



GUÍA METODOLÓGICA

Para proyecto de Graduación
de Diseño Gráfico

GUÍA METODOLÓGICA PARA PROYECTO DE GRADUACIÓN DE DISEÑO GRÁFICO

Documento para uso académico en proceso de revisión.

“GUÍA METODOLÓGICA PARA DESARROLLAR EL PROYECTO DE GRADUACIÓN”

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

Documento Base: Lic. Marco Morales

Equipo de Revisión

Lic. Marco. A. Morales
Licda. Lourdes Pérez
Lic. Francisco Chang
Lic. Alberto Paguaga

Proceso Coordinado por la
Unidad de Investigación y Graduación
Licda. Isabel Meléndez
Licda. Carolina Aguilar
Licda. Erika Grajeda

Diseño y Diagramación
DG Stephanie Urbina

Guatemala, julio 2016

GUÍA METODOLÓGICA

Para proyecto de Graduación
de Diseño Gráfico

A photograph showing a stack of books and papers on a wooden surface. The books have various spines visible, including one with a red spine and another with a yellow spine. A white vertical bar is positioned on the left side of the text area.

FASE DE ■ PREPARACIÓN

FASE DE ■ PREPARACIÓN

INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA	... 05
► Determinación de las necesidades de comunicación de la Institución	... 05
► Preparación de diagnóstico de las necesidades de comunicación	... 06
► Procesamiento de la información	... 08
► Conclusiones y toma de decisiones	... 09
REDACCIÓN DEL PROTOCOLO	... 10
► <i>INTRODUCCIÓN</i>	
- Antecedentes	... 10
- Definición y delimitación del problema de comunicación visual	... 12
- Justificación del proyecto	... 13
- Redacción de Objetivos	... 13
► <i>INVESTIGACIÓN Y DEFINICIÓN DEL PERFIL DE LA INSTITUCIÓN A QUIEN SE APOYA</i>	... 19
- Características del sector social en el que se encuentra inmersa la institución: salud, seguridad, género, interculturalidad, etc.	... 19
- Historial de la Institución	... 19
- Filosofía: misión, visión, valores o principios, objetivos, etc.	... 19
- Servicios que presta diversos usuarios	... 19
- Identidad y Comunicación Visuales	... 19
► <i>CARACTERIZACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO</i>	... 20
- Características geográficas	... 20
- Características sociodemográficas	... 20
- Características socioeconómicas	... 20
- Características psicográficas	... 20
- Características psicopedagógicas (cuando se diseña material educativo)	... 20
- Relación entre el grupo objetivo y la institución	... 20
PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO	... 20



INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA

(Se desarrolla en el curso de Proyecto de Graduación I)

OBJETIVO

Identificar, a través de una investigación diagnóstica, necesidades y oportunidades de intervención mediante el diseño gráfico.



Determinación de necesidades de comunicación visual de la institución

Los estudiantes recibirán instrucciones técnicas por parte de su asesor para ir desarrollando insumos que le servirán para la elaboración del Protocolo de su Proyecto de Graduación. Hasta ahora no existe una fórmula específica para realizar un diagnóstico, pero debe tomarse como punto de partida los objetivos, la identidad y el contexto de éstas para determinar las carencias de comunicación y definir las propuestas de diseño pertinentes.

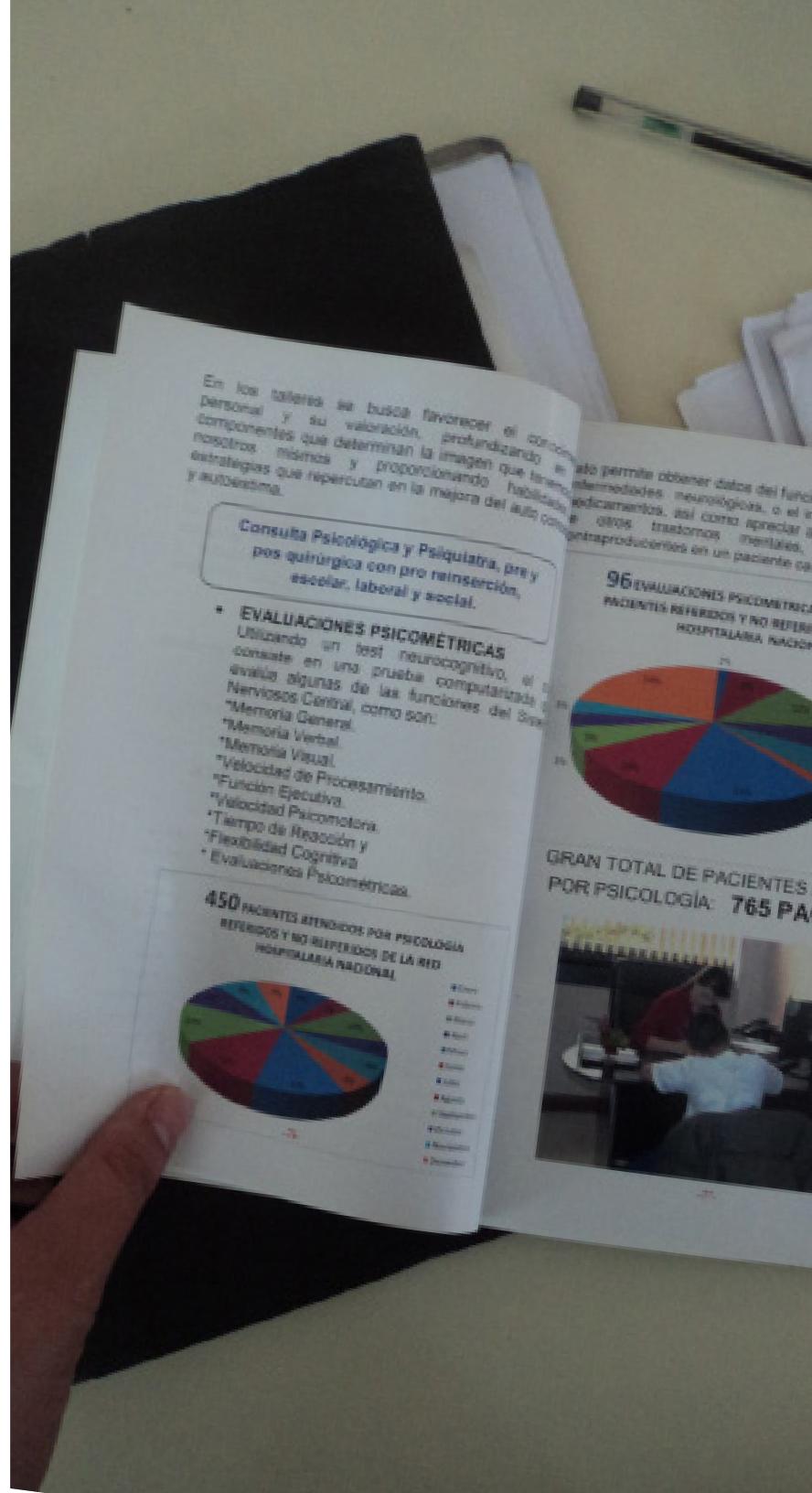
El estudiante deberá, además de las explicaciones y orientaciones dadas por el asesor, realizar una investigación teórica y de campo, que le permita identificar la información relevante para construir el diagnóstico de la institución de forma autónoma. Tomar en cuenta que en este proceso es importante el orden de la información ya que este le servirá para sistematizar y documentar los avances de todas las actividades.

Preparación de diagnóstico de las necesidades de comunicación de la institución

A continuación se presentan algunas directrices generales para poder llevar a cabo esta fase:

- 1 Inicialmente se obtiene información general de la institución: su misión, visión, objetivos, valores, políticas de comunicación, servicios (proyectos o programas que realizan), áreas de cobertura, grupos objetivo y demás información relacionada.
- 2 Luego se busca información más específica a través de preguntas como: ¿Cuentan con un departamento, área o plaza de diseñador o de comunicador? ¿Cuáles son sus funciones principales? etc.
- 3 ¿Qué actividades de información, formación o capacitación realizan con las personas individuales o grupos que atienden?
- 4 ¿Qué recursos o medios utilizan para sus funciones de comunicación, formación o capacitación?
- 5 ¿Qué dificultades en comunicación presentan las actividades que realiza la institución?
- 6 ¿Cuáles son las dificultades más inmediatas y cuáles están planteadas a largo plazo?
- 7 ¿Qué han hecho hasta ahora para suplir esas dificultades?
- 8 ¿Cuentan con una identidad gráfica institucional?

Si es necesario, el estudiante debe agregar otras preguntas para ampliar la información y obtener datos específicos.



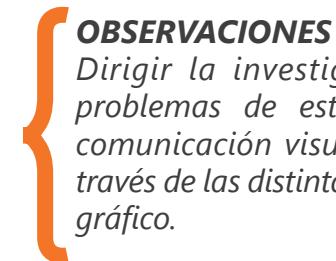
OBSERVACIONES

- *Cada estudiante ha de diseñar y diagramar sus instrumentos para aplicar una encuesta, entrevista, observación, investigación documental (lista de chequeo) o grupo focal.*
- *Evitar quedarse con una sola fuente de información. Lo ideal es que se consulte a diferentes fuentes o sujetos.*
- *Adaptar los instrumentos a cada informante clave o grupo de consulta.*
- *Se puede aplicar, además, otro tipo de instrumentos como un análisis FODA y otro, siempre que se enfoque al objetivo de diagnosticar necesidades de comunicación visual dentro la institución.*
- *Tomar fotografías como evidencia de la aplicación de los instrumentos de investigación.*
- *No olvidar hacer las gestiones ante la institución para tener la autorización para aplicar los instrumentos.*

Procesamiento de la información

Elaborar un resumen de los datos obtenidos y su análisis en un cuadro o tabla de tres columnas, de la siguiente manera:

Necesidad de comunicación visual detectadas	Factores que lo causan	Soluciones propuestas por el profesional de Diseño Gráfico Editorial





Conclusiones y toma de decisiones

OBSERVACIONES

Esta información y proceso servirá para construir la siguiente fase.

Finalizada esta actividad, los estudiantes analizan y deciden qué necesidad o problema abordarán. Tienen que fundamentar sus decisiones finales a través de un informe escrito en el que se describe breve y gráficamente el proceso y los resultados obtenidos.

REDACCIÓN DE PROTOCOLO



(Se desarrolla en el curso de Proyecto de Graduación I)

Introducción

Antecedentes

Lo primero que se redacta después de tener el diagnóstico es la situación del tema actualmente en Guatemala. Asimismo se incluye información de lo que la institución ha de enfrentar para llevar a cabo su trabajo en el área que lo realiza.

Es importante apoyar este contenido con información estadística, de otros estudios y de fuente propia, que evidencie los aspectos relevantes vinculados con lo que más adelante se definirá como problema de comunicación visual.

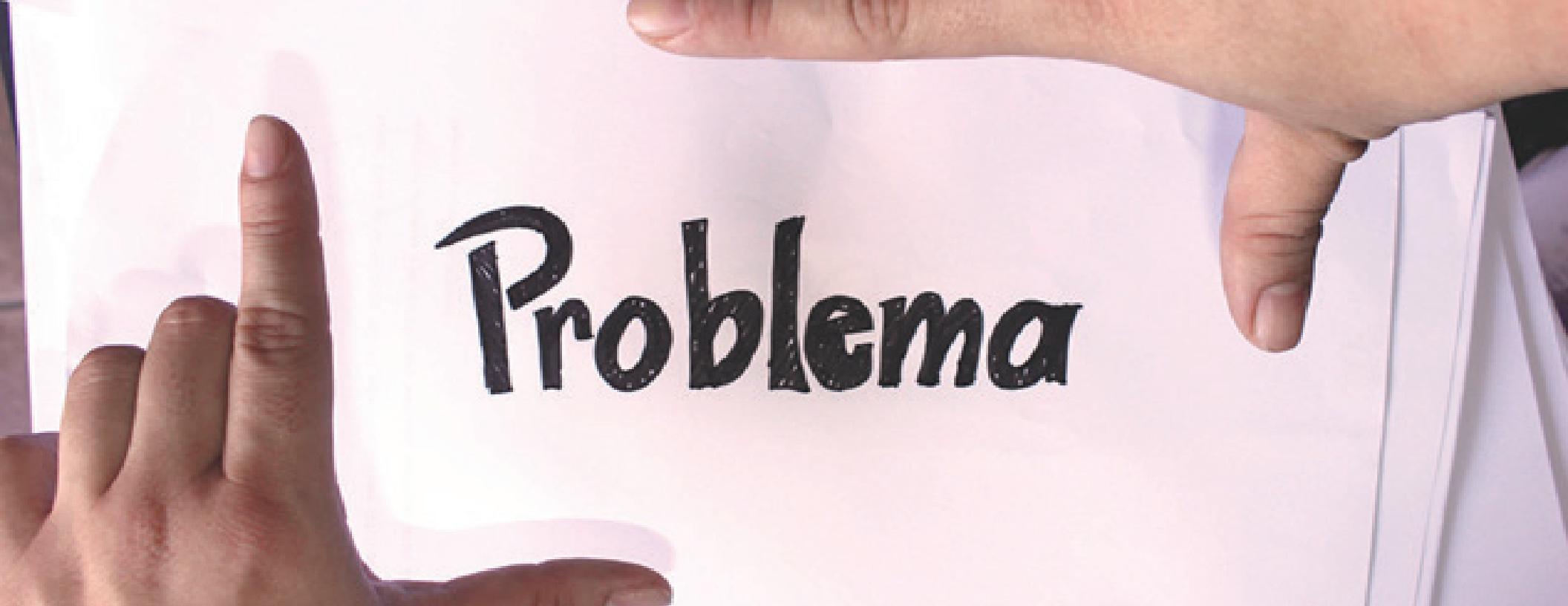
La información que se coloque en este inciso, debe permitir a las personas comprender los hechos relacionados con, por ejemplo, lo que tiene que enfrentar la institución, cómo incide el tema en las personas que atiende la institución o entidad, aspectos legales, etc.

OBSERVACIONES

Como guía es importante destacar que de lo propuesto, también se pueden aumentar otros aspectos o no tomar en cuenta algunos de estos. En todo caso es necesario ser directos sin perder claridad en lo que se está redactando.

Algunos puntos a incluir en los antecedentes, pueden ser abordados tomando como base los siguientes aspectos:

- 1 Brevemente se describe el historial de las situaciones que pueden afectar el tema específico que se esté trabajando, podría incluirse aquí inicio, trayectoria y lo que pasa actualmente.
- 2 Dimensiones de los hechos que afectan negativamente la situación del tema a abordar, mejor si se complementa con datos estadísticos. Puede también apoyarse de información de noticias recientes que inciden en la situación del tema.
- 3 Área geográfica más afectada.
- 4 Cantidad de población afectada por los hechos negativos.
- 5 Cómo afectan los hechos negativos de la situación seleccionada a las personas a nivel individual o colectivo. También puede tratarse aspectos acerca de cómo considera la sociedad o sectores de ésta que afectan los hechos negativos. 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 a los hechos que afectan la situación estudiada.
- 6 Informar de causas y consecuencias de los hechos estudiados.
- 7 Qué actores se han involucrado hasta ahora en el tema abordado.



Definición y delimitación del problema de comunicación visual

Saber definir el problema a abordar hace más eficiente la propuesta de solución y evitar la dispersión. Dice el refrán popular que quien identifica muy bien un problema tiene ya ganada la mitad de la solución.

La redacción del problema debe hacerse mediante un párrafo que sintetice su definición y delimitación, es decir que de manera puntual se explica qué es lo que está dificultando los procesos de comunicación con respecto al tema investigado y a las funciones que desarrolla la institución.

FUNDAMENTAL

El problema se presenta no en sentido de carencias de piezas de diseño gráfico, sino a través de la descripción breve del estado de necesidades de comunicación visual que presenta la institución en el momento de la evaluación diagnóstica. Necesidades que dificultan el logro de los objetivos de la misma.

Justificación del proyecto

Después de informar cuál es el problema a abordar, se explica por qué es necesario abordarlo. 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. Se evidencia qué pasaría si no se interviene desde la profesión del diseño gráfico. Asimismo, se indica cuál es el beneficio a largo plazo que se va alcanzar al intervenir con una solución desde diseño.

➤ *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.

Podrían también presentarse las consecuencias positivas de la intervención del diseño gráfico en cualquiera de sus especialidades. La incidencia indica lo que se va a lograr en el corto plazo con el desarrollo de las propuestas de solución de diseño.

Factibilidad del proyecto

Describir cuáles son las condiciones favorables 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, que abarcan desde accesibilidad a información, apoyo y trabajo con especialistas, disponibilidad de mobiliario y equipo, tiempo, etc. es decir, si las condiciones de la institución permiten la intervención.

Asimismo, la capacidad y disponibilidad del proyectista. Se trata también de identificar la forma en la que la institución se asegurará de fondos para facilitar la reproducción, distribución, difusión y uso de los productos del diseño gráfico.

Aunque el aseguramiento de los fondos no depende del estudiante, es importante destacar la manera en la que la institución va a obtenerlos. Esto implica identificar alianzas estratégicas para el planteamiento de respuestas de solución.



Redacción de Objetivos

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

➤ General (*Impacto 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 (Orientados a la comunicación visual institucional y al diseño)

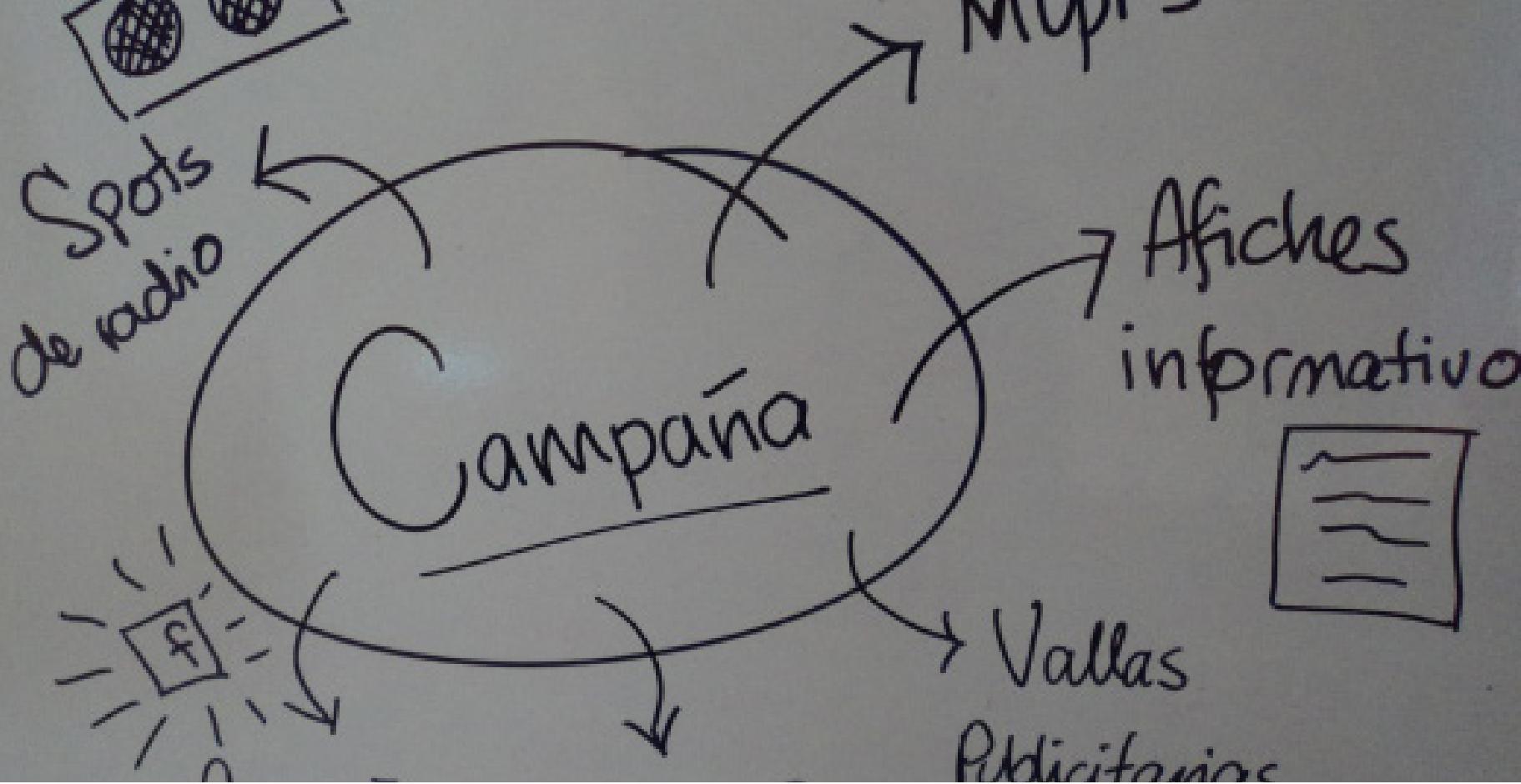
Los objetivos específicos deben ser susceptibles de cumplimiento (concreción) y referirse a aspectos, partes o resultados intermedios que se espera obtener con la ejecución del proyecto

De comunicación visual institucional (Impacto desde las necesidades de comunicación Institucional)

Son logros inmediatos o pasos necesarios de la gestión comunicacional de la institución, para llegar al objetivo general. Se representan mediante verbos como informar, persuadir, capacitar y otros similares. Es importante recordar que a nivel de diseño no se desarrollan estos verbos de manera directa sino mediatizados.

Si proponemos la acción de “informar”, entonces debe enfocarse a facilitar el traslado de información, o apoyar los procesos de capacitación, formación, sensibilización, concienciación, etc.

A nivel de la institución sí se puede proponer “informar” como verbo del objetivo sin necesidad de mediatizarlo, pero se coloca a través de qué tipo de material se va a intervenir, ya que es a nivel de diseño que se realizará el proyecto. Es necesario desarrollar por lo menos un objetivo de este tipo. Debe tomarse en cuenta que los objetivos de comunicación visual institucional se refieren más al proceso que se está apoyando a partir de los materiales.



► ***De diseño (Impacto desde la propuesta de comunicación visual)***

Se especifican características de las piezas gráficas que podrán dar respuesta a los objetivos específicos de comunicación visual institucional. Desarrollar por lo menos uno de esta categoría. En este caso, hay que considerar que los objetivos de diseño tienen que ver con los productos de diseño.

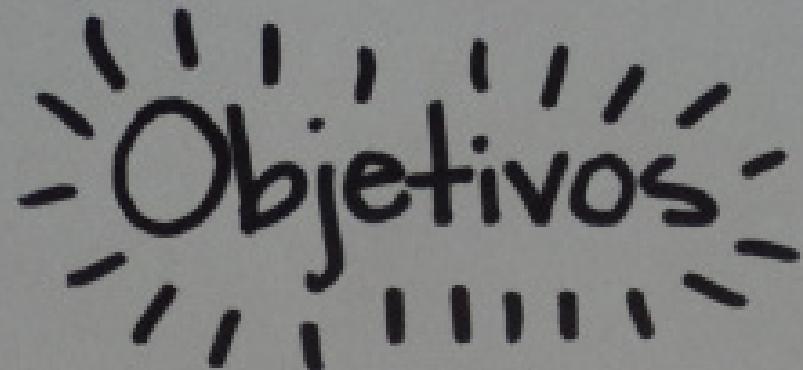
Para facilitar la redacción de los objetivos se proponen algunos verbos que se pueden utilizar para que se facilite el enfoque de los mismos. (ver Anexo 1)

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:** Los objetivos se redactan al inicio con un verbo infinitivo que especifica la acción de diseño a realizar (gestionar, diseñar, elaborar, estructuras, definir, validar, evaluar, proponer, etc.).
- **A través de qué:** Se identifica el área de diseño con la cual se considera intervenir para dar respuesta al problema identificado.
- **Para qué o por 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 al que se dirige el material.
- **Dónde:** Se especifica la región geográfica o la institución en la que se va a aplicar el material.

Los puntos anteriores son sugerencias para orientar la redacción de los objetivos, no en todos los objetivos es necesario poner cada inciso. Dependerá de cómo se redacta la relación de los específicos con el general.



¿Qué?

¿A través de qué?

¿Para qué?

¿Por qué?

¿Para quién?

¿Dónde?

INVESTIGACIÓN Y DEFINICIÓN

del Perfil de la Institución a quien se apoya

OBSERVACIONES

Estos aspectos siempre deben estar enfocados o vinculados prioritariamente a procesos de comunicación visual o en los requisitos que el proceso académico pide.

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 cada uno de los aspectos a incluir, se debe tomar en cuenta la información requerida tanto para el protocolo, al inicio, como para el proyecto de graduación.

Aquí sí se sugiere crear subtítulos para cada uno de estos componentes, también se puede aumentar otros aspectos o no tomar en cuenta algunos de éstos.

En todo caso es necesario ser directos sin perder claridad en lo que se quiere informar.

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 y comunicación visuales (descripción de la producción gráfica —si la hay— y ejemplos de la aplicación de la línea gráfica y materiales producidos). Asimismo, se describen las estrategias, políticas u objetivos de comunicación, específicamente visuales, si las tienen.

CARACTERIZACIÓN

del 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 geográficas.

Se establecen aspectos que tienen que ver con las condiciones geográficas del lugar para el cual se va a realizar el material.

2 Características sociodemográficas.

Esto implica presentar datos de edad, sexo, escolaridad, hábitat, función y responsabilidad familiar, etc.

3 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.

4 Características psicográficas.

En estas se tiene en cuenta la personalidad, el estilo de vida y el sistema de valores del grupo objetivo. Dentro de estas características es importante incluir la cultura visual de las personas y el nivel de lectura visual que maneja con respecto a su entorno.

5 Relación entre el grupo objetivo y la institución.

Se explica brevemente cómo se da la relación o encuentro del grupo con la institución.



OBSERVACIONES

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

En el planteamiento de los aspectos a incluir 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.

Para facilitar la construcción de las características del grupo objetivo, puede tomarse como punto de partida el Mapa de empatía colocada en el Anexo 2.

NOTAS

Tomar en cuenta que si se elabora material educativo, es importante agregar las **características psicopedagógicas** que debe servir para colocar información acerca de cómo aprenden las personas que forman parte del grupo objetivo y cómo se les facilita más adquirir una nuevo conocimiento, habilidad o destreza.

Este punto se puede construir a través de investigación o indagación, documental y de campo. Aquí sí se sugiere crear subtítulos para cada uno de estos componentes, también se puede aumentar otros aspectos o no tomar en cuenta algunos de éstos. En todo caso es necesario ser directos sin perder claridad en lo que se quiere informar.

PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

(a desarrollar en el curso Proyecto de Graduación 1)

Estos aspectos son relevantes al momento de redactar el protocolo:

► Título del proyecto

Aunque éste va al inicio del documento, lo dejamos de último para que este paso no nos atrase en el desarrollo de todos los pasos. Debe quedar clara la intervención del diseño.

► Referencias y Bibliografía

Uso pertinente de las normas APA

► Presentación escrita del protocolo al docente

Debe ser impresa y digital para la evaluación y calificación del mismo.

► Presentación en clase de su protocolo

Elaborar una presentación en PPT para exponer en clase, esto facilitará socialización del protocolo y la retroalimentación.

► Ingreso del protocolo al Sistema de Graduación

Se establecerán las fechas en las que debe ingresarse al protocolo al sistema, de manera digital, esto previo a la aprobación de una versión escrita, por parte de la Unidad de Investigación y Graduación de Diseño Gráfico.

► Contenido del protocolo

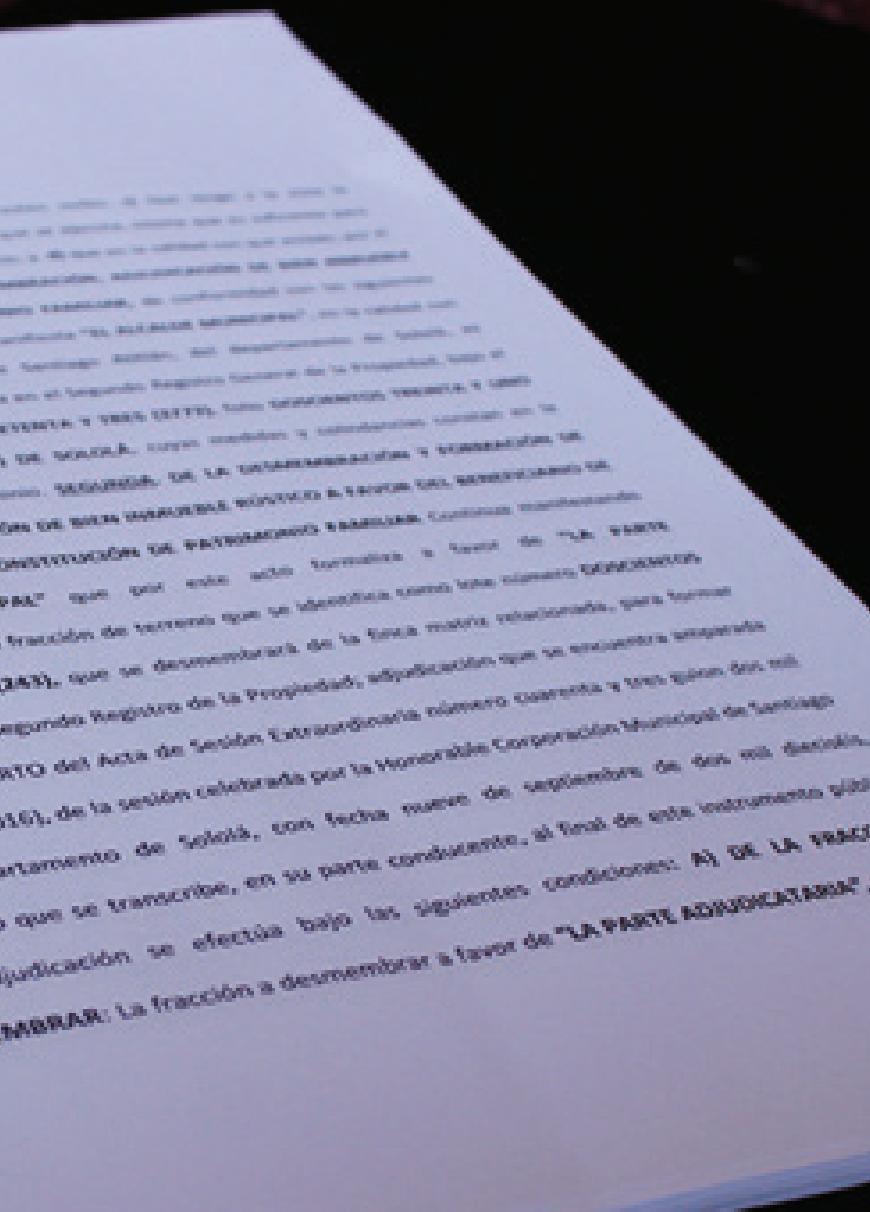
- Título de Proyecto
- Introducción
- Identificación del problema
- Justificación
- Objetivos: general y específicos
- Perfil de la institución a apoyar
- Caracterización del grupo objetivo.

OBSERVACIONES

Estos aspectos siempre deben estar enfocados o vinculados prioritariamente a procesos de comunicación visual o en los requisitos que el proceso académico pide.

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 cada uno de los aspectos a incluir, se debe tomar en cuenta la información requerida tanto para el protocolo, al inicio, como para el proyecto de graduación.

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



Características del documento escrito a presentar para revisión de protocolo previo al ingreso digital:

- Impreso en formato carta
- Hojas engrapadas
- Letra 12 puntos, a doble espacio
- **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 y el lugar (Guatemala), mes y año en que se presenta el protocolo.

2. FASE DE DESARROLLO



2. FASE DE DESARROLLO



DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN	... 27
CONTENIDOS Y PROCESOS DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN	... 32
► PLANEACIÓN OPERATIVA	
- Diseño de ruta crítica o flujograma	... 32
- Cronograma de trabajo	... 35
- Previsión de recursos y costos	... 35
► MARCO TEÓRICO	... 36
- Desarrollo del Marco Teórico	... 36
- Definición temática	... 40
- El estado del arte de los temas definidos	... 44
- Investigación teórico-conceptual	... 45
- Redacción de ensayos	... 46
► DEFINICIÓN CREATIVA	... 48
- Elaboración del briefing de diseño	... 48
- Recopilación de referentes visuales	... 49
- Descripción de la estrategia de las piezas de diseño	... 49
- Definición del concepto creativo y premisas de diseño	... 53

2 FASE DE DESARROLLO

► PRODUCCIÓN GRÁFICA

EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

- Proceso de Bocetaje
 - Nivel 1 de visualización (bocetos iniciales a mano) ... **56**
 - Nivel 2 de visualización (bocetos digitales) ... **56**
 - Nivel 3 de visualización (prototipo final) ... **60**
- Evaluación y validación de la propuesta gráfica
 - Evaluación del nivel 1 (Autoevaluación) ... **61**
 - Evaluación del nivel 2 (Validación con Expertos en el tema y diseño) ... **62**
 - Evaluación del nivel 3 (Validación con personas del grupo objetivo) ... **63**

► LECCIONES APRENDIDAS

- Orientaciones para redactar las lecciones aprendidas ... **70**
- Redacción de lecciones aprendidas ... **71**

► CONCLUSIONES

► RECOMENDACIONES

- ... **72**
- ... **73**



DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

El Proyecto de Graduación es una actividad teórico-práctica derivada del diagnóstico de un problema de comunicación visual dentro del quehacer de una organización o institución social sin fines de lucro, a partir del cual se busca hacer una propuesta de piezas gráficas para apoyar con una solución de comunicación visual a la problemática detectada.

Para lograr esto, a un nivel profesional, es necesario aplicar varios pasos metodológicos de gestión y producción pertinentes al diseño gráfico.

El Proyecto de graduación debe ser un aporte a la sociedad guatemalteca y al gremio, y debe quedar documentado en un informe que evidencie el proceso y la toma de decisiones que orientaron la elaboración de la propuesta final. Los objetivos de este proceso están enfocados desde el estudiante y son los siguientes: *de intervención mediante el diseño gráfico*.



Objetivo General

Desarrollar 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.

Específicos

- Fortalecer en el estudiante su capacidad para gestionar soluciones a problemas institucionales de comunicación visual.
- Aplicar integralmente los conocimientos teórico-prácticos adquiridos durante su carrera.
- Sistematizar 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.
- 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%.
- Fundamentar con base en base a la teoría y la práctica, cada avance del proceso.
- Los antecedentes metodológicos del Proyecto de Graduación se encuentran en el curso de Desarrollo de Proyectos.
- Entregar tareas según calendarización.
- Redactar con calidad ortográfica y aplicar Normas APA versión 6.
- Sus principales fases de trabajo se representa a través del siguiente gráfico. (Ver anexo no. 6).
- Seguir el proceso establecido en las guías de trabajo.
- Durante el curso se favorece la autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación.



Fases del Proceso

Entendido el diseño como proceso, es importante evidenciar que este ha de ser iterativo, razonable, planificado, multidisciplinario, flexible y evaluable. En su complejidad procesual, el diseño gráfico 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 realizadas o se puede avanzar a etapas que están mucho más adelante para anticipar algunos requerimientos.

Estas fases serán la base para presentar el informe final del Proyecto de Graduación. (Ver el Índice)

CONTENIDOS Y PROCESOS



del Proyecto de Graduación

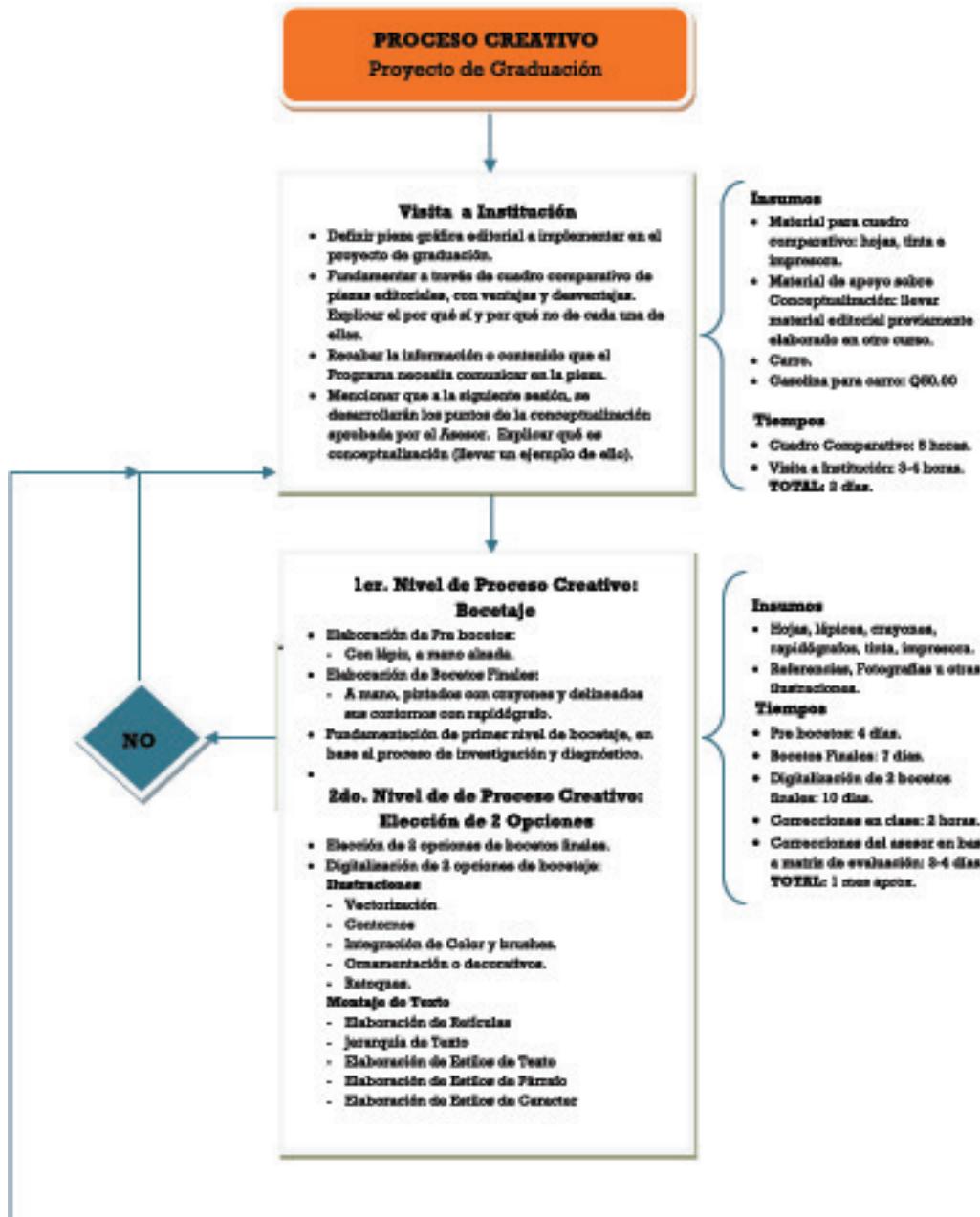
Al contar con la aprobación del protocolo, se procede a desarrollar el Proyecto de Graduación a partir de los puntos desarrollados en esa fase del proceso. Las fases a desarrollar son las siguientes:

Planeación Operativa

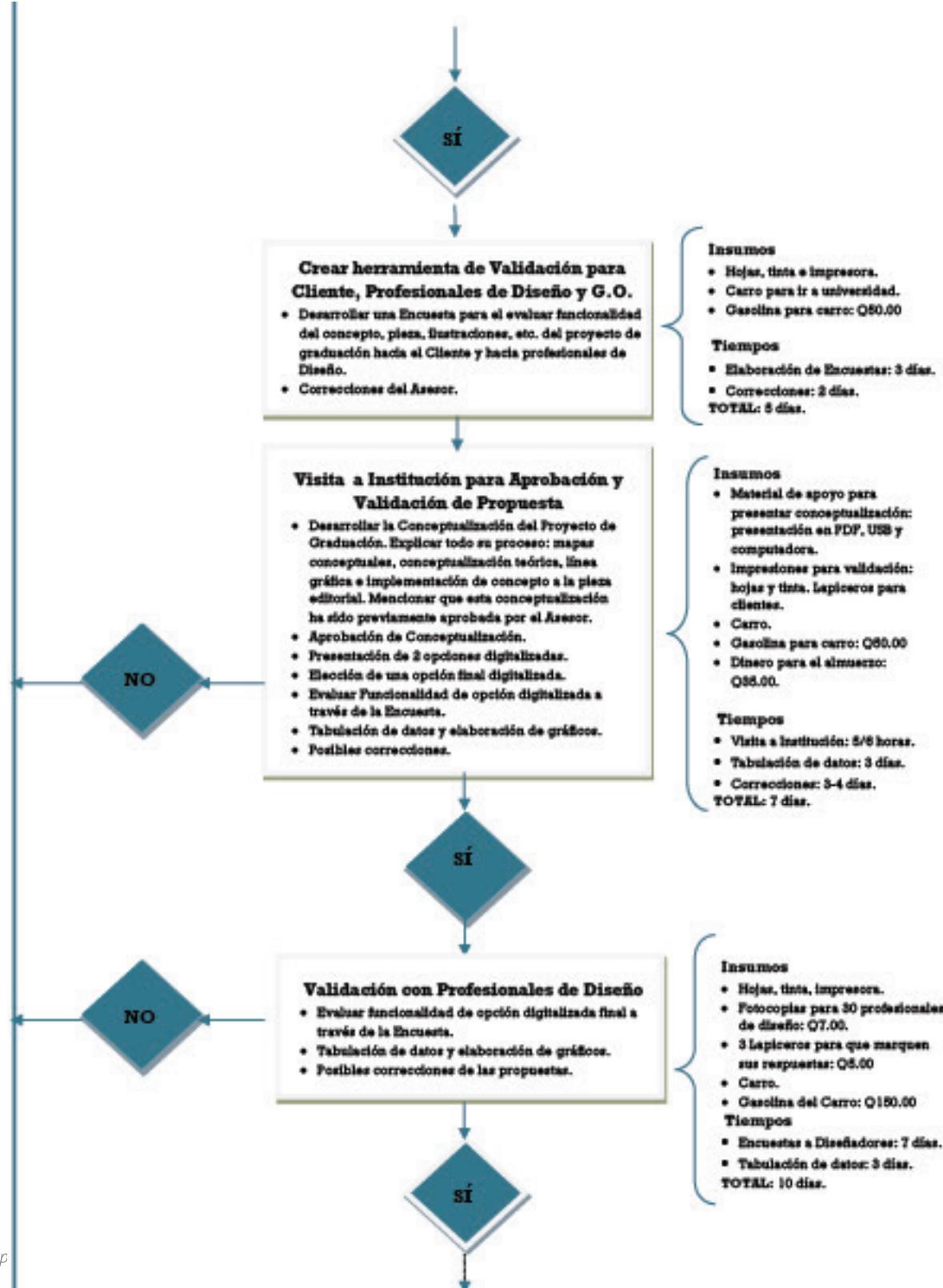
Esta fase, también conocida como planteamiento del método de trabajo u organización, ayudará a asegurar la gestión eficiente del proyecto. Para lograr esto es necesario planear la ejecución de las siguientes fases con sus correspondientes actividades y tareas.

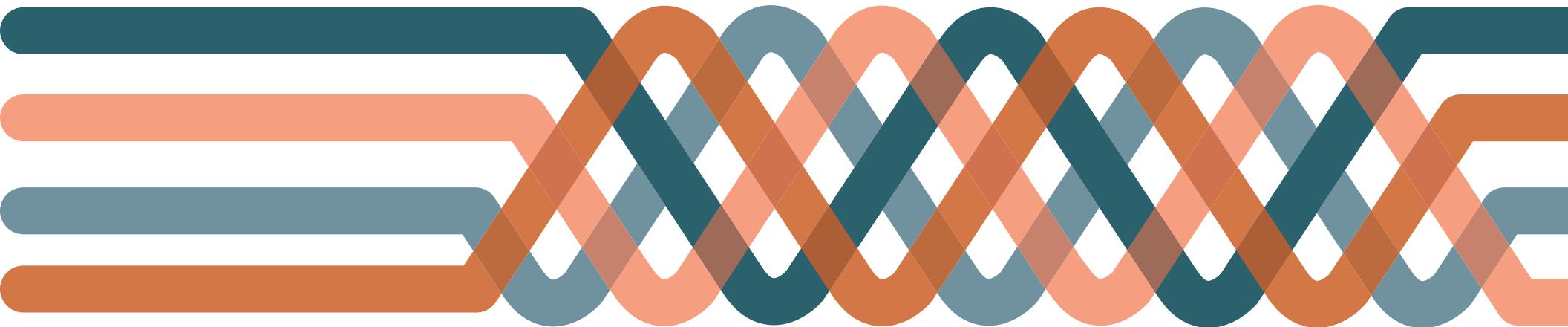
Diseño de ruta crítica o fluograma

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



Ejemplo de Diagrama de Flujo o flujomapa, tomado de la tesis
de Michelle Barahona, 2013





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.

MARCO TEÓRICO

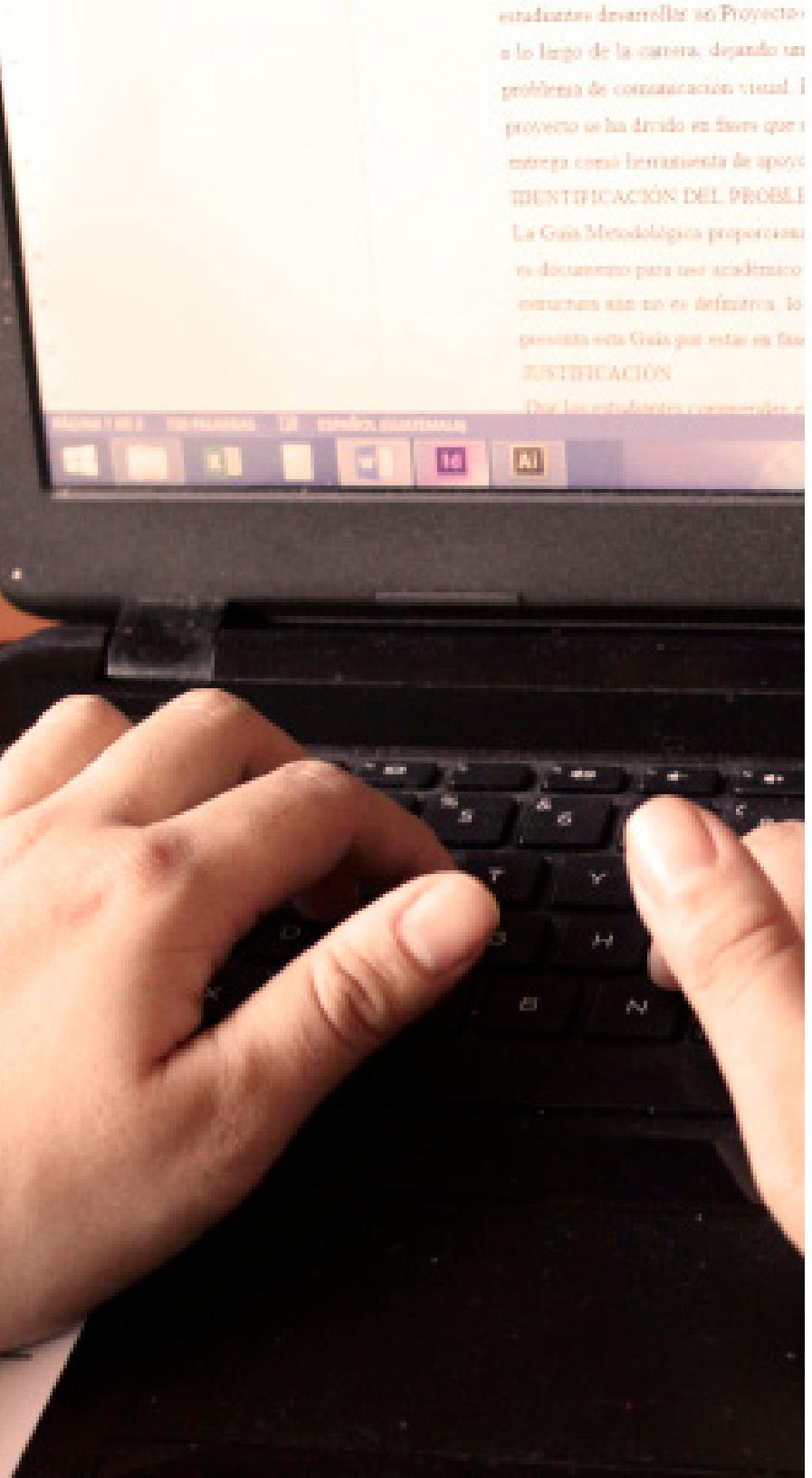


Desarrollo del Marco Teórico

Es importante iniciar el marco teórico o un índice de los posibles temas a tratar al terminar el protocolo. La información debe ir de lo general a lo particular particular identificando el Estado del Arte de los mismos. Esta etapa también se conoce como informativa, investigativa o conceptual. Consiste en el desarrollo de un soporte teórico, desde el cual se aborda el problema y se fundamenta la toma de decisiones en el proceso de producción gráfica, desde la experiencia y pensamiento de especialistas.

Para el proyecto de graduación debe elaborarse 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. Un marco teórico se elabora con coherencia secuencial, utilizando citas de investigaciones anteriores para que den sustento al proyecto que el estudiante está desarrollando.



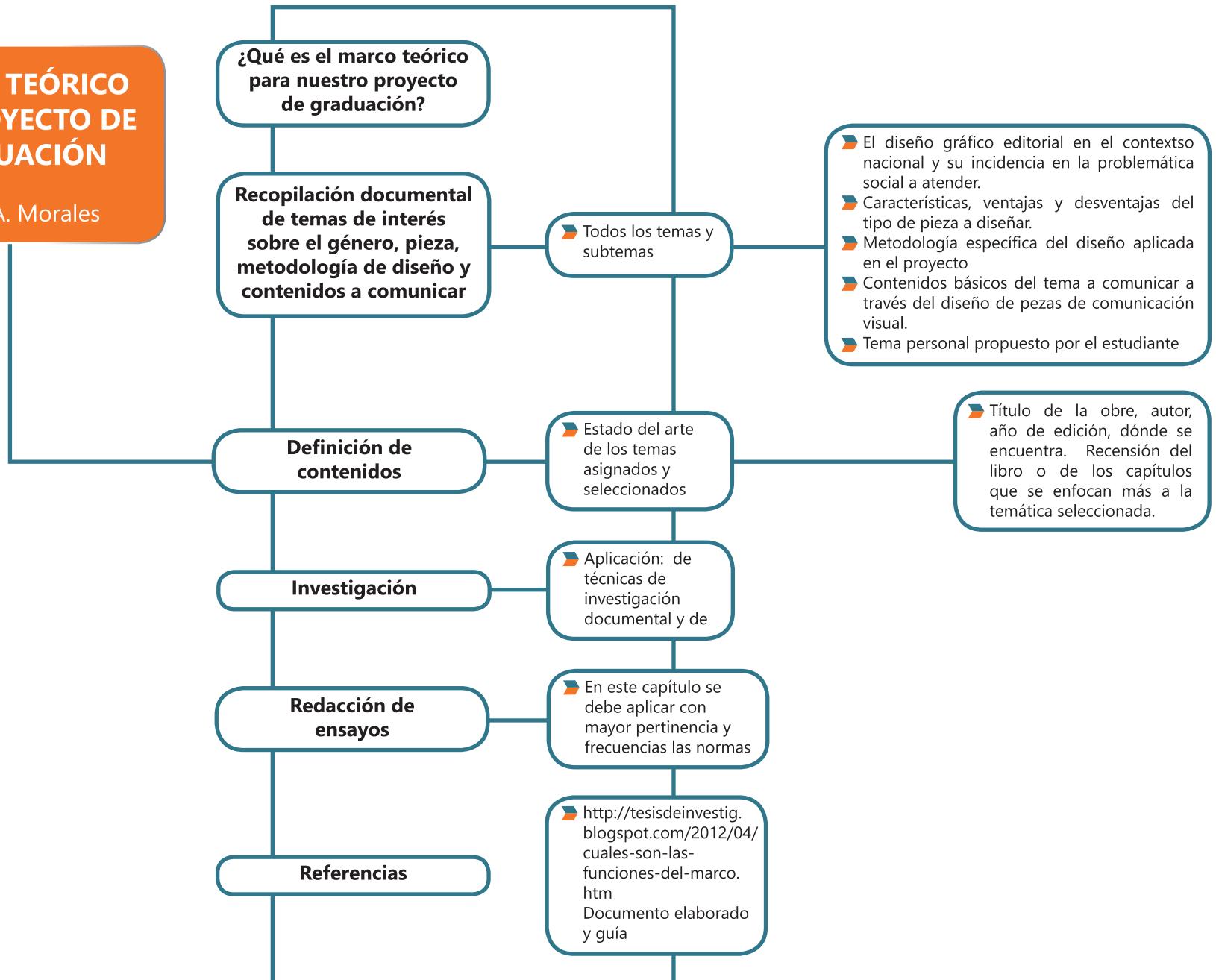
Se define cuáles son los conceptos que se utilizarán, los subtemas derivados o vinculados al tema principal, también puede incluirse información sobre experiencias, el paradigma o enfoque de diseño, qué resultados se han obtenido en otros proyectos similares, de tal manera que quien lea el marco teórico 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, por lo tanto su elaboración debe ser sólida para que sirva de respaldo a las etapas que vendrá más adelante. 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 víncula 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 de comunicación de la institución.

MARCO TEÓRICO DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

Marco A. Morales

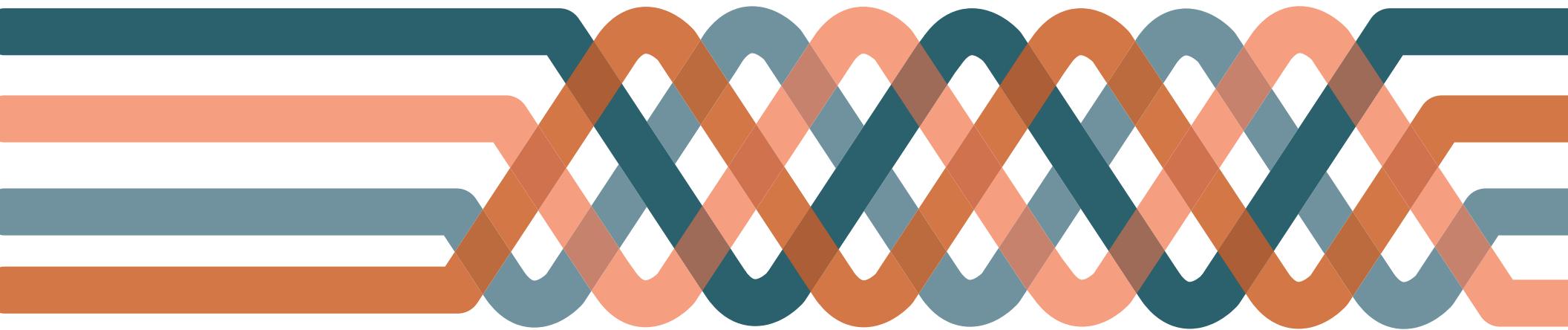




Lo importante para la redacción de Marco Teórico es partir de la problematización y luego el estado del arte del contenido a abordar que permite Investigar lo más actual y tener una aproximación de lo más reciente a nivel del tema social y de diseño que puede dar base al diseño que se realizará.

Para la construcción de los ensayos, puede seguirse el siguiente esquema de entregas:

- **Primera**, se redacta un índice con referencias, colocar libros tres libros por lo menos en cada tema, persona especialista de cada tema. Buscar referentes. Aprovechar a hacer entrevistas.
- **Segunda**, se entrega copy paste. Resultado de la documentación de la búsqueda con un mínimo de 10 referencias en cada página.
- **Tercera**, se desarrolla un documento más argumentado, relacionando las bases teóricas con los requerimientos del proyecto.
- **Cuarta**, elaboración definitiva de los ensayos.



Definición temática

El proyecto de graduación es muy complejo, ya que integra elementos tanto teóricos como prácticos. En los teóricos se ha de tomar en cuenta que éstos han de respaldar la toma de decisiones tanto en la gestión del proyecto como en la parte productiva.

En los ejemplos que a continuación se presentan, se parte del supuesto que el contenido de la pieza a diseñar trata acerca de la educación de adultos en el área rural de Guatemala.

En el primer ejemplo se desglosan las temáticas relacionadas a la incidencia del diseño gráfico editorial. Esto se hace a través de cuestionarnos, otros podrían llamarle problematizar la realidad, acerca del papel del diseño gráfico editorial y nuestro proyecto de graduación. Por ejemplo, podríamos hacernos las siguientes preguntas según el problema central antes expuesto.

INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA EDUCACIÓN DE ADULTOS DEL ÁREA RURAL

Marco A. Morales

¿Qué editoriales o qué
experiencias hay de
diseño gráfico editorial
educativo acerca de
educación de adultos del
área rural?

¿Qué instituciones
trabajan en la
educación de adultos
del área rural?

¿Qué experiencias
exitosas hay acerca de
educación de adultos
del área rural?

Estadísticas de niveles
de comprensión lectora
en el área rural

¿Cuál es el nivel de
acceso del grupo
objetivo a textos
educativos?

¿Qué tipo de ilustración
es más conveniente
utilizar en estos
contextos?

Recomendaciones
para diagramar textos
educativos para adultos
del área rural

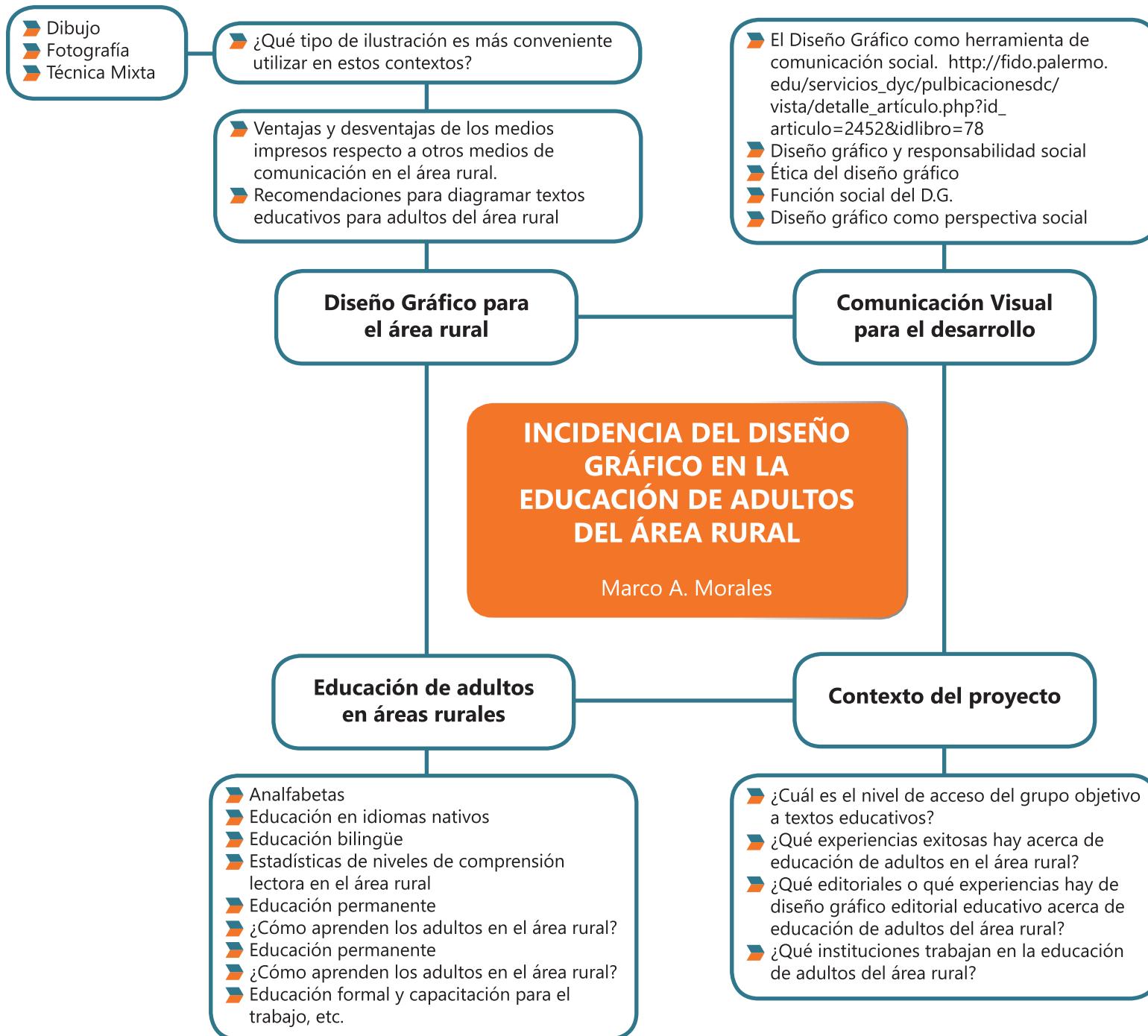
Ventajas y desventajas
de los medios impresos
respecto a otros medios
de comunicación en el
área rural



Si se han respondido las preguntas anteriores a manera de lluvia de ideas, conviene después realizar un agrupamiento de respuestas afines. En el siguiente mapa ya aparece esta asociación y, en algunos pocos casos, nos damos cuenta que hay subtemas de los subtemas del primer nivel.

Este paso nos sirve para crear un esquema de los temas que hemos considerado que se pueden investigar teóricamente, aunque aún no sepamos si hay algún tipo de referencias que los respalden.

Eso se resolverá en los siguientes pasos o tareas. Una vez definidos los grandes temas y subtemas del marco teórico, que en otras palabras podríamos denominar como una aproximación a un índice de un libro, luego, nos corresponde buscar fuentes documentales o a expertos en esos temas.



El estado del arte de los temas definidos

Existen diversas formas para desarrollar esta fase, pero para facilitar su comprensión y presentación se solicita a los estudiantes que trabajen con base a la siguiente tabla, la cual ya se ha desarrollado con un ejemplo:

SUBTEMA	RESUMEN	FICHA BIBLIOGRÁFICA
Recomendaciones para diagramar textos educativos para adultos del área rural. ¿Qué experiencias exitosas hay acerca de educación de adultos del área rural?	Las ciencias de la comunicación también son aliadas en la búsqueda del desarrollo humano. La comunicación visual es una herramienta ideal en la planificación de estrategias de formación y capacitación, de ahí surge la necesidad de diseñar materiales educativos, especialmente impresos. Este material es un documento de apoyo preparado por el SIMAS, para la capacitación de organizaciones interesadas en difundir sus experiencias exitosas acerca del diseño y uso de textos educativos para sectores de áreas rurales	Ficha técnica: Campos Durán, Mercedes. 2009. De la palabra hablada a la escrita: los materiales con fines educativos. SIMAS. Nicaragua. Ubicación: Archivos digitales de Marco Antonio Morales.

El estudiante continuará investigando respecto a referencias bibliográficas en la que se aborden todos o casi todos los subtemas que se identificaron en el mapa mental y los presentará de forma gráfica en una tabla similar a la anterior.

3.1. Investigaciones cuantitativas tienen una perspectiva, ya sea cualquiera de las tres principales: predictiva, causal o de control. Una tercera clasificación es la cual se aplica a las siguientes investigaciones:

- a) En las cuales sólo existen dos variables o dimensiones.
- b) Dimensiones las variables son 200 variables.
- c) Las variables tienen poca o casi ninguna otra dimensión.
- d) Las variables tienen más de 2000 variables que tienen una relación.
- e) Las variables tienen más de 100000 variables que tienen una relación.
- f) Las variables tienen más de 1000000 variables que tienen una relación.
- g) Las variables tienen más de 10000000 variables que tienen una relación.
- h) Las variables tienen más de 100000000 variables que tienen una relación.
- i) Las variables tienen más de 1000000000 variables que tienen una relación.

3.4.2. Dimensionalidad y variables o variables para el desarrollo de la investigación

Existen 3 tipos básicos de dimensiones: la relación o independencia entre las variables que están siendo estudiadas dependiendo de un cierto número de factores, tanto fijos como variables dependientes, pero el más importante es el resultado.

- a) Ajustamiento predictivo: cuando las regresiones son independientes, relaciones, servicios y operaciones. Otros métodos matemáticos incluyen resultados, que son mejoras producidas por individuos o instituciones.
- b) Ajustamiento predictivo: cuando se realizan las regresiones de Ruvit.
- c) Ajustamiento predictivo: cuando las dos variables tienen interrelación.

Investigación teórico-conceptual

Al proponer el desarrollo de esta fase a través de la redacción de ensayos, no se está desecharando el uso de la investigación teórico-conceptual, más bien es un punto de partida para que luego el estudiante asuma, desde su punto de vista y experiencia procesual, los resultados de esa investigación.



Redacción de ensayos

Con una sustentación teórico-conceptual, el estudiante redacta tres ensayos con los contenidos siguientes:

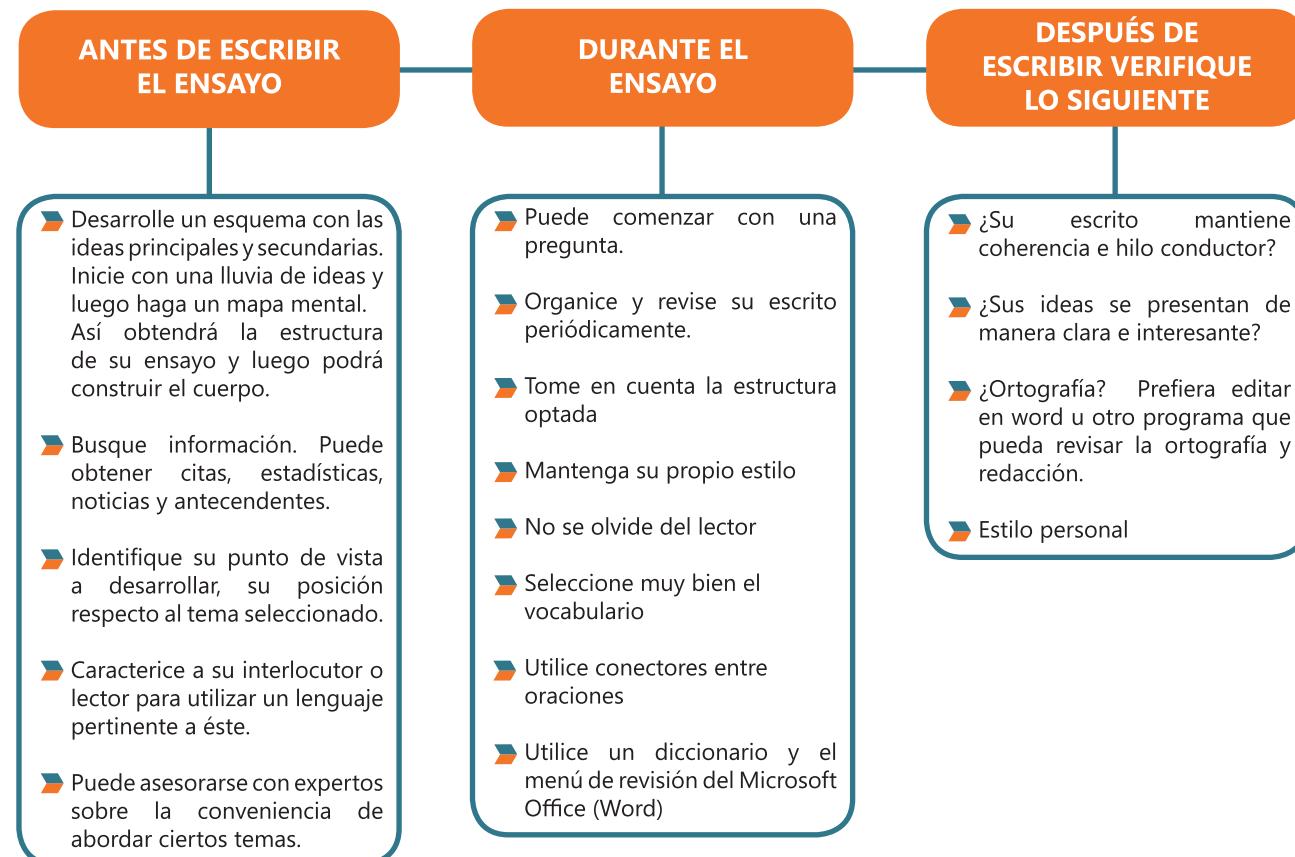
- **Primero:** Desarrollar teóricamente el tema a comunicar
- **Segundo:** Argumentar acerca de los géneros del diseño a desarrollar, fundamentar por qué van a desarrollar a partir de las condiciones del proyecto, evidenciando los criterios que sustentan el proyecto a nivel de fundamentos y teoría del diseño.
- **Tercero:** Establecer la incidencia del diseño gráfico desde el género seleccionado. Debe ser más desde el punto de vista semiológico y de uso de signos y códigos y aspectos como memorabilidad, accesibilidad, lecturabilidad, legibilidad, contextualidad, etc. esto para que en las siguientes fases se oriente de manera más objetiva el bocetaje y la validación de las piezas.

Tomar en cuenta que las características de cada proyecto son las que van a definir cuáles son los aspectos a considerar para construir el ensayo de la incidencia.

En cuanto al ensayo, considerar que su estructura básica, permite que se parte de una idea o inquietud que representa el detonante para facilitar la redacción de la discusión de los argumentos que se va a desarrollar.

Esta idea inicial puede partir de una anécdota, de una pregunta o de una afirmación identificada en el proceso de investigación. A partir de esta idea, se redacta el desarrollo del ensayo, que incluye todos los puntos de vista encontrados con respecto a los temas tratados y que tratan de dar forma a esa primera idea que sirvió como punto de partida.

Para finalizar, se dejan ver algunas ideas centrales síntesis que evidencian los aspectos más relevantes que dan fundamento teórico al proyecto. A continuación, algunos consejos para redactar ensayos:



DEFINICIÓN CREATIVA



También conocida como fase de análisis o racionalización. En esta etapa nos planteamos cómo 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.

Además se tomará en cuenta el sustento teórico antes elaborado, que ayudará a contar con un panorama más amplio de la temática de estudio y de la forma en que se puede resolver el problema de diseño.

Elaboración del briefing de diseño

Normalmente, el briefing es la solicitud expresa, verbal o escrita, que hace el cliente al diseñador gráfico. Mientras más claro se describa el contexto, la situación y posible solución, se asegurará de mejor manera 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 se cuente con toda la información que debiera incluir el briefing. Quizás sea necesario que más adelante se tenga que volver a completar la redacción y contenidos del mismo.



Recopilación de referentes visuales

Tenemos que recolectar muestra gráfica y documental de otros proyectos de diseño elaborados por otras instituciones y en otros países que estén relacionados con el proyecto que se está elaborando y que sirvan como casos análogos que puedan servir de referente a las piezas que se decidirá diseñar. Éstas han de servir de inspiración para tomar lo positivo de las mismas e intentar superar las deficiencias que muestre.

Pueden ser archivadas en versiones impresas en papel o en formato digital, pero es importante documentar lo identificado. Esta recopilación de referentes visuales ha de servir de análisis y sistematización de propuestas ya trabajadas.

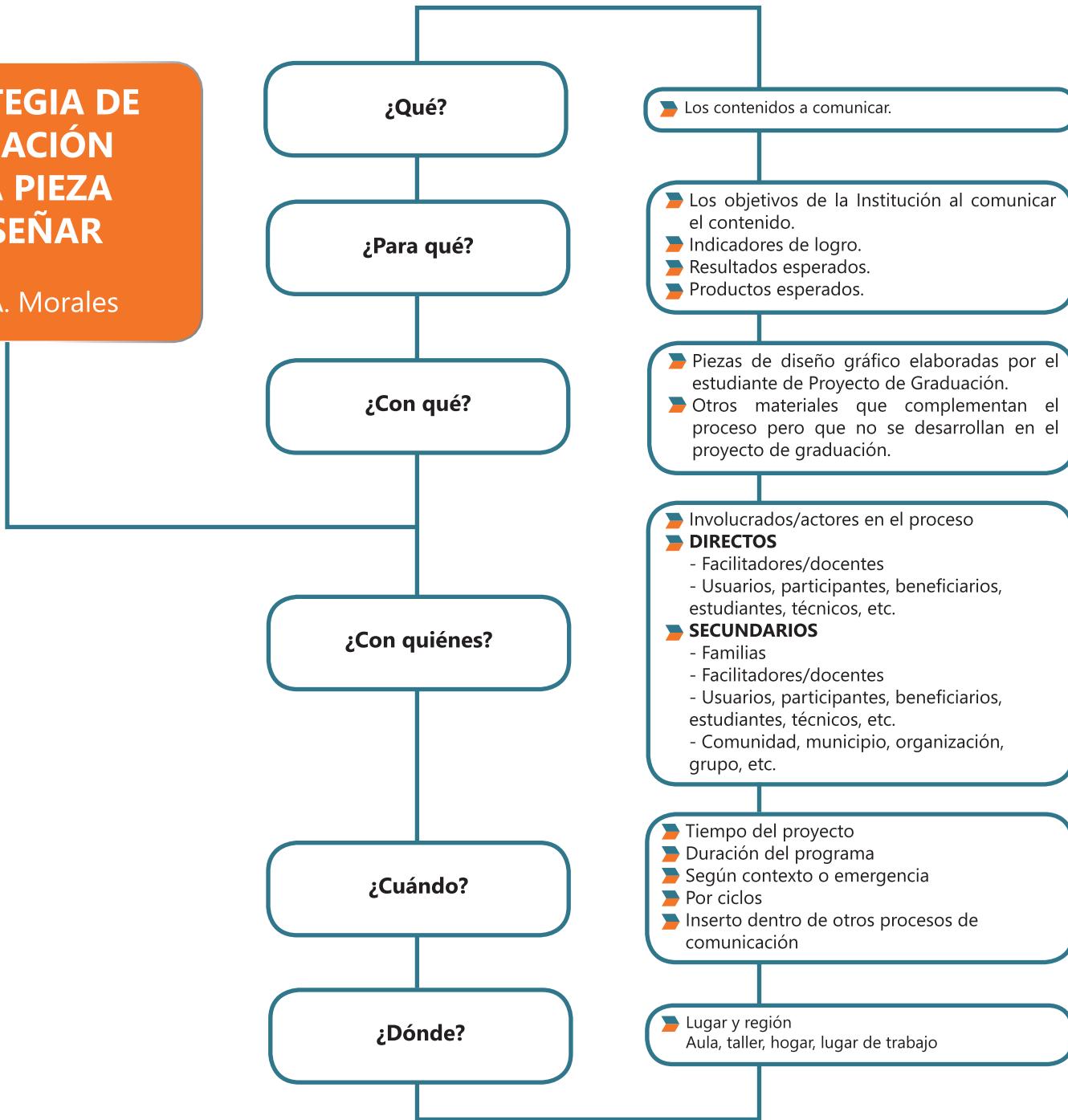
Descripción de la estrategia de las piezas de diseño

Conocer al grupo objetivo y tener que 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



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. Por ejemplo

CUADRO COMPARATIVO		
PIEZA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Guía (tipo desplegable) con CD interactivo incluido	<ul style="list-style-type: none"> - El troquel del desplegable puede ser grande, por lo que se puede incluir información considerable e ilustraciones. - La forma del troquel del desplegable puede ser bastante llamativa. - El troquel puede incluir una sección para el CD. - El CD puede ser visto por cualquier persona, ya que tienen computadoras. - PDF reader es una programa muy común entre los miembros del grupo objetivo. - En el PDF se pueden incluir variedad de funciones, interactividad e información: botones, sonidos, música, videoos, acceso a páginas de internet, etc. - Por su misma interactividad, la presentación de la información puede llegar a ser sumamente atractiva para el grupo objetivo. - El CD puede ser a otras personas y se pueden compartir la información. - Puede transportarse fácilmente, por su peso ligero. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se lee y se interactúa con la pieza rápidamente, disminuyendo considerablemente su permanencia. - Una vez leída la guía y visto el CD, la persona puede guardarlo y no volver a verlo e, incluso, olvidar existencia del material. - El desplegable puede contener información considerable, y te manda lo suficiente para abordar la temática del material.

Revista	<ul style="list-style-type: none"> - Los miembros del grupo objetivo puede leerla en varios días, lo que ayudaría en la retención de información en mayor cantidad de tiempo. - Se puede dividir en secciones y agregar artículos de interés, tips o comentarios interesantes de otros escritores. - La revista puede ser compartida a otros compañeros o familiares - Puede transportarse fácilmente, por su peso ligero - Es medianamente costosa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Puede ser leída por más tiempo que la Guía, pero no contiene las suficientes páginas como para abarcar todas las fotografías e información acerca de la temática. - Al ser leída por completo, el receptor tiene la opción de guardarla y no volverla a usar, hasta cuando lo necesite. Puede también tirarla a la basura. - Las revistas ofrecen un alcance relativamente bajo comparado a otros medios.
Libro Visual Informativo	<ul style="list-style-type: none"> - Es una pieza de uso diario. - Se puede leer en cualquier momento, incluso al lado de una bella, ya que no se necesita electricidad. - No se necesitan conocimientos electrónicos o diferentes dispositivos para poder leerlo. - Puede contener cuántas páginas se necesiten para abordar todo el tema e imágenes. A través de este material, se pueden destacar las imágenes. - Su formato puede ser grande para que las fotografías puedan apreciarse aún mejor. - A los miembros del grupo objetivo les gusta colecionar libros para referencia, por lo que este tiene mucha más valor que una revista o una guía. - Se puede escribir sobre ellos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Es mucho más costosa que la Guía y la Revista - No se puede agrandar y/o achicar la letra, o cambiar de tipografía. - Se puede mojar y dañar - No se puede propagar con tanta facilidad como en la red

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



Definición del concepto creativo y premisas de diseño

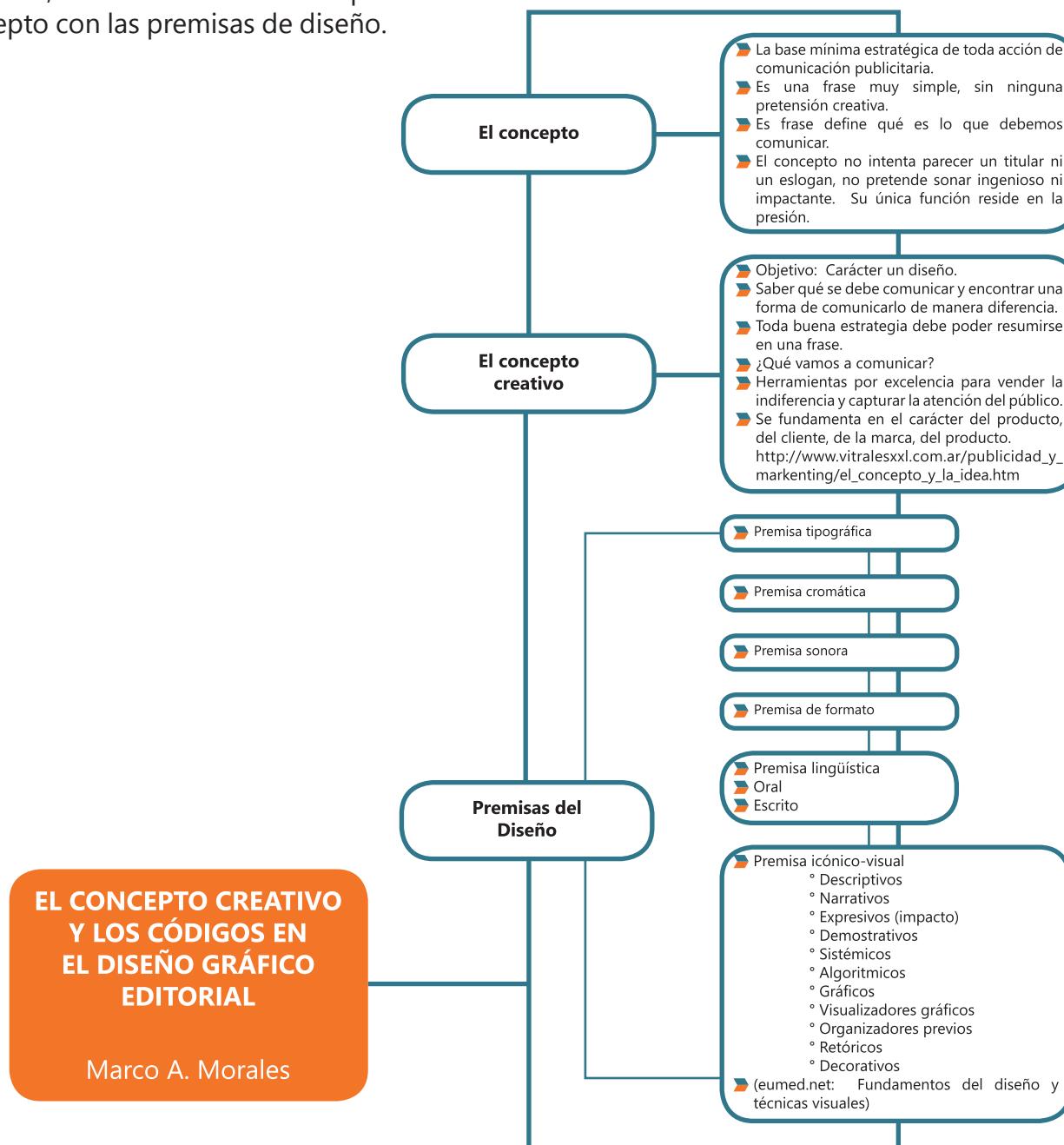
La definición del concepto creativo nos ayuda a plantear las líneas o criterios de diseño gráfico, ya que para un mismo problema de comunicación visual existen muchas posibles soluciones, incluso para un mismo diseñador.

El concepto creativo es la idea a partir de la cual se van a elaborar las propuestas de diseño, debe redactarse en forma de frase que contenga aspectos que se puedan plasmar gráficamente.

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 las premisas de diseño que permiten prefigurar la manera en la que se pueden utilizar los elementos de diseño y de composición para traducir el concepto creativo en una propuesta gráfica.

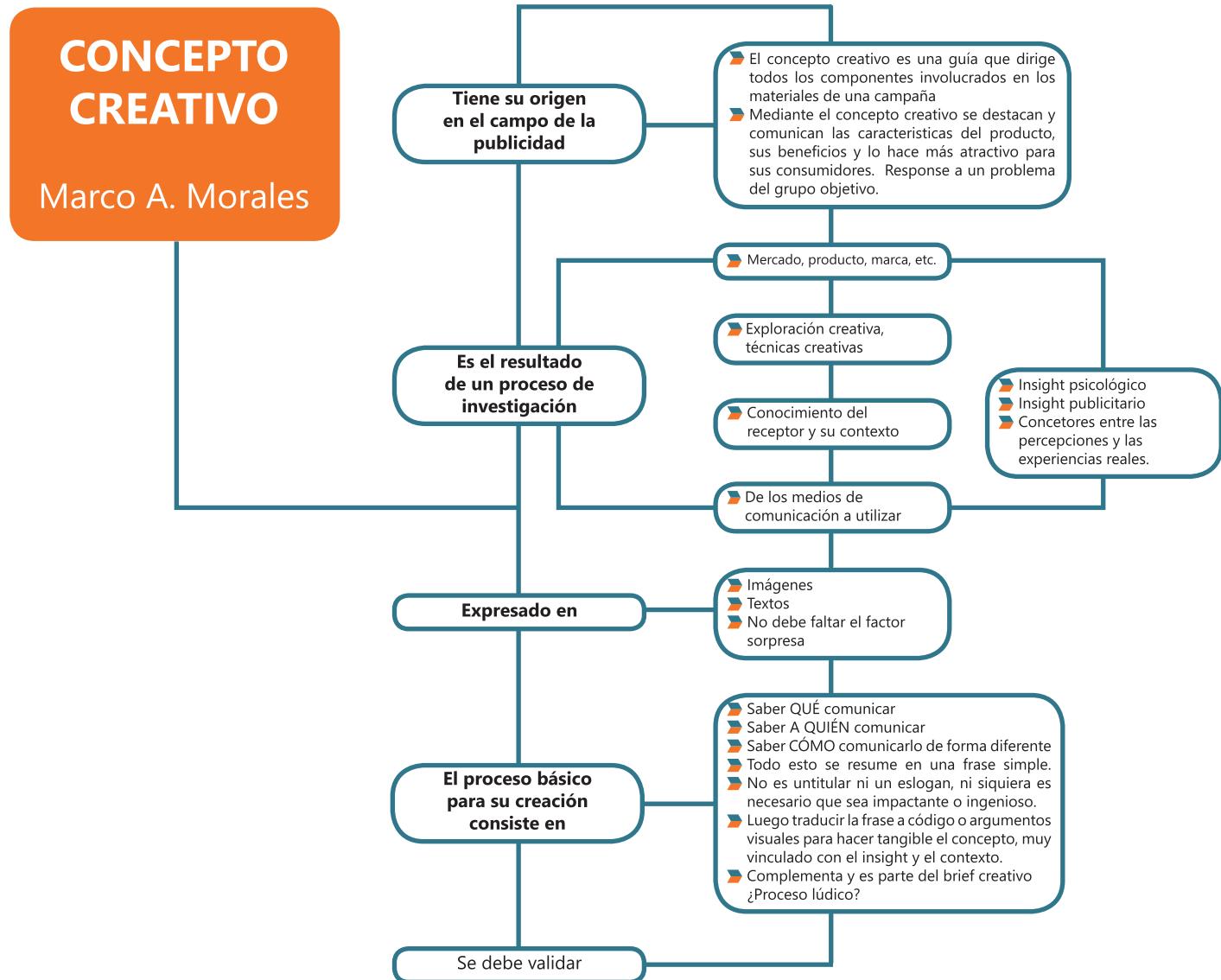
Con las premisas, se describen cómo se puede iniciar con la siguiente fase que es el bocetaje.

En el siguiente esquema, se ilustra la forma en la que se relaciona el concepto con las premisas de diseño.



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.



PRODUCCIÓN GRÁFICA



y evaluación de alternativas

Esta fase también es conocida como de desarrollo, ejecución o creación. Es importante que los estudiantes describan, en un primer momento por escrito, con qué premisas de diseño lograrán plasmar el concepto creativo en las partes más significativas de sus piezas a diseñar. De esta forma se facilitarán los procesos de bocetaje que sustentan esta fase.

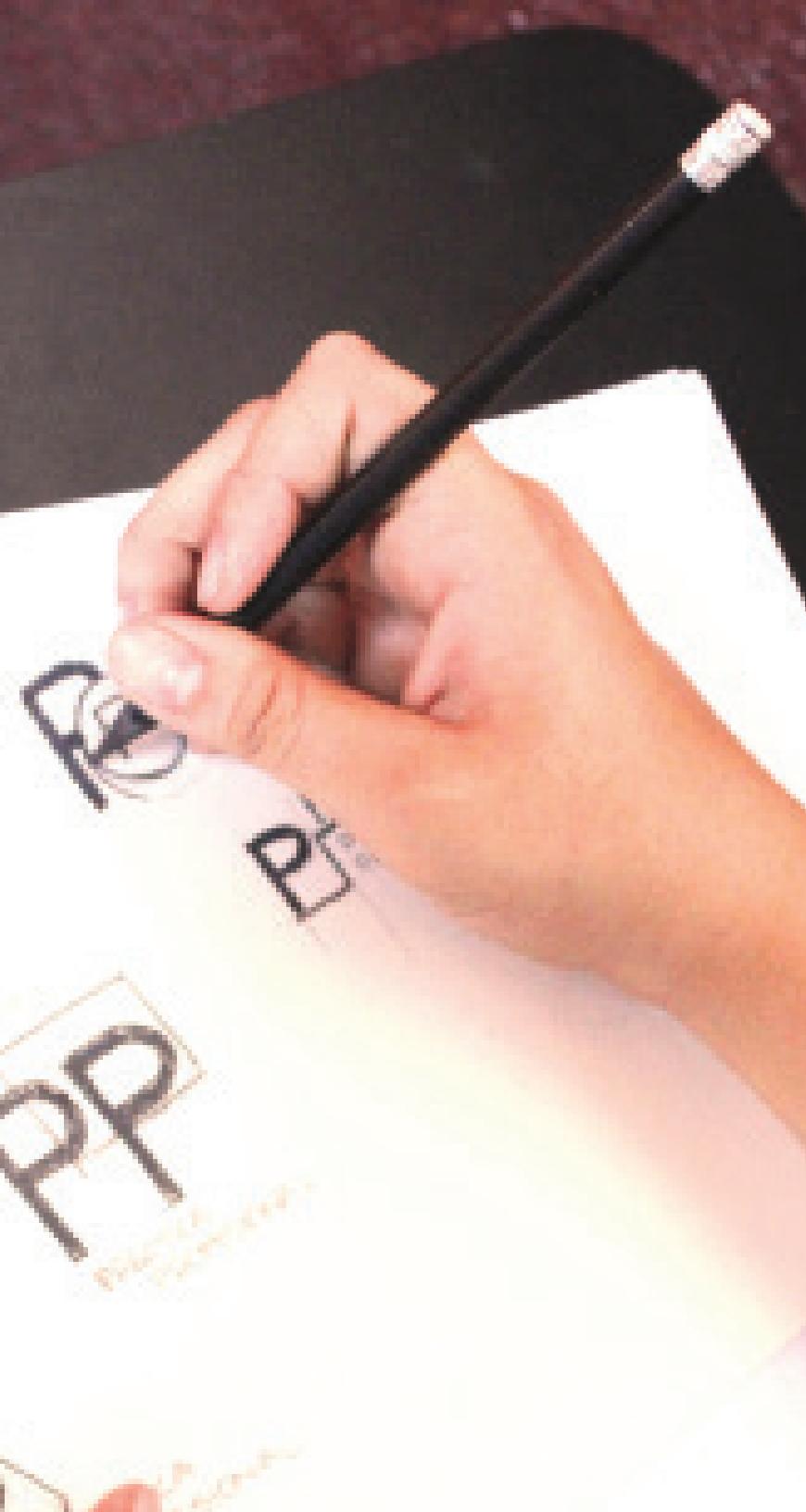
Proceso de Bocetaje

Nivel 1 de visualización

Se realiza ahora un bocetaje exhaustivo tomando en cuenta toda la información y fases antecedentes, de preferencia a mano, aplicando aprendizajes durante su formación como diseñadora o diseñador gráfico.

De los varios bocetos tipo roof que se realicen, han de seleccionarse las dos opciones más relevantes de cada una de las partes de la pieza. Luego de entre esas dos opciones más relevantes se ha de seleccionar la mejor, que luego ha de servir de base para el siguiente paso.

Para el bocetaje, se solicita presentar las muestras de cada una de las partes relevantes de la pieza editorial.



Breve ejemplo:

¿Cómo presentar informe del proceso de visualización de piezas de Diseño Gráfico?

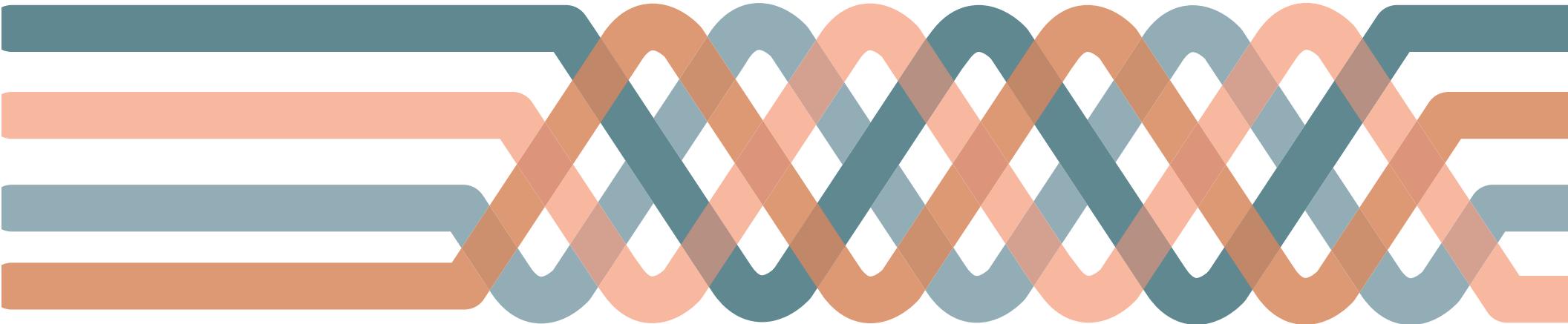
Boceto de portada

Se coloca el boceto y se describe cómo quedó y por qué. Buscamos un equilibrio en la cantidad de texto explicativo.

No está de más enfatizar que hay que ir al grano.



En este boceto se colocan los elementos gráficos representando el concepto creativo "Pilas con tu voto". El color predominante es gris para no dar a entender indirectamente que se apoya a un partido político en particular. La tipografía es moderna porque la pieza va dirigida a jóvenes adultos. Aparecen en las imágenes la misma cantidad de mujeres que de hombres para representar equidad de género.



B

Acá aparecen los mismos elementos, solamente que ya no se usó el color gris porque opaca la vista general de la portada y se optó por usar una paleta de colores más amplia para representar la integración de todos los partidos políticos.

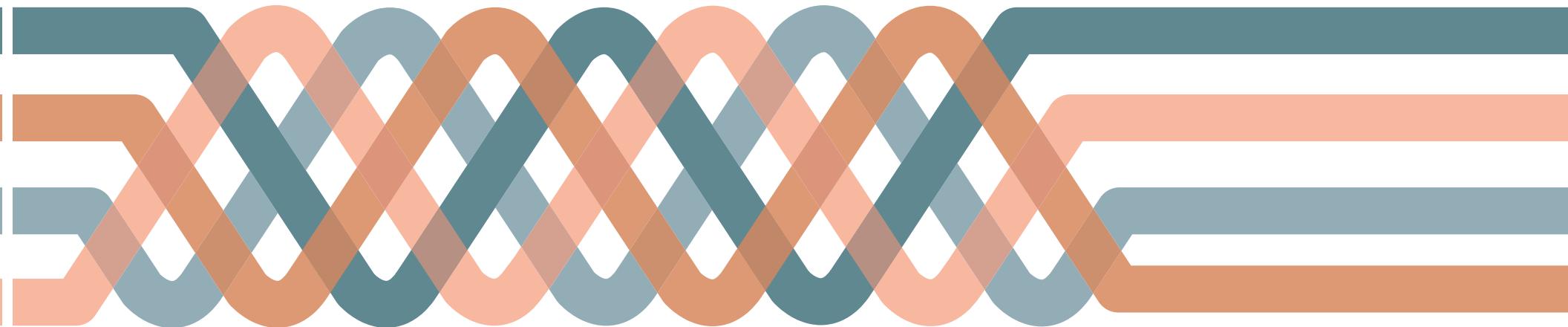
Se decidió agregar dos personajes para que la comunicación sea más directa con el lector y que conduzcan los diálogos con el lector dentro de las páginas interiores, a cambio se eliminaron las fotografías donde aparecían personas reales. La tipografía es miscelánea de acuerdo a los personajes.

En el tercer boceto se hace una yuxtaposición de imágenes utilizando en primer plano a los personajes que se dirigen al lector.

De fondo aparece una fotografía de personas haciendo fila para votar en las elecciones, pero no destaca porque la intención es ponerla en un segundo plano.

Aquí no se aplica color para dar más importancia a los textos y elementos que llevará la página, es decir, la composición y el mensaje.

C

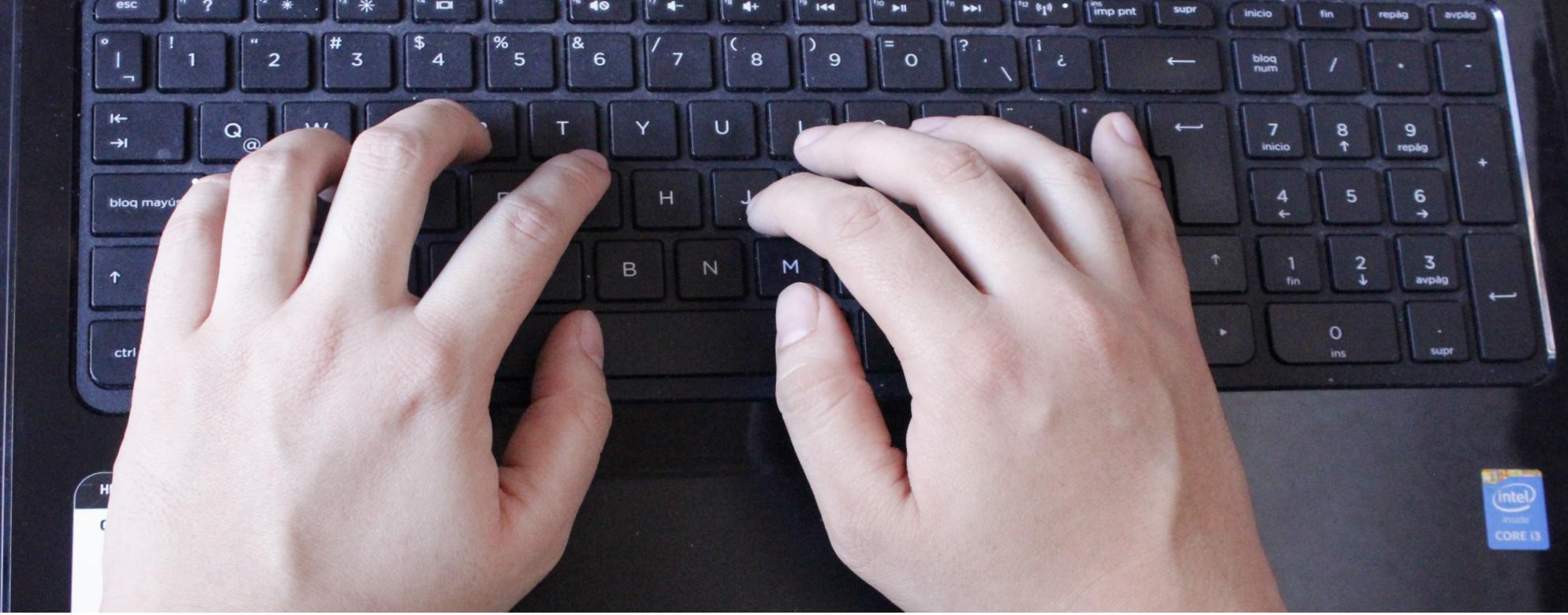


Fundamentación de la decisión final de este nivel

Se tomó en cuenta la opción c, pero se le aplicará la opción de color de la segunda opción, porque se quiere dar a entender inclusión y no segregación. La tipografía será miscelánea porque los jóvenes a los que se dirige son del área urbana capitalina, quienes están más expuestos a publicidad actual.

Los logotipos de los patrocinadores irán en la contraportada, solamente irán al frente el logo de la Secretaría de la Presidencia. El formato será cuadrado, las proporciones finales se obtendrán más exactas una vez que la institución apruebe la cotización.

Recordar que debe hacerse, en la mayoría de casos, un proceso de bocetaje exhaustivo. En este nivel de visualización ha de realizarse una autoevaluación de las características del bocetaje propuesto para determinar cuál es la mejor opción de acuerdo al objetivo del proyecto y al concepto creativo. Esto ayudará a hacer más objetiva la toma de decisiones final.



Nivel 2 de visualización

En este paso del proceso, se trata de trasladar el bocetaje de la fase anterior a una versión preliminar más desarrollada en formato digital y soportes de reproducción que se aproximan más a cómo serán reproducidas las piezas.

Una vez evaluada la etapa anterior y realizados los ajustes de diseño gráfico pertinentes, se pasa a elaborar prototipos más acabados y mucho más cercanos a la presentación final de las piezas, con el objetivo de validarlos con el grupo objetivo. De esto se hablará más adelante en el punto de evaluación y validación, que aunque se presentan por separado, deben realizarse con base a cada nivel de visualización.

Tomemos en cuenta que es posible que se vuelva a alguna fase o actividad anterior si se identifican nuevas necesidades de información.



Evaluación y validación de la producción gráfica

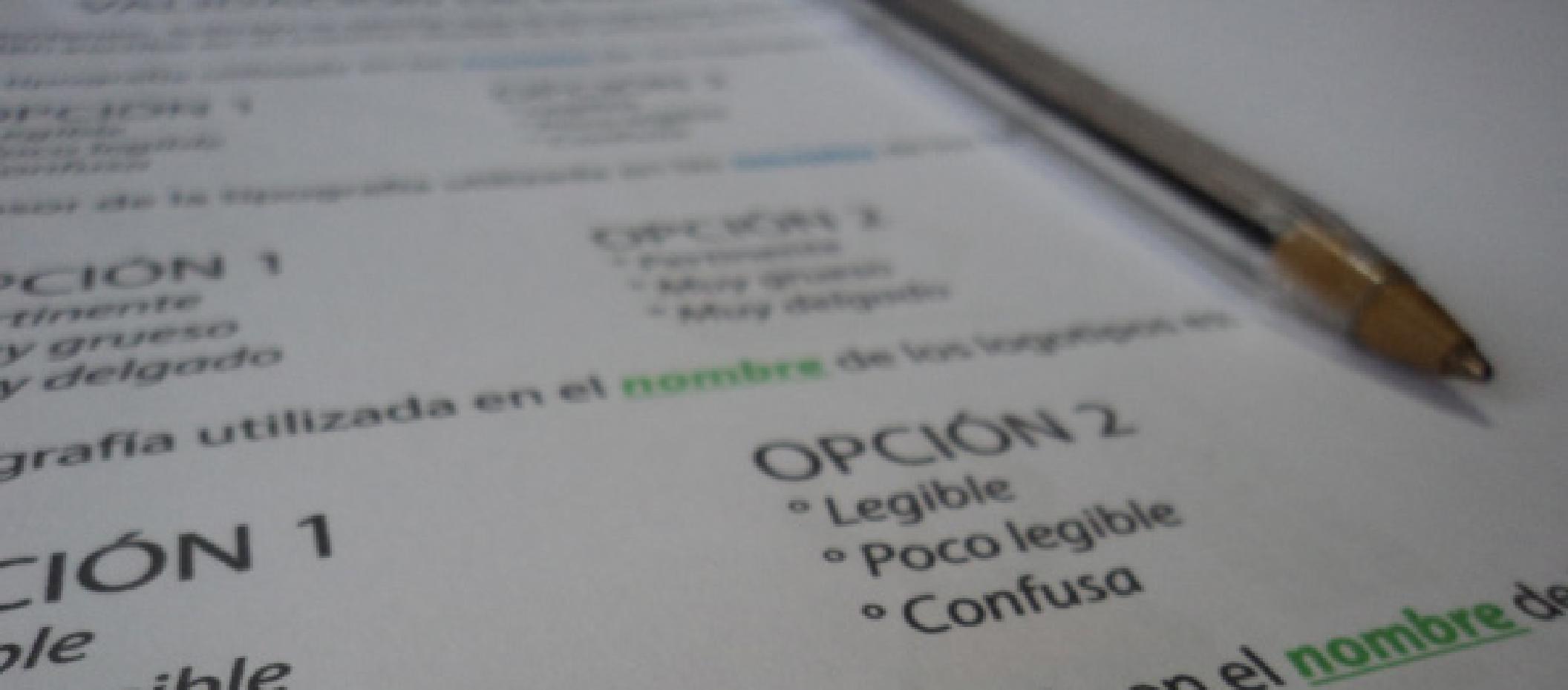
Esta fase también es conocida como etapa de convergencia, validación o comprobación de la eficacia de las piezas diseñadas, además es paralela a la fase anterior porque cada nivel de visualización ha de ser evaluada y validada, con diferentes actores, para poder avanzar al siguiente nivel.

En clase, el docente ampliará la información acerca de la importancia y de cómo aplicar el proceso de evaluación y validación en cada una de las fases de visualización. Se puede tomar como base el esquema incluido en el Anexo 3)

Evaluación del nivel 1 (Autoevaluación)

Se fundamenta en los criterios de diseño gráfico aplicados de manera particular por el estudiante, que al final selecciona los bocetos más relevantes que más adelante se trasladarán a versión digital.

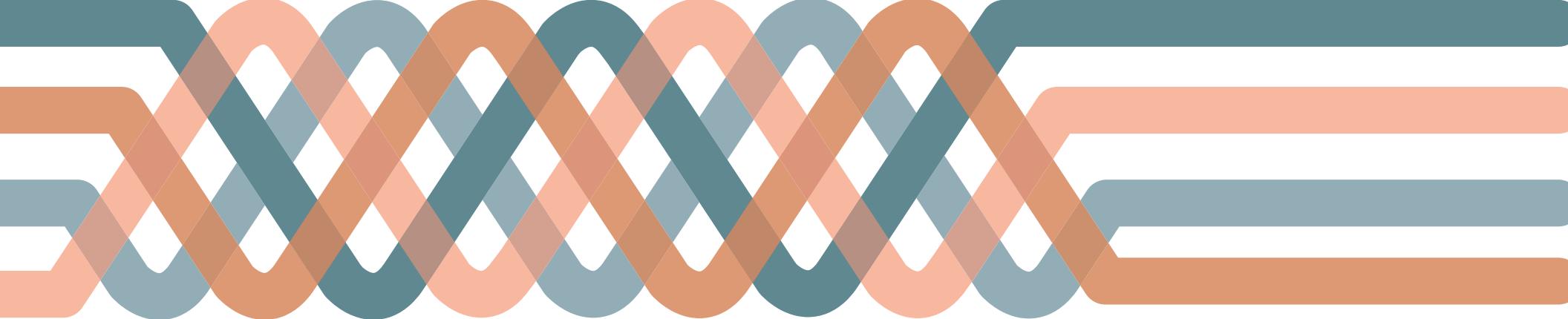
Se ha de dar cuenta de los porqué de las decisiones o criterios de diseño. Para partir de una base podemos ir viendo si estamos logrando lo propuesto en la actividad de previsualización o en la actividad de definición de los códigos visuales pertinentes para comunicar el concepto creativo.



Evaluación del nivel 2 **(Validación con Expertos en el tema y diseño)**

Es una verificación, con expertos en la especialidad del diseño gráfico, de la funcionalidad, conceptual, gráfica, 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 Validación de las opciones de diseño elegidas en el nivel 2. Este instrumento de validación técnica ha de ser aplicada con el grupo antes mencionado y con el avance en bocetaje que se tenga de las piezas elaboradas. Los resultados deben orientar la toma de decisiones para trabajar con el siguiente nivel de visualización.



Evaluación del nivel 3 (Validación con personas del grupo objetivo)

Se aplica con personas que pertenecen al grupo objetivo al cual se dirige el material. Se utilizan prototipos totalmente diseñados o partes clave de las piezas si estas son muy extensas.

OBSERVACIONES

El estudiante debe construir sus instrumentos de evaluación y validación pertinentes a cada etapa en la que se encuentre.



La finalidad de esta actividad es verificar la aplicabilidad comunicativa, tanto del contenido de las piezas como del diseño, determinando el nivel de atracción visual y legibilidad alcanzado a través del mismo. Para este propósito ha de elaborarse un instrumento de validación técnica que permita verificar el nivel de aceptación por parte del Grupo Objetivo y confirmar su efectividad.

Se ha de dejar constancia gráfica y escrita de la evolución de las propuestas, esto facilitará la toma de decisiones a lo largo del proceso y la redacción del informe final.

Es de suma importancia para esta actividad diseñar instrumentos técnicos y profesionales para recabar información.

Presentación final y fundamentación de la propuesta de diseño

Después de analizar los resultados de la validación se realizan los cambios pertinentes y se presenta el informe final de esta fase, incluyendo toda la pieza a una escala legible.

También se incluye una descripción de las partes más relevantes de la misma, aludiendo a los criterios de diseño gráfico que prevalecieron para desarrollar el proyecto con base al problema identificado y al concepto creativo. Puesta en práctica de los materiales diseñados.

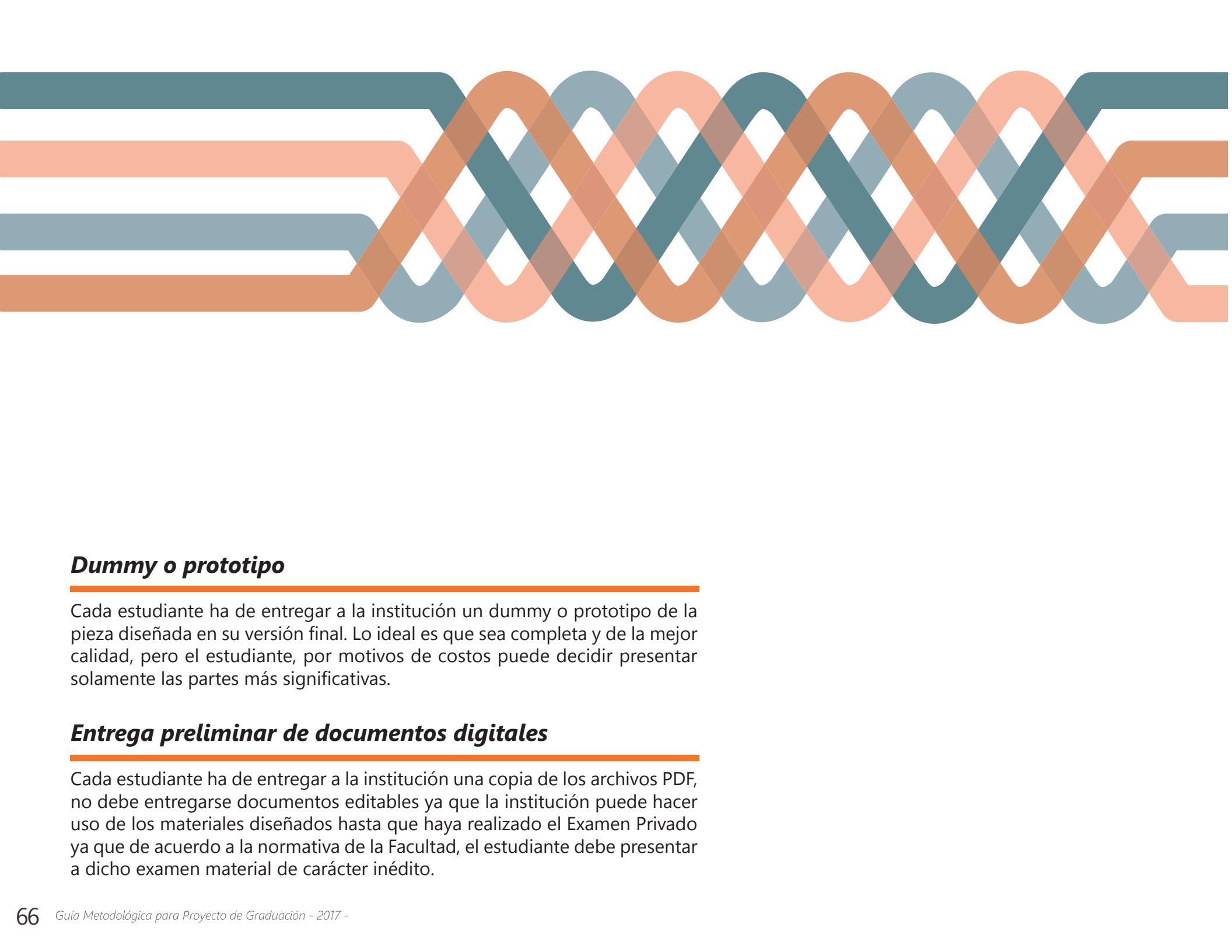
En este punto debe incluirse también el presupuesto tanto de diseño como de producción y reproducción dependiendo de los medios implementados en el proyecto, así como las especificaciones técnicas y tecnológicas de la puesta en marcha de los materiales. (Ver Anexo 4)



Socialización de resultados

La Universidad de San Carlos de Guatemala, a través de este curso, se proyecta a la sociedad guatemalteca para contribuir a la solución de sus problemas. De esta forma el Proyecto de Graduación deja de ser únicamente un requerimiento académico para llegar a ser un compromiso ciudadano que, de cierta manera, se retribuye al Estado y la sociedad el apoyo que estos le han otorgado a los estudiantes de esta gloriosa y tricentenaria institución académica.

Esta fase también se conoce como de Presentación de piezas y lineamientos para su reproducción, difusión y utilización. La intención es dejar constancia formal de esta contribución a la institución donde el estudiante prestó sus servicios de diseño gráfico.

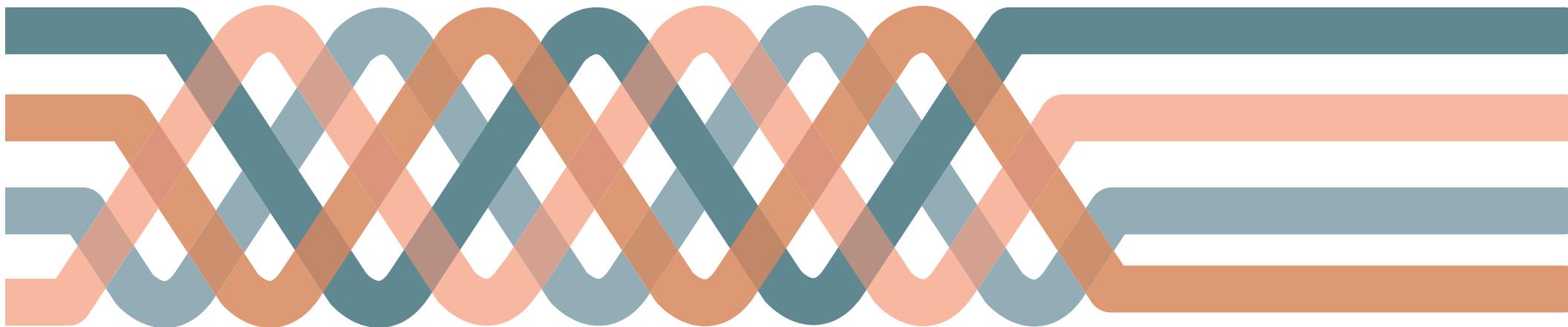


Dummy o prototipo

Cada estudiante ha de entregar a la institución un dummy o prototipo de la pieza diseñada en su versión final. Lo ideal es que sea completa y de la mejor calidad, pero el estudiante, por motivos de costos puede decidir presentar solamente las partes más significativas.

Entrega preliminar de documentos digitales

Cada estudiante ha de entregar a la institución una copia de los archivos PDF, no debe entregarse documentos editables ya que la institución puede hacer uso de los materiales diseñados hasta que haya realizado el Examen Privado ya que de acuerdo a la normativa de la Facultad, el estudiante debe presentar a dicho examen material de carácter inédito.



Guía para reproducción y difusión

Cuando el estudiante haya realizado el Examen Privado, junto con el material definitivo, ha de entregar a la institución, una guía con los lineamientos de reproducción y aplicación (uso) de las piezas diseñadas. Esta guía puede elaborarse tomando en cuenta lo redactado en el inciso de puesta en práctica de los materiales diseñados)

Evidencias de la entrega

El estudiante ha de procurar constancias físicas de la entrega de las piezas, independiente de si es dentro de un acto protocolario o uno de entrega simple. Como mínimo ha de presentar fotografías de dicha entrega.

IDENTIFICACIÓN



de Lecciones Aprendidas

También conocida como etapa práctico-reflexiva o de metacognición. El término de lecciones aprendidas se ha ido posesionando a nivel mundial, desde hace muchos años, en procesos de sistematización de experiencias significativas en proyectos sociales y académicos.

Las lecciones aprendidas se pueden definir como el conocimiento adquirido a través de experiencias, exitosas o no, con la intención de mejorar en el futuro la ejecución de experiencias similares.

Una forma de evidenciarlo es como conocimiento que puede ser integrado en estrategias, tácticas, políticas, normas, manuales, guías, etc., con el propósito de mejorar la manera de intervenir con las soluciones de comunicación visual, así como prevenir o corregir problemas en experiencias similares a la concluida. En otras palabras, se trata de universalizar los aprendizajes desde la realización del Proyecto de Graduación.

El levantamiento altimétrico debe ser preciso, y la nivelación debe ser realizada sobre el eje de las calles. Se toman elevaciones en las siguientes situaciones:

- En todos los cruces de calles o bocacalles.
- A distancias no mayores de 20 metros.
- En todos los puntos en que haya cambio de dirección.
- En todos los puntos en que haya cambios de pendiente del terreno.
- De todos los lechos de quebradas, puntos salientes del terreno y depresiones.
- De las alturas mínimas del cuerpo receptor en el que se proyecta efectuar la descarga.
- De las alturas máximas del cuerpo receptor en el que se proyecta efectuar la descarga.
- De las alturas de las depresiones geográficas más sobresalientes.

2.4.3 Descripción del sistema a utilizar para el proyecto de

Las lecciones aprendidas buscan generar un espacio de reflexión personal que facilitan la construcción de una visión más integral de la profesión del diseño desde el carisma de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Identificar y reflexionar sobre lecciones aprendidas garantiza la gestión de conocimiento y el desarrollo de capacidades instaladas así como de las potencialidades y la capacidad de proyección de cada estudiante y del programa de la Escuela de Diseño Gráfico hacia el futuro.

En nuestro caso, el aprender desde las propias experiencias es válido tanto para la institución como para el estudiante.

Un ejemplo de lecciones aprendidas es la generación de esta guía metodológica, que no se ha construido basada en fuentes de consulta bibliográfica, sino desde la sistematización de la experiencia propia y de colegas docentes, así como del conocimiento del contexto del mercado del diseño gráfico en Guatemala, del autor original y del equipo de trabajo que ha colaborado con sus aportes.

Orientaciones para redactar las lecciones aprendidas

Aspectos que dificultaron el proceso y cómo se superaron Se puede iniciar, a manera de lluvia de ideas, repasando todo el proceso e ir respondiendo las siguientes preguntas:

- 1** ¿Qué aspectos facilitaron el proceso, los resultados o el logro de los objetivos?
¿Por qué y cómo?
- 2** ¿Qué aspectos dificultaron el proceso, los resultados o el logro de los objetivos?
¿Por qué y cómo?
- 3** Se sugiere tomar en cuenta aspectos relacionados con conocimientos, habilidades, gestión, el contexto, personas, recursos, información, equipo, metodología, tiempos, cultura organizacional, etc., que preferentemente se relacionen con el logro los objetivos, el proceso metodológico y los resultados obtenidos.

Evitemos personalizar las afirmaciones, es decir que este no es el espacio para quejarnos ni de echar culpas de sucesos negativos en nuestro proceso. Hay que ser críticos y objetivos, con muchas intenciones de sumar positivamente. De los errores debemos aprender mucho, así como de los éxitos.



Redacción de Lecciones aprendidas

Se redactan partiendo de la actividad y producto anterior y clasificándolas en estos tres grandes momentos:

- Lecciones al iniciar el proceso.
- Lecciones aprendidas durante las etapas de visualización, evaluación y validación.
- Lecciones al final del proceso.

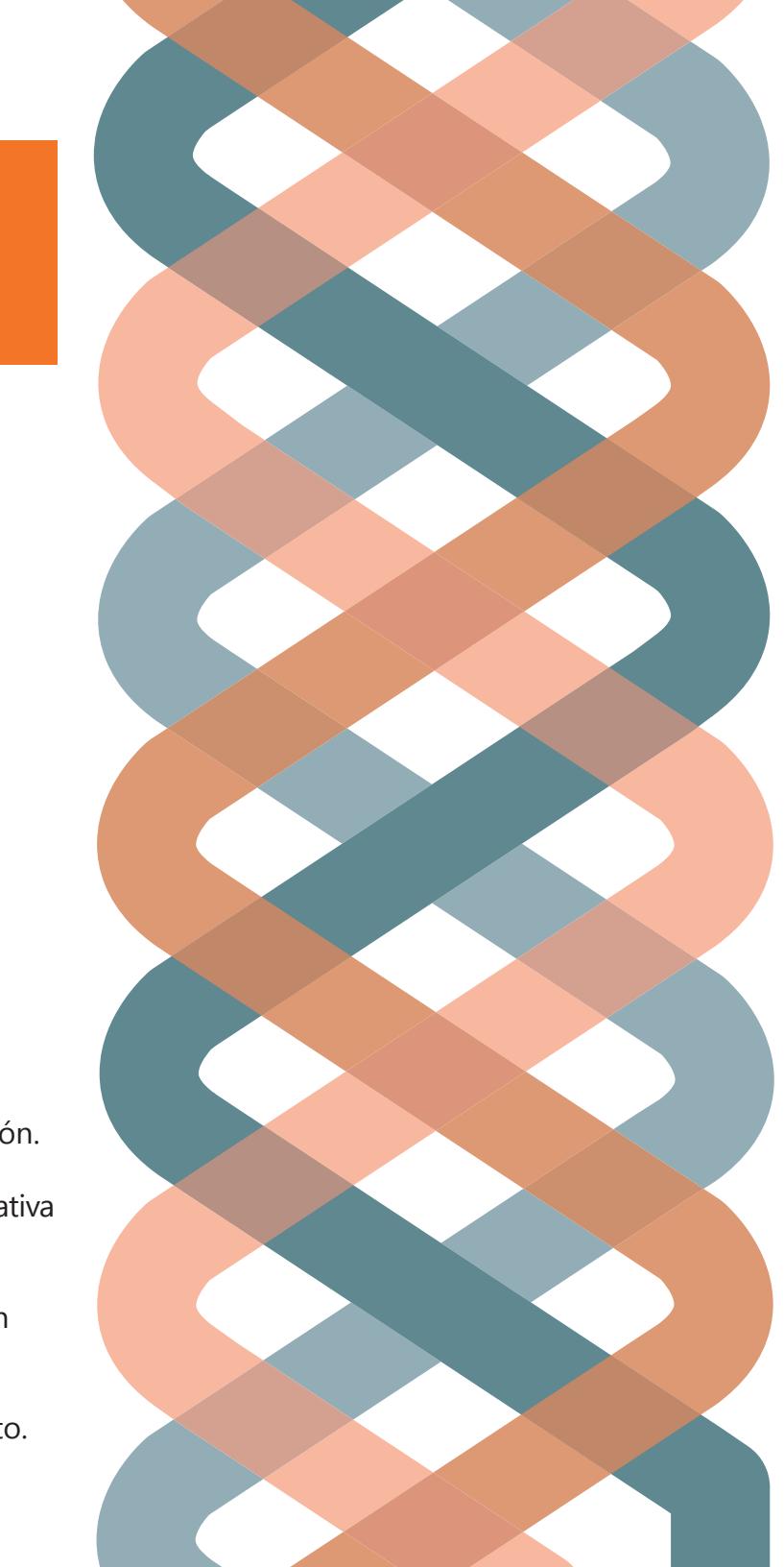
En estos momentos se puede subclasificar a quién pueden ir dirigidas:

- A los diseñadores gráficos
- A la institución
- A la Escuela de Diseño Gráfico

En la redacción de las lecciones aprendidas debemos tomar en cuenta que no tenemos que hablar del caso específico de nuestra experiencia, cosa que sí se puede aceptar en la actividad anterior.

Aquí debemos pasar de la experiencia a la generalización o universalización, pensando quizás en lo que les pudiera servir a otros diseñadores o instituciones en otro lugar o tiempo, pero en situaciones parecidas al problema y su solución.

CONCLUSIONES



En esta etapa se redacta:

- 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 desarrollo del proyecto.



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 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.

3. FASE DE SÍNTESIS

INTRODUCCIÓN

Los procesos de graduación existen para que los estudiantes puedan culminar sus estudios y demostrar que tienen las capacidades suficientes para ejercer su profesión ante la sociedad. En la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, UŚAC, se solicita a los estudiantes desarrollar un Proyecto de Graduación que integre los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, dejando un aporte a la sociedad guatemalteca al dar solución a un problema de comunicación visual. Para orientar al estudiante en el proceso de elaboración del proyecto se ha dividido en fases que se han consolidado en una Guía Metodológica, que se les entrega como herramienta de apoyo desde el 9no. semestre.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La Guía Metodológica proporcionada para las asignaturas de Proyecto de Graduación I y II es documento para uso académico y está en proceso de revisión, por lo cual su contenido y estructura aún no es definitiva, lo que evidencia la necesidad de comunicación visual que presenta esta Guía por estar en fase exploratoria.

JUSTIFICACIÓN

Que los estudiantes comprendan el contenido de esta Guía Metodológica mejorará los

PÁGINA 1 DE 2 730 PALABRAS ESPAÑOL (GUATEMALA)

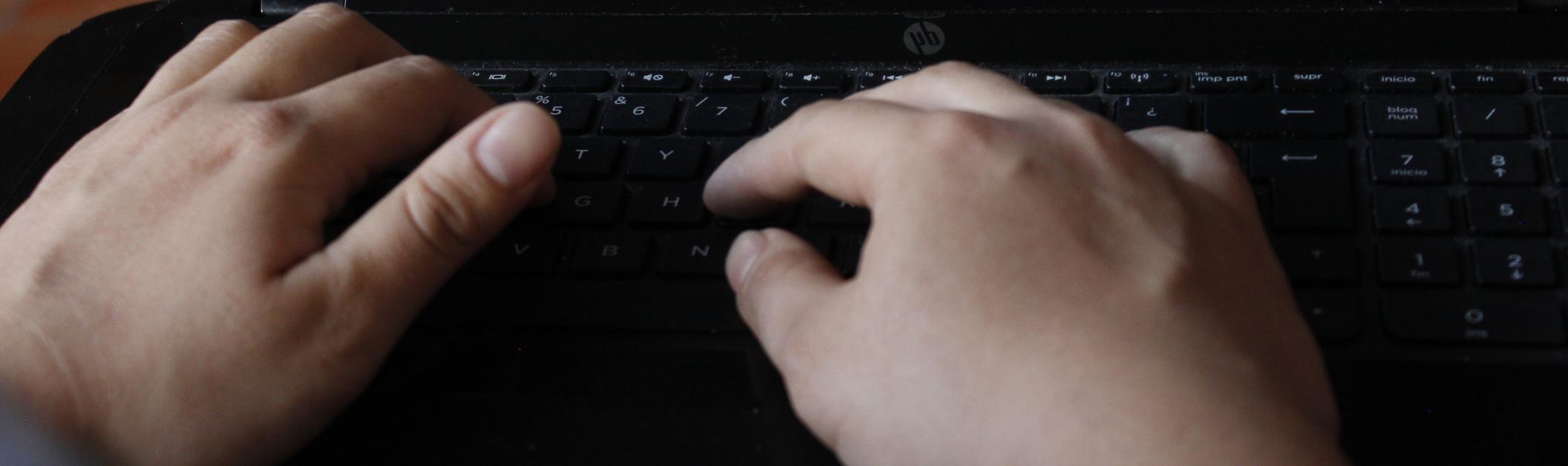


Activar Windows
Ir a Configuración de PC para activar Win



Vínculos

ESP



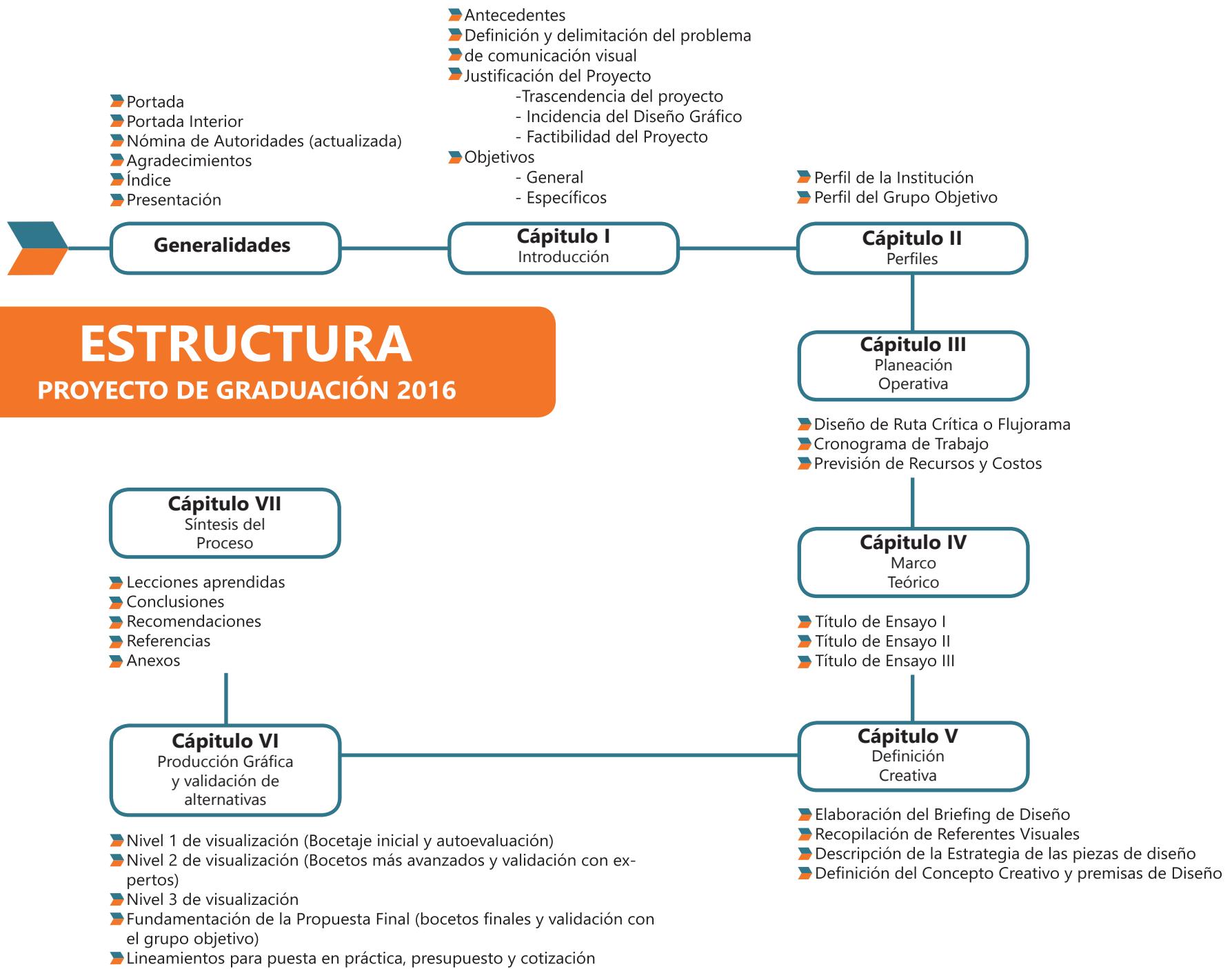


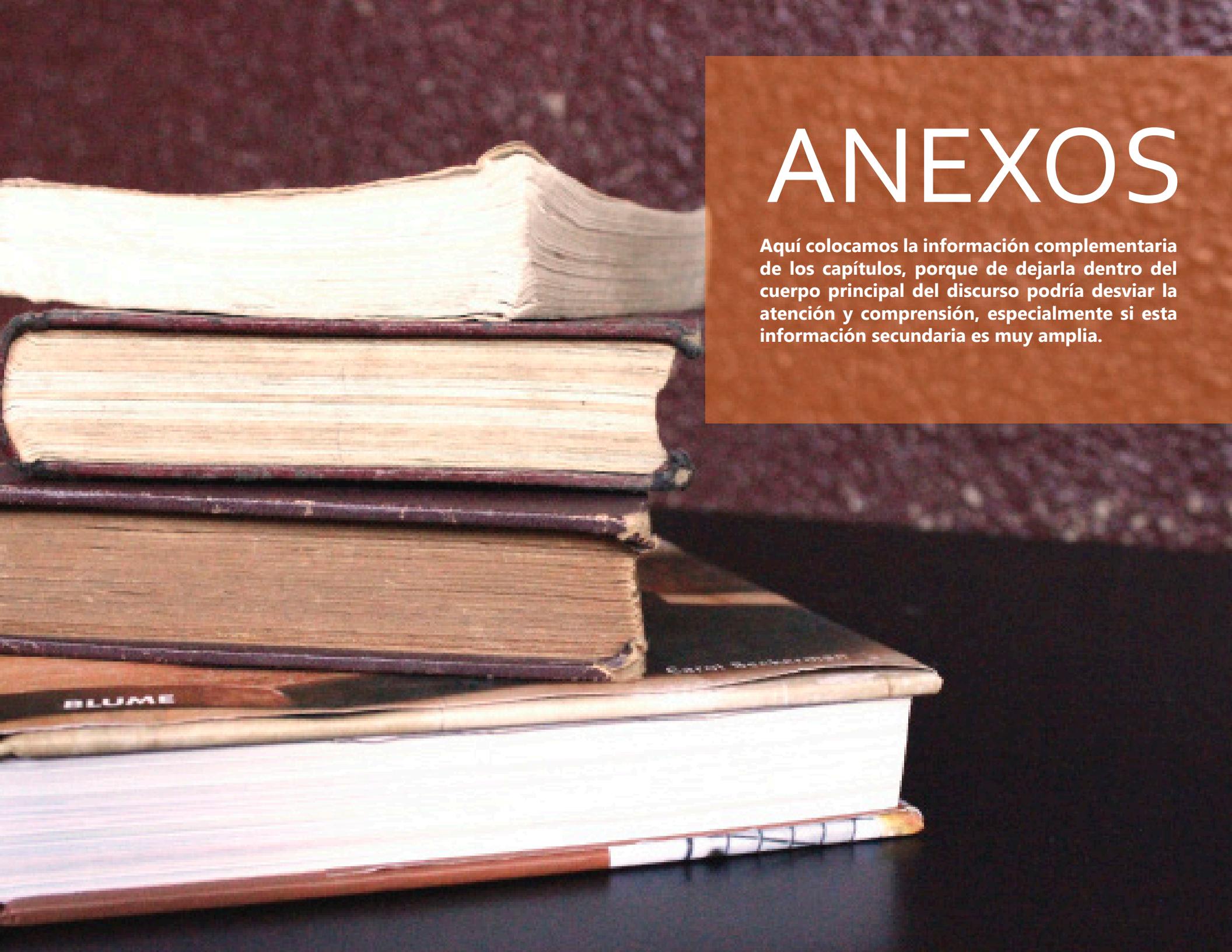
REDACCIÓN DEL INFORME

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, 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.

Hay que considerar que para citar las fuentes de investigación se debe hacer según el sistema APA versión 6 en español.





ANEXOS

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 1



Listado de verbos para redactar los objetivos del Proyecto

Verbos para estructurar el objetivo general

- Apoyar
- Colaborar
- Fomentar
- Fortalecer
- Contribuir
- Desarrollar

Verbos para estructurar el objetivo de comunicación visual institucional

- Educar
- Capacitar
- Informar
- Persuadir
- Invitar
- Convocar
- Gestionar
- Facilitar
- Integrar
- Instruir
- Documentar
- Ordenar
- Estructurar
- Atraer

Verbos para estructurar el objetivo de diseño

- Diseñar
- Elaborar
- Diagramar
- Ilustrar
- Graficar
- Crear
- Producir
- Integrar
- Jerarquizar
- Enfatizar
- Aplicar
- Ordenar
- Adaptar
- Codificar
- Implementar
- Registrar
- Representar
- Adaptar
- Mediar

ANEXO 2



ANEXO 3



Validación

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

En el caso de este último puede llevarse a cabo a través de una prueba piloto que 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.



ANEXO 3

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. Para determinar la muestra con la que se realizará la prueba piloto debe tomarse en cuenta la caracterización del grupo objetivo que se define en el proyecto.

Cuando ya se tienen los resultados de la validación, se hace el agrupamiento de la información y se empieza a tabular los 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 diseñador considere y a lo que se estaba buscando de acuerdo a los objetivos planteados.

ANEXO 3



A continuación se presentan algunas directrices generales para poder llevar a cabo esta fase:

- 1 Comprensión:** que el grupo objetivo entienda todo el contenido del material gráfico presentado en el proyecto de comunicación visual.
- 2 Atracción:** que el grupo objetivo se sienta atraído, interesado o agradado por el material gráfico.
- 3 Aceptabilidad:** que el material gráfico sea aprobado por el grupo objetivo e, igualmente, le resulte admisible y plausible.
- 4 Involucramiento:** que el grupo objetivo se identifique con el tema y los contenidos del material.
- 5 Persuasión:** que el grupo objetivo identifique fácilmente lo que se le pide o sugiere y que esté convencido de hacerlo.

ANEXO 3

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

La cantidad de preguntas depende de la complejidad del proyecto y lo importante es elaborar un instrumento con preguntas que eviten dirigir las respuestas de las personas.

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 4

Recomendación para la reproducción y difusión

Aunque la siguiente guía enfatiza el desarrollo de material editorial puede servir de base para construir este contenido para otros tipo de material.

TIPO DE PREGUNTA	APLICACIÓN
Preguntas abiertas	¿Qué? ¿Porqué? ¿Cómo? ¿Quién?
Preguntas para sondar	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 incomprendión de las respuestas, sino son para precisar o confirmar algo que se mencionó, por ejemplo, ¿entre esto y aquello qué elegiría? ¿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 las adolescentes? ¿Qué es lo primero que haría si le sucediera a usted? ¿Qué paso sería el primero?

