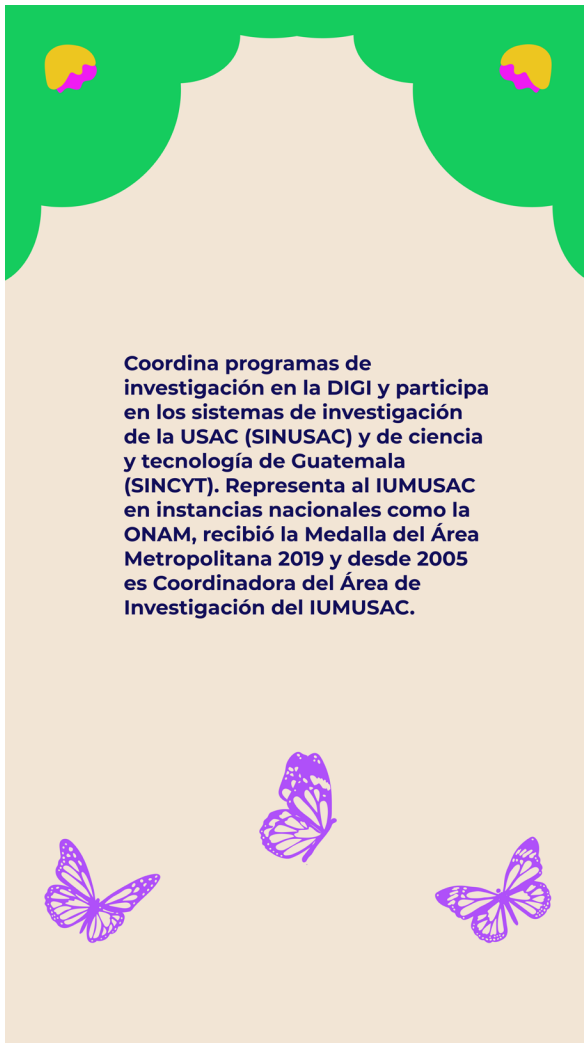




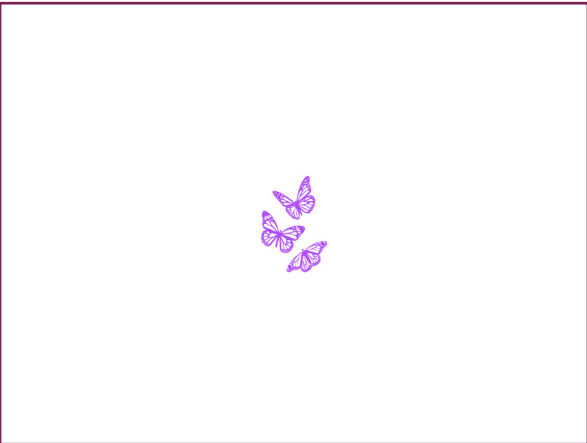
Dra. Carmen Yolanda López Palacios
Coordinadora de Área de
Investigación IUMUSAC.



Médica y cirujana con amplia trayectoria en investigación en nutrición, salud y estudios de género. Ha trabajado en el INCAP y CeSSIAM, con formación de maestría y doctorado en educación, además de una especialidad en estudios de género y feminismos en la UNAM.

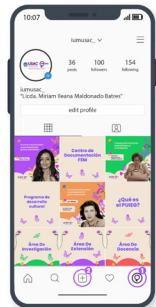


Manual de usuario para las plataformas en redes sociales:



Publicación paso a paso

- 1 Abre la aplicación de Instagram en tu celular. Asegúrate de estar en la cuenta correcta
- 2 Toca el botón "+" que aparece en la parte inferior (centro de la pantalla) o en la esquina superior derecha.



6

Publicación paso a paso

Luego toca "Siguiente".

Elige la foto desde tu galería, puedes seleccionar una sola foto o bien varias si se trata de un carousel.

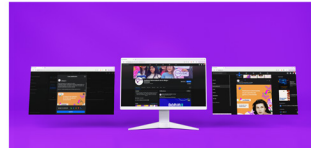
Tomar en cuenta el orden de las publicaciones dependiendo de este manual.



7

Perfil de Facebook

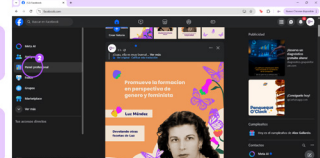
Dentro de esta red social se compartirán los post en formato cuadrado para dar a conocer la información del IUMOUSAC.



9

Publicación paso a paso

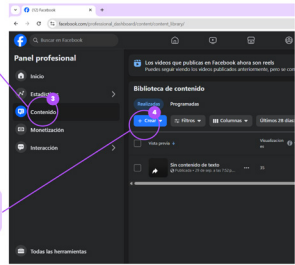
- 1 Abre la aplicación de Facebook. Asegúrate de estar en la cuenta correcta
- 2 Selecciona el "Panel Profesional" en el menú del lado izquierdo.



10

Luego de poder visualizar el panel profesional, podemos dirigirnos al menú del lado izquierdo y buscar "contenido".

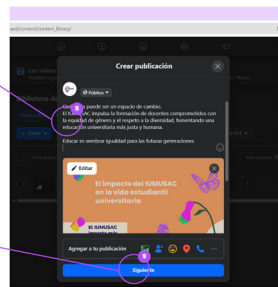
Seleccionar el botón "crear".



11

Escriba el copy de la publicación, hashtags (#), o el link del podcast en spotify dependiendo de la publicación.

Presionar siguiente para continuar con la publicación

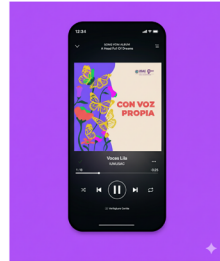


14

Perfil de Facebook

El material que se incluye en esta red son las portadas, luego de eso se generaron links para poder compartir cada episodio, se generó un correo electrónico para Spotify Creator que es la plataforma que se utilizó para poder crear cada episodio de spotify, no es necesario tener el acceso pero se brinda la información para que se pueda tener el detalle completo;

iumusacpodcast@gmail.com
iumusac_3



Calendarización

Primera Semana

Día	Publicación	Red	Enlace
Lunes	El día de la diversidad del mundo está una celebración importante con personas de género, etnias, cultura y transformaciones. El día de la cultura, diversidad y herencia de la humanidad del mundo, donde se celebra como base de una enseñanza inclusiva y comprometida con la justicia social. Educar con equidad es transformar la humanidad. 	 	

Día	Publicación	Red	Enlace
Viernes	El día de las mujeres universitarias es ideal para construir una cultura más justa e inclusiva. El INEELC, mediante acciones alternativas, busca la promoción política que fomente su participación en el gobierno y la decisión y promuevan la creación de políticas con enfoque de género. Más mujeres en los temas de educación, más equidad en la universidad.	Instagram	
Viernes	(al ser historia no tienen ningún tipo de copy)	Instagram	

Día	Publicación	Red	Enlace
Viernes	Los derechos de las mujeres son parte esencial de los derechos humanos y hay que garantizarlos en todos los ámbitos de la vida. El 17 de mayo se celebra el Día Internacional de la Mujer. En esta ocasión, en la que las mujeres pueden demostrar plenamente su poder como líderes y transformadoras de su entorno. #FEMINICIDIO #FeminicidioCero #FeminicidioCeroCualquier #FCAF_FeminicidioCero #FCAFmujeresempoderadas 		https://www.facebook.com/webapp/1000000000000000
Lunes	Cada investigación realizada por mujeres aporta nuevas miradas al conocimiento. El INIAPOAC apoya y acompaña a investigadoras que contribuyen con sus esfuerzos al desarrollo científico y social del país. Las mujeres en el científico a sueldo desconocen, también otros contextos. #FEMINICIDIO #FeminicidioCero #FeminicidioCeroCualquier #FCAF_FeminicidioCero #FCAFmujeresempoderadas 	 	

[illegible]

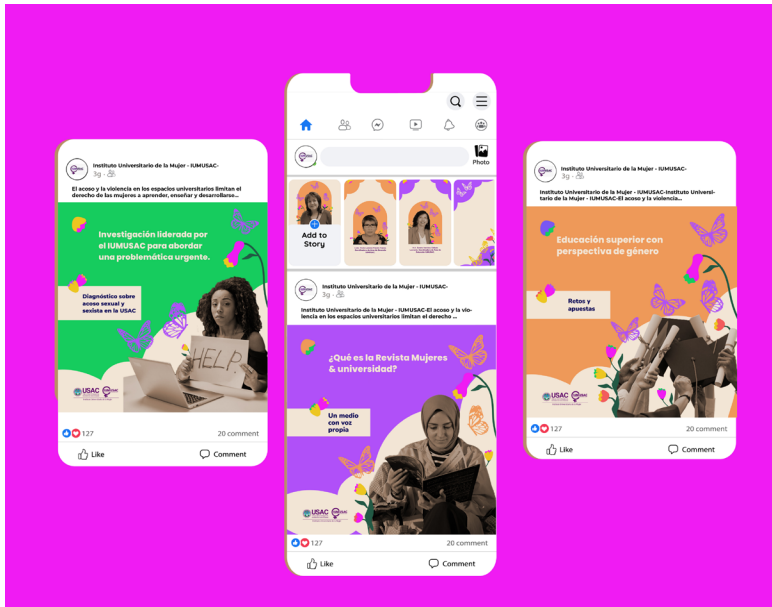


Figura 15. Piezas Finales, Milca García 2025

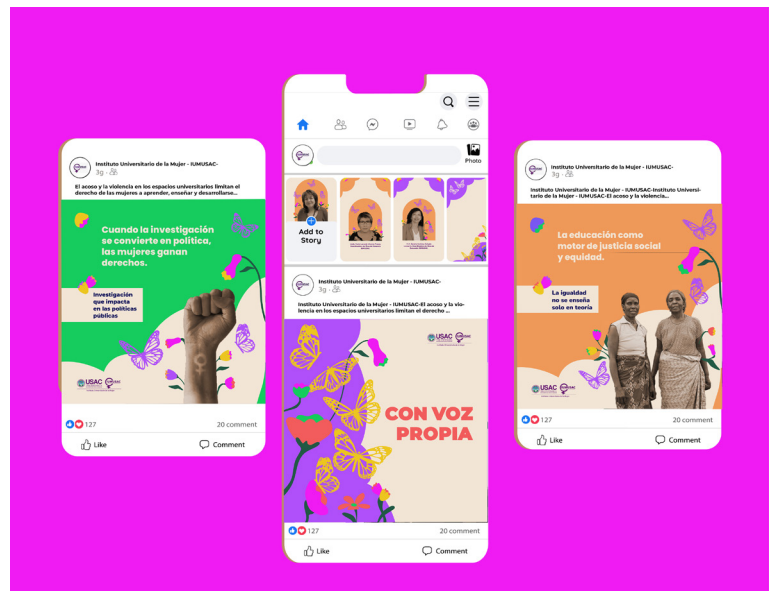


Figura 16. Piezas Finales, Milca García 2025

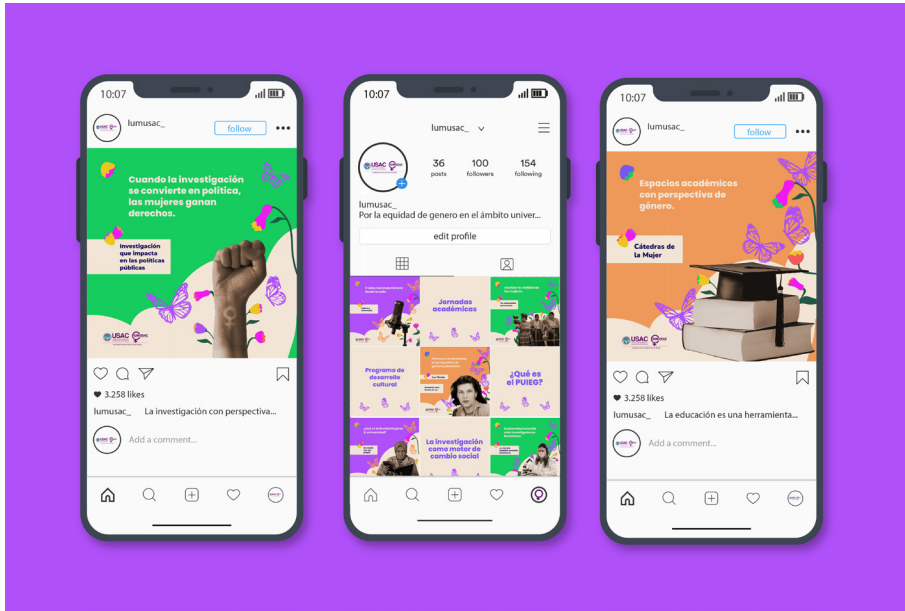


Figura 17. Piezas Finales, Milca García 2025

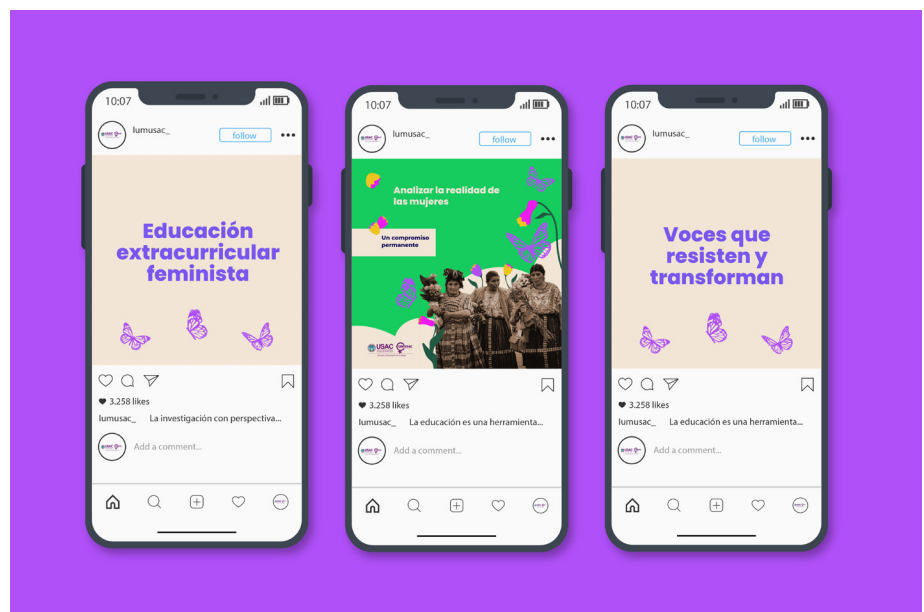


Figura 18. Piezas Finales, Milca García 2025

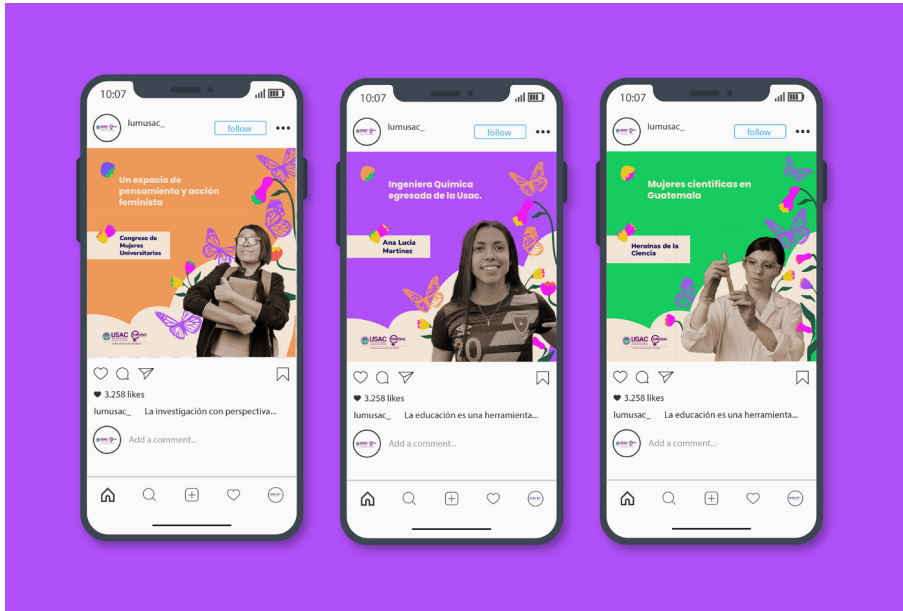


Figura 19. Piezas Finales, Milca García 2025

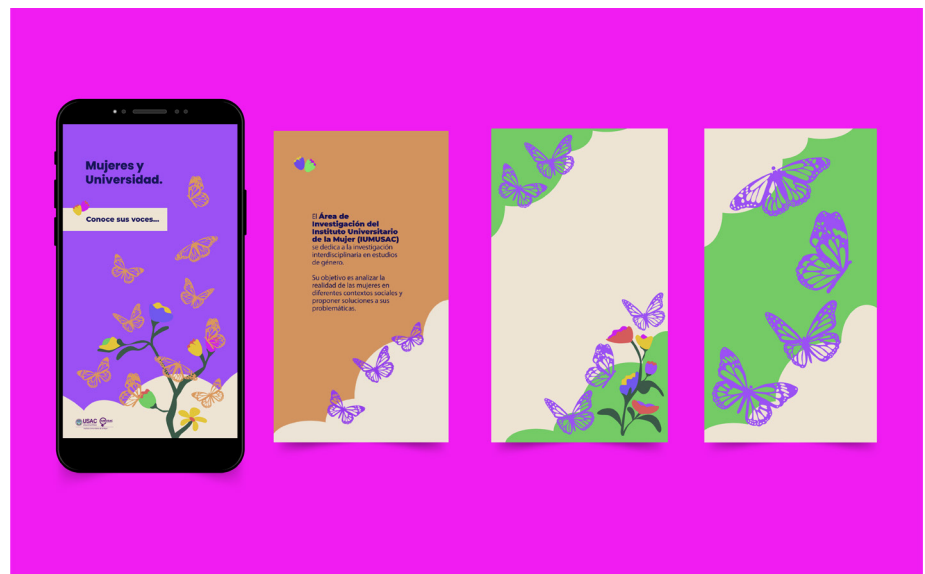


Figura 20. Piezas Finales, Milca García 2025

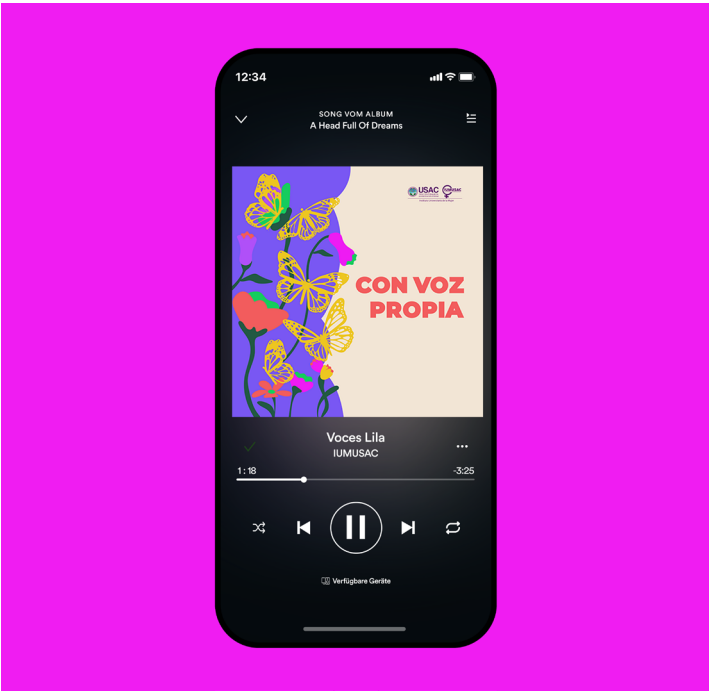


Figura 21. Piezas Finales, Milca García 2025

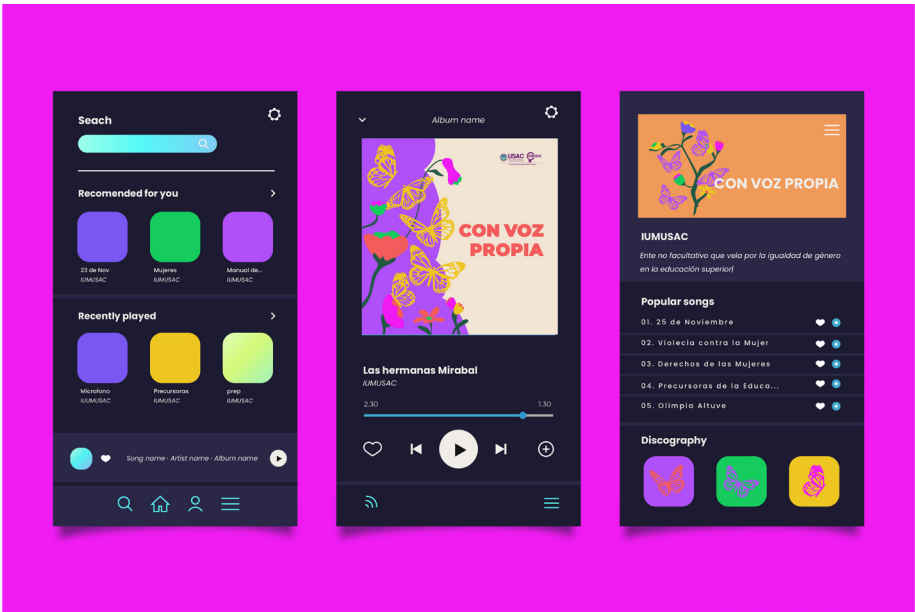


Figura 22. Piezas Finales, Milca García 2025

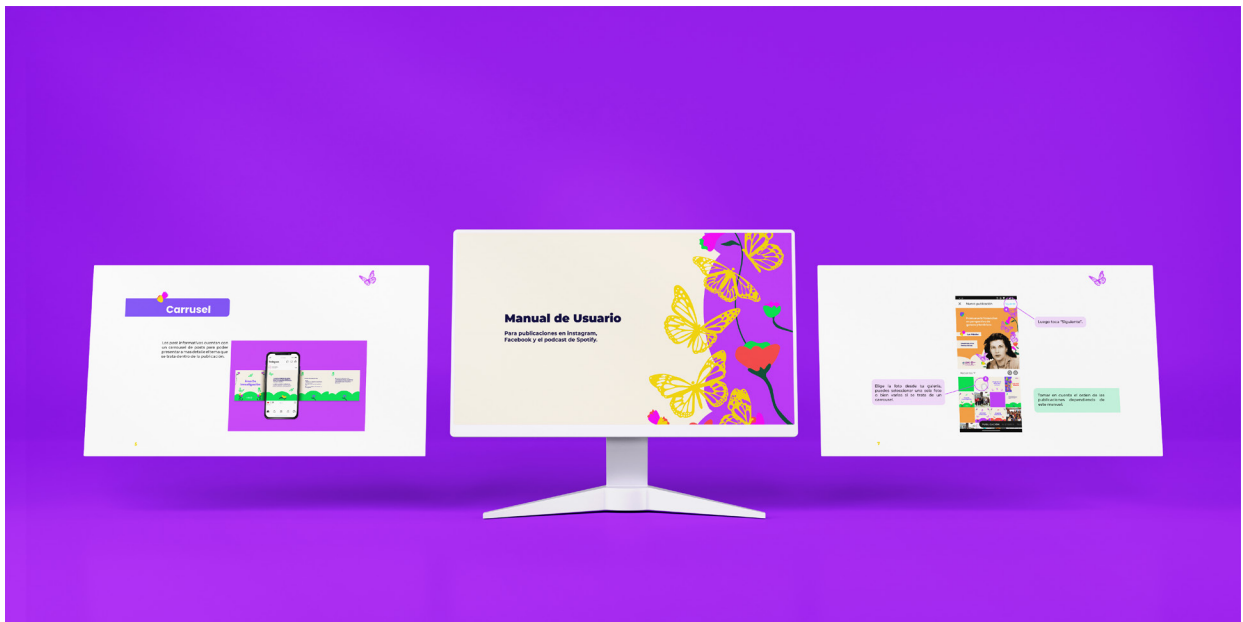


Figura 23. Piezas Finales, Milca García 2025

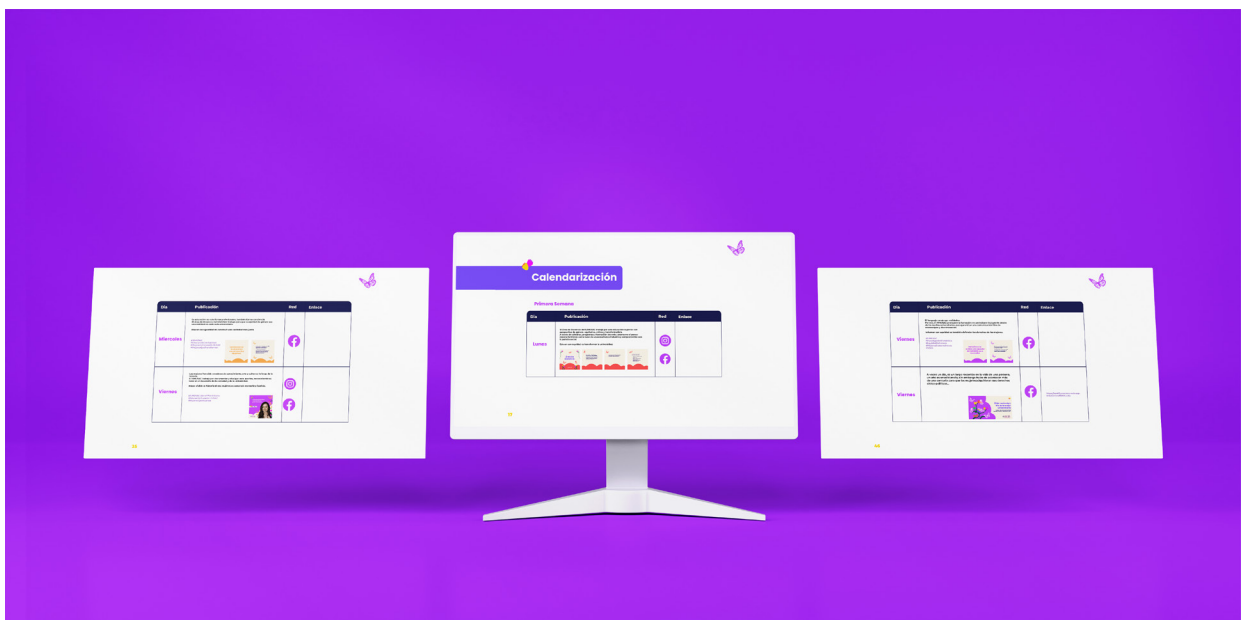


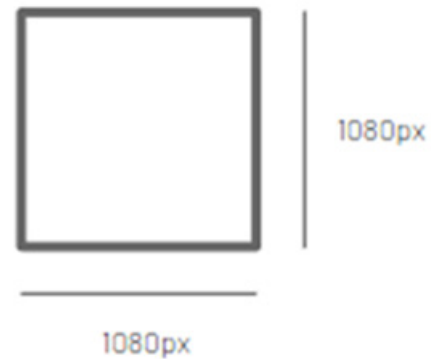
Figura 24. Piezas Finales, Milca García 2025

6.5 Fundamentación

6.5.1 Formato

El formato utilizado para las piezas del proyecto consta de tres distintas especificaciones, los cuales son los siguientes:

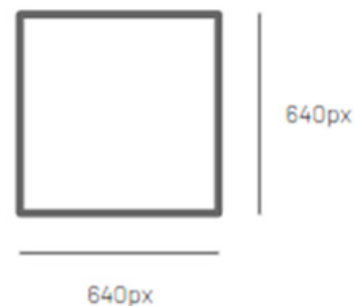
Se consideró para las publicaciones principales, los posts informativos, un formato de 1080 x 1080 píxeles, ya que de esta forma pueden utilizarse en ambas plataformas, Facebook e Instagram.



En las publicaciones Call to Action que se estarán utilizando en Facebook, al ser publicaciones con un enlace de redirección, se consideró un formato rectangular de 630 x 1200 píxeles.

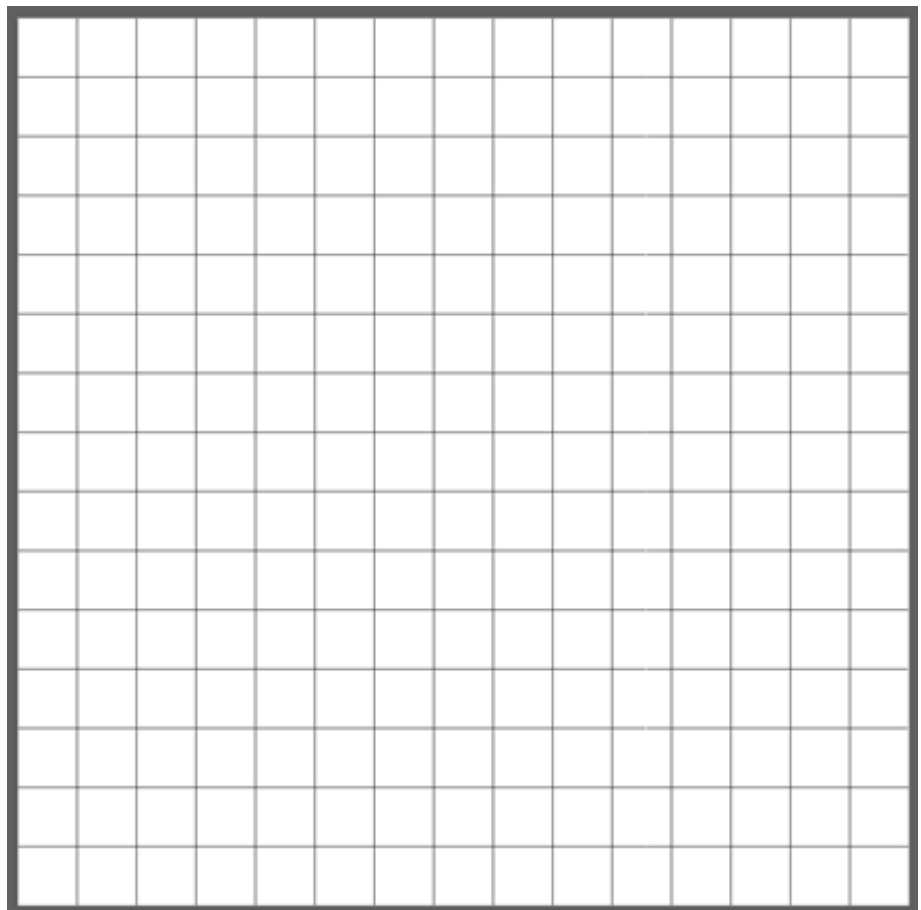


Como pieza final, para las portadas del podcast se consideró un formato cuadrado de 640 x 640 píxeles.



6.5.2 Retícula

Para las publicaciones se utilizó una retícula modular de 15 columnas y filas para poder distribuir los elementos de manera equilibrada dentro de la pieza gráfica, esta retícula logra mantener un orden, pero al mismo tiempo le da dinamismo a la pieza gráfica.



6.5.3 Código cromático

La paleta de colores que se utilizó para el proyecto, buscó poder reflejar el concepto “Emergiendo de la crisálida”. Se utilizaron cuatro colores principales, verde, morado y anaranjado, para representar a cada una de las áreas de la institución y el color beige como contraste en cada una de las piezas, para poder colocar y resaltar los elementos dentro de cada una de las mismas. Se buscaron tonalidades análogas para complementar la paleta y también para poder utilizar los colores en las ilustraciones dentro de cada pieza.

#f2e5d5 R:242 G:229 B:213 C:6 M:11 Y:18 K:0	#af50f9 R:175 G:80 B:249 C:61 M:71 Y:0 K:0	#15cc5e R:21 G:204 B:94 C:70 M:0 Y:79 K:0
#ef1bf2 R:239 G:27 B:242 C:44 M:78 Y:0 K:0	#7957f2 R:121 G:87 B:242 C:75 M:71 Y:0 K:0	#110e59 R:17 G:14 B:89 C:100 M:96 Y:36 K:32
#ef9959 R:239 G:153 B:89 C:2 M:48 Y:69 K:0	#edc620 R:237 G:198 B:32 C:9 M:20 Y:91 K:1	#e225945 R:34 G:89 B:69 C:84 M:39 Y:92 K:38

6.5.4 Código Tipográfico

Se utilizaron tres familias tipográficas sans serif, Poppins, Monserrat y Nunito. Se utilizó Poppins en su peso bold, para títulos, Montserrat bold para subtítulos y regular para textos, y Nunito para los subtítulos. Se utilizaron estas tipografías ya que son redondas y legibles, se integran de buena forma junto con los elementos dentro de las publicaciones.

Aa Montserrat
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 Bold

Aa Poppins
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 Extrabold

Aa Nunito
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 Extrabold

6.5.5 Código Icónico/visual

Visual

Se realizaron ilustraciones vectoriales de flores y se utilizaron fotografías en blanco y negro para poder darle protagonismo al personaje. Las flores remarcan la imagen y el concepto “saliendo de la crisálida” ya que, en conjunto, ambos elementos brotan para poder darle protagonismo al contenido de la publicación.



Icónico

Se utilizó la vectorización de las mariposas, ya que se consideran el punto del concepto para las piezas diseñadas. Las mariposas representan el cambio y la libertad, por lo que no se mantienen constantes en las diferentes piezas, cambian de color o de posición, por lo que se consideran como características que definen el concepto en cada pieza.

6.5.6 Código Lingüístico

El código utilizado es un lenguaje propio, con respecto al movimiento de reivindicación de los derechos de las mujeres desde la academia, ya que la institución forma parte de la universidad y por lo tanto se maneja también como un código académico feminista.

6.6 Lineamientos para la puesta en práctica.

6.6.1 Componentes del proyecto.

A continuación, se describen los entregables del proyecto:

Publicaciones para Facebook:

- ✿ 12 post informativos del área de Investigación
- ✿ 12 post informativos del área de Docencia
- ✿ 12 post informativos para el área de Extensión

Publicaciones para Instagram:

- ✿ 3 publicaciones introductorias, una por cada área.
- ✿ 6 post del área de Investigación
- ✿ 6 post compartidos con Facebook
- ✿ 6 post del área de Docencia
- ✿ 6 post compartidos con Facebook
- ✿ 6 post del área del área de extensión

Podcast:

- ✿ Perfil de Spotify donde se encuentran los capítulos del podcast
- ✿ Link de los 10 capítulos
- ✿ 10 publicaciones de promoción, una de cada capítulo del podcast.

Manual de publicaciones.

Contiene una organización de las publicaciones. Incluye fechas con días en las que designa la publicación, también se encuentra la ilustración de la publicación para que se distinga cual se publica y en que día. Se entregará de manera digital para que se pueda tener un mejor acceso a la misma y también de manera física para poder tener un respaldo junto con los editables.

6.6.2 Especificaciones técnicas.

Los materiales fueron realizados por los programas de Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, por lo que los archivos (.ai) y (.psd) corresponden a cada uno de los editables.

Los archivos con extensión .jpg, corresponden a las piezas que se utilizarán para las publicaciones en redes sociales y para las portadas del podcast en Spotify.

6.6.3 Condiciones de uso.

Los archivos son solo para uso digital y en redes sociales.

Dentro del manual se especifican las publicaciones compartidas, esto quiere decir; las publicaciones que se compartirán tanto en Facebook como Instagram, para no crear confusiones con las publicaciones que complementan el feed de Instagram.

Dentro del manual se especificarán las fechas y horarios en los cuáles es preferible realizar las publicaciones en las distintas redes.

Se deben de respetar los formatos para cada uno de los espacios en los cuáles se estarán compartiendo las publicaciones. Por ejemplo: un post informativo, no puede subirse como historia y viceversa.

6.6.4 Condiciones de reproducción.

El material realizado es para uso específico digital, por lo que se recomienda utilizarlo para ser publicado en las redes mencionadas anteriormente. No está diseñado para impresión ya que los parámetros de color son específicos en RGB, por lo que, al imprimirlo, los colores cambiarían.

En la siguiente parte se abordarán los datos sobre el aporte económico del estudiante.

6.7 Aporte Económico del Estudiante

El aporte económico realizado por la estudiante, para el Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad San Carlos de Guatemala -IUMUSAC-

Al final el proyecto para el Instituto Universitario de la Mujer, el aporte del estudiante fue de Q.52,820.84.

Descripción	VALOR
Costos Fijos	Q. 681.00
Agua	Q. 160.00
Luz	Q. 175.00
Teléfono	Q. 90.00
Internet	Q. 256.00
Costos Variables	Q. 94.00
Útiles de oficina	Q. 15.00
Sketchbook	Q. 24.00
Impresiones	Q. 55.00
Servicios profesionales de diseño	Q. 30,522.38
Investigación	Q. 1500.00
Bocetaje	Q. 1500.00
Conceptualización	Q. 560.00
Diseño de campaña de redes sociales	Q. 2562.38
Diseño de 25 publicaciones mensuales (Siendo Q. 6100.00 por mes, con una duración de 4 meses)	Q. 24,400.00
Depreciación del equipo	Q. 796.40
Honorarios del diseñador	Q.10,000.00
Imprevistos (10% del total)	Q. 3,052.24
Subtotal	Q. 45,146.02
Impuestos	Q. 7,674.82
IVA (12% sobre el total)	Q. 5,417.52
ISR (5% sobre el total)	Q. 2,257.30
TOTAL	Q. 52,820.84



Capítulo: Síntesis del Proyecto.

- 7.1 Conclusiones
- 7.2 Recomendaciones
- 7.3 Lecciones Aprendidas





En este capítulo se presenta la síntesis del proceso de desarrollo del proyecto de grado. La síntesis incluye las conclusiones y recomendaciones dirigidas al IUMUSAC, a la Escuela de Diseño Gráfico de la FARUSAC y a los futuros estudiantes de proyecto de graduación de la Escuela de Diseño Gráfico de Guatemala. Además, se incluyen las lecciones aprendidas durante el proceso.

7.1 Conclusiones

Se apoyó al Instituto Universitario de la Mujer promoviendo la equidad de género en las diferentes instancias de la institución; docencia, investigación y extensión universitaria por medio de la gestión y producción de diseño gráfico, en la identificación reconocimiento y fortalecimiento de su imagen institucional, así como en la promoción de las actividades que desarrolla.

Se transmitió acerca de la equidad de género que es parte de los programas informativos con los que cuenta la institución, para familiarizar al grupo objetivo sobre la importancia de visibilizar los aportes femeninos dentro de la Universidad, de esta forma se le da más seguimiento al tema por medio de publicaciones en sus redes sociales y una serie de programas por capítulos, compartidos por medio de un podcast.

Se diseñó una campaña de medios cruzados, para apoyar los procesos de comunicación, visibilizando los programas y proyectos de las áreas con las que cuenta la institución, por medio de piezas de promoción para redes sociales y el diseño de un podcast.

7.1 Recomendaciones

7.1.1 A la Institución.

Seguir manejando el buen nivel de comunicación con el estudiante, ya que esto facilita el poder obtener información y de esta forma identificar las necesidades de comunicación y proponer las soluciones adecuadas para cada situación.

7.1.2 A la Escuela de diseño.

Considerar aprobar desde el 9no semestre los primeros 3 capítulos, esto le provee al estudiante una mejor organización durante el 10mo semestre ya que se enfocará solo en los capítulos que se realizarán para la parte gráfica del proyecto.

Considerar que el docente que asesoró la investigación durante Proyecto de Graduación 1, siga el mismo proceso durante Proyecto de Graduación 2. De esta forma los estudiantes podrán enfocarse de mejor manera en la siguiente parte de la redacción del protocolo.

7.1.3 A los Estudiantes.

Asegurar desde un inicio con la institución información acerca de los cambios de dirección que ésta pueda tener, ya que durante el proceso puede que la directiva cambie y el estudiante no tenga idea. Esto puede causar incertidumbre y preocupación en el estudiante.

Tener en cuenta el tiempo de la organización de los proyectos. Establecer una calendarización adecuada para poder tener en cuenta la elaboración de los proyectos y también inconvenientes que puedan surgir durante este proceso.

Conseguir a los expertos de diseño para el segundo nivel de visualización con tiempo, de esta manera no sentirá la presión de conseguirlos una semana antes de las validaciones.

7.3 Lecciones aprendidas

Utilizar programas como Clockify, ayudan a poder tener un control sobre lo que se realiza durante el proyecto. También a poder organizar mejor los proyectos, planificando el tiempo de cada uno.

Tener siempre en cuenta el material compartido por parte de los docentes en las plataformas de drive o del campus central, esto da una orientación de lo que se debe de entregar y cómo se debe de entregar.

Tener en cuenta el uso de la guía metodológica para la realización de este informe, ayuda a poder redactar los capítulos como corresponde.

Generar un buen nivel de comunicación y de relación con la institución, facilitará los procesos para el proyecto, desde la investigación, hasta la presentación del diseño para correcciones y la entrega final.







Anexos



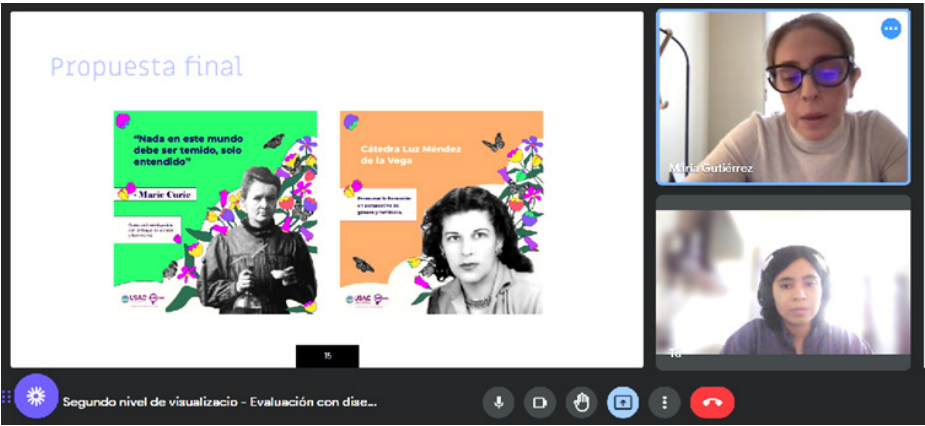


Figura 25. Evaluación con María Gutierrez

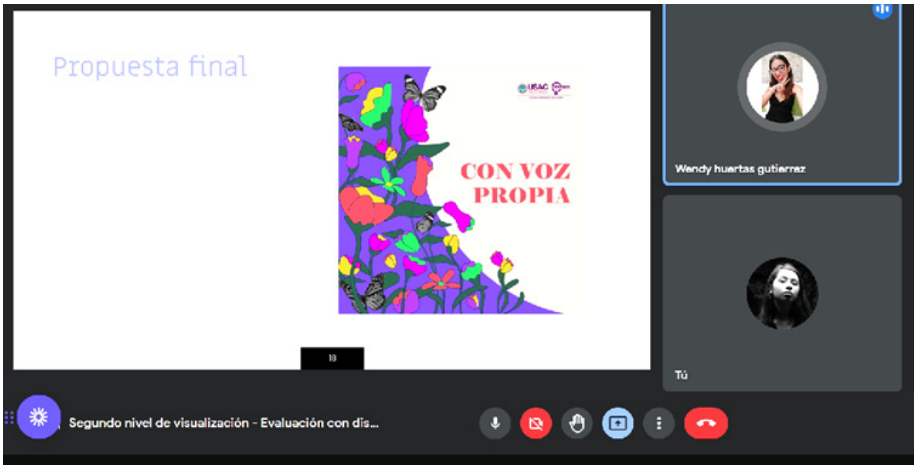


Figura 26. Evaluación con Wendy Reyes

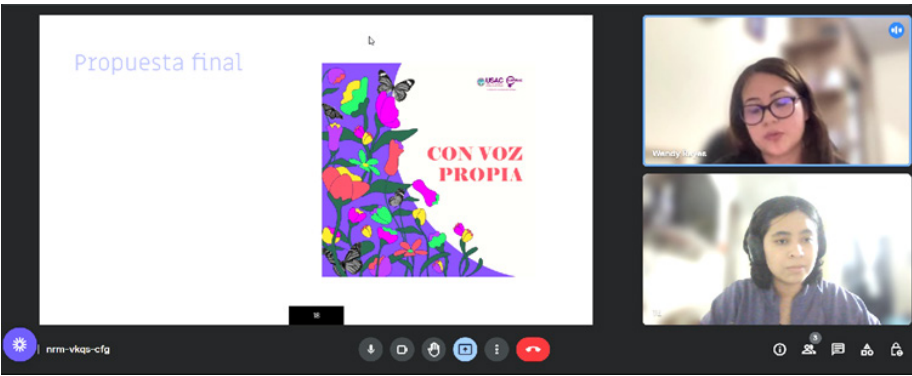


Figura 27. Evaluación con Wendy Huertas.

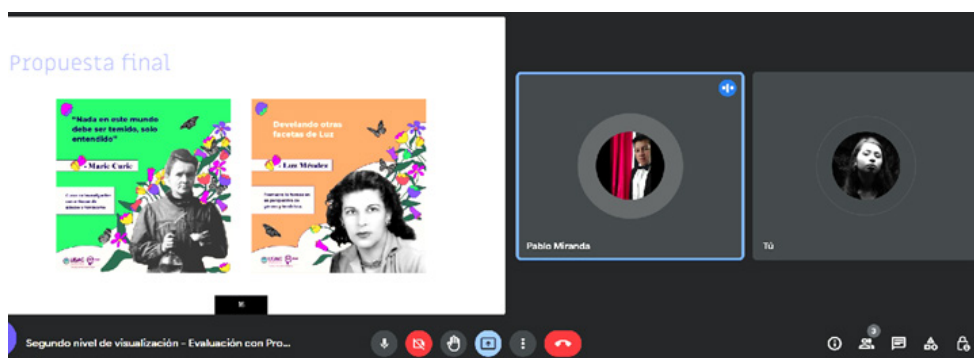


Figura 28. Evaluación con Pablo Miranda

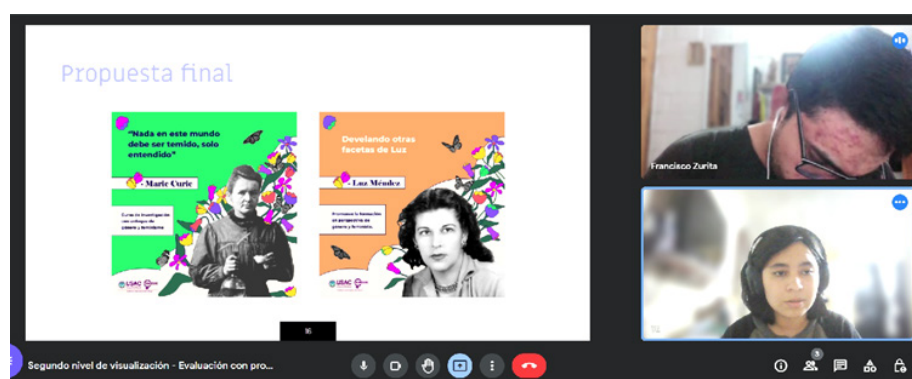


Figura 29. Evaluación con Francisco Zurita

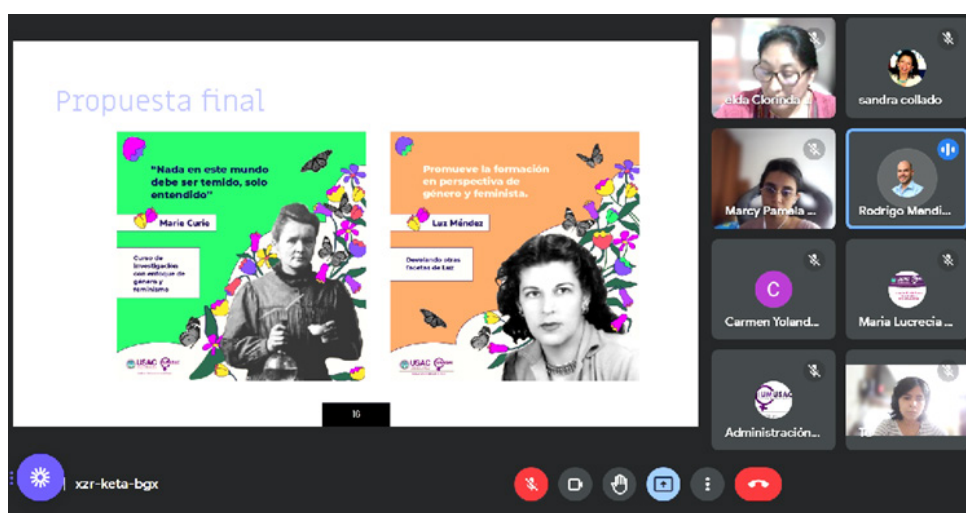


Figura 30. Evaluación con la institución

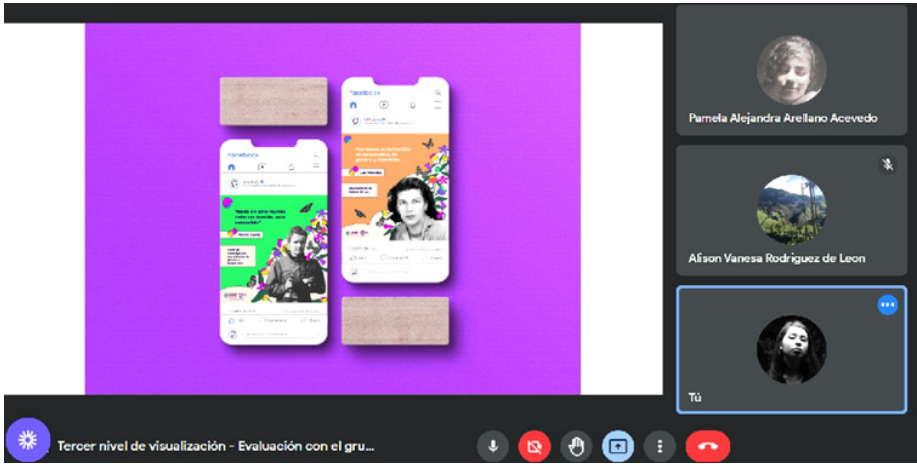
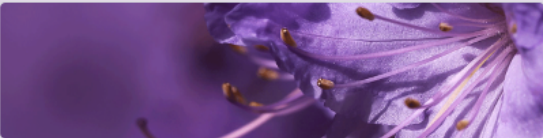


Figura 31. Evaluación con el grupo objetivo



Figura 32. Evaluación con el grupo objetivo



Encuesta Perfil del Grupo Objetivo - Estudiantes

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

La siguiente encuesta se utilizará como herramienta de investigación para recabar información que ayude a definir del grupo objetivo que forma parte del Proyecto de Graduación, para la licenciatura de la Escuela de Diseño Gráfico para el Instituto Universitario de la Mujer de la Universidad San Carlos de Guatemala - IUMUSAC -

 201804208@farusac.edu.gt (no compartidos)
[Cambiar de cuenta](#) 

***Obligatorio**

Seleccione el rango de edad en el que se encuentra *

☐ 18 - 25
☐ 26 - 30
☐ 30 - 35
☐ mas de 35

¿Cuál es su género? *

☐ Femenino
☐ Masculino
☐ Prefiero no decirlo

¿En que departamento reside? *

Tu respuesta

¿Cuál es su municipio? *

Tu respuesta

Figura 33. Segundo nivel de visualización, encuestas. 2022

Defina su situación Actual *

☐ Solo estudio
☐ Estudio y trabajo

¿A que facultad pertenece? *

☐ Humanidades
☐ Ingeniería
☐ Ciencias Químicas y Farmacia
☐ Agronomía
☐ Ciencias Económicas
☐ Arquitectura
☐ Medicina
☐ Veterinaria y Zootecnia
☐ Odontología
☐ Derecho
☐ Otro: _____

¿Qué semestre cursa? *

☐ 2do
☐ 4to
☐ 6to
☐ 8vo
☐ 10mo
☐ Otro: _____

[Siguiendo](#) [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

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

Google Formularios

Figura 34. Segundo nivel de visualización, encuestas. 2022

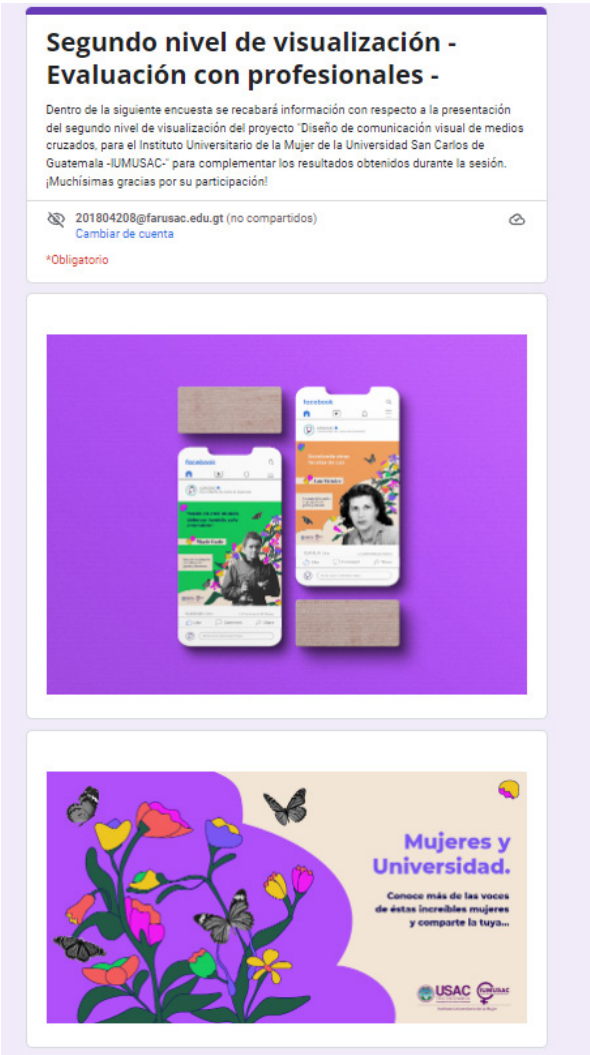


Figura 35. tercer nivel de visualización, encuestas grupo objetivo. 2022

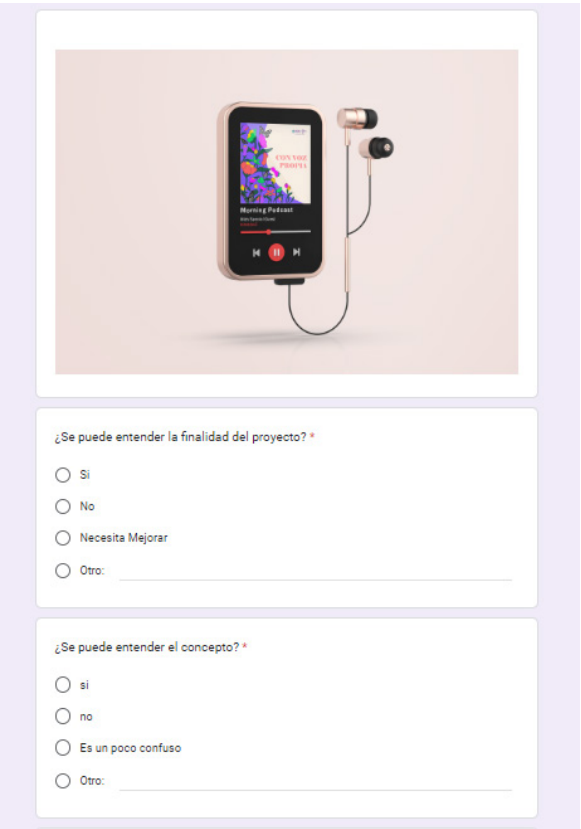


Figura 36. tercer nivel de visualización, encuestas grupo objetivo. 2022

¿Considera que el concepto guarda relación con la pieza de diseño? *

☐ Sí
☐ No
☐ Se pierde un poco
☐ Otro: _____

Justifique su respuesta anterior *

Tu respuesta _____

¿Cómo calificaría el equilibrio entre la imagen y el texto? *

☐ Excelente: hay un perfecto equilibrio entre ambos elementos
☐ Bueno: aunque uno de los elementos pudiera tener mayor presencia
☐ Regular: el equilibrio entre los elementos pudiera mejorar
☐ Deficiente: el equilibrio entre elementos está muy desbalanceado

En general, ¿Cómo calificaría la propuesta? siendo 5 la calificación más alta. *

1 2 3 4 5
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Cualquier comentario es bien recibido!

Tu respuesta _____

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

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

Google Formularios

Figura 37. tercer nivel de visualización, encuestas grupo objetivo. 2022



Fuentes Consultadas

Educo. *¿Qué es la igualdad y equidad de género?* 27 de diciembre de 2019. Accedido 12 de octubre de 2022, <https://www.educo.org/blog/que-es-perspectiva-de-genero-y-su-importancia>

García Cabezas, Noemí. *Desigualdad de Género en Latinoamérica Desde la perspectiva de los Indicadores de Desarrollo Humano* 6 de marzo de 2018. Accedido 12 de octubre de 2022, <https://revamp.ayudaenaccion.org/blog/mujer/igualdad-de-genero/>

Gómez Yepes, Talía; María Paula Bría, Edgardo Daniel Etchezahar y Joaquín Ungaretti. *Feminismo y activismo de mujeres: síntesis histórica y definiciones conceptuales.* Universidad de Flores. Facultad de Psicología y Ciencias Sociales; Calidad de Vida y Salud; Vol. 12; No.1; p. 48-61. Abril de 2019. Accedido 13 de octubre de 2022, <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/108793>

Google Docs. *Encuesta Perfil del Grupo Objetivo - Estudiantes.* Accedido 11 de octubre de 2022. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc1Fz3QFQ0VIPjZijSIM-9MKaWYDm5S-PZc-hrVW8a00kYhBYA/viewform?usp=forms_home&ths=true&usp=embed_facebook.

Kemp, Simon. *nforme de Panorama Global Digital 2022*, 26 de enero del 2022. Accedido 11 de abril de 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>

Lamelas Castellanos, Nélica y Eva Aguayo Lorenzo. *Desigualdad de Género en Latinoamérica Desde la perspectiva de los Indicadores de Desarrollo Humano. Revista Galega de Economía.* Accedido 8 de octubre de 2022. 19, N.º 2 (2010): 1-15. Accedido 10 de octubre de 2022, <https://n9.cl/zum6s>.

Leila Mesyngier y Julieta Greco. *Podcast El deseo de Pandora. Anfibia podcast.* S. f. Accedido 30 de noviembre de 2022, <https://open.spotify.com/show/7ouYvQKyCswHZTbGkDLDrM>.

ONU MUJERES. *Incorporación de la perspectiva de género. Conceptos y definiciones.* 27 de diciembre de 2019. <https://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm>.

PRODESSA. *Proyecto Educativo Santiago.* 2022. Accedido el 16 de marzo de 2022, <https://prodessa.edu.gt/>

Proyecto Focineg. *Aproximaciones críticas al desarrollo humano: economía, género y gobernabilidad.* Guatemala: Magna Terra, 2011. Accedido 16 de marzo de 2022, <https://n9.cl/lb4htt>

Soy Usac. *La Tricentenaria: una universidad en expansión.* 4 de febrero de 2019, Accedido 11 de octubre de 2022, <https://n9.cl/qfdt2>

Suárez Carballo, Fernando y Aurora Pérez-Maíllo. *IEl diseño gráfico de pódcast: análisis de estrategias visuales. Gráfica.* 10(19), 55–62. 2022. Accedido 11 de septiembre de 2022, <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.217>

Toulouse Lautrec. *¿Qué es el diseño gráfico?.* 21 de mayo del 2021. Accedido 12 de octubre de 2022, <https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/que-es-diseno-grafico>

UNESCO. *Igualdad de género: patrimonio y creatividad.* 2015. Accedido 16 de marzo de 2022. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000231661>

USAC. *Política y Plan de Equidad de Género en la Educación Superior 2006-2014.* Octubre 2008. Accedido 13 de octubre de 2022, <https://iumusac.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2021/08/Politica-y-Plan-de-Equidad-USAC.pdf>

USAC; Departamento de Registro y Estadística. *informe estadístico estudiantil 2019.* Versión ejecutiva. Accedido 11 de octubre de 2022, https://registro.usac.edu.gt/estadisticas/data/INFORME_ESTADISTICO_ESTUDIANTIL_2019.pdf

Where in Guate. *Servicio de Diseño Gráfico* 2019. Accedido 10 de octubre de 2022, <https://www.whereinguate.com/diseno-grafico-2019/>



Guatemala, 6 de enero del 2026

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

Estimado señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que llevé a cabo la revisión de estilo y lingüística del proyecto de graduación de la estudiante, **Milca Mariza García Ramos**, carnet **201804208**, de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, titulado:

*Diseño de medios cruzados para
el Instituto Universitario de la Mujer,
Universidad de San Carlos de
Guatemala -IUMUSAC-*

Proyecto de grado, previo a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

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

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

Norma Leticia Toledo Morales

Licenciada en Letras

nortolmo2@gmail.com

WhatsApp 35498645 y Cel. 59469408

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada 22970



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**"Diseño de medios cruzados para el Instituto Universitario de la Mujer de la
Universidad San Carlos de Guatemala -IUMUSAC-"**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Milca Mariza Garcia Ramos

Asesorado por:

Licda. Elda Clorinda Marroquin Izor



MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte

Imprímase:

MSc Carlos Enrique Franco Roldan

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA