

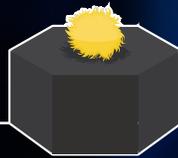


**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



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

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



SISTEMATIZACIÓN GRÁFICA DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA  
EN LOS CURSOS DE DESARROLLO DE PROYECTOS Y PROYECTO DE  
GRADUACIÓN DEL ÉNFASIS EDITORIAL DE LOS AÑOS 2011 AL 2014

Proyecto desarrollado por

**ROLANDO ANTONIO CIFUENTES BETETA**

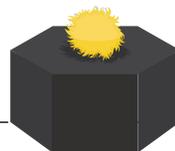
PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO  
EGRESADO DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA  
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Nueva Guatemala de La Asunción, enero de 2015.





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



---

SISTEMATIZACIÓN GRÁFICA DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA  
EN LOS CURSOS DE DESARROLLO DE PROYECTOS Y PROYECTO DE  
GRADUACIÓN DEL ÉNFASIS EDITORIAL DE LOS AÑOS 2011 AL 2014

---

Proyecto desarrollado por

---

**ROLANDO ANTONIO CIFUENTES BETETA**

---

PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

*“El autor es responsable de las doctrinas sustentadas,  
originalidad y contenido del proyecto de graduación, eximiendo  
de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la  
Universidad de San Carlos de Guatemala”*

Nueva Guatemala de La Asunción, enero de 2015.





## NÓMINA DE AUTORIDADES

Decano:

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Vocal I:

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea

Vocal II:

Arq. Edgar Armando López Pazos

Vocal III:

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

Vocal IV:

Tec. D.G. Wilian Josué Pérez Sazo

Vocal V:

Br. Carlos Alfredo Guzmán Lechuga

Secretario:

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

### **Tribunal Examinador**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Lic. Marco Antonio Morales Tomas

Licda. Miriam Isabel Meléndez Sandoval

Lic. José Francisco Chang Meneses





## AGRADECIMIENTOS

### **A DIOS:**

Porque en su gran misericordia me ha provisto la vida y me permitió llegar a culminar esta etapa de mi vida.

### **A MIS PADRES:**

Por brindarme la oportunidad de superarme, por su amor incondicional y el apoyo que durante todos estos años lo han hecho.

### **A MIS CATEDRÁTICOS:**

Por transmitirme su conocimiento y herramientas que hoy dan su fruto.

### **A MIS AMIGOS:**

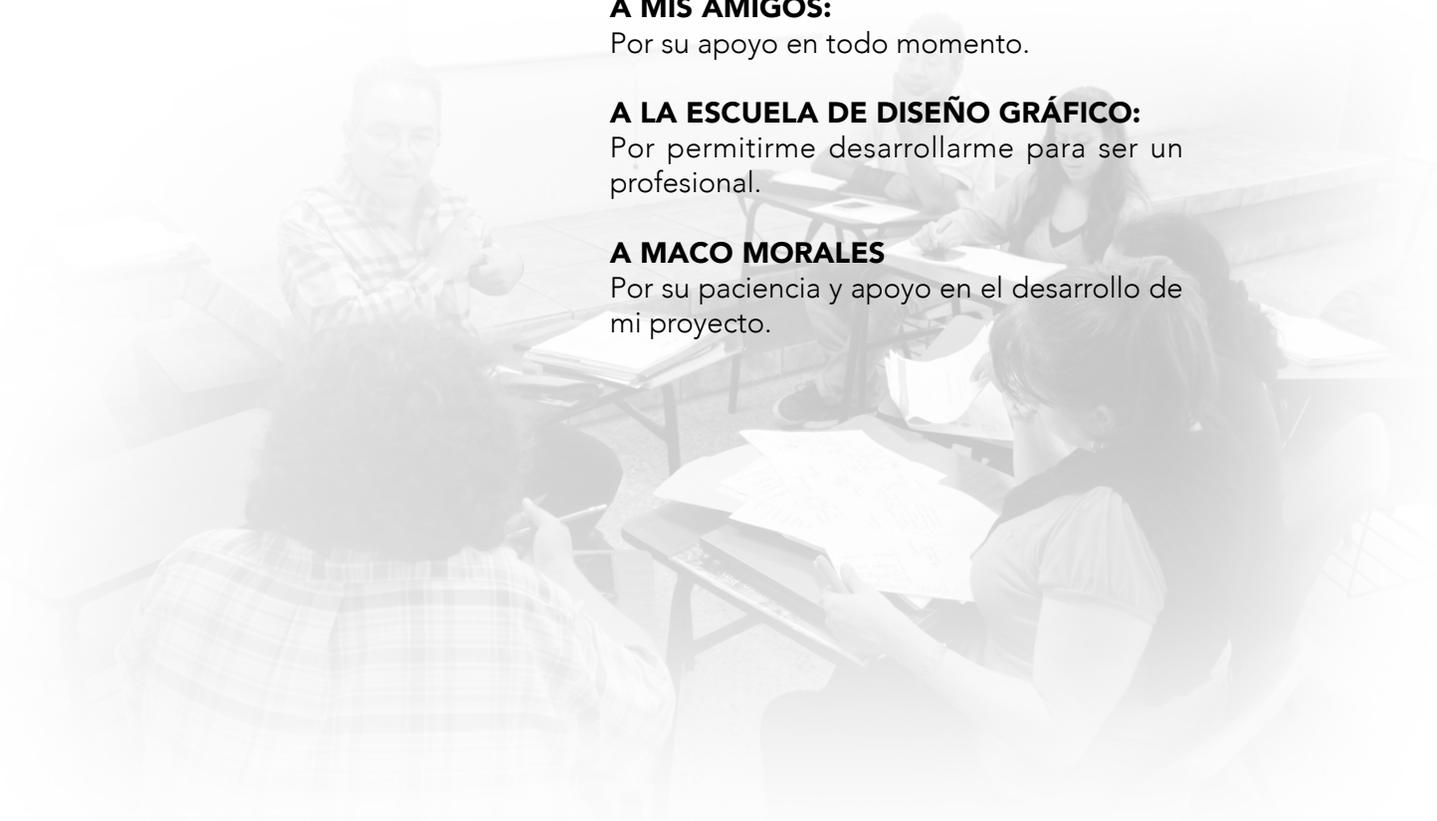
Por su apoyo en todo momento.

### **A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO:**

Por permitirme desarrollarme para ser un profesional.

### **A MACO MORALES**

Por su paciencia y apoyo en el desarrollo de mi proyecto.







# CONTENIDO

Pág. 11	Presentación
	<b>Capítulo 1: Introducción</b>
Pág. 15	Delimitación del problema de comunicación
Pág. 16	Justificación del proyecto
Pág. 17	Objetivos
	<b>Capítulo 2: Perfiles</b>
Pág. 21	Perfil de la institución
Pág. 23	Análisis del grupo objetivo
	<b>Capítulo 3: Definición Creativa</b>
Pág. 27	Estrategia de comunicación visual
Pág. 28	Concepto creativo
Pág. 29	Códigos de diseño
	<b>Capítulo 4: Planeación Operativa</b>
Pág. 33	Flujograma y cronograma de trabajo
	<b>Capítulo 5: Marco teórico</b>
Pág. 37	Gestión, desarrollo y producción de un proyecto
Pág. 39	Sistematizar experiencias para generar conocimiento
Pág. 40	Una guía hacia la meta
	<b>Capítulo 6: Proceso de Producción Gráfica y Validación</b>
Pág. 43	1er. nivel de visualización
Pág. 50	2do. nivel de visualización
Pág. 56	3er. nivel de visualización
Pág. 59	Propuesta gráfica final
Pág. 75	<b>Capítulo 7: Lecciones aprendidas durante el proceso de gestión y producción del Diseño Gráfico</b>
Pág. 79	<b>Capítulo 8: Conclusiones</b>
Pág. 83	<b>Capítulo 9: Recomendaciones</b>
Pág. 87	<b>Fuentes consultadas</b>
Pág. 91	<b>Anexos</b>





## PRESENTACIÓN

El presente informe trata sobre el proyecto que propone la intervención del diseño gráfico editorial para elaborar una propuesta gráfica que facilite el proceso de enseñanza-aprendizaje del proceso metodológico del proyecto de graduación de los estudiantes de la licenciatura en Diseño Gráfico de La Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Los cursos de Desarrollo de Proyectos y Proyecto de Graduación, son preámbulo para optar al grado académico de Licenciado en la carrera de Diseño Gráfico, por lo que es importante que los estudiantes puedan en el desarrollo de los cursos, brindar un aporte a la sociedad a través de un proyecto, el cual lo plantearán, desarrollarán y lo ejecutarán, abordando objetivamente la problemática visual en el contexto en el que se desenvuelven.

Este proyecto aborda aspectos clave, los cuales surgieron al realizar un diagnóstico de necesidades de comunicación, entre ellas se encuentran: La delimitación de comunicación visual de la institución, con el cual se identificó la necesidad de comunicación visual, la justificación del proyecto, los perfiles tanto del grupo objetivo como también el de la institución y los objetivos del proyecto. todos estos elementos fueron indicadores del camino por el cual el proyecto dio marcha, y así obtener un resultado eficiente en el desempeño, elaboración y ejecución del proyecto.

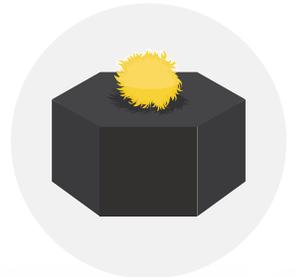
Además se encuentra todo el proceso metodológico que se desarrolló, como concepto creativo, códigos de diseño, producción gráfica y evaluación de la pieza, previo a obtener la pieza gráfica final, los cuales favorecieron al cumplimiento de los objetivos y la necesidad de comunicación visual. y por último se encuentran las conclusiones que responden a los objetivos, las recomendaciones y las lecciones aprendidas durante el desarrollo del proyecto de graduación.





CAPÍTULO NO. 1

# INTRODUCCIÓN







## DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

Los cursos de Desarrollo de Proyectos (9no. Semestre) y Proyecto de Graduación (10mo. Semestre), forman parte del pensum de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico, los cuales son un requisito previo para obtener el grado universitario de Licenciatura, en dichos cursos, el objetivo de los y las estudiantes del énfasis editorial, es plantear y desarrollar un proyecto, abordando objetivamente la problemática y el contexto social en la que se desenvuelven. (Farusac, 2014)

Durante el desarrollo de los cursos, la mayoría de estudiantes presentan dificultades al momento de gestionar y desarrollar su proyecto de graduación, ya que en cursos anteriores el enfoque principal fue la producción gráfica y en consecuencia los estudiantes presentan deficiencias en otras áreas como la gestión, planificación y ejecución de proyectos, dificultando el proceso de graduación. (M. Morales, Comunicación personal, marzo 17, 2014)

Durante estos últimos años, la cantidad de alumnos del Campus Central asignados en los cursos de Desarrollo de Proyectos y Proyecto de Graduación, énfasis editorial ha incrementado. (Control Académico, 2014)

Debido al incremento de alumnos y pese a los esfuerzos por parte de los catedráticos

por brindar una atención más personalizada a los estudiantes para desarrollar los contenidos del curso, el tiempo es muy limitado. Con el pasar de los años, el catedrático ha hecho mejoras en los contenidos, pero dicho material no está unificado, y únicamente el catedrático y los alumnos asignados tienen acceso a esta información (M. Morales, Comunicación personal, Marzo 17, 2014)

Durante este año 2014, estará vigente la última promoción del pensum 2004, y a partir del año 2015 el pensum 2011 estará vigente en toda la escuela de Diseño Gráfico, por lo que *“es necesario registrar y compilar visualmente la metodología empleada durante estos últimos cuatro años (2011, 2012, 2013 y 2014), esto con el fin de plasmar un registro histórico de experiencias y conocimiento del catedrático y los estudiantes, para brindar una referencia académica a los nuevos estudiantes, el cual brindará un aporte que ayudará a mejorar la calidad y desarrollo metodológico de los proyectos de graduación en la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala”*.

# JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

## TRASCENDENCIA DEL PROYECTO

En años anteriores, muchos estudiantes se les dificultó culminar su proceso de graduación, muchos de ellos por falta de interés y otros por una falta de preparación académica previa a este tipo de cursos teóricos y de gestión, durante estos últimos años ha incrementado la cantidad de alumnos que culminan su proceso de graduación, aunque siempre existen barreras que dificultan el desarrollo y culminación de los proyectos de graduación, aunque con el pasar de los años ha disminuido. Brindar un apoyo visual a aquellos estudiantes que se encuentren en la misma circunstancia, evitaría deficiencias que año tras año se cometen, para así hacer más eficiente y rápido el proceso de graduación.

Es importante resaltar que la experiencia genera conocimiento. El sistematizar implica rescatar la práctica, evitando que toda la riqueza de la experiencia se pierda, además de crear aprendizaje y nuevos conocimientos, teniendo como objetivo la comunicación, divulgación e intercambio de conocimientos, también aplica el saber y las lecciones aprendidas para mejorar las prácticas ,(Varela, Fuentes, Will, 2005).

## INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EDITORIAL

A través de la intervención, gestión y producción del diseño gráfico editorial se podrá brindar herramientas visuales al estudiante mediante

el conocimiento y experiencias tanto del catedrático como también de los estudiantes, que brinden una guía que apoye y facilite el desarrollo metodológico del proceso de graduación.

La imagen se ha convertido en algo indispensable para las personas, se vive en un mundo donde la imagen y lo visual han tomado más relevancia, principalmente en la educación. Cada vez más se educan los ojos para interactuar con imágenes. Se es consumidor de imágenes en un mundo visual. Consultado el 11 de mayo del 2014 en: <http://foroalfa.org/articulos/la-imagen-lo-es-todo>

## FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

El diseñador gráfico cuenta con las competencias técnicas, el tiempo y la disponibilidad para trabajar en equipo en colaboración del catedrático de dichos cursos, quien también está dispuesto a brindar accesibilidad a la información, bibliografía e insumos para el desarrollo del proyecto, además de esto, el catedrático cuenta con una vasta experiencia en el desarrollo y gestión de proyectos, lo cual será un factor que garantiza la funcionalidad del proyecto.



# OBJETIVOS

## GENERAL

Sistematizar gráficamente el desarrollo metodológico del proceso de graduación, con el fin de mejorar la calidad de proyectos de graduación de los estudiantes de la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## ESPECÍFICOS

### *De comunicación*

Mejorar las prácticas metodológicas para el planteamiento de proyectos de los estudiantes a través de información visual oportuna, para una comprensión de los contenidos del Proyecto de Graduación.

### *De diseño gráfico*

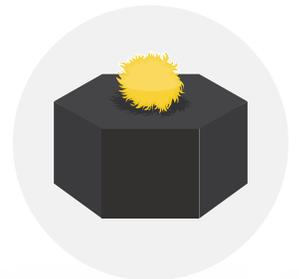
Diseñar gráficamente la metodología empleada en los cursos como recurso educativo y de apoyo en el proceso de enseñanza-aprendizaje y ejecución del proyecto de graduación.







CAPÍTULO NO. 2  
**PERFILES**







## PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

Los estudios de Diseño Gráfico en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-, se remontan al año de 1987 con la puesta en marcha del primer diseño curricular. En 1995 tuvo lugar la primera readecuación curricular, con lo que empezó una dinámica de análisis y revisión de contenidos para mantener la vigencia y actualidad de los estudios en el marco de las demandas de crecimiento y desarrollo de la sociedad guatemalteca. Consultado el 10 de mayo del 2014 en: <http://www.farusac.com/index.php/diseño-gráfico>

Los perfiles de ingreso y egreso muestran el conjunto de conocimientos básicos, habilidades y actitudes requeridas para ingresar a la carrera. Así como las capacidades de los y las egresadas caracterizadas principalmente por el desarrollo proactivo de soluciones creativas de comunicación visual con carácter científico, social, ético y empresarial. Consultado el 10 de mayo del 2014 en: <http://www.farusac.com/index.php/diseño-gráfico>

En la última etapa del pensum de estudios, los y las estudiantes deben asignarse a dos cursos los cuales les dan una orientación para poder realizar su proyecto de graduación, previo a optar al grado de Licenciatura en Diseño Gráfico. Dichos cursos son: Desarrollo de Proyectos (9no. Semestre) y Proyecto de Graduación (10mo. Semestre).

### DESARROLLO DE PROYECTOS

El curso de Desarrollo de Proyectos es un curso el cual es un preámbulo al curso de Proyecto de Graduación, por lo que en este curso los estudiantes tienen la oportunidad de conocer el procedimiento para poder plantear adecuadamente un proyecto y desarrollarlo

como proyecto de graduación, abordando objetivamente la realidad de un contexto social, en la cual pueda incidir a través de un proceso de comunicación Visual. El principal objetivo del curso es identificar un problema en el cual se pueda incidir a través del desarrollo de un proceso de comunicación visual y presentar un protocolo pertinente para solicitar la aprobación del proyecto de Graduación ante la Dirección de la Escuela de Diseño Gráfico, (Farusac, 2014).

La metodología para el desarrollo del curso se basa principalmente en: diálogos didácticos, lectura de documentos, lluvia de ideas, comprobaciones de lectura, mapas cognitivos, diagramas, etc., (Farusac, 2014).

### PROYECTO DE GRADUACIÓN

El curso de Proyecto de Graduación es una actividad teórico-práctico derivada del diagnóstico de un problema de comunicación visual dentro de una organización o institución social sin fines de lucro, a partir del cual se busca desarrollar una propuesta de piezas gráficas que apoyen con una solución. Para dicha solución es necesario que se apliquen varios pasos metodológicos y de gestión pertinentes al diseño gráfico y al contexto. (Farusac, 2012).

El proyecto de graduación debe ser un aporte a la sociedad y a los mismos diseñadores gráficos, por lo que debe quedar documentado en un informe que evidencie el proceso y la toma de decisiones que orientaron la elaboración de la propuesta final. (Farusac, 2012).

Los principales objetivos del curso son: Fortalecer la capacidad de gestionar alternativas de solución a problemas institucionales de comunicación visual y aplicar conocimientos

adquiridos durante la carrera para plantear soluciones a problemas específicos. (Farusac, 2012).

El desarrollo de la metodología del curso se basa en principios del modelo de investigación-acción, aplicando técnicas como: discusión y reflexión, desarrollo de guías de trabajo, asesorías, etc., (Farusac, 2012).

## MISIÓN Y VISIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

### Misión

En su carácter de única universidad estatal le corresponde con exclusividad dirigir, organizar y desarrollar la educación superior del estado y la educación estatal, así como la difusión de la cultura en todas sus manifestaciones. Promoverá por todos los medios a su alcance la investigación en todas las esferas del saber humano y cooperará al estudio y solución de los problemas nacionales.

### Visión

La Universidad de San Carlos de Guatemala es la institución de educación superior estatal, autónoma, con cultura democrática, con enfoque multi e intercultural, vinculada y comprometida con el desarrollo científico, social, humanista y ambiental, con una gestión actualizada, dinámica, efectiva y con recursos óptimamente utilizados, para alcanzar sus fines y objetivos, formadora de profesionales con principios éticos y excelencia académica. Consultado el 09 de mayo del 2014 en: <http://usac.edu.gt/misionvision.php>

## IDENTIDAD VISUAL

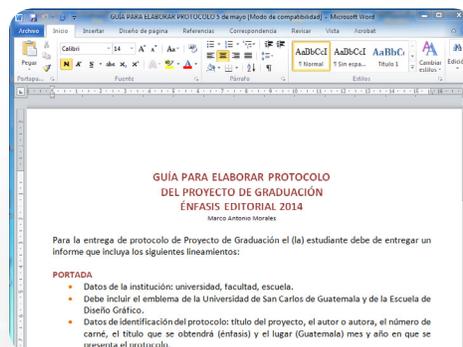


## CULTURA VISUAL

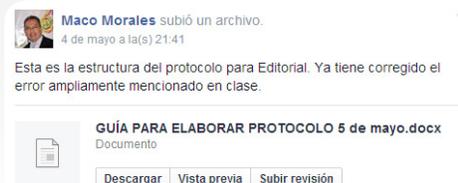
Durante el curso, se encontró una cultura visual como presentaciones PowerPoint, guías de trabajo, correo electrónico, redes sociales (Facebook), mapas mentales, libros, etc.



Presentaciones en Power Point



Guías de trabajo



Por medio de Facebook



# ANÁLISIS DEL GRUPO OBJETIVO

## ASPECTOS GEOGRÁFICOS

- » País: Guatemala
- » Ubicación: Ciudad Universitaria, z. 12, Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala - Campus Central, Ciudad de Guatemala.

## CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- » Edad: 22 a 33 años
- » Género: 27% Hombres y 73% Mujeres
- » Escolaridad: Nivel Diversificado. Principalmente del sector educativo privado
- » Creencias religiosas: Católicos, Cristianos, Mormones.
- » Estado civil: En su mayoría solteros, una minoría ya formó una familia, principalmente los mayores a 30 años.

## CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

- » Clase Social: Baja y Media (D+, DM, D-, C+, CM, C-)
- » Ingresos económicos: Sueldo promedio, no más de Q.3, 000.00

## CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

- » Un 57% de estudiantes trabajan tiempo completo o medio tiempo, ya que a través del trabajo, sostienen sus estudios. un 43% no labora para ninguna empresa.
- » Dominio del idioma español (Castellano), Inglés, Alemán, Francés y Portugués.
- » Poseen gustos como el de divertirse con

sus amigos, socializar con nuevas personas, visitar lugares de entretenimiento como restaurantes, cines, centros comerciales, exposiciones, museos, espacios al aire libre, etc.

- » Tienen a inclinarse a lo tecnológico e innovador, ya que son jóvenes. Sus principales formas de comunicación son a través de una computadora (INTERNET), las redes sociales (Facebook, Twitter, Whatsapp, Line, Behance, Pinterest, Instagram, Tumblr), a través de teléfonos celulares Smartphones. A través de sitios web afines al diseño gráfico, etc.

## RELACIÓN ENTRE EL GRUPO OBJETIVO CON LA INSTITUCIÓN

- » Los alumnos deberán de asignarse a estos cursos al momento que ellos cursen el último año de la carrera en Diseño Gráfico. (Cifuentes, R. Encuesta, 22 de marzo del 2014)

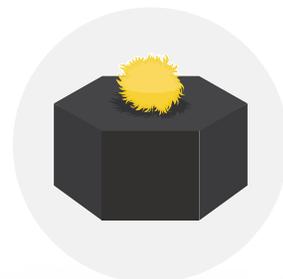


Fotografía del Grupo Objetivo dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala





CAPÍTULO NO. 3  
**DEFINICIÓN  
CREATIVA**







# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL

A continuación se encuentra la estrategia de comunicación visual, la cual es una síntesis del desarrollo pedagógico conceptual y de comunicación de la pieza gráfica diseñada.

## ¿QUÉ?

El contenido principal es una sistematización gráfica de la metodología empleada por el catedrático en los cursos de Desarrollo de Proyectos y Proyecto de Graduación del énfasis Editorial de los años 2011, 2012, 2013 y 2014.

## ¿PARA QUÉ?

Mejorar las prácticas metodológicas para el planteamiento de proyectos, además de ser un recurso educativo y de apoyo en el proceso de enseñanza y ejecución del proyecto, para así mejorar la calidad de los proyectos de graduación.

## ¿CON QUÉ?

A través de un Manual o Guía Metodológica.

## ¿CON QUIÉNES?

Principalmente con estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico que estén desarrollando su proyecto de graduación.

## ¿CUÁNDO?

Los estudiantes de Diseño Gráfico pueden hacer uso de este material cuando estén finalizando su carrera (Proyecto de Graduación)

## ¿CÓMO?

Los estudiantes al momento de desarrollar su Proyecto de Graduación, pueden hacer uso del material como apoyo. Tentativamente los estudiantes pueden obtenerlo a través de los profesores que tenga relación con los cursos de proyecto de graduación o en la biblioteca de la facultad de Arquitectura. Idealmente se recomienda cargarlo a la plataforma de la facultad de arquitectura.

## ¿DÓNDE?

El contexto en el cual se desarrollará es en la Escuela de Diseño Gráfico, de la Facultad de Arquitectura, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Ciudad Universitaria z. 12.





Una vez obtenida la propuesta del concepto creativo, se analizó y se generó otra nueva propuesta, siendo esta:

### **“UN PROCESO QUE ENCAMINA A SOLUCIONES”**

Esta fue la propuesta final, ya que en resumen sintetizó el objetivo de este proyecto, el cual fue brindar una herramienta visual que servirá para guiar al estudiante de Diseño Gráfico paso a paso en el desarrollo metodológico del proyecto de graduación, facilitando su proceso de graduación previo a optar al título de Diseñador Gráfico en grado de licenciado.

## **CÓDIGOS DE DISEÑO**

Una vez generada la propuesta gráfica, se presentaron los códigos de diseño, los cuales pretenden contextualizar el concepto creativo del diseño.

### **Código Formato**

En el diseño editorial es muy importante definir tanto el producto como sus dimensiones para saber cuál es el espacio con el que se dispone. El producto según la necesidad de la institución será impreso, por lo que se diseñó un libro (Guía Metodológica). Un libro según Ambrose-Harris (2008) *Es un modo de organización y presentación de múltiples unidades de información. Sea mediante compilación de viñetas relacionadas, aplicación de un orden secuencial (paso a paso) o cualquier modo de combinación aleatoria de unidades de información, un libro se convierte en la suma de sus partes.*

Esta opción fue la más adecuada, ya que favorece a que el contenido este más organizado (unidades o módulos), tomando en cuenta que se adapta al contenido del proyecto y principalmente al concepto creativo **“Un proceso que encamina a soluciones”**

Debe tomarse en cuenta su finalidad, pero principalmente la comodidad para el Grupo objetivo, el producto fue maquetado en Adobe Indesign y sus dimensión fueron la de un libro cuadrado (8.5 x 8.5 plg), existen varias ventajas respecto a este formato: por ejemplo el tamaño, que al momento de su reproducción (Imprenta) se hará uso óptimo del pliego, además dio la posibilidad de trabajar las posiciones sin necesidad de cambiar de sentido el impreso. También se tomó en consideración lo práctico que es portar este tipo de libros, y ya que el formato es muy poco utilizado, se convirtió en algo diferente y muy bien aceptado por el grupo objetivo, rompiendo con los formatos tradicionales.

### **Código Lingüístico**

Característicamente es un material impreso, su objetivo principal es presentar a los estudiantes de la licenciatura en Diseño Gráfico, etapa por etapa, la manera de plantear, gestionar y desarrollar su proyecto de graduación, aplicando los conocimientos adquiridos durante la carrera, para así plantear soluciones a problemas específicos de comunicación visual.

### **Código Tipográfico**

Para el proyecto se emplearon tres familias tipográficas:

Familia Palo Seco: La familia Palo Seco, también conocida como San Serif, se caracterizan por la ausencia de remates en los extremos,

presenta un estilo limpio, funcional y aséptico, es considerada la tipografía por excelencia de la lectura, teniendo una amplia variedad de matices y estilos. Siempre tomando en cuenta que no es recomendada para bloques de texto muy grandes.

## Ej. Palo Seco

Familia Caligráfica: La familia Caligráfica, también conocida como Manuscrita, se reservan principalmente para acentuar un título principal y en otros casos la firma de un autor, presentan formas que imitan la escritura manuscrita con los ejes notoriamente inclinados hacia la derecha y con remates muy adornados.

## Ej. *Caligráfica*

Familia Egipcia: La familia Egipcia posee características que no ofrece contraste entre rasgos gruesos y delgados a lo largo de sus astas. El eje es ligeramente oblicuo y se caracteriza por ser de alta legibilidad gracias a la serifa, también llamada remate, la cual refuerza la legibilidad de un texto, porque ayuda al ojo a pasar de un carácter al siguiente.

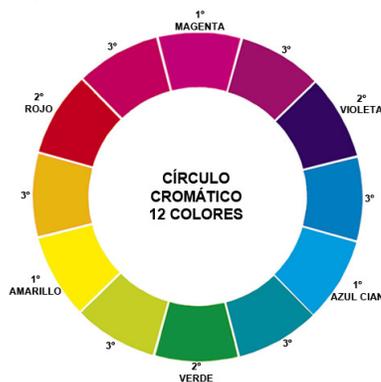
## Ej. Egipcia

### Código Cromático

La Facultad de Arquitectura y la Escuela de Diseño Gráfico, no poseen un color que pueda considerarse institucional, únicamente se basa en el color de su logotipo.



Debido a que el contenido escrito está dividido por fases o etapas, en este contexto, la codificación por colores fue una forma de diferenciar tipos de información para que los grupos de contenido sean reconocidos instantáneamente, lo que ayudó a procesar con rapidez el material, por lo que se recomendó utilizar una gama de colores (ej. Circulo cromático) en el cual cada color representó cada una de estas etapas, permitiendo al usuario distinguir entre cada una de ellas, además se evitó la saturación de color, ya que es un documento académico.



### Código Icónico Visual

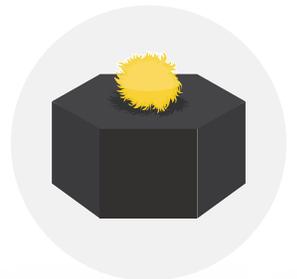
El diseño como tal contiene fotografías (Ejemplos de la docencia), ilustraciones (2D, Bidimensionales), además se utilizó organizadores gráficos para presentar la información de forma más clara y ordenada.





CAPÍTULO NO. 4

# PLANEACIÓN OPERATIVA

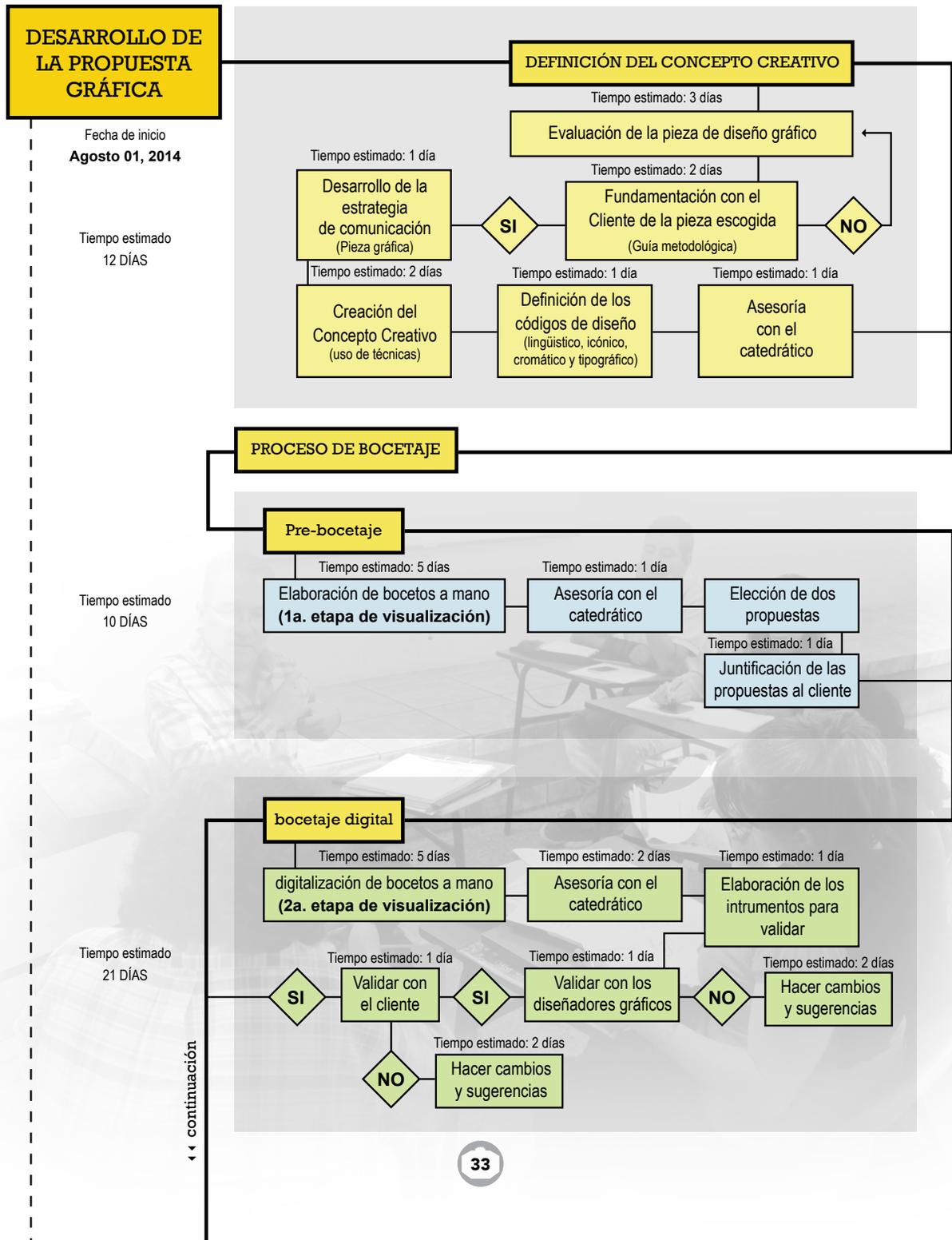


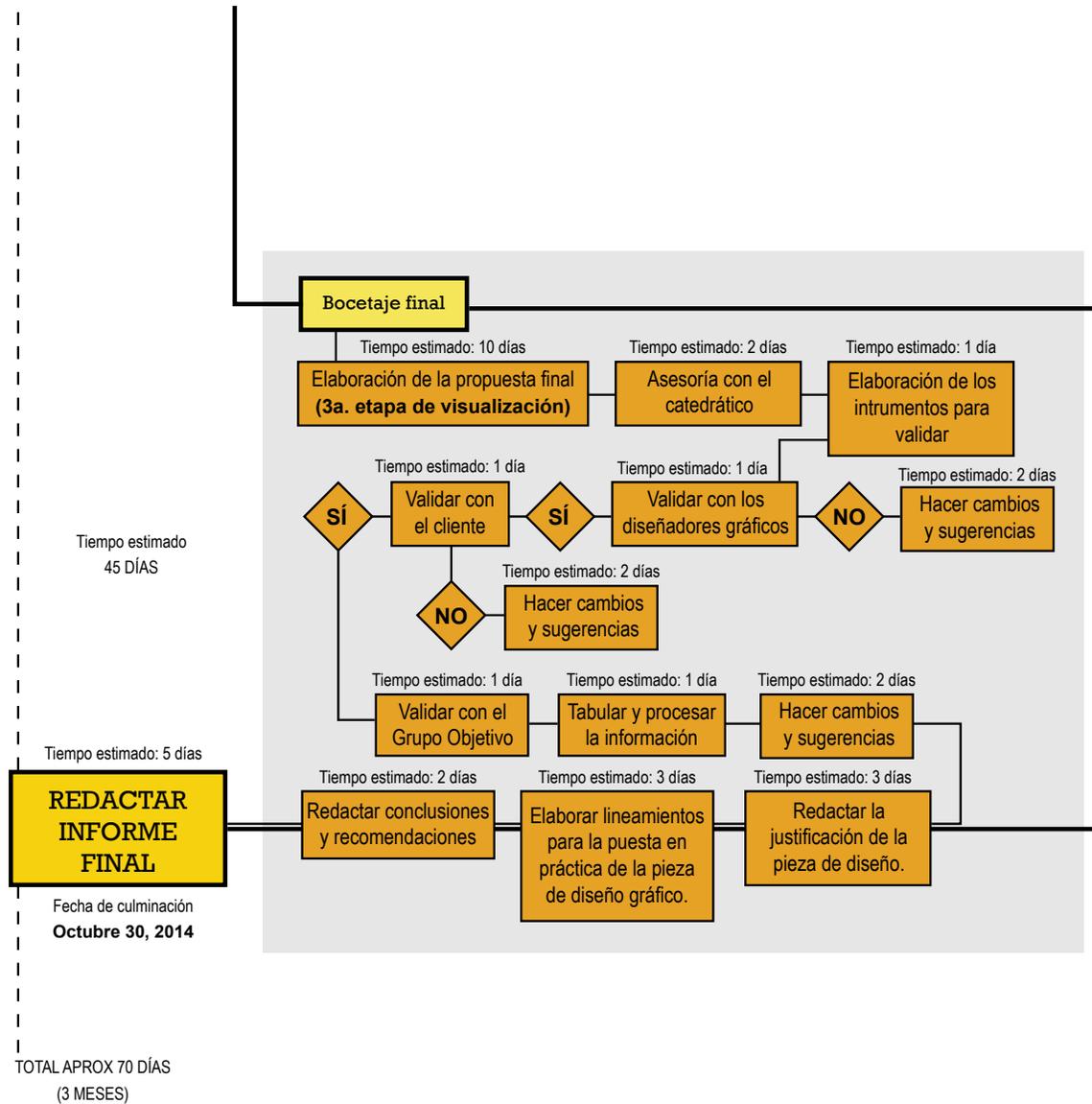


# FLUJOGRAMA Y CRONOGRAMA DE TRABAJO

Para trabajar en forma organizada el desarrollo metodológico del proyecto, se planificó en un flujoograma junto con un cronograma, todos los pasos elementales a seguir, los cuales le fueron

dando forma, tanto a la investigación, como también a la propuesta gráfica final del proyecto.

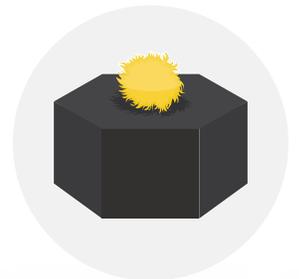




El haber utilizado esta valiosa herramienta, permitió que, tanto la parte de investigación como también la parte gráfica propia del proyecto de graduación, se fueran desarrollando de forma eficiente y aunque en algunas ocasiones existió un desfase en los tiempos, no afectó el resultado final propuesto en los objetivos.



CAPÍTULO NO. 5  
**MARCO  
TEORICO**







## GESTIÓN, DESARROLLO Y PRODUCCIÓN DE UN PROYECTO

Relevancia social del contenido a comunicar

¿Es necesario la gestión y desarrollo de un proceso de diseño para obtener mejores resultados? Para un diseñador gráfico ¿Es necesario desarrollar un proceso de diseño? ¿Basta únicamente con la creatividad que se posee? o bien ¿Puede darle una ventaja diferencial sobre los demás diseñadores gráficos?

El proceso de diseño puede llegar a ser un proceso caótico con una mezcla de acciones intuitivas y deliberadas, al principio puede llegar a convertirse en algo difícil debido a que no se tiene la práctica de desarrollarlo, pero una vez que el diseñador gráfico llegue a dominar y a aplicar este proceso, lo demás será muy sencillo. Muchas veces los diseñadores de alguna manera u otra llegan a potenciar la creatividad, pero según Lupton, E. (2012), "un diseñador genera innumerables ideas que quizá no llegaran a usarse y a menudo se ve obligado a empezar de nuevo, a volver atrás y a cometer errores".

Es importante mencionar que el diseñador que llega a alcanzar el éxito, es aquel que sabe que rara vez la primera idea llega a ser la definitiva, ya que las necesidades a medida que pasa el tiempo, pueden cambiar y tomar un rumbo diferente.

Según Ambrose – Harris (2010) El diseño es un proceso iterativo y la planificación está presente en cada fase del "Viaje". El proceso de diseño puede llegar a dividirse en diferentes fases o etapas, pero lo más importante es que "El proceso de diseño implica un alto grado de creatividad, pero de un modo controlado y dirigido por el proceso mismo, canalizándolo hacia la producción de una solución práctica y viable a la necesidad de comunicación", (Ambrose-Harris, 2010). Es por eso que el

proceso de diseño asegura que el resultado puede llegar a satisfacer las necesidades de grupo objetivo al que se quiera llegar y se debe tomar en cuenta que el diseño esta intrínsecamente ligado al modo en que se interaccionan entre si la sociedad y su entorno (Best, K. 2009).

Existe algo que no se ha mencionado ¿Quién puede desarrollar el proceso de diseño? ¿Qué papel juega el diseñador gráfico en todo esto? ¿Puede considerarse a un diseñador como solucionador de problemas? Según Frascara, J. (2000), El diseñador da forma visual a las comunicaciones, tradicionalmente se ha definido al diseñador gráfico como un solucionador de problemas, pero más bien, es una persona que responde a un problema o necesidad con una acción y no con una solución. En todo este proceso, el diseñador gráfico llega a ser parte esencial, puede llegar a ser un pilar, al igual que un médico en que recae una gran responsabilidad sobre él. De igual manera en cada diseñador gráfico recae una gran responsabilidad, debe reconocer las situaciones sociales en las que trabaja y a las que contribuye.

No hay mejor candidato que un diseñador gráfico, el cual conoce el poder y las posibilidades de la comunicación visual (Frascara, J. 2000). En el caso de un estudiante de Diseño Gráfico, desarrollar un proceso de diseño en un proyecto implica aplicar un proceso metodológico y debe haber aspectos que lo haga diferente a los demás Según Morales, M. "Se debe ser un diseñador que gestione proyectos y no un diseñador por encargo" es necesario que no solamente actúen en respuesta a pedidos con necesidades establecidas, sino más bien se debe tener la capacidad de establecer nuevas necesidades

a través de la identificación y definición de las áreas donde la comunicación visual puede hacer una contribución a la sociedad.

En conclusión, existen grandes retos para grandes diseñadores, los grandes diseñadores gráficos son aquellos que simplemente conciben, gestionan, desarrollan, dirigen y ejecutan grandes proyectos a través de ideas con una visión mucho más amplia, son aquellos que innovan la manera de hacer diseño, que no temen al cambio y que saben que son indispensables a la sociedad, si se es un profesionales del diseño, debe demostrarse con acciones que reflejen cambios en la sociedad y en el diseñador mismo.



## SISTEMATIZAR EXPERIENCIAS PARA GENERAR CONOCIMIENTO

Aportes del Diseño Gráfico Editorial  
en el contexto del proyecto

¿Cómo se genera conocimiento? ¿Quién genera el conocimiento? ¿Puede uno generar conocimiento sin saberlo? ¿Cuáles son los beneficios de sistematizar?

Según Valdés, G. (2010) Existen diferentes teorías que tratan de explicar, desde diferentes posiciones, los procesos sociales de producción, circulación y utilización del conocimiento. Al recordar la época escolar, recordarán que las ciencias, ya sea social, natural, científica, filosófica, lingüísticas, entre otras, buscan y construyen conocimientos acerca de una realidad, muchas de estas cosas son frutos de la observación y la experimentación. Al escuchar estas cosas, puede llegar a ser algo abrumador y complejo, pareciera algo tedioso y difícil de ejecutar, en especial para un diseñador gráfico, ni pensarlo.

Pero ¿Qué se entiende por conocer? El simple acto de conocer puede ser a través de nuestra propia experiencia, según Varela, Fuentes y Will (2005) Las costumbres de compartir conocimiento es muy generalizada a nivel de campo; muchas experiencias se diseminan a través de intercambios informales entre personas. Muchas de estas experiencias, variadas y valiosas, pueden brindar aportes metodológicos.

Lamentablemente mucho de este conocimiento o también llamado "Praxis" según Varela et al. (2005) por diversas razones no han sido documentados, y mucho menos compartidos, difundidos o aprovechados sus aprendizajes más relevantes. Cada cabeza en un mundo complejo y diferente, difícil de interpretar, del cual se puede adquirir sus experiencias más importantes. Pero se han preguntado: ¿Por qué es tan difícil obtener fuentes bibliográficas de diseñadores para diseñadores? A pesar de que existen fuentes bibliográficas, no son las suficientes en relación a otras ramas o ciencias. Lamentablemente la

mayor parte del conocimiento racional y empírico del Diseño Gráfico no ha sido documentado, desaprovechando así sus mejores aportes. Pero ¿Cuál es el aporte del diseño gráfico editorial a este proyecto? Pues el principal aporte a este proyecto es la de graficar la sistematización de los cursos, pero ¿Para qué sirve el sistematizar? Según Varela et al. (2005) La sistematización implica rescatar la práctica, evitando que la riqueza de la experiencia se pierda. Se puede decir que es construir teórica y conceptualmente una experiencia o conocimiento. Todo esto a través de un análisis crítico e interpretación de lo realizado con el fin de crear aprendizaje y nuevos conocimientos, teniendo como objetivo la comunicación, divulgación e intercambio de estos conocimientos, aplicando el saber y las lecciones aprendidas para mejorar las prácticas.

Debido a que el contexto del proyecto son cursos para poder realizar el proyecto de graduación, previamente a obtener un título universitario, es necesario e importante que los estudiantes tengan una funcional herramienta que les ayude a un buen planteamiento y desarrollo metodológico de su proceso de graduación. Es por eso que sistematizar gráficamente dicho proceso favorecerá a los futuros graduandos.

El generar conocimiento para otras personas puede llegar a ser algo realmente satisfactorio, por lo que sistematizar gráficamente la metodología de los cursos en este proyecto es un gran reto y así todos pueden llegar a ser beneficiados de alguna manera. El mundo está lleno de conocimiento, en el cual las mentes creativamente dispuestas, pueden llegar a plasmar el conocimiento de una forma teórica para otras personas, teniendo siempre en cuenta el compartir un proceso de facilitación y acompañamiento que desarrolle competencias y principalmente que permita la producción de nuevo conocimiento, mejorando así las prácticas actuales.

## UNA GUÍA HACIA LA META

Características, funcionalidad, ventajas y desventajas.

Al momento de diseñar la pieza gráfica, ya sea digital como presentaciones interactivas, libros digitales, juegos interactivos, etc. o bien, si es impreso como revistas, libros, manuales, folletos, periódicos, etc. Todos estos productos poseen aspectos y características propias que pueden llegar a ser efectivos según sea su necesidad.

Cuando se diseña es importante analizar las características de la pieza, cuál es su funcionalidad en relación a las demás piezas a diseñar y también cuáles son sus ventajas y desventajas. Estos son aspectos relevantes que se deben tomar en cuenta antes de diseñar.

Según Ambrose – Harris (2008) En la moderna práctica del diseño, se dispone de una gran cantidad de herramientas con las que se puede crear un material que comunique de manera más efectiva. Algunas herramientas que se tiene a disposición son la compaginación o maquetación, la tipografía, el color y la imagen. Por ejemplo en la maquetación o Layout como lo menciona Hambrose-Harris (2007) hace referencia a toda disposición de los elementos, principalmente el texto y la imagen y su relación entre sí. Según Hambrose – Harris (2007) la maquetación puede potenciar o perjudicar la recepción de la información. El elemento indispensable, característica del propio diseño, es la retícula, este es un elemento que es principal para el Diseño Gráfico Editorial. Según Samara T. (2004) para algunos diseñadores gráficos se ha convertido en una parte incuestionable del proceso de trabajo que proporciona precisión, orden y claridad, este elemento es solo una pequeña parte de la pieza a diseñar.

Según Moya, A (2013) La tipografía es una herramienta de comunicación que vista desde la perspectiva del Diseño Gráfico, es un transmisor de información e ideas. La palabra escrita es

el medio transmisor de ideas por excelencia. La esencia del buen diseño gráfico consiste en comunicar ideas por medio de la palabra escrita, combinada a menudo con dibujos o con fotografías. De este planteamiento se deriva que el diseñador gráfico debe emplear las letras en una composición tanto para comunicar ideas como para configurar el aspecto visual de la misma, siendo necesario para ello conocer a fondo los diferentes tipos existentes, sus propiedades y conocimientos que se agrupan en la ciencia de la tipografía.

Para Villareal J. (2014) El color es, indiscutiblemente, uno de los recursos esenciales en la construcción de la comunicación visual. El color se ha convertido en una herramienta útil en el desarrollo del diseñador gráfico al momento de trabajar, para Dondis D. (1973) el color está cargado de información y constituye una valiosa fuente de comunicadores visuales.

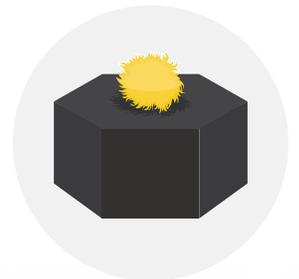
Según la opinión de Bertero, P. (2014), una imagen es una representación de algo real o imaginario. La imagen precede al concepto o la cosa. Cada persona se desenvuelve en un mundo donde se consumen imágenes, todos utilizan y venden a través de imágenes.

Lo anteriormente mencionado son algunos de los elementos que el diseñador debe tomar en cuenta al momento de diseñar una pieza gráfica. No se debe confundir, ni dar criterios precipitados de ¿Cuál es bueno?, ¿Cuál es mejor?, ¿Cuál está a la vanguardia?, ¿Cuál es más práctico?, y muchas más preguntas que se podrían formular, pero la realidad es que simplemente son aspectos diferentes para cada necesidad diferente. Al diseñar, cada diseñador gráfico debe tener la capacidad de determinar cuál es lo más eficiente con resultados positivos.



CAPÍTULO NO. 6

# PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIÓN





# 1ER. NIVEL DE VISUALIZACIÓN Y AUTOEVALUACIÓN

El primer nivel de visualización fue una visualización previa a diseñar en una computadora, permitió generar muchas ideas (Bocetos principalmente hechos a lápiz y crayón), los cuales fueron depurados conforme fueron evaluados. Esta fue una forma de enriquecer el proceso de diseño, y facilitó a través del análisis, la selección de las mejores propuestas con su respectiva fundamentación.

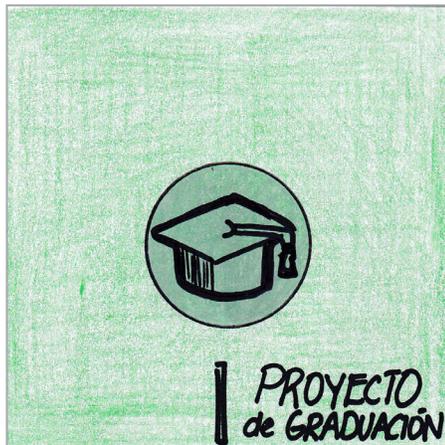
A continuación se encuentran los bocetos más relevantes:

Aspectos importantes que fueron considerados en la autoevaluación

1. *Pertinencia*
2. *Memorabilidad*
3. *Fijación*
4. *Legibilidad*
5. *Composición*
6. *Abstracción*
7. *Las imágenes*
8. *Diagramación*
9. *Diseño tipográfico*
10. *Uso de color*

## Pieza: PORTADA

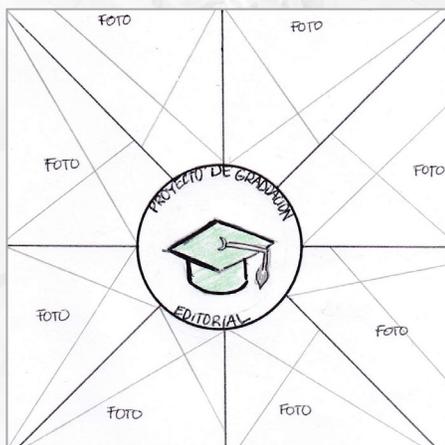
A.



### Boceto "A"

En este boceto predomina el color verde, esto fue debido a que el fin del proyecto es sistematizar la metodología del énfasis Editorial, siendo el verde su color representativo, además en el centro está el diseño de un capelo, el cual es asociado a una graduación y/o al proyecto de graduación, permitiendo que el Grupo Objetivo se sienta identificado. El capelo está diseñado en vectores por su simplicidad y dinamismo.

B.



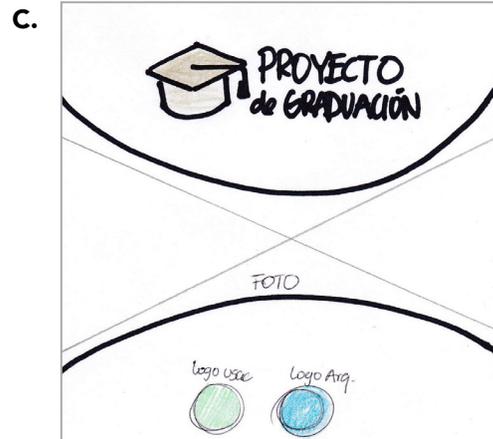
### Boceto "B"

En este boceto se encuentra en el centro el ícono del proyecto de graduación "capelo" en el cual a su alrededor se encuentran fotografías de los estudiantes durante el desarrollo de la asignatura (Clase magistral, exposición, asesoría, etc.) Esto con el fin de resaltar algunos de los procesos por los cuales el estudiante debe realizar para desarrollar su proyecto.

### Boceto "C"

Tomando como base la lectura de arriba abajo, en primer plano, se presenta el título del proyecto, en segundo plano, en este boceto se reservó un espacio para una fotografía del curso (El docente disertando), esto debido a que el autor de esta metodología es el Lic. Marco A. Morales y por último, los logotipos institucionales (USAC Y FARUSAC) para identificar su procedencia.

### Pieza: PORTADA



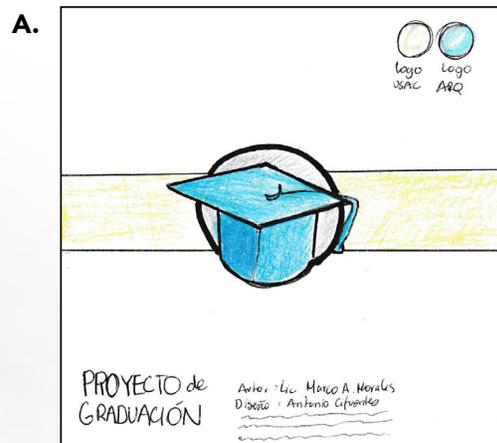
### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el boceto "A" en el cual el ícono de graduación es la imagen que predomina, se eligió tomar elementos como las fotografías del "B" para que no sea un color plano y finalmente se tomó los logotipos del boceto "C" para identificar su procedencia y autoría.

### Boceto "A"

En este boceto se hizo énfasis en el capelo "representación gráfica de graduación" con una línea verde representativo del énfasis editorial, en la esquina superior derecha se encuentran los logotipos institucionales y en la esquina inferior izquierda se encuentra el título de proyecto y sus respectivos créditos.

### Pieza: PÁGINA DE CRÉDITOS



## Pieza: PÁGINA DE CRÉDITOS

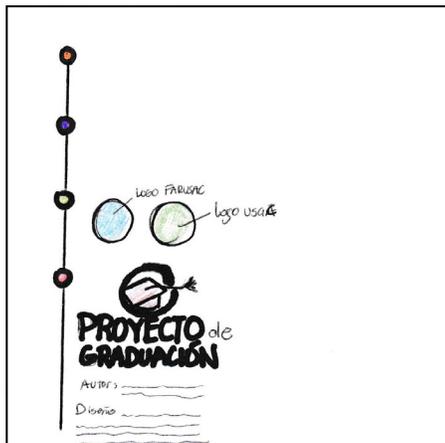
B.



### Boceto "B"

En este boceto se encuentra en el centro el título del proyecto con su imagen respectiva, en la parte superior se encuentra una línea con círculos de colores, representando una línea de tiempo y cada uno de estos círculos representan las diferentes fases que el estudiante debe desarrollar, tomando siempre en cuenta la lectura de izquierda a derecha. En la parte inferior derecha se encuentran los logotipos institucionales y los créditos del contenido y diseño.

C.



### Boceto "C"

Este boceto es muy similar al "B" con la única diferencia que los elementos fueron distribuidos de otra manera, la manera de lectura de este diseño es de arriba abajo, empezando con la línea vertical que dirige la lectura hacia los créditos, título del proyecto e imagen institucional.

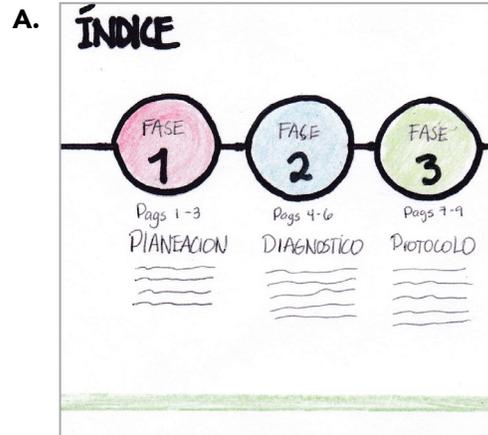
### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el boceto "B" ya que la línea horizontal representa los pasos que el estudiante debe seguir, pero se tomó la manera de distribuir los créditos del boceto "C", esto debido a que en el "B" los elementos gráficos son muy grandes, rompiendo la retícula.

## Pieza: ÍNDICE O TABLA DE CONTENIDOS

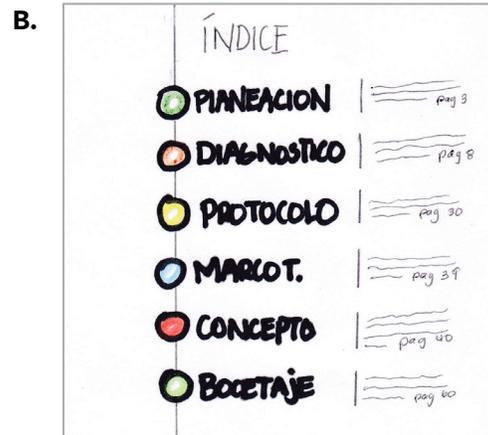
### Boceto "A"

Este boceto tiene mucha relación con el boceto "B" de la página de créditos, anteriormente solo se presentó la línea horizontal, pero en este diseño, ya se dio con mayor detalle su significado, una breve descripción de cada fase (círculo) y la página en la cual está ubicada cada fase. Este diseño abarca 2 páginas



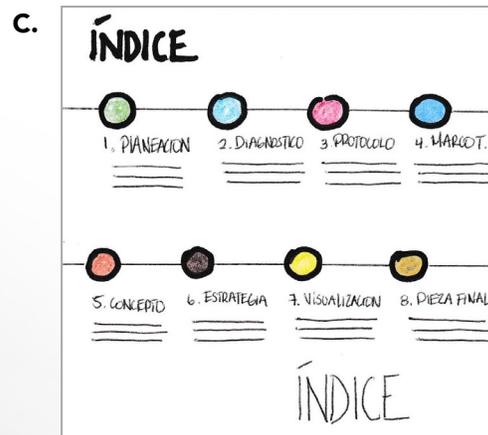
### Boceto "B"

Este boceto tiene mucha relación con el boceto "C" de la página de créditos, se presenta la línea vertical con los círculos, pero ahora cada círculo tiene el nombre que corresponde a cada fase con su respectiva descripción y su no. de página



### Boceto "C"

Este bocetos es una versión reducida del boceto "A", posee la misma línea horizontal con la diferencia que hay dos líneas, el espacio es más reducido, por lo que el contenido debe ajustarse de otra manera.



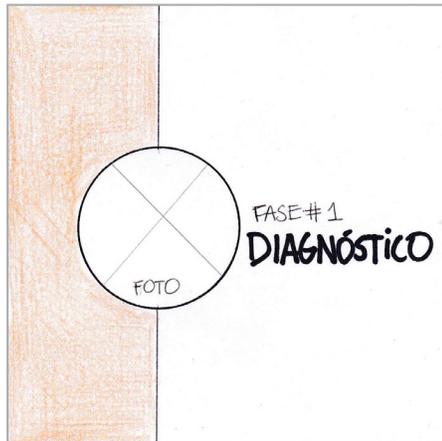
### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el boceto "A" ya que la línea horizontal y los círculos representan los pasos que el estudiante debe seguir, tomando siempre en cuenta que al igual que el índice, debe continuar con la misma línea gráfica.



## Pieza: PORTADILLAS

A.



### Boceto "A"

En este boceto se presenta un diseño con una franja vertical con color, en cada fase, la franja cambia de color según cada capítulo o fase, además posee un círculo en el cual está una fotografía con relación al curso (asesoría, clase magistral, actividades, etc.), y a su derecha en título correspondiente a cada fase.

B.



### Boceto "B"

Este boceto presenta un diseño donde el color predomina toda la página, dicho color es según la fase correspondiente, en su centro hay un círculo con una fotografía con algún momento del desarrollo del curso y sobre esta, se encuentra el título de cada fase contenida en la guía.

C.



### Boceto "C"

Este boceto presenta un diseño en el cual la fotografía se extiende por toda la página, en su centro está el ícono representativo al curso y proyecto de graduación (Capelo) y en el contorno del círculo se encuentra el título respectivo a cada fase de la guía.

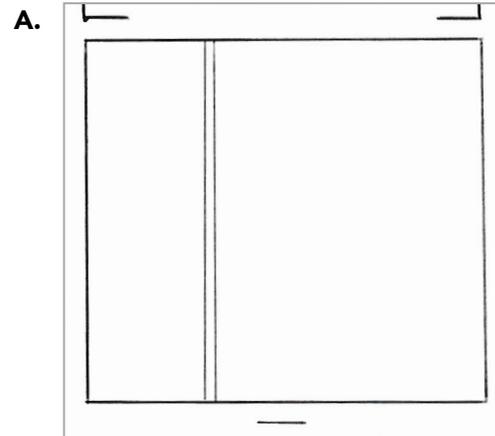
### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el boceto "A" por su diseño simple y no saturado, ya que el objetivo fue llamar la atención del Grupo Objetivo sin llegar a sobrecargarlo visualmente, únicamente con la diferencia de que en vez de la fotografía, está el ícono del boceto "C", y a la franja vertical del boceto "A" se le integró una fotografía para que no fuese un color plano.

## Pieza: PÁGINA MAESTRA

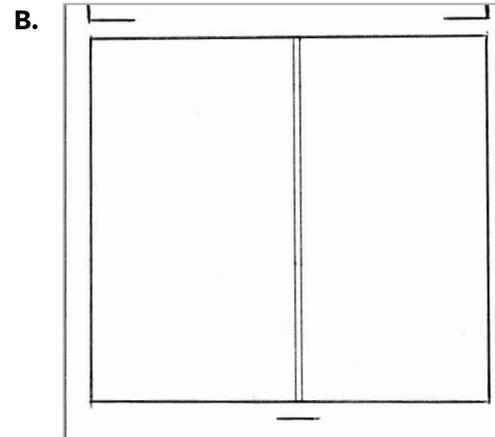
### Boceto "A"

En este boceto se presenta un diseño de dos columnas, siendo más grande la que tendrá el contenido, este diseño favorece a una mejor distribución, ya que en la columna pequeña, puede ser reservada para otros usos, o simplemente para reservarla en blanco.



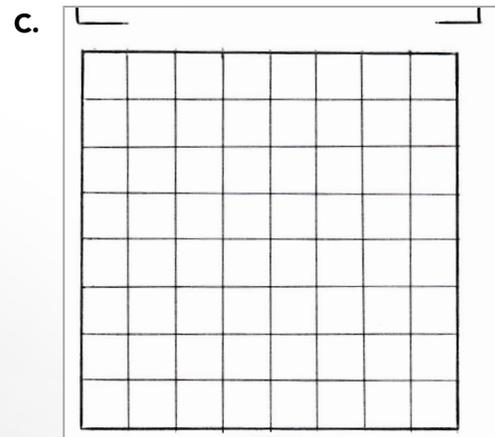
### Boceto "B"

En este boceto se encuentra un diseño de dos columnas del mismo tamaño, esta favorece a que haya más contenido en la página y que tenga una mejor distribución, además favorece el orden y visualmente es atractivo al lector.



### Boceto "C"

En este boceto se presenta un diseño con una retícula modular, esta es una retícula muy flexible y adaptable a cualquier diseño y/o contenido.



### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el boceto "B" ya que la retícula de dos columnas se adaptó a las necesidades que se presentaron al momento de diseñar, facilitando la distribución y organización de los elementos, tanto escritos como gráficos.



## Pieza: CONTRAPORTADA

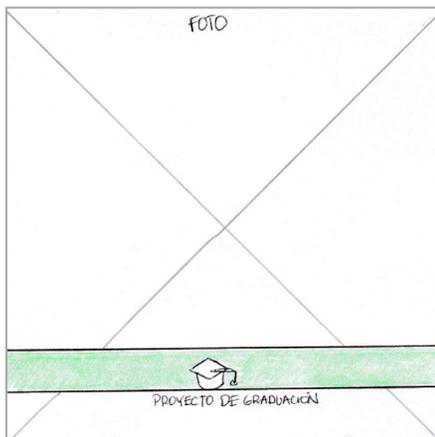
A.



### Boceto "A"

Este boceto tiene mucha relación con el boceto "A" de la portada, ya que tiene la misma línea gráfica (Color representativo al énfasis editorial) y su respectivo título del proyecto.

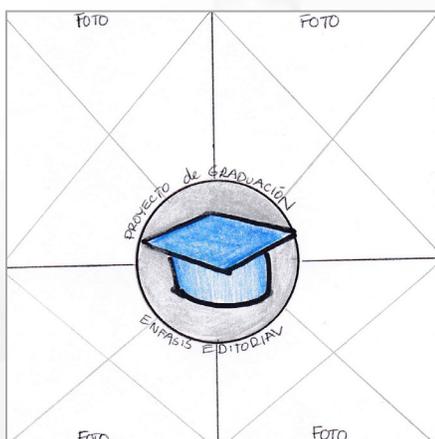
B.



### Boceto "B"

Este boceto presenta un diseño donde la fotografía predomina todo el espacio, en la parte inferior se encuentra un cintillo color verde con el capelo y la leyenda "Metodología del Proyecto de Graduación"

C.



### Boceto "C"

Este boceto posee una línea gráfica muy similar a la del boceto "B" de las portadas, predominando diferentes fotografías de diferentes situaciones en que se desarrolla en el curso. En su centro se encuentra el ícono del capelo con su título y el énfasis al que corresponde.

### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el boceto "A" ya que tiene mucha relación con la selección final de la portada, integrando la imagen del boceto "B" con en "A" para evitar un color plano y tomando el elemento de la franja que se encuentra en el "B" invirtiendo el color verde por blanco por su atractivo visual

## 2DO. NIVEL DE VISUALIZACIÓN Y COEVALUACIÓN

El segundo nivel de visualización fue la digitalización de los bocetos hechos a mano realizados en el primer nivel de visualización, en el nivel anterior de visualización se analizó las posibles mejores propuestas, para así, plasmarlas de forma digital. La previsualización anterior permitió diseñar de forma más clara, con una idea clara de lo que se busca.

A continuación se encuentran los diseños más relevantes seleccionados en la etapa anterior:

### Diseño "A"

En este diseño predomina el color azul, el cual representa la verdad, sabiduría, inteligencia entre otros, además cuenta con los logotipos institucionales, y en su centro una ilustración de un capelo de graduación contextualizado a la facultad de arquitectura y al proceso de graduación, además el gorro posee una sombra la cual dirige la vista al título del material. El capelo fue diseñado en vectores por su simplicidad y dinamismo. En el fondo se encuentra una fotografía fuera de foco de una clase magistral.

### Diseño "B"

Este diseño posee muchas características del diseño "A" (Color, elementos gráficos), la única diferencia fue la distribución de los elementos, por ejemplo, se presentó el título del proyecto en el centro de la portada

### Pieza: PORTADA

A.



B.





### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el diseño "A" debido a que la ilustración (Vector) además atrajo mucho la atención por poseer un recorrido visual de izquierda a derecha y de arriba abajo que dirigen la vista hacia el título. En la coevaluación fue la propuesta mejor aceptada.

## Pieza: PÁGINA DE CRÉDITOS

A.



### Diseño "A"

Este diseño, por ser página de créditos, los elementos se encuentran en la esquina inferior izquierda con una tamaño discreto, posee información básica como los logotipos institucionales, autores, tanto de diseño como del contenido y su fecha de realización. Todas las páginas poseen una imagen con una opacidad baja para evitar desperdiciar el espacio disponible.

B.



### Diseño "B"

En este diseño, por ser página de créditos, los elementos se encuentran en la esquina inferior izquierda, con la única diferencia que el título fue resaltado, posee información básica como los logotipos institucionales, autores, tanto de diseño como del contenido y su fecha de realización. Todas las páginas poseen una imagen con una opacidad baja para evitar desperdiciar el espacio en blanco

### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el diseño "A" debido a que posee la mejor distribución de los elementos dentro de la página, es simple, sencillo y muy agradable, fue la propuesta mejor aceptada al evaluarla.

## Pieza: ÍNDICE O TABLA DE CONTENIDOS

### Diseño "A"

En este diseño se puede apreciar los círculos de colores, los cuales representan cada fase metodológica del proyecto de graduación, debajo de cada círculo se encuentra el nombre que lo identifica, además de brindar un detalle de lo que contiene cada una de estas, posee un recorrido visual es de izquierda a derecha .

A.

**Índice**  
FASES METODOLÓGICAS  
DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN  
ÉNFASIS EDITORIAL

FASE NO. 1 INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA	FASE NO. 2 REDACCIÓN DE PROTOCOLO	FASE NO. 3 PLANEACIÓN OPERATIVA	FASE NO. 4 DEFINICIÓN CREATIVA	FASE NO. 5 MERCADO TEÓRICO	FASE NO. 6 PROYECCIÓN GRÁFICA
Preparación de diagnóstico de necesidades de comunicación oral - PÁG. 8 Procesamiento de la información - PÁG. 10 Conclusión de la fase - PÁG. 11	Definir y delimitar el problema de comunicación oral - PÁG. 14 Justificación del proyecto - PÁG. 15 Relación de la fase - PÁG. 16	Presentación del programa del curso - PÁG. 22 Orientaciones - PÁG. 23	Análisis y selección de ideas a desarrollar - PÁG. 9 Conceptos - PÁG. 12 Definición de palabras - PÁG. 12	Estudio del área - PÁG. 14 Referencia social del problema a comunicar - PÁG. 14 Características, funcionalidad, ventajas y desventajas de la idea - PÁG. 17 Apoyos del Estado, Gobierno Estatal y del Departamento - PÁG. 18	Nivel 1 de realización (Estrategia de comunicación) - PÁG. 14 Nivel 2 de realización (Estrategia de comunicación) - PÁG. 14 Nivel 3 de realización (Estrategia de comunicación) - PÁG. 14 Presentación y entrega de un trabajo académico y su incorporación a la estrategia de comunicación - PÁG. 18

### Diseño "B"

En este diseño se puede apreciar los mismos elementos del diseño "A", con la diferencia que posee una distribución diferente de los elementos gráficos. Esta propuesta posee un recorrido visual de arriba abajo.

B.

**Índice**  
FASES METODOLÓGICAS  
DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN  
ÉNFASIS EDITORIAL

FASE NO. 1 INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA	Preparación de diagnóstico de necesidades de comunicación oral - PÁG. 8	Procesamiento de la información - PÁG. 10	Conclusión de la fase - PÁG. 11
FASE NO. 2 REDACCIÓN DE PROTOCOLO	Definir y delimitar el problema de comunicación oral - PÁG. 14	Justificación del proyecto - PÁG. 15	Relación de la fase - PÁG. 16
FASE NO. 3 PLANEACIÓN OPERATIVA	Presentación del programa del curso - PÁG. 22	Orientaciones Generales - PÁG. 23	
FASE NO. 4 DEFINICIÓN CREATIVA	Análisis y selección de ideas a desarrollar - PÁG. 9	Conceptos - PÁG. 12	Definición de palabras - PÁG. 12

### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el diseño "A" ya que se tuvo una mejor distribución de los elementos y el buen aprovechamiento del espacio, además de que según los profesionales, el recorrido visual recomendado es de izquierda a derecha, además esta propuesta se ve más estética en comparación a la otra.



## Pieza: PÁGINA MAESTRA

A.

**Evaluación y validación de la producción gráfica**

Esta fase también es conocida como etapa de convergencia, validación o comprobación de eficacia de las piezas diseñadas, además es paralela a la fase anterior porque cada nivel de visualización se ha de evaluar y validar, con diferentes actores, para poder avanzar al siguiente nivel.

En clase el docente ampliará la información acerca de la importancia y de cómo evaluar materiales editoriales en base al siguiente esquema. Gráfico No. 2 (Ver Anexos)

**Actividad y producto 1: Evaluación del nivel 1 (Autoevaluación)**

Se fundamenta en los criterios de diseño gráfico editorial aplicados de manera particular por el o la estudiante, que al final selecciona los bocetos más relevantes que tenemos que trasladar, generalmente, a versión digital.

Se ha de dar cuenta de los porqués de nuestras decisiones o criterios de diseño. Para partir de una base podemos ir viendo si estamos logrando lo propuesto en la actividad de previsualización o en la actividad de definición de los códigos visuales del concepto creativo.

**Evaluación del nivel 2 (Coevaluación)**

Es una verificación con expertos en la especialidad del diseño gráfico editorial de la funcionalidad técnica y estética de nuestra propuesta a este nivel. También se puede incluir en este nivel a funcionarios de la institución cliente si se considera pertinente.

Para este nivel se ha de elaborar una guía de entrevista semiestructurada para ser aplicada con el grupo antes mencionado y presentar previamente las partes más relevantes de la pieza que se ha diseñado. Se debe incluir en la presentación de resultados el perfil profesional de las y los expertos.

**Evaluación del nivel 3**

Se realiza con el grupo objetivo. Se utilizan prototipos totalmente diseñados o partes clave de las piezas si estas son muy extensas.

Diseño "A"

En este diseño, se encuentra el contenido distribuido en dos columnas, existe jerarquía entre títulos, subtítulos y cuerpo del texto. Las dos columnas facilitan la lectura, evitando la fatiga visual.

B.

**Evaluación y validación de la producción gráfica**

Esta fase también es conocida como etapa de convergencia, validación o comprobación de eficacia de las piezas diseñadas, además es paralela a la fase anterior porque cada nivel de visualización se ha de evaluar y validar, con diferentes actores, para poder avanzar al siguiente nivel.

En clase el docente ampliará la información acerca de la importancia y de cómo evaluar materiales editoriales en base al siguiente esquema. Gráfico No. 2 (Ver Anexos)

**Actividad y producto 1: Evaluación del nivel 1 (Autoevaluación)**

Se fundamenta en los criterios de diseño gráfico editorial aplicados de manera particular por el o la estudiante, que al final selecciona los bocetos más relevantes que tenemos que trasladar, generalmente, a versión digital.

Se ha de dar cuenta de los porqués de nuestras decisiones o criterios de diseño. Para partir de una base podemos ir viendo si estamos logrando lo propuesto en la actividad de previsualización o en la actividad de definición de los códigos visuales del concepto creativo.

**Evaluación del nivel 2 (Coevaluación)**

Es una verificación con expertos en la especialidad del diseño gráfico editorial de la funcionalidad técnica y estética de nuestra propuesta a este nivel. También se puede incluir en este nivel a funcionarios de la institución cliente si se considera pertinente.

Para este nivel se ha de elaborar una guía de entrevista semiestructurada para ser aplicada con el grupo antes mencionado y presentar previamente las partes más relevantes de la pieza que se ha diseñado. Se debe incluir en la presentación de resultados el perfil profesional de las y los expertos.

Diseño "B"

En este diseño, se encuentra el contenido distribuido en una sola columna, existe poca jerarquía entre títulos, subtítulos y cuerpo del texto, por lo que puede que en algunos casos cause fatiga visual al momento de la lectura.

### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el diseño "A" debido a que su distribución de contenido favoreció a su fácil lectura, evitando así la fatiga visual, además posee una distribución más estética en comparación al diseño "B" el cual fue monótono y poco llamativo al Grupo Objetivo.

## Pieza: PORTADILLAS

### Diseño "A"

En este diseño se presentó imágenes de estudiantes y del profesor, por ejemplo en este diseño se presenta la imagen de un alumno con el color representativo de cada fase metodológica, además posee elementos que unifican el diseño, los cuales se encuentran en la portada (Capelo), Índice (Círculos) y los colores, además el diseño es limpio y ordenado por su simplicidad.



### Diseño "B"

En este diseño, tomando como referencia el diseño "A", posee la fotografía completa con una pantalla de color correspondiente a cada fase metodológica, en su centro se encuentra el capelo muy representativo al proyecto de graduación, es muy similar al diseño de la portada.



### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el diseño "A" debido a que posee un diseño más limpio y no fue sobresaturado de color como lo es el diseño "B", además de esto, se seleccionó este debido a que posee elementos que con anterioridad se han utilizado, permitiendo así que posea unidad gráfica.

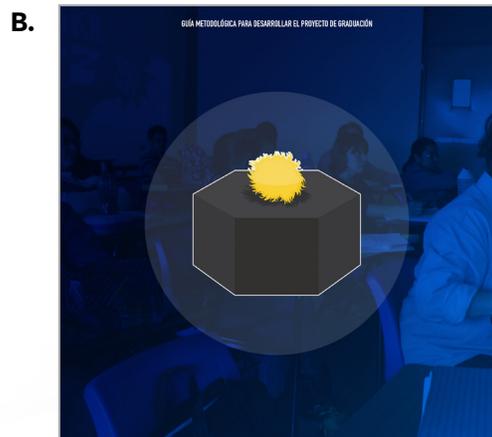


## Pieza: CONTRAPORTADA



### Diseño "A"

Este diseño posee una imagen de los alumnos recibiendo la cátedra del proyecto de graduación, siempre con la misma tonalidad de azul que se encuentra en la portada, en la parte inferior hay una pantalla blanca en la cual está el nombre técnico de la guía dado por el profesor. Además se tomó el gorro de graduación como un elemento complementario en la pantalla blanca.



### Diseño "B"

En este diseño, su estructura es muy similar a la portada, con la única diferencia que ya no posee nuevamente el título, además que el círculo es más tenue, en la parte superior se encuentra el título técnico de la guía.

#### Fundamentación de la decisión final

Se seleccionó el diseño "A" ya que el objetivo no es competir visualmente con la portada, sino más sutil a la vista de grupo objetivo, además de poseer unidad visual por sus elementos gráficos tanto en la portada como en su contraportada, en este diseño se aprecia de una mejor manera a los alumnos del curso.

## COEVALUACIÓN

Para poder realizar esta etapa, se tomó en consideración la opinión de profesionales en el Diseño Gráfico, (ver anexo no. 2).

## 3ER. NIVEL DE VISUALIZACIÓN Y EVALUACIÓN CON EL GRUPO OBJETIVO

El tercer nivel de visualización, consistió en realizar la validación de la pieza gráfica con el grupo objetivo, una vez se hayan realizado las correcciones surgidas durante la validación de la segunda etapa de visualización, la cual fue evaluada por medio de una encuesta donde los profesionales del diseño, 3er. Asesor e institución evaluaron y sugirieron cambios a la pieza gráfica. Se esperó que en esta fase de validación los cambios al diseño fueran mínimos

A continuación se encuentran los diseños validados en la etapa anterior:

### Diseño "Portada"

Esta fue la propuesta aceptada por los profesionales del diseño y personas involucradas, posee un capelo muy representativo al acto de graduación de la facultad de arquitectura, además de poseer una imagen de fondo en el cual se imparte el curso, posee recorrido visual de izquierda a derecha y de arriba a abajo que dirige la lectura hacia el título del proyecto. En la validación, el diseño de la portada fue aceptado por el Grupo Objetivo, no habiendo ningún cambio sugerido a este diseño.

1.



### Diseño "Página de Créditos"

Una vez fue validada esta propuesta gráfica con el los profesionales del diseño, no sugirieron cambio alguno, ya que el diseño es limpio, claro y no fue saturado, además por poseer todas las características de una página de créditos. En la validación, el diseño de la página de créditos fue aceptado por el Grupo Objetivo, no habiendo ningún comentario respecto a este diseño.

2.





3.

**Índice**  
FASES METODOLÓGICAS DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

<p><b>FASE NO. 1</b> <b>INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA</b></p> <p>Preparación de diagnóstico de necesidades de comunicación visual -PÁG. 8</p> <p>Procesamiento de la información -PÁG. 10</p> <p>Condicionamiento técnico -PÁG. 11</p>	<p><b>FASE NO. 2</b> <b>REDUCCIÓN DE PROTOCOLO</b></p> <p>Diseño y abstracción de protocolo de comunicación visual -PÁG. 14</p> <p>Justificación del proceso -PÁG. 15</p> <p>Reducción de protocolo -PÁG. 16</p> <p>Diseño del perfil de la producción -PÁG. 17</p> <p>Conclusión del primer nivel -PÁG. 18</p> <p>Presentación del proceso -PÁG. 19</p>	<p><b>FASE NO. 3</b> <b>PLANIFICACIÓN OPERATIVA</b></p> <p>Presentación del programa del curso -PÁG. 21</p> <p>Documentación -PÁG. 22</p>	<p><b>FASE NO. 4</b> <b>DEFINICIÓN CREATIVA</b></p> <p>Análisis y selección de pieza gráfica -PÁG. 9</p> <p>Concepto -PÁG. 12</p> <p>Diseño -PÁG. 12</p> <p>Características, funcionalidad, ventajas y desventajas de la pieza gráfica -PÁG. 12</p> <p>Definición de Código -PÁG. 12</p>	<p><b>FASE NO. 5</b> <b>MARCO TEÓRICO</b></p> <p>Estado del Arte -PÁG. 14</p> <p>Referencia social del contenido seleccionado -PÁG. 14</p> <p>Características, funcionalidad, ventajas y desventajas de la pieza gráfica -PÁG. 14</p> <p>Acordes del Diseño Gráfico Editorial en el contexto del proyecto de investigación -PÁG. 14</p>	<p><b>FASE NO. 6</b> <b>PRODUCCIÓN GRÁFICA</b></p> <p>Nivel 1 de evaluación (Pre-evaluación) -PÁG. 14</p> <p>Nivel 2 de evaluación (Evaluación) -PÁG. 14</p> <p>Presentación -PÁG. 14</p> <p>Elaboración de un archivo final (Producción) con todas las recomendaciones y/o sugerencias -PÁG. 14</p>
--	--	---	--	---	--

### Diseño "Índice o Tabla de Contenidos"

Realizada la validación de la segunda fase, el diseño fue aceptado, principalmente porque en este diseño se pueden apreciar círculos de colores, los cuales representan cada fase metodológica del proyecto de graduación, debajo de cada círculo se encuentra el nombre que lo identifica, además de brindar un detalle de lo que contiene cada una de estas fases y su recorrido visual es de izquierda a derecha. el único cambio sugerido, fue quitar la leyenda "Énfasis Editorial", ya que será para futuros estudiantes de cualquier especialidad. En la validación, el diseño del índice fue aceptado por el Grupo Objetivo, ya que fue claro, explícito, además de ser diferente a los índices convencionales.

4.

**Evaluación y validación de la producción gráfica**

Esta fase también es conocida como etapa de convergencia, validación o comprobación de eficacia de las piezas diseñadas, además es paralela a la fase anterior porque cada nivel de visualización se ha de evaluar y validar, con diferentes actores, para poder avanzar al siguiente nivel.

En clase el docente ampliará la información acerca de la importancia y de cómo evaluar materiales editoriales en base al siguiente esquema: Gráfico No. 2 (Ver Anexo)

**Actividad y producto 1: Evaluación del nivel 1 (Autoevaluación)**

Se fundamenta en los criterios de diseño gráfico editorial aplicados de manera particular por el o la estudiante, que al final selecciona los bocetos más relevantes que tenemos que trasladar, generalmente, a versión digital.

Se ha de dar cuenta de los porqués de nuestras decisiones o criterios de diseño. Para partir de una base podemos ir viendo si estamos logrando lo propuesto en la actividad de previsualización

o en la actividad de definición de los códigos visuales del concepto creativo.

**Evaluación del nivel 2 (Coevaluación)**

Es una verificación con expertos en la especialidad del diseño gráfico editorial de la funcionalidad técnica y estética de nuestra propuesta a este nivel. También se puede incluir en este nivel a funcionarios de la institución cliente si se considera pertinente.

Para este nivel se ha de elaborar una guía de entrevista semiestructurada para ser aplicada con el grupo antes mencionado y presentar previamente las partes más relevantes de la pieza que se ha diseñado. Se debe incluir en la presentación de resultados el perfil profesional de los y los expertos.

**Evaluación del nivel 3**

Se realiza con el grupo objetivo. Se utilizan prototipos totalmente diseñados o partes clave de las piezas si estas son muy extensas.

### Diseño "Página Maestra"

Una vez realizada la validación, Este diseño fue la propuesta más aceptada ya que su contenido distribuido en dos columnas, permitió que se enfatizara más la jerarquía entre títulos, subtítulos y cuerpo del texto. Las dos columnas facilitaron la lectura, evitando la fatiga visual. Los cambios sugeridos fueron los de remover las sangrías, y reducir el tamaño de letra de los subtítulos para hacer más énfasis en la jerarquía. En la validación, el diseño de la página maestra fue aceptado por el Grupo Objetivo, ya que ordenó el texto de forma clara, haciendo énfasis en la jerarquía visual de los elementos.

5.

**FASE NO. 6**  
**PRODUCCIÓN GRÁFICA**

### Diseño "Página Maestra"

Realizada la validación de este diseño, se inclinaron por el diseño que no poseía saturación de color, En esta parte se presenta imágenes de estudiantes y del profesor con el color representativo de cada fase, posee elementos que unifican el diseño, los cuales se encuentran en la portada, Índice y colores, además el diseño es limpio por su simplicidad. Los cambios sugeridos fueron colocar todas las portadillas del lado derecho y la leyenda por ejemplo "Fase no. 6" reducir la opacidad a 70%. En la validación, el diseño de portadilla fue aceptado por el Grupo Objetivo, debido a la composición del diseño. Por poseer una secuencia entre módulos, ayudando a la lectura e identificación de cada fase.

6.



### Diseño "Contraportada"

Este diseño al igual que el de la portada, fue aprobado en la coevaluación, ya que posee una imagen de los alumnos recibiendo la cátedra del proyecto de graduación, siempre con la misma tonalidad de azul que se encuentra en la portada. En la parte inferior hay una pantalla blanca, en la cual está el nombre técnico de la guía dado por el profesor. Además se tomó el gorro de graduación como un elemento complementario en la pantalla blanca. En la validación, el diseño de la contraportada fue probado por el Grupo Objetivo. Debido a que la composición de este diseño fue muy similar a la de la portada, además de sentirse identificados al verse en la fotografía.

## VALIDACIÓN CON EL G.O.

Para poder realizar esta etapa, se tomó en consideración la opinión del grupo objetivo, los cuales son estudiantes desarrollando su proyecto de graduación, (ver anexo no. 3).



# PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Una vez realizada la validación con el Grupo Objetivo, se procedió a realizar los cambios sugeridos, quedando la propuesta así:

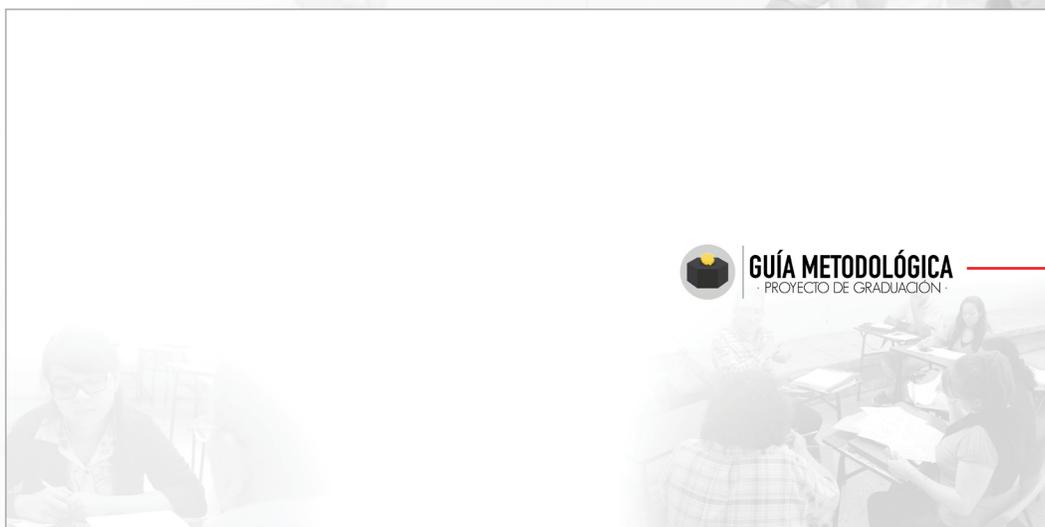
## PIEZA FINAL



El diseño de la portada posee un color azul, tomando al azul como símbolo de la verdad, la sabiduría y la inteligencia, en esta parte se encuentran los logotipos institucionales correspondientes a la Universidad de San Carlos y la Escuela de Diseño Gráfico.

El capelo, muy representativo al acto y proyecto de graduación, fue contextualizado a la facultad de Arquitectura por su forma y color.

Título del proyecto



Título principal del material gráfico

## Presentación:

La gestión profesional del diseño gráfico es un proceso complejo que requiere de conocimientos conceptuales y capacidades prácticas para solucionar problemas de comunicación visual en el ámbito institucional y empresarial.

Esta guía se ha elaborado para apoyar la fácil comprensión y construcción de este proceso, conjugándolo con los requerimientos académicos del curso de Proyecto de graduación, a través de explicaciones breves e instrucciones de actividades que al final insuman productos parciales que poco a poco van dando vida a la ejecución del Proyecto de graduación.

Otro de los propósitos de esta guía es el de facilitar la sistematización de experiencias derivadas de los procesos de gestión y producción del diseño gráfico en el curso de Proyecto de Graduación del énfasis editorial, que se concretiza en la presentación del informe final.

Seguro que hay otras formas de comprensión de este proceso, por eso debemos estar sabidos

de que no hay nada escrito en piedra. Una de las características de los métodos de diseño gráfico editorial es que son flexibles. Es por eso que se le ha denominado guía y no manual. La descripción de los contenidos y actividades no se desarrollan totalmente, ya que varios de éstos han de ser investigados por las y los estudiantes si es que no los dominan, desconocen o porque serán presentados en clase por el docente según el cronograma del curso.

Hay que tomar en cuenta que este curso y proceso están inmersos en la estructura curricular de la Escuela de diseño gráfico de la FARUSAC y que por lo tanto puede estar sujeta a cambios técnicos o administrativos.

Esta guía es útil para las y los estudiantes como para las y los docentes que facilitan el curso y probablemente para los agentes de coordinación de la Escuela y de la Facultad.

Bienvenidas y bienvenidos.

*Marco Z. Mondo*

Aquí se encuentran los créditos la pieza gráfica, tanto de diseño como de texto.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**Autor:** Lic. Marco A. Morales T.  
**Diseño:** R. Antonio Cárdenas B.  
**Fotografía:** R. Antonio Cárdenas B.

Guatemala, Octubre 2014

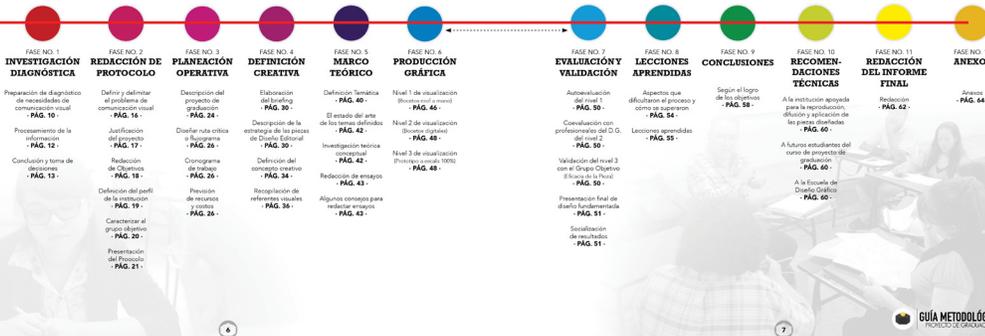
4

5

GUÍA METODOLÓGICA  
PROYECTO DE GRADUACIÓN

## Índice

FASES METODOLÓGICAS DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN



Los círculos en el índice, representan cada fase que los estudiantes deben desarrollar en su proyecto de graduación.



En el diseño de cada portadilla se encuentran los títulos correspondientes a cada fase a desarrollar.



## Investigación diagnóstica de necesidades de comunicación visual de la institución

"De un buen diagnóstico de los problemas o necesidades depende el diseño, ejecución y evaluación de todo proyecto."

*María Merino*

### · OBJETIVO DE ESTE PASO ·

Identificar a través de una investigación diagnóstica, necesidades y oportunidades de diseño gráfico editorial, tomando como base los objetivos, identidad y el contexto de una organización de servicio social.

En esta fase, como en otras, las y los estudiantes recibirán instrucciones técnicas para ir desarrollando insumos que les servirán para la elaboración de su Protocolo de Proyecto de Graduación.

Hasta ahora no existe alguna fórmula específica para identificar necesidades u oportunidades de diseño gráfico editorial dentro de una organización o empresa, sino que son los objetivos, la identidad y el contexto de éstas los que determinarán las propuestas de DGE adecuadas.

Es probable que las presentaciones y explicaciones del docente, en la clase, no sean suficientes debido al poco tiempo que queda. Ante esto existe la posibilidad de que cada estudiante complemente los temas a través de una investigación teórica y experimental a manera de autoaprendizaje. Esto complementa la asesoría y evaluación de cada paso que hace frecuentemente el docente.

Tomé en cuenta que conviene que mantenga en orden la información y los avances de de todas las actividades que requiere este proceso

### Preparación de diagnóstico de necesidades de comunicación visual.

Las y los participantes diagnostican necesidades de comunicación visual que para un emprendedor equivale a identificar sus oportunidades de intervención como diseñador gráfico editorial, a través algunas preguntas básicas que más tarde tienen que diagramar en un formato adaptado a cada grupo de actores que se aplicará el instrumento.

A continuación encontrarán algunos ejemplos:

1. Lo primero es obtener información general de la institución: su misión, visión, objetivos, valores, políticas de comunicación, servicios (proyectos o programas), áreas de cobertura, grupos objetivos y más.
2. ¿Cuentan con un departamento, área o plaza de diseñador o de comunicador? ¿Cuáles son sus funciones principales.



### · OBSERVACIONES ·

1. El estudiante ha de diseñar y diagramar sus instrumentos para aplicar una encuesta, entrevista, observación, investigación documental, etc.
2. Evite quedarse con sólo una fuente de información. Lo ideal es que se consulte a diferentes fuentes o actores.
3. Adapte los instrumentos a cada actor o fuente de consulta.
4. Tome como base las preguntas aquí planteadas. Puede aplicar, además, otro tipo de instrumentos, un análisis FODA por ejemplo, siempre que se enfoque al objetivo que es diagnosticar necesidades de comunicación visual de la institución.
5. Tome fotografías como evidencia de que ha estado y aplicado sus instrumentos de investigación.
6. No olvide hacer las gestiones necesarias, ante las autoridades de la institución, para que la autorizan aplicar sus instrumentos.

GUÍA METODOLÓGICA  
PROYECTO DE GRADUACIÓN

Esta sección representa observaciones o elementos principales que deben tomarse en cuenta al desarrollar el proyecto de graduación.

## Procesamiento de la información

3. ¿Qué actividades de información, formación o capacitación realizan con las personas individuales o grupos que atienden?
4. ¿En qué materiales gráficos se apoyan para sus funciones de comunicación, formación o capacitación? (presentar opciones)
5. ¿Qué necesidades de material gráfico visual tiene la institución? (presentar opciones)
6. ¿Cuáles son las más inmediatas y cuáles a largo plazo?
7. ¿Qué han hecho hasta ahora para suplir esas necesidades?
8. ¿Quiénes producen esos materiales?
9. ¿Qué dificultades tienen para realizar esos procesos y productos de comunicación visual?
10. ¿Cuentan con una imagen gráfica institucional o algo parecido a ésta?

Elabore, en un cuadro o tabla, el resumen de las respuestas que incluya en tres columnas: necesidades, factores que las causan y posibles soluciones, según se muestra en la siguiente tabla:

Ejemplo de la tabla:

Necesidades de comunicación visual detectadas	Factores que las causan	Soluciones propuestas por el profesional de Diseño Gráfico Editorial



### · OBSERVACIONES ·

Identificar problemas de estrategia y de proyectos de comunicación gráfica editorial educativa, informativa, de capacitación o prevención.

## Conclusiones y toma de decisiones

Finalizada esta actividad las y los estudiantes analizan y deciden qué necesidad o problema abordarán. Tienen que fundamentar sus decisiones finales.

En un informe escrito describen breve y gráficamente el proceso y los resultados de esta base.

### NOTAS

NOTAS

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



Esta información y proceso servirá para construir la siguiente fase.

GUÍA METODOLÓGICA  
PROYECTO DE GRADUACIÓN

Esta línea representa la fase en la cual el lector se encuentra, va avanzando según el avance en la guía.

Esta es una sección en la cual los estudiantes pueden tomar nota.

"La mejor etapa del aprendizaje no es la de estar sentado en un escritorio, es la de salir a la calle, encontrar una necesidad real y aportar positivamente"

*Lina Mattoro*

## FASE NO. 2 REDACCIÓN DE PROTOCOLO



En algunas páginas se encuentran frases motivacionales o con relación al tema.

El diseño de dos columnas facilitó la distribución del contenido.

## Definir y delimitar el problema de comunicación visual



### - OBSERVACIONES -

No es necesario crear subtítulos para cada uno de estos componentes; también se pueden aumentar otros aspectos o no tomar en cuenta algunos de estos. En todo caso ser directos sin perder claridad en lo que se quiere informar.

Presentar siempre la más gráficamente posible esta parte.

Es importante saber definir el problema a abordar para ser eficiente en su solución y así evitar la dispersión.

Saber definir un problema es un arte. Dice el refrán popular que quien identifica muy bien un problema tiene ya ganada la mitad de la solución.

Se sugiere tomar en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Brevemente se describe el historial del problema, podría incluirse aquí inicio, trayectoria y situación actual.**
2. **Dimensiones del problema mejor si se complementa con datos estadísticos.**
3. **Cantidad de población es afectada por ese problema.**
4. **En qué área geográfica se encuentra esa población.**
5. **Frecuencia en que se da el problema. Cómo afecta el problema seleccionando a las personas a nivel individual o colectivo. También puede tratar acerca de cómo considera la sociedad**

16

o sectores de ésta que afecta el problema. En este caso pueden ser puntos de vista de los afectados, especialistas en el tema, funcionarios de gobierno o de ONG que tienen conocimiento y experiencias en torno al problema.

6. **Informar de causas y consecuencias del problema.**

7. **A quiénes afecta.**

8. **Qué actores se han involucrado hasta ahora en la solución del problema. Qué han hecho y cuáles son los resultados.**

Fundamental: la descripción del problema no en sentido de carencias de piezas de diseño gráfico, sino la descripción breve del estado de necesidades de comunicación visual de la institución.

### Justificación del Proyecto

Aquí se informa cuál es el problema de comunicación visual de la institución y por qué se abordará, esto se logra desarrollando los siguientes apartados.

#### Trascendencia del proyecto

El impacto que nuestra intervención tendrá en los procesos de solución del problema. A nivel gráfico, a nivel de comunicación (visual) y a nivel macro en la sociedad, región o sector.

**Incidencia del diseño gráfico editorial**  
En qué grado o en qué forma puede ser reducido o resuelto el problema de comunicación gracias a la gestión y producción gráfica o qué sucedería si no existe dicha gestión y producción. Podría también presentarse como las consecuencias positivas de la intervención del diseño gráfico en cualquiera de sus especialidades.

#### Facilidad de proyecto

Describir cuáles son las condiciones que garantizan que el profesional del diseño gráfico logrará realizar todo el proceso de gestión y producción gráfica con éxito, tomando en cuenta los insumos institucionales como accesibilidad a información, apoyo y trabajo con especialistas, disponibilidad de mobiliario y equipo, tiempo, etc., hasta la capacidad y disponibilidad del proyectista. No se trata aquí de asegurar los fondos de la institución para la reproducción, distribución, difusión y uso de los productos del diseño gráfico.



### - OBSERVACIONES -

No es necesario crear subtítulos para cada uno de estos componentes; también se pueden aumentar otros aspectos o no tomar en cuenta algunos de estos. En todo caso ser directos sin perder claridad en lo que se quiere informar.

GUÍA METODOLÓGICA  
PROYECTO DE GRADUACIÓN

17

## Redacción de Objetivos

Los objetivos o propósitos son los logros e indican el camino a seguir durante todo el proyecto.

#### General (Social)

El objetivo general se dirige a la macroestructura del proyecto. Son trazos que definen el propósito global y último del proyecto.

Es el resultado final en donde convergen los intereses de la institución y los del diseñador.

#### Específicos:

Los objetivos específicos deben ser susceptibles de cumplimiento (concreción) y referirse a aspectos, partes o resultados intermedios que se espera obtener con la ejecución del proyecto.

#### De comunicación visual institucional

Son logros inmediatos o pasos necesarios de la gestión comunicacional de la institución, para llegar al objetivo general: informar, persuadir, capacitar y otros. Es importante recordar que a nivel de diseño no se desarrollan estos verbos de manera directa sino mediatizados. Por si asumimos la acción de informar... entonces nos debemos enfocar hacia facilitar el traslado de información, o apoyar los procesos de capacitación, formación, sensibilización, concienciación, etc. Desde la institución si puede ser informar, pero es desde diseño que se va a realizar el proyecto. Desarrollar por lo menos uno de esta categoría.

**De diseño gráfico editorial**  
Caracterizan los servicios o piezas gráficas que concretizan los objetivos específicos de comunicación visual institucional (proyectos tipo a, b y c según categorización de normativo EPS). Desarrollar por lo menos uno de esta categoría.



### - OBSERVACIONES -

Para redactar el objetivo general hay que tomar como base el tema y problema. Los componentes de los objetivos deben responder esencialmente a preguntas como: ¿qué?, ¿para qué?, ¿para quién?

Qué: Se redactan al inicio con un verbo infinitivo que especifica la acción de diseño a realizar (gestionar, diseñar, elaborar, estructurar, definir, validar, evaluar, proponer, etc).

Para qué: se estructura estableciendo el propósito que se quiere lograr a partir de las piezas que se proponen.

Para quién: se determina al grupo de personas a los que va ir dirigido el material.

18

## Investigar y definir el perfil de la Institución a quien se apoya.

Estos son algunos aspectos a considerar:

1. **Características del sector social en el que se encuentra inmersa la institución: salud, educación, ambiente, seguridad, género, interculturalidad, etc.**
2. **Historial de la institución.**
3. **Filosofía: misión, visión, valores o principios, objetivos, etc.**
4. **Servicios que presta a diversos usuarios.**
5. **Identidad visual.**
6. **Cultura visual, listado y ejemplos.**
7. **Producción visual, si la hay.**
8. **Estrategias, políticas u objetivos de comunicación, específicamente visuales si las tienen.**



### - OBSERVACIONES -

Estos aspectos siempre enfocados o vinculados prioritariamente a procesos de comunicación visual.

Seguramente se obtendrá mucha información, pero como en todo el protocolo cada parte debe redactarse en forma breve, concreta y clara. En el planteamiento de las variables (componentes) a identificar se debe tomar en cuenta la información requerida para el protocolo y el proyecto de Graduación.

Aquí si se sugiere crear subtítulos para cada uno de estos componentes; también se puede aumentar otros aspectos o no tomar en cuenta algunos de estos. En todo caso ser directos sin perder claridad en lo que se quiere informar.

GUÍA METODOLÓGICA  
PROYECTO DE GRADUACIÓN

19

## Caracterizar al Grupo Objetivo

Esta parte es importante porque muchas de las decisiones de diseño que se toman en el momento de la producción gráfica se hacen tomando en cuenta las siguientes características:

1. **Características sociodemográficas**  
Esto implica presentar datos de edad, sexo, escolaridad, hábitat, función y responsabilidad familiar, etc.
2. **Características socioeconómicas**  
Aquí se toman en cuenta aspectos como el nivel de ingresos del grupo objetivo, su horizonte de consumo o la clase social a la que pertenecen.
3. **Características psicográficas**  
En éstas se tiene en cuenta la personalidad, el estilo de vida y el sistema de valores del grupo objetivo, enfatizando las variables relacionadas con la especialidad del diseño gráfico editorial.
4. **Relación entre el grupo objetivo con la institución**  
Explicar brevemente cómo se da la relación o encuentro del grupo con la institución.

20



### - OBSERVACIONES -

Estos aspectos siempre enfocados o vinculados prioritariamente a procesos de comunicación visual.

En el planteamiento de las variables a identificar se debe tomar en cuenta la información requerida para el protocolo y el proyecto de Graduación.

Se pueden agregar otras características que se consideren convenientes.

## Redacción y presentación del protocolo

Estos aspectos son relevantes al momento de redactar el protocolo que será presentado:

1. **Título del proyecto**  
Aunque éste va al inicio del documento, lo dejamos de último para que este paso no nos atase en el desarrollo de todos los pasos. Debe quedar clara la intervención del diseño.
2. **Introducción o presentación**  
Aunque esta sección va al inicio de documento, la dejamos de último para que tengamos bastantes elementos para su redacción.
3. **Referencias y Bibliografía**  
Uso pertinente de las normas APA.
4. **Presentación escrita del protocolo al docente**  
Presentación impresa y digital para evaluación y calificación. Confrontar la estructura oficial de contenidos del protocolo.
5. **Presentación en clase de su protocolo**  
Elaborar una presentación en PPT para hacer presentación en clase. Se presentará el primer sábado de mayo.

### 6. Presentación escrita del protocolo a la Escuela de Diseño Gráfico

#### Portada

- » Datos de la institución: universidad, facultad, escuela.
- » Debe incluir el emblema de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Escuela de Diseño Gráfico.
- » Datos de identificación del protocolo: título del proyecto, el autor o autora, el número de carné, el título que se obtendrá (énfasis) y el lugar (Guatemala) mes y año en que se presenta el protocolo.

### 7. Contenido del protocolo

- » Título de Proyecto
- » Introducción
- » Identificación del problema
- » Justificación
- » Objetivos: general y específicos
- » Perfil de la institución a apoyar
- » Análisis del grupo objetivo.
- » Cronograma de Trabajo

GUÍA METODOLÓGICA  
PROYECTO DE GRADUACIÓN

21



“Un proyecto es más que un proceso, es una vivencia”

María Inés Priate

FASE NO. 3 PLANEACIÓN OPERATIVA



22

Descripción del Proyecto de Graduación

El Proyecto de Graduación es una actividad teórica-práctica derivada del diagnóstico de un problema de comunicación visual dentro del quehacer de una organización o institución social...

Específicos

Que el estudiante:

- Fortalezca su capacidad para gestionar soluciones a problemas institucionales de comunicación visual.
Aplique integralmente los conocimientos teórico-prácticos adquiridos durante su carrera.
Sistematice de forma profesional los procesos de gestión y producción gráfica.

Metodología de Aprendizaje

Se desarrolla una metodología basada en los principios del modelo de Investigación-Acción, especialmente aplicando técnicas, entre otras, las siguientes:

- Discusión y reflexión participativas acerca del proceso de toma de decisiones a través del análisis grupal e individual de los requerimientos del proceso de diseño gráfico.
Desarrollo de guías de trabajo.
Asesorías individuales y colectivas, en línea o virtuales.

Objetivos

General

Desarrollar, en las y los participantes del curso, la capacidad de gestión y la toma de decisiones para la sustentación del proceso de elaboración de un proyecto de diseño, que parte de la identificación de un problema de comunicación visual.

- Aplicación de herramientas formales de evaluación de las propuestas.
Sistematización de experiencias significativas.

Evaluación

La evaluación se realiza siguiendo estos criterios:

El estudiante debe:

- Estar oficialmente asignado y cumplir con una asistencia obligatoria mínima de 80%.
Entregar tareas según calendarización.
Seguir el proceso establecido en las guías de trabajo.
Fundamentar teóricamente y prácticamente cada avance del proceso.
Redactar con calidad ortográfica y aplicar Normas APA versión 6.

Durante el curso se favorece la Autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación.

Los antecedentes metodológicos del Proyecto de Graduación se encuentran en el curso de Desarrollo de Proyectos. Sus principales fases de trabajo se representan a través del siguiente gráfico. (Ver anexo no. 6)

Fases del Proceso

Hay muchas formas de entender el diseño. Para unos es un producto, para otros una idea y para otros un proceso en el que se incluyen las concepciones anteriores. Este proceso ha de ser iterativo, razonable, planificado, multidisciplinario, flexible y evaluable.

En su complejidad procesual el diseño gráfico editorial, partiendo de las concepciones anteriores, no pierde en ningún momento sus características de integralidad. Aunque para fines didácticos se representa gráficamente el proceso en forma lineal no siempre es así, ya que constantemente se ha de volver a etapas ya superadas o se puede avanzar a etapas que están mucho más adelante.

Las actividades o momentos metodológicos pueden variar según el tipo de proyecto, énfasis o especialidad. Estas fases serán la base para presentar el informe final del Proyecto de Graduación. (Ver el Índice)

Planeación Operativa

Esta fase también conocida como planteamiento del método de trabajo u organización, nos ayudará a asegurarnos la gestión eficiente de

24

25

todo proyecto, independientemente de que sea o no de diseño gráfico. Para lograr esto es necesario planear la ejecución de las siguientes fases con sus correspondientes actividades y tareas.

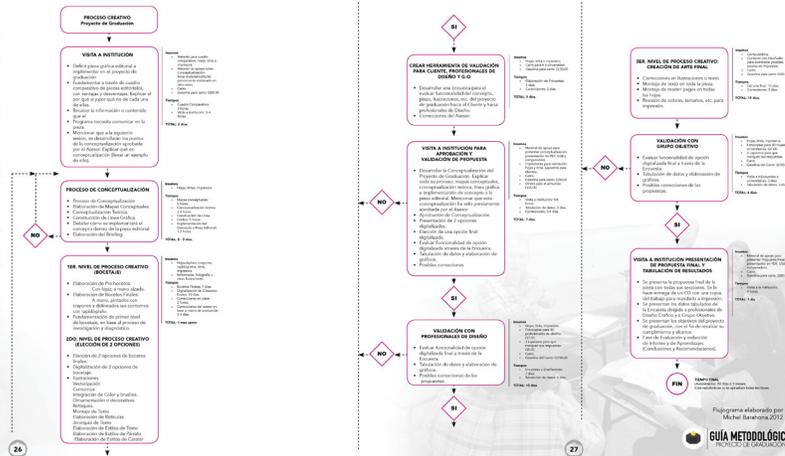
Diseñar ruta crítica o flujograma. Aquí se ha de hacer una representación gráfica de las principales actividades, recursos y tareas que implica todo el proyecto.

Cronograma de trabajo. Tomando en cuenta las implicaciones de las actividades y el tiempo determinado para la ejecución del Proyecto de graduación, se grafica el cronograma de trabajo.

Previsión de recursos y costos. En esta sección se han de tomar en cuenta los recursos humanos y materiales, necesarios para la ejecución del proyecto dentro de la institución cliente y sus correspondientes costos.

Seguramente la ejecución del proyecto requerirá gastos para suministros de la producción como podrían ser equipo, tintas, impresiones, marcadores, crayones, etc. O bien, gastos de operación para movilización, renta de equipo, servicios especializados de estudios de grabación, etc.

Estos tres productos podrían ir fusionados parcial o totalmente en una misma gráfica o ser administrados a través de software pertinente.



26

27

“Para empezar un gran proyecto,  
hace falta valentía.  
Para terminar un gran proyecto,  
hace falta perseverancia”

*Introducción Barrios*

FASE NO. 4  
**DEFINICIÓN CREATIVA**



**Definición Creativa**

También conocida como fase de análisis o racionalización. En esta etapa nos planteamos como vamos a lograr los objetivos específicos tomando muy en cuenta el problema y la información sobre el grupo objetivo, ambos ya incluidos en el protocolo.

**Elaboración del briefing**

Normalmente el briefing es la solicitud expresa, verbal o escrita, que hace el cliente al diseñador gráfico. Mientras más claro se describa el contexto, problema y posible solución será más seguro el éxito de la producción gráfica. En el caso del proyecto de graduación mientras más esté en comunicación y conozca las necesidades de la institución, el estudiante podrá tener más alternativas a la hora de tomar decisiones de diseño gráfico.

Es posible que en este momento aún no contemos con toda la información que debiera incluir el briefing. Quizás sea necesario que más adelante se tenga que volver a completar la estructura y contenidos del mismo.

**Descripción de la estrategia de las piezas de Diseño Editorial**

A diferencia de los procesos publicitarios, la mayoría de decisiones institucionales respecto a utilizar un material gráfico editorial se deriva de la necesidad de comunicar a grupos ya establecidos, es decir que son permanentes, asiduos participantes de sus proyectos y programas, y la institución generalmente los conoce. En algunos casos hasta existe una base de datos al respecto.

Conocer al grupo y tener la necesidad de comunicar contenidos específicos orienta fácilmente la decisión de qué material ayudará a resolver el problema de comunicación visual de la institución. Para decidir qué material o pieza gráfica se ha de desarrollar vale preguntarse y responder de acuerdo al siguiente mapa mental.

**ESTRATEGIA DE APLICACIÓN DE LA PIEZA A DISEÑAR**  
Marco A. Morales



El diseño posee organizadores gráficos para poder distribuir la información de una manera más adecuada.

Para completar la descripción anterior se puede graficar una tabla comparativa de las ventajas y desventajas de piezas que podrían ayudar a resolver el problema de comunicación visual de la institución.

CUADRO COMPARATIVO	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li>El troquel del desplegable puede ser grande, por lo que puede incluir información considerable e ilustraciones.</li> <li>La forma del troquel del desplegable puede ser bastante llamativa.</li> <li>El troquel puede incluir una sección para el CD.</li> <li>El CD puede ser visto por cualquier persona, ya que tienen acceso a computadores.</li> <li>La información del CD se presenta con formato PDF, por lo que no hay dificultad alguna para que la universitaria lo pueda leer. PDF Reader es un programa muy común entre universitarios.</li> <li>En el PDF se pueden incluir variedad de funciones, interactividad e información: botones, sonidos, música, videos, acceso a páginas de internet, metadatos, etc.</li> <li>Por su misma interactividad, la presentación de la información puede llegar a ser sumamente atractiva para la universitaria.</li> <li>El CD puede ser prestado a otras personas y se puede compartir la información.</li> <li>Puede transportarse fácilmente, por su peso ligero.</li> <li>Es medianamente costoso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se lee y se interactúa con la pieza rápidamente.</li> <li>Una vez leída la guía y visto el CD, el investigador o universitario tiene la opción de guardar el mismo día y no volver a verlo, o bien hasta cuando lo necesite.</li> <li>El desplegable puede contener información considerable, pero no lo suficiente para abordar el tema de macro-hongos.</li> </ul>

Revista	Libro Visual Informativo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Los universitarios e investigadores pueden leerla en varios días, lo que ayudaría en la retención de información en mayor cantidad de tiempo.</li> <li>Se puede dividir en secciones, y agregar artículos de autores, tipo, o comentarios interesantes de otros escritores.</li> <li>La revista puede ser compartida a otros compañeros o familiares.</li> <li>Puede transportarse fácilmente, por su peso ligero.</li> <li>Es medianamente costosa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es una pieza de uso diario.</li> <li>Se puede leer en cualquier momento, incluso al lado de una vela ya que no se necesita electricidad.</li> <li>No se necesitan conocimientos electrónicos o objetivos dispositivos para poder leerlo.</li> <li>Puede contener cuantas páginas se necesiten para abordar todo el tema e imágenes. A través de este material, se pueden destacar las imágenes.</li> <li>Su formato puede ser grande para que las fotografías puedan apreciarse aún mejor.</li> <li>A los investigadores les gusta coleccionar libros para referencia, por lo que este tiene mucho más valor que una revista o una guía.</li> <li>Se puede escribir sobre ellos.</li> </ul>

Cuadro comparativo elaborado por Michel Berthoin 2012.

Esta, como todas las fases del proceso, es un insumo para ejecutar las subsiguientes fases.



### Definición del concepto creativo

La definición del concepto creativo nos ayuda a plantear las líneas o criterios de diseño gráfico, ya que para un mismo problema de comunicación visual existen muchas posibles soluciones, incluso para un mismo diseñador. El concepto creativo no debe ser una camisa de fuerza sino un dispositivo que inspira las decisiones clave de diseño, por eso es que todo lo visual o gráfico en la pieza debe ir referido a éste, por esta razón también en este ejercicio se plantean los códigos icónicos y lingüísticos que traducirán el concepto creativo a lo gráfico.

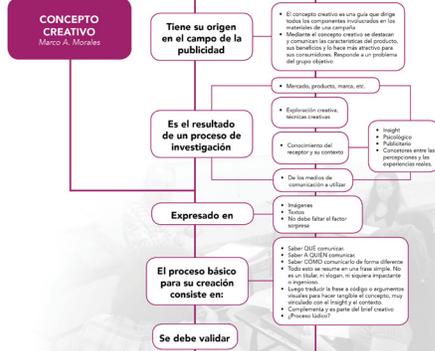
Esta es la presentación que en clase servirá de base para ampliar más la definición del concepto creativo y para presentar algunos ejemplos.



EL CONCEPTO CREATIVO Y LOS CÓDIGOS EN EL DISEÑO GRÁFICO EDITORIAL Marco A. Morales

34

Se sugiere el uso de técnicas creativas para plantear y evaluar por lo menos tres propuestas conceptuales. El siguiente mapa mental complementa la comprensión de qué es y cómo se puede elaborar el concepto creativo.



35

### Recopilación de referentes visuales

Tenemos que recolectar algunas piezas, si las hay, que tengan relación con las piezas que hemos decidido diseñar. Estas han de ser un referente que inspire a tomar lo positivo de la las mismas e intentar superar las deficiencias que muestren.

Estas piezas podrían ser las que la institución haya utilizado anteriormente a la intervención del diseñador o bien pueden ser piezas elaboradas por otras instituciones afines a la misión de nuestra institución cliente bajo la misma y similar temática. Pueden ser archivadas en versiones impresas en papel o en formato digital.

**NOTAS**

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

36

### FASE NO. 5 MARCO TEÓRICO

### Desarrollo del Marco Teórico

Esta etapa también se conoce como informativa, investigativa o conceptual. Consiste en el desarrollo de un soporte teórico, desde el cual se abordan el problema y se fundamenta la toma de decisiones en el proceso de producción gráfica, desde la experiencia y pensamiento de especialistas.

Hay diferentes formas de solventar esta fase, sin embargo para esta oportunidad se sugiere que la elaboremos a través de la redacción de ensayos. Esto con la intención de no caer en lo que tradicionalmente se hace por medio de un listado de conceptos, a los cuales se les da una definición muy teórica, a modo de glosario, descontextualizada del proceso y productos del proyecto.

La construcción del marco teórico se refiere al acopio y análisis de teorías, investigaciones y antecedentes que se consideren válidos para la adecuada delimitación y fundamentación teórica del proyecto de diseño gráfico editorial.

Un marco teórico se elabora con coherencia secuencial, utilizando citas de investigaciones anteriores para que sustenten al trabajo o proyecto que el estudiante está desarrollando. Se define cuáles son los conceptos que se

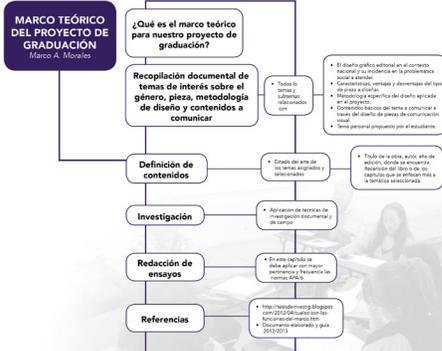
utilizarán, los subtemas derivados o vinculados al tema principal, también pueden incluirse información sobre experiencias, el paradigma o enfoque de diseño, qué resultados se han obtenido en otros proyectos similares, de tal manera que quien lee el marco conceptual pueda introducirse en el problema de investigación y comprenderlo sin dificultad.

Es uno de los puntos más críticos en la ejecución del proyecto, ya que aquí se encuentra el fundamento intelectual del proyecto. Si el marco teórico no es suficientemente sólido es probable que sea rechazado por quienes evalúan la pertinencia del proyecto.

Un buen marco teórico no es aquel que contiene muchas páginas, sino el que trata con profundidad únicamente los aspectos relacionados con los objetivos y proceso del proyecto, y vincula coherentemente los conocimientos, conceptos, experiencias, elementos y decisiones del proyecto.

Construir el marco teórico no es lo mismo que reunir información (copiar y pegar), sino también interrelacionarla coherentemente en un escrito, de manera que sirva como fundamento, como sustento, de la toma de decisiones en el proceso de diseño. Es el contrapeso y a la misma vez complemento de la creatividad en función de los objetivos comunicacionales de la institución cliente.

38



39









## Conclusiones

En qué medida se alcanzaron los objetivos del proyecto de graduación.

Cómo incidirán los resultados de este proyecto en la eficiencia comunicativa de la institución.

Los aportes de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala en el desarrollo de Guatemala.

Los aprendizajes de los estudiantes durante el diseño, ejecución y conclusión de los proyectos.

FASE NO. 10

# RECOMEN- DACIONES TÉCNICAS

## Recomendaciones

Las recomendaciones están dirigidas a dar sugerencias para mejorar. En el futuro. La planificación, ejecución y los resultados de un proyecto de gestión y producción del diseño gráfico editorial como el nuestro.

Se sugiere hacer recomendaciones a la institución cliente y al gremio sobre aspectos gestión y producción gráfica. Específicamente sobre métodos, técnicas y actividades de gestión y producción visual.

Las recomendaciones académicas es mejor hacerlas directamente al docente, a los estudiantes o a las autoridades educativas.

FASE NO. 11

# REDACCIÓN DE INFORME

## Redacción de informe

También conocida como etapa de sistematización. Aquí dejamos constancia de las actividades y aspectos más relevantes de la planificación, ejecución y evaluación de nuestro proyecto. Esto quiere decir que no todo lo desarrollado, ya sea en clase o en la institución cliente, debe consignarse en este informe.

Tomemos en cuenta que el informe se hace al finalizar el proyecto y lo que pudimos haber escrito al concluir cada fase puede servirnos de insumo. Veamos esquemáticamente cómo debería quedar la estructura de nuestro informe final del Proyecto de graduación.

**ESTRUCTURA Y CONTENIDO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE GRADO**  
Mérez Á. Morán

<b>Generales</b>	<b>Capítulo 1</b> Introducción	<b>Capítulo 2</b> Fuentes	<b>Capítulo 3</b> Definición Contexto	<b>Capítulo 4</b> Paralelismo Operativa	<b>Capítulo 5</b> Metas y Técnicas
	<b>Capítulo 6</b> Fases de Producción Gráfica	<b>Capítulo 7</b> Lecturas seleccionadas sobre el proceso de gestión y producción de diseño gráfico	<b>Capítulo 8</b> Conclusiones	<b>Capítulo 9</b> Fuentes Consultadas	<b>Glosario</b>
	<b>Anexos</b>				

FASE NO. 12

# ANEXOS

### Anexo 1: Mapa de empatía

Aquí colocamos la información complementaria de los capítulos, porque de dejarla dentro del cuerpo principal del discurso podría desviar la atención y comprensión, especialmente si esta información secundaria es muy amplia.



### Anexo 2: Validación

En esta parte se deberá exponer los resultados obtenidos en la validación de las piezas gráficas. Para determinar su eficacia, es necesario realizar una prueba piloto con una muestra del grupo objetivo.

Esta prueba piloto permitirá verificar la efectividad de la propuesta, para tal efecto deberán mostrarse las piezas gráficas al grupo objetivo. (Esto se hace para tener una primera impresión del aspecto de comunicación y hacer los cambios pertinentes a las piezas gráficas propuestas por el grupo objetivo). Luego, utilizando las técnicas de investigación propuestas, se deberá realizar una segunda recolección de información al mismo grupo objetivo, con la finalidad de verificar si los cambios realizados a las piezas gráficas, satisfacen los requerimientos de comunicación del grupo objetivo ante la propuesta gráfica final realizada para tratar de solucionar el problema.

Dicha información se utilizará para evaluar las reacciones inmediatas del grupo objetivo ante los aspectos formales y de contenido de las piezas, así como los efectos de comunicación que los mensajes visuales contienen.

En esta parte, también se hará una descripción de las técnicas y los instrumentos utilizados para la

recolección de información durante la validación. Debe agregarse el perfil del grupo objetivo con el cual se realizó, aquí se deberá describir los principales rasgos que deberán tener las personas que se considera informantes (Este punto es clave para garantizar la seriedad y veracidad de la información a recoger). Debe tenerse presente la edad, la escolaridad, el aspecto geográfico, el económico, el demográfico y todos aquellos que sean pertinentes.

Cuando ya se tienen los resultados de la validación, se hace el agrupamiento de la información y se empieza a tabular datos, seguidamente se hacen las gráficas por pregunta y luego la interpretación de resultados o sea un comentario de cada una de las preguntas que se realizaron de acuerdo a lo que el investigador considere y a lo que se estaba buscando de acuerdo a los objetivos planteados.

Para realizar la validación deben considerarse los siguientes elementos:

- Comprensión que el grupo objetivo entienda todo el contenido del material gráfico presentado en el proyecto de comunicación visual.

- Atracción: que el grupo objetivo se sienta atraído, interesado o agradado por el material gráfico.
- Aceptabilidad: que el material gráfico sea aprobado, admisible y plausible por el grupo objetivo.
- Involucramiento: que el grupo objetivo se identifique con el tema y los contenidos del material.
- Persuasión: que el grupo objetivo identifique fácilmente lo que se le pide o sugiere y que esté convencido de hacerlo.

Seguidamente, se harán algunas preguntas que validen aspectos de forma de las piezas gráficas, por ejemplo: tipografía, color, imagen, textos, fotos, etc.

En total, la validación no debe pasar de unas quince preguntas, las cuales pueden ser abiertas, con varias respuestas o cerradas, con un Sí o No, en estos casos se deberá dejar un espacio para que el encuestado amplíe o fundamente su respuesta.

**FUENTE BIBLIOGRÁFICA**  
Lic. César J. Padilla García. 2011. Guía del proyecto de graduación. Diseño visual 5, proyecto de graduación. Escuela de diseño gráfico de la USAC. Guatemala.

### Anexo 3: Llenémonos de preguntas poderosas

Saber preguntar es un arte y una técnica, pero que tiene que ver con el proceso de producción gráfica. Es importante saber preguntar acerca de la validez de nuestras propuestas gráficas. Gran parte de su éxito depende de la forma en que la evaluamos o la validamos. No nos enredemos ni preguntemos a la gente con preguntas equivocadas.

Preguntar es como buscar en Google, si ponemos las palabras adecuadas encontraremos las respuestas que nos interesan. Puede ser que a la primera no obtengamos toda la respuesta, pero poco a poco vamos discriminando la información hasta llegar a la más certera.

Empecemos haciendo preguntas abiertas, éstas no deben permitir responder con un sí o con un no o con respuestas muy parcas, sino más explicativas y encadenadas una detrás de la otra. Si es conveniente hagamos preguntas aclaratorias y finalmente hagamos preguntas cerradas. Aunque este embudo de preguntas no quiere decir que estrictamente haya que seguir este orden, se pueden alternar.

A continuación más sugerencias para elaborar preguntas poderosas, orientadas hacia los objetivos del proceso.

TIPO DE PREGUNTA	APLICACIÓN
Preguntas abiertas	¿Qué? ¿Por qué? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Quién?
Preguntas para sondear	Estas preguntas deben invitar a averiguar más acerca de alguna situación o respuesta a alguna pregunta abierta.
Preguntas aclaratorias o de afirmación	No necesariamente implican comprensión de las respuestas, sino son para precisar o confirmar algo que se mencionó, por ejemplo, ¿entre esto y aquello qué eligió? ¿Podemos decir entonces que está en desacuerdo o en acuerdo?
Preguntas Cerradas	Casi siempre se contestan con un sí o un no, pero en la técnica del grupo focal podría implicar una respuesta concreta. Entonces ¿qué va hacer respecto a su salud hoy mismo? ¿Está a favor de dar educación sexual a los adolescentes? ¿Qué es lo primero que haría si le sucediera a usted? ¿Qué paso sería el primero?

Saber preguntar también implica saber escuchar respuestas, éstas no siempre tienen que ser verbales, también pueden ser visuales (presentando más de dos opciones). También hay que saber leer o interpretar el lenguaje gestual a la hora de entrevistar a nuestro interlocutor.

¿Qué hacer cuando el entrevistado no conoce o no tiene la respuesta? Podríamos darle opciones, pero no sesgar la respuesta o inducirle a dar una respuesta políticamente correcta (para quedar bien).

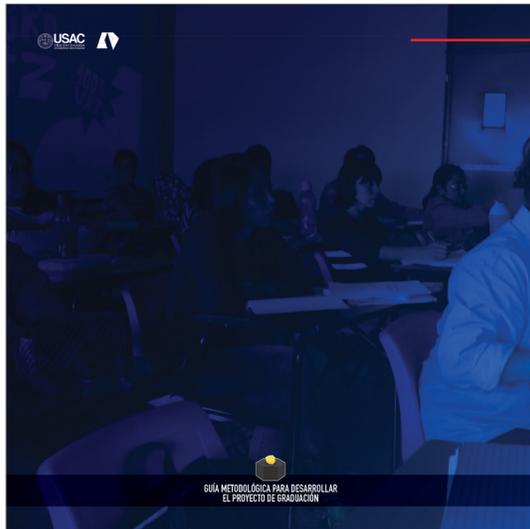
### Anexo 4: Recomendaciones para la reproducción y difusión

DOCUMENTOS EDITABLES: CARACTERÍSTICAS, EN QUE MOMENTO SE HAN DE UTILIZAR.	EN CASO DE SER LIBROS, REVISTAS, REVISTAS O PRESENTACIONES DIGITALES	EN AMBOS CASOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Qué entregar a la imprenta</li> <li>Documentos pdf. En alta resolución para su reproducción en offset y en baja resolución para su manejo en presentaciones y envío por correo.</li> <li>Dimensiones de las piezas</li> <li>Tipos de encuadernados</li> <li>Tipos de papel para imprimir</li> <li>Acabados de la portada y contraportada</li> <li>Solicitud de pruebas de impresión</li> <li>Control de fechas de entrega</li> <li>Costos (cotización de impresión). Tomar en cuenta que no hay costos baratos o caros, sino decisiones y estrategias acertadas.</li> <li>Revisión de guía de color y fuentes tipográficas</li> <li>Indicaciones de troqueles, si los hay. Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dimensiones de las piezas</li> <li>Velocidad a la que se deben reproducir y grabar en CD o DVD.</li> <li>Características para ser subido y visto en internet</li> <li>Hardware y software para ser utilizado en computadores, sea pc o mac.</li> <li>Costos de reproducción (cotización de insumos y servicios). Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Derechos de autor y Propiedad intelectual de la pieza en su totalidad, de las fotografías o ilustraciones, del texto, de la metodología, etc.</li> <li>Creditos institucionales, lugar, fecha, dirección, medios de contacto, autoridades, producción técnica de la pieza, etc.</li> <li>Creditos de la USAC</li> <li>Logos de patrocinadores</li> <li>Sugerencias de manejo de identidad corporativa o similares.</li> <li>Exigir la devolución de materiales, pruebas, copias y documentos entregados a las empresas que reproducen.</li> <li>Conservación de archivos digitales</li> <li>Embalaje y distribución</li> <li>Aclaración del uso de dummies o prototipos, Etc.</li> </ul>



### Anexo 5: ¿Cómo evaluar materiales editoriales?

### Anexo 6: Antecedentes metodológicos



El diseño de la contraportada posee el mismo tratamiento visual de la portada, con elementos más sutiles.

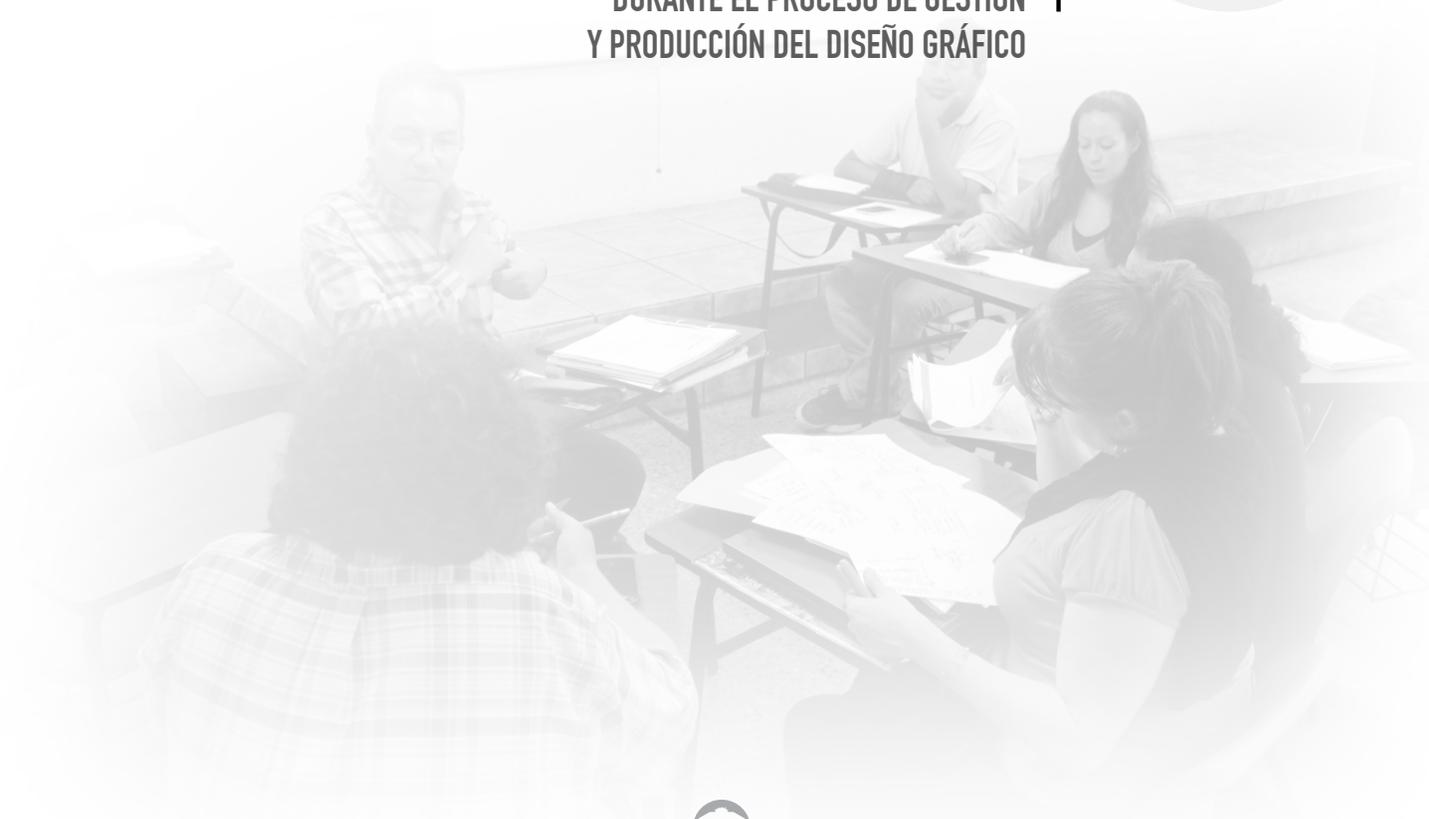
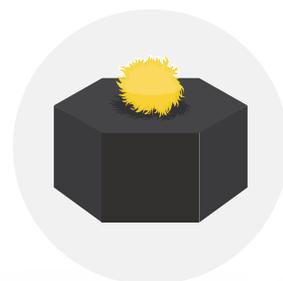






CAPÍTULO NO. 7  
**LECCIONES  
APRENDIDAS**

DURANTE EL PROCESO DE GESTIÓN  
Y PRODUCCIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO







Se espera que durante la ejecución de cualquier proyecto, pueden surgir aspectos que facilitaron y/o dificultaron el desarrollo y ejecución de un proyecto, muchas veces los diseñadores se enfrentan a situaciones, las cuales durante la resolución de la mismas, puede llegar a obtenerse un nuevo conocimiento que solvente dichas necesidades. Esta etapa es muy importante, ya que refleja de manera implícita en el conocimiento adquirido por el diseñador gráfico, el cual brindará un aporte a otros diseñadores para facilitar y mejorar las practicas actuales, aprovechando de una mejor manera la riqueza de la experiencia. A continuación se encuentran las lecciones aprendidas durante el desarrollo del proyecto:

## **LECCIONES APRENDIDAS AL INICIAR EL PROCESO:**

### **1. Planeación Operativa**

Es relevante destacar la importancia de conocer cuál es la metodología de trabajo y la forma en la cual será evaluada, además es importante diseñar un plan de trabajo en el cual el diseñador este organizado, evitando así posibles contratiempos. Una trabajo ordenado, de buena calidad y una buena administración del tiempo, son aspectos importantes que determinarán el éxito del proyecto de graduación.

### **2. Definición Creativa**

Esta fase debe considerarse como el pilar principal del proyecto, puede considerarse el centro en el cual todo el proyecto gira en torno al concepto creativo, por lo cual es de suma importancia definir de la mejor

manera el concepto creativo, a través del uso de diversas técnicas que faciliten generar ideas para enriquecer el proceso, en cuanto más técnicas sean, serán mejores los resultados. Una vez definido el concepto creativo, el cual estará implícito en el diseño, es importante traducir el concepto creativo en los códigos de diseño. Definir los códigos de diseño es una manera en la cual el diseñador puede guiarse al diseñar, sabiendo que lo que está haciendo refleja el concepto creativo, evitando así cualquier confusión al transmitir el mensaje.

### **3. Marco Teórico**

Esta parte como su nombre lo menciona, es eminentemente teórica, por lo que es importante enriquecerse de muchas fuentes bibliográficas, las cuales facilitarán la fundamentación tanto del proceso de diseño como del producto en sí.

## **LECCIONES APRENDIDAS DURANTE LAS ETAPAS DE VISUALIZACIÓN, EVALUACIÓN Y VALIDACIÓN**

### **1. Producción Gráfica**

Durante el desarrollo de esta fase, es necesario estar en constante comunicación tanto con la institución, el 3er. Asesor y principalmente con el grupo objetivo, ya que ellos son quienes orientan y evalúan el diseño como tal. Pueden ser considerados como nuestros indicadores de efectividad de la pieza gráfica.

### **2. Evaluación y Validación**

En esta etapa del desarrollo del proyecto, el diseñador debe generar herramientas

de validación muy concretas, claras y objetivas, para así evitar cualquier desfase de información.

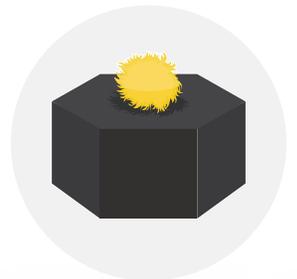
## **LECCIONES APRENDIDAS AL FINALIZAR EL PROCESO:**

### **1. Lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones**

Estas secciones son de gran relevancia, ya que reflejan el resultado del proceso de diseño, es la parte en la cual el diseñador genera un aporte teórico en base a su experiencia durante el desarrollo académico del proyecto de graduación.



CAPÍTULO NO. 8  
**CONCLUSIONES**







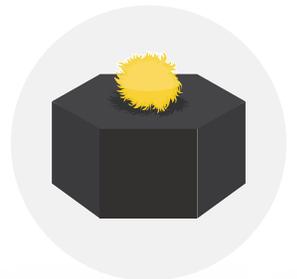
1. En conclusión: la gestión, desarrollo y ejecución del proyecto de graduación, fueron satisfactorios al lograr graficar la sistematización del proceso de graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico, el cual, al ser validado con los actores involucrados, se demostró que el proyecto responde a los objetivos planteados al inicio del proyecto, el cual fue brindar un material de apoyo al estudiante a través de la sistematización gráfica de la metodología del proyecto de graduación y la de mejorar las prácticas metodológicas para plantear proyectos a través de información oportuna.
2. Los resultados obtenidos durante este proyecto fueron favorables al realizar las validaciones correspondientes, permitiendo que el proceso de diseño fuera satisfactorio, el cual como resultado, permitió brindarles una herramienta visual que mejorará y orientará a futuros estudiantes de Diseño Gráfico que se encuentren desarrollando su proyecto de graduación, previamente a sustentar el título de Diseñador Gráfico en grado de licenciado.
3. Con este aporte se espera que los futuros estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico, de la Facultad de Arquitectura, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, puedan hacer uso de este material, que promociones anteriores, lo necesitaron para orientarse y mejorar las prácticas metodológicas para el planteamiento de proyectos, para así mejorar la calidad de los proyectos de graduación.
4. De acuerdo con mi experiencia personal, el proyecto de graduación fue muy agotador, pero a la vez fue satisfactorio saber que como Diseñadores Gráficos nuestras acciones respondieron a problemas o necesidades de comunicación visual. Esta es nuestra razón de ser.





CAPÍTULO NO. 9

# RECOMENDACIONES







### **A la institución:**

Debido a que es un libro de texto impreso, se recomienda al catedrático reproducir el material gráfico con las siguientes características: Es un libro de texto el cual posee dimensiones de 8.5 x 8.5 pulgadas, impreso en papel bond 120 gms. Tito y retiro, impreso a full color para poder apreciar cada fase a desarrollar en la guía metodológica. No se recomienda papeles lisos puesto que la guía posee espacios en los cuales se puede realizar anotaciones, por lo que el uso de esos papeles dificultarán la escritura

En cuanto a la portada se recomienda que sea impresa en cartoncillo Texcote 12, en color con su respectivo barniz UV, el cual dará protección a la pieza de diseño.

Para el encuadernado, se recomienda que sea con el lomo cuadrado pegado en caliente, para una mayor durabilidad. Y por último se recomienda al docente que haga uso de este material, el cual posee una línea gráfica adaptada al grupo objetivo, además de hacerle saber a los estudiantes que la guía fue diseñada con el fin de facilitar al estudiante el desarrollo del proyecto de graduación.

### **A futuros estudiantes de la asignatura de Proyecto de graduación:**

Se recomienda a los estudiantes que durante la etapa del desarrollo de su proyecto de graduación, apliquen y pongan en práctica los conocimientos adquiridos durante toda la carrera, para muchos diseñadores, la organización no es una virtud, por lo que se recomienda organizar el tiempo para obtener mejores resultados, los cuales se verán reflejados en su trabajo.

Se recomienda a los estudiantes abordar su proyecto de graduación con una actitud positiva y buen desempeño, principalmente porque son quienes representan a la Escuela de Diseño Gráfico a través de su trabajo

Se recomienda hacer uso de esta guía metodológica que con mucho esfuerzo se ha construido, tanto en lo teórico como también en lo gráfico. Esta es una herramienta que por años estudiantes del curso lo habían anhelado, por lo que tenerla será de gran beneficio para guiarse en el desarrollo metodológico del proyecto de graduación.

### **A la Escuela de Diseño Gráfico:**

Se recomienda a la Escuela de Diseño Gráfico que se pueda dar inicio al desarrollo el proyecto de graduación con mucho más tiempo de anticipación, ya que para muchos estudiantes es muy agotador, principalmente a quienes trabajan y deben realizar prácticamente una doble jornada de trabajo.

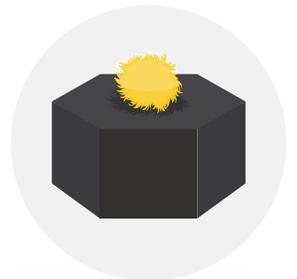
Además se recomienda que feliciten a los docentes, que con gran esfuerzo, han apoyado a los estudiantes, incluso fuera del tiempo de clase, lo que permitió que muchos culminaran el proyecto de manera satisfactoria.

Y por último se recomienda a la escuela de Diseño Gráfico a que motiven a los estudiantes para que realicen su proyecto de graduación en la Facultad de Arquitectura, especialmente en la Escuela de Diseño Gráfico, ya que en mi experiencia personal, existe mucho material didáctico de otros cursos, en los cuales el Diseño Gráfico Editorial puede aportar, para así reflejar la calidad e imagen de lo que realmente significa Diseño Gráfico.





# FUENTES CONSULTADAS







## FUENTES CONSULTADAS

1. Ambrose y Harris (2008) Formato, 3ª. Ed. , Editorial Parramón
2. Ambrose y Harris (2007) Layout, 2ª. Ed., Editorial Parramón
3. Ambrose y Harris (2010) Metodología del Diseño, Editorial Parramón
4. Best, K. (2009) Management del Diseño: Estrategia, proceso y práctica de la gestión del Diseño. Barcelona, 2ª. Ed
5. Ellen, L. (2012) Intuición, Acción, Creación: Graphic Design Thinking, Editorial Gustavo Gili
6. Facultad de Arquitectura (2012) Programa de asignatura: Proyecto de Graduación, Escuela de Diseño Gráfico, Ciudad universitaria, z.12
7. Facultad de Arquitectura (2014) Programa de asignatura: Desarrollo de Proyectos, Escuela de Diseño Gráfico, Ciudad universitaria, z.12
8. Frascara, J. (2000) Diseño Gráfico para la gente. Ediciones Infinito, Buenos Aires
9. Frascara, J. (2000) Diseño Gráfico y comunicación. Ediciones Infinito, Argentina 7ª. Ed.
10. Samara, T. (2004) Diseñar con y sin retícula, Barcelona, Editorial Gili
11. Valdez, G. (2010) Tierra de Nadie: una molesta introducción al estudio del diseño, Buenos Aires, 1ª. Ed.
12. Verela, Fuente y Will (2005) Formando Sistematizadores: Una guía para desarrollar competencias y generar conocimiento, Tegucigalpa, 1ª. Ed

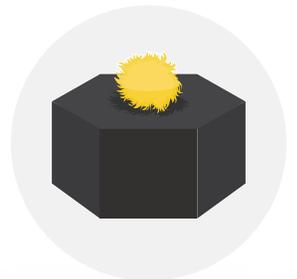
## E-GRAFÍA

1. Bertero, P. (2014) La imagen lo es todo, recuperado de: <http://foroalfa.org/articulos/la-imagen-lo-es-todo>.
2. Moya, A. (2013) La importancia del Diseño Gráfico, recuperado de: <http://es.slideshare.net/azurymoya/la-importancia-de-la-tipografia-en-el-diseo-grfico>
3. Villareal, J. (2014) La significación de lo cromatico: Reflexiones sobre la polisemia del color y el origen de la «semia» cromática. Recuperado de: <http://foroalfa.org/articulos/la-significacion-de-lo-cromatico>





# ANEXOS







## ANEXO NO. 1 AUTOEVALUACIÓN

A continuación se encuentra una matriz de evaluación utilizada para la autoevaluación en el 1er. nivel de visualización. Autoevaluación fue un procedimiento objetivo, a través del cual el estudiante determinó cuál de las propuestas desarrolladas reúnen las condiciones necesarias para continuar trabajando en ellas. Se ponderó de 0 a 10 puntos para cada uno de los aspectos que a continuación se encuentran:

		Principios a evaluar en el diseño / 10 pts. Cada aspecto. En el informe se ha de incluir la fundamentación de cada decisión.										
Nombre de cada parte relevante de la pieza a evaluar		1. Pertinencia	2. Memorabilidad	3. Fijación	4. Legibilidad	5. Composición	6. Abstracción	7. Las imágenes	8. Diagramación	9. Diseño tipográfico	10. Uso de color	RESULTADO / 100
opción	1	Portada										
	2	Personaje										
	3											
	4											
	5											
	6											
	7											
	8											
	9											

1. Pertinencia: Hace referencia a la forma en que la propuesta guarda relación con el tema que se está tratando. La pertinencia del diseño establece también si el mensaje contenido en el diseño es adecuado para el grupo objetivo.
2. Memorabilidad: Un diseño es memorable si el receptor logra: a) Asociarlo con un recuerdo o evento importante (insight) o b) Recuerda repetidamente el mensaje y le sirve como referente. Las mejores campañas de comunicación visual, son aquellas que son memorables.
3. Fijación: La fijación de un mensaje visual es la capacidad que este tiene, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo. El uso de colores, imágenes y mensajes adecuados facilita la fijación de los mensajes.
4. Legibilidad: La fijación de un mensaje visual es la capacidad que este tiene, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo. El uso de colores, imágenes y mensajes adecuados facilita la fijación de los mensajes.
5. Composición: Se evalúa si la composición que se presenta es armónica, agradable, estética y reúne las condiciones necesarias para llamar la atención del grupo objetivo.
6. Abstracción: Si dentro de la composición, existen elementos contruidos a partir del principio de la abstracción, debe evaluarse si la misma se comprende, si adecuadamente una realidad y si comunica aquello para lo que fue creada.
7. Las imágenes: El tratamiento que se le da a las imágenes y textos debe resultar estética, agradable, armónica y debe contribuir a despertar el interés y a generar una vinculación emocional con el grupo objetivo.
8. Diagramación: El diseño se construye a partir de una retícula, la cual favorece la optimización de los recursos visuales en el área de trabajo. Se debe evaluar el aporte que la diagramación hace a la construcción de los mensajes visuales.
9. Diseño tipográfico: Más allá de elegir las fuentes tipográficas adecuadas, el diseño tipográfico es la forma en que se ha incorporado la tipografía al diseño. La adecuación al tema, la legibilidad, la comprensión de los contenidos, se debe evaluar para establecer el aporte de este componente.
10. Uso del color: La selección de la paleta de colores debe evaluarse en función de la adecuación al perfil del grupo objetivo y la temática que se está trabajando. Se debe evaluar desde el punto de vista estético, técnico y psicológico.

## ANEXO NO. 2

# COEVALUACIÓN

Durante esta parte estuvieron involucrados los profesionales del Diseño Gráfico, los cuales a través de una validación digital, evaluaron la propuesta gráfica del 2do. nivel de visualización. El objetivo fue reforzar los criterios del diseñador, para así, obtener mejores resultados. A continuación se encuentran las preguntas para evaluar la pieza gráfica.

### Actores involucrados:

1. Lic. Hanna Godoy Cobar
2. Lic. Adrianna Castellanos
3. Lic. Iris Batz
4. Lic. Mariana Leal
5. Lic. Lorena Luarca
6. Lic. Yohana Ramírez
7. Lic. Luissana Paredes
8. Lic. Jairo Choché

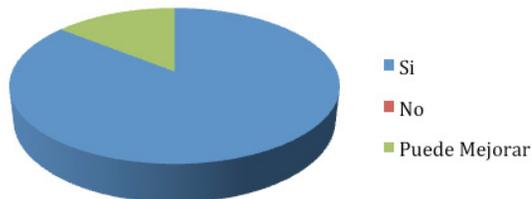
### Preguntas realizadas:

1. ¿Considera que la retícula empleada es adecuada para ordenar los elementos en la composición?  
*Sí, No o Puede Mejorar*
2. ¿Existe jerarquía visual en el diseño?  
*Sí, No o Puede Mejorar*
3. ¿El diseño posee un recorrido visual?  
*Sí, No o Muy confuso*
4. ¿La tipografía utilizada es legible? considere tipo de letra, interlineado, tamaño de letra  
*Sí, No o Puede Mejorar*
5. ¿Considera que las fotografías son pertinentes en el diseño?  
*Sí, No o Puede Mejorar*
6. ¿Considera que el tratamiento que se le dio a las fotografías es adecuado?  
*Sí o No*
7. ¿Considera que el diseño es apto para un grupo objetivo de 22 a 33 años?  
*Si es adecuado o No, es monótono*
8. ¿Cómo califica el diseño de las portadillas?  
*Muy bueno, Regular o Malo*
9. ¿Considera que visualmente cumple como un material didáctico?  
*Sí o No*
10. Basado en su experiencia ¿Cómo calificaría el material?  
*Muy bueno, Regular o Malo*
11. ¿El material refleja el concepto creativo?  
*Sí o No*
12. Escriba sus comentarios o sugerencias

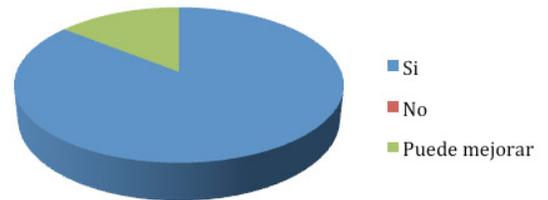
## COEVALUACIÓN

Para poder realizar esta etapa, se tomó en consideración la opinión de profesionales en el Diseño Gráfico. A continuación se encuentran los resultados:

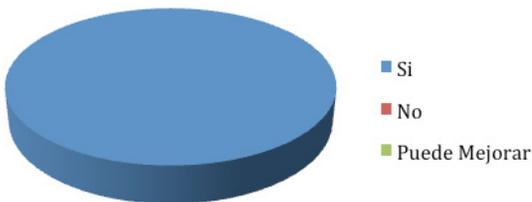
¿Considera que la retícula empleada es adecuada para ordenar los elementos en la composición?



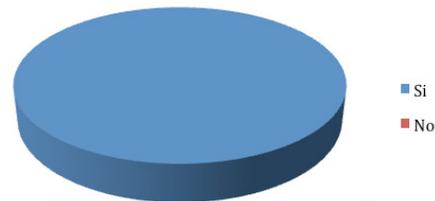
¿Considera que las fotografías son pertinentes en el diseño?



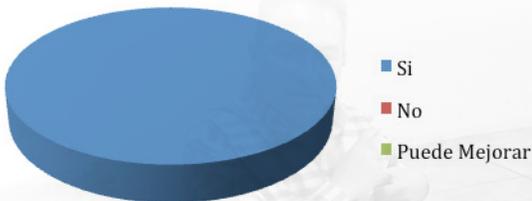
¿Existe jerarquía visual en el diseño?



¿Considera que el tratamiento que se le dio a las fotografías es adecuado?



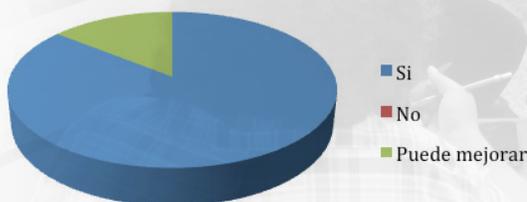
¿El diseño posee un recorrido visual?



¿Considera que el diseño es apto para un grupo objetivo de 22 a 33 años?



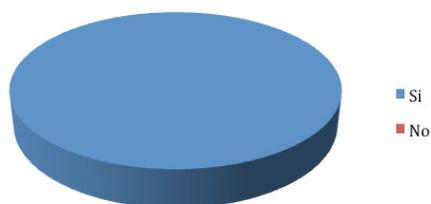
¿La tipografía utilizada es legible? considere tipo de letra, interlineado, tamaño de letra



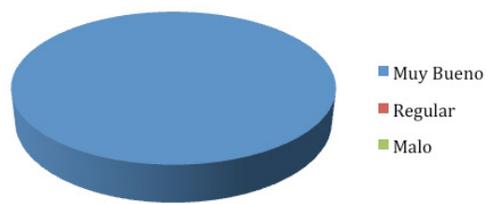
¿Cómo califica el diseño de las portadillas?



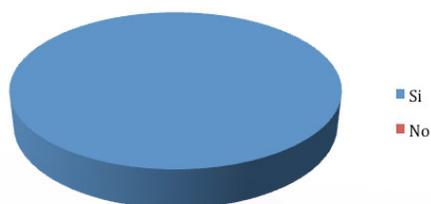
¿Considera que visualmente cumple como un material didáctico?



Basado en su experiencia ¿Cómo calificaría el material?



¿El material refleja el concepto creativo?





### ANEXO NO. 3

## EVALUACIÓN CON GRUPO OBJETIVO

Durante esta parte estuvo involucrado el Grupo Objetivo, quienes a través de una validación, evaluaron la propuesta gráfica del 3er. nivel de visualización. El objetivo fue evaluar el diseño, ya que el criterio de ellos es muy trascendente en la toma de decisiones en cuanto a diseño, con el fin de obtener mejores resultados. A continuación se encuentran las preguntas para evaluar la pieza gráfica.



Estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico  
10º ciclo, Proyecto de Graduación, 2014

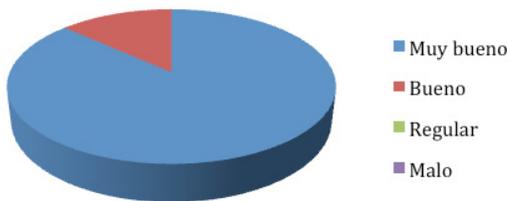
#### Preguntas realizadas:

1. ¿Considera que el tamaño de la guía es funcional, cómodo y práctico?  
*Muy bueno – Bueno – Regular - Malo*
2. ¿Considera que el diseño del índice es funcional y claro de interpretar?  
*Sí - No*
3. ¿Considera que la guía está diseñada para ser leída por partes, módulos, temas o secciones?  
*Sí - No*
4. ¿Considera al grupo objetivo, al curso y al producto la gama de colores utilizados?  
*Sí - No*
5. ¿Considera que el tamaño y el tipo de letra en la guía metodológica es adecuada?  
*Sí - No*
6. ¿Existe jerarquía visual en la diagramación del contenido?  
*Sí - No*
7. ¿Considera que el material cumple su función como guía para el desarrollo del proyecto de graduación?  
*Sí - No*
8. En base a su experiencia ¿Cómo califica el material?  
*Muy bueno – Bueno – Regular - Malo*
9. Escriba sus comentarios o sugerencias

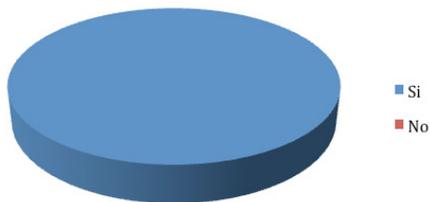
## VALIDACIÓN CON EL GRUPO OBJETIVO

Para poder realizar esta etapa, se tomó en consideración la opinión del grupo objetivo, los cuales son estudiantes desarrollando su proyecto de graduación. A continuación se encuentran los resultados:

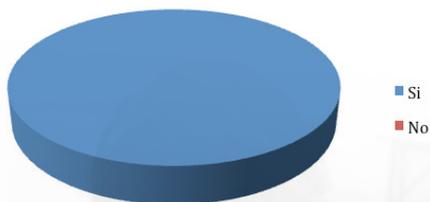
¿Considera que el tamaño de la guía es funcional, cómodo y práctico?



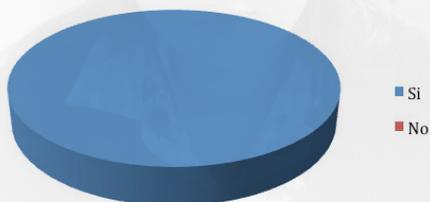
¿Considera que el diseño del índice es funcional y claro de interpretar?



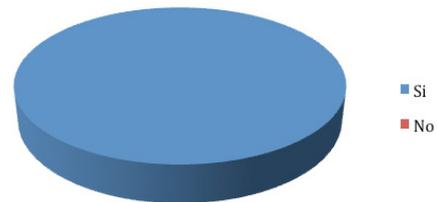
¿Considera que la guía está diseñada para ser leída por partes, módulos, temas o secciones?



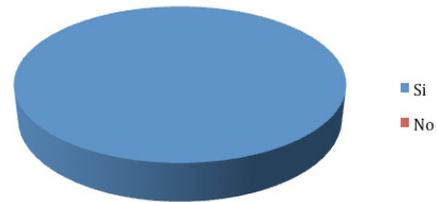
¿Considera al grupo objetivo, al curso y al producto la gama de colores utilizados?



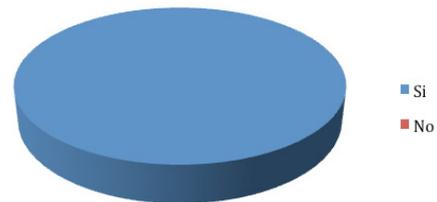
¿Considera que el tamaño y el tipo de letra en la guía metodológica es adecuada?



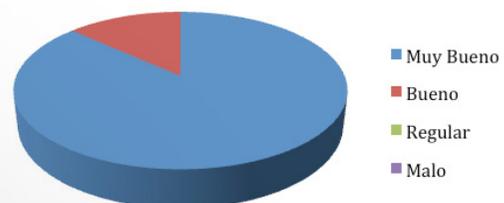
¿Existe jerarquía visual en la diagramación del contenido?



¿Considera que el material cumple su función como guía para el desarrollo del proyecto de graduación?



Basado en su experiencia ¿Cómo califica el material?





## ANEXO NO. 4 COSTOS

En esta sección se encuentra una propuesta de precios, los cuales incluye los costos del desarrollo metodológico del proyecto y de la pieza gráfica, como también los costos de reproducción del material gráfico (Guía Metodológica).

### **Definición Creativa:**

Esta fase debe considerarse como el pilar principal del proyecto, puede considerarse el centro en el cual todo el proyecto gira en torno al concepto creativo, por lo cual es de suma importancia definir de la mejor manera el concepto creativo, a través del uso de diversas técnicas que faciliten generar ideas para enriquecer el proceso y la traducción de los códigos de diseño.

*Esta fase incluye: definir la estrategia de comunicación, en la cual resume el proyecto en sí, además de definir el concepto creativo a través de emplear técnicas para generar ideas, al igual que traducir el concepto creativo a los códigos de diseño.*

Costo: Q. 5,000.00

### **Marco Teórico:**

Esta parte es eminentemente teórica, por lo que es importante enriquecerse de muchas fuentes bibliográficas, las cuales facilitaron la fundamentación del proceso de diseño como del producto en sí.

*Esta fase incluye: Documentación a través de fuentes bibliográficas (Estado del Arte), Como también la de redactar ensayos como marco teórico.*

Costo: Q. 4,500.00

### **Producción Gráfica:**

Durante el desarrollo de esta parte, el diseñador es quien desarrolla y plasma el proyecto de manera gráfica.

*La primera etapa de visualización incluye: El exhaustivo bocetaje a mano de las posibles propuestas de diseño, principalmente las partes más relevantes de la pieza a diseñar*

Costo: Q. 5,000.00

*La segunda etapa de visualización incluye: La digitalización de los bocetos a mano, esta es la parte en la cual se digitalizan las mejores propuestas.*

Costo: Q. 8,500.00

*La tercera etapa de visualización incluye: La modificación del diseño una vez haya sido validado y hayan surgido cambios sugeridos*

Costo: Q. 4,500.00

Total: Q. 18,000.00

### **Evaluación y Validación:**

En esta etapa del desarrollo del proyecto, el diseñador debe generar herramientas de validación muy concretas, claras y objetivas, para así evitar cualquier desfase de información.

*Esta fase incluye: generar las herramientas para validar el diseño, además de validarlo con las personas que serán beneficiadas a través del proyecto de graduación. Además de vaciar, analizar e interpretar los resultados producto de la validación.*

Costo: Q. 5,500.00

### **Lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones:**

Estas secciones son de gran relevancia, ya que reflejan el resultado del proceso de diseño, es la parte en la cual el diseñador genera un aporte teórico en base a su experiencia durante el desarrollo académico del proyecto de graduación.

*Esta fase incluye: Las lecciones aprendidas, las conclusiones según los objetivos y las recomendaciones técnicas a la institución, a futuros diseñadores gráficos y a la Escuela de Diseño Gráfico*

Costo: Q. 3,000.00

## COSTOS DE REPRODUCCIÓN



20 calle 2-43, Zona 2 Finca El Zapote – Tels.: 2254-4055- 2254-4056 TEL. /Fax (502) 2288-9909

Guatemala, 14 de Noviembre de 2014

Señor:  
Antonio Cifuentes  
Presente

Le saludamos cordialmente deseando que todo esté bien en sus actividades diarias.

El motivo de la presente es para cotizarle lo siguiente.

**Libro**

Portada impresa a full color más barniz U.V. mate tiro y retiro en texcote 12 más 72 páginas interiores impresas a full color tiro y retiro en papel bond 120, con lomo cuadrado y pegado en caliente tamaño final 8.5" X 8.5".

<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
<b>500</b>	<b>Q. 36.70</b>	<b>Q. 18,350.00*</b>
<b>1,000</b>	<b>Q. 24.00</b>	<b>Q. 24,000.00*</b>

\*Estos precios incluyen IVA y Placas Digitales.

Sin más por el momento me suscribo de usted.

Atentamente,

Omery Morales

Guatemala, diciembre 18 de 2014.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Arq. Carlos Valladares Cerezo  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **ROLANDO ANTONIO CIFUENTES BETETA**, Carné universitario No. **2008 10701**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **SISTEMATIZACIÓN GRÁFICA DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA EN LOS CURSOS DE DESARROLLO DE PROYECTOS Y PROYECTO DE GRADUACIÓN DEL ÉNFASIS EDITORIAL DE LOS AÑOS 2011 AL 2014**, previamente a conferírsele el título de Licenciado en **DISEÑO GRÁFICO, CON ÉNFASIS EN EDITORIAL**.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, 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, por lo que recomiendo darle continuidad al proceso correspondiente, antes de que se realice la impresión de dicho documento de investigación.

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



Lic. Maricella Saravia  
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: **3122 6600** - 5828 7092 y 2232 9859 - maricellasaravia@hotmail.com





**Sistematización gráfica de la metodología empleada  
en los cursos de Desarrollo de proyectos y Proyecto  
de graduación del énfasis Editorial de los años 2011 al 2014**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

*Rolando Antonio Cifuentes Beteta*

Asesorado por:

*Lic. Marco Antonio Morales Tomas*

*Licda. Miriam Isabel Meléndez  
Sandoval*

*Lic. Jairo Amadeo Choché  
Hernández*

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

*Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo*  
**Decano**

