

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

"Diseño de la imagen gráfica y lanzamiento de la iniciativa Polígonos zine."

PROYECTO DE GRADO

EDGAR ROLANDO LUTHER DE LEÓN
CARNET 10573-14

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2018
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

"Diseño de la imagen gráfica y lanzamiento de la iniciativa Polígonos zine."

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
EDGAR ROLANDO LUTHER DE LEÓN

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2018
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. ANA ISABEL CAHUEX SOLANO

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTÍZ PERDOMO
MGTR. JULIE GRAJEDA GRAJEDA - BRADNA
MGTR. MARIA DEL ROSARIO RECINOS MARQUEZ

Orden de impresión



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 031378-2018

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado del estudiante EDGAR ROLANDO LUTHER DE LEÓN, Carnet 10573-14 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0385-2018 de fecha 3 de septiembre de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"Diseño de la imagen gráfica y lanzamiento de la iniciativa Polígonos zine."

Previo a conferírsele el título de DISEÑADOR GRÁFICO en el grado académico de LICENCIADO.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 4 días del mes de septiembre del año 2018.




MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar

Carta del asesor

Reg. No. DG.140-2018

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los veintitrés días del mes de mayo
de dos mil dieciocho.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **EDGAR ROLANDO LUTHER DE LEÓN**, carné **1057314**, cumplió con los requerimientos del curso de Proyecto de Grado en Diseño Gráfico.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Presentación de Proyecto de Grado, previo a optar al grado académico de Licenciado(a).



Lic. Ana Isabel Cahuex Solano
ASESOR DE PROYECTO

Indice

01	Proyecto en general y familiarización
ooo	
10 - 11	

02	Necesidad y objetivos
ooo	
12 - 13	

03	Marco de referencia
ooo	
15 - 54	

04	Contenido teórico de diseño
ooo	
55 - 96	

05	Comprensión de grupo objetivo
ooo	
97 - 102	

07	Diseño de concepto
ooo	
107 - 124	

06	Contenido del material gráfico
ooo	
103 - 106	

08	Codificación del mensaje
ooo	
125 - 134	

09	Planeación estratégica de medios
o o o	
135 - 148	

13	Propuesta final y fundamentación
o o o	
207 - 248	

10	Proceso de bocetaje
o o o	
149 - 180	

14	Producción y reproducción
o o o	
249 - 266	

11	Propuesta preliminar
o o o	
181 - 194	

15	Conclusiones y recomendaciones
o o o	
267 - 270	

12	Validación
o o o	
195 - 206	

16	Referencias y anexos
o o o	
271 - 348	



Resumen

Actualmente en el país, el diseño gráfico se encuentra desarrollándose constantemente, cada día hay nuevas necesidades que el área necesita cubrir, más empleo y oportunidades de crecimiento, Dentro del gremio existen diversos festivales colectivos e instituciones que apoyan el crecimiento del diseño, a través de festivales, exposiciones, talleres, conversatorios, revistas, publicaciones, entre otros. Las áreas que hoy en día son reconocidas en el mercado son: fotografía, diseño publicitario, ilustración y diseño, entre otros. No obstante existen áreas de diseño que se encuentran aún creciendo y desarrollándose dentro del país. El diseño 3d, es un área que se está gestando y actualmente no existen plataformas, materiales o instituciones que apoyen el aprendizaje, exposición y desarrollo de diseño y animación 3d.

Con base a los hechos y la realidad actual, Se desarrolla la propuesta Polígonos, un espacio dedicado al diseño y animación 3d, exposicion, comunicacion, y aprendizaje enfocado en esta disciplina, con el objetivo de crear una comunidad de diseño 3d, un colectivo, una solución para apoyar el crecimiento del área de forma integral; de acuerdo a la necesidad y los objetivos se desarrolló el siguiente proyecto, diseñando e implementado una estrategia para gestar el proyecto, contenido y espacio dedicado al diseño 3d.



poligonos

El diseño como tal alimenta los ojos hambrientos de cultura, la diversificación de técnicas enriquece la imaginación y creatividad de posibilidades. El diseño 3d alejado del concepto de imagen digital, es la ilusión de perfección y el redimir de la realidad. Una imagen gestada en una pantalla y concebida pixel por pixel. Desde el wireframe hasta los materiales y detalles más pequeños, el diseño 3d cumple la función de representar todo aquello que deseamos observar, tocar, sentir y que sólo podemos imaginar, la representación visual perfecta de productos, marcas, servicios y sentires que se desarrollan y complacen con el diseño y animación 3d.

A continuación se presenta el desarrollo de la familiarización con el cliente recabando los datos e información del proyecto que se llevará a cabo. **(Ver anexo 1 Brief de Cliente).**

En Guatemala existen diferentes eventos, festivales, materiales y colectivos que buscan destacar lo mejor de ciertas áreas de diseño (como fotografía, ilustración, publicidad, entre otros). Con base a las circunstancias actuales nace un proyecto de emprendimiento llamado “Polígonos”, un *zine* digital que busca brindar un espacio dedicado al diseño/animación 3d a través de contenido que enriquezca los conocimientos, referencias, propuestas, preguntas y soluciones sobre el diseño 3d.

Polígonos es un proyecto no lucrativo, bajo el formato de *zine* digital (trimestral), que a través de contenido informativo y educativo, busca expandir y dar a conocer el diseño y animación 3d en Guatemala. Desarrollando entrevistas, artículos, ensayos, análisis, generando una interacción digital dentro del espacio. Tiene como intención principal desarrollar una plataforma de diseño dedicada al aprendizaje, exposición y opinión.

Este proyecto busca generar una conexión entre diseñadores que conocen el diseño 3d y los que desean aprender siendo un objetivo desarrollar una comunidad alrededor de la plataforma.

Polígonos tiene como filosofía buen diseño, calidad y pasión por la técnica, con base a la dedicación y amor por la profesión. Por lo que este busca identificarse y transmitir un perfil de diseño autodidacta y colectivo, siendo una de las principales causas, el compartir y generar un espacio de intercambio de conocimiento y aprendizaje para diseñadores que saben o quieren aprender sobre 3d.

Actualmente Polígonos no tiene una competencia como tal, sin embargo, cabe resaltar que diseñadores enfocados en el área 3d comparten proyectos en las redes sociales con el objetivo de exponer y obtener retroalimentación, seguidores, colaboraciones, entre otras razones; por lo que el proyecto busca recolectar estas acciones en un espacio que pueda tener mejores resultados y mayor alcance de audiencia.

Debido a que el proyecto no ha sido lanzado y maneja un concepto nuevo, se necesitará informar y dar a conocer cual es su función, objetivos y el propósito de su contenido, a través de publicidad en redes sociales, eventos y apoyo de marcas relativas al proyecto.

Cabe destacar que el proyecto busca exponer el diseño 3d y ser una herramienta para impulsar nuevos talentos, proyectos y actividades relacionadas con el diseño y animación 3d.

El reto de diseño y comunicación inicia en el desarrollo de la identidad visual dentro y fuera de la plataforma, esta debe ser efectiva en la comunicación del contenido de Polígonos, de manera que facilite a las personas adquirir la información y obtener acceso al espacio y material.

El éxito del proyecto se observará a través de la lectura, visitas en los artículos, interacción dentro del sitio web, retroalimentación sobre el material publicado, comentarios en las redes sociales sobre el proyecto, asistencia y participación en actividades presenciales.





El proyecto de inicio cuenta con un presupuesto base de Q4000.00, para la curación y publicidad tanto del evento como de la primera edición sin embargo, también se tendrá apoyo por parte de 1001 Noches, quien brindara el espacio para el lanzamiento de Polígonos. Se desarrollarán talleres que tendrán como objetivo recaudar fondos para el mantenimiento y funcionamiento del proyecto.

El proyecto desarrollará una alianza con estudios y diseñadores que se dedican a la animación y diseño 3d, esto con el objetivo de publicitar, apoyar e impulsar el crecimiento del área a través del proyecto cuando se lance al público.

A continuación se presenta la propuesta aliados:

- María José Calderón
- Daniel Molina
- Herber Salguero
- Gerardo Palencia
- Amorfo
- Krft Studio
- Klap Studio
- Mosh.tv
- Animarte

El proyecto también tienen como meta solicitar apoyo a las universidades del país que cuentan con la carrera de diseño gráfico, y establecimientos que se enfoquen en diseño digital, con el objetivo de tener una base de datos previo al lanzamiento del proyecto para distribuir y desarrollar un plan de medios digital.

A continuación se presenta la propuesta de instituciones:

- Universidad Rafael Landívar
- Universidad San Carlos de Guatemala
- Universidad del istmo de Guatemala
- INTECAP (Instituto Técnico de Capacitación y Productividad).

A través de la planeación estratégica de desarrollo y publicación del proyecto se llevó a cabo un cronograma que detalla el contenido y estrategia a utilizar previo, durante y después del lanzamiento del Polígonos en el año 2019.

Descripción	Desarrollo	Objetivo	Fecha
Preparación de redes sociales.	Diseñar, publicar información y contenido de la marca.	Dar a conocer Polígonos al grupo objetivo	10/01 - 14/01
Creación y promoción de evento-digital de lanzamiento.	Diseñar y publicar la información del evento preparación de contenido.	Presentar e informar al grupo objetivo del lanzamiento de la primera edición de Polígonos.	15/01- 19/01
Postpromoción recordatorio y adelanto de contenido	Diseñar, publicar información del evento y el contenido de la primera edición.	Recordar e informar al grupo objetivo del evento y el contenido de la primera edición de Polígonos.	20/01 - 26/01
Desarrollo de evento preparación de itinerario y logística.	itinerario del evento: - video introductorio a POLÍGONOS - 2 speakers nacionales de la primera edición - Conversatorio de tema de opinión de la primera edición.	Interactuar y conocer a profundidad el contenido y las personas que colaboraron en la primera edición de Polígonos.	02/02
Lanzamiento del sitio web y la primera edición de Polígonos.	Preparación del sitio web. Curación y mantenimiento	Lanzar el material de la primera edición de Polígonos.	03/02
Publicidad postlanzamiento.	Diseñar y publicar contenido e información de la primera edición.	Recordar e informar al grupo objetivo de la primera edición de Polígonos.	05/02 - 20/02

Cronograma de elaboración de proyecto Polígonos - Elaborado por el cliente.





2.0 NECESIDAD

El diseño gráfico en Guatemala actualmente se ha desarrollado en diferentes áreas como la fotografía, ilustración y publicidad, apoyando el crecimiento del gremio a través de reconocimiento y exposición de profesionales, festivales, colectivos, y espacios dedicados al diseño. Sin embargo existen áreas de diseño gráfico que se encuentran creciendo y necesitan ser impulsadas por el gremio para ser reconocidas en el mercado. Polígonos, es un proyecto que tiene por misión abrir un espacio dedicado al diseño y animación 3d, actualmente el proyecto se encuentra en proceso de gestación y por lo mismo carece de identidad, vinculación y comunicación atractiva para los diseñadores y estudiantes interesados en el área. Como también se necesita delimitar el espacio, formato y logística para informar y transmitir el contenido. Lo que representa que el proyecto no se puede percibir y comunicar de manera funcional y como consecuencia no podrá llamar la atención y no se genera una conexión con los usuarios.

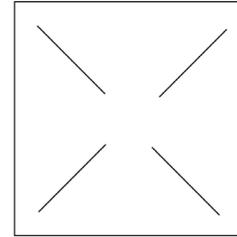
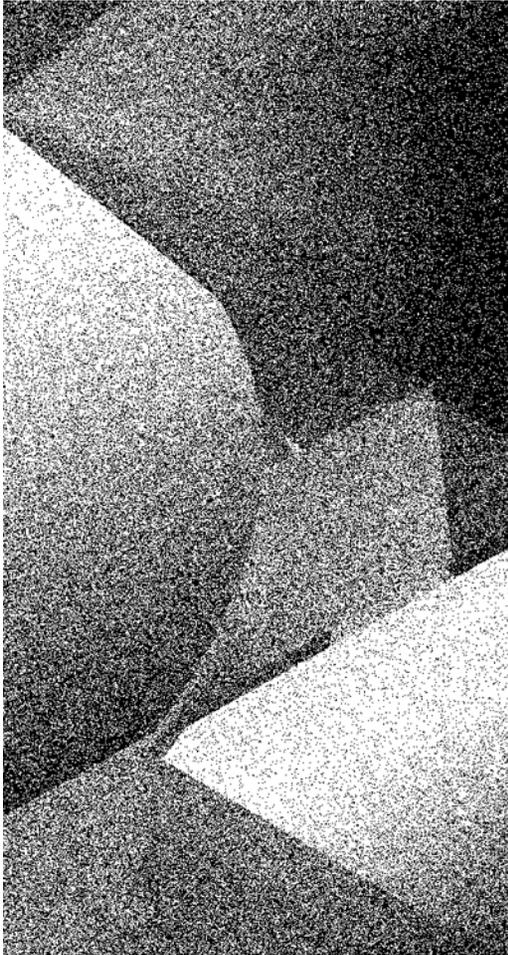




3.0 OBJETIVOS

- Desarrollar la imagen gráfica de Polígonos para identificar y generar una presencia en el gremio, y se encuentre presente en las piezas y canales de comunicación del proyecto para ser reconocido y generar una comunicación visual integral con los profesionales y estudiantes interesados en el área de 3d.
- Diseñar el sitio web con el fin de generar el espacio principal para el contenido de Polígonos de forma organizada y estética para que los usuarios puedan observar la información y el material gráfico de manera estructurada y funcional.
- Crear material informativo digital e impreso que permita comunicar e informar sobre el proyecto, el sitio web y evento de lanzamiento, con el objetivo de presentar a los usuarios la identidad, contenido y el desarrollo de Polígonos.





Gestión de la estrategia de diseño:

4.0 Marco de Referencia

Recopilación de información del cliente y del tema.

Dentro de este segmento de la estrategia se investigó y recopiló datos e información y aspectos relevantes del proyecto. Información del cliente, eje, tema, competencia, entre otros. Con el objetivo de poder tomar decisiones y elaborar propuestas con fundamento y desarrollar un criterio ante el proyecto y su desenvolvimiento.



4.1 INFORMACIÓN DEL CLIENTE



Imagen proporcionada por la empresa
Logotipo de POLÍGONOS - zine digital de Guatemala.



Imagen proporcionada por la empresa
Retrato Rolando Luther - Render 3d publicado.

NOMBRE DE LA EMPRESA O MARCA: POLÍGONOS

¿Como nace el proyecto?

Este proyecto fue propuesto por Rolando Luther, quien es un estudiante de diseño gráfico que actualmente labora como freelance en Ilustración y animación 3d. Se caracteriza por la continua experimentación y pasión por el diseño gráfico. Una de las razones personales que lo llevó a desarrollar este proyecto fue su propia experiencia al aprender diseño 3d, puesto que él aprendió observando tutoriales, practicando constantemente y buscando referencias.

Actualmente, continúa aprendiendo con pleno conocimiento de plataformas, recursos, información y softwares de trabajo, y sobre todo el conocimiento las oportunidades y campos laborales que se encuentran dentro y fuera del país, como también el desarrollar una relación con las diferentes redes profesionales de diseño 3d .

A partir de este aprendizaje hasta la actualidad indagó e investigó sobre otras experiencias. Tanto dentro de Guatemala como fuera, conoció a otros diseñadores 3d, que aprendieron de manera similar. Lo que más le llamo la atención fue una situación que observó en España, Barcelona, puesto que el número de personas que se dedica a 3d es alto y sigue creciendo.



Se ha desarrollado una comunidad y equipos de trabajo, que labora y trabaja según sus capacidades y comparten sus proyectos para desarrollar un mejor resultado. Aumentando el desarrollo profesional y la necesidad de especializaciones más profundas. Este fenómeno no solamente se ha desarrollado en Barcelona, sino también Argentina, Alemania, Estados Unidos y en otras partes del mundo.

Esto provocó cuestionarse si el conocimiento, oportunidad y potencial laboral en diseño 3d se encuentra aún en desarrollo y es necesario impulsarlo para generar un cambio positivo en el gremio generando conexiones y oportunidades de crecimiento.

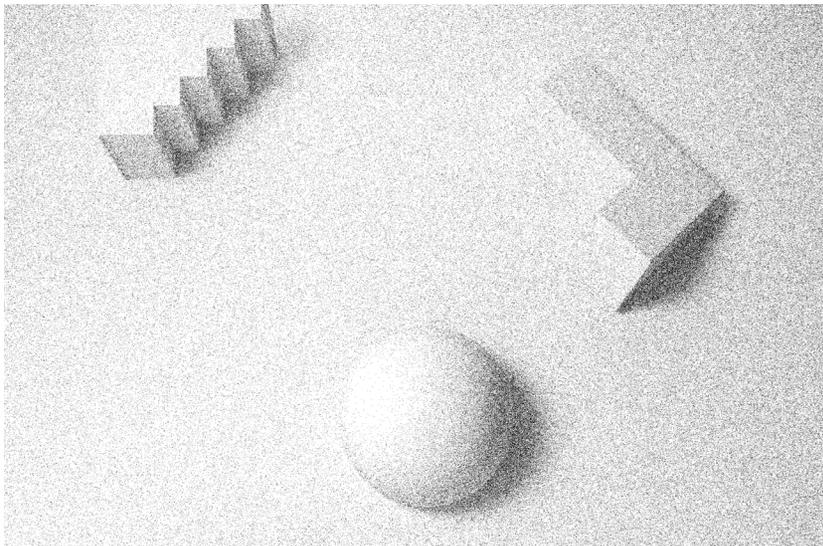


Imagen proporcionada por el diseñador
Pieza gráfica (Render 3d publicado).

Objetivos

Crear un espacio dedicado al diseño / animación 3d en Guatemala, a través de contenido que enriquezca los conocimientos, referencias, propuestas, preguntas, y soluciones sobre el tema.

¿Por qué?

Es importante crear un espacio que permita el desarrollo del diseño 3d alrededor de la cultura y mercado guatemalteco, para generar un plataforma de exposición y una comunidad, que hable e impulse el diseño 3d dentro del país.

Filosofía

El aprendizaje, reflexión, opinión, exposición y el compartir conocimientos tiene un valor incalculable para el enriquecimiento y desarrollo del diseño 3d en Guatemala, por ello es necesario crear una comunidad que apoye y mejore la calidad de diseño y nivel profesional en el país, puesto que representa una mejora de valor profesional, educativo y cultura.

Función de la marca

Desarrollar un sitio web que presente contenido de diseño 3d, que beneficie y interactue con las personas interesadas en aprender a trabajar y colaborar en esta área.



Datos de contacto

Sitio web: www.Poligonoszine.com

Teléfono: (502) 5645-2254

Redes sociales: [Facebook.com/Poligonoszine](https://www.facebook.com/Poligonoszine) - [Instagram.com/Poligonoszine](https://www.instagram.com/Poligonoszine)

Objetivos del proyecto

Desarrollar una identidad gráfica que llame la atención del grupo objetivo y genere una conexión con el usuario, dentro de la plataforma digital de Polígonos a través de su contenido.

Elaborar material informativo que permita a Polígonos informar e interactuar con el usuario a través de los canales de comunicación con el objetivo de llamar la atención del grupo objetivo hacia el contenido, material y actividades.

¿Qué se quiere lograr?

Crear un espacio para el diseño 3d y generar una comunidad que se desarrolle en el mercado y cultura del país, haciendo crecer el diseño y animación tridimensional en Guatemala.

Recursos de la empresa

Sitio Web y redes sociales, el proyecto de inicio cuenta con un presupuesto base para publicidad, piezas promocionales, logística de evento de lanzamiento y contenido de la primera edición.

Competencia

El proyecto actualmente no cuenta con una competencia directa pero sí busca intercambiar la autopromoción y publicación individual de los diseñadores 3d por esta plataforma en la que se busca generar un espacio grupal y expositores en general.

Alianzas estratégicas

Actualmente la empresa tiene alianza con algunos diseñadores 3d nacionales e internacionales y el estudio de animación "Amorfo", sin embargo se continua buscando alianzas con centros culturales como por ejemplo 1001 noches y el Centro Cultural de España en Guatemala.

Características del grupo objetivo

Diseñadores gráficos, estudiantes, directores de arte o agencias/estudios que desean aprender, trabajar y colaborar con el gremio del diseño 3d en Guatemala.





4.2 ANTECEDENTES DE DISEÑO

Polígonos es un proyecto que se encuentra en desarrollo por lo que no existen antecedentes gráficos como tal, sin embargo el proyecto cuenta con la propuesta de un imagotipo, el cual está compuesto por el icono de una esfera enmarcada y bajo el uso de tipografías serif el nombre del proyecto polígonos.

El significado del nombre proviene de la estructura de los modelos 3d, que se encuentran formados por “polígonos”, y la esfera cuenta con una textura de puntos para hacer una representación gráfica del volumen y su composición. El imagotipo utiliza color, la propuesta cuenta con las variaciones tradicionales para utilizarse según las circunstancias y características de la pieza y su producción.

El nombre del proyecto en general es Polígonos, y se utiliza el denominador “zine” para hacer referencia de su formato y lo que define el proyecto como también tener una presencia específica en redes sociales y en la web por lo que el dominio del sitio web es Polígonos-zine.com debido a la ambigüedad de la palabra “Polígonos”. Esto tomando de referencia proyectos tanto nacionales como internacionales de diseño que han desarrollado una identidad a través del nombre del proyecto utilizando el denominador para diferenciar, clasificar y desarrollo de usuarios en redes sociales.

El proyecto de emprendimiento Polígonos ya cuenta con un imagotipo para el desarrollo de su identidad gráfica. La propuesta representa visualmente la idea básica del volumen a través de la luz y sombra. Como también a través de texturas se busca hacer referencia a la composición y estructura de polígonos en el modelado 3d. De esta manera el imagotipo conecta con el concepto del proyecto puesto que el icono guarda relación con el diseño 3d básico y los aspectos del volumen en la forma.

Propuesta final de logotipo:

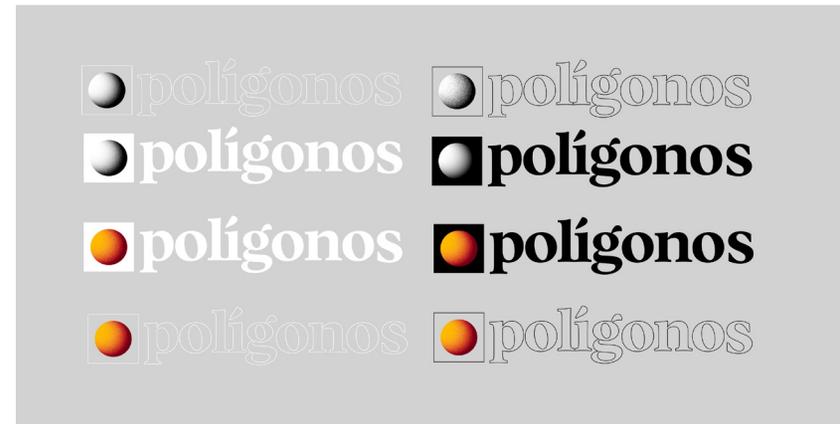


Imagen proporcionada por Polígonos
Imagotipo y sus variaciones (Render 3d publicado).



4.3 COMPETENCIA INDIRECTA: REVISTA BÁSICA

Revista básica es una plataforma digital, un sitio web que nació en 2016, desarrollado por David Bozareyes. El proyecto tiene como objetivo crear contenido que brinde información y pueda educar y plantear temas fundamentales de diseño y material que permita el crecimiento profesional de sus lectores.

Este proyecto se ha añadido dentro de la categoría objeto de estudio de la investigación como un proyecto alternativo y competencia indirecta nacional (**Ver anexo 2 guía de observación y resultados**).

A continuación, se presentan los resultados obtenidos con base a la guía de observación desarrollada para estudiar la gráfica de Revista Básica, como también la identidad gráfica, las piezas, formatos y las estrategias de contenido para el usuario.



Imagen obtenida en www.ba-si-ca.com
Introducción animada- Revista básica.



Imagen obtenidas en Ba-si-ca.com
Logotipo y encabezado - Revista básica.



Imagen obtenida en www.ba-si-ca.com
podcast 01 - Revista básica.



Identidad gráfica

El logotipo cuenta con dos variaciones "básica" la palabra como tal, y la versión de inicial, al utilizar la letra b modificada. De esta manera Revista Básica solventa el uso de imágenes representativas, la versión de la letra b se puede observar en piezas de contenido de redes sociales, en su mayoría eventos. El logotipo principal, por otro lado se encuentra en el sitio web y en la mayoría de publicaciones que respecta al contenido de básica. La identidad de la revista cuenta con una paleta de color sólida que se utiliza de manera estratégica en el contenido del sitio web y en redes sociales, como también existen diferentes contrastes combinaciones de color, que busca enriquecer el diseño de la revista.

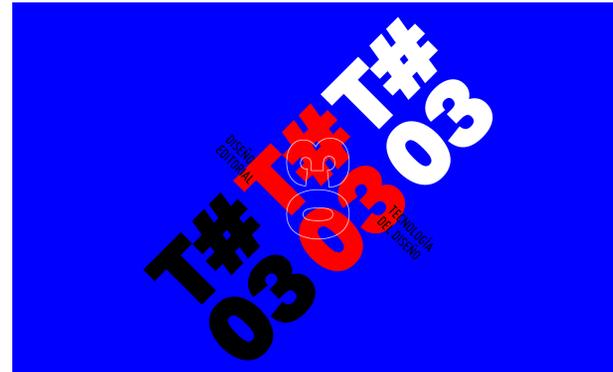


Imagen obtenida en Ba-si-ca.com
Imagen promocional - Revista básica.



Imagen obtenidas en facebook.com/revistabasica
Publicación digital - Revista básica.



Imagen obtenida en Ba-si-ca.com
Artículo Señor sonido - Revista básica.





Sitio web

Dentro del sitio web se puede observar diverso contenido acompañado de un sistema de navegación, sin embargo, se pierde la identidad gráfica por la desactualización de diseño.

La interacción con el sitio es funcional, se observó una serie de artículos, y un solo estilo de diagramación para todos los materiales y diferentes enlaces muertos, lo que hace que el sitio pierda calidad. Dentro de la web se observó también el uso adecuado de jerarquía de textos y tamaños estándar para fuentes digitales que se podía diversificar por los estilos de la tipografía del sitio web “Geomanist”, Sans serif tradicional.

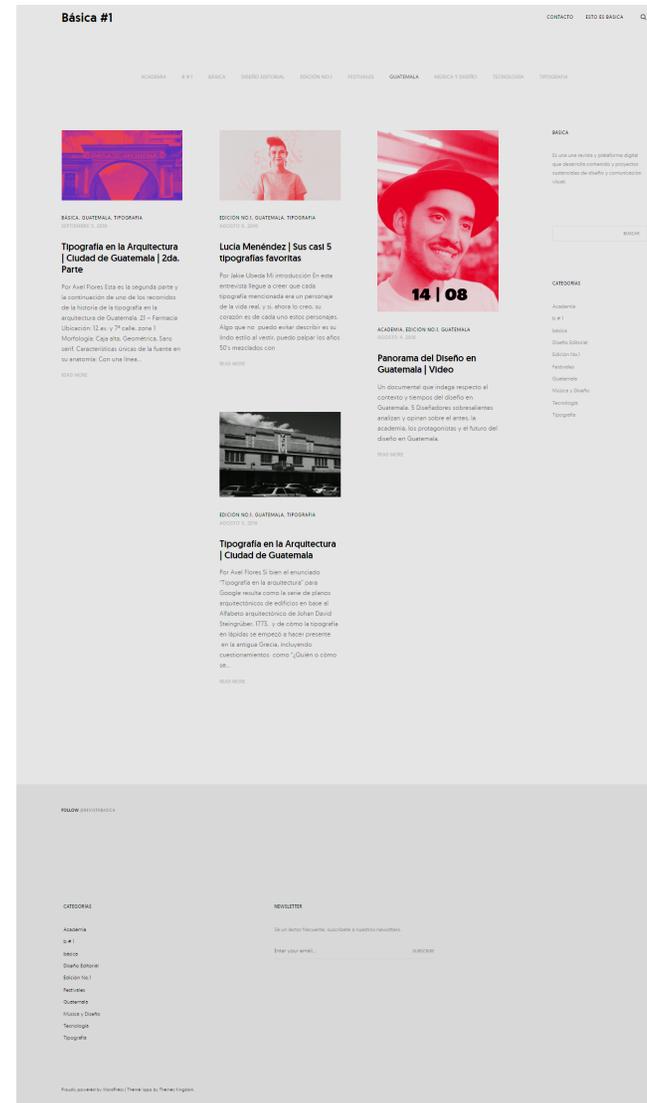


Imagen obtenida en www.ba-si-ca.com Home page - Revista básica.





Contenido (Redes sociales)

En las redes sociales se logró observar un uso más frecuente y consistente de la identidad gráfica, una retícula atractiva que permite crear contenido de forma alternativa en redes sociales como por ejemplo publicaciones compuestas en Instagram. Además se puede observar un uso desmedido de la paleta de color, lo que genera contraste y llama la atención sobre publicaciones del nuevo material de la revista.

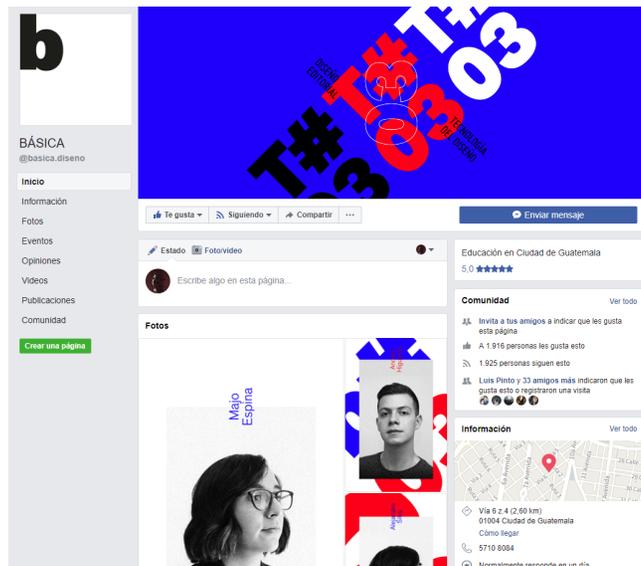


Imagen obtenida en facebook.com/revistabasica
Publicaciones digitales - Revista básica.

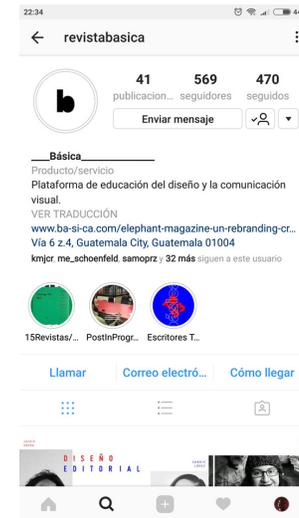


Imagen obtenida en instagram.com/revistabasica
Publicaciones digitales - Revista básica.





4.4 EMPRENDIMIENTO

El término emprendimiento según la Real Academia Española (RAE) (2018) se define como, “acción y efecto de emprender, cualidad de un emprendedor”.

Gerencie.com (2010) explica que la palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

Gerencie.com (2010) Emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

Varela (2001) define al emprendedor a partir de una serie de combinaciones de factores, las cuales denomina como el “evento empresarial”, siempre y cuando permitan la generación de una nueva empresa, estos eventos son: toma de iniciativa, acumulación de recursos, administración, autonomía relativa y toma de riesgo.

Emprendedor

Según Hisrich y Peters, (2002) “Una persona emprendedora es aquella que combina recursos, trabajo, materiales, y otros activos de una manera que su valor es mayor que antes”. Desde una perspectiva psicológica, lo definen como “personas que por lo regular son impulsadas por ciertas fuerzas, como la necesidad de obtener o lograr algo, de experimentar, de realizar, o quizá de librarse de la autoridad de otros”.





Contextualización

El emprender puede definirse en diferentes caminos o categorías. Desde negocios, proyectos no lucrativos, servicios, productos, entre otros. Olmos (2007) el proceso de creación debe ir acompañado por una imagen mental o idea que contextualiza la problemática y la solución dentro del proyecto, de manera que no se sobrevalore la solución y tenga como consecuencia incoherencias ante los aspectos del problema.

Problemática

Es necesario analizar desde diferentes puntos de vista la idea, encontrar el sentido y la coherencia en cada aspecto del proyecto a emprender de manera que se pueda estar consciente de su proceso de desarrollo. Olmos (2007) explica que es necesario determinar los elementos de un proyecto de emprendimiento a través de seis factores:

Calidad	Selección
Precio	Servicio
Ubicación	Rapidez

Es importante cuestionar el proyecto de emprendimiento honestamente con el objetivo de poder reconocer los debilidades y fortalezas que se encuentran durante el proceso, de manera que se pueda corregir y perfeccionar el proyecto.

Visión

Uno de los pasos más importantes para emprender un proyecto es tener claro los objetivos la visión y misión de a donde se quiere llegar y lo que se quiere lograr al emprender. Tobe (1998) definen la visión como “una imagen de un futuro deseado, una descripción de lo que pueden ser las cosas dentro de varios años”.





Misión

Además de visualizar a cierto plazo el impacto y las acciones que se desarrollaron con el proyecto, la misión persigue marcar metas, acciones, que buscan complementar o solventar la necesidad prevista con el proyecto. Leestma (2000), definen la misión como “una meta o sueño con un plazo de tiempo para cumplir”.

Estrategia y planificación

La estrategia es necesaria para complementar los conceptos anteriormente mencionados, puesto que se debe complementar y conectar la planificación de la visión junto con la misión que busca culminar en los objetivos, siendo el desarrollo de una estrategia de proceso y funcionamiento la herramienta ideal para una ejecución eficiente. Hoskisson (2001) define la estrategia como “un conjunto integrado y coordinado de compromisos y acciones diseñados para explotar las principales destrezas y obtener una ventaja competitiva”.

Análisis Foda

Byars (2001) refiere a esta técnica como “una actividad para evaluar las fortalezas y debilidades dentro internas en una compañía”. El desarrollo de la herramienta FODA, es importante, puesto que este permite sobrentender y analizar con detalle las fortalezas oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta el proyecto. Ello con el objetivo de evaluar cada uno de los elementos que componen el proyecto e identificar factores determinantes para el desarrollo correcto del mismo.



Imagen por spreitraining.com (2015)
Representación gráfica del análisis FODA.



Situación lucrativa y no lucrativa

Es importante definir dentro del proyecto la situación lucrativa y el desarrollo estratégico que parte de esta decisión. Bryson, (2004) menciona que al categorizar los datos e información de la empresa facilita el manejo de la misma: “clarificar y cumplir con la misión de la organización trae consigo muchos beneficios”.

Olmos (2007) especifica que las organizaciones no lucrativas tienen un trabajo mucho más estratégico en cuanto objetivos y los factores que ayudaran a definir el desarrollo y la funcionalidad del proyecto: “ las entidades no lucrativas necesitan reunir y administrar recursos para lograr sus metas, ¿Cuáles son sus recursos?, ¿Qué harán con ellos?, ¿Cuándo y quién los utilizará?”.

Código de ética y filosofía

Como parte de los fundamentos de un proyecto de emprendimiento se debe razonar y reconocer la filosofía de trabajo y código de ética, entendiendo como se desarrolla y bajo qué ideales se desenvuelve. Olmos (2007) cuestiona la gestación y justificación de cómo debe comportarse una organización y bajo qué ideales debe proyectarse “para que una organización sea exitosa, debe haber congruencia entre lo que dice y las actividades y acciones diarias”.

Concepto de producción

Para obtener un funcionamiento óptimo en el desarrollo del proyecto es importante analizar y reconocer el servicio, producto o negocio que se llevará a cabo con el objetivo de manipular y beneficiarse de los aspectos del proyecto. Burstiner (1997) recomienda imaginar el proceso de producción como un sistema que comprende los siguientes elementos:

1. **Insumos: materia prima, mano de obra, capital, equipo, etc.**
2. **Proceso de transformación u operación que contribuirán a generar un producto final después de realizar varios pasos.**
3. **Productos: producto final elaborado.**



Diagrama de flujo y proceso

Olmos (2007) explica que el diagrama consiste en “utilizar dibujos para reflejar todas las actividades relativas a cierto procedimiento específico”. Esta herramienta tiene como objetivo encontrar y enlistar las debilidades y fortalezas del proceso y desarrollo del proyecto, como también busca organizar e identificar los aspectos de las actividades en las categorías pertenecientes.

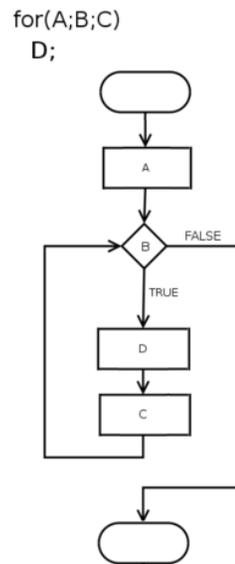


Imagen por researchgate.net (2008)
Representación gráfica del diagrama de flujo.

Recursos y materia financiera

Para desarrollar una gestión efectiva del proyecto es importante evaluar los recursos existentes y el estado financiero, tomando en cuenta el capital y los bienes con los que cuenta el proyecto, como también la probabilidad de oportunidades para el proyecto.

El sitio web EIEconomista.es (2010) presenta un artículo que explica la necesidad de elaborar un plan financiero y estrategia de recursos antes de solicitar préstamos o pedir patrocinio. Como parte de emprender es fundamental conocer las opciones existentes para conseguir fondos y apoyo financiero.

1. FFF (Family, friends and fools)
2. Capital riesgo
3. Inversores privados
4. Préstamo participativo
5. Crowdfunding





4.5 EMPRENDIENDO EN DISEÑO

Diseño una herramienta fundamental para emprendimiento

El diseño es una herramienta importante para cualquier contexto o situación el desarrollo de comunicación entre los seres humanos. Reconocido como un factor clave para el éxito de empresas, servicios y productos; puesto que diferentes marcas y ejemplos han llevado a cabo un arduo trabajo de diseño, que ha logrado posicionarlos en la mente de los consumidores.

Para emprender, hoy en día es fundamental contar con el diseño para gestionar y desarrollar un proyecto de emprendimiento.

Young-Marketing.com (2017) desarrolló un artículo que explica y comparte ciertos detalles que favorecerán el desenvolvimiento de ideas y estrategia al momento de emprender, explicando que tomar en cuenta antes, durante y después de desarrollar una estrategia y diseñar el proyecto.

**Es importante preguntarse:
¿Qué necesito para iniciar?**

¿Cómo iniciar un proyecto?

Es importante que el primer paso antes de empezar, sea definir los objetivos del proyecto, puesto que más allá de la idea y estrategia del negocio se debe tener claro por qué se hace. Young-Marketing.com (2017) menciona desde una página web hasta un empaque o una aplicación, el diseño debe ir orientado hacia la utilidad. Qué funcionalidad tiene el empaque del producto, es útil o no, crear una aplicación para promover un servicio o cómo lograr interacciones eficaces con los usuarios son algunas de las vías que se pueden aplicar para empezar a diseñar.

¿Cómo interactuar con el usuario?

Aunque los medios utilizados sean digitales, se debe desarrollar una comunicación con el usuario con el objetivo de entablar una conversación de acuerdo a la experiencia obtenida o que obtendrá. Los diferentes factores de comunicación dependerán del producto o servicio que se brinde, de esto también se tendrá en cuenta el nivel gráfico, diseño de interfaz o experiencia y la funcionalidad.

¿Cómo evaluar el proyecto?

La manera más básica de evaluar el producto o servicio es desarrollando una validación, lanzamiento previo o hacer tests con personas seleccionadas. De esta manera se conocerá el nivel de efectividad y el estudio real de los resultados del proyecto.





4.6 PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

Diseñadores Gráficos, ¿por qué emprender al terminar la U?

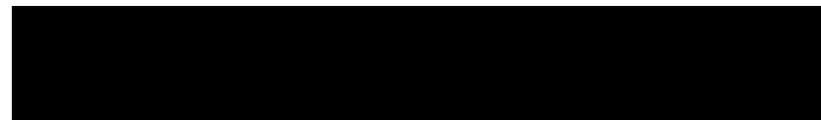
En 2017, Cristina Chavarría desarrollo una conferencia enfocada en las razones adecuadas para desarrollar un proyecto de emprendimiento llamada “¿Por qué emprender al terminar la U?”.

Actualmente, Cristina se encuentra a cargo del CCE/G (Centro Cultural de España en Guatemala), este se integra a la Red de Centros Culturales de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) como parte de la Cooperación Española en Guatemala, ubicado en 6ta. avenida 11-02 zona 1, Centro Histórico, en el segundo nivel de reconocido recinto “Cine Lux”.

El desarrollo teórico y práctico de proyecto de emprendimiento necesita más allá de un presupuesto y estrategia, una razón para existir una filosofía de que permita defender e identificarse con las personas. Por lo que explica y desglosa una lista de razones adecuadas para emprender.

“La humanidad me necesita”

Es necesario contextualizar y conocer la realidad. Al desarrollar un proyecto de emprendimiento es necesario informarse y tener claro la necesidad que se está cubriendo, es decir si nuestro proyecto va generar un cambio positivo, tomando en cuenta que el objetivo final es buscar un desarrollo, en la sociedad, y el proyecto que se busca realizar aportará ese grano de arena al desarrollo colectivo.



“Seré feliz por siempre”

Cristina (2017) hace una reflexión sobre la idea de ser felices haciendo lo que más le apasiona a cada individuo, sin embargo, es necesario ser conscientes, de que emprender no es nada fácil e incluso es mucho más difícil que participar y trabajar para alguien. Finalmente, si de verdad se desea llevar la idea a cabo, no importara cuántos obstáculos existan la persona se encontrará contento y en paz al seguir adelante con el proyecto.

“Lo hago por mi cuenta y riesgo”

Ser conscientes, saber que hay responsabilidades y cada cosa de la que se realice tendrá una reacción, por lo que hay que actuar y desarrollar el proyecto con profesionalismo, enfocado en la meta y objetivos por los que se emprende.





“Conozco la técnica pero no como mejorarla”

El estudiar e investigar ayudará a desenvolver el proyecto y a desarrollar cada uno de los pasos, no obstante es necesario saber cómo cambiar la estrategia, reconocer las potenciales oportunidades, tomar los riesgos y tomar las decisiones que brindaran al proyecto esa plusvalía que lo hace único para resolver de manera efectiva y original una necesidad.

“Trabajar para alguien no me permite ver en grande”

Cristina (2017) menciona que aunque es una experiencia enriquecedora laborar con un equipo, esto al fin y al cabo no permitirá conocer y entender el contexto o la necesidad que se trabaja. La persona debe alejarse y trabajar por su cuenta para poder observar los diferentes matices, problemática y oportunidades que hay a su alrededor.

“Quiero inspirar al mundo”

Es importante entender que la inspiración es algo recíproco, hoy en día existe gente que inspira personal y profesionalmente, por su modelo de trabajo y la trayectoria, han despertado interés de otras personas que más allá de admiración han inspirado a moverse, siendo esto diferente para cada individuo.

Se debe tomar en cuenta que al momento de emprender es necesario compartir conocimientos y experiencia con las siguientes generaciones para que ellos al igual que las anteriores, creen un mejor trabajo, solución y desarrollo.





“Quiero generar recursos”

Al desarrollar un proyecto de emprendimiento es importante reconocer que se debe generar recursos, ya sea espacios, educación, información, servicios, medios, etc. Puesto que el generar recursos, también permitirá el crecimiento de la empresa de forma horizontal y el desarrollo de alianzas y comunidades de proyectos que podrían crecer de manera conjunta, agregando un valor y finalmente buscando contribuir con el gremio, sociedad o país.

“Necesito llevarlo a cabo”

Aunque se cuente con una estrategia de negocios innovadora, un presupuesto sin límites, incluso con un equipo impecable de trabajo, las ganas, la pasión y en especial creer ciegamente en el proyecto es lo que se necesita para que el proyecto se mueva, puesto que sí verdaderamente, es algo que se necesita y se debe hacer a como dé lugar se trabajará y llevará a cabo, solo entonces se tendrá lo necesario para emprender.

“Quiero dejar algo en el mundo”

Es importante tomar en serio la huella, o legado que se desea dejar en la sociedad y en el mundo. Entender que cada proyecto que se trabaja puede significar algo positivo, ya sea pequeño o grande para el mundo y su desarrollo. Por lo que al llevar a cabo el proyecto de emprendimiento es necesario no olvidarse que hay mucho que se puede aportar y apoyar sin importar la marca que se construya.



“Crear valor”

Cristina (2017) concluye la conferencia explicando que sin importar de que trate el proyecto o lo que se desee realizar, se le debe dar vida. Debe tener un valor intangible, pero que todos lo puedan percibir, porque eso es lo que la gente inconscientemente apreciará más de la marca, esa idea filosofía o plusvalía que hace que las personas conecten con ella.

Finalmente, la experta explica que se debe tomar en serio los problemas que hoy en día se observan en la sociedad y que se tiene que ser astutos para manejar las ideas, y ser estrategias para emprender y cambiar el mundo.

Cabe destacar que durante la conferencia reveló dos listas que para ella contenían lo que se necesita y no se necesita para emprender de la manera correcta, las cuales se presentan a continuación:





Lo que NO necesitas para emprender:

- 1. Ego**
- 2. Las Supersticiones**
- 3. Desconfianza**
- 4. Pensamiento Cortoplacista**
- 5. Falta de Información**
- 6. Estereotipos**
- 7. Pensamiento Relativista**
- 8. La Parcialidad**
- 9. Presión de Grupo**
- 10. Emociones Abrumadoras.**

Lo que SÍ necesitas para emprender:

- 1. Curiosidad**
- 2. Flexibilidad**
- 3. Honestidad**
- 4. Confrontar la realidad como es**
- 5. Disposición**
- 6. Escucha**
- 7. Resultados de Investigación**
- 8. Enfocarse en la realidad**
- 9. Buscar la precisión**
- 10. Confiar**

Los "No" y "Si" de un emprendedor
Que necesita un emprendedor - Cristina Chaverria.



4.7 SUJETO DE TEMA #1: MARTÍN RODRÍGUEZ - EMPRENDIMIENTO



Imagen proporcionada por el entrevistado
Martín Rodríguez - Nómada.

Nómada es un medio de comunicación digital, fundado en 2014. Más que un diario, Nómada tiene el objetivo de ser un canal de comunicación honesto y confiable para los Guatemaltecos.

“En Nómada creemos en el futuro. Por eso hacemos periodismo de vanguardia. Buscamos la verdad. Con transparencia. Procurando la justicia”. Martín Rodríguez

A continuación, se presenta un resumen de la entrevista realizada a Martín Rodríguez, Director de Nómada, en la que habla sobre los cimientos de Nómada y cómo la idea fue tomando forma según la demanda de sus seguidores. **(Ver anexo 3 entrevista completa).**

Martín explica que al nacer la idea de Nómada, esta buscaba solventar dos problemáticas, una era producir periodismo con independencia pero sobre todo hacerlo con formas para que fuera atractivo para una población joven; y segundo, desarrollar periodismo más diverso que lo que tradicionalmente se interesa por asuntos políticos.

Al momento llevar a cabo la creación de Nómada, no se crearon necesidades, objetivos, Foda, y otro tipo de técnicas para justificar y esclarecer las funciones del proyecto. Lo que se desarrollaron fueron 9 principios en los que se basó y se cimentó el periódico, siendo una filosofía que busca guiar, fundamentar, y mantener la idea base del medio de comunicación.

El director de Nómada resaltó que lo más difícil de la creación del medio, fue el financiamiento, puesto que se elaboró con base a un préstamo bancario y la venta de acciones del periódico a personas reconocidas y creyentes del periodismo transparente. Parte del inicio fueron las diferentes colaboraciones de proyectos con fundaciones, oenegés, y cooperaciones.



Al iniciar con Nómada se generó mucha discusión sobre el contenido, puesto que después de algunos meses de haber empezado se descubrió el caso de “La línea”, y el movimiento ciudadano con base a esto se fue construyendo el trabajo de Nómada, en ese entonces la estrategia de trabajo fue que todos hacían de todo, con el objetivo de sacar adelante el proyecto, en conjunto community managers, diseñadores, y periodistas.

La promoción del proyecto fue necesaria, Martín comenta que se desarrolló una campaña de expectativa en Twitter, previa al lanzamiento de la página, esta tuvo una duración de 6 meses, en las que se buscó crear contenido que generara humor y rigurosidad.

Ejecutar Nómada fue complejo debido al concepto de información digital. Martín, explica que Nómada empezó con texto, luego con imágenes, videos, animaciones, eventos, fiestas, con el objetivo de darle a los usuarios lo que deseaban.

Algo importante, es que hoy en día en las redes sociales y en los medios digitales se puede observar es la flexibilidad y la adaptabilidad que existe con respecto al contenido y el formato puesto que la tecnología, las plataformas y los recursos que existen en la actualidad permiten diversificar la información y la comunicación.

Al finalizar la entrevista Martín explicó como actualmente Nómada se encuentra realizando combinación de reportajes de profundidad con artículos para explicar la coyuntura (se están creando nuevos canales, nuevos medios y formatos). El equipo de Nómada considera que los usuarios les agrada.





4.8 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Cabero (2005), define las TIC como “las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”.

Cual es el objetivo de las TIC

Segun Belloch (2012), la dimensión social de las TIC se vislumbra atendiendo a la fuerza e influencia que tiene en los diferentes ámbitos y a las nuevas estructuras sociales que están emergiendo, produciéndose una interacción constante y bidireccional entre la tecnología y la sociedad. En cuanto a la tecnología y el continuo desarrollo de canales de comunicación han permitido crear un patrón de lenguaje y comunicación, que se ve presentado en la sociedad y lo que se conoce como el Internet, o la red, que su objetivo final es el intercambio de información.

Existen múltiples instrumentos electrónicos que se encuadran dentro del concepto de TIC; la televisión, el teléfono, el video, la computadora, entre otros. Pero sin lugar a duda, los medios más representativos de la sociedad actual son las computadoras que nos permiten utilizar diferentes aplicaciones informáticas (presentaciones, aplicaciones multimedia, programas ofimáticos), y más específicamente las redes de comunicación, en concreto Internet.

Las TIC en línea

El Internet es la herramienta que ha impulsado la tecnología, comunicación y la información de forma global e instantánea, descubriendo una nueva brecha para la creación de plataformas y sitios en los que no solo se podría publicar información sino también obtener la interacción del usuario. Belloch (2012), define el internet como la “RED DE REDES”, también denominada red global o red mundial. Es básicamente un sistema mundial de comunicaciones que permite acceder a información disponible en cualquier servidor mundial, así como interconectar y comunicar a ciudadanos alejados temporal o físicamente.



A continuación, se presentan las características enunciadas por Cabero (1998) como las más representativas de las TIC.

- **Información multimedia:** El proceso y transmisión de la información abarca todo tipo de información: textual, imagen y sonido, calidad y animación.
- **Interactividad:** Se consigue un intercambio de información entre el usuario y el equipo. Esta característica permite adaptar los recursos utilizados a las necesidades y características de los sujetos, en función de la interacción concreta del sujeto con la máquina.
- **Interconexión:** La interconexión hace referencia a la creación de nuevas posibilidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías.
- **Intangible:** El proceso y la comunicación de la información. Esta información es básicamente inmaterial y puede ser llevada de forma transparente e instantánea a lugares lejanos.
- **Instantaneidad:** Las redes de comunicación y su integración con la informática, han posibilitado el uso de servicios que permiten la comunicación y transmisión de la información, entre lugares alejados físicamente, de una forma rápida.

Las herramientas existentes hoy en día dentro de la web han sido elaboradas para trabajar y desarrollarse según la tecnología y los avances lo necesitan, Cabero (2005), menciona que las TIC son un nuevo escenario para la formación del ser humano, porque la velocidad, el cambio y la transformación han ido transformando las características de la sociedad.

Cabero (2005) Actualmente, el ser humano se mueve en nuevos espacios, que en extensión de las TIC van permitiendo realizar diferentes actividades, por lo que se catalogan en:

- **Redes:** banda ancha, redes de televisión en el hogar y telefonía fija.
- **Terminales:** se encuentran en varios dispositivos tales como la computadora, el navegador de Internet, sistemas operativos para teléfonos móviles, televisiones, reproductores portátiles de audiovisual y consolas de juego.
- **Servicios:** se presentan los servicios ante los consumidores como el correo electrónico, la búsqueda de información, la banca online, el audio y música, televisión, cine, comercio electrónico, e-administración, e-gobierno, la educación, los videojuegos, servicios móviles, blogs, comunidades virtuales y escuelas.

Finalmente, esto tiene como beneficio y propuesta el desarrollo y aprovechamiento de la tecnología para diseñar una estrategia o alianza de métodos, redes o herramientas para generar una nueva solución a una problemática de comunicación o información, incluso para el desarrollo o colaboración con la exposición, y aprendizaje nivel académico.

Segun Soto (2004) las TIC tienen la posibilidad de motivar y favorecer a la formación de los contenidos de los profesionales y así mismo propicia la disposición e interés de los estudiantes para aprender, lo que beneficia a una mejor comprensión de los contenidos.

Soto (2004) explica que las TIC pueden extender y crear ambientes diversos relativos al aprendizaje. El diseño y desarrollo de estos ambiente, se pueden llevar acabo usando como base el modelo educativo sustentado en recursos, puede entenderse como “un marco o escenario diferente para iniciar el aprendizaje a partir de estrategia educativa potenciado con las TIC que pretenden crear situaciones de aprendizaje que estimulen al máximo las potencialidades de los alumnos siendo un recurso no solamente extendible sino también uno que sigue desarrollandose” o como “un grupo flexible de condiciones que incluyen TIC para la finalidad de promover el desarrollo de determinadas competencias en temas de estudio”.

Tic y el internet en la actualidad

En la actualidad, el Internet se ha expandido de manera masiva y ha sido la base para el desarrollo de diferentes, plataformas digitales, sociales, de multimedia, de información, entre otras. Belloch (2012), menciona que la web actual, se ha transformado y es sensible a los cambios de la sociedad, de manera que las páginas web se caracterizan por ser dinámicas e interactivas en donde el usuario comparte información y recursos con otros usuarios.

Según Belloch (2012) estas son algunas de las plataformas disponibles y sus funciones:

- **Establecer redes sociales que conforman comunidades en donde los usuarios pueden incluir sus opiniones, fotografías, y comunicarse con el resto de miembros de su comunidad, por ejemplo: Twitter, Facebook, Tuenti, etc.**

Compartir y descargar diferentes tipos de recursos.

- **imágenes: Instagram**
- **vídeos: Youtube**
- **libros: Google books**

Facilitar la participación y colaboración.

- **Documentos colaborativos: Wikipedia**
- **Páginas personales: Blogs**



Integración de TIC en la Educación

Hoy en día el Internet se ha expandido de manera masiva y a sido la base para el desarrollo de diferentes plataformas digitales, sociales, multimedia, de información, entre otras. Belloch (2012) menciona que la web actual, se transformado y es sensible a los cambios de la sociedad, de manera que las páginas web se caracterizan por ser dinámicas e interactivas en donde el usuario comparte información y recursos con otros usuarios.

Según Belloch (2012), Algunas de las herramientas desarrolladas han permitido:

- **Disponer de criterios y estrategias de búsqueda y selección de la información**
- **Efectivos, que permitan acceder a la información relevante y de calidad.**
- **El conocimiento de nuevos códigos comunicativos utilizados en los nuevos medios.**
- **Potenciar que los nuevos medios contribuyan a difundir los valores universales, sin discriminación a ningún colectivo.**
- **Formar a ciudadanos críticos, autónomos y responsables que tengan una visión clara sobre las transformaciones sociales que se van produciendo y puedan participar activamente en ellas.**
- **Adaptar la educación y la formación a los cambios continuos que se van produciendo a nivel social, cultural y profesional.**

El uso de las TIC se han integrado con el tiempo en los centros educativos desde universidades, hasta colegios y escuelas. Dentro de las primeras teorías relacionadas con las TIC y la educación se reflexionaba sobre una educación profesional y progresiva, la adecuación o no de estas tecnológicas para el aprendizaje. Se ha continuado con el análisis sobre el uso de estas tecnologías y su vinculación a las teorías de aprendizaje, junto a propuestas metodológicas para su implementación.





4.9 EL DISEÑO

El diseño es una profesión de emprendedores, así como una disciplina académica en pleno desarrollo. Como foco del ocio y el consumo, según Guy (2010) este se ha convertido en una fuente pública de entretenimiento.

El diseño se ha convertido en un fenómeno global. En Europa Central y del Este, tras la caída del socialismo, unos 350 millones de ciudadanos entraron en un sistema de democracia liberal y capitalismo de mercado. Con ellos ha emergido una nueva generación global de consumidores de diseño en un contexto capitalista.

Durante ese período, las competencias del diseño se han expandido: ya no se trata de un “valor extra” asignado a una restringida gama de objetos domésticos, sino que hoy abarca, por ejemplo, desde la planificación y modelado de interfaces digitales de videojuegos y páginas web, hasta el desarrollo de espacios de ocio y comercio a gran escala, o incluso la creación de la imagen pública de un país.

Se puede hablar del diseño en diferentes niveles. En las revistas de tendencias y estilo se encuentra una visión conservadora que considera el diseño como un bien ligado a lo deseable y lo moderno. En televisión, la plétora de programas sobre mejoras en el hogar que emergieron a finales de los años noventa, aunque comparten en cierta medida esta visión, también comenzaron a representar el diseño como un proceso de toma de decisiones e implementación expertas. Desde los primeros años ochenta, diversas publicaciones sobre la profesión se han consolidado en paralelo al desarrollo de la industria.

La cultura del diseño como objeto de estudio

Koh, (2016) explica que “es un término con el que defino el modo en que los diseñadores piensan y trabajan en diferentes medios. Diferentes procesos de pensamiento y diferentes enfoques, pero con un objetivo común: comunicarse. El diseño es una forma de vida, está en todo lo que nos rodea. Todos deberíamos intentar mejorar las cosas siempre”.

La breve definición de “cultura del diseño” de Koh proporciona una síntesis clara de muchas de las posturas que se han tomado con relación a este tema. Según Koh, la “cultura del diseño” se sitúa en el ámbito de la comunicación. Es lo que algunos diseñadores hacen, pero también es algo que “nos rodea” Koh (2004) por tanto, la “cultura del diseño” forma parte de las corrientes de la cultura global: se sitúa dentro de la sociedad de redes, pero es a la vez un instrumento de ésta, y además, expresa una actitud, unos valores y un deseo de mejorar las cosas.

Según Guy (2010) el término “diseño” denota las actividades de planificación y concepción, así como el producto de estos procesos, como un dibujo, un plan o un objeto manufacturado.





El concepto “cultura del diseño” también se aproxima a la función de un adjetivo, puesto que sugiere las cualidades mediante las que se ejerce el diseño, desde la perspectiva de cómo se emprende el trabajo, pero también a las formas en que ese trabajo se vive, se percibe, se entiende y se materializa en la vida diaria. Puede estar impregnando los sistemas de trabajo, conocimientos y relaciones de los diseñadores, o las acciones cotidianas de los usuarios de ese diseño; pero también puede desarrollarse más pública y ampliamente, dentro de sistemas de poder, estructuras y dinámicas económicas o relaciones sociales.

La cultura del diseño como proceso

Calvera (2001), explica que este concepto proviene de la crítica del diseño y de la arquitectura. En particular, describe las influencias contextuales inmediatas y las acciones derivadas de ese contexto que se dan en el desarrollo de un diseño. La expresión italiana *cultura di progetto* arroja algo de luz sobre esta idea. La palabra “progetto” implica algo más que, simplemente, dar forma a algo mediante el diseño: se extiende a la totalidad del proceso del diseño, por ejemplo, desde la concepción o la negociación con el cliente hasta la organización del estudio, el diseño final y su realización. Dentro de ese proceso, existe un interés implícito en los sistemas de negociación a menudo utilizados para definir y situar el diseño de un objeto. Ese conocimiento puede ampliarse si situamos la idea de la “actividad en el estudio” en un contexto de influencias inmediatas. Luego se entiende que el proceso del proyecto se produce en y por una serie de conocimientos y prácticas que rodean al diseñador.

4.10 DISEÑO GRÁFICO

Según Wong, en su libro *Fundamentos de Diseño* (2012) el diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas, como base problemas de comunicación.

Wong explica que los principales elementos prácticos, que componen el diseño son:

Representación: Cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza, o del mundo hecho por el ser humano, es representativa. La representación puede ser realista, estilizada o semi abstracta.

Significado: El significado se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.

Función. se hace presente cuando un diseño debe servir un determinado propósito.



Hoy en día, el diseño gráfico es una profesión que se ha posicionado en todo el mundo como una herramienta necesaria para la efectividad en comunicación.

Según De Bono (1994) estas son las habilidades necesitadas en el diseño gráfico:

- **Generar ideas creativas y originales, convirtiendo la mente en un espacio creativo que genere soluciones a quien lo requiera.**
- **Comprender los colores, formas, estructuras y la importancia de cada una para lograr un diseño que genere emociones.**
- **Dibujar de forma clara y precisa empleando diferentes técnicas.**
- **Desarrollar un ojo crítico, auto crítico y ser muy detallista con cada trabajo.**
- **Transformar los conocimientos gráficos, editoriales, audiovisuales y publicitarios en diseños creativos que capten la atención de quien los vea.**
- **Expresarse correcta y fluidamente de forma oral y escrita.**
- **Desarrollar la capacidad de trabajar en equipo o de manera individual en diferentes proyectos.**
- **Manejar complejos programas de diseño digital así como diagramación, montaje, computación gráfica y mantenerse actualizado en todos estos contenidos.**
- **Desarrollar habilidades empresariales y de marketing.**

4.11 DISEÑO GRÁFICO DIGITAL

En el diseño gráfico, la creciente importancia de la autoedición informática, desde mediados de los años ochenta ha facilitado la reconfiguración de las relaciones entre el diseñador y sus clientes. Guy (2010) explica que antes de la aparición de Apple Macintosh, el material gráfico y el texto de un objeto de diseño venían especificados y marcados por el diseñador y posteriormente el compositor o cajista los preparaba para la impresión.

Con el lanzamiento de la computadora personal Macintosh en 1984, muchos diseñadores se pudieron beneficiar de las oportunidades que ofrecía para su trabajo. Su característica principal era el sistema de maquetación *PostScript*, desarrollado por Adobe, y que, a diferencia del software compatible con IBM, mostraba con gran fidelidad en la pantalla lo que después habría de imprimirse (como por ejemplo las distintas tipografías).

Al permitir al diseñador introducir el texto y preparar la maqueta en la computadora dejó de hacerse necesario el trabajo de cajistas, con lo cual los diseñadores y sus clientes consiguieron un método más directo para llegar al producto final.



¿Como es la gráfica digital hoy en día?

Desde la llegada de la computadora y su uso en el diseño han transcurrido muchos años, hoy en día la tecnología sigue creciendo cada vez más rápido, se abren nuevas brechas, canales, y lenguajes, para generar un diseño efectivo y directo, como se reconoce ahora el desarrollo de diseño y comunicación individual, en lugar de masas, para una obtener correctamente la atención de las personas.

Guy (2010) actualmente, la tecnología y desarrollo práctico del diseño gráfico ha permitido generar nuevas áreas para desenvolver el diseño a través de herramientas y softwares que impulsan y facilitan el trabajo de esta profesión.

Algunos ejemplos: Ilustración digital, retoque de imágenes, diseño editorial, animación, diseño y modelado 3d, diseño en realidad virtual, entre otros. que se basan en la siguiente línea de áreas y oportunidades en el diseño digital.

Web — multimedia — diseño virtual — imagen digital

4.12 DISEÑO GRÁFICO EN GUATEMALA

Esta profesión es novedosa y aún se encuentra en desarrollo y evolución en Guatemala, puesto que el perfil laboral puede variar según las necesidades de los servicios o empresas. El sitio web Guatemala.com (2016), define a un diseñador gráfico como la persona que se encarga de crear, proyectar y desarrollar diseños creativos desde impresiones, hasta proyectos multimedia, para comunicar mensajes o ideas que atraigan la atención de las personas.

Este sitio web desarrolló un listado sobre las áreas de diseño gráfico que hoy en día son parte fundamental para el desarrollo efectivo de visuales, ya sea digitales o impresos en Guatemala:

- **Fotografía, y retoque de fotografía digital.**
- **Animación diseño de personajes**
- **Marketing y Publicidad**
- **Diseño de marcas**
- **Ilustración digital**
- **Diseño web y aplicaciones**

En Guatemala se puede encontrar diferentes instituciones y universidades en las que se puede estudiar la carrera de diseño gráfico, tanto a nivel de licenciatura como de técnico universitario. Entre estos establecimientos se puede mencionar: Universidad de San Carlos de Guatemala, Universidad Rafael Landívar, Universidad Mesoamericana, entre otros.





4.13 DISEÑO 3D

Newell (1998) define el 3D como el desarrollo de una representación matemática de cualquier forma u objeto tridimensional, este se puede definir como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos denominados. Según el sitio web Digitalab-CGI.com (2011) el diseño 3D, tiene diferentes usos que se puede divid en modelos Inanimados y la animación:

Modelado: 3D o tercera dimensión en lo que refiere a gráficos por computadora es la capacidad que tienen estas de simular volumen, esto es cuando un plano X, Y adquiere valores Z (altura o según sea el caso), estos valores pueden ser interpretados para formar polígonos mediante algoritmos que permiten modelar en 3D cualquier objeto o forma.

Animación: es una simulación de movimiento producida mediante imágenes que se diseñaron una por una; al proyectarse sucesivamente estas imágenes (llamados cuadros) se produce una ilusión de movimiento, pero el movimiento representado no existió en la realidad.

Segun Elohin (2016) el 3D al igual que otras áreas, cuenta con factores que se necesitan tomar en cuenta en general, en las diferentes herramientas y softwares, que guían y dan forma al proceso de creación.

Modelado

Un modelo tridimensional se caracteriza por estar construido por pequeños polígonos, al igual que las imágenes por pixeles, estos simulan y desarrollan una volumetría a una forma, generado en los planos especificados, Y, X, y Z; Lo que permite observar los múltiples ángulos de los objetos desarrollados.

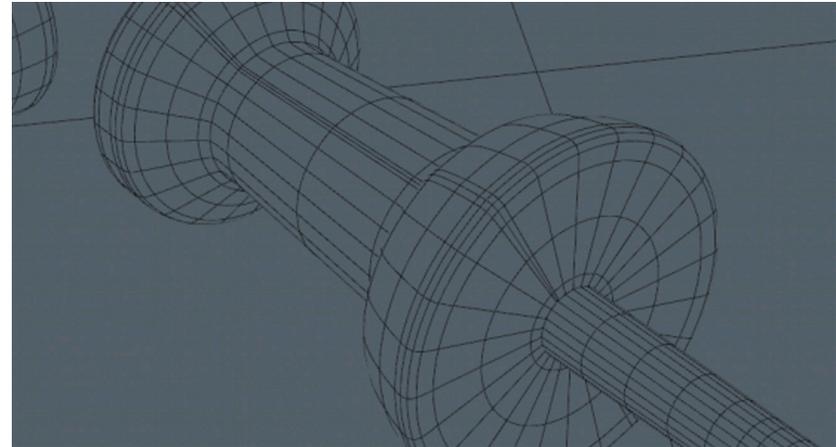


Imagen Por Elohin. A. - Physicall based render AMR (2016)
Modelo 3d de tachuelas.





Color

El color en los softwares 3d esta basado en los colores RGB Y HSB. Sin embargo el desarrollo visual de tonalidades, saturacion e iluminacion se ve afectado por el motor de render y el software que se este utilizando, puesto que se manejan diversos numeros y niveles de control para generar y hacer visual los colores que imitan la realidad, esto quiere decir que no hay colores puros, si hay una iluminacion y ambiente que lo esta afectando.

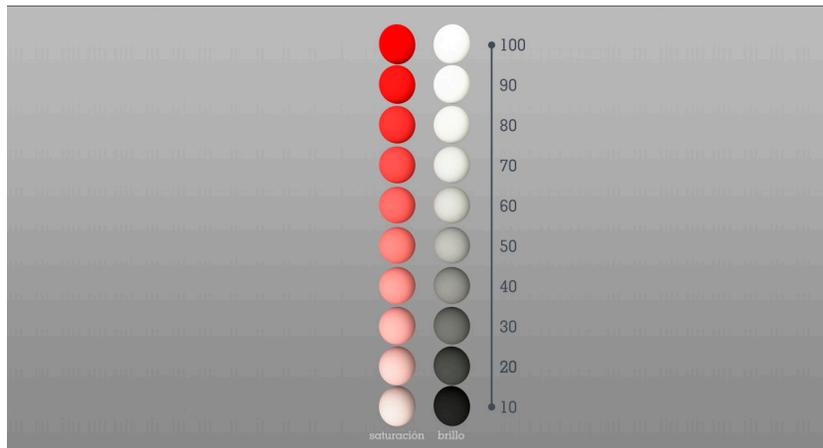


Imagen Por Elohin.A. - Physicall based render AMR (2016)
Rango de tonos y brillo.

Iluminación

La iluminacion en 3d tiene una característica tridimensional general, llamada *Falloff*, que significa el área de iluminacion, siendo concientes que mientras más cerca del objeto más fuerte es la luz. También el desarrollo natural de la luz, si es directa o indirecta, componen el conjunto de iluminacion tridimensional, además de la temperatura o numeros de puntos de iluminacion.

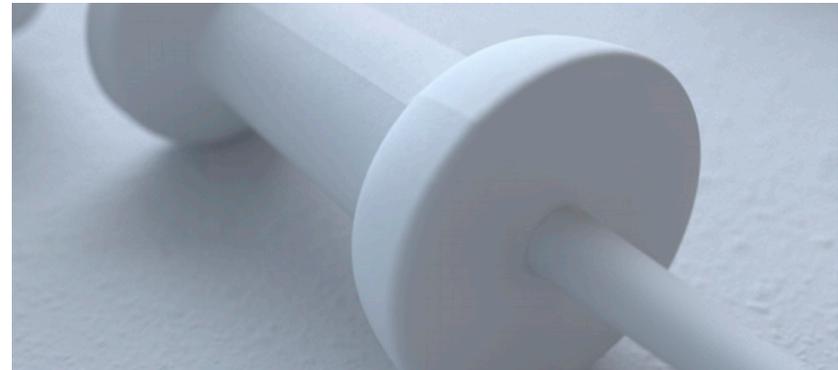


Imagen Por Elohin.A. - Physicall based render AMR (2016)
Modelo 3d con Iluminación física.





Materiales

Elohin (2016) Son la textura o superficie que interactua con el objeto, la iluminación y la escena o composición completa con el objetivo de generar una simulación de material. Se pueden generalizar los diferentes objetivos de materiales en 3 tipos o funciones: Absorber, reflejar, y transmitir.

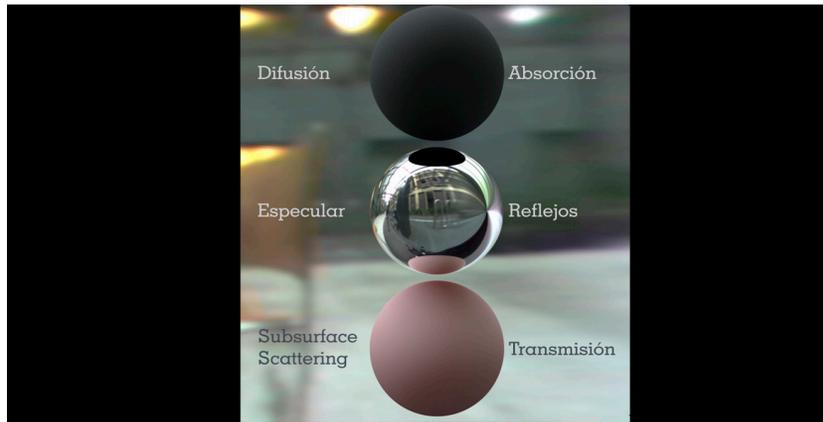


Imagen Por Elohin. A. - Physical based render AMR (2016) Muestras de materiales.

Diseño 3d en la actualidad

Dentro de el desarrollo del diseño y animacion 3d es importante conocer la tecnología, las características y el funcionamiento de los softwares más importantes que se utilizan actualmente. A continuación, se presenta una breve lista basada en el artículo del sitio web All3dp.com (2017), donde se colocaron algunos de los programas de nivel profesional para diseño y animacion 3d.

Rhino 3d

Es un programa que busca distinguirse por la calidad de sus procesos y presentación de trabajo y herramientas. El objetivo de este software es desarrollar modelos y proyectos con una precisión geométrica y matemática, puesto que el programa está basado el modelo matemático *NURBS*, este se centra en generar una representación matemáticamente precisa tanto de curvas como de superficies, desarrollándose de forma libre en gráficos por la computadora, esto en comparación a los modelos estandar basadas en malla poligonal.

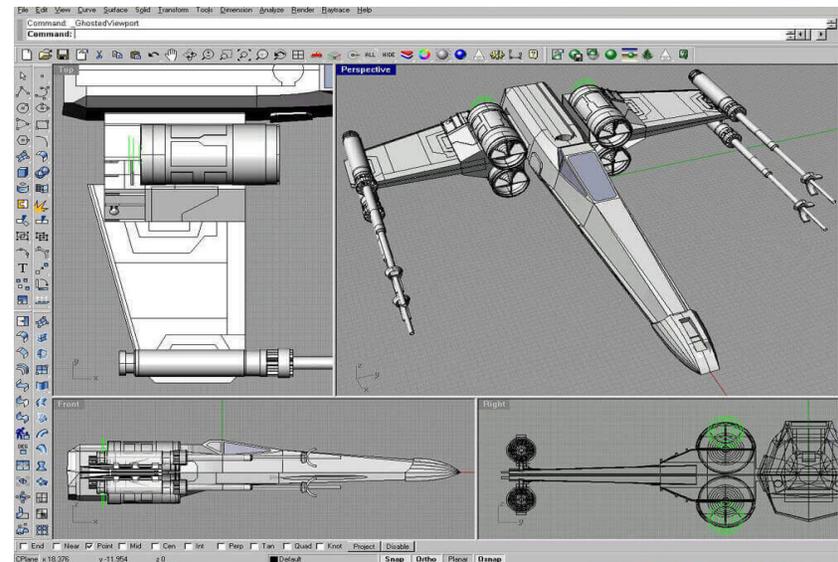


Imagen Por All3dp.com (2016) interfaz de Rhino 3d.





3d Max

Este es un software de diseño 3d desarrollado por Autodesk con el objetivo de ofrecer un programa preparado para modelado avanzado y la creación de iluminación y materiales detallados. Una de las ventajas sobresalientes de 3d Max es la capacidad de generar objetos paramétricos y orgánicos con base a polígonos, trabajados bajo una superficie en subdivisión y modelado basado en *spline*.

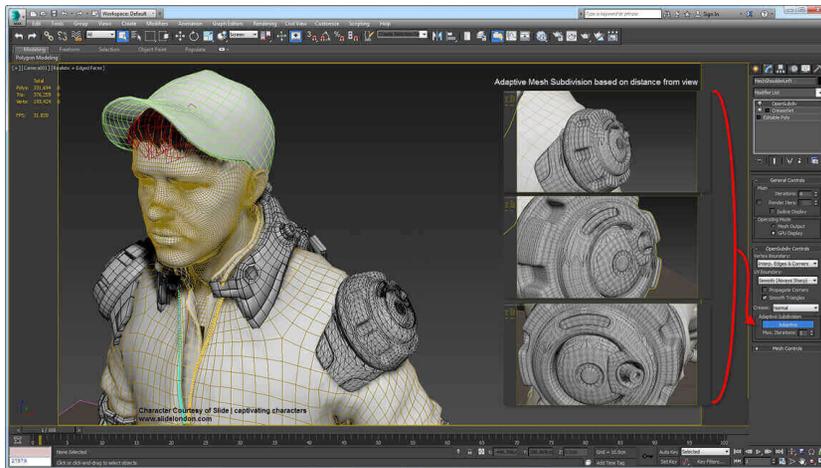


Imagen Por All3dp.com (2016) interfaz de 3d Max.

Blender

Este software a diferencia de el resto que se han mencionado, su licencia de trabajo es gratuita. Es importante mencionar que cuenta con diferentes herramientas y áreas de trabajo que tienen la misma calidad de otros softwares con costo por licencia.

All3dp.com (2017) Blender trabaja a base de polígonos y puede generar materiales simples avanzados y el desarrollo de texturas UV, simulación de fluidos y partículas, cuenta con diferentes códigos y herramientas de modelado lo que puede dificultar el aprendizaje y uso del programa.



Imagen Por All3dp.com (2016) interfaz de Blender.





Cinema 4D

Este software es uno de los programas más utilizados y reconocidos para diseño 3d y animación debido a su fácil manejo y flexibilidad en funciones, como también las diferentes herramientas y *plugins* que se pueden ir añadiendo y desarrollando. cabe destacar el soporte de cientos de formatos de 3d y la fácil exportación de archivos que se pueden trabajar en After effects con el código de Cinema 4d lite.



Imagen Por All3dp.com (2016) interfaz de cinema 4d.

4.14 EXPONENTES DEL DISEÑO 3D ACTUAL

Hoy en dia el diseño 3d es un área que se encuentra en una posición importante en los visuales digitales. A continuación se presenta algunos de los exponentes internacionales que han generado un gran impacto.

Beeple

Mike Winkelmann, es un diseñador y ilustrador digital de Wisconsin, USA. es reconocido por su trabajo en 3d, sus piezas tienen un estilo muy característico ambientes futuristas, fantásticos y elementos distópicos. Beeple, ha trabajado visuales y animaciones para artistas como: Deadmau5, Skrillex, Avicii, Zedd, Tiësto, entre otros.



Imagen Por Beeple (2017) Render everyday edición 2017.





Six n Five

El estudio está conformado por Andy Reisinger y Ezequiel Pini, (Seis y Cinco), son dos jóvenes de Barcelona y Argentina, su estilo se ha caracterizado como arte contemporáneo, objetos y formas de naturaleza muerta visuales con una limpia, moderna y estética armonía. Han desarrollado proyectos para Ikea, Massimo Dutti, Verizon, Fubiz, entre otros.



Imagen Por Six N Five (2017)
LOTS (Living On The Sand).

Aleksandr Kuskov

Es un ilustrador y artista de CGI, de Kiev, Ucrania, su área de trabajo es la publicidad y desarrollo de productos, sus ilustraciones en 3d son características y reconocidas por los grandes detalles y estilo hiperrealista que maneja en ellas, además de producir ideas conceptuales y futuristas, ha trabajado con marcas reconocidas como: Coca-cola, Nike, BMW, EDC, Life in color, Forcam, entre otros.



Imagen Por Aleksandr Kuskov (2013)
Coca Cola Olympic Games.





Antoni Tudisco

Antoni es un ilustrador y animador 3d, proveniente de Alemania. Su trabajo tiene un estilo sobresaliente debido al uso de elementos y características de movimientos *vaporwave* y *postinternet* combinado con una estética, detalle y composición limpia y armoniosa. Antoni ha trabajado con marcas como Nike, MTV, Ford, T-mobile, Rolling Stone, Audi, entre otros.



Imagen Por Antoni Tudisco (2017)
How To: OGILVY & MATHER.

4.14 DISEÑO 3D EN GUATEMALA

El diseño 3d en Guatemala, hoy en día es relativamente nuevo, puesto que los softwares son escasos, y se encuentran a precios elevados. Es hasta ahora que se han desarrollado mas recursos y herramientas que facilitan el aprendizaje de esta área, principalmente gracias a el Internet y la gran variedad de sitios que se han creado para impulsar el diseño tridimensional. En Guatemala no existe una carrera o maestría enfocada en diseño 3d, sin embargo, dentro del pénsum de la carrera de diseño gráfico en varias universidades se desarrollan cursos de animación y diseño 3d, utilizando programas como: Cinema 4d y 3d Max de Autodesk. Cabe destacar que la duración de estos cursos es de 4 meses, una vez por semana, por lo que el contenido que se ofrece es básico para el conocimiento de los programas y herramientas a implementar.

En el país, existen estudios y agencias que cuentan con profesionales que utilizan 3d para desarrollar proyectos y complementar diferentes áreas con la digital tridimensional. El estudio Mosh.tv es el único que se dedica a diseño 3d y animación. Se caracteriza por trabajar en su mayoría animaciones para *spots* publicitarios para diferentes marcas como Kerns y Tigo, entre otros. Existen otros estudios y agencias que han desarrollado proyectos utilizando 3d y animación como el estudio Amorfo y Granja Creativa, que desarrolló piezas 3d para imágenes publicitarias.



Cabe destacar que es un área en auge que aún se está desarrollando y diversos festivales de diseños tanto independientes como académicos están conscientes de su proceso en crecimiento, por lo que invitan a profesionales extranjeros a explicar su trabajo y procesos, como también la elaboración de talleres, y exposiciones.

En los últimos años festivales como Adherente, Rayarte y Showcase Itch, han expuesto el trabajo de profesionales de alta calidad de la industria del diseño en 3d: Juanma Mota (director de Pleid), Pablo Alfieri (director de Playful), Zigor Samaniego, Six n five, Aarón Martínez, por mencionar algunos.

Academia: Diseño 3D en Guatemala

Como se mencionó con anterioridad, en el país no existe actualmente una carrera o maestría enfocada en diseño y animación 3d, aunque existen cursos acerca del tema en las distintas propuestas académicas. También hay un diplomado técnico de diseño y animación 3d en el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP).

4.16 DISEÑO 3D EN GUATEMALA: DISEÑADORES, ESTUDIOS Y PROYECTOS

Se investigó y se desarrollaron diferentes casos que permitieron conocer con mayor profundidad el progreso y trabajo de diseñadores 3d, estudios y proyectos. A continuación, se presentan casos de diseño 3d, que se llevaron a cabo en como proyectos, estudios con diseñadores freelance que se dedican y se especializan en esta área.

Estudio: KRFT

Este estudio fue fundado por Cindy Ruano y José Muñoz. Ellos se dedican a desarrollar *motion graphics*, y también *branding*, han desarrollado proyectos de animación 2d y 3d. Han trabajado para clientes como: Citybank, Eyespop, Beneful, Platino, entre otros.



Imágenes tomadas del sitio web de KRFT
Wearekrft.com - Logotipo e imagen del estudio.



Estudio: Mosh.tv

Daniel Molina quien se encarga de desarrollar el diseño 3d del estudio Mosh.tv, se especializa en contar historias a través de imágenes en movimiento. Han desarrollado proyectos para Kerns, Tigo, Oakand Mall, entre otros. El estudio busca lograr proyectos de comunicación claros y efectivos, que guarden una estética atractiva, invitando a la acción. También trabajan en proyectos de práctica y de carácter personal.



Imagen proporcionada por el entrevistado
Mosh Logotipo - Render 3d Keins.

Proyecto: Nómada - Sexo Avenida

Este proyecto fue elaborado para Nómada, en su sección Bulevar Liberación, para la realización de un mercadillo erótico con el objetivo de romper con tabués, y permitir a las personas explorar, conocer, reunirse, y comprar productos relacionados con el sexo y el autoplacer con naturalidad. Se desarrolló un spot animado para promocionar el evento, el cual estuvo a cargo de Rolando Luther, en colaboración con la directora de diseño de Nómada Lucía Menendez, un proyecto de animación en 3d.

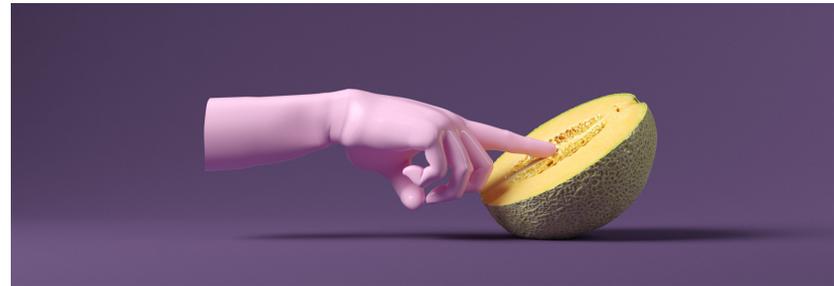


Imagen proporcionada por el entrevistado
Still de la Animación.





4.17 SUJETO DE TEMA #2: MARÍA JOSÉ CALDERÓN - DISEÑADORA 3D



Imagen proporcionada por la entrevistada
Retrato María José Calderón - Render 3d publicado.

María José Calderón es una diseñadora gráfica egresada de la Universidad Rafael Landívar. Actualmente se dedica a desarrollar proyectos freelance e ilustraciones 3d, inspiradas en diseño de interiores, y el *set design*.

“El poder crear objetos, lugares y darles forma a través de una pantalla es la magia detrás del diseño 3d”. María José Calderón

A continuación se presenta un resumen de la entrevista realizada a María José Calderón. Para hablar de su experiencia de aprendizaje de 3d y su opinión sobre el desarrollo del área dentro y fuera de Guatemala. **(Ver anexo 4 entrevista completa).**

María José, explica que para ella el 3d es una herramienta de posibilidades infinitas, la idea de poder crear un ambiente, objetos, conceptos, como algo fantástico que puede llegar a verse realista, es uno de los aspectos que más le han impactado y la han llevado a trabajar con el 3d.

Para María José, el diseño 3d fue un descubrimiento, no fue planeado, ella simplemente quería ilustrar de manera digital, pero con enfoque hacia el diseño interiores, puesto que siempre se ha inspirado y admirado esta área del diseño. Al encontrar las ilustraciones de Peter Tarka, nació una necesidad por conocer los softwares, tecnicismos, teoría, y muchas referencias de diseño 3d. María José explica que en su interés por el proceso de diseño, leyó ciertos libros para entender cómo se trabajaba el 3d y descargó *cinema 4d* para reconocer el software, las herramientas, y la interfaz.

Para aprender y practicar asegura que Internet, blogs, tutoriales y libros fueron recursos esenciales, como también lo fue Greyscalegorilla, Domestika puesto tienen muchos tutoriales básicos que explican todas las herramientas desde cero y recursos que ayudan a entender el uso de la iluminación y la composición de los materiales.





Uno de los puntos más importantes que se resaltó en la entrevista fue el planteamiento de contar con ayuda para aprender 3d en Guatemala, y si de haber existido, que tanto habría sido de ayuda, María José comenta que definitivamente habría sido una experiencia diferente, sin embargo, la realidad es que ella no conocía de cursos y el que llevaría en el 4to año de la carrera de diseño gráfico tenía un contenido muy básico por lo que sí es importante recurrir a expertos y debido a que Guatemala carece de los mismos, ella se vio obligada a preguntar por redes sociales e instagram, pidió consejos y tips a otros diseñadores internacionales. Aunque al final fue el deseo y la práctica lo que verdaderamente la llevó a mejorar.

María José opina sobre la diversidad de aprendizaje, que si existe la oportunidad de aprender más hay que aprovecharlo. Por que cada software tiene diferentes características y en la mayoría de casos hay funciones que uno tiene y el otro no, y viceversa.

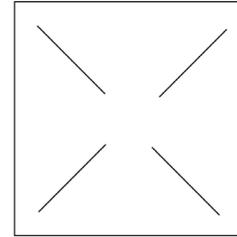
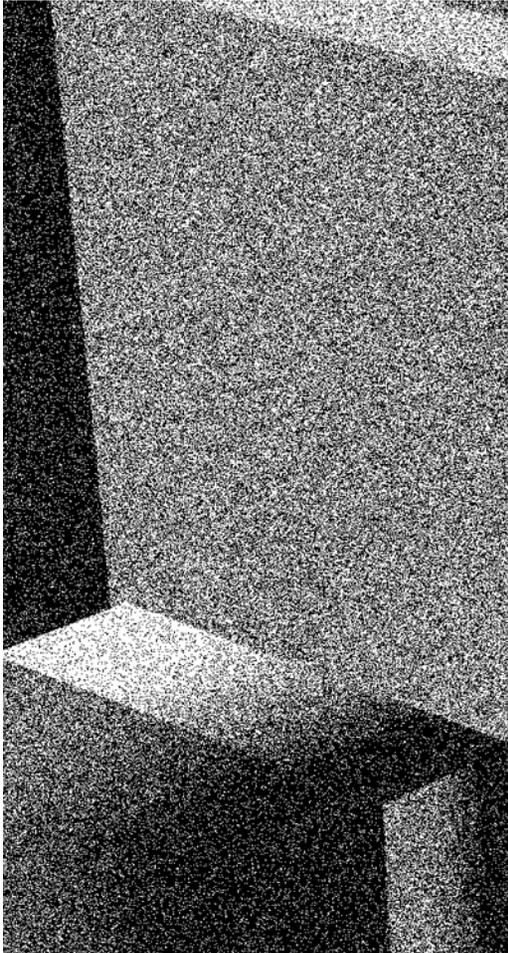
María José explica que para ella el desarrollo de material informativo sobre 3d es vital en Guatemala, puesto que sería de mucha ayuda tener material e información de conceptos básicos que pueden ser complejas si no se explican de la manera correcta. Sin embargo, ella considera que puede ser fácil de aprender, explica que ha adquirido material informativo de la granja de render *Vray*, con textos extensos y en inglés. comenta que en Guatemala muy poca gente maneja un buen inglés y este tipo de textos tiene un lenguaje muy técnico y definitivamente es más difícil entenderlo si no conoces el idioma.

Para ella el diseño 3d, es una herramienta que se encuentra actualmente vigente en todo el mundo y a nivel internacional, considera que es una de las áreas y herramientas que más se está usando, por que puede reemplazar y verse mejor que una fotografía real las animaciones ahora tiene muchos detalles estéticos y cumplen con la idea y concepto realista. Al pensar en el trabajo y talento guatemalteco, María José explica que hay muy pocos estudios y personas que hacen 3d, pero considera que hay una calidad muy buena, comenta que recientemente encontró un estudio de diseño "Klap", que tiene proyectos con muy buena estética y mucha calidad.

Algo importante que el mercado y el diseño necesitan para que el diseño 3d crezca es que las marcas conozcan a los diseñadores y puedan darse cuenta como aprovechar el talento para sus marcas.

Finalmente, María José explica que para que los diseñadores se adentren al 3d, es necesario educar, alimentar e informar a los estudiantes de diseño sobre lo que es el 3d, es necesario ver temas básicos, pero también desarrollarlos y practicar. En la universidades se encuentran cursos de diseño 3d, pero si las personas quieren verdaderamente profundizar en esta área, necesitan como mínimo 3 cursos, es decir se necesita expandirse y darle valor al área.





Gestión de la estrategia de diseño:

5.0 Marco teórico de diseño

Información de diseño para la innovación, creatividad y aspectos técnicos de la propuesta.

Dentro de este segmento de la estrategia se investigó y recopiló datos e información relevante sobre diseño y los temas de las áreas competentes a utilizar, con el objetivo de poder tomar decisiones y desarrollar propuestas con fundamento y criterio ante el proyecto y su desenvolvimiento.

5.1 GRÁFICA DIGITAL

El diseño digital se puede definir de manera general como todo aquello desarrollado para observarse detrás de una pantalla. El diseño gráfico digital no se puede palpar, oler ni saborear. Royo (2004) explica que aunque el diseño digital es algo inexistente o materia real, si es una pieza colocada dentro de un espacio tiempo y percepción determinado, un espacio visual y una pieza de comunicación.

La gráfica digital, en la actualidad viene a solventar diversas necesidades y problemas de comunicación en la pantalla de la computadora, móvil, y tv. Royo (2004) explica la base y el código de comunicación en el diseño gráfico digital, estos los divide en tres:

- **Códigos visuales:** la escritura alfabética (tipografía, y la no alfabética (pictogramas, esquemas).
- **Códigos sonoros:** sonidos.
- **Códigos secuenciales:** La imagen en movimiento y la hipertextualidad.

Aunque el diseño gráfico digital puede catalogarse únicamente como otro formato en el cual se puede desarrollar gráfica. Royo (2004) explica que el diseño digital va más allá de un formato y que este tiene tres ejes generales en el cual se trabaja, diseño de usabilidad, diseño visual y diseño de programación. Cada uno de estos ejes cumple una función específica que el diseño digital puede intervenir.

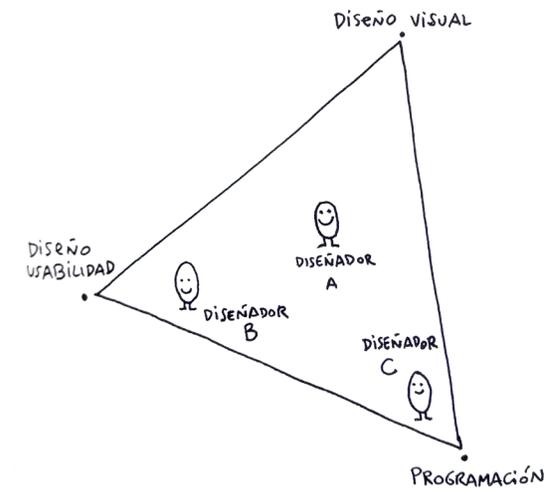


Imagen obtenida de El diseño digital de Javier Royo (2004) - Ejes del diseño digital



Color digital

El color digital como un aspecto que forma parte de la gran composición dentro de una pantalla, al analizar y entender el uso de color digital, se debe tomar en cuenta factores que permitirán desarrollar una solución funcional y agradable ante el usuario. Fraser (2005), explica que al observar el color dentro de los sitios web, a través de una pantalla, es un lenguaje distinto al color en piezas impresas, puesto que se debe tomar en cuenta aspectos de diseño y diagramación como la estructura nativa del sitio web.

Fraser ejemplifica que los sitios web tienen en común el uso de color para llamar la atención a puntos específicos en la pantalla, como también asociar una paleta de color al sitio dentro de la mente del lector, lo que es un beneficio para marcas y servicios que necesitan vender una imagen es uno de los objetivos más básicos. Sin embargo es importante mencionar que la armonía, funcionalidad y estética que el color pueda presentar en un sitio web apoye la jerarquía visual del contenido.

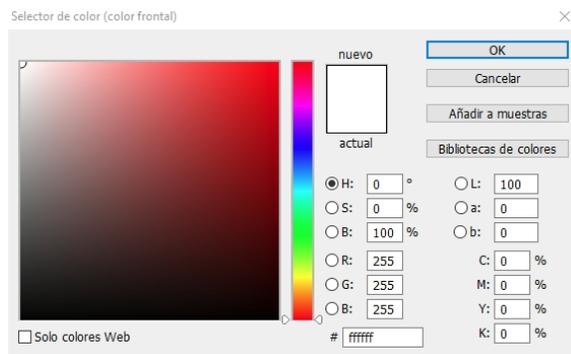


Imagen fuente propia.
Selección de color - Adobe Photoshop CC 2016

Tipografía digital

Es importante mencionar la base y fundamentos del uso de tipografías en la web. Lupton (2014) explica que la idea de utilizar diferentes estilos de fuentes fue gestionada por CSS, en su versión 2.0, en el que se encontraba el tag `@fontface` que permite al usuario desplegar una selección de tipografía en cualquier navegador y computadora, pero el funcionamiento global de la función de `fontface` no fue sino hasta el 2008 cuando Firefox, y Apple Safari lo implementaron, posteriormente surgieron plataformas de almacenamiento de fuentes, como: Typekit, Google Fonts, Font Deck.

Título y cuerpo de texto

El manejo de las tipografías en textos se ve afectado de la misma manera que una publicación impresa, la jerarquía y estilos se trabajan con la misma estructura. Los títulos y el cuerpo de texto usualmente se diferencian por estilo o tamaño de letra. Lupton (2014) considera que los titulares deben reflejar la importancia relativa, respecto al conjunto de texto de la pieza que encabezan, mediante el uso de tipografía para señalar los distintos niveles de información, con el objetivo de facilitar, presentar y guiar al lector a través del texto y el entendimiento del contenido, siendo esta la función del diseñador.





Biblioteca de tipografías

En la actualidad existen diversas bibliotecas de tipografías, en venta y algunas gratuitas, una de las más importantes y mencionada por Lupton (2014) como una recomendación brindada por Dave Crosslang en el libro “Tipografía en pantalla”, Google fonts, debido a la extensa lista de tipografías y la variedad de estilos pero sobre todo por la calidad de cada uno de las fuentes existentes en el sitio.

Retícula

Al igual que en diseño editorial, la estructura y construcción de líneas y columnas existentes en el momento de diseñar contenido para web, texto imágenes, y archivos multimedia se ven organizados y colocados de manera estratégica y justificada, por lo que es importante reconocer los parámetros y la forma en que la composición de texto puede variar según su posición, tamaño, estilo y cantidad.

Tamaño

Uno de los factores más importantes para diseñar y utilizar tipografías en un sitio web es el tamaño, puesto que es uno de los aspectos que definirán más allá de la estética su funcionalidad. Lupton (2014) explica que las condiciones en las que se lee un texto en un libro y en una pantalla son completamente opuestas, por lo que es necesario diseñar considerando la posición y distancia entre el texto y el lector. Una lectura cómoda en pantalla exige tamaño de letra grande en comparación con una pieza impresa.

La tipografía, el tamaño y el estilo son características que determinarán la medida correcta según el contexto y la fuente que se utilice. El tamaño estándar en función de legibilidad es 17pt, utilizando como ejemplo la fuente “Georgia”. Para entender la medida y las unidades utilizadas, se debe tener en cuenta que el porcentaje y el cuadratín (conocido como espacio eme) no son unidades fijas, sino escalables, y son determinadas por el tamaño de puntos establecido por la computadora.

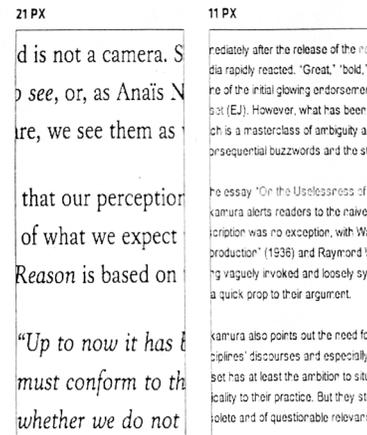


Imagen tomada de Tipografía en pantalla - Ellen Lupton (2014) - Tamaños mínimos para textos digitales e impresos.





Párrafo

En el desarrollo de párrafos dentro del contenido se debe tomar en cuenta el espacio, cantidad de texto y tamaños de línea, como también otras características que facilitará o dificultará la lectura del texto en general. Lupton (2014), menciona que los párrafos se definen por anchura, alineación y espaciado. El ancho se puede desarrollar en relación a la cantidad de contenido, la tipografía y estilo de texto. Mientras que la alineación dependerá del tipo de retícula que se trabaje y el espaciado. Las medidas estándares son 45 a 75 palabras por línea, basado en la comodidad y atención del lector.

Titular 24/36 px

Subtitular 16/18 px

Transición del titular al texto

Texto de párrafo 12/18 px

En la web, el párrafo es la unidad básica del armazón del texto de lectura. El interlineado es el espacio asignado por encima y por debajo de las líneas de texto.

Imagen tomada de Tipografía en pantalla - Ellen Lupton (2014)- Tamaños estándar para distintos cuerpos de texto digitales.

Jerarquía

El desarrollo de una estructura y organización visual dentro del sitio web es necesario, para guiar y comunicarle al usuario el contenido de la manera más clara posible. En la web es necesario tomar en cuenta la base y estructura estándar de los sitios web con el objetivo de no generar confusión en la interacción y funcionamiento del sitio web. Lupton (2014) explica que cada nivel de jerarquía debe señalarse mediante una o más marcas que deben aplicarse de manera homogénea en todo el sitio web. Es importante que la jerarquía visual se elabore de manera que permita a los usuarios no familiarizados entender y conocer el contenido.

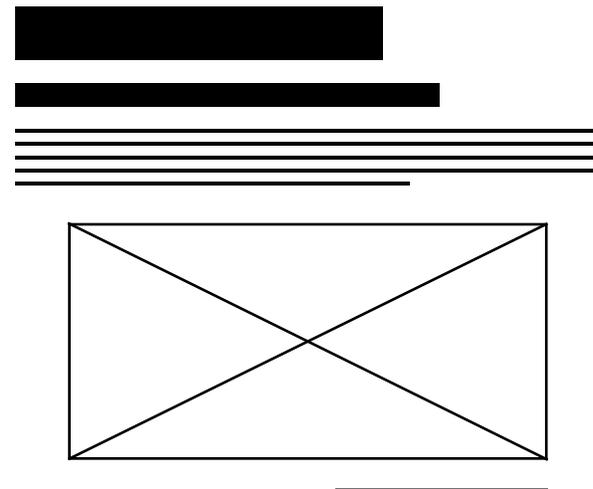


Imagen fuente propia. Ilustración de jerarquía en contenidos.





Flujo de contenido

Uno de los aspectos más importantes para desarrollar un sitio web funcional es brindar una buena experiencia al lector a través del flujo de contenido. Lupton (2014) considera que se puede colocar el contenido según su objetivo y formato, en base a una flujo ya sea lineal, selectivo, consulta o informativo, de manera que el lector pueda guiarse, relacionar y observar de manera gradual el texto, imágenes, o archivos multimedia.

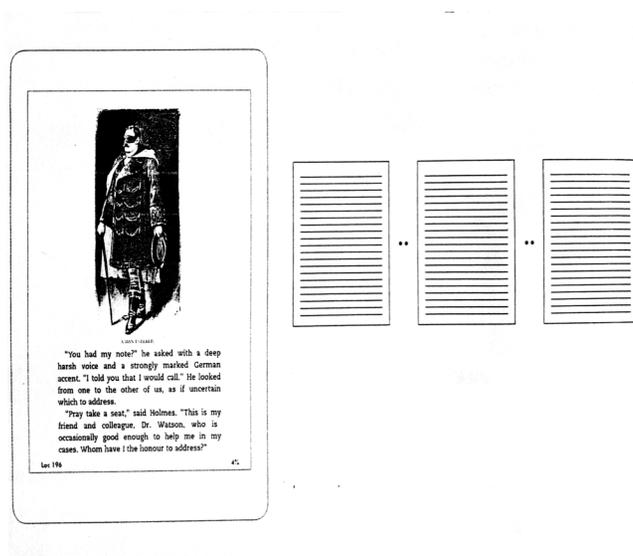


Imagen tomada de Tipografía en pantalla - Ellen Lupton (2014).
Uso adecuado en pantalla del flujo de contenido.

5.2 BRANDING

Branding Según la AE BRAND (Asociación Española de Empresas de *Branding*), se define como “la disciplina encargada de la creación y gestión de marcas”, posterior a la planificación y construcción de proyecto es necesario crear la identidad, la la empresa, la estrategia para definir cómo se quiere percibir la marca.

Hoy en día, el branding es un área de diseño importante, de esta depende como los usuarios observan y perciben las marcas, puede definirse como una disciplina que tiene como objetivo elaborar y construir la imagen y la percepción de los consumidores ante las marcas por medio de la experiencia visual en el diseño de la imagen corporativa.

Imagen corporativa

Olins (2009) define imagen corporativa como la proyección visual de la identidad de marca, es decir lo que se puede percibir sobre la marca, a través de lo que se observa. Esto quiere decir que los colores tipografías, personal, oficinas y logotipo forman parte de la imagen de una marca visto como un conjunto.





Identidad corporativa

La identidad corporativa se compone de diferentes factores que se integran para crear una representación descriptiva, visual y de experiencia. Ollins (2009), explica que este concepto se encuentra formado por los siguientes temas:

- **Personalidad corporativa** (principios de la empresa, filosofía).
- **Imagen corporativa** (imagen, percepción, y acción).
- **Marca corporativa** (administración y factores económicos).
- **Reputación corporativa** (gestión interna y externa hacia el público).

Diseño de identidad

Según Vega (2014) la idea de identidad está formada por aquellas características que definen a las cosas y los seres y las hacen singulares. Una organización social, cultural o mercantil tiene también una identidad que deberá ser potenciada por medio del cuidado de su imagen.

Cada cosa está dotada de factores que son propios y gracias a los cuales se distingue y se puede almacenar en la memoria. Estos signos de identidad característicos de la imagen, individuo o entidad los hacen reconocibles.

Esto significa que el desarrollo de elementos, símbolos y características visuales, como un todo a través de la composición forma una identidad gráfica, de manera que los usuarios observan cada una de las piezas que componen los elementos en el diseño de marca.

LN Creatividad y Tecnología (2016) explica que la identidad corporativa no trata sólo del logotipo de la empresa, la identidad corporativa es la imagen, las sensaciones, las emociones, la filosofía y los valores que la empresa transmite al exterior y por extensión, la representación de todo ese conjunto de elementos que nosotros como espectadores percibimos de ella.





Diseño de una identidad gráfica, es complicado al tomar en cuenta que se busca representar todas las variables de la marca a través de ella, la elección de paleta de colores, tipografías, elementos gráficos, incluso la forma de comunicación con la gente deben relacionarse como parte de un discurso visual más amplio.

Un estudio realizado por la agencia de marketing y comunicación TRAZO (2012) revela diferentes factores que favorecen una identidad grafica sólida y bien desarrollada. Entre ellos:

- **Inmediato reconocimiento y, por lo tanto, mayor popularidad**
- **Una creciente reputación social (tanto en el mundo *offline* como *online*)**
- **Mayor credibilidad en sus mensajes (comerciales o no)**
- **Incrementar sus cifras de ventas (o en cualquiera de los otros objetivos que se fije).**
- **Elementos y piezas básicos para el diseño de la identidad corporativa**

Naming

TRAZO (2012) explica la importancia de aspectos como el naming El *Naming* o nombre de marca que es el origen que da sentido y significado a una marca y a su imagen gráfica, por lo que debe condensar todo lo que es y ofrece su empresa, considerando que es el elemento de mayor vigencia temporal de una marca.

Papelería corporativa

Una papelería corporativa que incluye todos los elementos que una empresa necesita para su día a día (tarjetas de visita, carta, sobre, carpeta, plantilla para e-mail, etc.)

Manual de identidad

Un manual de identidad corporativa que marcará las pautas a seguir para esa marca gráfica en cualquier aplicación, tanto a nivel externo de la empresa como interno.

Otras aplicaciones

Forman parte de nuestra apariencia y variarán en función de la dimensión y actividad de la empresa. Comprende elementos como: uniformes, vehículos, señalética, decoración, etc.



Diseño de logotipo

El sitio web Seedup.mx (2016) lo define como la versión gráfica estable del nombre de la marca, que añade nuevos aspectos a la capacidad identificadora del nombre e incorpora atributos de la identidad institucional, como pueden ser una determinada tipografía que proporcione significados complementarios al propio nombre, no sólo al emplear alfabetos especiales creados para la marca, sino también al utilizar las familias tipográficas existentes, las cuales tienen asociado un significado adquirido a través del tiempo por el tipo de uso más frecuente que se les haya dado. Ello intensifica la función identificada del logotipo.

La memorización de la identidad

Según Vega (2013), la marca se emplea para representar a una entidad o producto, por lo que se hace necesario que pueda ser recordada fácilmente. Los factores principales que habrán de tenerse en cuenta a la hora de iniciar los trabajos de diseño de una marca para influir en su capacidad de ser memorizada, son los siguientes:

- 1. La originalidad. Ya sea temática o conceptual. Hará que la marca sea fácilmente diferenciable y llamara la atención del observador, siendo así más fácil de recordar.**
- 2. El valor simbólico. Capaz de asociarse a emociones o sensaciones determinadas.**

3. Pregnancia formal. Deberá tener capacidad de impactar sobre el público. Se aconseja utilizar figuras geométricas sencillas, ya que resultan más fáciles de recordar.

4. Repetición. Una marca queda fijada en nuestra memoria al cabo de verla repetida muchas veces. Es necesario crear un diseño que pueda resistir una exposición continuada adecuándose a los cambios de modos y estilos y sin que se agote el interés que pueda suscitar.

Estas características permitirán desarrollar una identidad con un carácter estructurado y la variación o base de diseño que permita conectar tanto con la marca como con el consumidor.

Etapas previas para el diseño de una línea gráfica

El sitio web IDA.com (2015) explican lo que es para ellos el desarrollo de la imagen corporativa de una marca, y cuál es el proceso previo que ellos utilizan para elaborarlo, a continuación se presenta los procedimientos.

El blog explica el inicio de discusión ideas con los equipos involucrados y la transformación en objetivos concretos para guiar las decisiones:

- **Se busca reforzar la identidad a través de un estilo gráfico diferenciador para el tratamiento de las imágenes.**
- **Encontrar características y sellos propicios de la marca, con base y fundamentos visuales que brindan consistencia.**
- **Crear un estilo gráfico escalable que favorezca el proceso de creación de imágenes por parte de todos los diseñadores del equipo.**
- **Disminuir los tiempos de producción creando un repositorio de imágenes reutilizables.**
- **Una vez definidos los objetivos de la estrategia y la identidad visual que la empresa quiere transmitir en Internet, se planifica la elaboración de dos propuestas de estilo gráfico a presentar.**

Finalmente antes de concretar una propuesta, y con el fin de estudiar el panorama actual, se desarrolla un *benchmark*. Se realiza una investigación sobre forma y trazos, manejo del color, tipografías e ilustraciones, al finalizar se realiza un análisis comparativo de sitios y ejemplos encontrados en Internet y las propuestas de elementos con fundamento en contraste a lo investigado.

Tendencias: diseño de branding 2018

El diseño de identidad visual, al igual que otras áreas de diseño se ve influenciada por las tendencias y movimientos gráficos que agregan un valor tanto funcional como estético al diseño de *branding*. El sitio web 99desings.com (2017) elaboró un artículo con las predicciones de tendencias para 2018.

A continuación se presenta el listado:

Logotipos, formato responsive, El diseño de logotipos que se adapten a diversos formatos y el desarrollo de versiones alternativas que permitan la flexibilidad de posiciones en diferentes materiales.

Inspiración en arquitectura, tendencia al diseño de logotipos e isotipos, basados en estructuras o características de piezas arquitectónicas.

Atención a la energía y vibra, diseño y selección estratégica de paleta de color, tipografías y elementos gráficos, se pretende desarrollar una base y fundamento detrás de cada elemento.

figuras retóricas, tendencia a diseñar logotipos basados en una metáfora, o figura retórica que refuerce el mensaje de la empresa o marca.

experimentación tipográfica, desarrollo de propuestas alternativas con tipografía, con el objetivo de romper con la estructura lineal y textual.

Grid como base, tendencia a desarrollar propuestas de logotipos que puedan verse compuestos o descompuestos como elementos gráficos.

Máscaras y patrones, utilizar texturas, *tiles*, y formas que permitan diseñar piezas de branding con más detalles y elementos gráficos.

5.3 SUJETO DE DISEÑO #1: JORGE ZAMONSETT - BRANDING



Imagen proporcionada por el entrevistado
Retrato Sabbath Studios - Sabbath Studios.

Jorge es uno de los fundadores y directores del estudio de *branding* y diseño digital Sabbath Studios, este estudio nació en 2014, y fue fundado por Jorge Zamonsett y Luis Alberto, con el objetivo de brindar un servicio y una experiencia de diseño enfocada en la innovación y comunicación efectiva.

**La simplicidad, funcionalidad, pulcritud
y estética moderna son pilares de nuestra
metodología.**

En esta entrevista Jorge comenta y explica resumidamente cual es el proceso de diseño detrás de una identidad gráfica efectiva e innovadora. Los aspectos más importantes y los punto clave que definen el buen diseño según su experiencia con el diseño de branding. **(Ver anexo 5 entrevista completa).**

La entrevista comenzó con cuestiones generales, como por ejemplo, qué información Sabbath Studios considera más relevante para iniciar un proyecto de identidad gráfica según su experiencia. Jorge menciona que los antecedentes son fundamentales para desarrollar un proyecto que verdaderamente guarde relación con la marca, también el procesos de investigación de diseño y mercado finalmente deciden el trayecto y la línea de diseño que se desarrollará.

Al describir el proceso de trabajo de Sabbath, Jorge enlistó cuales son los puntos de desarrollo de proyectos, desde el *brief* de diseño hasta la entrega de piezas, a continuación se presenta dicho listado.

- **Junta con cliente prospecto**
- **Definición de necesidades / Checklist**
- **Cotización**
- **Brief + Calendario**
- **Moodboard**
- **Junta con cliente**
- **Proceso Creativo**
- **Presentación**
- **Ajustes**
- **Coordinación de Producción**
- **Entrega de Proyecto**



Dentro de la entrevista se menciona el proyecto desarrollado para el festival de diseño Adherente en Guatemala en el año 2017, a esto Jorge menciona que al elaborar el *branding* para este festival se diseñó estratégicamente un sistema gráfico, siendo la base y estructura visual detrás de la identidad del proyecto, con el objetivo de crear una propuesta flexible e innovadora.

Mencionó que al elaborar la propuesta gráfica se tomó en cuenta contenido clave del grupo objetivo y a lo que se dedican, puesto que se planteó un concepto multicultural, basado en formas y colores haciendo referencia a que los *speakers* son de diferentes lugares y tienen un mismo propósito: compartir conocimiento.

En la entrevista se plantea la pregunta sobre el desarrollo de *branding* para diseñadores gráficos o que trata de diseño, y el factor de poder representar el diseño y las artes visuales a través de la identidad gráfica. El comentó que cuando se diseña sobre gráfica o para gráficos, se debe contemplar el hecho de no tener limitaciones siempre ayuda a expresar las ideas de manera más contundente, sin alguna pretensión o intención directa. En este caso el desarrollo conceptual y la abstracción visual son aspectos claves de diseño.

Entre las siguientes preguntas de la entrevista, se cuestiona el desarrollo estratégico implementado en cada una de las piezas en una identidad gráfica, con el objetivo de diseñar piezas que reúnan una función de comunicación complementaria. Jorge explica que en Sabbath la funcionalidad y la comunicación de cada una de las piezas es esencial, la obligación como diseñador es pensar en todas las posibles aplicaciones adaptadas a la comunicación y/o digital.

Uno de los temas más importantes de la entrevista fue la aplicación de *branding* en diseño web, el comentó que para Sabbath la base de cualquier diseño web es su estructura y desde este aspecto es importante tomar en cuenta la identidad de la marca, puesto que se deben seguir los lineamientos de retícula de la identidad, el sistema tipográfico, de color y añadir componentes estéticos que fueron empleados en el proyecto para su mejor representación gráfica.

Finalmente, al hablar sobre el aprovechamiento de espacio y recursos en el diseño de un sitio web, Jorge menciona que el diseño web debe ser estratégico, de acuerdo a la información y el mapa de información y contenido, puesto que se debe tomar en cuenta el recorrido visual del usuario, la esencia e identidad de una marca y la estructura de la diagramación, de esta forma al diseñar el sitio web la arquitectura de Información, wireframes y distribución de contenido serán la guía para desarrollar buen diseño.





5.4 DISEÑO WEB

En los últimos años la cultura web ha sobresalido en la sociedad actual. Cualquier persona, sobre todo enfocada en diseño web, sabe o ha escuchado de lo que compone un sitio web. Pite (2003) define la web como un conjunto de páginas en línea agrupadas bajo un dominio y que comparten una dirección final web. Actualmente, hay millones de sitios web, desde instituciones y organizaciones privadas, hasta sitios personales.

Una característica muy común en la mayoría de los sitios web es que tienen una página principal o también llamada *Homepage*, desde la que se puede acceder a la mayoría de los contenidos ofrecidos en el sitio web. Desde el punto de vista del diseño, es importante que todos los sitios web cumplan criterios de homogeneidad y consistencia, esto se justifica porque un usuario visitante de un sitio web podrá acceder al sitio siguiendo la estructura y composición general aplicada en la mayoría de sitios web sin importar el orden, esto se puede observar en sitios personales, organizaciones, instituciones, empresas y servicios.

Para desarrollar una estructura e interfaz para un sitio web es importante tomar en cuenta la experiencia de usuario y el recorrido visual que se busca desarrollar, Pite (2003) explica que el desarrollo de la estructura de un sitio web debe ser diseñado y trabajado con base a una retícula, que permita desarrollar espacios y módulos de contenido.

Principios básicos del diseño de interfaces

Según Shneiderman (1990), el diseño de interfaces necesita y debe tener reglas para el desarrollo y correcto funcionamiento hacia el usuario. El profesor Shneiderman desarrolló una lista de principios que tienen como objetivo el correcto diseño de interfaces.

Consistencia

Mantener normas, secuencias coherentes de acciones deben ser necesarias en situaciones similares.

Permite a los usuarios frecuentes utilizar atajos

Mientras la frecuencia de uso aumenta, lo hace por igual el deseo del usuario de reducir el número de interacciones y aumentar el ritmo del uso. Abreviaciones, teclas de función, comandos ocultos, y macros son imprescindibles para el usuario experto.

Ofrece respuestas a las acciones

Para cada acción del operador, debe haber una respuesta del sistema. Para acciones frecuentes y menores la respuesta debe ser modesta, mientras que para acciones raras y de peso, la respuesta debe ser sustancial.





Diseña acciones secuenciales

Segun Shneiderman (1990) el *feedback* obtenido tras la realización de un conjunto de acciones, da a los usuarios la satisfacción de haber cumplido, una sensación de alivio y una indicación de que el camino está libre para prepararse para el siguiente paso.

Gestión y errores sencillos

En la medida de lo posible, se diseña el sistema para que el usuario no pueda cometer un error grave. Si se comete uno, el sistema debe detectarlo y ofrecer una solución sencilla y comprensible para poder manejarlo.

Fácil reversión de las acciones

Esta función alivia la ansiedad, ya que el usuario sabe que los errores se pueden deshacer, además de que fomenta la exploración de opciones desconocidas. Las unidades de reversibilidad pueden consistir en una sola acción, una entrada de datos, o un grupo completo de acciones.

Apoya al usuario con una interfaz amigable

Los usuarios experimentados desean tener la sensación de control y que el sistema responda a sus acciones adecuadamente. Diseñar el sistema para que los usuarios sean los que inicien cada acción y no los que respondan.

Reduce la carga de memoria a corto plazo

La limitación humana para procesar información a corto plazo requiere que las pantallas se mantengan simples, la paginación debe consolidarse, reducir el movimiento entre ventanas, y se debe ofrecer un tiempo de aprendizaje adecuado para comprender los códigos, datos técnicos y secuencias del programa.

Elementos de un sitio web

Córcoles (2014) menciona que es necesario no solamente conocer los componentes de un sitio web, sino también entender la función de cada uno, puesto que considera importante sobre todo en el diseño web que cada elemento visual tenga una función ante el usuario final, y se aproveche el espacio de la interfaz del sitio web.

Color

En los entornos gráficos digitales, los colores se forman a partir de tres básicos, el rojo, verde, y azul, conocido como RGB, estos se denominan componentes. Generalmente, la intensidad de cada componente se expresa (en diseño web), como un número hexadecimal del 00 al FF (del 0 al 255 en base diez). Por ejemplo, el color rojo se representa como #FF0000, puesto que tiene toda la intensidad de rojo y nada de los restantes.





Tipografía

Córcoles (2014), Cuando se habla en diseño web de “fuentes”, se hace referencia a un conjunto de caracteres con un estilo o modelo gráfico particular. De alguna manera, una fuente es sinónimo de tipo de letra. A la hora de manejar fuentes en un sitio web se debe tomar en cuenta las limitaciones y características que complican el diseño, entre ellas es la falta o falla de tipografías en los sitios web, por lo que es necesario programar fuentes sustitutas.

Iconografía digital

Los íconos se utilizan en la web para representar imágenes o pictogramas con símbolos o formas en planos abstraídos de un significado o concepto, dependiendo del contexto a utilizarse. Con estos elementos se evita desarrollar más texto y se genera una manera más fluida y amigable de lectura para el usuario final. Un ícono debe mantener la menor cantidad de detalle posible, únicamente dejar los elementos característicos del significado de la composición o forma. Un punto importante es la elección y facilidad de reconocimiento del ícono puesto que debe ser parecido o guardar similitud a lo que el ojo humano

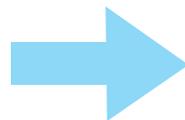


Imagen de fuente propia
Ilustracion de iconografia digital.

Diseño de íconos

Para llevar a cabo un proceso funcional de diseño para iconografía es necesario analizar y entender la relación, denotación y connotación de las formas y como responde se comunica a través de imágenes con los usuarios, Barredes (2015), explica que es necesario desarrollar un proceso de fases para desarrollar iconos funcionales. Barrades comenta que factores son esenciales y que se debe detener a pensar el diseñador y qué información tiene que tomar en cuenta para elaborar iconografía.

- ¿Para que se utilizara el icono?
- ¿En qué condiciones se utilizará?
- ¿Que representará?

Marco de referencia:

Saber el entorno y contexto. Se debe tomar en cuenta el nivel de abstracción y desarrollo gráfico a través del grupo objetivo.

Lenguaje retórico:

Una representación de sentido figurado, analogía, hipérbole, metáfora, sinécdoque, etc; Es necesario para desarrollar asociaciones y vínculos entre la figura y el significado.





Componentes de una interfaz Web

Pite (2003) si bien hay elementos dentro que componen los sitios web también están las áreas o partes que se ven conformados por estos elementos en un sitio, es decir las partes de un sitio web en general. A continuación se presentan las siguientes componentes.

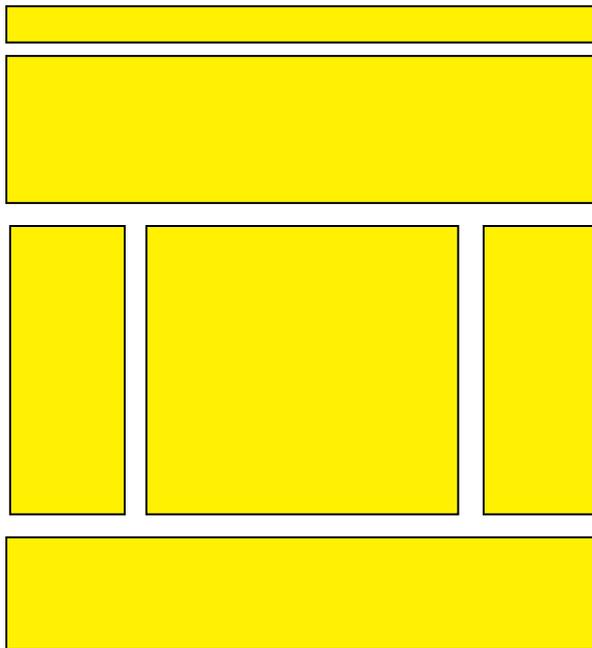


Imagen de fuente propia
Ilustración de componentes de una interfaz web.

Cabecera

Pite (2003) se entiende por cabecera una zona de la interfaz web situada en la parte superior de la misma (de ahí su nombre), de ancho generalmente guarda la misma dimensión a la página principal, sin embargo, la altura puede variar. En esta se ve ubicado generalmente el logotipo del sitio web o de la empresa propietaria, acompañado generalmente de un texto identificador de la misma y de otros elementos de diseño.

El objetivo principal de la cabecera está muy relacionado con el de las cabeceras en las portadas de editoriales:

- **Identificar el sitio web con la empresa a la que representa mediante el logotipo y el nombre del mismo, de la empresa propietaria o de la marca que representa.**
- **Identificar y homogeneizar todas las páginas pertenecientes al sitio web, ya que la cabecera suele ser común en todas ellas, creando con ello un elemento de referencia común.**
- **Crear una separación visual entre el borde superior de la interfaz y el contenido central de la misma, haciendo más cómoda su visualización y lectura.**

Sistema de Navegación

Los sistemas de navegación son los elementos de una interfaz que permiten la navegación por las diferentes secciones y páginas que componen el sitio web. Generalmente se presentan como menús formados por diferentes opciones, con las que el usuario puede interactuar al seleccionarlas, pasando a una nueva página o documento.





El cuerpo de la página

El cuerpo es la parte de la página web donde se presenta al usuario toda la información referente a los contenidos, lo que aparece en el cuerpo suele ser el objetivo del sitio, lo que el usuario quiere ver. Por lo tanto, el espacio destinado a ella debe ser el mayor de todos, ocupando generalmente entre el 50% y el 85% del total.

El pie de página

Es la parte de una interfaz web situada en la parte inferior de la misma, bajo el cuerpo de la página. En principio no parece tener una misión muy importante, sin embargo tiene mucha utilidad por la información que muestra y por ayudar a una percepción más estructurada del sitio.

Los espacios en blanco

Un elemento de especial importancia en un diseño web son los espacios en blanco. Los espacios en blanco se definen como todas esas zonas de la interfaz en las que no hay ningún otro elemento gráfico. Entre sus objetivos está el compensar el peso visual del resto de elementos, crear márgenes o separaciones entre ellos, encuadrándolos de forma adecuada, y marcan los límites que estructuran la composición, haciendo la interfaz más equilibrada, limpia y estética.

Material multimedia

Al utilizar imágenes para un sitio web es importante tomar en cuenta el tamaño y el formato que se implementará, puesto que diferentes factores pueden afectar la funcionalidad y la fluidez del contenido en general. Weinman (1996), explica que la clave para que un sitio de contenido multimedia sea funcional es la compresión de los archivos con el objetivo de optimizar el espacio y carga del contenido de la web. Los dos formatos más utilizados para gráfica en la web son JPG y GIF. La diferencia entre ambos formatos es que jpg puede ser hasta 32bit (utilizando hasta 1.7 millones de colores) y GIF puede ser solamente hasta 16bit (utiliza hasta 256 colores).

Además de tomar en cuenta los formatos, también se debe ajustar y utilizar adecuadamente los tamaños de imagen y la resolución utilizada, Weinman (1996), explica que se debe trabajar las imágenes con la resolución ajustada, es decir no generar imágenes con excesos de tamaño y pixeles, y tomar en consideración su resolución. Los ajustes de resolución estándar más comunes son: 72, 150 y 300dpi. Para la elaboración de imágenes destinadas a la web se debe utilizar 72dpi con el objetivo de aprovechar y optimizar el peso del archivo sin afectar la calidad de la imagen.





Como utilizar Reticulas

Wassermann (2016), Desarrolló un artículo que explica el contenido y funcionamiento de las retículas aplicado a diseño actual de páginas web. Wassermann explica que la retícula tiene como objetivo crear una estructura básica, que guía la composición y jerarquía del diseño. Consiste en líneas “invisibles” sobre las que se puede ubicar los elementos del diseño. Utilizando las retículas se consigue vincularlo a un “sistema” global y reforzar la composición de forma racional.

Unidad

Las unidades son los bloques de construcción básicos de toda retícula. Múltiples unidades forman el conjunto de la retícula.

Medianil

Los medianiles son una forma de micro espacios en blanco que proporcionan a la retícula algo de espacio para respirar.

Columnas

Estos elementos son las múltiples unidades y medianiles, juntos forman columnas que son los contenedores reales en los que se debe ubicar el contenido estratégicamente.

Sectores

Wassermann (2016) Las columnas de contenido forman sectores que tienen como objetivo representar las divisiones dentro del sitio web y la diferenciación dentro del contenido, utilizando estructuras horizontales en la página.

Estos sistemas conforman una retícula, que en diseño web tiene el objetivo de elaborar un diseño que pueda desarrollarse con base a una estructura fundamentada por una base de retícula y posicionamiento que se puede resolver y observar mediante la programación del diseño de la página web.

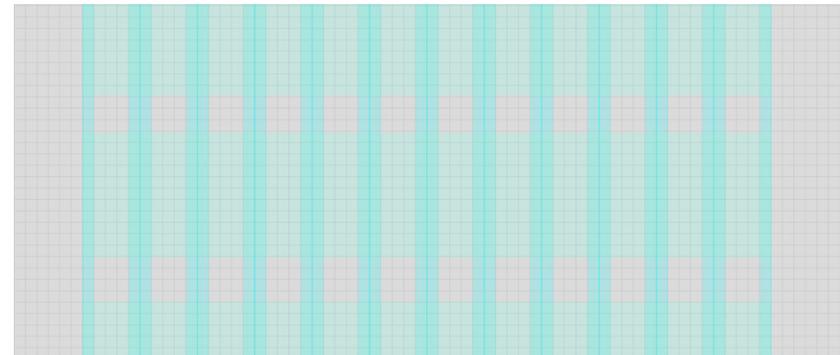


Imagen fuente propia.
Ilustración de retícula (columnas, medianiles, y sectores).





Tendencias de diseño web 2017

El sitio web Lacetalent.com (2017) ha desarrollado un artículo que presenta una lista de las 10 tendencias más notorias de diseño web para el 2017. Se explica que el diseño web tiene una evolución gráfica mucho más densa en el 2017, a través de gestionar diversos materiales gráficos, como íconos, gif, y atractivas composiciones pero complejas.

A continuación se presenta la lista de tendencias junto a la descripción de la implementación en el diseño web 2017:

1. **Énfasis en el contenido.** A través del desarrollo de una composición y presentación atractiva.
2. **El final del flat design.** Algunos restos se pueden observar de este estilo como el manejo minimalista y estructura web.
3. **Formas, líneas y patrones geométricos.** Desarrollo de elementos geométricos y modulares en el diseño web
4. **Títulos y encabezados creativos.** desarrollo de un hero atractivo e interactivo para llamar la atención de los usuarios.
5. **Degradado en dos colores.** Utilización de gradientes, estáticos como también animados para apoyar el diseño o paleta de color.
6. **Mayor uso de animaciones y GIFs integración de videos, gif, imágenes que desarrollen un ambiente interactivo.**
7. **Navegación simple, utilización de una estructura simple y mapa de navegación lineal.**
8. **Micro interacciones, desarrollo de iconos y elementos decorativos que apoyan el contenido del sitio web.**
9. **Elementos dibujados a mano.** Integración de imágenes, figuras y trazos análogos para brindar sensaciones orgánicas.
10. **Énfasis en las páginas de destino.** Diseño y reestructura en el mapa de navegación de acuerdo a la funcionalidad y objetivo.





5.5 SUJETO DE DISEÑO #2: JAVIER CASTILLO - DISEÑO WEB



Imagen proporcionada por el entrevistado
Retrato Javier Castillo - Royale Studios.

Javier es uno de los fundadores y directores del estudio de diseño web y branding Royale Studios, este estudio nació en 2009 y fue fundado por Javier Castillo, con el objetivo de brindar un servicio y una experiencia de diseño completo y de calidad.

“El proceso de diseño es un balance de diferentes aspectos, para Royale Studios, debe ser funcional, estable, y estético”. Javier Castillo

En esta entrevista Javier explica y comenta sobre la experiencia que ha adquirido, como han desarrollado un modelo sólido de trabajo que busca obtener un proceso integrado para implementar soluciones estratégicas e innovadoras. **(Ver anexo 6 entrevista completa).**

El primer tema que se comentó fue sobre el proceso y desarrollo que realiza Royal Studios en proyectos de diseño web, una vez que cuenta con el contenido de la web, es necesario conectar con los objetivos y las ideas principales que el cliente desea para el sitio web, previo a iniciar el proyecto, en el estudio se realiza una etapa de *benchmark*, hacen una búsqueda de referencias, y lo que está sucediendo en la industria, con el objetivo de reconocer y elaborar con conocimiento los posibles escenarios que luego se plantean, durante el proceso hay reuniones con el cliente para verificar lo que se va desarrollando y diseñando. Tener feedback es importante para la dirección de lo que se hace, también se intercambian ideas, nuevas oportunidades que se pueden aprovechar que tal vez no se vieron al principio. Algo que recientemente se empezó a hacer, es considerar referencias editoriales, hay mucha inspiración e ideas que se pueden adaptar y evolucionar en el medio digital, es importante innovar con los recursos, pero también en la diagramación y las retículas o módulos que se desarrollan dentro de los proyectos.



Para Royale Studios, la funcionalidad es la base de cualquier proyecto, es el primer inciso del checklist de trabajo. Primero se observa que funcione bien y que tenga todas las herramientas de navegación necesarias para que el usuario no se pierda y pueda continuar navegando fácilmente, como para que haya cierto flujo en la navegación de un sitio. Hay que plantearse que el usuario recorra el sitio hasta el final, es como contar una pequeña historia con el contenido. Se prepara todo la parte de *wireframe*, y el código base de la estructura del sitio, y cuando esto se encuentra terminado, dentro de los límites, y dependiendo del cliente, se boceta y se diseña diferentes aspectos que puedan enriquecer la experiencia de usuario por medio de la estética.

Al tener el proyecto terminado, Royale Studios tiene un proceso de validación / experiencia de usuario. Javier explica que a nivel interno se hace mucho QA (*quality assurance*), mientras las revisiones y pruebas con los clientes dependen del proyecto puesto que no todos lo necesitan o tienen tiempo. Sin embargo, los clientes que lo revisan, a veces invitan a otras personas que probablemente son clientes o gente que vaya a usar el sitio para ver si funciona y para que lo prueben, en donde se puede observar más este procedimiento es en los sistemas de optimización de tareas.

Royal Studios diseñó la aplicación del BAM y con ellos se hizo diversas pruebas con los usuarios, es una tarea sencilla pero detallada, se pone al usuario frente a la pantalla para que pruebe la aplicación y trate de hacer alguna tarea y que realice todas las acciones posibles sin ningún inconveniente.

Algo muy interesante es ver sus reacciones porque a veces presionan una acción y esperan observar algo y ven otra cosa entonces es interesante preguntarles qué esperaban ver o por ejemplo si ven la experiencia de pasar de la pantalla A a la B fácilmente y de manera evidente.

Otro punto que tiene un proceso de evaluación son las tipografías, aunque cada cliente y caso es diferente. Se desarrolla trabajo alrededor de la selección y uso de las mismas. Javier comenta que es un trabajo práctico, el aspecto técnico es lo más importante, como por el ejemplo el peso, es preferible que el sitio cargue en 5 segundos, siendo la funcionalidad un aspecto primordial.

El diseño de los sitios web que realiza Royal Studios, se utiliza entre 2 y 3 tipografías, y a veces se cuestiona mucho si una tercera tipografía va a aportar algo de valor al proyecto. Y por último el precio es importante evaluar, hoy en día las licencias de tipografía tienen un precio entre \$70 y \$300, esto se debe analizar más que todo con clientes, extranjeros o compañías grandes que las visitas son de 500.000 usuarios en adelante, a veces es preferible optar por la solución de tipografías, gratuitas. Google fonts, es una librería que tiene muchos aspectos positivos, además de fuentes sin costo, el peso, la facilidad y adaptabilidad en el código, y el uso y calidad que las caracterizan por ser tipografías de Google, se guardan en el navegador y al volver utilizarla ya no necesita cargar nuevamente.

Al igual que las tipografías, el contenido que se encuentran en sitios web deben desarrollarse y programarse con mucha cautela, Javier explica que las imágenes las optimizan a 72dpi, son procesadas por *Tiny png*, se comprimen al máximo, siempre tomando en cuenta que no pierdan su calidad. y que el peso final no sea más de 500kb.

Javier comenta que el tema del peso es complicado porque a veces se pensaría que es insignificante 200Kb más, pero cuando hay tantos elementos, la tipografía suma, las imágenes suman, los vídeos suman, la longitud de la página suma y al final ya 200kb no son tan insignificantes. En Royale Studios se utiliza una técnica que se llama *lazy loading*, ésta tiene como objetivo cargar únicamente el contenido que el usuario puede ver acceder, si el usuario hace otro scroll, carga el siguiente contenido, de esta manera el sitio solo carga lo que se va a observar.

Con respecto a los videos por lo general, son subidos a YouTube porque de nuevo, los servidores de Google son una maravilla, son flexibles, rápidos y personalizables. Otra ventaja de alojar en YouTube es que es otro canal de almacenamiento, entonces no puede generar tráfico de datos, además no gasta espacio en el propio servidor.

Uno de los puntos finales dentro de la entrevista fue diseñar para diseñadores, utilizando como ejemplo el reciente trabajo realizado para Adherente 2017, a lo que Javier contestó que para este sitio web se prestó mucha atención a la información clave que fuera información resumida, sabiendo que las personas no suelen leer mucho, se desarrolló las fechas en grande, los speakers también en grande y luego la información se fue colocando de manera estratégica. Los detalles se colocaron en la agenda con el programa, todo dentro de una página y se empezó desde la información más relevante hasta los detalles más técnicos. Además, se colocó un *sidebar* fijo donde se podía navegar entre las distintas opciones y todo el contenido estaba dividido en secciones en una sola página. Se desarrolló una segunda columna con la información y una tercera columna con una cajita que representaba la imagen de Adherente de esa edición. El diseño fue basado directamente en la imagen que ya había desarrollado Sabbath Studios.

La última pregunta de la entrevista fue una suposición, Si Royale Studios, tuviera que desarrollar el portal de Polígonos, cual sería el proceso y qué aspectos son importantes. Javier explica que para esta clase de sitios se debe tomar en cuenta que el contenido se actualiza constantemente, por lo que se debe evaluar cómo desarrollar un layout estándar sobre el cual trabajar, de manera que programar cada artículo no se vuelva una carga, como dueño del proyecto se tiene que analizar y tomar la opción que permita dedicarse a Polígonos sin perder mucho tiempo. El color, tipografía, elementos gráficos, se evalúan al crear las plantillas.

Javier opina que el contenido debe verse como tal y no desviarse con la plataforma, el poder compartir las entrevistas, los reportajes y artículos, por lo que debería de empezar el proyecto de una manera sencilla y básica, a medida que se pueda reconocer qué dirección debe tomar el proyecto y al final crezca y se desarrolle. Nuevamente a partir de esto se puede ir agregando nuevas funcionalidades, la idea es crear con base a la experiencia una composición de medios digitales. Hoy en día las redes sociales y el formato multimedia esta evolucionando plataformas como Playground desarrollan mini-reportajes en video, y es una propuesta funcional. Revista Básica desarrolló un proyecto durante febrero utilizando el formato de *Stories* en Instagram, muy sencillo y directo. Las personas aprendieron sobre diseño editorial y las revista propuestas en minutos. Finalmente, Javier concluye con que las plataformas que buscan informar, comunicar y generar contenido deben tomar en cuenta el tiempo y el desarrollo de un formato funcional y flexible.



5.6 DISEÑO EDITORIAL

Según la Universidad de Palermo (2008), se define como diseño editorial, la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones, tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

El diseño editorial es una de las más antiguas prácticas y ramas del diseño gráfico, desde que Gutemberg perfeccionó la imprenta en el siglo XV, hasta la actualidad. Los libros y papiros fueron perfeccionándose en cuanto a los sistemas de impresión, soportes y técnicas, y fueron necesitando de nuevas metodologías de diagramación y comunicación.

El mercado editorial hoy en día

De acuerdo a las estadísticas (2005) proporcionadas por la Magazine Publishers of America, basado en cifras correspondientes a Estados Unidos y Reino Unido. Se colocaron los datos del estudio desarrollado por la entidad.

- Cada mes se venden mas de 30 millones de ejemplares de revistas en Estados Unidos, a través de suscripciones o en kioscos
- En 2004 el número de revistas en Estados Unidos ascendía a 18.821 títulos.
- Un supermercado estadounidense oferta, de media, 700 títulos de los cuales 300 a 400 pueden encontrarse permanentemente en sus estantes.
- En Estados Unidos se publican mas de 120 revistas asiáticas,
- En 2002 se pusieron a la venta en los kioscos de Alemania 224 nuevas revistas y mas de 200 publicaciones para clientes.
- El Reino Unido cuenta con alrededor de 3000 revistas, de las cuales 200 acaparan el 90% de las ventas totales.
- Cada año en Estados Unidos se proponen cerca de 1000 nuevas revistas, de las que solo una tercera parte llega a lanzar un primer número.





Publicaciones digitales

Segun Caldwell (2014) las primeras publicaciones digitales eran básicamente paginas web desde las que se accedía a archivos en pdf, cuyas paginas el lector podía ir pasando como si se tratara de una revista o periódico. Los archivos no obstante eran pesados y estaban limitados a las tipografías disponibles. El grupo estadounidense Condé Nast desarrolló su propio programa de autoedición adaptado a sus necesidades y creó publicaciones como Wired GQ, y Vanity Fair, sin recurrir a programas externos. La llegada del HTML como lenguaje de mercado permitió a los diseñadores insertar contenido en movimiento en las paginas web: El navegador lee las etiquetas y transforma el código en imágenes y texto.

La mejora de las herramientas de diseño interactivo hizo que las aplicaciones comenzaran a traer a anunciantes interesados en añadir imágenes en movimiento y contenido interactivo a sus reclamos. Con la llegada del ipad en 2010, las publicaciones digitales pasaron a ser aun mejores como experiencia móvil, puesto que el dispositivo te permitía llevar consigo las publicaciones y descargarlas y buscar nuevas aun estando fuera de casa, en caso existiera una red o wifi.

Aspectos digitales

Segun Caldwell (2014) hay ciertos conceptos únicos de las publicaciones digitales que permiten que las piezas tengan calidad y funcionalidad.

Experiencia fluida, la experiencia fluida del usuario de una pagina web o una aplicación, conocido como *UX*, transcurre de forma ideal y sin incidentes, permitiendo el paso de una sección a otra sin intersecciones frustrantes o distracciones que interrumpen la lectura y el enfoque el tema, y sobre todo el correcto funcionamiento de la plataforma.

Diseño liquido, Los programas de diseño pueden ajustar ligeramente la composición de pagina para adaptarlo al tamaño de las distintas pantallas. Las maquetas liquidas son rentables, puesto que resguardan la calidad de la publicación, específicamente las fotografías y las tipografías mantienen su estructura sin alteraciones.

Anatomía de una publicación exitosa

Segun Caldwell (2014) los aspectos mas importantes principalmente es la estructura conceptual de carácter discursivo-visual que define cada publicación.

Se debe evidenciar las características de su género conforme a sus elementos y necesidades comunicativas.





Caldwell (2014) Es importante desarrollar una propuesta de estilo y personalidad gráfica, que permita diseñar una línea de elementos o características gráficas que enriquezcan el contenido de la publicación y llame con mayor fuerza la atención de los lectores.

Estilo editorial:

- **Organización de las páginas**
- **Fluidez de la publicación**
- **Nivel de comunicación**
- **Expresión del texto**
- **Calidad material y visual**

Estilo de diseño

Caldwell (2014) Cómo se presentan los elementos visuales en equilibrio de imagen y texto ligado a la marca de la publicación:

Formato (tamaño y forma)

El tamaño y dirección de la publicación debe brindar dinamismo y variación de estructura sin dificultar el acceso o lectura de la pieza.

Soporte (estilo y funcionalidad)

Papel o digital, se debe cuestionar la utilización de ambos y entender la solución que beneficie la identidad y estilo de la marca, de manera que las personas puedan identificarse y encontrar carácter y personalidad de la publicación en el soporte utilizado.

Estructura (acceso rápido a la información)

Desarrollar una estrategia o línea de contenido que permita facilitar y colocar de manera adecuada para el lector la composición de forma que no se dificulte o se interrumpa la lectura dentro de la publicación, por lo que es importante el desarrollo dinámico y creativo de la posición y orden del texto, jugando con los elementos visuales que permitan generar una composición agradable al ojo.

Elementos de diseño (estilo de comunicación gráfico)

Debe mostrar el carácter de la editorial y el contenido de la edición, utilizando elementos visuales atractivos que llamen la atención de los usuarios, y permita una lectura agradable y fluida.

Finalmente diseñar una estrategia de contenido, es decir una verificación de temas y estructura de edición para desarrollar material que mantiene unidad visual, textual pero sobre todo conceptual.





5.7 ILUSTRACION

Ballester (1955) define ilustrar como una manera de narrar en imágenes, es la narración que se opone a la decoración. La ilustración es una reinterpretación tomada como referencia o punto de partida de un texto.

Ilustración Vectorial diferentes usos

El diseño o ilustración vectorial, es necesario para el desarrollo de elementos visuales, como por ejemplo iconos, se debe tomar en cuenta que el vector cuenta con diversas ventajas, lo importante es la calidad y desenvolvimiento de los elementos, siendo el tamaño y la edición ningún problema la ilustración.

Ballester (1955) Hoy en día, se pueden desarrollar elementos mas complicados y detallados que se ajustan y editan, como también animar incluso desde la web con base a la programación, y crear una base de líneas vectoriales para construir una forma o modelo 3d a base de vectores llamados *Bezier*.

La propuesta del Vector

La definición general de vector es un segmento de recta, contado a partir de un punto del espacio, cuya longitud representa a escala una magnitud, en una dirección determinada y en uno de sus sentidos.

Ballester (1955) La forma con que se generan estas instrucciones para crear un vector, objeto constituido por una serie de puntos y líneas rectas o curvas, definidas matemáticamente, es a través de las llamadas Curvas de Béziel. Cada objeto:

- **Tiene una línea de contorno y está relleno de un color a elegir. Las características de contorno (o filete) y relleno se pueden cambiar en cualquier momento.**
- **Se puede agrupar, separar, recortar, intersectar y relacionar de otras formas con el resto de objetos del dibujo.**
- **Si es independiente, se manipula separadamente del resto de objetos; se pueden ordenar de cualquier manera en forma de superposición.**
- **Cualquier forma, abierta o cerrada, sea un polígono, un rectángulo, una elipse o una forma curva irregular, se basa en estos elementos tan simples: nodos y puntos de control siendo representados en un espacio y calculo posicionados en diferentes áreas para crear una forma.**





Finalmente el vector permite crear dibujos lineales puros (al estilo del dibujo técnico) o también creaciones más artísticas, con un contorno caligráfico. Ballester (1955) Ventajas del formato vectorial (y limitaciones.) visto en qué consiste un dibujo vectorial, resulta fácil entender cuáles son sus ventajas:

No importa el tamaño que se desea dibujar; siempre aparecerá con la misma nitidez, sin merma de calidad por el escalado.

Cada objeto viene definido por sus propias fórmulas y se maneja independientemente del resto. Puede escalarse, distorsionarse, cambiar de forma o resituarse sin afectar para nada los otros elementos del dibujo.

Se puede controlar con gran precisión la forma, orientación y ordenación de los elementos.

Cualquier efecto que se aplique a los objetos puede rectificarse en cualquier momento: el dibujo es siempre editable.

Es fácil reutilizar un dibujo o parte de éste en otros proyectos.

El tamaño de los ficheros puede ser increíblemente compacto, dado que no se ha de almacenar información para definir cada punto de la pantalla, sino una serie de fórmulas matemáticas.

Los objetos pueden fusionarse fácilmente entre sí, creando una serie de formas intermedias, por ejemplo, pasando de un cuadrado a un círculo en diez formas interpoladas.

Permiten un manejo de letras sin limitaciones; las fuentes Type 1 y TrueType son también objetos vectoriales y, por tanto, se pueden manejar de forma idéntica dentro del programa de ilustración.

El clipart -dadas estas ventajas- se encuentra mayoritariamente en formato vectorial (el formato EPS es el más corriente. WMF es un formato escalable, vectorial, pero no basado en curvas de Bézier).

Se pueden incluir bitmaps en un dibujo vectorial, bien para rellenos de formas, bien como elementos separados; si es necesario, un vector puede exportarse a un formato rásterizado estándar, como GIF o JPG.





5.8 DISEÑO PUBLICITARIO

Melgar (2016) el diseño publicitario es una área en la que se puede encontrar diversos recursos y diversos formatos, desde medios tradicionales a otros alternativos. La publicidad busca comunicar un mensaje hacia un grupo definido con el objetivo de informar, posicionar, o presentarse ante el consumidor.

Intervención del Diseño publicitario

Melgar (2016) el diseño publicitario hoy en día tiene diferentes áreas de trabajo y formas para desenvolverse, es necesario tomar en cuenta que el diseño y publicaciones digitales, actualmente, se utilizan en la web en las que se recurre a diferentes formatos y soportes.

Insight

Melgar (2016) es la sumatoria de experiencias, valores, vivencias de una sociedad que se incorporan al inconsciente de cada persona, experiencias que son íntimas y considero que son propias, pero son las mismas que las del resto. Deben permitir identificarse fácilmente con la marca.

Concepto

Capacidad de abstraer, conexión de la falsedad y veracidad de algo. Melgar (2016) el desarrollo de una versión mínima, primitiva, simple, Siendo ésta una construcción mental por la cual se comprende las experiencias, se obtienen al interactuar con el entorno.

Idea Conceptual

Melgar (2016) Las ideas simples no pueden dividirse, color, forma, textura. Ideas complejas: conjunto de simples. Como se va a ejecutar un concepto (lo que se piensa) e insight (lo que se siente). Estas son algo indivisible que se pueden traducir a la realidad.

BTL

Este se puede definir como un conjunto de herramientas, que denominan cierto tipo de campañas publicitarias que tienen como objetivo comunicar a segmentos de mercado específicos. Melgar (2016) el BTL representa en el diseño, área publicitaria en la que más allá de la estrategia, y el diseño de piezas, se necesita realizar y desarrollar una experiencia para el grupo objetivo en el que ya sea por identificación, innovación o creatividad, las personas interactúen con la marca. Se utilizan para hacer product placement. Estos son los tipos existentes:

- Marketing directo
- Promoción y publicidad
- Pop
- Eventos
- Guerrilla



OTL

Melgar (2016) el OTL es internet y se refiere a la estrategia de marketing que se desarrolla en un medio masivo con crecimiento exponencial, donde nos podemos dirigir a un público muy amplio, pero que también puede ser finamente segmentado, el feedback es instantáneo y el resultado estadístico es automatizado en segundos.

Contenido de Publicaciones

Las redes sociales tienen diferentes formatos, y la publicidad se propone desarrollar medidas estándar o formatos parecidos que permitan insertar y ocupar cada vez más diferentes sitios y plataformas sociales, sin embargo, es necesario que el contenido sea funcional y llamativo para el usuario.

Según Núñez (2013), el contenido encontrado en las redes sociales, debe llamar la atención del usuario, y comunicarle de manera efectiva, puesto que la saturación de contenido es cada vez más y se pierde la relevancia del mismo. ¿Por qué el contenido es importante?:

- **Porque la mayoría de usuarios están saturados de información.**
- **Porque cada vez los usuarios y consumidores se vuelven más exigentes en cuanto a sus preferencias.**
- **Porque un buen contenido es capaz de generar conversión e interacción Porque la gente confía más cuando ve que hay calidad en lo que se comparte.**

Núñez (2013) Tipos de contenidos efectivos:

- **Imágenes – Ilustraciones**
- **Videos – videos infográficos**
- **Infografías – Gráficas**
- **Presentaciones**
- **E-books – whitepapers**

Núñez (2013) Que debe tener un buen contenido de redes sociales:

- **Incluir llamadas a la acción**
- **Utilizar ilustraciones efectivas**
- **Utilizar infografías**
- **Utilizar gráficas para resumir información**
- **Utilizar la menor cantidad de texto posible.**



Inbound marketing

Inbound marketing es una metodología de mercadeo que tiene como objetivo desarrollar una estrategia de venta no intrusiva, y conectar con el usuario sustituyendo los métodos de venta tradicionales.

La agencia dedicada a esta metodología Inboundcycle Agency (2017) explica que el objetivo de esta herramienta es contactar con personas que se encuentran en el inicio del proceso de compra de un producto determinado.

Esta metodología nació en el 2005, El concepto “inbound marketing” fue propuesto por Brian Halligan, cofundador y CEO de HubSpot.

Inbound Marketing está compuesto por 5 factores que se necesitan para poder llevar a cabo esta metodología. Inboundcycle Agency explica los pilares a continuación:

1. Buyer persona

Este se define como una representación ficticia del cliente ideal.

2. Marketing de contenidos

El objetivo de este factor es diseñar contenidos que le aporten valor y ayuden la toma de decisión de compra.

3. Segmentación

Según la fase en la que se encuentra el usuario, se debe ofrecer información personalizada para la decisión de compra.

4. Marketing automation

La utilización de estudios, estadísticas y softwares para estudiar la respuesta del usuario ante cada compra es esencial para la continua personalización.

5. Análisis

Estudiar los procesos de cambios y generar actualizaciones en el desarrollo y experiencia del usuario.

Funcionamiento del Inbound marketing

Inboundcycle Agency (2017) la metodología cuenta con una línea de procesos o fases en el desarrollo de una venta, en el cual busca: Atraer, convertir, educar, y fidelizar al usuario, en el proceso de compra de esta manera el cliente no solo está llevando el producto sino también está relacionándose y conociendo a la marca, creando una relación a través de experiencias e información con el usuario de manera que se cree un vínculo y fidelización hacia la marca.



Imagen obtenida de Inboundcycle Agency, Ilustración de línea de proceso.





5.9 ANIMACIÓN

según Deitch, (2001) la animación se puede definir como el registro de una acción, se compone de fases individuales e imaginada de una forma tal que si se reproduce este registro a una velocidad determinada y constante, se produce la ilusión de movimiento

La animación hoy en día se puede observar en diferentes formatos y sobre todo con diferentes técnicas, la tecnología permite diseñar y desarrollar nuevas percepciones y herramientas que apoyan la creación de contenido animado utilizando y experimentando nuevas soluciones gráficas.

Diseñar animaciones, va más allá de los movimientos, es importante tomar en cuenta cada característica que conlleva la animación y acción/reacción. Se adjunta una lista de principios según el libro The Illusion of Life: Disney Animation por Johnson; Thomas (1995).

Estirar y encoger

La exageración y la deformación de los cuerpos, como si fueran flexibles, sirve para lograr un efecto más cómico, o más dramático. El estiramiento también ayuda a dar sensación de velocidad o de inercia.

Anticipación

Se deben anticipar los movimientos para guiar la mirada del espectador y anunciar lo que va a pasar. Esa técnica se divide en tres pasos: anticipación (prepara para la acción), la acción en sí misma, y la reacción (recuperación, término de la acción).

Puesta en escena

Con este principio se traduce las intenciones y el ambiente de la escena a posiciones y acciones específicas de los personajes. Poniendo en escena las posiciones claves de los personajes definidos por la naturaleza de la acción. Hay varias técnicas de puesta en escena para contar una historia visualmente. Esconder o revelar el punto de interés, o crear acciones en cadena (acción - reacción).





Acción directa y pose a pose

Johnson; Thomas (1995) la acción directa creamos una acción continua, paso a paso, hasta concluir en una acción impredecible. En la acción pose a pose se desglosa los movimientos en series estructuradas de poses clave. Acción continuada y superposición: Estas dos técnicas ayudan a enriquecer y dar detalle a la acción. En la acción continuada, el personaje aún sigue moviéndose después de la acción principal. En la acción superpuesta, se mezclan movimientos múltiples que influyen en la posición del personaje.

Entradas lentas y salidas lentas

Se trata de acelerar el centro de la acción, y ralentizar el principio y el final de la misma.

Arcos

Al utilizar trayectorias en arco para animar los movimientos del personaje se está dando una apariencia más natural, ya que la mayoría de las criaturas vivientes se mueven en trayectorias curvas, nunca en líneas perfectamente rectas.

Acción secundaria

Consiste en pequeños movimientos que complementan a la acción principal y, son consecuencia de la misma. La acción secundaria nunca debe estar más marcada que la acción principal.

Ritmo

Johnson; Thomas (1995) el ritmo da sentido al movimiento. El tiempo que tarda un personaje en realizar una acción, o las interrupciones y dudas en los movimientos definen la acción. También contribuye a dar idea del peso del modelo, y las escalas o tamaños.

Exageración

Acentuar una acción, generalmente ayuda a hacerla más creíble.

Dibujos sólidos

Un buen modelado y un sistema de esqueleto sólido ayudará a hacer que el personaje cobre vida. Tener en cuenta el peso, la profundidad y el equilibrio simplificará, además de posibles complicaciones posteriores en la producción debido a personajes pobremente modelados.

Personalidad o apariencia

Se trata de proporcionar conexión emocional con el espectador. La forma de ser del personaje debe ser coherente con su forma de moverse.





5.10 CASO ANÁLOGO: PRIMITIVE ZINE

Primitive zine es una plataforma digital que nació en 2017 y fue descontinuada en 2018 este proyecto fue desarrollado con el objetivo de crear un espacio para hablar sobre diseño 3d, Devon Ko diseñó este sitio para compartir contenido, entrevistas, referencias, artículos sobre temas de 3d y tutoriales de diseño 3d básico.

Este proyecto se ha añadido dentro de la categoría de objeto de estudio de la investigación como proyecto análogo. Cabe destacar que el proyecto también es considerado caso de competencia internacional. A continuación se presentan los resultados obtenidos con base en la guía de observación desarrollada para estudiar la gráfica de Primitive zine, como también la identidad gráfica, las piezas, formatos y las estrategias de contenido para el usuario. **(Ver anexo 7 guía de observación y resultados).**

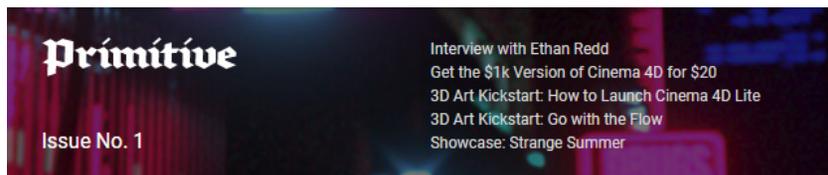


Imagen obtenidas en 3dfordesigners.com
Header Logotipo - Primitive zine.

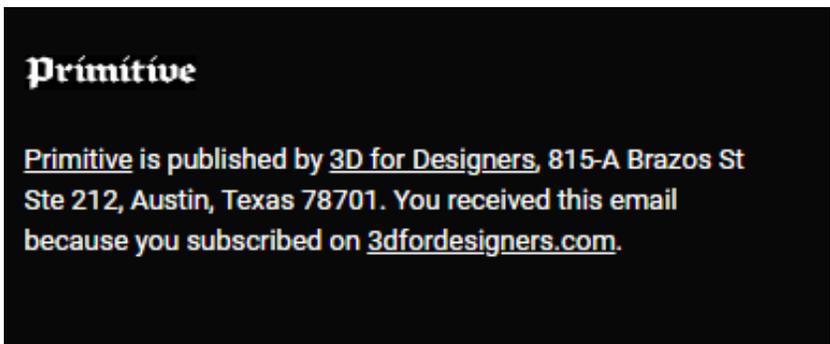


Imagen obtenidas en 3dfordesigners.com
Footer Logotipo - Primitive zine.

Identidad gráfica

El logotipo de primitive zine, tiene un estilo simple, tipográfico, no cuenta con variaciones, solo es la palabra primitive. al utilizarse se puede observar en el encabezado de manera permanente en el sitio web, también se encuentra en el footer. dentro de la identidad gráfica no se observa una paleta de color específica pero el sitio maneja tonalidades frías y saturadas incluso en los contenidos, por lo que se puede apreciar armonía en cuanto al color.

Primitive tiene tipografías específicas, aunque son fuentes estándar y predeterminadas, por lo que no aportan a la identidad del sitio web.





Sitio web

En el sitio web se puede apreciar un *layout* simple, los artículos manejan una jerarquía formal de textos, estos se encuentran animados junto con las imágenes, permitiendo desaparecer y aparecer conforme se observa los artículos, la estructura es funcional, sin embargo carece de identidad gráfica.

El sitio web cuenta con un sistema de navegación permanente con una barra superior de menú para enlazar los diferentes contenidos. No existe iconografía, que apoye el contenido, la información y título de cada artículo, dentro se puede ver de forma lateral y permanente.

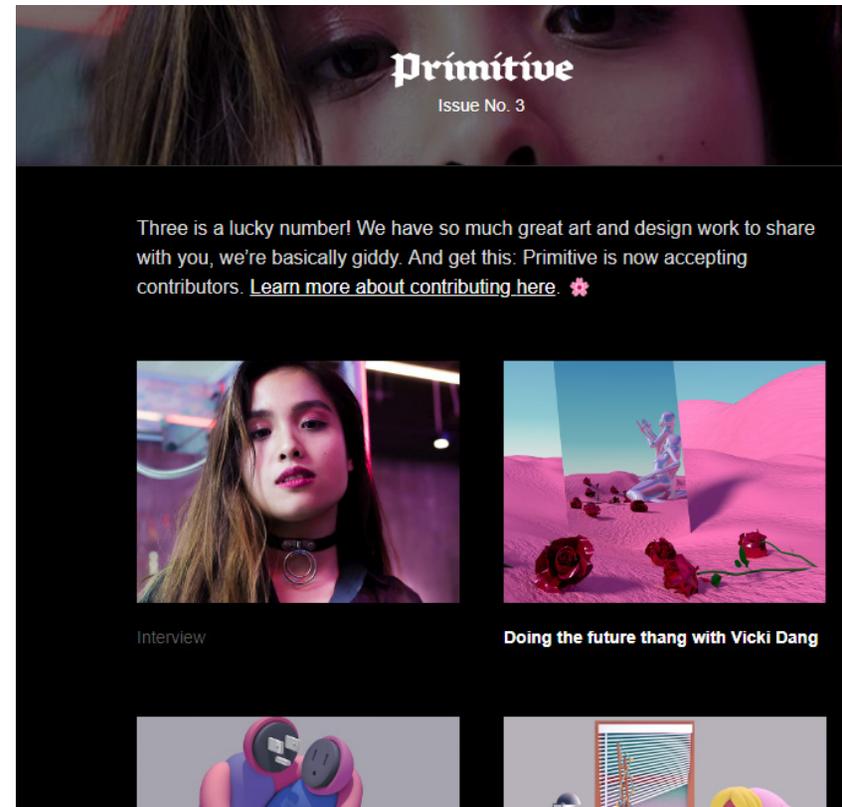


Imagen obtenidas en 3dfordesigners.com
home sitio web - Primitive zine.





Contenido (Redes sociales)

Dentro del contenido se puede observar un uso estratégico de las imágenes con respecto a las tonalidades para crear contraste visual dentro de los artículos. Primitive zine no cuenta con redes sociales, no obstante dentro de los artículos se puede enviar y compartir el contenido de forma permanente mientras se navega por el sitio.

El fondo se cambió a blanco actualmente debido a que la página se transformó en otro proyecto aun así se conserva en el contenido con el mismo layout.

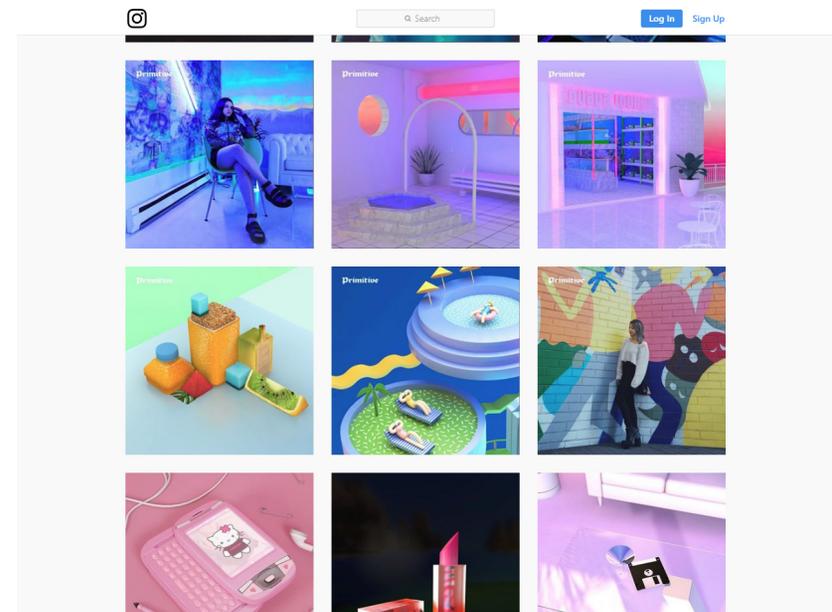
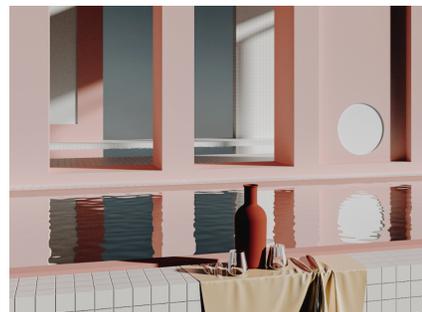


Imagen obtenidas en Instagram.com/3dfordesigners perfil actual - Primitive zine.



Right, a little bit of diligence! Now, there are so many references to art history, contemporary design, and the bauhaus in your work—what are your influences? Or is this all sort of self-initiated? Yeah, I mean, I'd have to be a little bit of a weirdo savant to make this stuff all myself! But, I guess it comes from a mix of different influences. I look at with a lot of admiration. All time to Balderson!

Imagen obtenidas en 3dfordesigners.com Layout actual - Primitive zine.





5.11 CASO ANÁLOGO: MINDSPARKLE MAG

Mindsparkle mag es una plataforma digital que nació en 2011 con el objetivo de crear un espacio digital dedicado al diseño y al arte. Este blog de diseño desarrolla entrevistas, analiza proyectos y comparte diferente contenido con relación al diseño y arte actual, en 2016, se desarrolló un *rebranding* con el fin de generar una experiencia más agradable y estética para sus usuarios.

Este proyecto se ha añadido dentro de la categoría de objeto de estudio de la investigación como proyecto análogo. A continuación se presentan los resultados obtenidos con base en la guía de observación desarrollada para estudiar la gráfica de revista básica como también la identidad gráfica, las piezas, formatos, y las estrategias de contenido para el usuario. **(Ver anexo 8 guía de observacion y resultados).**



MINDSPARKLE MAG

Imagen obtenidas en MindsparkleMag.com
Logotipos, Footer- Mindsparkle Mag.

Identidad gráfica

Al analizar la identidad gráfica de Mindsparkle Mag, se observó el logotipo y la variación de isotipo con la inicial “M”. El logotipo principal se puede observar en el sitio web y en las redes sociales, por otra parte, la versión isotipo se encuentra en las publicaciones de redes sociales y en las fotos de perfil de redes sociales.

Mindsparkle mag hace un uso estratégico de la paleta de color en el sitio web, al colocar un tono designado en cada una de las secciones, de manera que los usuarios puedan asociar los colores con el blog de manera neutral, también en las publicaciones de redes sociales se encuentra la paleta de color con mayor intensidad.

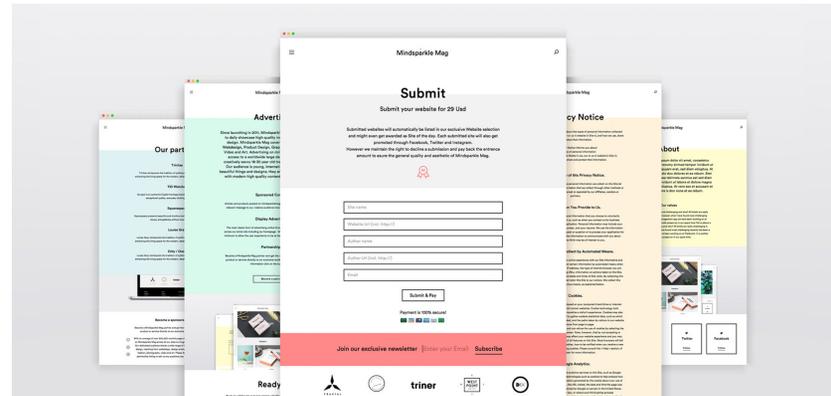


Imagen obtenidas en MindsparkleMag.com
Home - Mindsparkle Mag.





Sitio web

La estructura del sitio web, tiene un estilo minimalista al igual que el diseño cuenta con acciones y una retícula simple que puede variar según la interacción y el contenido, con el objetivo de que el usuario pueda navegar con interés en el mismo.

También, como parte de la identidad, Mindsparkle hace uso de una tipografía y sus diferentes versiones, de esta manera genera la jerarquía en el contenido y los textos de cada artículo y sección.

Debido a la animación y acciones, el contenido puede desaparecer y aparecer según el usuario observe los artículos y los textos.

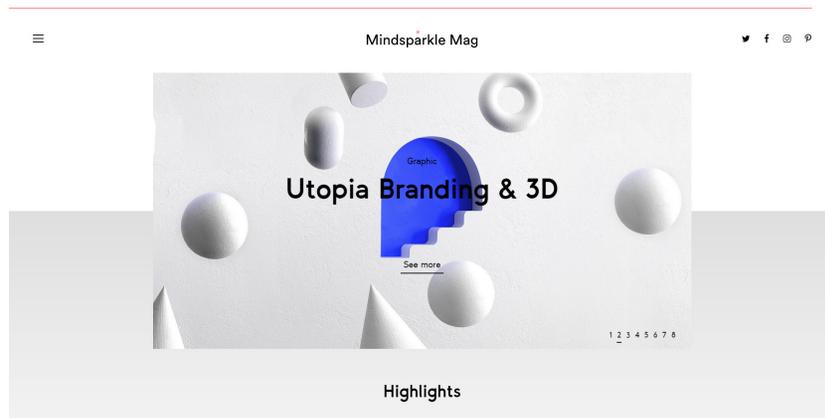
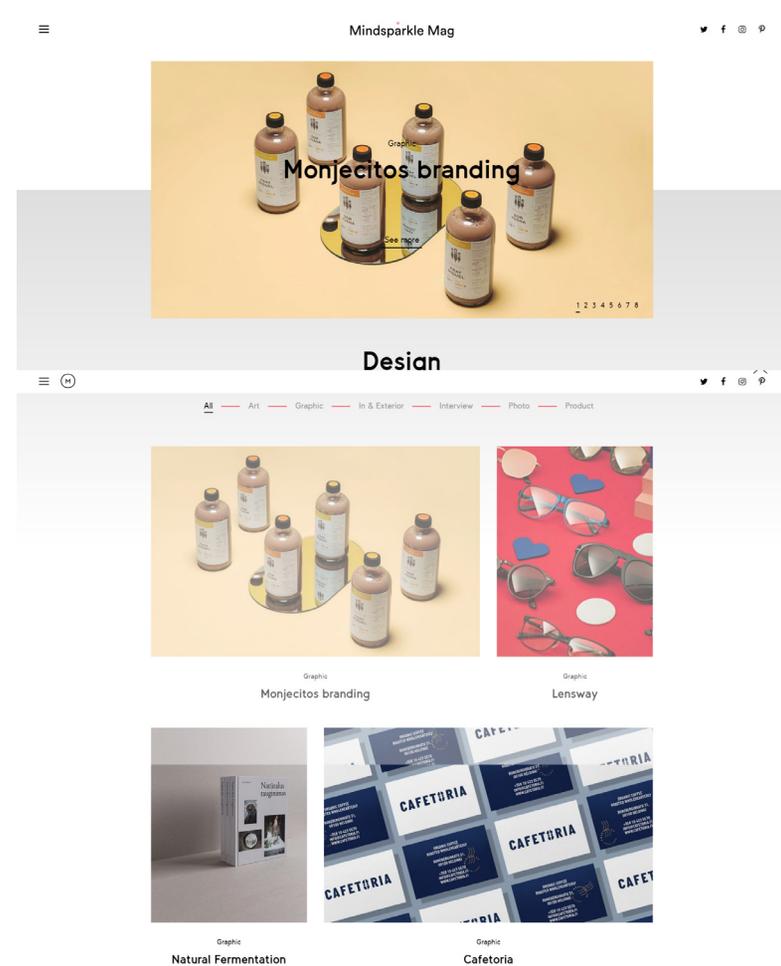


Imagen obtenidas en MindsparkleMagcom
Layout actual - Mindsparkle Mag.

Imagen obtenidas en MindsparkleMagcom
Layout actual - Mindsparkle Mag.





Contenido (Redes sociales)

En las redes sociales, Mindsparkle Mag utiliza con mayor intensidad la paleta de color y utiliza una diagramación específica categorizando las publicaciones y permitiendo al usuario reconocer el estilo, siendo otro aspecto que forma parte de su identidad gráfica. En facebook, publica diferentes artículos sobre proyectos y a través de la tipografía selecta, se muestra la categoría de diseño al que pertenece cada artículo.

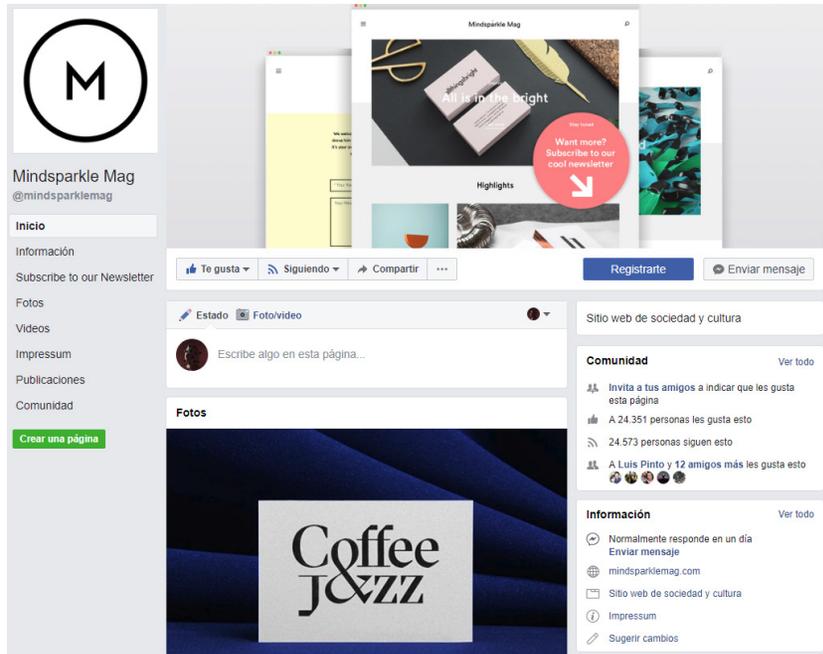


Imagen obtenidas en facebook.com/MindsparkleMag
Pagina facebook - Mindsparkle Mag.

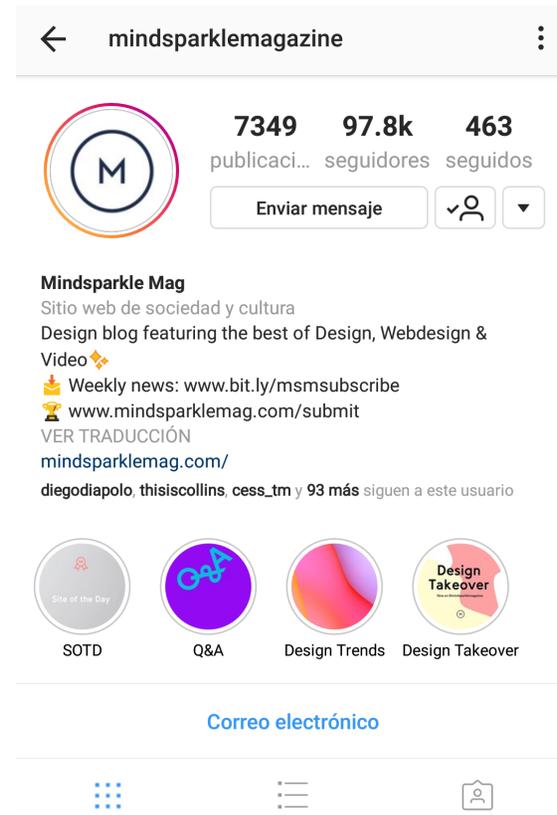


Imagen obtenidas en Instagram.com/MindsparkleMag
Perfil de instagram - Mindsparkle Mag.



5.12 EXPERIENCIA DE DISEÑO: TAI - TRANSFORMING ARTS INSTITUTE, REBRANDING

Se ha desarrollado la experiencia de diseño con base al proyecto de diseño de *rebranding* para la academia TAI, Transforming Arts Institute. A continuación, se presenta el resumen del proceso de diseño y estrategia detrás del proyecto de identidad gráfica.

TAI es un una universidad dedicado a las artes, que cuenta con 40 años de experiencia. La prestigiosa academia tienen una estructura y espacios modernos y actualizados. Este centro educativo busca solventar diversas áreas de diseño y arte, con el objetivo de brindar una preparación con calidad profesional e innovadora. En el 2016 el estudio de diseño Erretres desarrollo para esta escuela una nueva identidad gráfica con el objetivo de comunicar de manera visual la esencia de innovación y de calidad que representa el centro.



Fuente de la imagen.
Behance.net/gallery/46588849/TAI-Transforming-Arts-Institute
Logotipo TAI - TAI Transforming arts institute.



Fuente de la imagen.
Behance.net/gallery/46588849/TAI-Transforming-Arts-Institute
Logotipo TAI - TAI Transforming arts institute.

El estudio Erretres inició el proceso de *rebranding*, al analizar las debilidades visuales de Tai y la dirección de diseño que necesitaban alcanzar. Erretres explica que a pesar del valor, y calidad del centro educativo, la escuela como tal, se percibe neutra, técnica, y estándar. se puede observar la falta de personalidad dentro del establecimiento. además de no existir comunicación constante con los alumnos, y la necesidad de un ambiente que denote creatividad y comunicación.



Fuente de la imagen.
Behance.net/gallery/46588849/TAI-Transforming-Arts-Institute
Concepto - TAI Transforming arts institute.

Al conceptualizar Erretres analizó el rol que juega la academia y lo que necesita desarrollar, que debería de transmitir y comunicar visualmente la academia dentro y fuera de sus instalaciones. Bajo la idea de luz, y de la preparación de artistas que buscan crear y diseñar bajo una filosofía de pasión, se desarrolló la idea de “arte espiritual”.

Bajo este concepto Erretres, busca comunicarse a través del color y de la tipografía, con el objetivo de transmitir energía, arte, diseño y vida, dentro y fuera de las instalaciones del TAI.



Fuente de la imagen,
Behance.net/gallery/46588849/TAI-Transforming-Arts-Institute
Identidad gráfica - TAI Transforming arts institute.

Al trabajar en el logotipo se basó la idea en las siglas del nombre del instituto. con el objetivo de diseñar una pieza sobria pero moderna se desarrolló las tipografías del logotipo y se trabajó la letra A sobre resto bajo el fundamento de ascenso espiritual, y como referencia de ascenso a través del arte”. El uso del logotipo se contempló blanco y negro con el objetivo de mantener una imagen sobria e institucional.

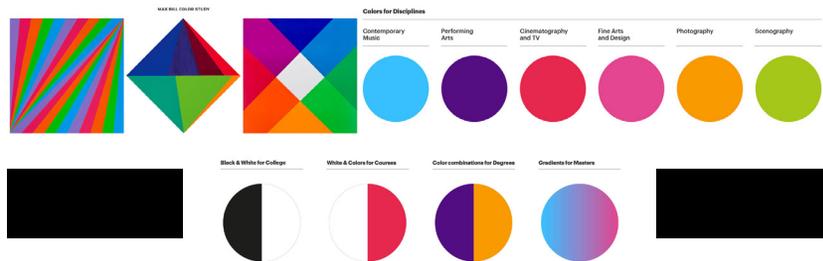
Erretres desarrollo la papelería, y diferentes piezas para el desarrollo de la identidad gráfica, tarjetas de presentación, hojas membretadas, sobres, agendas, tote bags, etc. También como parte del rediseño se desarrolló piezas publicitarias, que tienen como objetivo presentar la nueva identidad gráfica y los programas y grados con los que cuenta el instituto.





La marca también necesitaba color, puesto que es necesario que la institución se visualice expresiva, el uso del color en el proyecto se desarrolló de manera estratégica y clave para complementar la identidad gráfica, bajo la idea de “Espectro cromático”, se desarrolló esta metáfora, inspirada en las instalaciones y los alumnos reflejando el color en diferentes tonalidades. Al momento de utilizar color en piezas se elaboró un de asignación para colocar a cada materia, tipo de estudio posgrado o programa, una tonalidad. con el objetivo de poder observar el círculo cromático como una sola composición dentro de la institución.

De esta manera se busca generar una integración de piezas con la instalación aplicando los detalles y selección de color dentro del instituto paredes puertas, vidrios, y en material institucional.



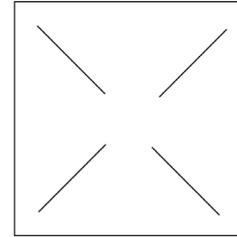
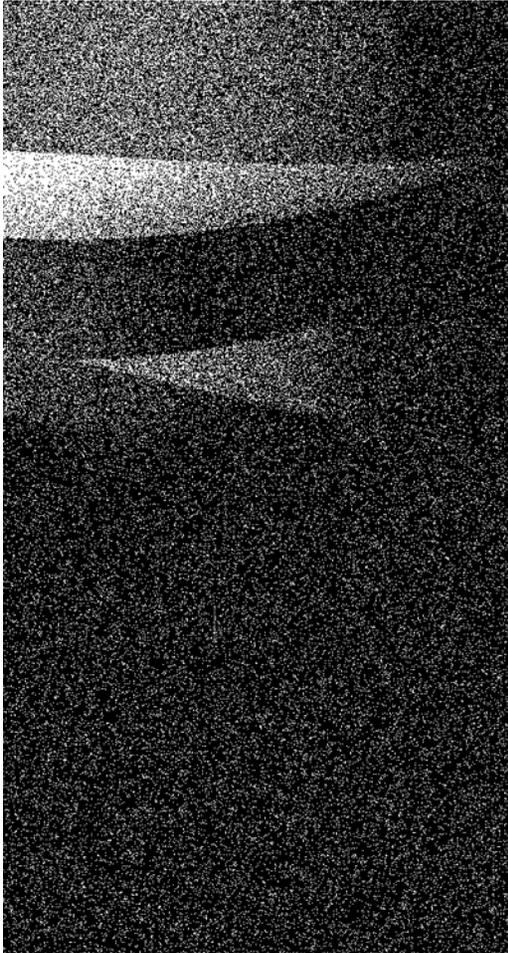
Fuente de la imagen.
Behance.net/gallery/46588849/TAI-Transforming-Arts-Institute
Color - TAI Transforming arts institute.



Fuente de la imagen.
Behance.net/gallery/46588849/TAI-Transforming-Arts-Institute
Piezas publicitarias - TAI Transforming arts institute.

A través de esta propuesta de diseño con una estrategia sólida, se desarrolló una campaña publicitaria que busca invitar a las personas a conocer y conectar con el instituto de manera que puedan observar la nueva identidad y como esta comunica lo que es una filosofía que procura vivir por medio del arte, dentro de las piezas se crearon *flyers*, sitio web, afiches, pines, *banners* publicitarios. Además de intervenir diversos espacios dentro del centro para hacer notar dentro de sus estudiantes la nueva identidad gráfica y estos puedan relacionarse asimismo con los colores y el concepto ascendente de arte.





Gestión de la estrategia de diseño:

6.0 Comprensión del grupo objetivo

Estudio y definición del segmento al que debe dirigirse el diseño, utilizando técnicas etnográficas.

En la comprensión de grupo objetivo se colocaron diferentes datos recopilados por medio de instrumentos elaborados para obtener información específica desde comportamiento hasta preferencias visuales. Dentro de esta sección se encuentra desarrollado el análisis y resumen de los resultados de la información de grupo objetivo.



6.1 INTERPRETACION DE GRUPO OBJETIVO

Se desarrolló el estudio de Grupo objetivo puesto que se necesita conocer y obtener información relevante de los usuarios finales del proyecto, de esta manera se puede entender y verificar los diferentes perfiles del grupo de estudio, datos demográficos, geográficos y psicográficos.

Al analizar el estudio se puede comprobar y verificar información y por lo tanto desarrollar conclusiones y hechos que pueden brindar detalles a la elaboración del proyecto y mejorar su funcionamiento y estructura como también la correcta utilización y diseño de elementos visuales y contenido.

Para conocer, entender y comprender a profundidad las características y necesidades del grupo objetivo se desarrolló 2 diferentes instrumentos.

Instrumentos para reconocimiento de G.O.

Encuesta: se realizó el instrumento de encuesta con el objetivo de preguntar directamente a las personas dentro del grupo objetivo aspectos cuantitativos sobre el tema en desarrollo y conocimiento, opinión e interés sobre el diseño y animación 3d. **(Ver anexo 9 instrumento y resultados).**

Muestra de personas: 50 Encuestados

Medio utilizado: Formulario digital

Número de preguntas: 19

Encuesta complementaria: Posteriormente se desarrolló un instrumento complementario para conocer y cuantificar las preferencias gráficas y la percepción visual ante el diseño 3d, de manera que se pueda reconocer contrastes en aspectos de color, tipografías y composición. **(Ver anexo 10 instrumento y resultados).**

Muestra de personas: 30 Encuestados

Medio utilizado: Formulario digital

Número de Preguntas: 16

Netnografía: Se realizó una netnografía basada en publicaciones dentro del grupo “Diseñadores gráficos de Guatemala”, relacionadas con el diseño y animación 3d, con el objetivo de recopilar pensamientos y opiniones de las personas, como también reacciones al contenido publicado. Los temas que se desarrollan y se discuten con respecto al tema, y la verificación de información y las oportunidades que tiene el diseño 3d hoy en día en Guatemala. **(Ver anexo 11 instrumento y resultados).**

Página o sitio web monitoreado: Diseñadores gráficos de Guatemala.

Fechas monitoreadas: Febrero 2015 a Julio 2017

Publicaciones observadas: 4 - Publicaciones de referencia: 6



6.2 PERFIL GEOGRÁFICO

País: Guatemala,
Región: Centro América
Departamento: Area metropolitana, Ciudad de Guatemala.

El grupo objetivo de manera general residen en el país de Guatemala, en el departamento de la ciudad capital, zonas 4, 15, 14, 10, 13, 16, 9 y carretera a El Salvador.

Cabe destacar que la mayoría del grupo objetivo estudia, trabaja o reside en las zonas anteriormente mencionadas, en la Universidad Rafael Landívar, Universidad San Carlos, Universidad Galileo, entre otras.

Zonas Laborales y de oficinas puesto que el grupo objetivo trabaja para empresas, estudios y agencias dentro del área de diseño que se encuentran en zonas 10, 15, 4, 9, 13, entre otros.

6.3 PERFIL DEMOGRÁFICO

Hombres y Mujeres, jóvenes adultos que oscilan entre las edades de 22 a 40 años. Poseen un nivel socioeconómico C2, C1, B2 y B1. Según Prodatos Guatemala (2016) cuentan con ingresos familiares al mes de aproximadamente Q16,200 a Q75,000 respectivamente. Monzón (2016) explica que estos segmentos se encuentra integrado en su mayoría por individuos que cuentan con un nivel de educación superior, son estudiantes, empleados, empleadores y directivos.

Monzón (2016) menciona que estos segmentos tienen acceso a tecnología; Computadoras, smartphones, tabletas, consolas, smart tv's, como también tienen acceso a internet, el 81% lo utiliza a diario y el 30% lo utiliza para hacer compras. Por lo que estas personas cuentan con los recursos para obtener equipo, accesorios y programas de diseño de alta gama.

Estos usuarios son estudiantes, trabajan o hacen ambas actividades, se pueden encontrar en segundo año hasta graduados, asisten y se encuentran interesados en actividades recreativas y educativas de diseño gráfico, como libros, festivales, revistas, talleres y conferencias.

Tienen una inclinación profesional, al diseño digital, motivación de crecimiento y buscan desarrollar sus habilidades por lo que les interesa el diseño y animación 3d.

El grupo objetivo se caracteriza por desarrollar su vida profesional y académica alrededor de las artes gráficas, estudiar la carrera universitaria de diseño gráfico, en universidades tanto privadas como pública. Trabajan en empresas marcas, agencias estudios de diseño en el área gráfica, y se encuentran interesados en el desarrollo de sus habilidad y experiencias profesionales y académicas por lo que asisten a talleres, conferencias, y cursos específicos en centros educativos y de capacitación, festivales y eventos organizados por instituciones educativas como el congreso Rayarte, Vértice, Adherente, Showcase itch, festival antigua, entre otros. Los estudiantes tanto los profesionales graduados siguen referencias del gremio nacionales e internacionales, la participación en colectivos y exposiciones es importante para su crecimiento social profesional.

Estas personas utilizan y visitan plataformas / redes sociales como Ello, Devian art, Behance e instagram con el objetivo de exponer su trabajo y mostrar tanto sus procesos como crecimiento. Estas personas aspiran a desarrollar y especializarse en áreas y habilidades de diseño en específico, y elaborar proyectos individuales centrados en las ramas de preferencia en este caso el diseño digital y animación por lo que están familiarizados con los softwares de diseño Adobe Photoshop, Illustrator, After effects, Cinema 4d, 3d max, Blender, Maya entre otros.

6.4 PERFIL PSICOGRÁFICO

Estilo de vida: casual, y formal. Áreas de desenvolvimiento: Educación, laboral, social, religioso y recreacional.

Existe una característica general dentro del grupo objetivo, el laborar o estudiar diseño gráfico, esto indica que el grupo objetivo tiene una percepción y cultura visual mucho más rica, y extensa, por lo que los visuales y elementos diseñados deben ser estéticos, atractivos, conceptuales, y novedosos. Otra característica es el interés por el diseño y animación 3d, ya sea que se desee aprender o conocer sobre el área de diseño, esto significa que se debe desarrollar una plataforma amigable, simple y fácil de utilizar, puesto que necesario que las personas entiendan el funcionamiento y el contenido que se ofrece a través del espacio.

El grupo objetivo tomado de la muestra consideró con un 98% la importancia de creación y desarrollo de colectivos y exposiciones tomando como ejemplo Capiusa, puesto que justificaron que la realización de eventos y publicación de contenido es esencial para el conocimiento detallado de un área en específico permitiendo la existencia de espacios de exposición, convivencia y aprendizaje. Para estas personas es muy importante el crecimiento y desarrollo tanto del gremio en general como ellos individualmente, a través de actividades en las que pueda despertar la inspiración o practicar su desenvolvimiento creativo.

El valorar los espacios que buscan enriquecer y exponer nuevas áreas, métodos y diseñadores, además dentro de los resultados de la encuesta y el análisis del instrumento, netnografía, se pudo observar y comprobar que el grupo objetivo está constantemente en búsqueda de recursos, que puedan ayudar el aspecto laboral creativo, puesto que en el sitio analizado “Diseñadores gráficos de Guatemala”, en relación con el diseño 3d, existen diversas publicaciones sobre aprendizaje y la búsqueda de tutoriales, y clases formales e informales.

Cabe destacar que las personas que hoy en día diseñan 3d, también aprovechan y buscan recursos en línea, Las referencias de proyectos y diseñadores internacionales son una parte fundamental para el crecimiento profesional y el desarrollo de calidad en los proyectos.

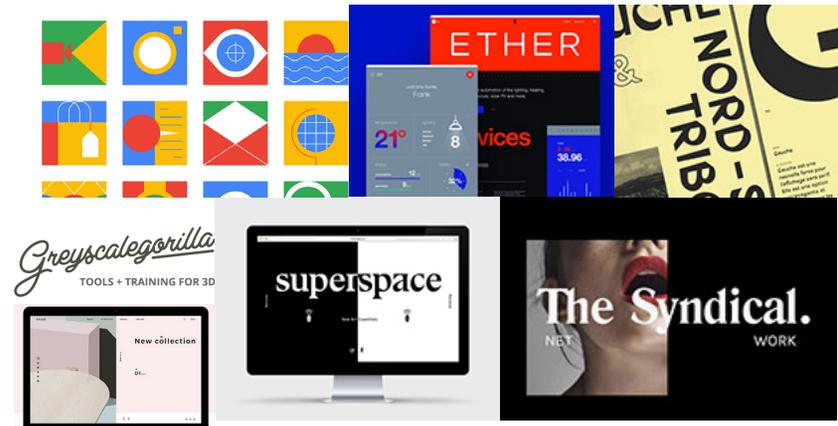
En cuanto a actividades, El grupo objetivo encuestado indicó con un 73%, que la mayoría trabaja y estudia, es importante entender que más de la mitad de la muestra aún se encuentra en proceso de aprendizaje y crecimiento tanto académico como laboral, por lo que se debe tomar en cuenta que aún hay áreas que desconocen o conceptos de los cuales aún no escuchan, incluso, si se encuentran en la carrera de diseño gráfico, podrían recibir o estar recibiendo un curso sobre 3d, de forma que la academia instruye e introduce al área con los conocimientos, básicos, por lo que el contenido, introductorio y teórico sobre 3d, no debe de ser extenso.



Estas personas según la información demográfica, el 72% de la muestra es un grupo Joven-adulto, por lo que es necesario resaltar que la idea de estudio-aprendizaje autodidacta es complicado de procesar y vender, si se compara con ofrecer alcohol que se promociona y se vende sin problema. Por lo que es necesario desarrollar una estrategia de comunicación que permita entender la información y el contenido de manera recreacional y práctica, es decir un material de referencias atractivas y desarrollar actividades de opinión y aprendizaje innovador. Dentro del mismo rubro se encuentra el nivel de lenguaje y comunicación concreta, puesto que nuevamente por las características descritas anteriormente, es importante desarrollar dentro y fuera de la plataforma un lenguaje de nivel técnico básico, para que las personas puedan procesar y asimilar la información con facilidad, al igual que los artículos, entrevistas y material de lectura, es necesario que sea concreto y funcional como recurso de aprendizaje para cualquier nivel de diseño, con el objetivo de generar contenido fácil de entender y lograr un funcionamiento general.

Percepción visual

Al desarrollar el instrumento complementario dedicado al análisis e información visual del grupo objetivo, se desarrolló incisos gráficos en los que la muestra seleccionó inclinaciones gráficas, paletas de color y tipografías tomando en cuenta cuestiones como la legibilidad el contraste la armonía, tendencias, tecnología y referencias, utilizando imágenes de proyectos de plataformas de behance y blogs de diseño 3d internacionales como Greyscalegorilla, Graffica info y Mindsparkle mag.



Archivo - Imágenes seleccionadas por la muestra, Instrumento complementario Anexo 10.

A través de la muestra encuestada, se desarrolló diferentes preguntas que tenían como objetivo conocer la perspectiva y preferencia visual, con respecto a diferentes aspectos y elementos visuales, desde color hasta tipografía. De acuerdo al análisis desarrollado de los resultados, muestra tiene inclinación por tipografías de tipo serif, 84% consideran más atractiva las referencias con tipografías serif. El uso de cuerpos de textos livianos, variaciones y contraste de estilos en fotografías, como también la combinación de imágenes y textos. Para el grupo objetivo el contraste de color se ve medido según la saturación de tonos, 53% de la muestra consideró contraste al observar colores saturados, según la referencia colocada. El uso de tamaños para crear jerarquía y apoyar la diagramación en diseños también se ve preferido por la muestra, con 51% de votos. Cabe destacar que se observó dentro de la muestra preferencia por referencias estéticas, según el contenido de diagramación 82%. También la legibilidad y el contraste en los iconos, ilustraciones, prevalece por 48% votado por el aspecto de limpieza espacios en blanco y diseños armonioso como estéticos.



ESTUDIANTES	EXPERTOS
¿Qué busca conocer?	¿Qué busca mejorar?
<ul style="list-style-type: none"> *Conocer los recursos para diseño y animación 3d. *Aprender a utilizar los softwares *Introducción a modelado, animación, iluminación entre otros. *Conocer referencias nacionales e internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> *Conocer y compartir con otros diseñadores y animadores. *Desarrollar un espacio de exposición internacional y nacional. *Mejorar y practicar animación, modelado y manejo de softwares.

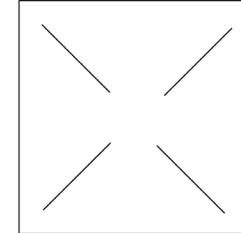
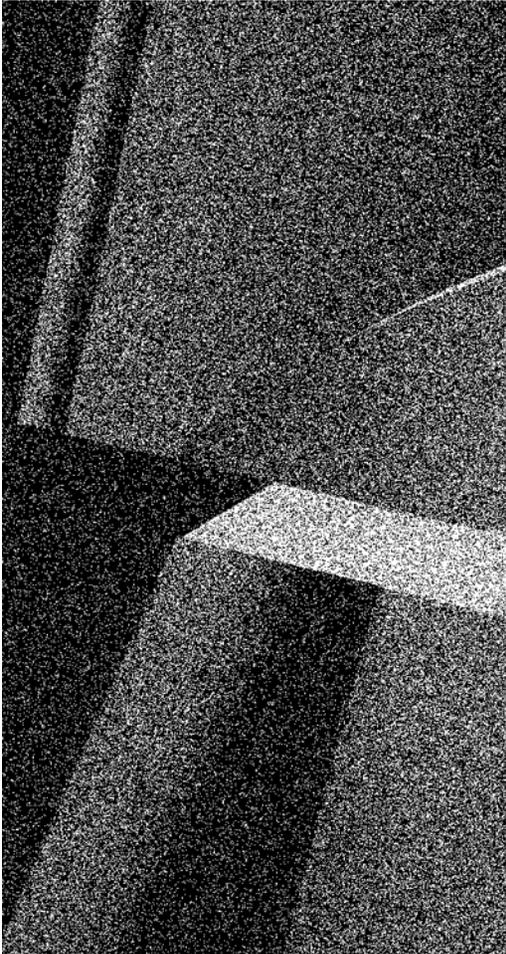
Dentro de sus referencias y personas que siguen, se puede generalizar que los expertos y profesionales de diseño 3d, con base a los datos recopilados en el instrumento de encuesta, el 60%, está familiarizado y sigue al sitio web Greyscale Gorrilla, lo que es un indicador de expectativa y nivel de conocimiento del tema puesto que el sitio web maneja un nivel alto de lenguaje técnico, los recursos y tutoriales son materiales, que requieren tiempo desarrollarse, lo que favorece la elaboración del proyecto al tener una referencia de los referentes de expertos. Las personas que estudian y quieren introducirse en el diseño 3d, siguen a referentes conocidos internacionalmente, algunos por colaboraciones, proyectos de estudios reconocidos o por participación en festivales de diseño nacionales como conferencistas para hablar de su trabajo, historia, su proceso y filosofía como diseñador en 3d, lo que enriquece los conocimientos de las personas que quieren aprender 3d, puesto que los prepara visualmente para desarrollar y conocer los procesos técnicos.

Basado en la encuesta complementaria desarrollada, al analizar los resultados se observó la necesidad de un espacio dedicado al diseño 3d. 96% de la muestra votó positivamente, además con base la diferencia de rangos de votos la muestra indicó con un 91% que tiene preferencia a optar por talleres, clases magistrales, tutoriales. etc. Este inciso es importante puesto que comprueba que el grupo objetivo está pendiente y busca diferentes recursos y plataformas para crecer a nivel profesional. Cabe destacar que los resultados sobre el formato adecuado para el desarrollo del espacio fueron 40% contenido en redes sociales y 36% sitio web lo que es un indicativo por la preferencia digital para el espacio de diseño 3d. Además significa que el grupo objetivo utiliza constantemente las redes sociales para aprender y compartir contenido sobre diseño en general.

Ahora bien y con base al análisis realizado en el instrumento, netnografía, se observó el interés y participación al compartir material y preguntas constantes sobre diseño y animación 3d; esto es importante para el desarrollo del contenido puesto que es necesario tomar en cuenta las dudas y temas que se discutieron y se están discutiendo actualmente.

Uno de los puntos más importantes que se observó al conocer los resultados del instrumento de encuesta, fue dentro de las preguntas hacia los expertos, con respecto a su opinión sobre la popularidad del diseño 3d y animación en Guatemala, a lo cual la puntuación 2 y 3 fueron votadas por el 77%, siendo un indicador que los diseñadores expertos están conscientes del desconocimiento que existe del área en el gremio y el mercado, lo que representa un objetivo de cambio para dar a conocer y hacer el ruido necesario para que el mercado y el diseño en general en Guatemala reconozca que actualmente existen diseñadores talentosos en el área de diseño 3d.





Gestión del proceso de diseño:

7.0 Contenido de material gráfico

Estructura de la información textual que no la determina el diseñador.

El contenido de material gráfico es la fase inicial para comenzar a desarrollar el diseño y la conceptualización detrás del proyecto. De esta manera se abre paso a la etapa de creación.



7.1 CONTENIDO DE MATERIAL GRÁFICO

A continuación se presenta en listado el contenido de material gráfico, en base a los objetivos y las necesidades del proyecto.

Identidad gráfica

- Logotipo
- Manual de identidad grafica
- Paleta de color
- Tipografias
- Elementos gráficos
- Estilos de textos

Animación

- Logotipo

Imagen redes sociales

- Foto de perfil
- Portada

Sitio web

- Inicio
- Artículos individuales
- Contacto
- Información
- Biblioteca

Material promocional

- Afiche edición no. 1
- Postal
- Pin

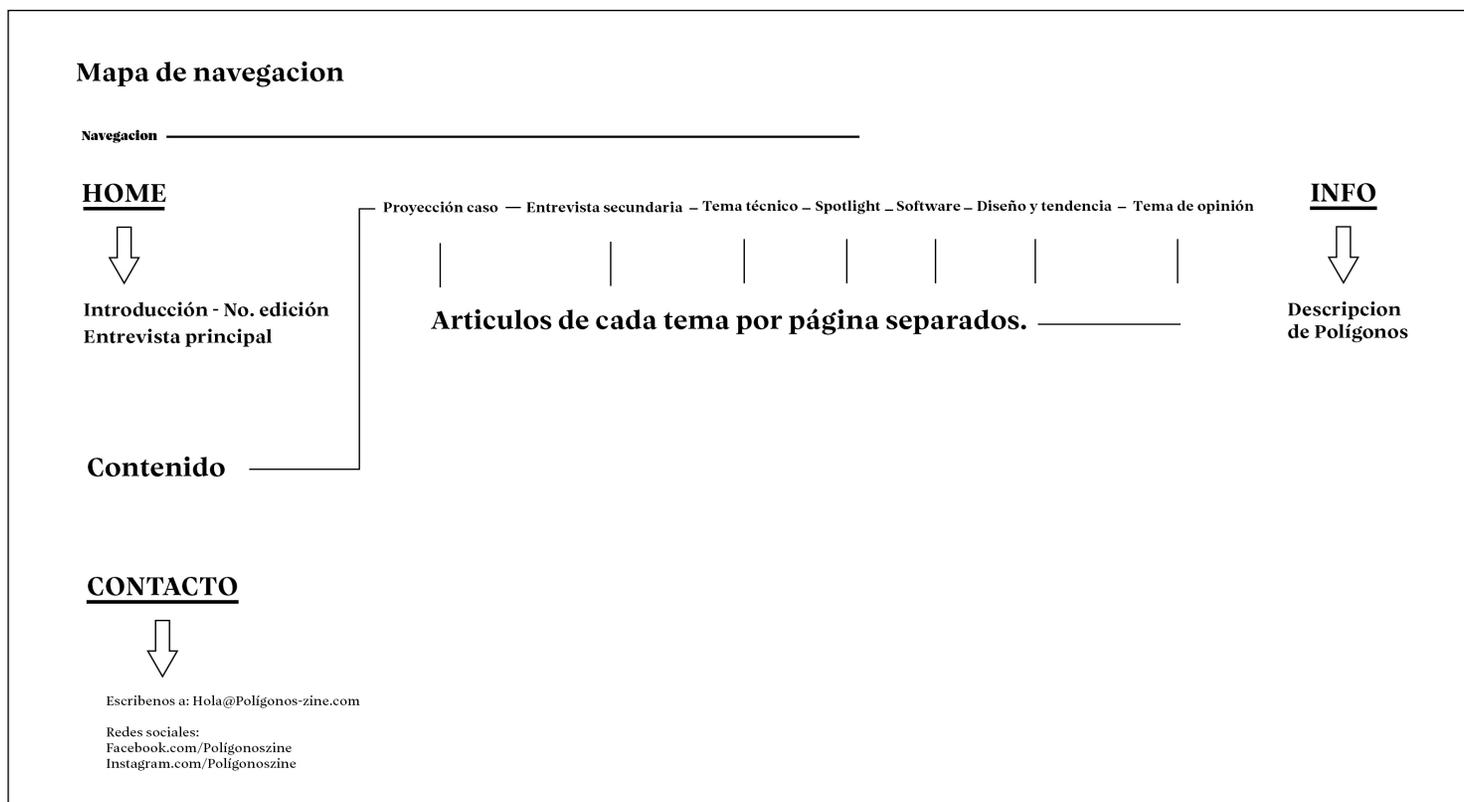
Publicaciones redes sociales

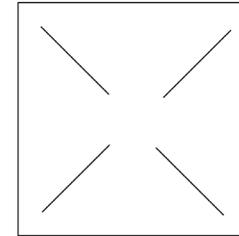
- Introducción
- ¿Qué es polígonos?
- Por qué un zine digital
- Contacto
- Suscripción
- Anuncio de edición no. 1
- Qué es el contenido
- Edición 1, fecha de lanzamiento
- Artículo 1 de edición 1
- Artículo 2 de edición 1
- Mapa del evento
- Cronograma
- Recordatorio del evento
- Lanzamiento de la edición 1
- Entrevista 1 de edición 1
- Entrevista 2 de edición 1
- Entrevista 3 de edición 1
- Entrevista 4 de edición 1





Mapa de sitio





Gestión del proceso de diseño:

8.0 Diseño de concepto

Concepción de la idea central del diseño.

El diseño de concepto es la etapa de búsqueda de la idea que se desea comunicar, un proceso de creación textual creativo a través del concepto se podrá señalar y construir las características visuales del diseño en general.



8.1 PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN

Al elaborar el proceso de conceptualización para el proyecto Polígonos se desarrollaron 5 técnicas (2 técnicas tradicionales y 3 técnicas alternativas) con el objetivo de generar de cada una 25 frases conceptuales. Al obtener los resultados se seleccionaron 5 opciones en cada técnica, fundamentando cada proceso y selección de frase, y posteriormente se fundamentó y seleccionó la frase final. Cada una de las técnicas realizadas tienen un objetivo y proceso creativo diferente. La idea de generar frases a través de diferentes herramientas enriquece el desarrollo de concepto y diversifica los resultados desde diferentes perspectivas.

Al desarrollar el proceso se tomó en cuenta la necesidad del proyecto y como esta busca ser solventada a través de la plataforma de Polígonos y sus principios, la pasión por el diseño 3d, enfocado desde los objetivos, el desarrollo de una plataforma digital que permita colocar el contenido y desarrollar canales digitales y presenciales de comunicación con los usuarios. A continuación se presentan las técnicas de conceptualización desarrolladas para el proyecto:

Relaciones forzadas

Se enlistaron 50 palabras, acompañadas de otro listado con el objetivo de generar contraste y combinaciones alternas de significados, desarrollando diferentes selecciones para la creación de frases conceptuales.

Mapa conceptual

En base a 4 diferentes ejes que componen el proyecto se crea un listado de definiciones y conceptos que se conectan según el contexto de cada eje y tema, con base al análisis y palabras clave conseguidas por esta técnica se elaboró un listado de frases conceptuales.

Palabras clave

Basada en la lista de relaciones forzadas se creó un lista alterna con el objetivo crear un nuevo listado de palabras que se genera según el sentido de cada par de palabras (comparación, unificación, contraste, etc.) En base al nuevo listado se desarrollan las frase conceptuales.

Divergente

Se generó un listado de palabras que se relaciona con el proyecto y se ilustraron a manera de bocetaje. Con base a los resultados obtenido se desarrollaron las diferentes frases conceptuales.

Figuras alternas

Utilizando los bocetos desarrollados en la técnica Divergente, se ilustró de manera individual sobre los bocetos alteraciones y procesos de cambios que puedan relacionarse con acciones y reacciones, estos bocetos se tomaron en cuenta para el desarrollo de frases conceptuales.





A continuación se presenta la iconografía y colores utilizados para explicar y observar el proceso de conceptualización a través de la estrategia.

-  **Palabra clave**
-  **No graficable**
-  **Graficable**
-  **Frase seleccionada**

El desarrollo de un proceso conceptual tiene como objetivo enriquecer los resultados de frases conceptuales a través de técnicas y métodos que apoyen el desenvolvimiento creativo y el diseño de frases que se presenten más allá de la funcionalidad y la representación gráfica, un factor creativo e innovador.

A continuación se presentan los métodos utilizados para el desarrollo creativo y técnico de las frases conceptuales.

Relaciones Forzadas

Esta técnica fue creada por Charles S. Whiting en 1958, y consiste en el desarrollo de un listado de palabras que se ven complementadas con otra lista de palabras que tienen como objetivo no estar relacionadas con el tema, dando como resultado conceptos diversos a lazar.

El objetivo de las relaciones forzadas es desarrollar conexiones atípicas que puedan generar brechas y ejes nuevos de trabajo, como también conceptos clave o direcciones gráficas innovadoras a través de los resultados obtenidos.





Listado de palabras:

Render + poder	Tridimensional + textura
Digital + selva	Percepción + plástico
Técnica + entrada	Geométrico + tipos
Sincronización + papel	Fórmula + ácido
Forma + microscopio	Materiales + amor
Estructura + protocolo	Modelo + miel
Base + dispositivo	Animación + artesanal
Fundamento + mecánico	Frames + granja
Mesh + grabadora	Composición + precio
polígonos + estructura	Subdivisión + medicina
Creación + rural	Specular + reducción
Volumen + simbolo	Reacción + simulación
Dirección + tiempo	Represión + eternidad
Perspectiva + solucion	Interrupción + vitalidad
Reflejo + actitud	Trinidad + obstáculo
Escena + acero	
Elaboración + patron	

Frases obtenidas:

1. Materia macro integral
2. Sincronización integral de forma
3. Patrón de materia simétrica
4. Construcción simétrica de elementos
5. Solución de formas compuestas
6. Red de símbolos desintegrados
7. Distorsión de volumetría básica
8. Cuadrícula líquida básica
9. Dimensión de materiales abstractos
10. Percepción volumétrica ilimitada
11. Forma invertida tridimensional
12. Regresión de volumen compuesto
13. Dirección de simbolos simetricos
14. Elaboración de formulada de volumen
15. Integración causiva lateral
16. Cuadrícula reactiva natural
17. Lenguaje neo volumétrico
18. Formula macro dimensional
19. División de dimensiones
20. Producción de tipos de estructura





Palabras clave

Este método no convencional se desarrolla a base de un listado de palabra o información ya clasificada con el objetivo de desarrollar puntos clave al verificar y relacionar conceptos para generar uno nuevo. Se realizó la técnica con base a los resultados de las relaciones forzadas, obteniendo un listado de palabras representativas de diversos conceptos, tendiendo el resultado final. Se desarrolló un listado de frases conceptuales.





Listado de palabras:

Render + poder = **motor físico**

Digital + selva = **onda**

Técnica + entrada = **introducción**

Sincronización + papel = **formulario**

Evaluación + vida = **retroalimentación**

Forma + microscopio = **micro símbolo**

Estructura + protocolo = **formalidad**

Base + dispositivo = **fuerza de poder**

Fundamento + mecánico = **instrucción**

Mesh + grabadora = **patrón de audio**

polígonos + estructura = **jeroglíficos**

Creación + rural = **construcción social**

Volumen + símbolo = **cultura visual**

Dirección + tiempo = **destino**

Perspectiva + solución = **visión renovada**

Reflejo + actitud = **perfil**

Escena + acero = **invencibilidad**

Elaboración + patrón = **mural**

Tridimensional + textura = **cuadrícula**

Percepción + plástico = **poliestireno**

Geométrico + tipos = **lenguaje antiguo**

Fórmula + ácido = **deformación**

Materiales + amor = **manualidad**

Modelo + miel = **nectar**

Animación + artesanal = **telar**

Frames + granja = **rural**

Composición + precio = **desintegración**

Subdivisión + medicina = **microorganismo**

Specular + reducción = **sombra**

Represión + eternidad = **solución**

Interrupción + vitalidad = **secuencia**

Trinidad + obstáculo = **separación**

Reacción + simulación = **artificial**

Frases obtenidas:

1. Partición de elementos volumétrico
2. Dirección de universo tridimensional
3. Destrucción de la neo fórmula
4. Ciencia de volumetría abstracta
5. Regresión de la nueva forma digital
6. Desarrollo de elementos fundamental
7. Transformación crónica de la base
8. Revelación de fórmulas tridimensionales
9. Ente de la forma integral
10. Desproporción de volumen brutal
11. **Sincronización integral de simetría**
12. Tratamiento de elementos simétricos
13. Alteración volumétrica disruptiva
14. Colectivo emergente reactivo
15. Potencia bruta de dimensiones simétricas
16. Creación neo dimensional de la forma
17. Reacción de volúmenes alternos 3D
18. Alteración de subdivisiones geométricas
19. Anti-forma del volumen teórico
20. Trastorno de la forma anatómico





Mapa conceptual

Esta técnica convencional fue creada por Tony Buzan, presidente de Brain Foundation. La herramienta tiene como objetivo crear una jerarquía de información y relacionar las palabras clave, de manera que puedan observarse conexiones que generen nuevos conceptos. Se desarrolló el método bajo el eje central "3D en Guatemala", conectando los puntos centrales del proyecto, el G.O, la plataforma, el contenido y los expertos en el tema, generando palabras clave, comparaciones, complementos y relaciones entre los temas. Al finalizar el mapa se desarrolló una lista de frases conceptuales basadas en los resultados de la técnica.





Mapa desarrollado:



Frases obtenidas:

- 1. Teórica de la volumetría invertida
- 2. Proyección de formas anatómicas
- 3. Colección de proyecciones
- 4. Volumen brutal de formas
- 5. Percepción visual de dimensiones
- 6. Proyección de evolución espacial
- 7. Integración de colectivo volumétrico
- 8. Reacción de figuras invertidas
- 9. Regresión de figuras inversas
- 10. Exposición de la forma verdadera
- 11. Programación interna de la forma
- 12. **Forma invertida volumétrica**
- 13. Recepción volumétrica básica
- 14. Patrón de guías rurales
- 15. Composición traumática digital





Técnica divergente

Esta técnica fue estudiada por Edward de Bono. El método no convencional tiene como objetivo desarrollar conceptos no solamente por medio de palabras sino también de gráficos, imágenes o bocetos, puesto que esta técnica busca practicar y desarrollar la interpretación visual y la percepción de las formas y objetos o ideas que se realicen. Se desarrolló una lista de bocetos y palabras de acciones que se relacionan con el tema, seguido del desarrollo de un listado de bocetos preparado en base a los primeros de manera que se relacionen y se generen conceptos, ideas y gráficos conectados según ambas listas. Al terminar el bocetaje de ideas se desarrolló una nueva lista de frases conceptuales.

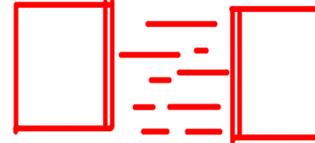




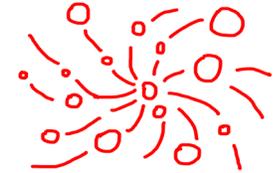
DISPARAR



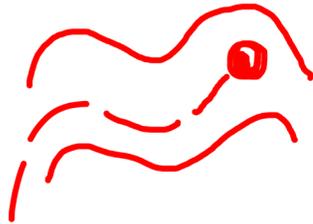
TRANSFORMAR



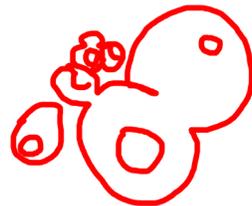
APARTAR



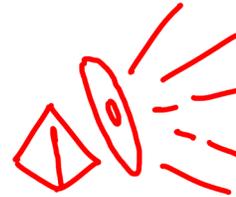
IDEAR



MOVIMIENTO



MULTIPLICACIÓN



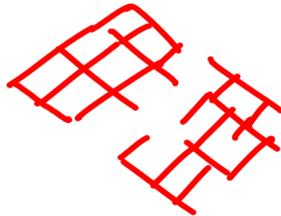
DEFENDER



TOCAR



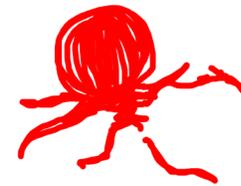
REBOTAR



ROMPIMIENTO



ESCUCHAR



GOLPE

Frases obtenidas:

- | | | |
|---|---|--|
| ● 1. Disrupción de métodos volumétricos | 7. Simulación integrada de volumen | ● 12. Rompimiento integral geométrico |
| 2. Manipulación de formas digitales | ● 8. Atracción de formas tridimensionales | 13. Desintegración de la base tridimensional |
| 3. Partición de teorías geométricas | 9. Solución de formas descompuestas | ● 14. Reinterpretación de dimensiones simétricas |
| ■ 4. Evolución inversa tridimensional | 10. Reforma de principios tridimensionales | |
| ● 5. Acción evolutiva de la forma | ■ 11. Integración de transformaciones geométricas | |
| 6. Reinterpretación del volumen digital | | |

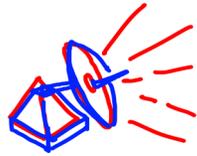




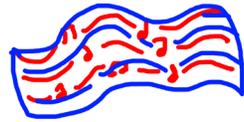
Figuras Alternas

Esta técnica tiene como objetivo desarrollar conceptos a través de los gráficos desarrollados previamente generando imágenes o bocetos que nacen sobre el concepto anterior para generar una percepción diferente de la forma, esto debido a que la técnica busca practicar y desarrollar la interpretación visual y la percepción de las formas y objetos o ideas que se realicen. Se desarrolló una lista nueva de bocetos y palabras sin temática, de manera que se relacionan las figuras anteriores y se generan conceptos e ideas conectados según ambos conjuntos. Al terminar el bocetaje de ideas se desarrolló una nueva lista de frases conceptuales.

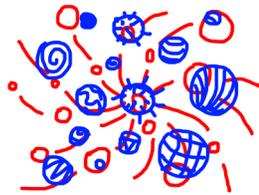




COMUNICAR



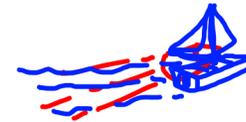
SACUDIR



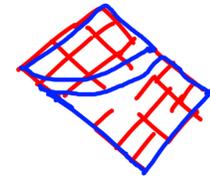
ROTACION



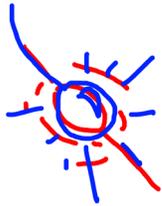
ENCESTAR



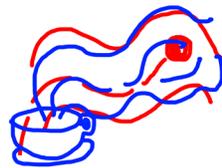
NAVEGAR



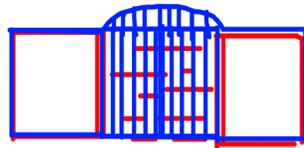
ENCAJAR



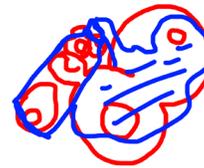
MANIPULACIÓN



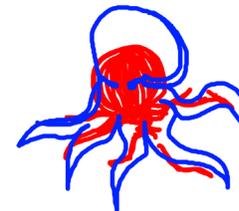
TEMPERATURA



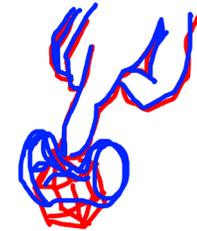
CERRAR



PINTAR



ANIMAR



DESTRUCCIÓN

Frases obtenidas:

1. Concepción de volumen geométricos
- 2. Disrupción tecnológica de la forma
3. Regresión de valores tridimensionales
4. Ilusión de compuesta de la forma
- 5. Multiplicación tridimensional imagenada
- 6. esencia de la forma actualizada
7. Teoría del movimiento de elementos
- 8. Interpretación de la nueva forma
9. Incremento de segmentos volumétricos
- 10. Imaginación de la teoría des formas
11. **Disrupción en la ciencia de la nueva forma**
12. Potencia bruta de dimensiones simétricas
13. Colisión tecnológica de patrones
- 14. Interpretación de la fórmula de diseño



8.2 PRE-FUNDAMENTACIÓN DE LAS FRASES SELECCIONADAS

Al terminar las técnicas de conceptualización se llevó a cabo el desarrollo de frases conceptuales como resultado. Se generó 83 propuestas, que se evaluaron y se compararon para poder seleccionar y desarrollar las 5 principales.

Frases finales seleccionadas:

“Disrupción en la ciencia de la nueva forma”.

Este concepto puede desarrollarse con base a referencias visuales que representan a las palabras y jugar con la interpretación y sentido de las definiciones para generar propuestas visuales con fundamento.

“Distorsión de volumetría básica”.

Este concepto busca representar elementos tridimensionales y hacer referencia a tendencias y estilos de diseños modernos que puedan complementarse o editar para crear propuestas y combinaciones innovadoras.

“Sincronización integral simétrica”.

Dentro de este concepto se puede hablar de la idea de generar propuestas visuales que se integren o unifiquen para crear una sola composición. Como también el desarrollo de contenido y línea gráfica que interactúen y se complementa visualmente a través de iconos y lineamientos gráficos que generen unidad.

“Forma invertida volumétrica”.

Esta propuesta busca evocar al proceso y diseño 3D como elementos gráficos y la línea de diseño, con el objetivo de invertir o distorsionar los elementos para crear composiciones abstractas y una jerarquía de contenido atractiva a través de elementos estéticos y diseño simple y moderno con un estilo anti-diseño.

“Reforma de principios tridimensionales”.

Este concepto busca representar la marca como una disrupción o cambio en el diseño a través de una línea gráfica futurista e inspirada en el estilo de diseño suizo, de manera que se complemente con figuras y elementos 3D, que desarrollen una composición atractiva y estética, como también una jerarquía innovadora y simple para el contenido y la imagen de la marca.

8.3 FRASES SELECCIONADAS: VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Como parte del proceso de diseño de concepto, se evaluaron las frases seleccionadas y se tomaron en cuenta los aspectos negativos y positivos de cada uno, desarrollando este proceso desde la perspectiva de innovación, verificabilidad y función conceptual. A continuación se presenta la evaluación individual de cada una de las frases.



1. Reforma de principios tridimensionales.

- POSITIVO**
 - La palabra principios brinda un sentido teórico al concepto en general.
- NEGATIVO**
 - La palabra reforma puede mal interpretarse y ser asociada con política.
 - El concepto en general puede percibirse de manera muy simple, que complique el desarrollo de una propuesta visualmente innovadora.

3. Sincronización integral simétrica.

- POSITIVO**
 - La palabra simétrica, es graficable y puede complementarse de las otras palabras para generar diferentes percepciones visuales.
- NEGATIVO**
 - La palabra sincronización tiene un nivel alto de dificultad al graficar.
 - Integral puede abocar a la simplicidad y neutralidad, ´por lo que no ofrece el factor innovación.

2. Distorsión de volumetría básica.

- POSITIVO**
 - Volumetría es una palabra con mucho detalle, que al complementarse con el resto puede generar diferentes conceptos graficables.
- NEGATIVO**
 - La palabra distorsión al complementarse con las otras puede limitar demasiado la graficación del concepto
 - La palabra básica puede ser difícil de interpretar y graficar de una manera innovadora.

4. Forma invertida volumétrica.

- POSITIVO**
 - La palabra forma por su denotación general, puede ofrecer diversidad de perspectivas.
 - El concepto en general ofrece el factor innovación proponer un estudio invertido del volumen.
- NEGATIVO**
 - Podría ser complicado diferenciar el sentido de forma y volumétrica dentro del concepto.





5. Disrupción en la ciencia de la nueva forma.

- | | | |
|----------|--|--|
| POSITIVO | | <ul style="list-style-type: none">• La palabra ciencia puede ser aprovechada desde diferentes perspectivas y definiciones, como también ser complementada por el resto de palabras.• La palabra forma, especifica la graficación de figuras de forma general, dejando abierto el desarrollo visual abstracto o detallado. |
| NEGATIVO | | <ul style="list-style-type: none">• El concepto en general por su extensión puede complicar su significado.• La palabra disrupción parece poco graficable. |

Finalmente se selecciono el concepto “Disrupción en la ciencia de la nueva forma” y se generaron cambios en la redacción de la frase conceptual para permitir un entendimiento amplio, general y plantear un concepto a desarrollar con base a los aspectos y requisitos gráficos investigados, innovación, nivel conceptual y diversidad de interpretación. Siendo estos factores que indicaran el funcionamiento y correcto desenvolvimiento del concepto al diseñar el proyecto.





8.4 CONCEPTO FINAL

“Ciencia disruptiva de la forma”.

Se desarrolló la fundamentación de la frase conceptual tomando en cuenta el significado y contexto de la oración y se desglosó su estructura a través de las palabras claves desarrollando su definición, significado denotativo y connotativo relacionado al proyecto y el desarrollo o aporte conceptual en el diseño de identidad y soluciones gráficas del proyecto.

A continuación se presenta las definiciones de las palabras clave de la frase conceptual, según la Real Academia Española (2017).

Ciencia

Del lat. scientia.

1. f. Conjunto de conocimientos obtenidos mediante la observación y el razonamiento, sistemáticamente estructurados y de los que se deducen principios y leyes generales con capacidad predictiva y comprobables experimentalmente.

Disrupción

Del ingl. disruption, y este del lat. disruptio, -ōnis, var. de diruptio, -ōnis ‘rotura, fractura’.

1. f. Rotura o interrupción brusca.

forma

(Del lat. forma).

1. f. Configuración externa de algo.
2. f. Modo de proceder en algo.

La frase seleccionada tiene como objetivo representar de manera general una dirección e introducción a lo que el proyecto busca presentar a través de su contenido como una nueva área de desarrollo, teoría y diseño.

Ciencia definida como un estudio y área de trabajo e investigación, se puede relacionar con el proyecto al entenderse como un espacio nuevo que busca ser una plataforma para material de diseño y animación 3d tanto nacional como internacional. Además de interpretar y poder percibir diferentes asociaciones con lo relacionado a la ciencia desde referencias gráficas hasta lenguaje y comunicación o atmósfera, puesto que Polígonos de forma figurativa es el estudio del diseño 3d.

La palabra Ciencia, supone representar el diseño, la graficación y desarrollo visual del proyecto bajo la analogía del diseño 3d como una ciencia, fórmulas, metodología y desarrollo básico de 3d, haciendo referencia a la línea visual de libros teóricos de física, ciencia y matemáticas de primaria.

La utilización de disruptivo, busca caracterizar el concepto, como adjetivo que en su definición las palabras interrupción, abertura, alteración, entre otras, son clave para representar la dirección y filosofía del proyecto, en la búsqueda de crear y brotar un nuevo espacio bajo un modelo innovador, contenido reciente y en tendencia.





Disrupción busca representar el tema bajo la idea de técnica y estética, disrupción visualmente tiente con el desarrollo de contrastes visuales en el contenido al utilizar elementos y referencias de software y hardware de diseño 3d, de las décadas pasadas. como una representación retórica de la base y origen de las visuales 3d, creando de esta manera un estilo anti-diseño y brutalista con el objetivo de crear contraste entre las imágenes estéticas del contenido y la identidad técnica y brutalista de Polígonos.

Forma, como parte de la frase, es un término muy general, puesto que su definición puede variar de acuerdo al contexto o expresión en el lenguaje; sin embargo se utilizó esta palabra para representar dentro de la frase el ente, cuerpo o ser que representa el proyecto, esta palabra busca ser asociada dentro de la oración con el proyecto literal y lo que denota.

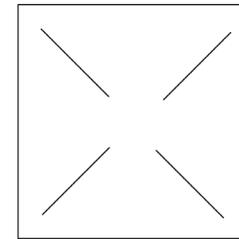
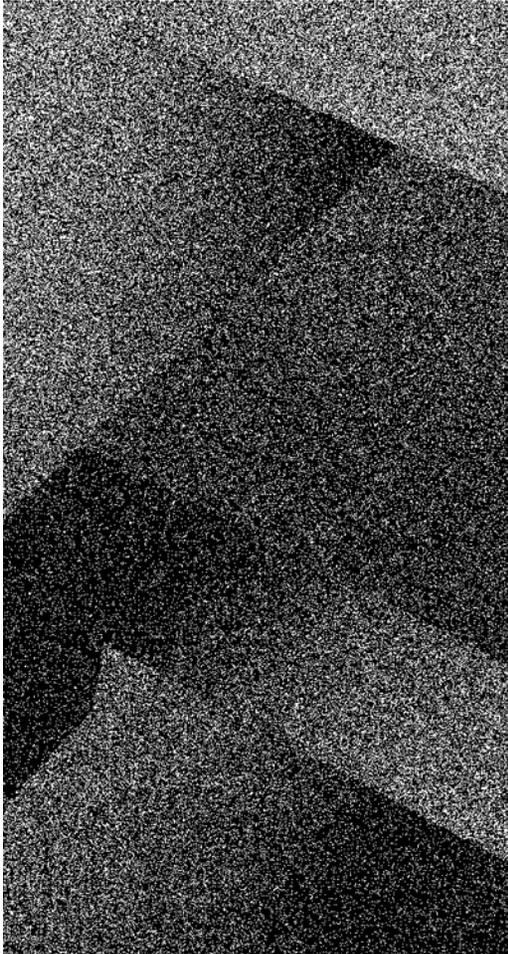
Al utilizar forma esta interpreta el concepto de “La nueva forma”, que hace referencia en específico a la Ley de las leyes de Gestalt, “la buena forma”, que se basa en la observación y percepción. El cerebro intenta organizar a través de los elementos que percibe; analizando y en un nivel del pensamiento algo inacabado o defectuoso. Cada persona tiene una tendencia a la búsqueda de buenas formas en lo que percibe y a veces se completa con la imaginación. Por lo que el guiño hacia la ley tiene como objetivo representar de manera visual-abstracta al grupo objetivo y el desarrollo del factor que se identificará con los usuarios al definir Polígonos como la búsqueda y reinterpretación de una nueva forma, la forma y figura 3D.

La nueva forma, se observará dentro de los elementos visuales como concepto al desarrollar imágenes, iconos y el lenguaje visual basado en el descubrimiento de la innovación en elementos básicos y figuras elementales como contraste ante su alteración, y diseño.

A través de este concepto se busca comunicar y expresar la idea conceptual de un nuevo diseño, desde los fundamentos y las formas básicas de diseño 3d.

El concepto en general se apoya en el significado general de la frase complementando la definición y percepción de las palabras clave y la relación de sus significados con el proyecto, contenido y grupo objetivo. Las palabras claves se pueden complementar con el objetivo de aprovechar las connotaciones y el desarrollo conceptual, estratégico y gráfico, puesto que algunas de las palabras se prestan para ser interpretadas desde diferentes puntos de vista para utilizar un significante diferente.





Gestión del proceso de diseño:

9.0 Codificación del mensaje

Sistema de signos para la composición del diseño.

Esta etapa desarrolla y explica la visualización y significado gráfico de cada elemento de diseño a través del concepto, grupo objetivo y tema de desarrollo.



9.1 CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

Al terminar el desarrollo de concepto se procede a generar la visualización de cada uno de los elementos visuales que suponen guardar relación con el grupo objetivo tema y concepto desarrollado. El punto inicial de la codificación es tomar cada uno de los elementos e interpretar con el apoyo de descripciones textuales y referencias gráficas la solución y percepción de cada elemento con base a la idea principal del diseñador y los siguientes ejes: Función, tecnología, expresión, formato y soporte, los ejes pueden variar dependiendo de la pieza. A continuación se procede a desarrollar el proceso.



CODIFICACIÓN EN BASE A:
RETÍCULA Y DIGRAMACIÓN

<p>Función</p>	<p>Generar una línea de lectura fácil para los usuarios, desarrollar un orden jerárquico y estratégico del contenido con el objetivo de que las personas puedan procesar y asimilar la información de manera eficiente.</p>	
<p>Tecnología</p>	<p>Diseño de plantillas, retículas y sistemas para la desarrollar una diagramación de contenido estético y atractiva para el usuario.</p>	<p>Utilización de escritura horizontal y vertical.</p>
<p>Expresión</p>	<p>Sensación de orden</p>	<p>Desarrollo de grandes espacios blancos.</p> <p>Uso de ejes visibles y retículas. Sistema de diagramación con base a la jerarquía de la información.</p> <p>uso de marcos, aprovechamiento de espacio.</p>

Ciencia disruptiva de la forma.



**CODIFICACIÓN EN BASE A:
TIPOGRFÍA**

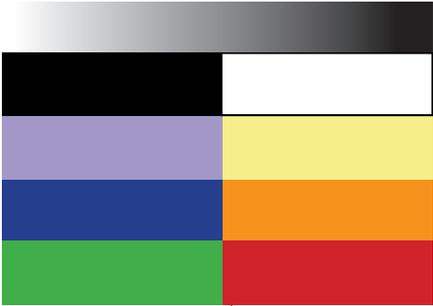
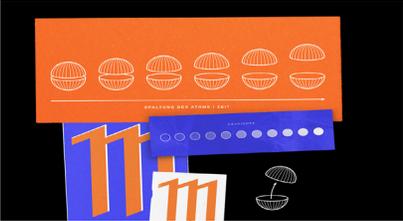
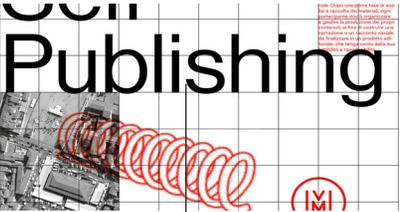
<p>Función</p>	<p>Crear una línea de comunicación e información eficaz, generar una lectura agradable y atractiva para el usuario.</p>	
<p>Tecnología</p>	<p>Utilización de tipografías serif, sans serif y monospace, con el objetivo de crear contraste y jerarquía en la información de las piezas.</p>	<p>Uso de Serif y tipografías con estilos y detalles pesados.</p> <p>Diseño de contenido con tamaños exagerados de texto.</p> 
<p>Expresión</p>	<p>Sensación de interés</p>	<p>Desarrollo de jerarquía a través de diferentes estilos de tipografías.</p>

Ciencia disruptiva de la forma.





**CODIFICACIÓN EN BASE A:
PALETA DE COLOR**

<p>Función</p>	<p>La paleta de color busca representar el concepto y los conceptos que representa el diseño 3d, tecnología e innovación a través de tonos contrastantes.</p>	  <p>Utilización del color como punto focal en piezas con información relevante.</p>
<p>Tecnología</p>	<p>Uso del color como elemento gráfico, punto focal, o el desarrollo de jerarquía de información.</p>	<p>Desarrollo de una paleta contrastante.</p>  <p>Predominio de blancos .</p>  <p>diseño de filtros, estilos sobre los colores y elementos.</p>
<p>Expresión</p>	<p>Sensación de atracción</p>	<p>Predominio de blancos .</p>

Ciencia disruptiva de la forma.





CODIFICACIÓN EN BASE A:
ILUSTRACIÓN

<p>Función</p>	<p>Representación de la filosofía y objetivos del proyecto, desarrollo de mensajes conceptuales a través de detalles ilustrados.</p>		<p>Cara A</p>
<p>Tecnología</p>	<p>Figuras abstractas y formas geométricas que encajan con la percepción general de diseño 3d.</p>		
<p>Expresión</p>	<p>Emción de curiosidad</p>	<p>Texturas y detalles simples.</p>	<p>Iluminación de area, luz dramatica.</p>

Ciencia disruptiva de la forma.





CODIFICACIÓN EN BASE A:
SITIO WEB

	Función	Tecnología	Expresión
Formato	El formato es digital, en línea, el sitio web de 12 columnas de 1080 pixeles de ancho, su propósito es ser el medio para presentar las ediciones del zine dentro del mismo y conservarlos bajo un concepto de biblioteca.	Entrevistas y artículos, que se verán conformados por imágenes, gifs, videos, y textos.	Sensación de Interés.

Ciencia disruptiva de la forma.





CODIFICACIÓN EN BASE A:
PUBLICACIONES

	Función	Tecnología	Expresión
Formato	Formato digital, publicado en redes sociales, su función es comunicar e informar a los usuarios sobre el proyecto, temas relacionados y de interés sobre diseño 3d.	Vectorial, Digital 3d, ilustración, Animación, e iconografía.	Sensación de interés Emoción de sorpresa.

Ciencia disruptiva de la forma.





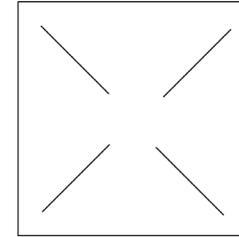
**CODIFICACIÓN EN BASE A:
MERCHANDISING**

	Función	Tecnología	Expresión
Soporte	Ser un material resistente para que las personas puedan guardar y conservar las piezas.	Bond 110grms, y Opalina, con el objetivo de hacer duraderas las piezas.	Sensación de comodidad.
Formato	Su función es informar y desarrollar una presencia en los usuarios por medio de piezas coleccionables.	El formato de las piezas impresas es A2 y Media carta para la postal.	Sensación de curiosidad.



Ciencia disruptiva de la forma.





Gestión del proceso de diseño:

10. Planeación estratégica de medios

Definición de las fases y selección de piezas.

Esta sección tiene como objetivo elaborar y definir la estrategia de medios para que las piezas cumplan una función de comunicación e información.



10.1 SELECCIÓN DE LAS PIEZAS

Previo al desarrollo de la planeación de medios se generó la selección y descripción de las características y detalles de las piezas exactas que se desarrollaran para el cada fase del proyecto en su totalidad, esto con el objetivo de enlistar y ejemplificar cada una de las piezas que se diseñará y cuales son los aspectos y requerimientos de cada uno, dentro de su funcionalidad y objetivo de diseño.

¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Pieza	Medio		Forma de distribución		
PROPÓSITO	SOPORTE	CARÁCTER	LUGAR	TIEMPO/DURACIÓN	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
Sitio web presentar el contenido y recursos del zine digital.	digital	contenido digital	Servidor Web	Indefinido	Webmaster Polígonos zine
Identidad gráfica desarrollo de la línea e identidad del proyecto	digital/impre- sión	branding	--	Indefinido	Piezas y la palataforma del proyecto
Evento de lanzamiento presentacion dentro del lanzamiento y material impreso de regalo/informativo.	digital	Contenido digital, material publicitario/informativo	Evento de lanzamiento	1 día	Lugar de evento de lanzamiento
Mailing (5) Información, Recordatorio y lanzamiento del zine, a las personas suscritas.	digital	material informativo	Servidor de correo	1 día	Polígonos zine Servidor
Publicaciones de expectativa (3) presentación del proyectos objetivos e ideales.	digital	material informativo	Facebook/Instagram	3 semanas	Página/usuario de Facebook e Instagram - Polígonos zine
Afiche y Postal Desarrollo de material informativo y promocional.	impresión	material informativo / promo- cional	Evento de lanzamiento	1 día	Lugar de evento de lanzamiento
Pin Desarrollo de merchandasing coleccionable.	impresión	Merchandise	Evento de lanzamiento	1 día	Lugar de evento de lanzamiento
Publicaciones preinformativas (15) promocionar y explicar el contenido y recursos del zine digital.	digital	material informativo	Facebook/Instagram	2 semanas	Página/usuario de Facebook e Instagram - Polígonos zine
Publicaciones del evento (4) promocionar y explicar el contenido y recursos de la primera edición del zine digital.	digital	material informativo	Facebook/Instagram	1 semana	Página/usuario de Facebook e Instagram - Polígonos zine
Publicaciones post-informativas (6) explicar cada tema, el contenido y recursos del zine digital.	digital	material informativo	Facebook/Instagram	2 semanas	Página/usuario de Facebook e Instagram - Polígonos zine
Bolsa Desarrollo de merchandasing coleccionable.	impresión	Merchandise	Evento de lanzamiento	1 día	Lugar de evento de lanzamiento
Afiche publicitario Desarrollo de material informativo del evento.	impresión	material informativo	Locales y universidades	2 semanas	Locales y universidades

*validación
Anexo 14





10.2 PLANEACIÓN DE MEDIOS

Previo al desarrollo de planeación de medios se desarrolló una previsualización de las fases, con el objetivo de organizar de manera concisa la experiencia y proceso que el grupo objetivo observará y con el que interactuará. De esta manera se puede fundamentar y enlistar los procedimientos y diseño necesario para el proyecto.

A través de la previsualización se puede observar las diferencias y las etapas en las que es necesario elaborar material para cubrir las necesidades dentro del plan de medios y estrategia, por lo que se dividió cada objetivo y pasos de funcionamiento y publicación por fases que representan las actividades, piezas y acciones previas al lanzamiento del zine digital como también durante y después de la primera edición.

Previsualización de las fases.

FASE I	FASE II	FASE III	FASE IV	FASE V	FASE VI
Información y expectativa	Presentación y reconocimiento	Publicaciones interacción	Información previa a lanzamiento	Lanzamiento digital de zine	Publicaciones postinformativas
Se elaboró esta fase con el objetivo de presentar el proyecto utilizando como medio pautas en redes sociales, que introduzcan Polígonos sin explicar o comunicar sus objetivos. Con la idea de atraer a diseñadores 3d y personas que desean aprender 3d.	La segunda fase está compuesta por publicaciones en redes sociales que se utilizarán para apoyar, compartir y publicitar el zine digital, con el objetivo de informar a los usuarios de que se trata el proyecto y que contenido brindará el zine digital. Se generará un formulario de suscripción para las personas de temprano interés.	Dentro de esta fase se publicará y se hará la invitación a las personas a suscribirse y a compartir sus ilustraciones o piezas de diseño 3d, también se lanzará un freebie a las personas suscritas al proyecto que se enviará al final de la semana.	Se publicará contenido informativo sobre la edición uno, los colaboradores, dos video-infografías, en los que se hablará de dos temas que forman parte de esta edición de manera que las personas puedan observar contenido previo al lanzamiento.	Las actividades del evento de lanzamiento, la bienvenida, charlas, los participantes y agradecimientos a las marcas, personas involucradas en el desarrollo del zine. Además se enviará un recordatorio al correo de las personas que se suscribieron al zine digital para poder leer la edición 1.	En esta fase se creará publicaciones, en redes sociales que llamen la atención e informe a las personas del contenido que pueden encontrar dentro del zine digital. Como también compartir la documentación del evento y las actividades realizadas.





10.3 FASES ESTRATÉGICAS DE LA COMUNICACIÓN

PLANEACIÓN DE MEDIOS: FASE I

FASE I: El objetivo de esta fase es generar expectativa en las redes sociales por medio del contenido publicado, animaciones cortas que hablan conceptualmente del proyecto además de la publicación de la postal de Polígonos en los stories de instagram por usuarios y diseñadores conocidos que se relacionan con el diseño y animación 3d.

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?
Imagen digital	Facebook/Instagram	

Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
La presentación dentro de las redes sociales Facebook e Instagram, la publicación de las cuentas con contenido gráfico referente a la linea de diseño. Durante este período se pedirá apoyo a establecimientos educativos para empezar obtener seguidores en las cuentas de redes sociales de Polígonos. ya sea través de la base de datos de instituciones o a través de sus redes sociales	Digital	Identidad gráfica.	Facebook.com/Poligonoszine - Instagram.com/Poligonoszine	Indefinido.	Polígonos

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?		¿Cómo se distribuirá?		
Publicaciones digitales	Facebook/Instagram				
Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Se desarrollará publicaciones de de videos que generen expectativa ante los usuarios, con el objetivo de llamar la atención hacia el proyecto.	Digital	Publicación digital	Facebook.com/Poligonoszine - Instagram.com/Poligonoszine	1 semana	Polígonos





	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?			
Postal	Instagram stories				
Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Se diseñará material el impreso para publicitar en instagram el proyecto, a traves de usuarios aliados previamente anunciados.	Impreso	Postal impresa	Instagram	1 semana	Poligonos

MEDICIÓN Y CUANTIFICACIÓN

Se preparó el desarrollo de las animaciones en redes sociales como contenido pautado e historias de instagram en cuentas aliadas con el objetivo de llevar a cabo la fase de expectativa dando a conocer el proyecto y desarrollar una presencia visual como también obtener seguidores y usuarios interesados previo al inicio del proyecto. Según las metas planteadas para la primera fase se tomó en cuenta 4 aspectos para cuantificar y medir los resultados de la etapa de expectativa:

- Número de visitas al sitio web
- Suscripciones en el sitio web
- Seguidores obtenidos
- Vistas en publicaciones e historias en instagram

Con base a la información que brinde los factores previamente mencionados, se tomará en cuenta la interacción y las visitas para la medir la funcionalidad de cada canal y la información que brindan, como también en cada área que compone la fase de expectativa para conocer e identificar a profundidad el grupo objetivo, obteniendo información y datos como las preferencias y horarios en línea, para desarrollar de manera progresiva un contenido específico y funcional para los usuarios. se preparó este plan de kpi's para cuantificar a los usuarios a los que se les presentará el proyecto, puesto que únicamente en esta fase en la web y en las redes sociales instagram y fase se desarrollará un plan de pauta debido a que el único objetivo es publicar y dar a conocer el proyecto.





PLANEACIÓN DE MEDIOS: FASE II

FASE II: Dentro de este periodo se compartirán publicaciones en las redes sociales, que brindaran indicios del contenido, para desarrollar una noción a los usuarios de lo que se trata el proyecto, cuáles son sus objetivos, y que se desea lograr con el proyecto.

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?		¿Cómo se distribuirá?		
Publicaciones Preinformativas	Facebook / Instagram				
Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Se diseñará una serie de publicaciones informativas que brinden datos sobre el contenido y propósito del proyecto. Con el objetivo de crear expectativa y despertar interés sobre el diseño 3d.	Digital	Publicacion digital.	Facebook.com/ Poligonoszine	1 semana	Poligonos



PLANEACIÓN DE MEDIOS: FASE III

FASE III: El objetivo de esta fase es desarrollar interacción y comunicación con el usuario, invitar a las personas a formar parte de la comunidad de Polígonos, suscripción, publicación de freebies y compartir diseños enviados por los usuarios, de manera que se pueda crear un vínculo con el grupo objetivo.

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?
Publicaciones de interacción	Facebook	

Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
El desarrollo publicaciones que generen interés, con el objetivo de crear un llamado a la acción, participar y compartir contenido.	Digital	Facebook	Facebook.com/ Poligonoszine	1 semana	Polígonos

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?			
Mailing	Correo electronico				
Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Se diseñara y se enviara a las personas suscritas, un recordatorio sobre el lanzamiento y su disponibilidad además del listado y breve descripción del contenido, junto a un enlace directo a la primera edición.	Digital	Material publicitario	Correo electronico	1 día	Polígonos

PLANEACIÓN DE MEDIOS: FASE IV

FASE IV: Esta etapa tiene como objetivo informar e invitar a las personas al lanzamiento de la primera edición de Polígonos, además realizar publicaciones anunciando los colaboradores y los temas que se encontrarán en esta edición. En esta etapa se brindará información del itinerario y como llegar al evento a través de las redes sociales.

*Pieza añadida postvalidación	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?		¿Cómo se distribuirá?		
Afiche informativo	Afiche				
Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Se diseñará material que busca informar a los usuarios sobre el evento de lanzamiento del zine Polígonos. de manera resumida.	Impreso	Póster impreso	Zona 4 y universidades de la capital	2 semanas	Polígonos

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?
Publicaciones de información	Facebook/Instagram	

Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
El desarrollo de publicaciones que informen sobre el contenido de la primera edición y anuncien a los colaboradores del proyecto, en formatos de imagen y video.	Digital	Facebook/Instagram	Facebook.com/Poligonoszine	2 semanas	Polígonos

PLANEACIÓN DE MEDIOS: FASE V

FASE V: Esta fase tiene como objetivo la etapa del evento de lanzamiento en el que se desarrollará una presentación sobre el proyecto y se anunciará el merchandise además del lanzamiento de la primera edición.

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?
Presentación de lanzamiento	Pantalla de proyección	

Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Se desarrollará material que tiene como objetivo apoyar la presentación e introducción del zine digital el día del evento, describiendo los detalles y el contenido de la primera edición.	Digital	Contenido digital	1001 Noches	Día del evento	Polígonos

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?
Zine Polígonos	Website	

Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
El zine se encuentra integrado en el sitio web, las personas después del lanzamiento podrán acceder a él, conocer el contenido, recursos e interactuar con el zine.	Digital	Sitio Web	Poligonoszine.com	3 meses	Polígonos



	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?
Afiche de coleccion	Afiche	

Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Como parte del merchandise de poligonos se desarrollo un afiche de colección de la primera edicion de Polígonos.	Impreso	Póster impreso	1001 noches	Día del evento	Polígonos

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?
*Pieza añadida postvalidación Pin	Evento de lanzamiento	

Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Como parte del merchandise de Polígonos se desarrolló una pieza de colección que cumple con la función de identidad, con el objetivo de crear un vínculo con los usuarios para utilizar un objeto de diseño perteneciente Polígonos.	Metal	Mercancía	1001 Noches	Día del evento	Polígonos

	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?	¿Cómo se distribuirá?
*Pieza añadida postvalidación Bolsa	Evento de lanzamiento	

Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Se desarrolló una pieza de colección que cumple con la función de usabilidad e identidad, con el objetivo de crear un artículo para los usuarios necesario y utilizable.	Bolsa Biodegradable	Mercancía	1001 Noches	Día del evento	Polígonos





PLANEACIÓN DE MEDIOS: FASE VI

FASE VI: Dentro de la última etapa se busca generar más visitas e interés por el grupo objetivo hacia la primera edición y su contenido a través de publicaciones informativas en las redes sociales que hablarán de cada tema que trata el zine de forma resumida y referencias gráficas de los visuales internos.

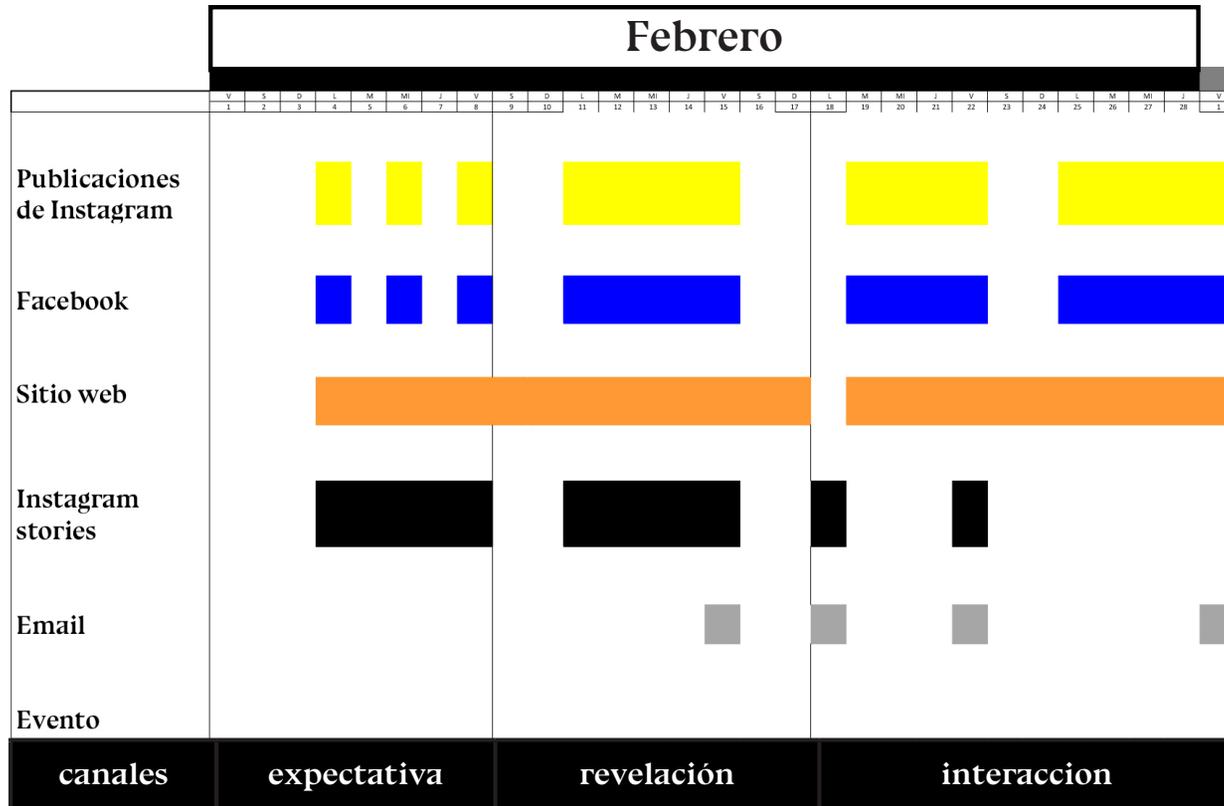
	¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?		¿Cómo se distribuirá?		
Publicación Post-informativa	Facebook/Instagram				
Proposito	Soporte	Caracter	Lugar	Tiempos	A través de que o como
Se desarrollarán publicaciones informativas que expliquen en qué consiste cada tema abordado dentro de la primera edición, junto a un enlace directo al sitio web.	Digital	Publicaciones	Facebook.com/Poligonozine - Instagram.com/Poligonozine	2 semanas	Polígonos





10.4 CRONOGRAMA DE PLAN DE MEDIOS Y EJECUCIÓN

Se diseñó el cronograma de medios con base a la estructura y piezas que se desarrollarán en cada, fase, tomando en cuenta las fechas y el periodo de duración de cada una de las piezas y en general los eventos dentro de las fases A través de una línea de tiempo se especifica los sucesos y orden de cada fase, con el objetivo de representar visualmente cada uno de los pasos, fases y la utilidad de las piezas por individual.





Para conocer el funcionamiento del cronograma y su contenido se preparó una descripción individual por fase que se encuentra en los anexos (Ver Anexo 12).

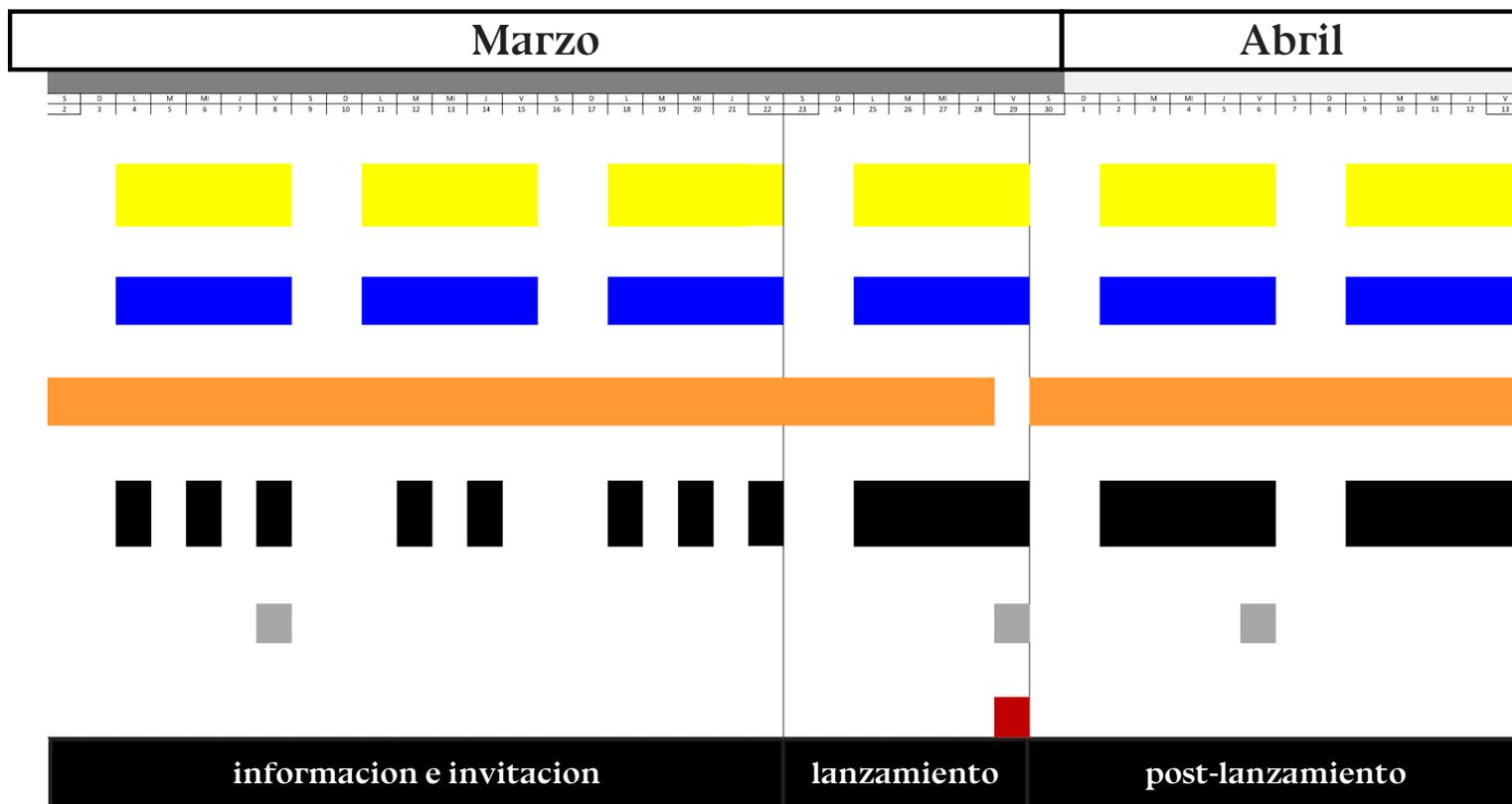


TABLA DE PUBLICACIONES

Se desarrolló una tabla específica para el desarrollo calendarizado de las publicaciones puesto que debido a las diferentes etapas que generarán publicaciones en las redes sociales, se diseñó esta tabla para presentar de forma visual y organizada el funcionamiento de cada publicación y *copy* que se realizarán dentro de las redes sociales Facebook e Instagram semanalmente y el período de duración de cada fase estratégica. Desde la introducción del proyecto hasta las publicaciones posteriores al lanzamiento.

	lunes	martes	miercoles	jueves	viernes
Exp.	Animación 1		Animación 2		Animación 3
Revelación	Bienvenidos a Polígonos		Somo un formato experimental de información y comunicación.		Es importante conocer opiniones, y las ideas siempre bienvenidos.
	Estamos renderizando contenido.	Contenido externo	Contenido externo	Contenido externo	Para conocer todo sobre el proyecto suscribete en la página web
interacción	Utiliza el hashtag para compartir piezas y renders 3d	Contenido externo	#Freebie, Si desean obtener un paquete de materiales diseñado por Polígonos, solo deben suscribirse en la página web!.	Contenido externo	Gracias por compartirnos sus renders los estaremos compartiendo en nuestro instagram @Polígonoszine
	Ya se lanzó nuestro freebie si lo quieres obtener solo debes suscribirte!	Contenido externo	Contenido externo	Contenido externo	La primera edición del zine está a punto de llegar aparte la fecha
Información e Invitación	Contenido externo	Fundamentos de Cinema4d un adelanto de un artículo bastante interesante	Contenido externo	Los tipos de iluminación, el adelanto de este artículo que complementa tu técnica.	Contenido externo
	Es momento de anunciar al primer colaborador de la primera edición.	Contenido externo	Desde México el segundo colaborador	Contenido externo	Talento local, nuestro tercer colaborador es un ilustrador y animador.
	Ilustraciones y gráfica conceptual a través del 3d, nuestro cuarto colaborador	Contenido externo	Un estudio de bastante importante de Monterrey, es el último colaborador de la primera edición.	Contenido externo	Opinar, discutir, y compartir en el foro de la primera edición.
Lanzamiento	La primera edición cargada de contenido y talento.	Contenido externo	Algunas indicaciones para el evento de lanzamiento	Contenido externo	Hoy llega la primera edición de Polígonos.
Post	Click en el siguiente enlace:	Contenido externo	#PolígonosUno	Contenido externo	#PolígonosUno
	#PolígonosUno	Contenido externo	#PolígonosUno	Contenido externo	#PolígonosUno



TABLA DE INSTAGRAM STORIES

Se desarrolló una tabla de contenido para las Instagram stories de la cuenta de Polígonos, con el objetivo de organizar las historias externas que se compartirán en la primera fase del proyecto, de esta manera se colocará diariamente una historia de cuentas aliadas sobre la postal de Poígonos, pertenecientes a diseñadores y estudios que se mencionan previamente en familiarización del proyecto.

	lunes	martes	miercoles	jueves	viernes
Exp.	Maria José Calderon		Daniel Molina		Amorfo
Revelación	Herber Salguero		Gerardo Palencia		Krft Studio
	Animarte		Mosh.tv		Klap Studio





10.5 PROYECCIÓN FINANCIERA

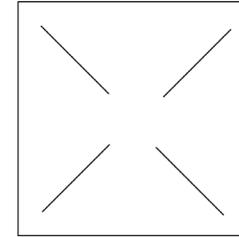
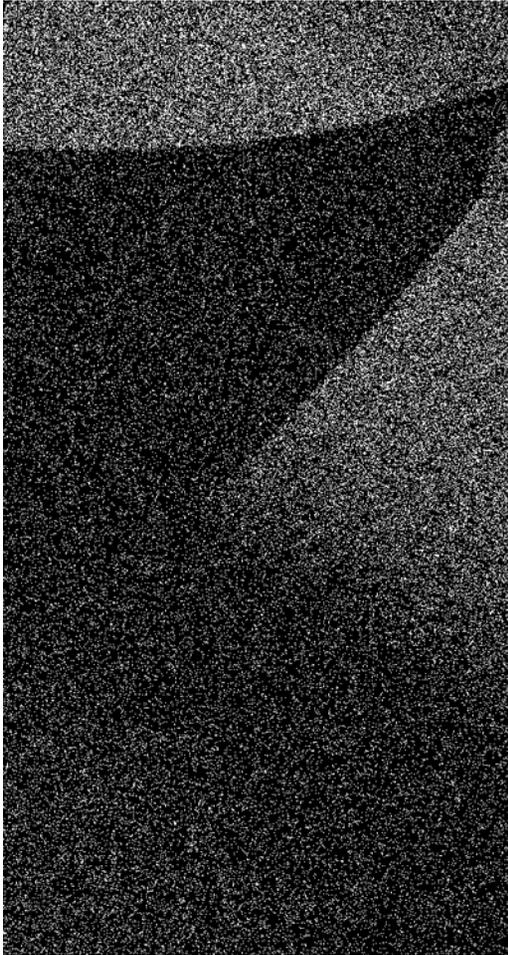


Parte del proceso de desarrollo del proyecto es la evaluación de recursos financieros y alianzas con las que cuenta el cliente. A continuación se presenta una explicación breve del uso que se le dará al presupuesto, recursos, y alianzas según los objetivos del proyecto, las piezas y el proceso ya establecido por el cliente.

Para el proyecto en general se ha asignado un presupuesto de Q4000.00 quetzales netos. Este presupuesto tiene como objetivo ser utilizado de manera estratégica para los canales de comunicación, contenido y el sitio web propio del zine digital. El proyecto contará con alianzas con estudios de diseño y diseñadores individualmente para dar a conocer el proyecto y desarrollar contenido.

Los recursos monetarios se aprovechan de la siguiente manera; 20% del presupuesto se ha asignado a pautas en redes sociales de ciertas publicaciones en Instagram y Facebook. Un 55% para piezas impresas y merchandise. El resto del presupuesto se ha designado para el desarrollo del sitio web y recursos digitales como, correo electrónico y hosting. Cabe destacar que el proyecto contará con el apoyo del centro cultural 1001 Noches, para la curación y desarrollo del evento de lanzamiento del zine.





Gestión del proceso de diseño:

11.0 Proceso de bocetaje

Exploración y formalización de ideas.

Este proceso trata de documentar a nivel visual y descriptivo el desarrollo y exploración en el diseño de las piezas acordadas, a través de técnicas digitales y manuales. Se proporciona información sobre la elaboración conceptual, de función y estética de las piezas.



10.1 DESARROLLO DE BOCETAJE

Se trabajó el área de bocetaje, con base a la estrategia y plan de medios diseñado previamente, tomando en cuenta los aspectos investigados y los datos recabados sobre el grupo objetivo, organizando el desarrollo del bocetaje por piezas y la función que cumplen, desde las piezas principales a las piezas de apoyo. El bocetaje se divide en las siguientes etapas:

1. Branding

- * Logotipo
- * Paleta de color
- * Tipografías
- * Ilustración
- * Elementos gráficos
- * Iconografía

2. Diseño web

- Portada
- Introducción
- Zine
- Contacto
- Información
- Artículo
- Archivo

3. Publicaciones digitales

- * Publicaciones de Facebook e Instagram
- * Imágenes de perfil
- * Diseño de mailing

4. Piezas impresas

- * Afiche
- * Postal
- * Pin

5. Material de evento

- * Animaciones
- * Introducción de evento

A continuación se presenta la iconografía de bocetaje que tiene como objetivo facilitar la explicación y la toma de decisiones durante el proceso de bocetaje.



Boceto Descartado



Boceto Seleccionado



Propuesta Preliminar



Nota

Al elaborar el proceso de bocetaje se tomó en cuenta los temas investigados tanto del tema como de diseño, partiendo desde el desarrollo de piezas funcionales y con una estética unificada que represente gráficamente el proyecto y permita que los usuarios se identifiquen con las visuales a través del diseño de una paleta de color, elementos gráficos, tipografías, jerarquías de información y la diagramación del contenido.

El bocetaje también responde al concepto visual desarrollado, a partir de características dentro de cada pieza en las que se encuentran representadas individualmente las palabras y referencias clave de la frase conceptual se busca generar contraste entre el contenido y la identidad gráfica del proyecto con el objetivo de resaltar la información sin dejar atrás la visualización del proyecto ante los usuarios esto por medio de iconografía ilustraciones, contrastes de tipografía, paleta de color y la utilización de un estilo antiestéticas, ordinario y sobrio puesto que visualmente el concepto hace referencia a material educativo y a piezas editoriales o libros de ciencias y matemáticas, que se ven alteradas con toque moderno o como se presenta en la frase: “disruptivo”, con el objetivo de crear contraste y llamar la atención de los usuarios.





1. BRANDING

*Imagotipo

Para el desarrollo de la identidad gráfica, se tomó en cuenta el Imagotipo existente del proyecto y se desarrolló una prevalidación para conocer la reacción y opinión del usuario a nivel estético y de funcionalidad que se genere en el grupo objetivo, diseñadores y expertos en el tema. **(Ver Anexo 13 prevalidación de logotipo.)**

Al evaluar el imagotipo se tomó de referencia los proyectos investigados como competencia y casos análogos con el objetivo de analizar, reconocer características similares y sus diferencias.



Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la prevalidación se desarrolló una propuesta de uso del ícono en solitario con el objetivo de crear una presencia visual simple del proyecto y pueda utilizarse en ciertos casos como redes sociales y ocasiones que no afecten el reconocimiento de marca.



polígonos



De acuerdo a la prevalidación desarrollada se diseñó una propuesta de logotipo para ser utilizada en impresiones y tamaños miniatura, con el objetivo de apoyar la funcionalidad y legibilidad de los detalles del logotipo.



Como una opción secundaria se preparó el logotipo en escala de grises, con el objetivo de utilizarlo en piezas impresas que pueda desarrollarse en blanco y negro como también una variación estética y funcional para redes sociales.

Finalmente se puede concluir en que la propuesta cumple con la funcionalidad y estética desarrollada para en concreto para el grupo objetivo, resaltando las características deseadas que busca el concepto elaborado puesto que el imagotipo se presenta y hace referencia a los títulos y diseños tradicionales de libros educativos en materia de ciencia, como también se presentan características anti estéticas tradicionales que representan el diseño brutalista a través de la tipografía serif el uso outline de la misma y el estilo crudo y sobrio del isotipo por medio de texturas.





Posterior a las decisiones tomadas con el Imagotipo se desarrolló diversas propuestas para el desarrollo de paleta de color, tipografías elementos gráficos.

*Paleta de color

Para el desarrollo de la paleta de colores se tomó en cuenta los aspectos e interpretaciones obtenidas del reconocimiento de grupo objetivo, el uso de colores contrastantes, que puedan visualizarse de forma dinámica e integrada. También se tomó en cuenta que estos colores deben ser representativos de la identidad visual del proyecto y deben ser utilizados para el beneficio de la marca. De esta manera se busca crear una imagen sólida a través del color conectando con el concepto a través del significado de ciencia y la graficación de material, fórmulas y teoría haciendo referencia al uso y diseño de libros teóricos de ciencia.

Referencias



Propuestas de paleta de color:



Propuesta de colores fríos y pasteles, elaborada con base a los colores seleccionados en las referencias por el grupo objetivo.



Propuesta de colores alternos. Esta selección se elaboró tomando en cuenta las tonalidades y los contrastes propuestos una paleta de color alternativa, adversa y armoniosa.



Propuesta de colores saturados, elaborada con base a los colores en contraste seleccionados en las referencias por el grupo objetivo.





- Se seleccionó esta propuesta de paleta de color con base a los resultados de la investigación de grupo objetivo, debido a que es necesario que las tonalidades mantengan tonalidades saturadas análogas con el objetivo de utilizar el color de manera estética y contrastante.



La propuesta final se elaboró con base a los colores utilizados en el logotipo y se incluyó como colores básicos el blanco y el negro para generar un contraste visual dentro de la paleta de color, por lo que se diseñó 3 diferentes propuestas de tonalidades de colores fríos Sin embargo al evaluar en conjunto la funcionalidad y el contraste que se desarrolla en cada una de las opciones, el contraste de la opción 2 resaltó con mayor fuerza, por lo que se seleccionó esta paleta de color como propuesta preliminar.





*Tipografías

La selección de tipografía se basó en los resultados de reconocimiento de tipografía. Debido a la preferencia y el desenvolvimiento gráfico de una tipografía serif. Tomando en cuenta tipos y estilos con estas características como tipografía principal. También se busca generar contraste al seleccionar tipografías complementarias, que brinden identidad a la línea gráfica y apoyen la jerarquía de texto y contenido como parte del branding de proyecto.

Es importante destacar que la selección de tipografías de diferentes estilos buscan hacer referencia al concepto a través de la disrupción por medio de uso de diferentes cuerpos y formas que generen contraste visual. puesto que la jerarquía como también el desarrollo del diseño ejemplificará un estilo no tradicional llamando la atención del grupo objetivo.

Referencias



Tipografía serif, con estructura sólida, estilo "bold", con detalles alternativos. combinación contrastante, monospace y sans serif.

- Diseño y animación 3d, en Guatemala.
- Diseño y animación 3d, en Guatemala.
- Diseño y animación 3d, en Guatemala.

tipografías

This article explains all of the basic theory that's useful to know when you are getting started working with 3D.

Different types of objects are built using vertices. A Vertex is a point in space having its own 3D position in the coordinate system and usually some additional information that defines it. Every vertex is described by these attributes:





Para seleccionar la tipografía monospace, se tomó en consideración las variaciones de grosor y la estructura simple de este tipo y estilo, Con base a estos aspectos se evaluó detalles técnicos como la facilitación de uso en la web.

Al seleccionar la propuesta de estilo sansserif, se consideró la legibilidad de las tipografías en variedad de puntos, con el objetivo de seleccionar la opción con mejor estructura y simplicidad en detalles.

- Diseño y animación 3d, en Guatemala.
- Diseño y animación 3d, en Guatemala.
- Diseño y animación 3d, en Guatemala.

- Diseño y animación 3d, en Guatemala.
- Diseño y animación 3d, en Guatemala.
- Diseño y animación 3d, en Guatemala.

tipografías

This article explains all of the basic theory that's useful to know when you are getting started working with 3D.

Different types of objects are built using vertices. A Vertex is a point in space having its own 3D position in the coordinate system and usually some additional information that defines it. Every vertex is described by these attributes:

tipografías

This article explains all of the basic theory that's useful to know when you are getting started working with 3D.

Different types of objects are built using vertices. A Vertex is a point in space having its own 3D position in the coordinate system and usually some additional information that defines it. Every vertex is described by these attributes:

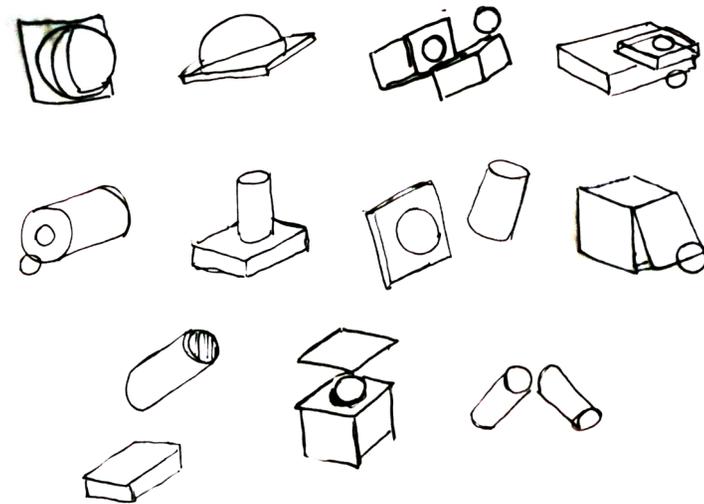




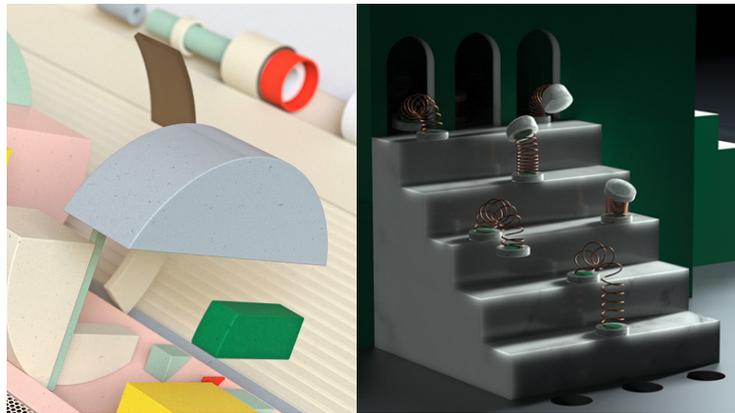
*Ilustración

Dentro del bocetaje de ilustración se desarrolló diferentes composiciones geométricas, puesto que estas ilustraciones forman parte de la identidad, sin embargo deben guardar simplicidad y tener características notorias para ser diferenciadas dentro del contenido.

La forma como parte del concepto busca presentarse a través de las ilustraciones e iconos, el desarrollo de figuras geométricas simples, un sistema gráfico que apela a los fundamentos del diseño 3d y las formas básicas.



Referencias

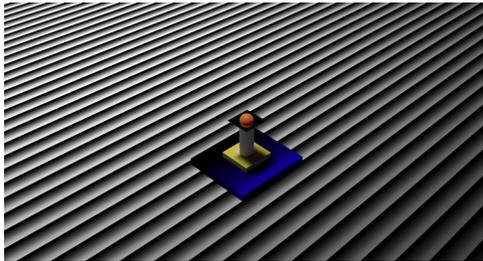


Tener un aspecto y textura simple, desarrollar iluminación y sombras con un estilo dramático.

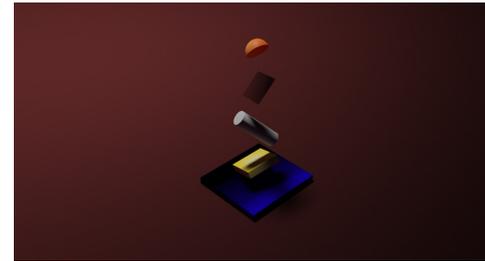
En los bocetos manuales se puede observar diferentes propuestas que pueden complementarse entre sí; cada una es una abstracción del concepto y la filosofía del proyecto, basado en el manifiesto del polígonos la mayoría de las formas y se desarrolla con planos y rectangulares que posteriormente representarán un espejo para generar un reflejo de las figuras geométricas alterando el volumen y la forma de cada uno.

Calderón (2018), explica que el diseño 3d y sus fundamentos se deben abordar desde la base, de forma simple por lo que la ilustración y los elementos visuales no deben tener una saturación de detalle gráfico.

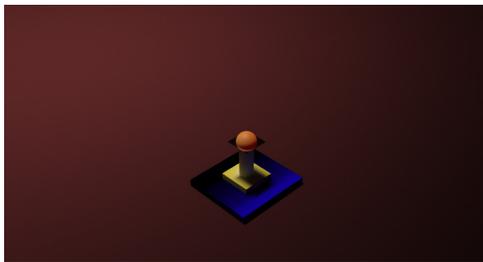




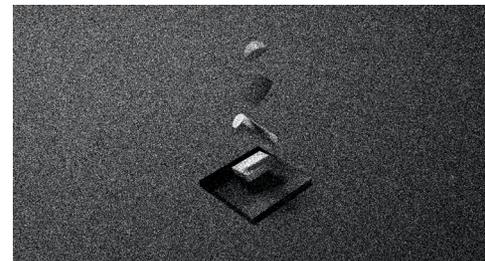
Se desarrolló una propuesta digital que utiliza únicamente los colores de la paleta de color de la identidad gráfica. Sin embargo se desechó la propuesta por el abuso y saturación de los mismos tonos y colores.



De acuerdo a los objetivos de la ilustración se desarrolló una versión animada de la pieza, para crear el clip de introducción de la página web en la etapa de expectativa. Basado en el concepto, las figuras arman una composición, observando los detalles de reflejo, ilusión y volumen que se crea.



Como boceto final se tomó la decisión de utilizar colores fuera de la paleta de la identidad gráfica, para aspectos y detalles de estética y sin protagonismo por lo que se diseñó la siguiente propuesta en la se genera contraste a través de fondo y la composición de figuras.



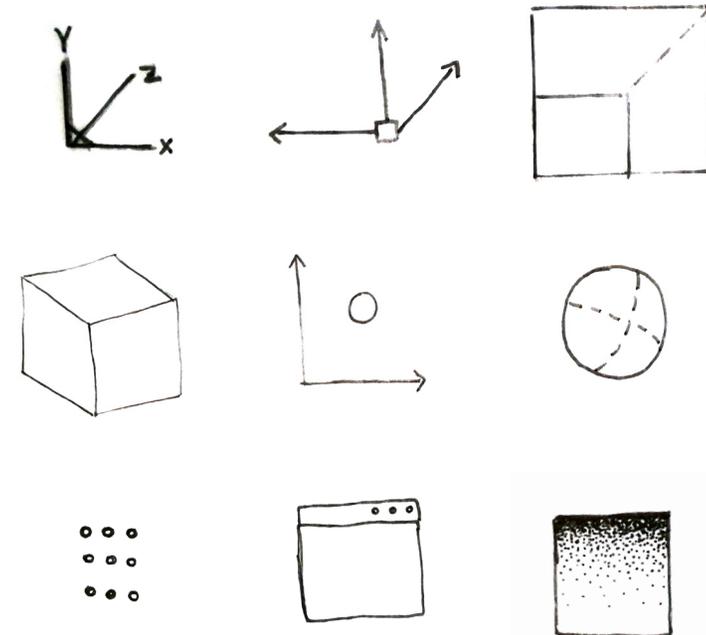
Se diseñó una versión alternativa basada en el concepto y la referencia gráfica de tecnicismos de diseño 3d, al hacer aparentar la ilustración en medio de su renderización. para desarrollar contenido de promoción.





*Elementos gráficos

Las propuestas de elementos gráficos desarrollados se basaron en el concepto “wireframe”, la idea de hacer referencia a las visualizaciones técnicas o el proceso que conlleva el diseño 3d, el visualizar y crear objetos en cuadrículas y líneas guía es parte del proceso previo a la renderización, por lo que de esta manera se hace referencia como una interpretación al detrás de escenas, el desarrollo técnico y la utilidad de herramientas digitales.

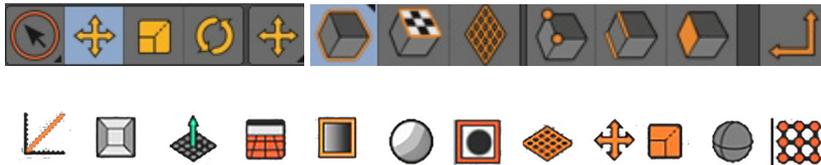


Referencias



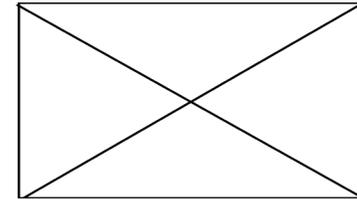
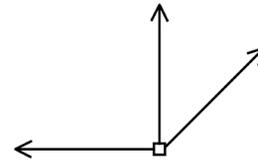
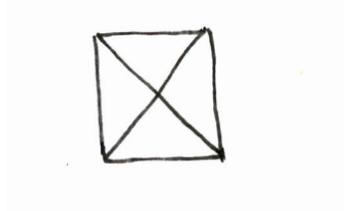
Objetos lineales y geométricos.

Iconografía de Cinema 4d

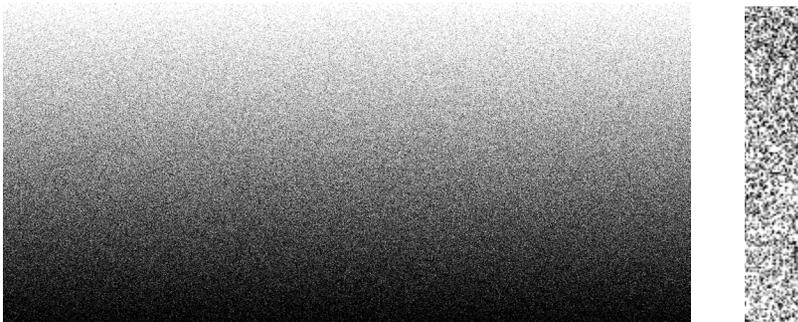
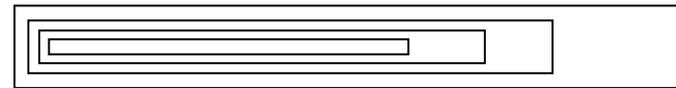
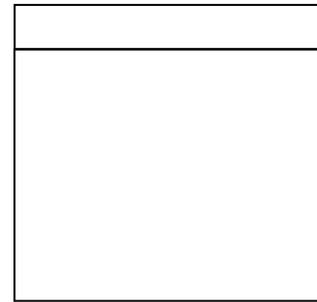


Al bocetar los elementos gráficos se tomó en cuenta desarrollar las propuestas bajo un estilo lineal con el objetivo de hacer referencia a la iconografía de los softwares de 3d. Como base se consideró las direcciones espaciales Y, Z, X. También generar elementos con características o detalles que guarden relación con símbolos 8-bit, o iconografía de estilo 00's: Esto con el objetivo de representar el concepto a través de la forma con el uso de figuras básicas que interpretan las bases del diseño 3d, y la iconografía referida de libros y teóricos de ciencia siendo la antiestética una característica principal.



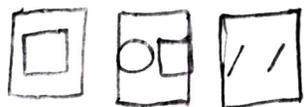
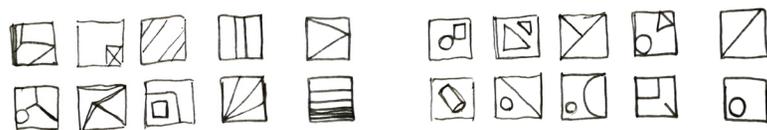


A continuación se presentan los bocetos finales digitales de los elementos en los que se buscó representar con mayor frecuencia la simulación de volumetría y profundidad, como también el desarrollo de elementos y abstracciones de iconografía de softwares de diseño 3d haciendo referencia a la forma como parte del concepto que como una aspecto que se quiere reinterpretar.





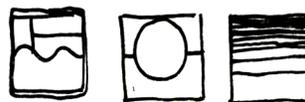
Como parte del bocetaje de elementos gráficos se elaboró bocetos de la iconografía de las secciones de artículos, de cada una de las categorías de los artículos con el objetivo de brindar una identidad propia a cada una de las categorías y temas específicos entre secciones.



Connota y denota



Caso en proyección



Composición integral



Regresión técnica



Descomposición



Disrupción visual



Materia digital



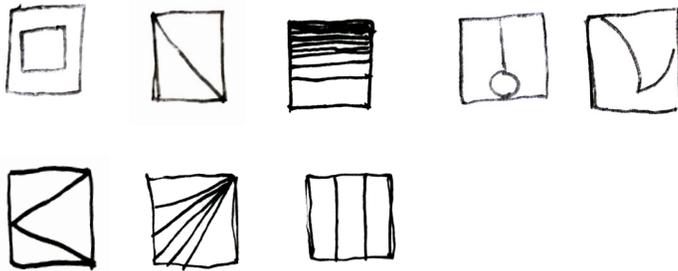
Deducción y acción

Los íconos tienen el objetivo de representar los títulos de los artículos a través de abstracciones y figuras conceptuales que buscan comunicarse por medio de la retórica, de esta manera enriquece el contenido y la gráfica según los artículos y lo que representa cada uno por individual. Para el bocetaje de la iconografía se tomó en cuenta nuevamente la ciencia como parte del concepto, bajo la idea de representar el diseño 3d como un área de estudio utilizando elementos que hacen referencia a libros de ciencia y teoría como la categorización del contenido.

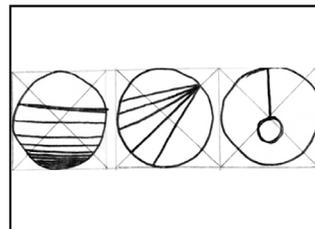




Se seleccionaron las siguientes propuestas con base a su simplicidad y el porcentaje de retórica en la comunicación y significado de cada icono. Esto con el objetivo de utilizar iconos abstractos que se complementen con el título de cada artículo o sección.



Al desarrollar las propuestas digitales se desarrolló un marco circular para la iconografía, de manera que se lograra diferenciar la iconografía de los elementos gráficos de la identidad.



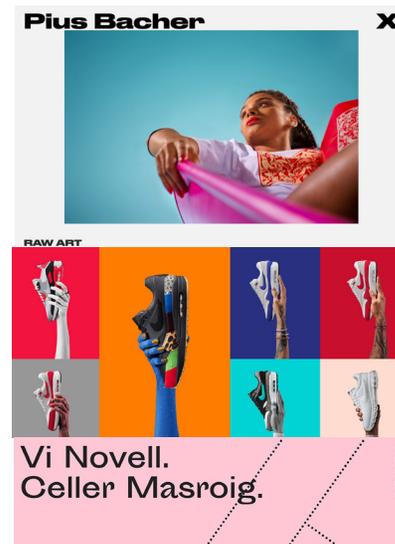
- | | |
|--|--|
|  connota y denota |  descomposición |
|  caso en proyección |  disrupción visual |
|  composición integral |  materia digital |
|  regresión técnica |  deducción y acción |



2 DISEÑO WEB Y DIGITALES

Para el diseño del zine digital como página web, se desarrolló como primera fase el mapa de navegación y de contenido, con el objetivo de evaluar y tomar en cuenta la información y orden de cada sección dentro del sitio web como también la funcionalidad del contenido y una organización lógica para el usuario. Se desarrolló el sitio en una sola página con el objetivo de simplificar el contenido y la información de zine, y como páginas alternas se coloca la información del zine y cada artículo pertenece a una página individual.

Referencias



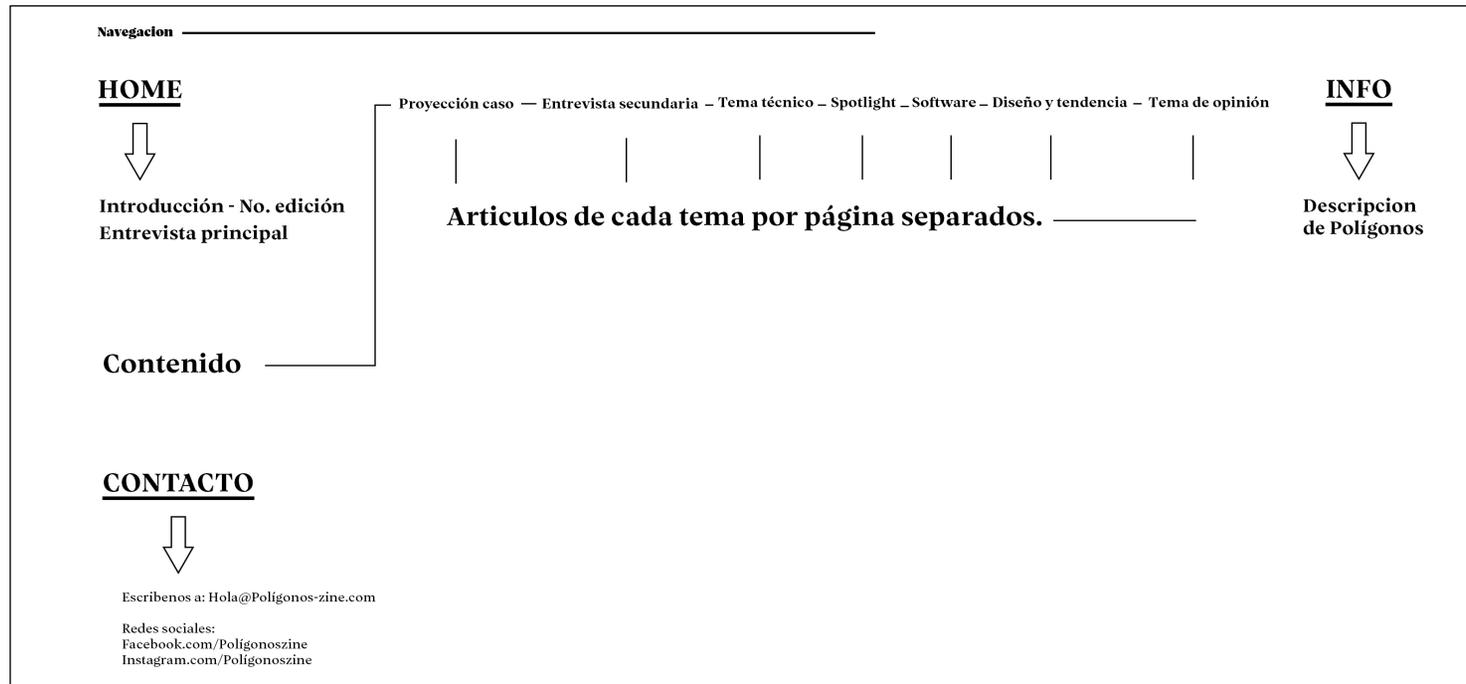
Predominio de la imagen, contraste de jerarquía en texto.



Referencia de material educativo diseño antiestético. Categorización de contenido.



Mapa de navegación



Se desarrolló la estructura del sitio web tomando en cuenta la funcionalidad del contenido y el adecuado control del sitio para el usuario, al bocetar la diagramación del sitio web se tomó en cuenta el concepto para generar propuestas que identificaran ciencia como el sentido, estudio y la diagramación del contenido basado en la segmentación, visualización de cada artículo y sección.

Castillo (2018) explica que el diseño de un sitio web que tienen por objetivo informar debe desarrollarse de manera estratégica según el grupo objetivo, resumir y presentar el contenido por secciones y con un formato simple, creando énfasis en la información más importante. puesto que se necesita que el usuario observe entienda y asimile cada segmento del sitio web.

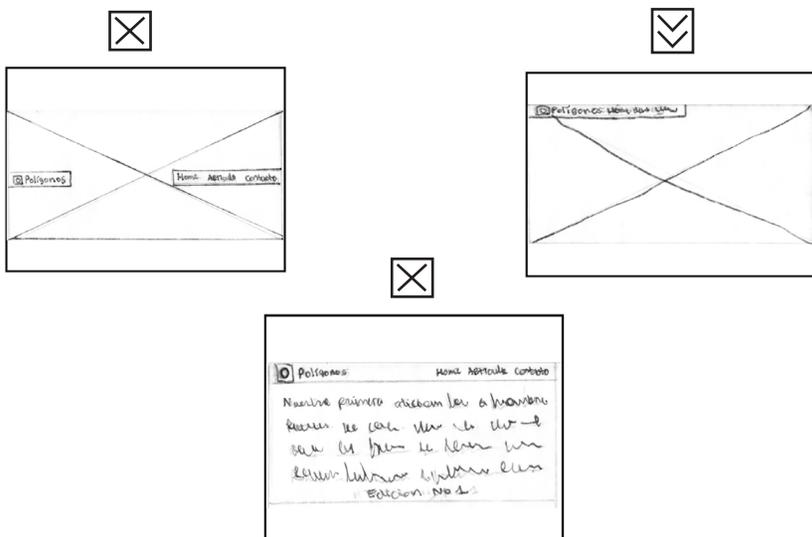




Para las piezas digitales se desarrolló bocetos manuales de retículas, sistemas y estructuras, y se boceto digital los elementos gráficos de cada pieza. Se tomó en cuenta el formato y el tamaño de aplicación en el caso del sitio web, se tomó en cuenta el diseño de 12 columnas y los espaciados de cada área, como también en las publicaciones digitales la legibilidad y calidad.

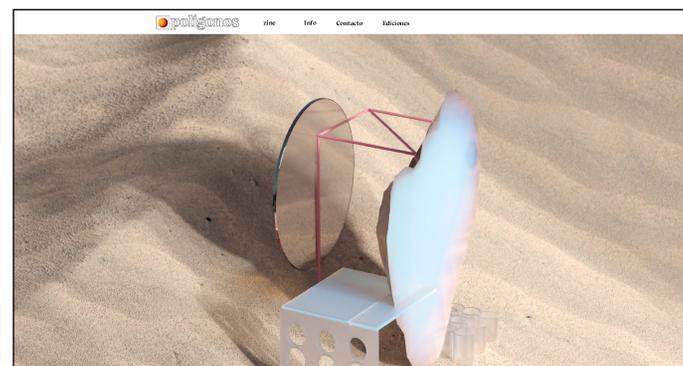
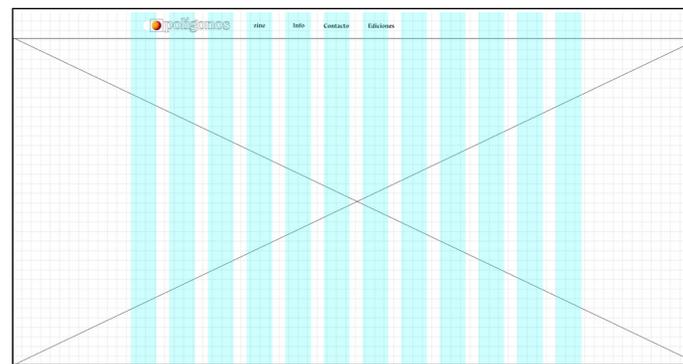
Sitio web

En el bocetaje del sitio web se desarrolló 3 bocetos por sección del zine, para poder encajar y conectar con facilidad cada área de zine, se tomó en cuenta los objetivos del proyecto y la estructura que busca desarrollar, el generar un espacio interactivo y de aprendizaje, que se pueda compartir y visitar en cualquier parte, como también la idea de conservar / inspirarse lo que representa un zine físico, para diseñar una estructura basada en las retículas editoriales.



Home

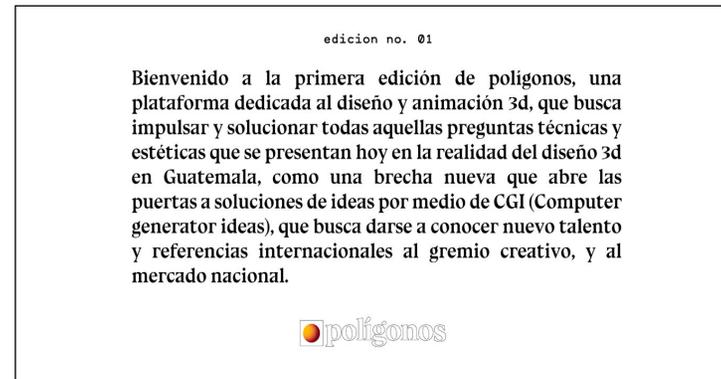
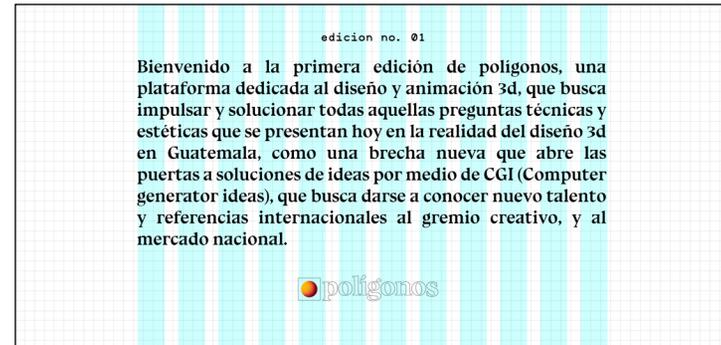
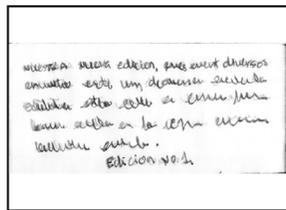
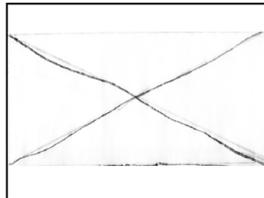
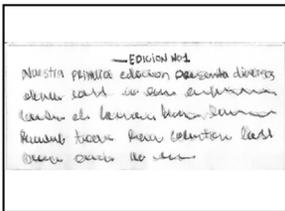
Al bocetar la fachada de la página principal se tomó en cuenta la idea de utilizar características de una pieza editorial, por lo que se desarrollaron ideas que hicieran referencia a la portada de una revista, libro y catálogo, con el mismo fin de presentar el encabezado o tema principal del material impreso.





Introducción

En la introducción o segunda sección después de la página principal, se desarrolla el bocetaje tomando en cuenta el impacto o la importancia del contenido puesto que se quiere representar esta información como un manifiesto, o introducción al zine digital, por lo que es necesario bocetar diversas retículas que expresen y se aprovechen diversos tamaños.



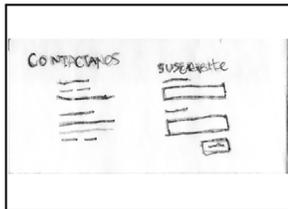
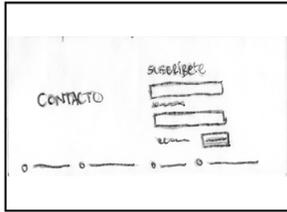
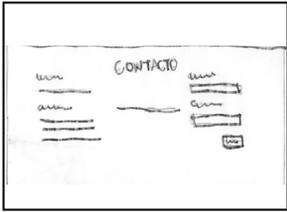
De esta manera se desarrolla el contenido por segmentos y se organiza la información como una pieza editorial digital, haciendo referencia a las introducciones de módulo en libros educativos puesto se representa al concepto al abordar el tema de diseño 3d como una ciencia que se conforma de teorías, temas, fórmulas y fundamentos.





Contacto

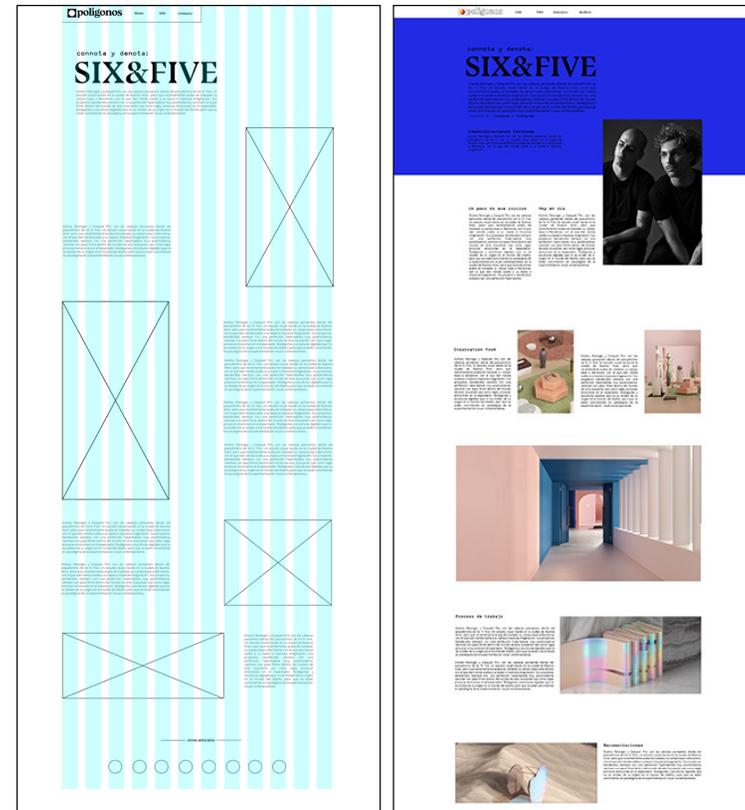
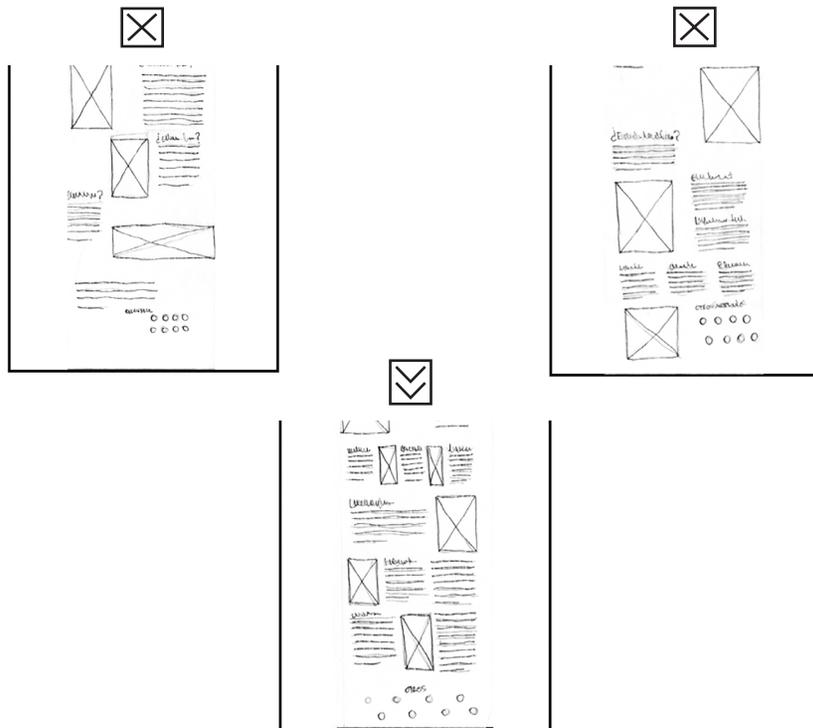
En el bocetaje para la sección de contacto se tomó en cuenta el contenido y la importancia de la información, por lo que las propuestas desarrolladas solamente tienen variaciones de diagramación y retícula puesto que no se quiere saturar con otro material gráfico que no cumpla una función objetiva dentro de la sección.





Plantilla artículo

Para el diseño de la diagramación de los artículos, se desarrolló bocetaje con divisiones por preguntas, temas o categorías, con el objetivo de hacer referencia a una pieza editorial con variación de columnas y la utilización de las imágenes para romper la retícula, por lo que se seleccionó la opción que contaba con diversas variaciones en cada sección. De acuerdo al concepto se tomó en cuenta el desarrollo visual a través de la interrupción desarrollando una propuesta de jerarquía de contenido contrastante, como también las características gráficas que representa ciencia para la diagramación de la plantilla.



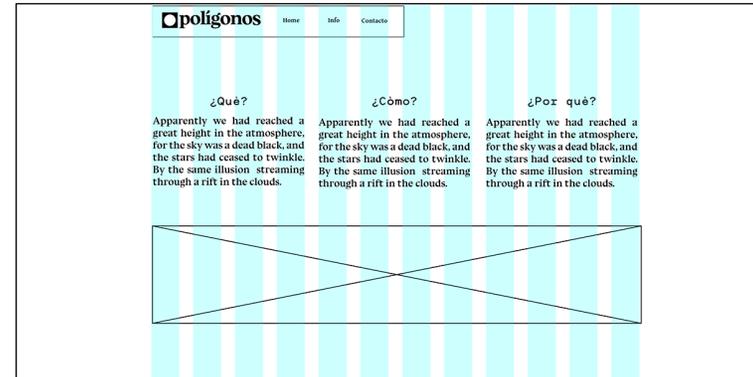
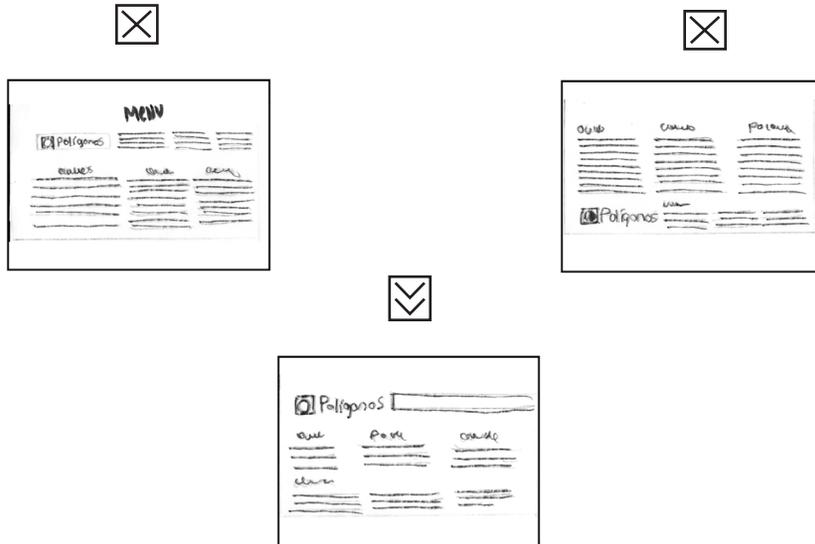
Para la elaboración del boceto final se tomó en cuenta el objetivo de la plantilla de artículo y la diagramación de módulos elaborada que se caracteriza por la simplicidad de retícula y la utilización de variaciones de columnas para jerarquizar la información y hacer referencia al concepto específicamente interrupción, debido a la diversidad de tipografías y el posicionamiento del contenido que desarrolla un rompimiento visual a través del contraste entre lo estético del contenido y lo ordinario y anti estético del cuerpo de texto.





Información

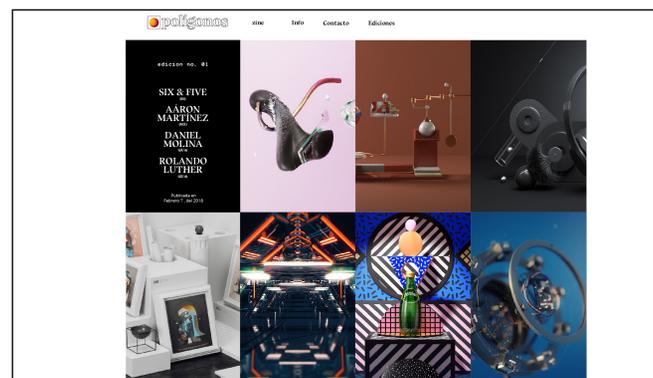
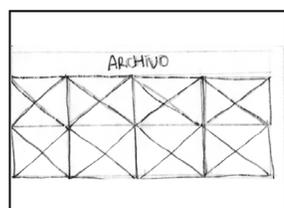
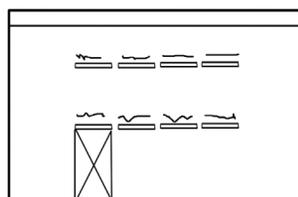
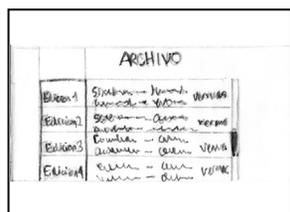
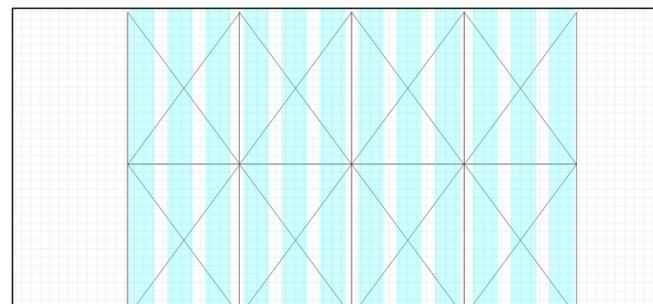
Al bocetar la página de información se tomó en cuenta la importancia de la información y el objetivo de resaltar los conceptos dentro de la página, por lo que se bocetó diferentes ideas de columnaje y jerarquía de elementos, considerando diferentes forma de hacer atractivo el contenido ante el usuario siendo la razón principal por la que se seleccionó la última propuesta.





Archivo

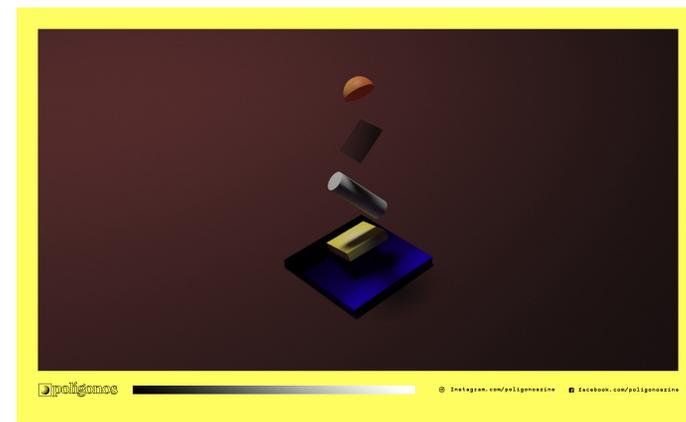
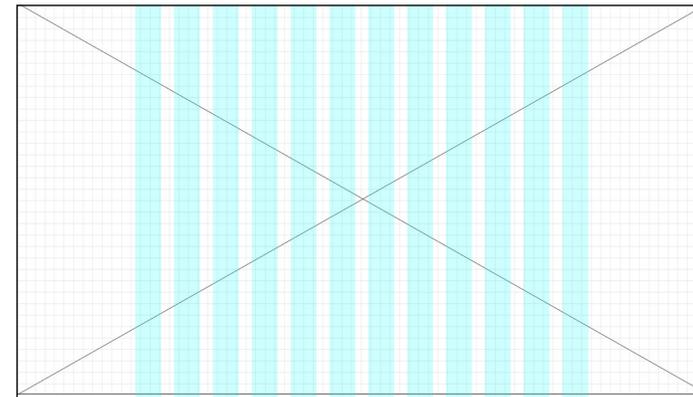
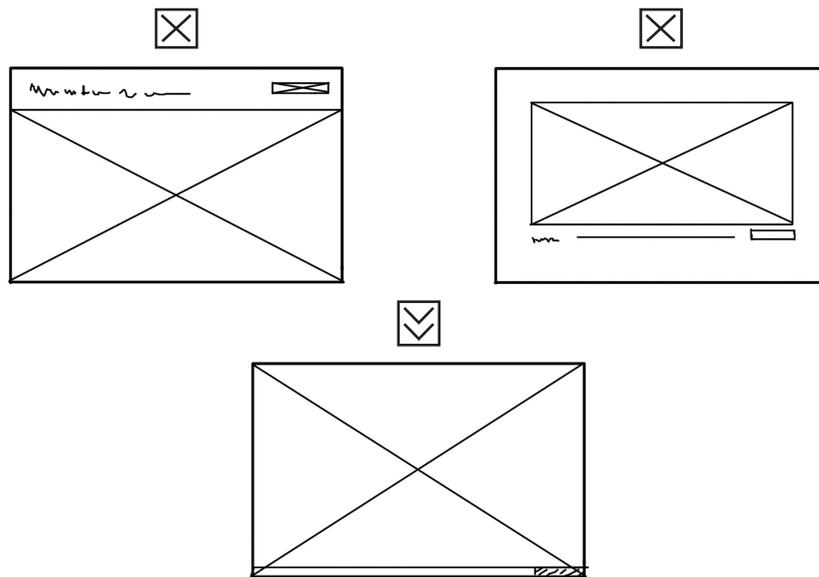
Posterior a terminar el bocetaje de la página web, se añadió una pestaña alterna y una página nueva para colocar las ediciones conforme va saliendo, de esta manera se le facilita a las personas ingresar a contenido pasado y poder visualizar el zine como si fuera el actual. Basado en la selección de bocetos para artículos se desarrolló esta página bajo la misma estructura puesto que los usuarios ya se encuentran familiarizados con la retícula y el funcionamiento de las imágenes.





Home (version expectativa)

El bocetaje de la versión expectativa del sitio se bocetó con el objetivo de generar impacto a los usuarios a través del contraste de colores y formas, a través de los colores y la ilustración animada que presenta el concepto del proyecto, se bocetó diferentes propuestas de diagramación que logran los objetivos de crear interés por el proyecto en el grupo objetivo.



Finalmente se seleccionó la propuesta que utiliza un aspecto simple y brinda mayor importancia a la animación. De esta manera el diseño se apoya en el concepto, la palabra *disrupción* para representar la elaboración del diseño sobrio y anti estético en contraste con las imágenes 3d de estética armoniosa.

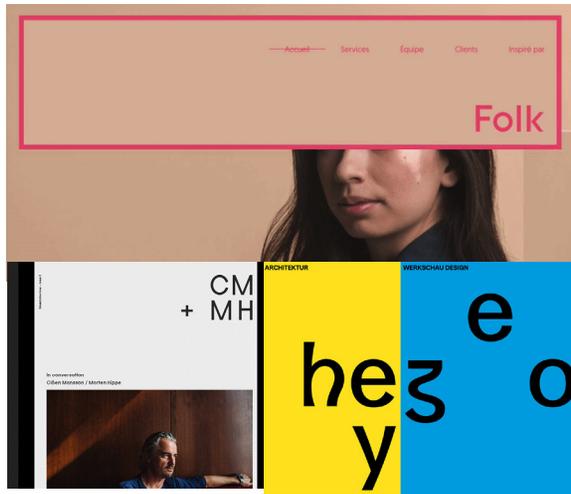




3 PUBLICACIONES DIGITALES

Al bocetar las propuestas de diagramación de las publicaciones de redes sociales, se desarrolló diferentes sistemas y retículas que permitieran generar unidad y categorizar el contenido de cada publicación. Esta propuesta toma la representación visual de disrupción como parte del concepto para generar una diagramación antiestética y con características de diseño brutalista.

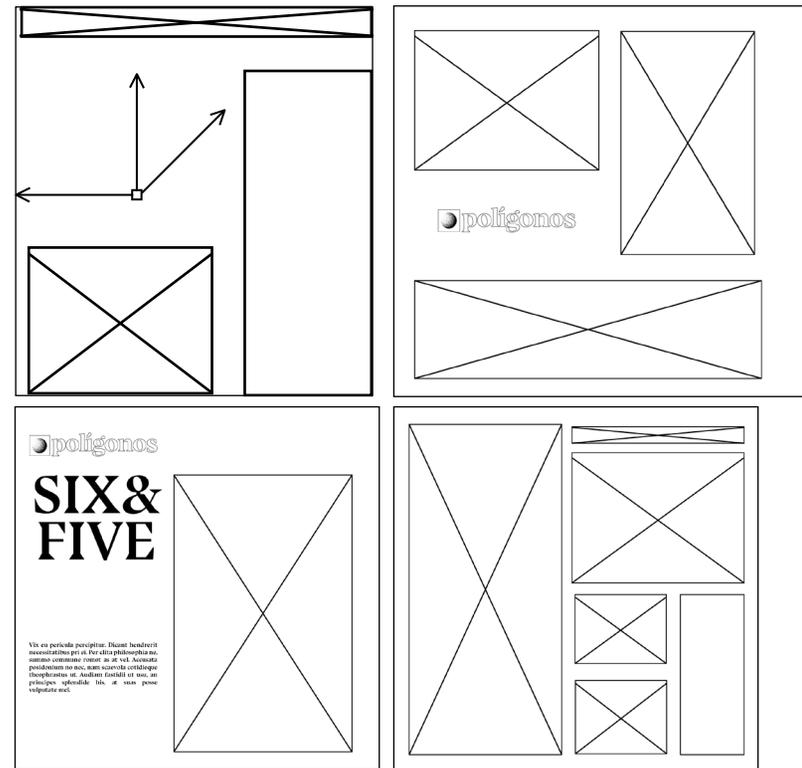
Referencias



Uso de marcos y ejes invisibles, prioridad a imágenes.
Uso de color como punto focal.

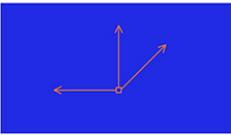
*Publicaciones de redes sociales

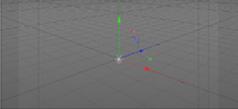
En los primeros bocetos se desarrollaron sistemas y elementos que se alteran y cambian de posición según el contenido, con el objetivo de brindar una diagramación innovadora y organizada.



La primera propuesta del diseño de las publicaciones para redes sociales se desarrollaron con base a los bocetos de composiciones rectangulares, apoyándose en la jerarquía de del contenido a través de la tipografía y figuras lineales y se utiliza el color como un elemento de apoyo para crear puntos de contraste con el objetivo de crear un sistema de composiciones diferente para cada fase de comunicación.

Al bocetar el diseño de las publicaciones de redes sociales se tomó en cuenta el concepto como ciencia al elaborar una diagramación basada en el diseño estándar de material educativo, utilizando un lenguaje de iconografía para representar y categorizar la información publicada, como también la disrupción a través de la tipografía y el contraste de jerarquías de texto y las imágenes de las publicaciones.

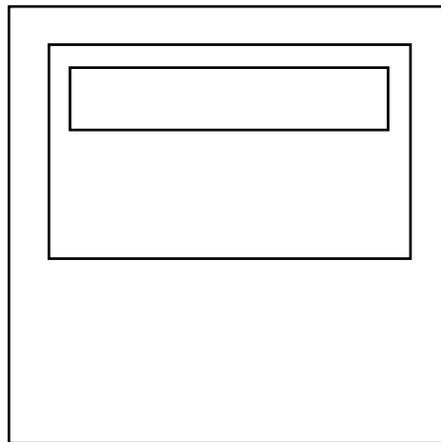
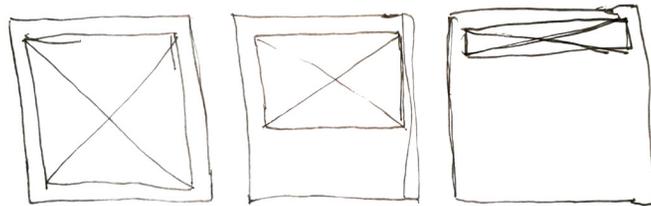
<p>Subscripción para obtener el zine en tu correo.</p> 	<p>contactanos:</p> <p>www: www.poligonos.com instagram: instagram.com/poligonos facebook: facebook.com/poligonos</p>	<p>zine digital</p> <p>un espacio, una plataforma, una comunidad. poligonos cuenta una diversa definición, este proyecto aprovecha el formato de un zine para presentar y proyectar contenido de diseño y animación de la manera diferente.</p> 
		<p>aspectos técnicos y estéticos</p> <p>Para crear en el diseño es necesario conocer y alimentarse no solamente de referencias y estéticas es necesario dominar los aspectos técnicos, conocer y experimentar con las herramientas.</p> 

<p>YA EN LINEA</p> <p>edición no. 01</p>  <p>SIX & FIVE AARON MARTINEZ DANIEL MOLINA ROLANDO LUTHER SABBATH</p>	<p>SIX & FIVE</p> 	<p>DANIEL MOLINA</p> 
<p>ROLANDO LUTHER</p> 	<p>AÁRON MARTÍNEZ</p> 	<p>Adherente por Sabbath</p> 
<p>edición no. 01</p> <p>7 de febrero</p> <p>Quid - 7pm</p> 	<p>Un espacio dedicado al aprendizaje, practica y uso de la Iluminación 3d.</p> <p>La diversidad en la iluminación.</p> 	<p>Fundamentos de Cinema 4d</p> <p>La animación y creación de Textos de Animación y creación de una experiencia educativa por el software Cinema 4d.</p>  
<p>Cotización, cobros y decisiones correctas.</p> <p>En la actualidad el diseño y su proceso sigue evolucionando y nuestra tarea es descubrir, hoy, los procedimientos, nuevas herramientas de tu trabajo y el valor que le das.</p> <p>\$\$\$\$\$\$\$\$</p>  <p>dentro del zine abrimos un espacio para compartir ideas y herramientas, sobre que se debe tener en cuenta al cobrar un proyecto de diseño y animación 3d.</p>	<p>edición no. 01</p> <p>SIX & FIVE AARON MARTINEZ DANIEL MOLINA ROLANDO LUTHER SABBATH</p> 	<p>Lanzamiento de la edición No.1</p> <p>Quid - 7pm</p> <p>Presentación "Foro"</p> 



Posterior a las primeras propuestas se desarrolló bocetos de un sistema gráfico con mayor simplicidad como propuesta preliminar, tomando en cuenta de porcentaje imágenes y contenido que puede ser afectado al saturar elementos. La segunda propuesta tiene como base un margen limitado que se puede escalar según el texto e imágenes de cada publicación.

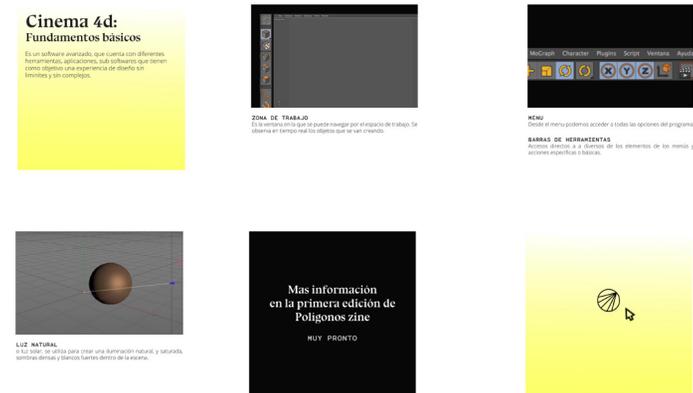
Tomando en cuenta el concepto se desarrolló la idea bajo la referencia de “material teórico”, utilizando una diagramación sobria que permita tener un equilibrio visual entre los elementos gráficos.



A continuación se puede observar los bocetos digitales utilizando el sistema de escala.



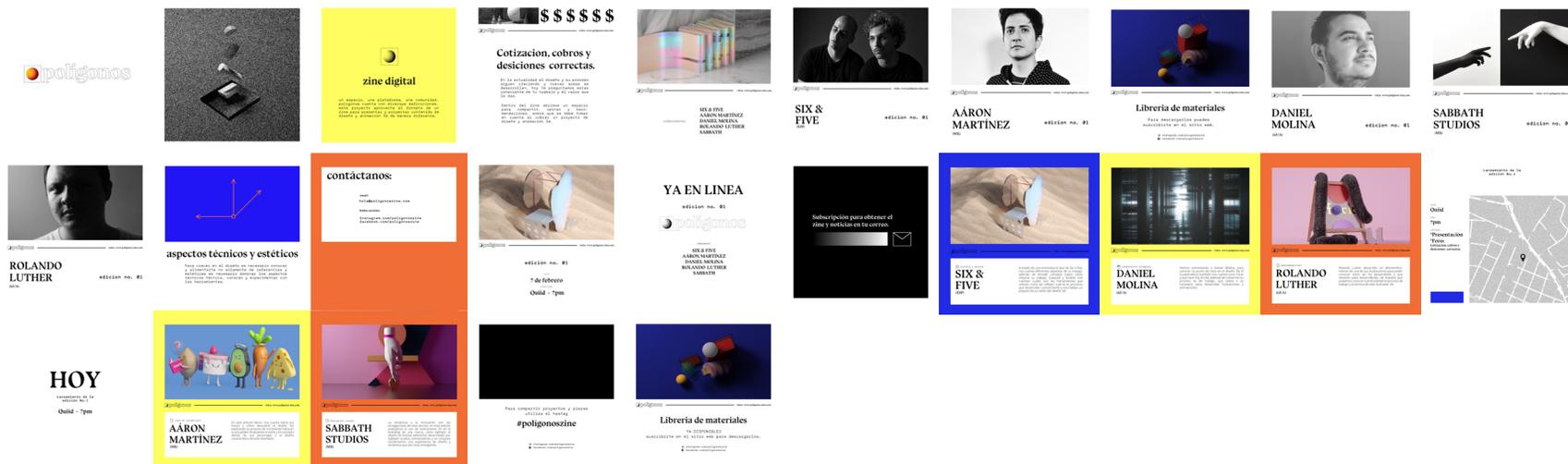
Parte del bocetaje de publicaciones de redes sociales incluye un par de videos animados que conservan la línea gráfica y el sistema de escala diseñado, con el objetivo de guardar unidad incluyendo las piezas con diferente formato.





Se desarrolló el boceto final, bajo el diseño del sistema escalable con el objetivo de darle mayor importancia a las imágenes y al contenido de esta manera se desarrolla contraste entre una diagramación simple con las imágenes e ilustraciones 3d que en general tienden a tener diversos detalles y colores. A continuación se presenta el diseño preliminar de las piezas de redes sociales.

Haciendo uso del color y de los elementos de forma estratégica se utilizó el sistema de escala, junto a líneas, el logotipo y el texto para crear jerarquía en el contenido de cada publicación además de aprovechar el color sin saturar para crear piezas que necesitan un punto focal / contraste y resaltar la información.



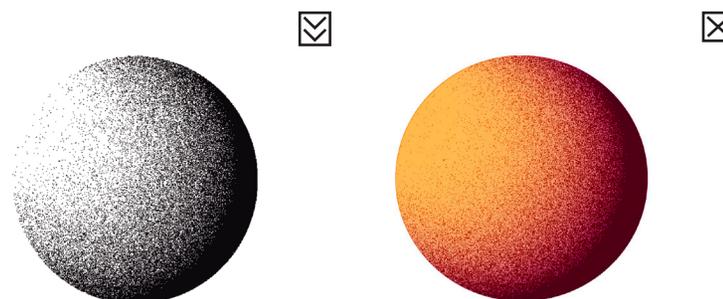


*Imágenes de perfil

Se bocetó dentro de las piezas digitales para redes sociales foto de perfil y portada, con el objetivo de poder intervenir y visualizar elementos gráficos pertenecientes a la línea gráfica del proyecto, de manera que las personas puedan asociar la paleta de colores, tipografías y estilo de ilustración al zine.

En la portada se colocó parte de la Ilustración del afiche, con el objetivo de generar una visual abstracta para esta pieza, acompañada con el logotipo y la visualización de la paleta de colores como un gradiente y elemento gráfico.

Para la foto de perfil se desarrolló una propuesta del uso único del isotipo, basado en los resultados obtenidos en la prevalidación, aprovechando el icono en ciertas ocasiones que no afecta el reconocimiento del proyecto de la marca y los elementos visuales. Se seleccionó la propuesta en blanco y negro, puesto que se percibe neutral y se diferencia a la versión seleccionada en la portada, con el objetivo de no desarrollar una saturación de la forma dentro de la página.



*Diseño de Mailing

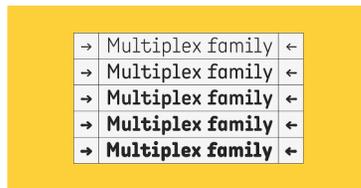
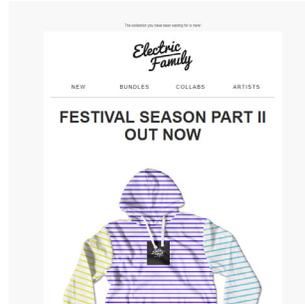
Dentro del bocetaje de mailing se tomó en cuenta la identidad gráfica del proyecto y el objetivo de la pieza, siendo la simplicidad y el desarrollo de una diagramación lineal sin detalles indispensables para desarrollar ideas funcionales. El concepto se desea representar gráficamente al ordenar y categorizar el contenido para mantener la identidad gráfica presente y se perciba las características de material teórico y aspectos visuales basados en editorial educativo.

Referencias

Six N. Five published a new project



Atelier - Inspiration Room
by Six N. Five
Art Direction, Digital Art, Furniture Design
[View Project](#)

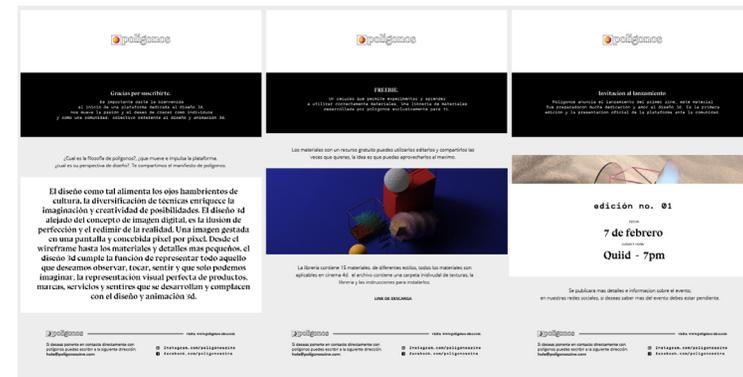


Uso de color blanco como base, utilización de diferentes tamaños de imágenes y tipografías para jerarquizar la información.



Se generó un esquema, parecido al sistema de publicaciones de escala. Se diseñó un estilo de diagramación de información para cada email de manera estándar guardando espacios específicos dentro de su estructura según el contenido. Se tomó en cuenta el diseñar la propuesta bajo una flexibilidad de diagramación, utilizando un formato que se pueda adaptar según el programa o sistema que se utilice para desarrollar el mail.

HEADER
SALUDO
TITULO/IMAGEN
DESCRIPCIÓN/DETALLES
MAS DETALLES, ENLACES, BOTONES
FOOTER





4. PIEZAS IMPRESAS

Al bocetar las piezas impresas, se tomó en cuenta el objetivo y la necesidad que buscan cubrir, reconociendo los aspectos técnicos para reproducir la pieza, los colores y la composición de los elementos así como también el espacio tamaño de la información para cumplir su función.

Referencias

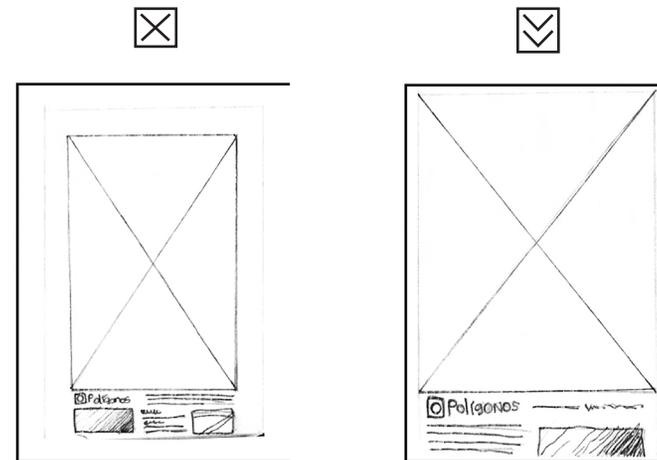


Prioridad en colores blanco y negro, desarrollo de imágenes como punto focal, diagramación basada en retícula.

*Afiche

Para la elaboración del afiche se tomó en cuenta el tamaño de la pieza y el arte que se colocaría, por lo que se bocetó únicamente la diagramación de la información, además del logotipo y la dirección de la página.

Se desarrolló dos opciones con variaciones de retícula y margen, sin embargo se seleccionó la versión que afecta menos la ilustración, dejando el espacio suficiente para el contenido.



Al elaborar las piezas impresas se tomó cuenta el concepto con el objetivo de poder graficar y comunicar a través de los elementos gráficos el estilo color y la composición en general, por lo que la "forma", se puede observar en el desarrollo de ilustraciones que representan los fundamentos o bases del diseño 3d, la sombra la luz, y visualización cruda, sin renderizar o simplificada para poder transmitir el mensaje de una percepción diferente de 3d.

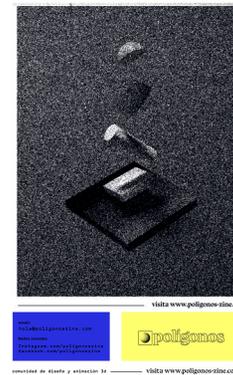
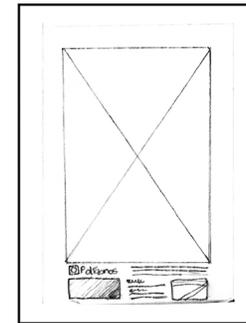
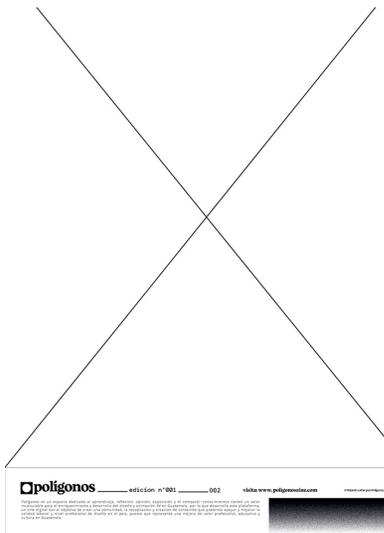




Como resultado digital del boceto preliminar se desarrolló una diagramación de información en la parte inferior colocando los elementos gráficos y el texto bajo una retícula lineal, y permitiendo utilizar espacio blanco para jerarquizar el contenido. Esta propuesta conecta con el concepto a través de su funcionalidad, y el objetivo de la pieza, puesto que se desea informar y desarrollar una pieza promocional coleccionable, a través de la graficación de ciencia disruptiva, puesto que la pieza está compuesta por elementos que hacen referencia a material informativo y la ilustración presenta el diseño 3d desde una perspectiva abstracta.

*Postal

Para la diagramación de esta pieza, se tomó en cuenta la diagramación descartada del afiche para partir como base en el diseño de la postal, puesto que maneja una retícula diferente por el tamaño de la pieza y la información como contenido y además de utilizar una variación del arte puede variar.

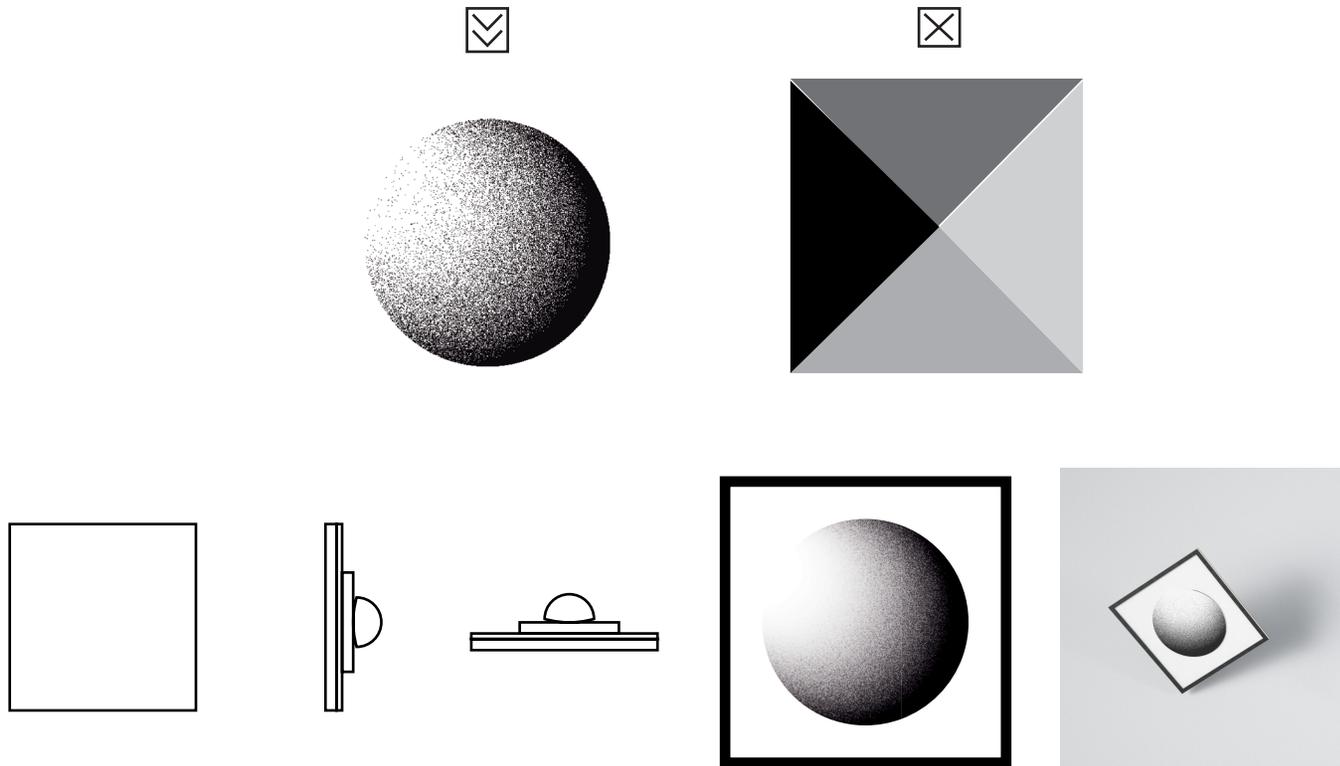




*Pin

Se tomó en consideración dos diferentes diseños para el pin metálico, el primero es el isotipo de Polígonos y la segunda opción es el diseño de uno de los iconos que se boceto. Ambos se caracterizan por un diseño simple, sin embargo se seleccionó el isotipo con el objetivo de crear una pieza de carácter promocional y tomando en cuenta los factores de mercadería.

Nuevamente para el desarrollo del pin se explotó la palabra clave “forma” para representar la idea de una percepción diferente del 3d, a través de los fundamentos, y las idea base. por lo que se desarrolló las propuestas para la pieza con nivel de abstracción alto y que se caracteriza por figuras geométricas y en escala de grises.



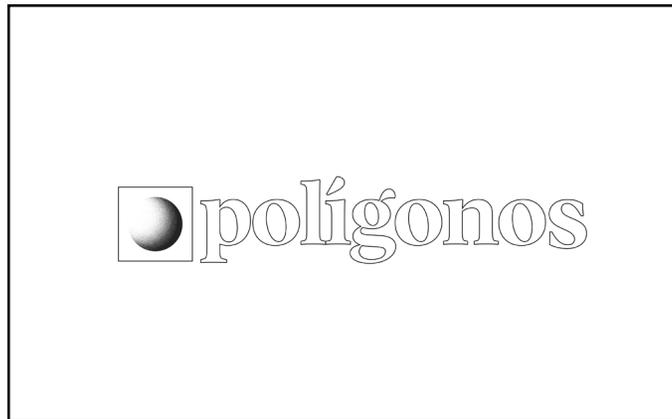
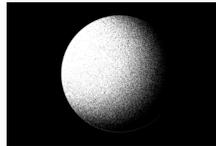
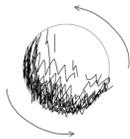


5. MATERIAL DE PRESENTACIÓN

*Animación

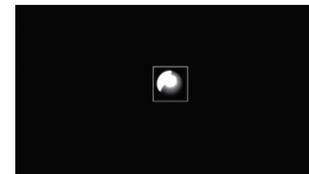
El bocetaje de la animación del imagotipo se basa en la visualización de movimiento y profundidad del isotipo, el observar y reconocer la luz y la sombra sobre un objeto. Una forma básica, la esfera, como parte del isotipo gira y la luz y sombra varía sobre ella en movimiento.

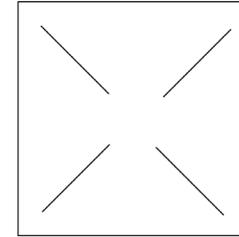
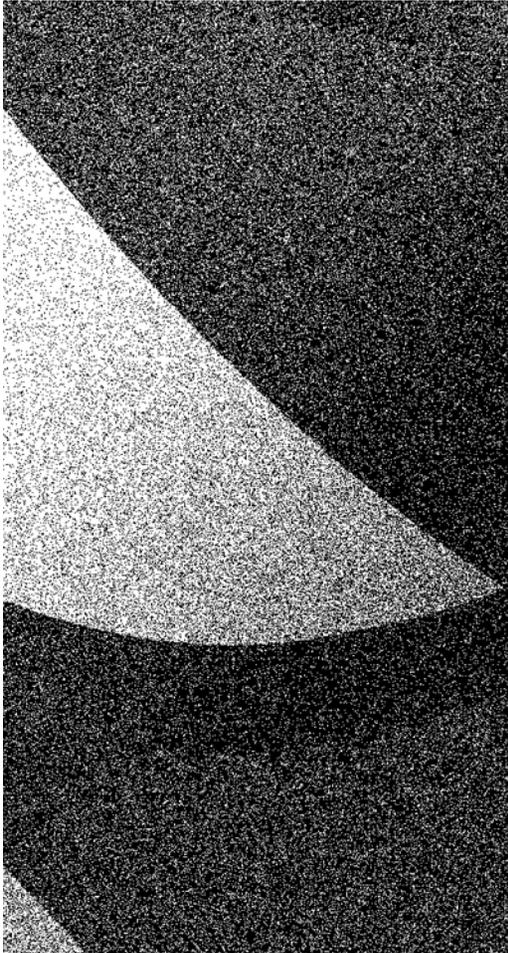
 No se colocó referencias para las siguientes piezas puesto que el diseño ya contaba con detalles y especificaciones de desarrollo concretos.



*Introducción

Para el desarrollo de la pieza de introducción se generó una animación que busca representar el concepto y la idea de iniciar y trascender de manera digital con el proyecto. Por lo que se creó un loop para presentar el sitio web y luego colocar el imagotipo en pantalla completa.





Gestión del proceso de diseño:

12.0 Propuesta preliminar

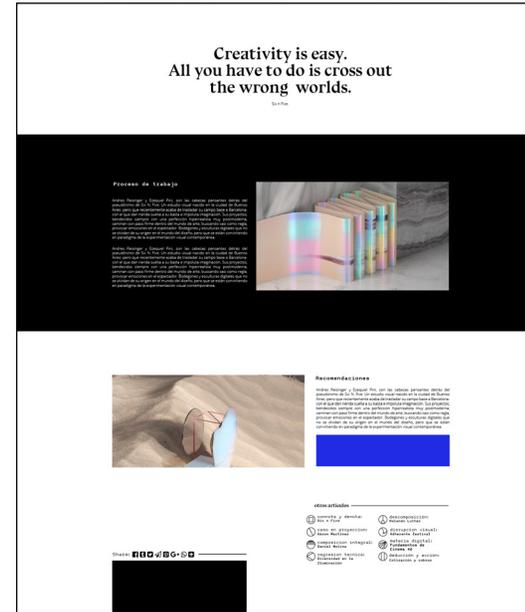
Presentación y formalización de ideas.

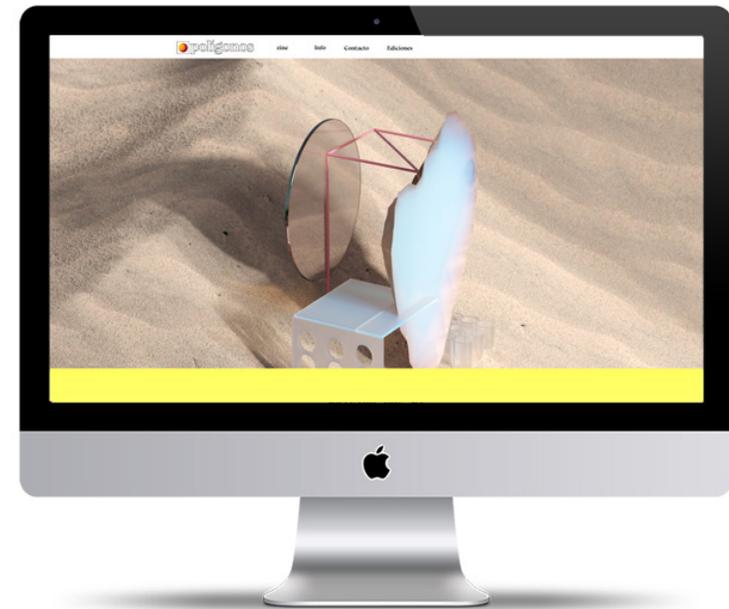
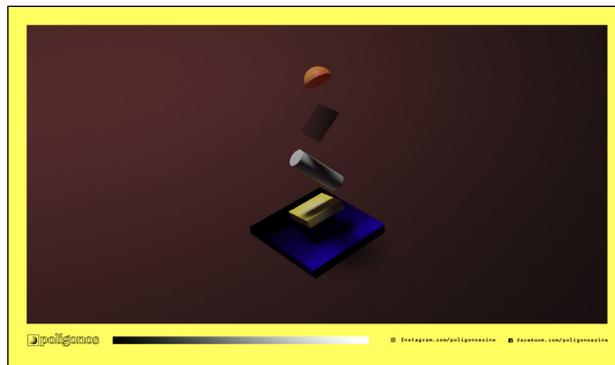
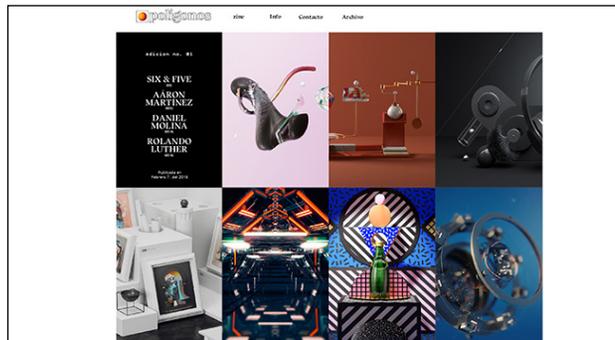


En la propuesta preliminar se explica y se coloca la información de cada pieza diseñada, su función y la previsualización de la pieza preliminar.



SITIO WEB





Sitio web

Formato: Web 12 Columnas

Soporte: Digital

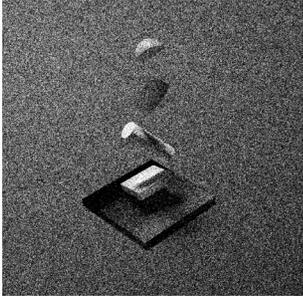
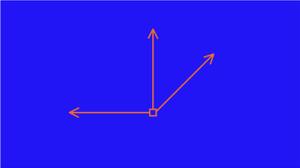
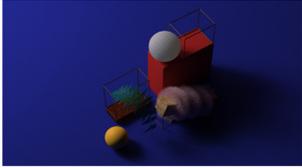
Tamaño: 1600px x ""





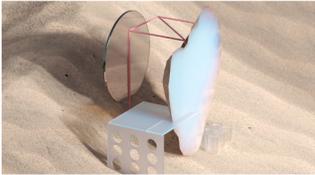
PUBLICACIONES

Publicaciones
Formato: JPG
Soporte: Digital
Tamaño: 1200x1200px

		 <p>zine digital</p> <p>un espacio, una plataforma, una comunidad, poligonos cuenta con diversas definiciones, este proyecto aprovecha el formato de un zine para presentar y proyectar contenido de diseño y animación 3d de manera diferente.</p>
 <p>aspectos técnicos y estéticos</p> <p>Para crecer en el diseño es necesario conocer y alimentarte no solamente de referencias y estéticas es necesario dominar los aspectos técnicos técnica, conocer y experimentar con las herramientas.</p>	<p>contáctanos:</p> <p>email: holi@poligonozine.com</p> <p>Redes sociales: Instagram.com/poligonozine Facebook.com/poligonozine</p>	<p>Subscripción para obtener el zine y noticias en tu correo.</p> 
 <p>Librería de materiales</p> <p>YA DISPONIBLES suscríbete en el sitio web para descargarlos.</p> <p>Instagram.com/poligonozine Facebook.com/poligonozine</p>	<p>Para compartir proyectos y piezas utiliza el hashtag</p> <p>#poligonozine</p> <p>Instagram.com/poligonozine Facebook.com/poligonozine</p>	 <p>Librería de materiales</p> <p>Para descargarlos puedes suscribirte en el sitio web.</p> <p>Instagram.com/poligonozine Facebook.com/poligonozine</p>





 <p>SIX & FIVE (ESP)</p> <p>edición no. 01</p>	 <p>DANIEL MOLINA (GUA)</p> <p>edición no. 01</p>	 <p>SABBATH STUDIOS (MX)</p> <p>edición no. 01</p>	
 <p>AÁRON MARTÍNEZ (MX)</p> <p>edición no. 01</p>	 <p>ROLANDO LUTHER (GUA)</p> <p>edición no. 01</p>	 <p>Cotización, cobros y desiciones correctas.</p> <p>En la actualidad el diseño y su proceso siguen creciendo y nuevas áreas se desarrollan, hoy te preguntamos estas conscientes de tu trabajo y el valor que le das.</p> <p>Dentro del zine abrimos un espacio para compartir, opinar y recomendaciones, sobre que se debe tomar en cuenta al cobrar un proyecto de diseño y animación 3d.</p>	
 <p>edición no. 01</p> <p>del 7 de febrero</p> <p>del Quiid - 7pm</p>	 <p>colaboradores:</p> <p>SIX & FIVE AÁRON MARTÍNEZ DANIEL MOLINA ROLANDO LUTHER SABBATH</p>	<p>lanzamiento de la edición No. 1</p> <p>Quiid del 7pm</p> <p>CONTRATO: *Presentación *FORO: Cotización, cobros y desiciones correctas.</p> 	<p>HOY</p> <p>Lanzamiento de la edición No.1</p> <p>Quiid - 7pm</p>





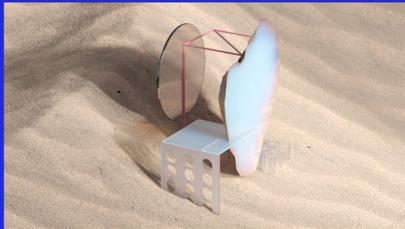
YA EN LINEA

edición no. 01



colaboradores:

SIX & FIVE
 AÁRON MARTÍNEZ
 DANIEL MOLINA
 ROLANDO LUTHER
 SABBATH



polígonos

visita: www.poligonos-zinc.com

connota y denota:

SIX & FIVE
 (ESP)

A través de una entrevista el dúo de Six n five, nos cuenta diferentes aspectos de su trabajo, además de brindar consejos sobre cómo mejorar tu trabajo. Ezequiel y Andrés nos cuentan cuáles son las herramientas que utilizan, como las utilizan, cuál es el proceso que desarrollan comúnmente y nos hablan un poquito de su visión del diseño 3d.



polígonos

visita: www.poligonos-zinc.com

comunicación integral:

DANIEL MOLINA
 (GUA)

Hemos entrevistado a Daniel Molina, para conocer su punto de vista en el diseño 3d. El Guatemalteco también nos cuenta como inicio y que hace hoy en día, además de contarnos su proceso de trabajo, que utiliza o es necesario para desarrollar ilustraciones y animaciones.



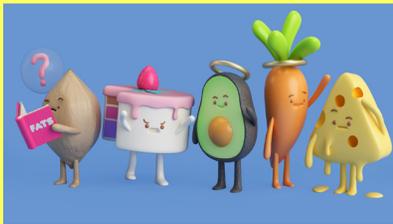
polígonos

visita: www.poligonos-zinc.com

descomposición:

ROLANDO LUTHER
 (GUA)

Rolando Luther desarrollo un desmembramiento de una de sus ilustraciones para poder conocer cómo las ha desarrollado y que necesito para desarrollarlas, de manera que podamos conocer a profundidad el proceso de trabajo y la técnica de este ilustrador 3d.



polígonos

visita: www.poligonos-zinc.com

caso en proyección:

AÁRON MARTÍNEZ
 (MX)

En este artículo Aáron, nos cuenta sobre sus inicios y cómo descubrió el diseño 3d, explicando su proceso de crecimiento hasta en la actualidad. Analizamos el estilo y el concepto detrás de sus personajes y el diseño característico de este diseñador.



polígonos

visita: www.poligonos-zinc.com

disrupción visual:

SABBATH STUDIOS
 (MX)

La tendencia y la innovación son los protagonistas de esta sección, en esta edición analizamos el uso de ilustraciones 3d en el branding de una marca, como ejemplo el diseño de festival adherente desarrollado por Sabbath studios, entrevistamos y en conjunto recolectamos una experiencia de diseño y tendencia que aún está emergiendo.





PUBLICACIONES ANIMADAS

Animaciones
Formato: mp4
Soporte: Digital
Tamaño: 1200x1200px

<h3>Cinema 4d: Fundamentos básicos</h3> <p>Es un software avanzado, que cuenta con diferentes herramientas, aplicaciones, sub softwares que tienen como objetivo una experiencia de diseño sin límites y sin complejos.</p>		<p>ZONA DE TRABAJO Es la ventana en la que se puede navegar por el espacio de trabajo. Se observa en tiempo real los objetos que se van creando.</p>	<p>MENU Desde el menu podemos acceder a todas las opciones del programa.</p> <p>BARRAS DE HERRAMIENTAS Accesos directos a a diversos de los elementos de los menús y acciones específicas o básicas.</p>	<p>Mas información en la primera edición de Polígonos zine</p> <p>MUY PRONTO</p>
---	--	---	--	--

<h3>Iluminación 3d: Tipos de iluminación</h3> <p>Al igual que en la realidad, se compone por diferentes factores, hay diferentes tipos de luz natural y artificial, y la forma de trabajarlas es la parte importante.</p>		<p>LUZ DE AMBIENTE este tipo de iluminación se utiliza en escenas cerradas, como una iluminación artificial que simula soft-light y soft shade.</p>	<p>LUZ NATURAL o luz solar, se utiliza para crear una iluminación natural, y saturada, sombras densas y blancos fuertes dentro de la escena.</p>	<p>Mas información en la primera edición de Polígonos zine</p> <p>MUY PRONTO</p>
---	--	--	---	--





MAILING

Mailing
Formato: JPG, GIF.
Soporte: Digital
Tamaño: 1024x” ”px

<p>Gracias por suscribirse. Es importante desde la bienvenida al inicio de una plataforma dedicada al diseño 3d, nos lleva la pasión y al deseo de crear, como individuos y como una comunidad, colectivo referente al diseño y animación 3d.</p>	<p>FREEBIE. Un recurso que permite experimentar y aprender a utilizar herramientas esenciales, una librería de materiales desvinculada por poligono exclusivamente para ti.</p>	<p>Invitación al lanzamiento Poligono anuncia el lanzamiento del primer zine, esta material fue desarrollado desde la creación y amor al diseño 3d. Se le invita edición y la presentación oficial de la plataforma ante la comunidad.</p>	<p>Edición No 1 Ya está disponible la primera edición del zine Poligono, obtenida del lanzamiento hace algunos días, nos tomamos el tiempo de presentarla y darle la bienvenida a quienes leen de manera y talento nacional e internacional.</p>	<p>La potencia de cada artículo ¿Que tal es cada artículo de la primera edición? Si no lo has hecho, te recomendamos checarlo, si a nivel Alton Martínez, Gabriel Muñoz, Mariana López y Al esteo Sabán se encuentran colaborando en los artículos.</p>
<p>¿Cual es la filosofía de poligono?, que mueve e impulsa la plataforma, ¿cual es su perspectiva de diseño? Te compartimos el manifiesto de poligono.</p> <p>El diseño como tal alimenta los ojos hambrientos de cultura, la diversificación de técnicas enriquece la imaginación y creatividad de posibilidades. El diseño 3d alejado del concepto de imagen digital, es la ilusión de perfección y el redimir de la realidad. Una imagen gestada en una pantalla y concebida pixel por pixel. Desde el wireframe hasta los materiales y detalles mas pequeños, el diseño 3d cumple la función de representar todo aquello que deseamos observar, tocar, sentir y que solo podemos imaginar, la representación visual perfecta de productos, marcas, servicios y sentires que se desarrollan y complacen con el diseño y animación 3d.</p> <p>Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: hello@poligonozine.com Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: Instagram.com/poligonozine Facebook.com/poligonozine</p>	<p>Los materiales son un recurso gratuito puedes utilizarlos editarlos y compartirlos las veces que quieras, la idea es que puedas aprovecharlos al máximo.</p> <p>edición no. 01 7 de febrero 10:00 AM Quid - 7pm</p> <p>La librería contiene 15 materiales, de diferentes estilos, todos los materiales son aplicables en cinema 4d, el archivo contiene una carpeta individual de texturas, la librería y las instrucciones para instalarlos.</p> <p>LINK DE DESCARGA</p> <p>Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: hello@poligonozine.com Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: Instagram.com/poligonozine Facebook.com/poligonozine</p>	<p>edición no. 01 7 de febrero 10:00 AM Quid - 7pm</p> <p>Se publicara mas detalles e informacion sobre el evento, en nuestras redes sociales, si deseas saber mas del evento debes estar pendiente.</p> <p>Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: hello@poligonozine.com Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: Instagram.com/poligonozine Facebook.com/poligonozine</p>	<p>edición no. 01 Bienvenido a la primera edición de poligono, una plataforma dedicada al diseño y animación 3d, que busca impulsar y solucionar todas aquellas preguntas técnicas y estéticas que se presentan hoy en la realidad del diseño 3d en Guatemala, como una brecha nueva que abre las puertas a soluciones de ideas por medio de CGI (Computer generator ideas), que busca darse a conocer nuevo talento y referencias internacionales al gremio creativo, y al mercado nacional.</p> <p>Para ver la primera edición del zine Poligono accede a nuestro sitio web: www.poligonozine.com</p> <p>Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: hello@poligonozine.com Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: Instagram.com/poligonozine Facebook.com/poligonozine</p>	<p>Cada uno de los artículos tiene un valor tecnico y estetico, que necesitas ver, checa cada uno de los enlaces directos a los artículos.</p> <p></p> <p>Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: hello@poligonozine.com Si deseas ponerte en contacto directamente con poligono puedes escribir a la siguiente dirección: Instagram.com/poligonozine Facebook.com/poligonozine</p>





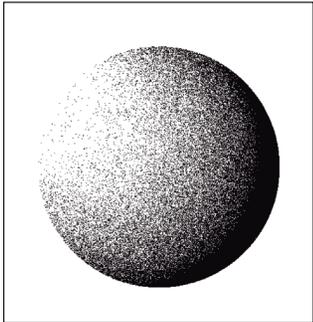
PORTADA

Imagen digital
Formato: JPG
Soporte: Digital
Tamaño: 1660x632px



FOTO DE PERFIL

Imagen digital
Formato: JPG
Soporte: Digital
Tamaño: 1200x1200px





AFICHE



Afiche
Formato: A2
Soporte: Papel bond
Tamaño: 26x33 pulgadas



Poligonos edición n°001 002

visita www.poligonoszine.com

© Identicaliter para Poligonos

Poligonos es un espacio dedicado al aprendizaje, reflexión, crítica, exposición y al compartir conocimientos como un valor incalculable para el enriquecimiento y desarrollo del diseño y animación 3D en Guatemala, por lo que desarrolla esta plataforma, un sitio digital con el objetivo de crear una comunidad, la recopilación y creación de contenido que promueva y mejore la calidad laboral y nivel profesional de diseño en el país, puesto que representa una mejora de valor profesional, educativo y cultura en Guatemala.





PIN

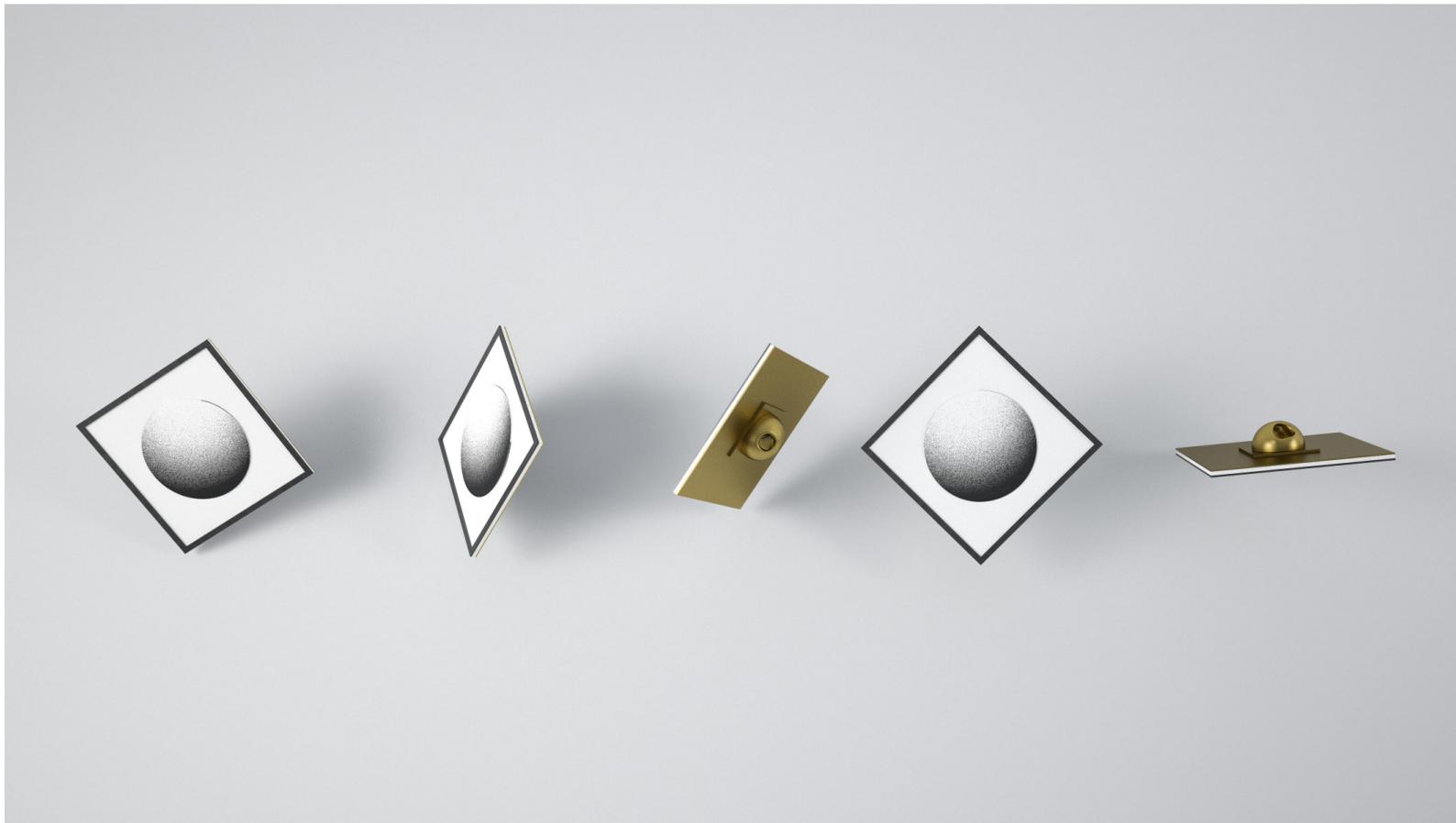


Pin

Tipo: Fotograbado

Soporte: Metal

Tamaño: 3/4 x 3/4 de pulgada



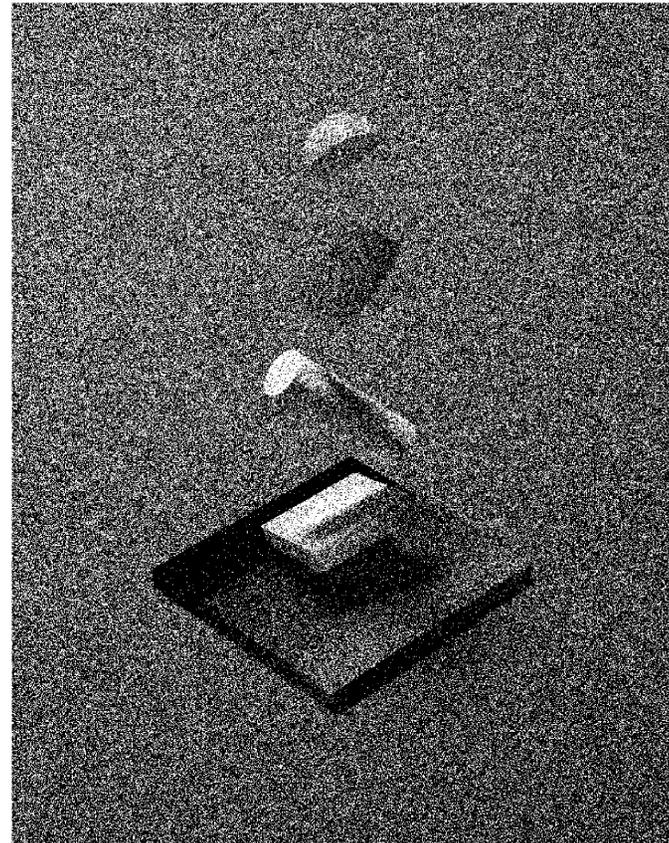
POSTAL

Postal

Formato: Media carta

Soporte: Papel Opalina

Tamaño: 5.5 x8.5 pulgadas



visita www.poligonos-zine.com

email:
hola@poligonoszine.com

Redes sociales:
[Instagram.com/poligonoszine](https://www.instagram.com/poligonoszine)
[facebook.com/poligonoszine](https://www.facebook.com/poligonoszine)

 polígonos

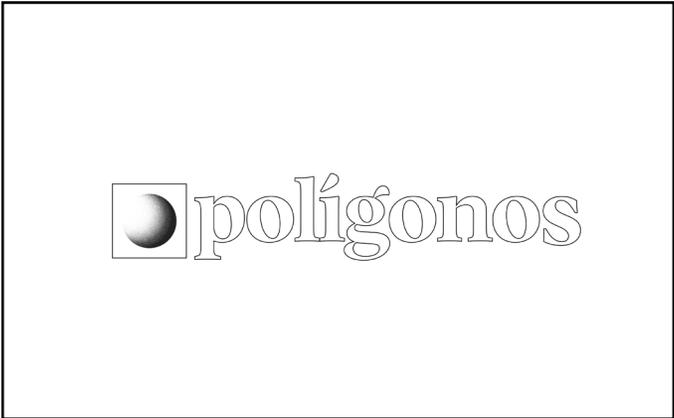


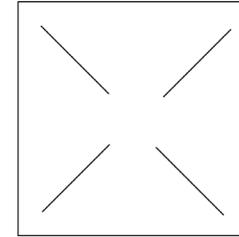
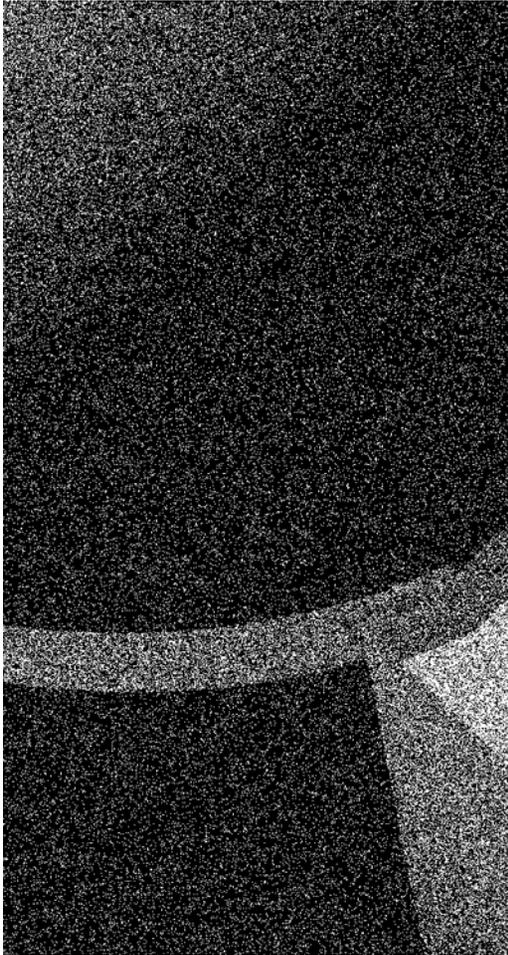
ANIMACIÓN LOGOTIPO

PRESENTACIÓN

Animación
Formato: MP4
Soporte: Digital
Tamaño: 1280x720px

Animación
Formato: MP4
Soporte: Digital
Tamaño: 1280x720px





Gestión del proceso de diseño:

13.0 Validación

Revisión y modificación de la propuesta de diseño.

En el proceso de validación se desarrollan técnicas y herramientas para evaluar el diseño y la funcionalidad de las piezas elaboradas dentro del mismo, con misión de obtener opiniones y perspectivas objetivas de diseñadores, expertos y grupo objetivo sobre cada uno de las piezas diseñadas. Con la finalidad de crear cambios en las piezas para mejorar su estética y función.



13.1 PROCESO DE VALIDACIÓN

En esta sección se presentan los resultados obtenidos de la validación de las piezas, tomando como punto de partida las técnicas utilizadas de evaluación, los instrumentos desarrollados, y las personas que revisaron cada una de las piezas diseñadas. enfocado en 3 tipos de sujetos; grupo objetivo, diseñadores gráficos, y expertos en el tema.

A continuación, se presenta un resumen del proceso de validación y desarrollo de instrumentos:

Se desarrollaron diferentes técnicas de validación para evaluar el resultado gráfico y estratégico del proyecto, a través de la presentación del plan de medios, la función y solución que brinda cada una de las piezas, una muestra de grupo objetivo, expertos y diseñadores gráficos, con el fin de obtener diversos puntos de vista y cuestionar los puntos débiles del proyecto para desarrollar una mejor solución. Las técnicas que se desarrollaron son: Encuesta y Entrevista semiformal.

Encuesta

La encuesta es una herramienta de investigación que está compuesta por preguntas de diferentes estilos con el objetivo de recabar información de forma directa y específica.

Grupo Objetivo

Se desarrolló una encuesta en línea con preguntas de opción múltiple y justificación de respuesta, el formulario fue respondido por 14 estudiantes de diseño gráfico, con base a su experiencia, percepción y gustos.

Entrevista semiformal

La entrevista semiformal es una herramienta que tiene como objetivo cuestionar y recabar información de manera directa, desarrollando una conversación sin una estructura rígida que organice las preguntas, respuestas o recomendaciones, esta técnica se puede utilizar para presentar y obtener opiniones puntuales y particulares sobre diversos temas sin seguir un guión o formalidades de cuestionarios.

Expertos y diseñadores

Se desarrolló la técnica de entrevista semiformal con los expertos en el tema y diseñadores gráficos, con el objetivo de obtener información acertada, con observaciones fundamentadas y generar una discusión sobre el proyecto tanto de la propuestas de diseño, la estrategia, plan de medios y los objetivos del proyecto. A continuación se presenta el listado de los expertos y diseñadores gráficos que participaron en la entrevista semiformal.

Expertos:

María José Calderón - Diseño 3D
Yhaveni de León - Emprendimiento creativo
Jocelyne Luther - Marketing digital

Diseñadores:

Axel Flores
Fernanda Medina
Luis Pedro Chang





13.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de validación, se interpretaron y se analizó los diferentes puntos de vista de grupo objetivo, diseñadores gráficos, y expertos, tomando en cuenta sus comentarios y la repetición de opinión sobre piezas, elementos y sugerencias específicas como parte del reconocimiento de funcionalidad de las piezas diseñadas. **(Ver Anexo 14 instrumentos y resultados de validación).**

A continuación se presenta un resumen de los aspectos más comentados a través de los resultados generales.



Color

De acuerdo a los resultados de validación el color está bien empleado según el 92,2% de los encuestados de grupo objetivo sin embargo se puede desarrollar un uso más estratégico y técnico de la paleta de color, podría mejorar la unidad gráfica y enriquecer las propuestas de redes sociales, o desarrollarse más allá en el sitio web.

Elementos gráficos

Basado en los resultados de validación los elementos gráficos podrían reforzar la identidad gráfica y la unidad de piezas. debido a que el grupo objetivo considera que puede ser confuso y el contenido puede percibirse disperso en redes sociales, por lo que es necesario encontrar una solución gráfica que apoye la identidad en el contenido de redes sociales. también entre los comentarios de expertos, se menciona la necesidad de hacer más atractivo el contenido informativo.

Publicaciones digitales

Según los resultados de grupo objetivo un 93%, Las piezas digitales son funcionales y contrastantes, sin embargo puede perderse la identidad de la gráfica, como sugerencia se comentó la clasificación, de temas, a través de elementos gráficos o paleta de color, también generar marcos o elementos gráficos que presten unidad a las piezas de redes sociales.

Plan de medios

La evaluación del plan de medios se fue positiva ante el grupo objetivo y diseñadores gráficos, sin embargo los expertos reconocieron que puede mejorar, o detallarse una estrategia con más precisión. Entre los comentarios de mejoras, el experto de marketing recomendó tomar en cuenta canales alternativos, debido a la variación de perfiles dentro del grupo objetivo del proyecto es necesario utilizar canales tradicionales y no digitales, para atraer a estudiantes y reconocer sectores, zonas y lugares públicos para colocar afiches o piezas promocionales del proyecto. Además de aprovechar el merchandise y crear artículos promocionales con una estrategia detrás.

Sitio web

Los aspectos evaluados del sitio web obtuvieron resultados positivos sin embargos se colocaron repetidamente comentarios sobre el cuidado de espacios, dentro de la retícula, y la ortografía y redacción de las secciones principales. Como también evaluar la estética y la funcionalidad de la identidad gráfica.



13.3 SUGERENCIAS

A continuación se presentan sugerencias presentadas por parte de los 3 sujetos que evaluaron el proyecto:

- Se mencionó el desarrollo del pin como una pieza coleccionable por edición.
- Agregar totebag al merchandise
- Utilización de filtros, marcos y símbolos como parte de la identidad gráfica
- Agregar video animaciones al sitio web.
- Desarrollar piezas digitales en redes sociales animadas reels de presentación de speaker.

Previo a validación se desarrolló una prevalidación de la propuesta actual de logotipo para el proyecto, esta se desarrolló con el objetivo de obtener opiniones y comentarios externos sobre el diseño y funcionalidad del mismo.

En base a los resultados se evaluó y consideró cambios y variaciones alternas para el logotipo actual con el objetivo de obtener un mejor uso y flexibilidad en diversos materiales, para conocer con detalle los cambios y alternativas desarrolladas el resumen de prevalidación fue colocado en anexos.

Posterior a evaluar los resultados de la validación se tomó en cuenta los comentarios que se hablaron con mayor frecuencia y posteriormente al avanzar con el proyecto se retomará ciertos comentarios para apoyar el crecimiento y desenvolvimiento del zine digital.

Cambios a desarrollar
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar propuesta de diagramación de publicaciones de redes sociales • Utilizar la paleta de color con un proposito tecnico y estetico. • Editar y afinar los espacios, estética y errores de redacción del sitio web. • Agregar al plan de medios pieza de medio alternativo. • Agregar pieza de merchandise con funcion de utilidad.





13.4 APLICACIÓN DE CAMBIOS

Posterior a la interpretación de resultados de validación se desarrollaron los cambios evaluados y necesarios en cada una de las piezas comentadas en la interpretación, a continuación se presentan los cambios puntuales realizados, acompañados de de las versiones anteriores y la actualizada, además de una breve descripción de la toma de decisiones para desarrollar los cambios. **(Ver Anexo 15 bocetaje de cambios de validación).**



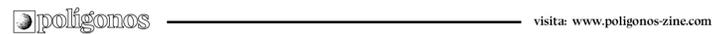


Elementos gráficos

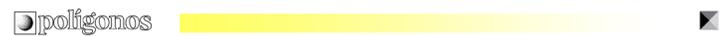
Se generó el cambio de diseño y elementos gráficos en validación para desarrollar una propuesta sustancial utilizando elementos y colores en las piezas de manera estratégica de acuerdo a una función individual para cada elemento.

Se desarrolló un código de color por medio de gradientes que tiene como función identificar y organizar el contenido, además de generar unidad gráfica en las piezas. También se utilizó la mayoría de elementos gráficos bocetos para apoyar el sistema gráfico en las piezas digitales e impresas. Esto con el objetivo de utilizar figuras y elementos dentro de las piezas que apoyen la identidad, colocando cada elementos para representar e identificar el contenido.

antes



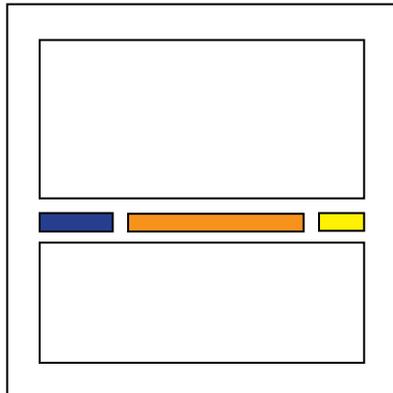
después





Diagramación de publicaciones de redes sociales

De acuerdo al sistema gráfico desarrollado post-validación se estructuró nuevamente la plantilla de las publicaciones digitales para redes sociales de manera que se pueda implementar el diseño sin afectar el contenido de cada pieza.

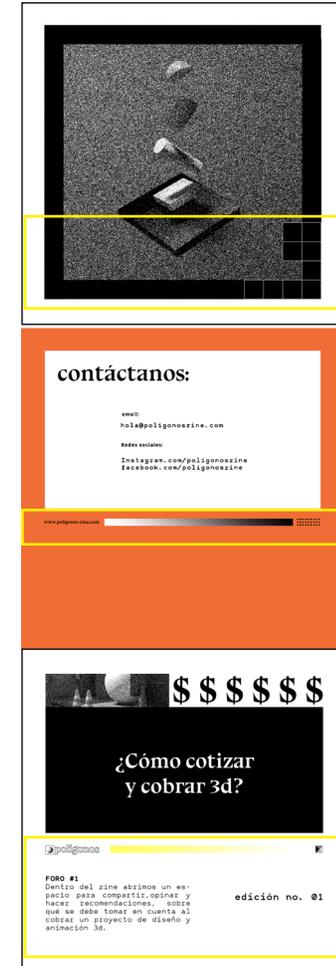


De esta manera se crea un código gráfico, resaltando la identidad visual del proyecto con el objetivo ser elementos visuales con una función de estética y comunicación.

antes



después



Espacios en el sitio web

De acuerdo a los resultados de validación es importante respetar los espacios y estructura del sitio web por lo que se editó el diseño para mantener una estructura y espacios en blanco en cada sección para apoyar la jerarquía y el contenido en cada página del sitio web.

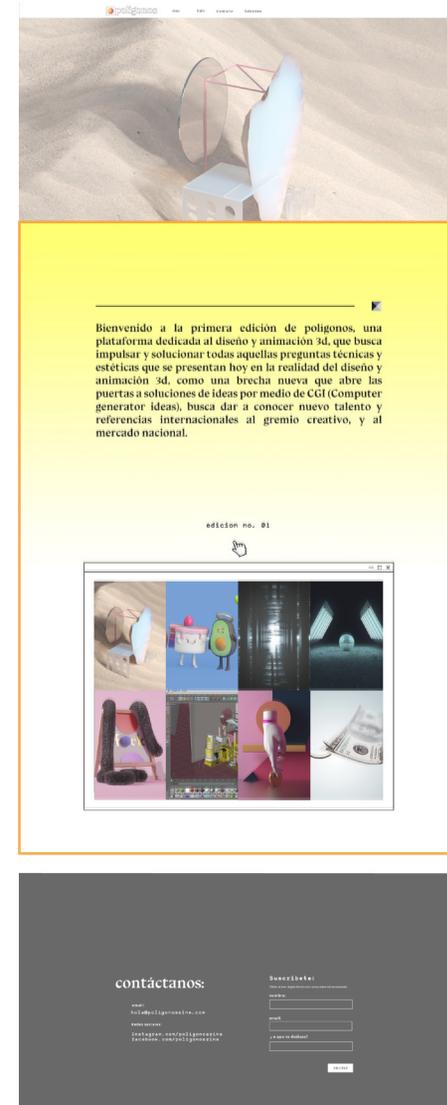
Bajo la idea de hacer la página principal, estéticamente atractiva, se evaluó la presentación y el contraste de color y composición entre las secciones para llamar la atención del usuario sin perder la esencia anti estética y simple que caracteriza el diseño brutalista.

Se utilizó el gradiente de manera diferente para hacer énfasis en la pieza principal y resaltar la identidad del proyecto, como también basado en estos lineamientos se diseñó la sección de los artículos dentro de un área delimitada con el objetivo de hacer referencia a una ventana de que guarda relación con el concepto a través de la estética Brutalista y desarrollar una interacción inmediata con los artículos.

antes



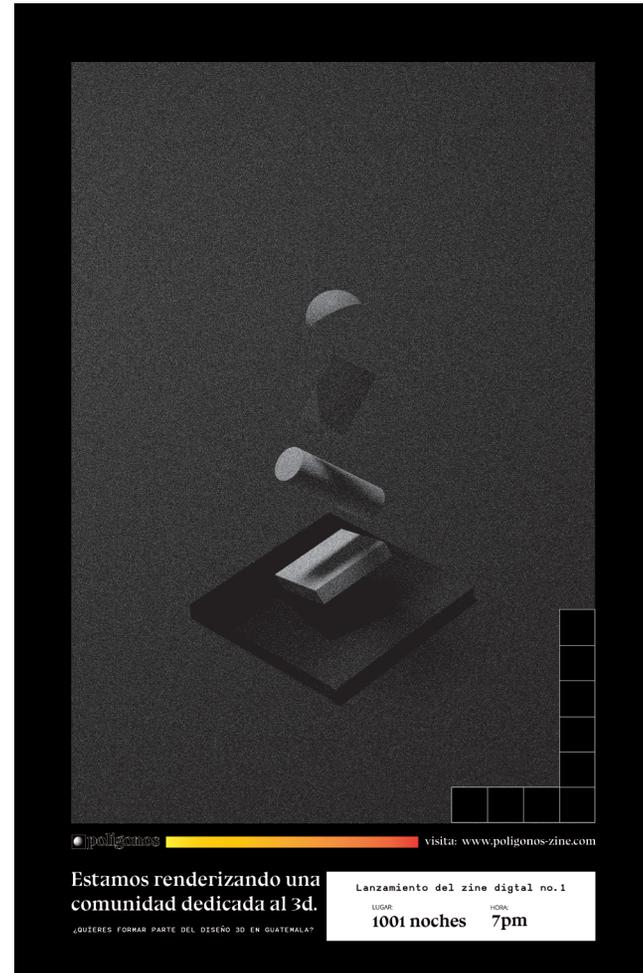
después





Piezas para medios alternativos

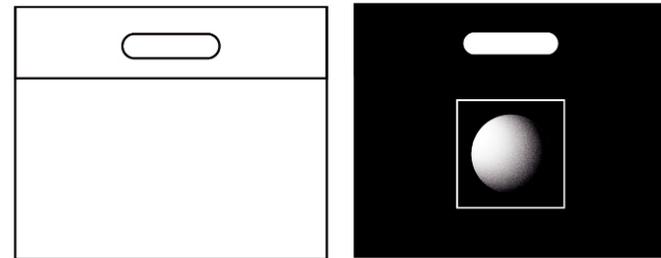
De acuerdo a la validación se diseñó un afiche que formará parte del canal alternativo del plan de medios. Con el objetivo de informar y comunicar al grupo objetivo sobre el evento de lanzamiento de la edición uno de Polígonos.

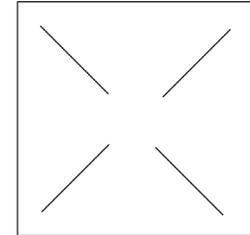




Bolsa

Con base a los resultados de validación de expertos, se tomó la decisión de extender las piezas de merchandise, agregando una bolsa biodegradable al conjunto con el objetivo de poder añadir una pieza funcional y con mayor porcentaje de usabilidad. De manera que los usuarios puedan adquirir objeto funcional y usable.





Gestión de la implementación de diseño:

14.0 Propuesta final y fundamentación

Presentación y argumentación de la propuesta final.

En el desarrollo de fundamentación y propuesta final, se coloca las piezas finales, argumentando como las propuesta cumplen con los objetivos y necesidades del proyecto.



14.1 DESARROLLO DE FUNDAMENTACIÓN

Hoy en día el diseño gráfico en general de Guatemala, se ve explotado por diversas áreas de trabajo, se observa en constante crecimiento la ilustración, fotografía, publicidad, entre otras, de manera que se crean proyectos que impulsan y desarrollan un espacio dedicado a la exposición, y creación de contenido enfocado en un tema en específico, sin embargo el diseño y animación 3d, es una área de diseño que en Guatemala aún está desarrollándose, de manera que Polígonos, tiene como objetivo abrir una brecha, un espacio, en el diseño actual de Guatemala para comenzar a reconocer el área, los exponentes nacionales e internacionales, y facilitar el acceso a la información de diseño 3d y animación en el país.

Polígonos se puede definir como una plataforma digital, dedicada a impulsar el diseño y animación 3d, a través de la exposición, e información del tema, ante el mercado y el diseño actual de Guatemala. A partir de la necesidad que se presentó para desarrollar el proyecto en un formato digital, y basado en el enfoque de plataforma para impulsar el diseño y animación 3d, se tomó en cuenta los objetivos planteados, el deseo de generar un espacio de exposición, aprendizaje, y de referencias de diseño.

Al tener esta información planteada se desarrolló una investigación del tema, emprendimiento lo que apoyó la gestación del proyecto y a tomar en cuenta la filosofía del proyecto, las bases de su estructura y funcionamiento como también la información que define el proyecto como una plataforma no lucrativa que busca impulsar el diseño 3d en Guatemala. Posteriormente se investigó la situación actual del diseño gráfico en general hasta en específico el diseño 3d en Guatemala, colocando exponentes internacionales, nacionales de diseño 3d, y el panorama técnico en el desarrollo de herramientas, softwares que facilitan su aprendizaje, con base a la información obtenido se procedió a investigar los instrumentos y piezas que se desean

elaborar y diseñar, conforme a la elaboración de la plataforma y digital y los medios de comunicación del proyecto, de esta manera se fundamentó y se reconoció diferentes canales de comunicación e información, los formatos digitales y los aspectos técnicos esenciales para crear un espacio funcional e innovador para transmitir y visualizar el zine digital y el complejo de diseño como proyecto.

Durante el proceso de investigación se desarrolló entrevistas a sujetos de estudio sobre temas clave para la eficiente elaboración del proyecto, se recopiló información sobre emprendimiento y diseño 3d, se obtuvo detalles y una experiencia real de aprendizaje, detalles como el tiempo, la motivación y los recursos que se necesitan para interesarse en el diseño 3d, fueron de utilidad para crear una estrategia de comunicación efectiva con el grupo objetivo.

Posterior a la investigación de diseño se procedió a reconocer el grupo objetivo determinado para el proyecto, por medio de instrumentos y herramientas, como la encuesta y netnografía, se recopiló información en diversos aspectos sobre las preferencias gráficas, y respuesta ante diferentes paletas de color y tipografías como también su opinión sobre la situación actual del diseño 3d en Guatemala, y que necesidades, carencias, y oportunidades observan los usuarios. De esta manera se obtuvieron datos precisos de inclinaciones visuales y la cultura visual y de diseño que rodea al grupo objetivo.

Con base a la información investigada en el marco teórico, y los datos de grupo objetivo se elaboró y se desarrolló un proceso de conceptualización, compuesto por diferentes técnicas tradicionales y alternativas, con el objetivo de explorar y generar propuestas de concepto que representan diferentes perspectivas del proyecto, finalmente el concepto seleccionado, "Ciencia disruptiva de la forma".



Este se basó en la representación del proyecto bajo la metáfora de un libro de ciencias, física y matemáticas que es alterado para ofrecer una visualización disruptiva, de las bases y fundamentos del diseño 3d a través de la forma básica. Al elaborar la codificación de mensaje se concretó y se desarrolló una visualización por elemento de visual, esto con el objetivo de crear una identidad innovadora y contrastante al proyecto puesto que comúnmente el diseño 3d es asociado a estilos sci-fi y aspectos techy, Polígonos se visualizará con elementos inspirados en el diseño 3d, de los 90's 00's, formas básicas y sin estética, para aprovechar el movimiento de diseño brutalista, duotonos, gradientes, iconos y elementos 8-bit. De esta manera también se busca hacer referencia la parte técnica del diseño 3d, el behind the scenes, a la visualización de la interfaz de diseño sin estética y geométrica.

Se bocetó diferentes propuesta de elementos gráficos, tipografías y paletas de color, como la base de la identidad gráfica del proyecto a partir de las propuestas seleccionadas se boceto por separado cada una de las áreas y páginas del sitio web para reconocer el uso adecuado de espacio y diagramación de contenido. Las piezas de redes sociales se diseñaron basadas en un sistema de diagramación/plantilla con el objetivo de guardar relación gráfica entre las piezas. Las piezas impresas nuevamente se bocetaron diagramación y retículas para el uso adecuado de la información y contenido y se buscó aprovechar el soporte y el color, los elementos gráficos e ilustraciones, en las piezas impresas.

Finalmente en el proceso se desarrolló encuestas y entrevistas al grupo objetivo, diseñadores gráficos, y expertos en el tema, para obtener comentarios y opiniones tanto de las piezas como la estrategia y el plan de medios digitales.

Se desarrollaron diferentes cambios y ajustes en las piezas de redes sociales y en el sitio web, pero además se analizó y se colocó dentro del plan de medios un nuevo canal de información alternativo con base a los comentarios de los expertos de esta manera se llevó la elaboración de las piezas finales y la propuesta de diseño final para el zine digital "Polígonos". Uno de los cambios de diseño clave, fue la integración de elementos gráficos como un código visual que refuerza la identidad gráfica en las piezas y apoya el reconocimiento en el usuario.

El proyecto se puede resumir por fases, parte del plan de medios elaborado, con el objetivo de sincronizar y desarrollar piezas funcionales que guardaran relación entre sí, además de ser parte de una estrategia en general, que tiene como objetivo dar a conocer el proyecto. El plan de medios que se elaboró esta compuesto de 6 fases, las primeras 3 fases son de expectativa, revelación y reconocimiento, Que buscan de manera diferente dar a conocer el proyecto hacer que los usuarios presenten interés y se identifiquen con Polígonos, la siguiente fase es de información, previo al lanzamiento de la primera edición de zine digital, se busca presentar el contenido y los colaboradores de la publicación para que los usuarios, puedan experimentar la calidad y el contenido del zine, posterior al lanzamiento, se desarrolló una post información de la primera edición para publicar en los medios digitales, información en concreto y llamar la atención hacia la primera edición del zine y cada artículo por individual que lo conforma.

A continuación se presentan las piezas y artes finales desarrollados posterior a validación. Se explica primeramente la paleta de color, tipografías, y elementos gráficos, posteriormente se presenta por individual cada una de las piezas trabajadas.



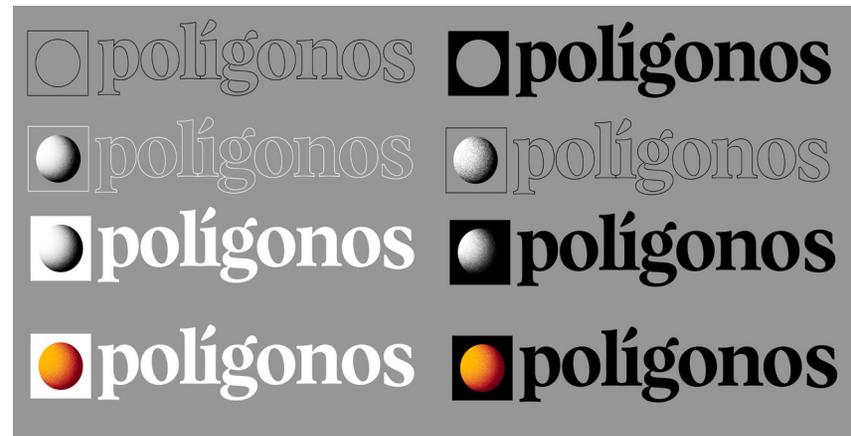
Imagotipo

El imagotipo de Polígonos es una pieza con la que ya se contaba para el proyecto, la propuesta representa visualmente la idea básica del volumen a través de la luz y sombra. Como también a través de texturas se busca hacer referencia a la composición y estructura de polígonos en el modelado 3d. De esta manera el imagotipo conecta con el concepto del proyecto puesto que el icono guarda relación con el diseño 3d básico y los aspectos del volumen en la forma.

El diseño cuenta con variaciones de color y figura fondo, con el objetivo de poder preservar la calidad y legibilidad para diferentes formatos y soportes, de esta manera los detalles de textura y color pueden ser reemplazados por las versiones de colores sólidos y figuras simplificadas.

Se tomó en consideración los aspectos de “Desarrollo de branding sólido”, por la agencia Trazo, investigados en el marco teórico, para elaborar el resto de la línea gráfica de manera que se creará un vínculo entre el imagotipo, el color, tipografías, y elementos gráficos. puesto que es necesario que usuario pueda reconocer de manera fácil el proyecto a través de la identidad gráfica generar un vínculo visual con el grupo objetivo.

El imagotipo conecta con el concepto de manera integral puesto que se puede observar una percepción editorial, y sobria característica de material teórica en ciencias. además de estar compuesto por una figura básica que busca representar el volumen sombra e iluminación siendo aspectos considerados en la base del diseño 3d. Finalmente el imagotipo es una pieza disruptiva al tener características antidiseño que rompe con la gráfica habitual para proyectos que tratan sobre diseño.





Paleta de color

Al elaborar la paleta de color se tomó en consideración los colores establecidos en el logotipo del proyecto, por otra parte se implementó colores alternos que generen contraste al implementarse, Puesto que según Frase (2005), El color digital puede utilizarse como un elementos gráfico, ícono y apoyo en la jerarquía de contenido. De esta forma la paleta de color tiene como misión llamar la atención y apoyar los puntos focales de las piezas.



Se seleccionó esta paleta de color con base a los resultados de investigación de grupo objetivo puesto que se necesita que los colores genere emoción e impacto visual al complementarse entre sí. La paleta de color final y la jerarquía de su uso son: blanco y negro como base, los tonos representativos del zine. Amarillo, naranja y azul como tonalidades complementarias y anomalías y elementos de contraste visual, debido a la saturación de cada uno de los colores.

La selección de paleta de color evidencia el concepto debido al desarrollo de identidad y elementos gráficos que generan un lenguaje gráfico desde la iconografía hasta el uso de color para categorizar el contenido a través de gradientes siendo referencia de “ciencia”, la jerarquía de contenido y la disrupción gráfica en la identidad.

La paleta de color se busca aprovechar el desarrollo de gradientes como un formato alternativo para utilizar como un elemento gráfico de identidad gráfica.



Triplete Hex F06F35	Triplete Hex FEFE60	Triplete Hex 212BE4	Triplete Hex 000000	Triplete Hex FFFFFF
RGB decimal 240, 111, 53	RGB decimal 254, 254, 96	RGB decimal 33, 43, 228	RGB decimal 0, 0, 0	RGB decimal 255, 255, 255
Porcentaje RGB 94.1, 43.5, 20.8	Porcentaje RGB 99.6, 99.6, 37.6	Porcentaje RGB 12.9, 16.9, 89.4	Porcentaje RGB 0, 0, 0	Porcentaje RGB 100, 100, 100
CMY 6, 56, 79	CMY 0, 0, 62	CMY 87, 83, 11	CMY 100, 100, 100	CMY 0, 0, 0
CMYK 0, 54, 78, 6	CMYK 0, 0, 62, 0	CMYK 86, 81, 0, 11	CMYK 0, 0, 0, 100	CMYK 0, 0, 0, 0
HSL 18.6°, 86.2, 57.5	HSL 60°, 98.8, 68.6	HSL 236.9°, 78.3, 51.2	HSL 0°, 0, 0	HSL 0°, 0, 100
HSV (o HSB) 18.6°, 77.9, 94.1	HSV (o HSB) 60°, 62.2, 99.6	HSV (o HSB) 236.9°, 85.5, 89.4	HSV (o HSB) 0°, 0, 0	HSV (o HSB) 0°, 0, 100
Websafe FF6633	Websafe FFFF66	Websafe 3333CC	Websafe 000000	Websafe FFFFFF





Tipografía

Al seleccionar las tipografías que se utilizaran en la identidad del proyecto se tomó en cuenta los resultados de la investigación de grupo objetivo, el contraste, y la percepción estética que se encuentra en las tipografías serif, como también el uso adecuado de construcción de jerarquía, que según Lupton (2014), es importante utilizar tipografías que reflejan la importancia del texto según su contenido que apoye y guíe al lector, estos y otros aspectos técnicos como las piezas, tamaños y estilos se tomaron en cuenta para la toma de decisión.

Serif: con base a los resultados de investigación del grupo objetivo, se utiliza serif como tipografía principal con la misión de crear contraste y desarrollar composiciones estéticas conformadas por el cuerpo de texto.

Monospace: este se utilizó con el objetivo contrastar visualmente con el estilo serif de esta manera se aprovecha el término “disrupción” del concepto, al generar una jerarquía evidente en el contenido que rompe visualmente con la unidad gráfica, debido a la diferencia de estilos de tipografías.

Sans serif: Se integró una tercera tipografía a la identidad gráfica, con el objetivo técnico y de funcionalidad, para utilizarse en piezas y contenido que guardara características en el que la legibilidad y la funcionalidad fueran el objetivo principal. por lo que es necesario utilizar tipografías, legibles, neutrales, que apoyen la lectura del contenido de manera concisa.

Finalmente al utilizar y complementar las tipografías se busca rescatar aspectos editoriales dentro del proyecto y el zine digital, para generar un peso visual como fanzine y publicación alternativa, la diversidad de tipografías y jerarquía en el cuerpo de texto se abordó con diferentes estilos tipográficos, sans serif, serif y monospace, se implemento rasgos de estilo brutalista, estética y la funcionalidad de las tipografías.

Tipografía: Bluu next
por Jean-Baptiste Morizot

Bluu next es una fuente que se caracteriza por una construcción moderna y se destaca por los detalles geométricos que apelan al atractivo visual para el usuario.

Castillo (2018), explica que para desarrollar una segmentación y jerarquía de información se debe seleccionar familias de tipografías con diferente peso o bien de estilos diferentes, para crear una diferencia y contraste.

tipografías

This article explains all of the basic theory that's useful to know when you are getting started working with 3D.

Different types of objects are built using vertices. A Vertex is a point in space having its own 3D position in the coordinate system and usually some additional information that defines it. Every vertex is described by these attributes:





Tipografía: Alma Mono
por Great Scott Design Studio

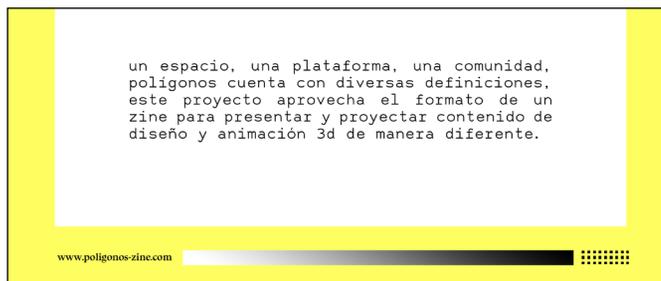
Alma mono es una tipografía de que tiene una estructura geométrica tradicional monospace, sin embargo guarda detalles circulares en la estructura de la tipografía que genera el contraste necesario complementando la fuente serif.

El uso de tipografía de estilo monospace, conecta con el concepto, a través de ciencia, puesto que se tomó en consideración utilizar tipos que se asimilan a las fuentes utilizadas en libros de ciencias, matemáticas y física, de carácter sobrio y geométrico.

tipografías

This article explains all of the basic theory that's useful to know when you are getting started working with 3D.

Different types of objects are built using vertices. A Vertex is a point in space having its own 3D position in the coordinate system and usually some additional information that defines it. Every vertex is described by these attributes:



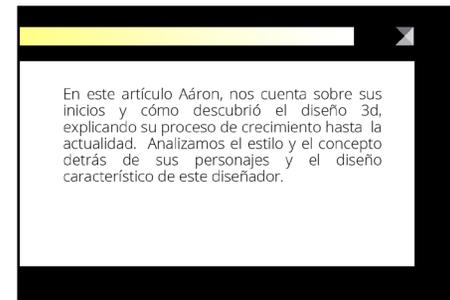
Tipografía: Open Sans
por Steve Matteson

Open sans, tiene como objetivo ser utilizada para el cuerpo de texto, puesto a la legibilidad de la tipografía y la simplicidad de su estructura, no tienen detalles alternativos lo que permite ser una fuente agradable a la vista y flexible para diferentes formatos y tamaños.

tipografías

This article explains all of the basic theory that's useful to know when you are getting started working with 3D.

Different types of objects are built using vertices. A Vertex is a point in space having its own 3D position in the coordinate system and usually some additional information that defines it. Every vertex is described by these attributes:





Elementos gráficos

Se desarrollaron estos elementos gráficos como parte del diseño y línea gráfica del proyecto, con el objetivo de ser texturas y figuras representativas de la identidad y utilizarse en el material para generar unidad gráfica, piezas digitales, y piezas impresas. Zamonsett (2018), explica que es importante crear una propuesta consistente, con una estructura visual, que se pueda descomponer por elementos y gráfica flexible, lo que es respaldando con las tendencias de banding investigadas puesto que el uso de grid y elementos de composición dentro de la identidad visual apoya el desarrollo de una gráfica cambiante y funcional.

El estilo lineal y la abstracción alta está basado en la iconografía de los softwares de diseño 3d, y la formas geométricas y texturas de libros e iconografía de los 90's y 00's. Al generar un estilo de elementos gráficos, se busca generar un contraste y una disrupción visual del diseño 3d habitual, y hacer referencia a los libros de ciencia, física, matemática, entre otros, y el movimiento de anti-diseño brutalista. El objetivo de utilizar figuras, y símbolos, dentro de las piezas diseñadas es evidenciar la identidad gráfica, y el desarrollo de un sistema visual para clasificar el contenido y la fase de comunicación.



Los elementos desarrollados como pictogramas, y códigos visuales tienen el objetivo de representar la información, edición, y actividad, de manera que se desarrolle una organización visual.



Se desarrolló la composición de elementos gráficos de manera lineal diseñando una lectura horizontal trabajada de la siguiente manera:

Imagotipo o dirección de sitio web



Gradiente de identificación de color



Ícono representativo de la edición o tema.





Iconografía

Se diseñó la iconografía de los artículos con el objetivo de crear una representación gráfica de los ocho temas que contiene el zine, de esta manera los usuarios podrán identificar el contenido de acuerdo a la iconografía del proyecto a largo plazo, esto con el objetivo de crear un sistema y lenguaje gráfico para comunicarse con los usuarios.

El diseño de la iconografía se relaciona con el isotipo de polígonos sin embargo la iconografía utiliza un marco circular para generar contraste y evidenciar las diferencias entre las forma líneas.

connota y denota

El ícono de este tema tienen como objetivo representar la diversidad y la dualidad de la connotación y denotación al representar dos figuras geométricas de diferentes estructuras como una sola composición.

caso en proyección

Esta propuesta representa la proyección a través de la abstracción de plano inclinado, para hacer referencia a la acción de exponer ante la iluminación y sombra.

composición integral

A través de líneas horizontales que se forman de manera progresiva se hace la representación de diferentes elementos u objetos que conforman una composición gráfica.

regresión técnica

Este ícono está representado por medio de una figura triangular horizontal que hace referencia a una flecha o camino que crece de manera lineal.

descomposición

A través de una figura circular y una línea que divide rectángulos se representa la descomposición, con el objetivo de representar una ruptura de características diferentes.

interrupción visual

Esta propuesta representa la ruptura línea geométrica de los elementos desarrollando un ícono con características más orgánicas.

materia digital

Este ícono está compuesto de líneas inclinadas que comparten el punto de partida, con el objetivo de representar la composición de elementos digitales, píxeles o vectores.

deducción y acción

Esta propuesta tiene como objetivo representar figuras rectangulares divididas que simbolizan pasos o fases de desarrollo, a través de secciones lineales.





Ilustración

Para desarrollar las ilustraciones se tomó en cuenta la investigación de grupo objetivo y la información recabada de sujeto de estudio 3d. Según Calderón (2018), observar la calidad, estética y el detalle del diseño 3d actual es una característica importante para despertar interés sobre el tema, esto se asocia a la información obtenida en el estudio de grupo objetivo en el que un 72.9% de los encuestados resaltó su preferencia por el diseño 3d estético armonioso y minimalista. Partiendo de esta información se procedió a diseñar las ilustraciones para polígonos.

El objetivo de las ilustraciones es representar el concepto y la identidad del proyecto, utilizando figuras básicas geométricas para representar el concepto, por la palabra “forma” a través del volumen como elemento principal, se utilizan composiciones y materiales simples con el objetivo de percibir la naturaleza de la forma y el 3d, para reforzar el concepto de ciencia como objeto de estudio.

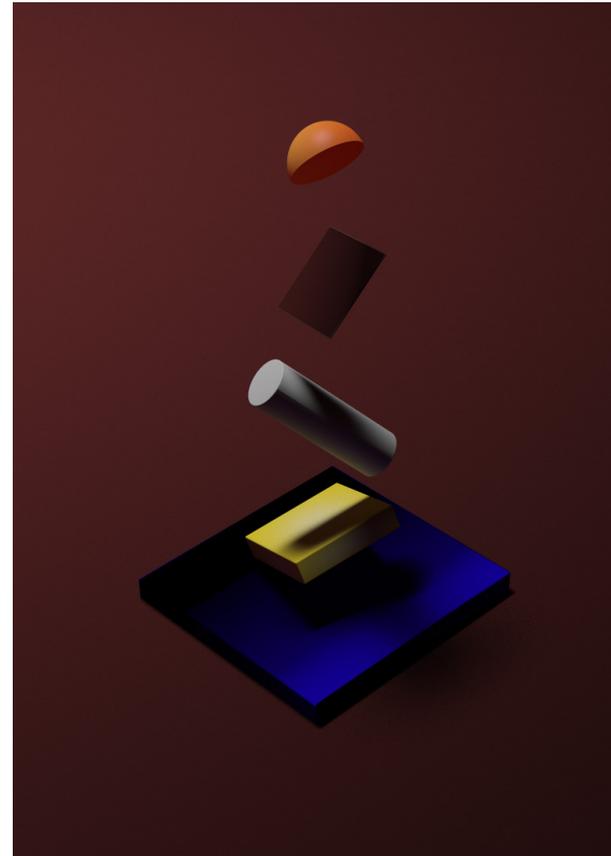
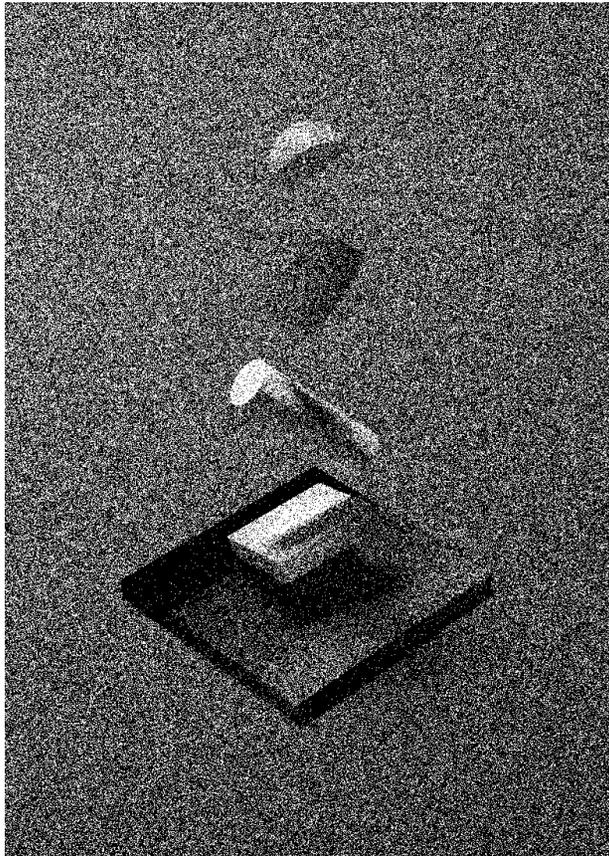


1. La composición y la descomposición de un modelo 3d
2. La ilusión de volumen de una pieza digital 3d.
3. La alteración de la perspectiva de una escena 3d.





Las ilustraciones también se han trabajado con texturas y estilo de grano, para poder hacer referencia a la renderización, puesto que al renderizar en 3d, los diseños pasan por diferentes construcciones digitales segun el software y comúnmente el render final es formado por grano, de esta manera los usuarios podrán asociar este tipo de texturas el tema central. El estilo de las ilustraciones conecta con la forma a través del concepto al desarrollar composiciones y figuras geométricas básicas para representar la identidad del proyecto y hacer referencia a los fundamentos del diseño 3d.



Sitio Web

Para el diseño del sitio web se tomó en cuenta la información recabada del sujeto de estudio de diseño web, Castillo (2018), explica que al elaborar un sitio de contenido extenso se debe jerarquizar y simplificar la información y la lectura de la información a través de tipografías, imágenes y elementos gráficos de manera que el usuario se le comunique la información por orden de importancia, esto se ve complementado con el uso estratégico de jerarquía, según Lupton (2014), Es importante desarrollar propuestas que generen una jerarquía visual funcional y contrastante, el uso de tipografías y estilos diferentes apoya el sentido de crear una estructura para el cuerpo de texto, con base a estos lineamientos se procedió a diseñar la propuesta del sitio web.

El sitio web siendo la pieza principal del proyecto se desarrolló tomando en cuenta una retícula general para todas las secciones de la página, el desarrollo de contenido bajo el mismo número de columnas, y se trabajó un estilo de diagramación a través de la jerarquía de textos e imágenes, con el objetivo de crear una pieza funcional para el usuario, siendo visualmente más importante las imágenes, videos, artículos e información del zine digital.

Es importante destacar que la estructura y diseño del zine digital tienen como objetivo responder al contenido, la elaboración de esta pieza giró entorno al contenido y la experiencia del usuario, por lo que se generó una propuesta con espacios e información procesada, y fácil de entender de manera que no abrume al usuario la cantidad de artículos e información dentro del sitio.

El diseño del sitio web evidencia el concepto a través de la disruptión estética que preserva la funcionalidad ante la identidad. como también la jerarquía y la diagramación que hace referencia la graficación de ciencia como material educativo a través de los artículos.

Se desarrolló para la fase I y II un sitio web de presentación que tiene como objetivo generar expectativa y llamar la atención de los usuarios, sobre el posible contenido y el diseño conceptual, además de una temprana sección de suscripción para las personas que desean conocer el proyecto.





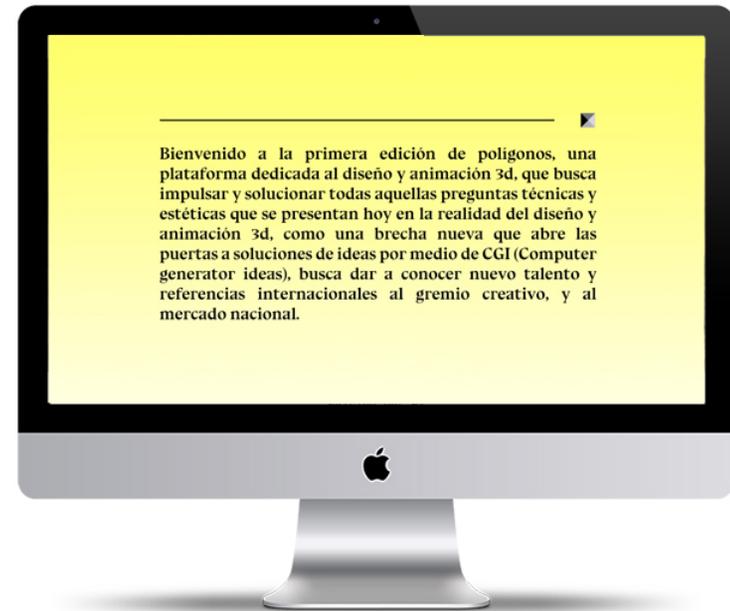
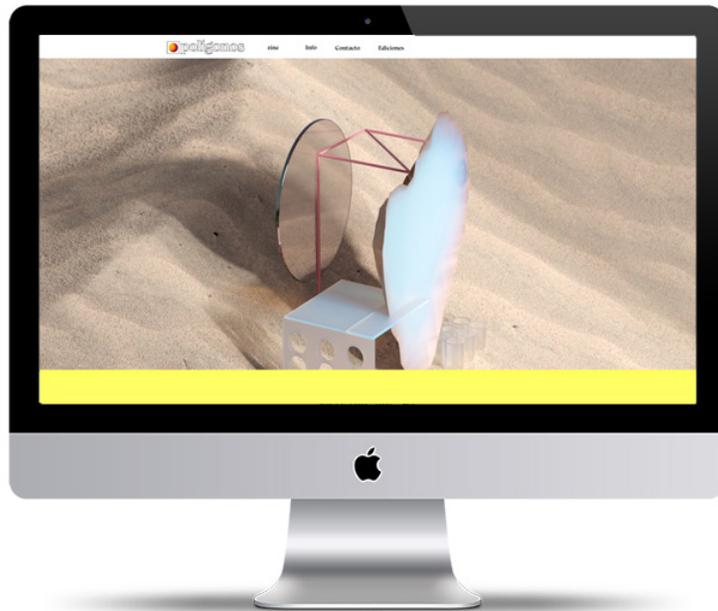
Página principal

En esta página se puede observar la barra de navegación y la portada del zine. Castillo (2018), es importante que el usuario se familiarice y entienda el propósito y el contenido del sitio web en la primera sección de la homepage con base a esto se busca hacer referencia a una pieza editorial, imitando el uso de la portada en el encabezado o tema principal de la edición, como la primer imagen que se observa en cada zine.

Al continuar se puede observar la introducción del zine, un manifiesto y bienvenida a la primera edición siendo una composición desarrollada como una sección completa. Para hacer énfasis en la información y filosofía del proyecto.

En la siguiente sección se pueden observar 8 imágenes que representan los ocho artículos de la edición no.1, con el objetivo de no saturar la presentación de los artículos.

De esta manera se transmite el concepto a través de “ciencia” y disrupción al desarrollar la página principal que se compone de segmentos como referencia material educativo desde la introducción explicación de módulo y presentación de temas como también se crea una disrupción visual al observar el material y las imágenes de los artículos contrastada con la identidad gráfica del proyecto.



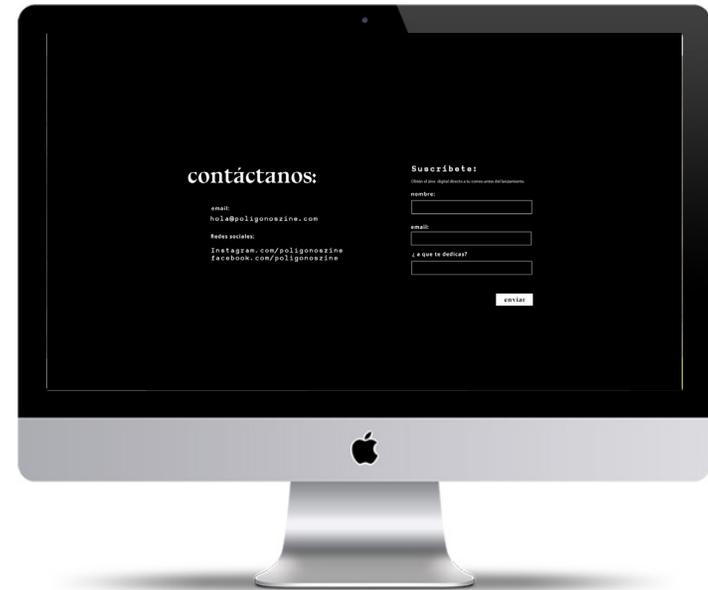
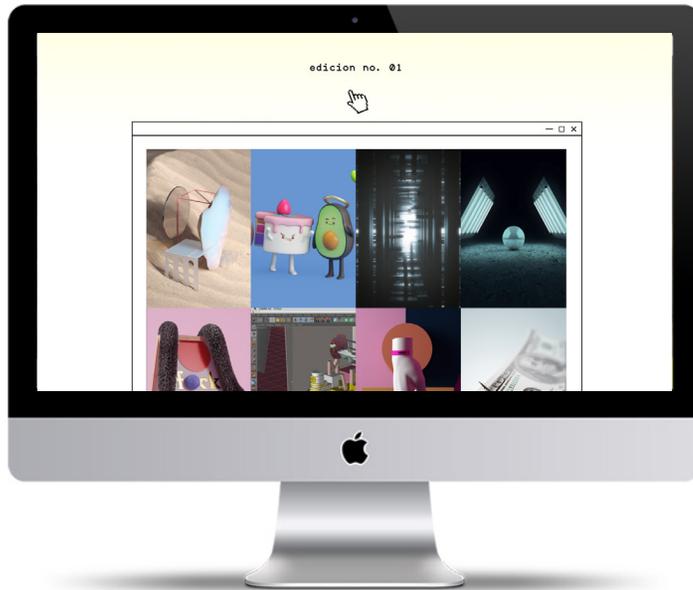


Artículos

La sección de artículos finalmente tienen una función de interacción a través de hover, por lo que los usuarios pueden interactuar e informarse previamente de cada artículo para ingresar a cada uno según sus intereses, esto con base a la referencia de material educativo y la categorización de contenido para simplificar la navegación del sitio web siendo la conexión a través de la ciencia como el estudio de un área, siendo una referencia gráfica para presentar el contenido.

Contacto

El desarrollo de la página de contacto se trabajó con base a la funcionalidad de la información puesto que esta sección brinda a los usuarios datos, redes sociales y el formulario de suscripción del proyecto por lo que es necesario que la diagramación y la jerarquía del contenido favorezca el entendimiento de la información.



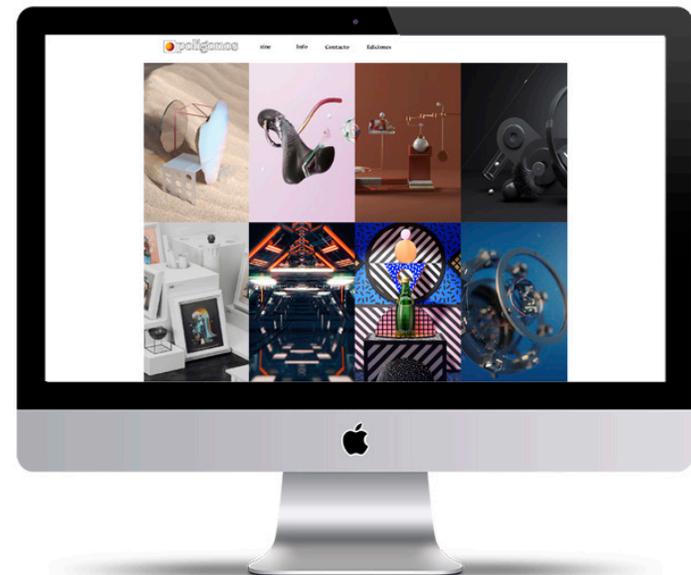
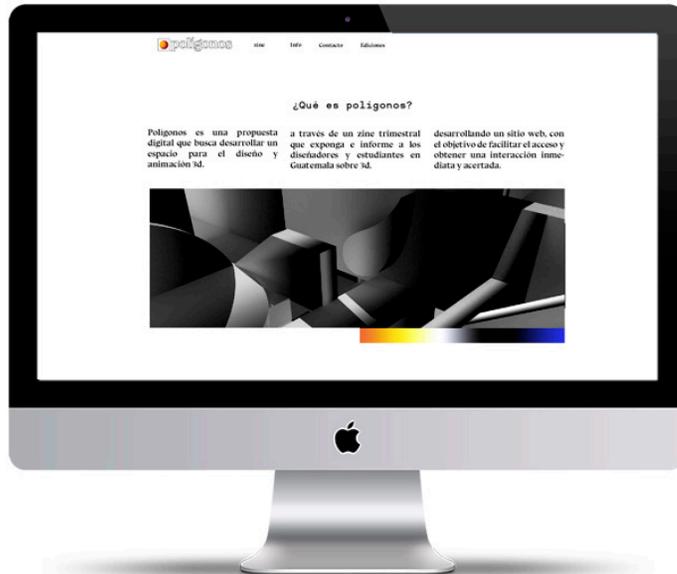


Información

En la siguiente página se encuentra la información y objetivos del proyecto, una breve explicación de lo que es y quiere lograr polígonos zine, aprovechando los elementos gráficos y paleta de color perteneciente a la línea gráfica desarrollada, se busca ofrecer al usuario un resumen de los objetivos de polígonos zine, se utilizó 3 columnas para la explicación del proyecto con el objetivo de romper con la diagramación y al usuario se le pueda facilitar la lectura de los párrafos de tamaño corto.

Archivo de ediciones anteriores

Esta página tiene como objetivo recopilar y ofrecer al usuario las ediciones anteriores según se vayan publicando el sistema de visualización es similar al de los artículos se colocaran las portadas de cada zine y al utilizar la acción de hover se brindará información de cada edición y artículo, de manera que el usuario pueda informarse además de conocer las publicaciones pasadas de manera individual y efectiva, se utilizó el mismo número de columnas para familiarizar y generar unidad gráfica en la diagramación de contenido.





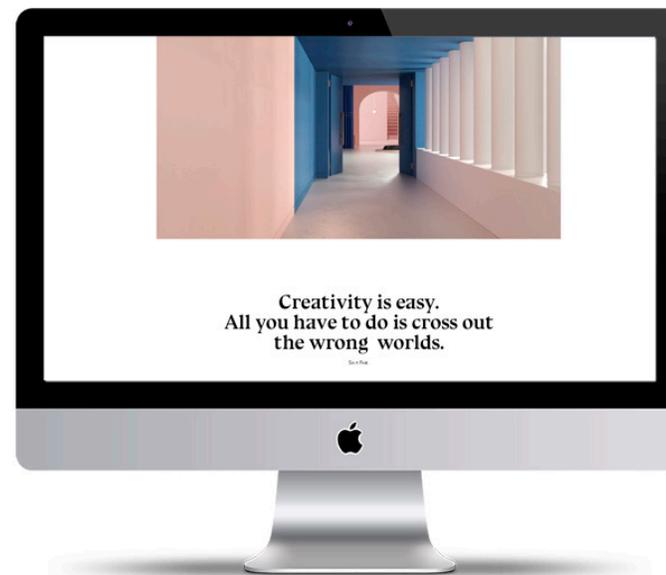
Plantilla de Artículo

Según Castillo (2018), se debe tomar en cuenta la diagramación y la estructura para el cuerpo de texto con el objetivo de simplificar y crear una guía de lectura para el usuario, con base a esto se desarrollo la estructura de artículos tomando referencias editoriales puesto que el zine busca conservar y desarrollar características de publicaciones impresas dentro del contenido por lo que se evaluó y se diseñó composiciones y organización del contenido inspirada en una publicación impresa. Se dividió el contenido por secciones y se apoyó la estructura del cuerpo de texto en la información de cada sección como también el uso de imágenes y cuadros de texto para la información más importante.

Se evaluó el cuerpo de texto y la información obtenida por artículo, generando una jerarquía de texto basa en título subtítulo subtexto y el cuerpo de texto los tamaños tienen ligeras

variaciones a excepción de títulos y frases resaltadas tomando en cuenta los datos recopilados de grupo objetivo, la rapidez y la información sintetizada, el poder adquirir la información en el menor tiempo posible es una característica esencial que el grupo objetivo desea del contenido por lo que la diagramación de los artículos tiene un sentido de jerarquía de información, datos importantes resaltados sobre el cuerpo de texto, y los títulos. De esta manera los usuarios pueden adquirir la información según lo desean.

Al Terminar el artículo se colocó dos secciones, para compartir el material y para conocer el resto de artículos elaborados, de manera que el usuario pueda acceder con facilidad entre artículos apoyado por iconos representativos de cada sección de esta forma los usuarios reconocerán cada una de las secciones se les facilitara el visitar los artículos que desean.





Publicaciones digitales

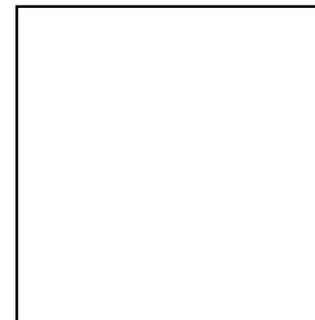
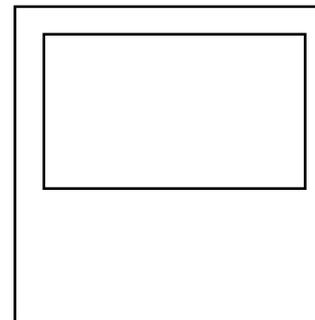
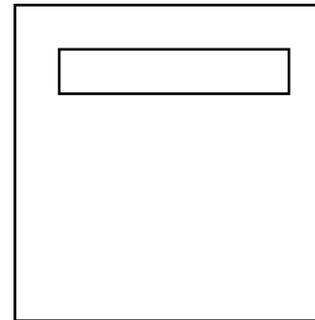
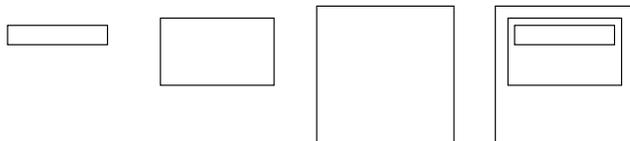
Las publicaciones de redes sociales se elaboraron con base a la información recabada en el marco teórico sobre contenido digital. Nuñez (2013), explica que las publicaciones en redes sociales deben ser atractivas y cumplir con la comunicación asertiva a través de imágenes y textos cortos, esto se complementa al tomar en cuenta los principios de inbound marketing aplicados en la estrategia de plan de medios, puesto que visualmente debe cumplir con las funciones y objetivos de cada fase de comunicación.

Las piezas digitales para redes sociales se desarrollaron con base a tres plantillas diseñadas por fase de comunicación, de esta manera se facilita la composición del contenido de cada publicación según la variación del sistema y retícula de la plantilla.

Formato I: esta estructura tienen como objetivo ser utilizada para publicaciones con extensa información de manera que el espacio para imágenes es reducido, esto con el objetivo de jerarquizar la información con tamaños y contrastes de tipografías exagerados para disminuir la saturación de texto.

Formato II: La segunda plantilla tiene una estructura equilibrada de espacio con el objetivo de utilizar cantidades similares de imágenes y texto, a través de una diagramación tradicional, con base a referencias editoriales.

Formato III: Esta estructura está diseñada para publicación de imágenes y contenido meramente visual, esto con el objetivo de utilizarse para contenido propio del proyecto y diferenciar el externo.



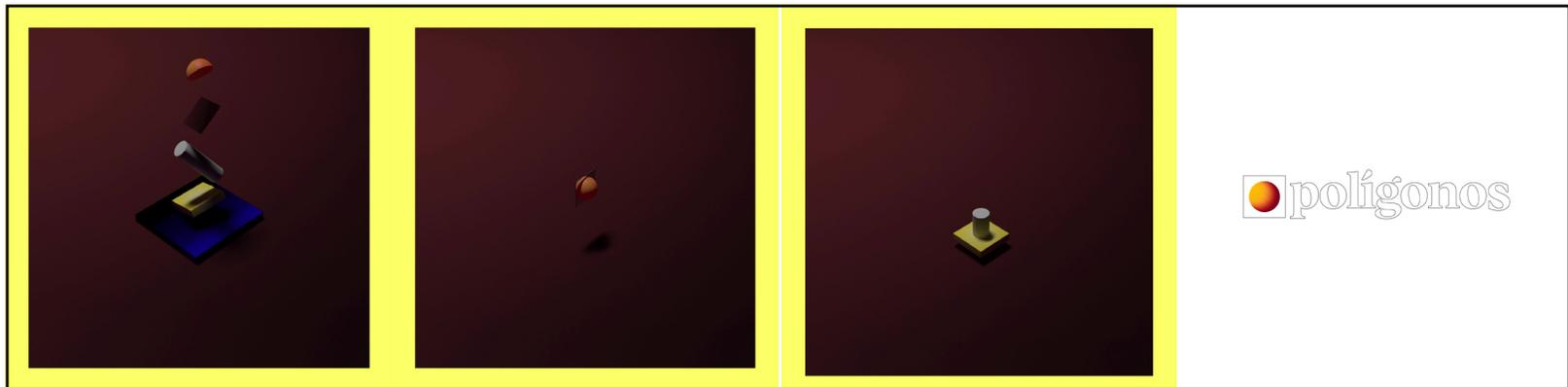


Finalmente el diseño y sistema desarrollado para las publicaciones no solo tienen un objetivo de funcionalidad, también lo es estético por lo que busca hacer memorable la identidad gráfica y cada una de sus características, conectado la idea conceptual de “ciencia”, como la representación gráfica de

material de estudio, iconografía, el contenido segmentado por importancia y temática, siendo otra pieza fundamental para transmitir la percepción de gráfica institucional, y de diseño brutalista.

El diseño para las publicaciones de expectativa tienen como objetivo atraer y generar indicios sobre el proyecto, esto con base a la investigación de inbound marketing, según el estudio de Inbound cycle (2017), esta fase tiene como objetivo llamar la atención y despertar el interés del usuario. De esta forma las publicaciones se presentan en las redes sociales las ilustraciones sin información para generar la reacción deseada.

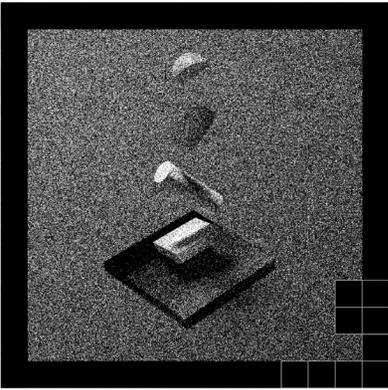
FASE I





Con base a la fase de atracción se preparó estas publicaciones puesto que su objetivo es presentar el proyecto ante el usuario, explicar y compartir los objetivos de Polígonos, brindando información para comunicarse y participar en el proyecto. A través de la gráfica se desea presentar la identidad del proyecto puesto que al ser las primeras publicación se desea dejar un precedente de la paleta de color tipografía y el diseño en general de polígonos con el objetivo de presentarse ante los usuarios y crear una presencia visual.

FASE II

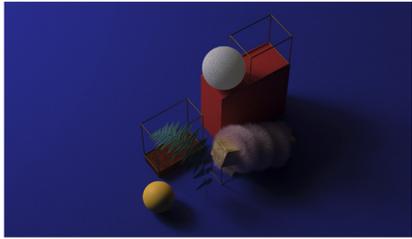
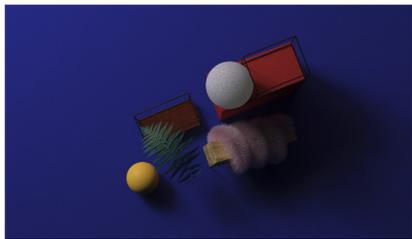
<p>zine digital</p> <p>un espacio, una plataforma, una comunidad. poligonos cuenta con diversas definiciones. este proyecto aprovecha el formato de un zine para presentar y proyectar contenido de diseño y animación 3d de manera diferente.</p> <p>www.poligonos-zine.com</p>	<p>aspectos técnicos y estéticos</p> <p>Para crecer en el diseño es necesario conocer y alimentarte no solamente de referencias y estética. es necesario dominar los aspectos técnicos. conocer y experimentar con las herramientas.</p> <p>www.poligonos-zine.com</p>	<p>Suscripción para obtener el zine y noticias en tu correo.</p> <p>visita: www.poligonos-zine.com</p> <input type="text"/> <input type="button" value="✉"/>
<p>contáctanos:</p> <p>email: hola@poligonoszine.com</p> <p>Redes sociales: Instagram.com/poligonoszine facebook.com/poligonoszine</p> <p>www.poligonos-zine.com</p>		





El diseño para las publicaciones de interacción tienen como objetivo brindar recursos e información sobre el contenido del polígonos, de manera que se desea crear un experiencia de comunicación e información de diseño 3d. esto parte de la investigación de inbound marketing, según el estudio de Inbound cycle (2017), conversión, esta fase tiene como objetivo brindar información y una experiencia sobre el producto o servicio de manera que el usuario conozca previamente a la marca.

FASE III

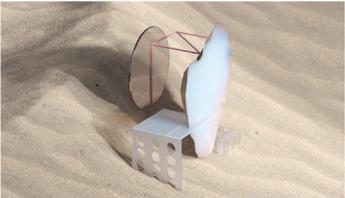
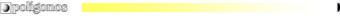
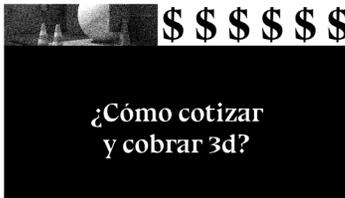
  Librería de materiales Para descargarlos puedes suscribirte en el sitio web.	  Librería de materiales ¡YA DISPONIBLE!
  #poligonoszine	





La fase IV y V, de información previa, tienen como objetivo dar a conocer los datos y colaboradores, de la edición uno de Polígonos, de esta manera se busca comunicar a los usuarios el contenido y su calidad en la primera edición de zine, esto con base a la investigación de inbound marketing, según el estudio de Inbound cycle (2017), educar, su objetivo es informar y evidenciar la calidad, beneficios y el contenido del producto y el servicio. de esta forma las publicaciones de esta fase buscan mostrar al usuario la calidad de la primera edición de Polígonos.

FASE IV

 <p>polígonos </p> <p>edición no. 01 del 7 de febrero del 2018 1001 noches - 7pm</p>	 <p>polígonos </p> <p>SIX & FIVE (ESP) edición no. 01</p>	 <p>polígonos </p> <p>AÁRON MARTÍNEZ (MX) edición no. 01</p>	 <p>polígonos </p> <p>DANIEL MOLINA (GUA) edición no. 01</p>
 <p>polígonos </p> <p>ROLANDO LUTHER (GUA) edición no. 01</p>	 <p>polígonos </p> <p>SABBATH STUDIOS (MX) edición no. 01</p>	 <p>polígonos </p> <p>FORO #1 Dentro del zine abrimos un espacio para compartir, opinar y hacer recomendaciones, sobre qué se debe tomar en cuenta al cobrar un proyecto de diseño y animación 3d.</p> <p>edición no. 01</p>	





Las publicaciones previo al evento tienen como objetivo informar a los usuarios del evento el itinerario, mapa para llegar y recordatorio de la actividad por lo que la gráfica y los elementos gráficos se acoplan ante la funcionalidad, de esta manera se desarrolló propuestas con una jerarquía visual que apoyan la legibilidad de la información.

FASE V

 <p>polígonos </p> <p>colaboradores: SIX & FIVE AÁRON MARTÍNEZ DANIEL MOLINA ROLANDO LUTHER SABBATH</p>	 <p>polígonos </p> <p>USAR: 1001 noches 7pm</p> <p>CONTENIDO: *Presentación *Foro: Cotización, cobros y decisiones correctas.</p> <p>edición no. 01</p>	<h1>HOY</h1> <p>Lanzamiento de la edición No.1</p> <p>1001 noches - 7pm</p>
---	---	---





En la última fase se desarrolló un material post informativo con el objetivo de reforzar el interés de las personas, ofreciendo información detallada de lo que trata cada artículo y el entrevistado. Con base a la investigación desarrollada de marco teórico en publicaciones de redes sociales, Nuñez (2013) la inclusión de llamadas a la acción y la utilización de imágenes y desarrollo estético del cuerpo del contenido facilitan la comunicación de la información, para esto la pieza se apoya del color y jerarquía de contenido para guiar al usuario en la publicación

FASE VI

SIX & FIVE
(ESP)

cometa y denota:
A través de una entrevista el dúo de Six n five, nos cuenta diferentes aspectos de su trabajo, además de brindar consejos sobre cómo mejorar tu trabajo. Ezequiel y Andrés nos cuentan cuales son las herramientas que utilizan, como las utilizan, cual es el proceso que desarrollan comúnmente y nos hablan un poquito de su visión del diseño 3d.

DANIEL MOLINA
(GUA)

composición integral:
Hemos entrevistado a Daniel Molina, para conocer su punto de vista en el diseño 3d. El guatemalteco también nos cuenta como inicio y que hace hoy en día, además de contarnos el proceso de trabajo que utiliza y que es necesario para desarrollar ilustraciones y animaciones.

ROLANDO LUTHER
(GUA)

descomposición:
Rolando Luther desarrolló un desmembramiento de una de sus ilustraciones para poder conocer cómo las ha desarrollado y que necesitó para desarrollarlas, de manera que podamos conocer a profundidad el proceso de trabajo y la técnica de este ilustrador 3d.

AÁRON MARTÍNEZ
(MX)

caso en proyección:
En este artículo Aáron, nos cuenta sobre sus inicios y cómo descubrió el diseño 3d, explicando su proceso de crecimiento hasta la actualidad. Analizamos el estilo y el concepto detrás de sus personajes y el diseño característico de este diseñador.

SABBATH STUDIOS
(MX)

disrupción visual:
La tendencia y la innovación son los protagonistas de esta sección, en esta edición analizamos el uso de ilustraciones 3d en el branding de una marca, como ejemplo el diseño de Festival Adherente desarrollado por Sabbath studios, entrevistamos y en conjunto recopilamos una experiencia de diseño y tendencia que aún está emergiendo.

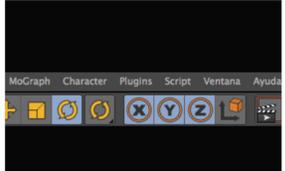




Publicaciones animadas

Las animaciones forman parte de las piezas de redes sociales y el plan de medios, estas piezas tienen como objetivo brindar información y permitir al usuario conocer previamente dos artículos. Se seleccionó la opción de animación, con base a la información recopilada sobre el grupo objetivo, los videos deben caracterizarse por apoyo visual, información sintetizada, y animación breve.

El diseño de las animaciones está basado en la plantilla y sistema rectangular de las publicaciones estándar, se aprovecha el formato de animación para alterar la diagramación según la información e imágenes de cada tema.

<h3>Cinema 4d: Fundamentos básicos</h3> <p>Es un software avanzado, que cuenta con diferentes herramientas, aplicaciones, sub softwares que tienen como objetivo una experiencia de diseño sin límites y sin complejos.</p>		 <p>ZONA DE TRABAJO Es la ventana en la que se puede navegar por el espacio de trabajo. Se observa en tiempo real los objetos que se van creando.</p>	 <p>MENU Desde el menu podemos acceder a todas las opciones del programa.</p> <p>BARRAS DE HERRAMIENTAS Accesos directos a diversos de los elementos de los menús y acciones específicas o básicas.</p>	<p>Mas información en la primera edición de Poligonos zine</p> <p>MUY PRONTO</p>
---	---	--	--	--

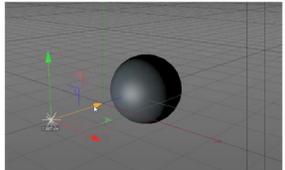
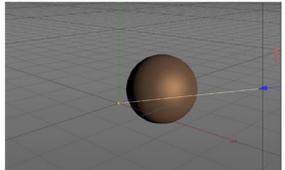
<h3>Iluminación 3d: Tipos de iluminación</h3> <p>Al igual que en la realidad, se compone por diferentes factores, hay diferentes tipos de luz natural y artificial, y la forma de trabajarlas es la parte importante.</p>		 <p>LUZ DE AMBIENTE este tipo de iluminación se utiliza en escenas cerradas, como una iluminación artificial que simula soft-light y soft shade.</p>	 <p>LUZ NATURAL o luz solar, se utiliza para crear una iluminación natural, y saturada, sombras densas y blancos fuertes dentro de la escena.</p>	<p>Mas información en la primera edición de Poligonos zine</p> <p>MUY PRONTO</p>
---	---	---	---	--





Imagen de redes sociales

Las siguientes propuestas tienen como objetivo utilizarse en las redes sociales como imágenes y portadas de los perfiles digitales. El objetivo de estas piezas es colocar el isotipo y la línea gráfica, para ser una presencia/icono que pueda ser representativo de la identidad ante el usuario.



Presentación Animada

Se trabajó una propuesta de animación e introducción del proyecto para la presentación del proyecto en el evento de lanzamiento de la primera edición, el objetivo de esta pieza es llamar la atención de los invitados y asistentes al lanzamiento, de una manera conceptual se desarrolló una animación simple que presenta pantalla navegando en el sitio web y a través de texturas glitches, y alteraciones el contenido digital toma el control de la animación y muestra imágenes procesos y muestras del contenido que el proyecto busca abarcar de manera que las personas puedan obtener una idea de lo que el polígonos busca alcanzar y quiere lograr.





Mailing

Se desarrolló la estructura de la propuesta de diseño de mailing basado en secciones de información de manera que los usuarios puedan visualizar y obtener el contenido por segmentos. Esto con el objetivo de crear jerarquía en el contenido de los correos de diversas formas y poder personalizar y variar los tamaños y recursos dentro de los correos según la necesidad de cada situación sin afectar la estructura del mailing respetando la estructura, limitaciones del sistema y aplicación de mailing chimpmail. El diseño y los elementos gráficos mantienen relación con las piezas de redes sociales y el sitio web de manera que el código de color y elementos funcionara en conjunto con el resto de las piezas utilizando un canal de comunicación alterno.

Esta pieza tiene un sentido estético simple, puesto que el formato y el objetivo del mailing es informar a los usuarios por lo que se desarrolló una propuesta que conecta con el concepto

al guardar relación con la identidad gráfica y la característica de categorizar el contenido además de conservar un diseño antiestético y contrastante.

Lupton (2014), explica que para desarrollar un cuerpo de texto su posición se debe caracterizar por el orden de información e importancia la ayuda de estilos tamaños y elementos gráficos ayudan señalar los distintos niveles de información en el contenido sin afectar la funcionalidad, con base a esto se desarrolló la propuesta explotando no solamente el concepto de ciencia a través de la identidad visual y el sistema gráfico sino también en el estilo sobrio, brutalista de diseño que busca representar la disrupción como parte del concepto con el objetivo de no afectar la comunicación de la información y desarrollar un plantilla de mailing que se conecta con la identidad gráfica.





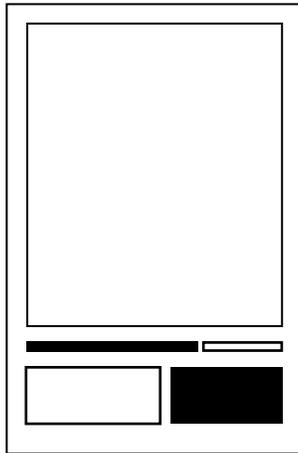
Postal

La pieza impresa de postal, forma parte de la primera fase del plan de medios y de la promoción del evento, esta piezas tienen como función presentar el proyecto y brindar información y datos de contacto.

El diseño de la postal contiene la misma ilustración que el afiche de promoción del evento puesto que ambas piezas serán colocadas en espacios clave para el grupo objetivo.

El diseño de dos columnas utilizado en la mayoría de piezas es respetado en estas piezas, también se busca aprovechar la paleta de color, seleccionando colores contrarios al afiche para crear cuadros de texto y generar un marco rectangular para el logotipo de polígonos.

El diseño de la postal busca englobar el concepto visual del proyecto a través de la composición de la pieza con el objetivo de comunicar el proceso de construcción y crecimiento del proyecto, nuevamente en esta pieza se busca visualizar el 3d con una perspectiva alternativa como se describe en el concepto a través de la representación de la renderización de imagen como una analogía sobre Polígonos como proyecto en construcción o en desarrollo.



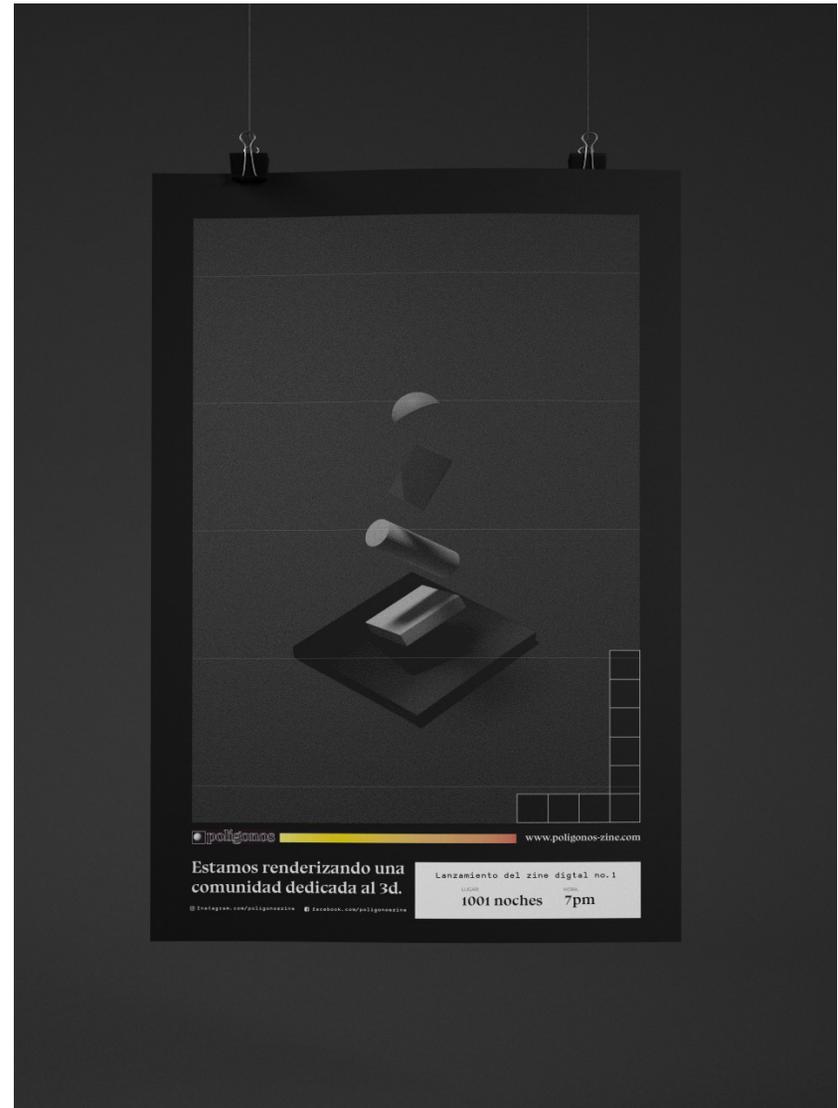
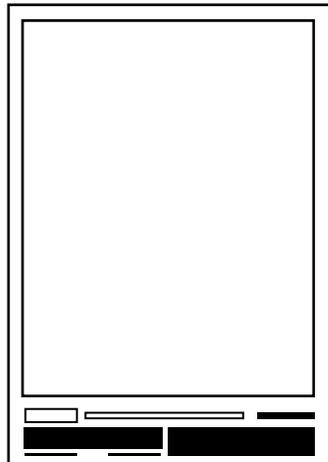


Afiche: Evento de lanzamiento

La pieza del afiche informativo, forma parte del plan de medios como un canal de comunicación alternativo, con el objetivo de reforzar el anuncio del evento de lanzamiento informando al grupo objetivo a través de afiches colocados estratégicamente en puntos de encuentro de los usuarios.

El diseño del afiche se ve caracterizado un uso de color e ilustración sobria y neutra con el objetivo de llamar la atención del grupo objetivo.

Al utilizar nuevamente las ilustraciones de la fase expectativa, se busca crear unidad gráfica y relación entre las piezas, La ilustración hace referencia al proceso de renderización, con una textura granulada y rectángulos, que representan la idea de un frame que está en proceso de renderización, de esta manera se genera una analogía, de diseño en construcción, que hace sentido con el texto que invita a formar parte de una comunidad de diseño 3d en Guatemala. La diagramación se trabajó en dos columnas utilizando cuadro de texto para guardar jerarquía en el texto y darle importancia a los datos e información del evento.

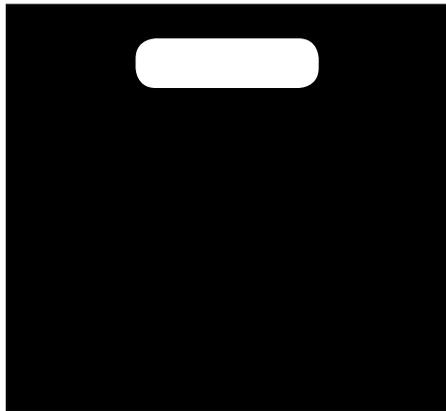




Merchandise

Las piezas de mercancía para el proyecto del zine digital tienen como objetivo ser un producto coleccionable, que interese a los usuarios utilizarlos, serles atractivos y sobre todo identificarse con el proyecto. Estas piezas formarán parte del evento, se desarrollará actividades para compartir este material, y posteriormente se pondrán en venta y se aprovechará para otras actividades posteriores del zine.

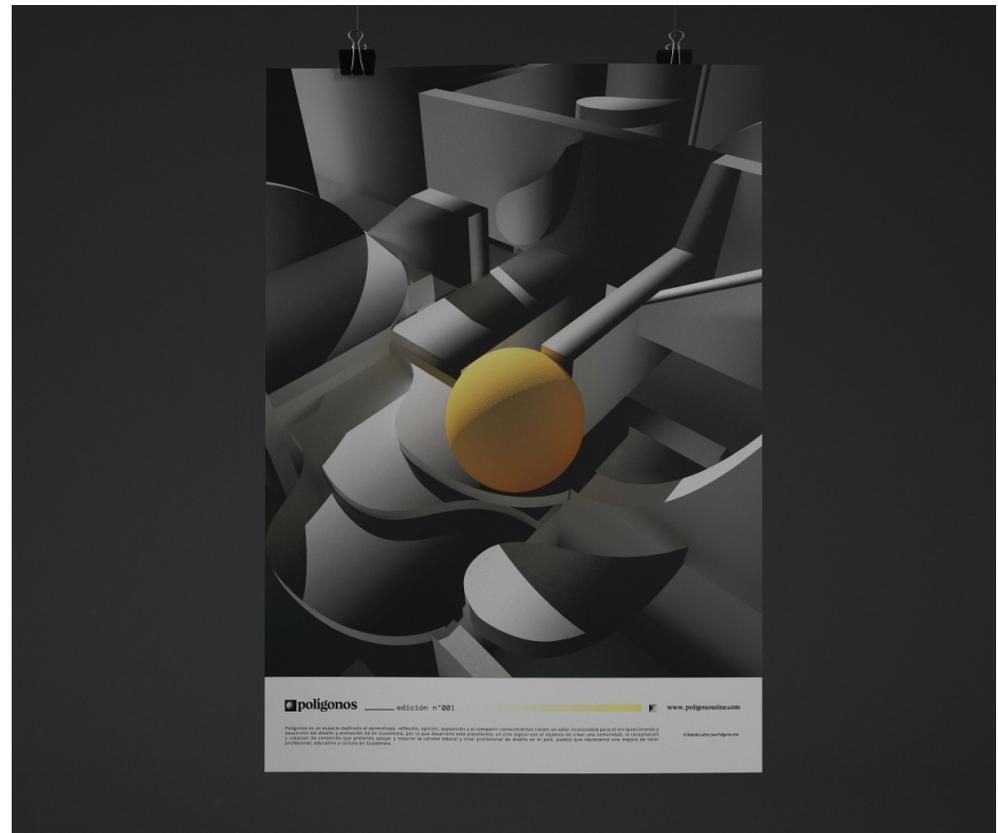
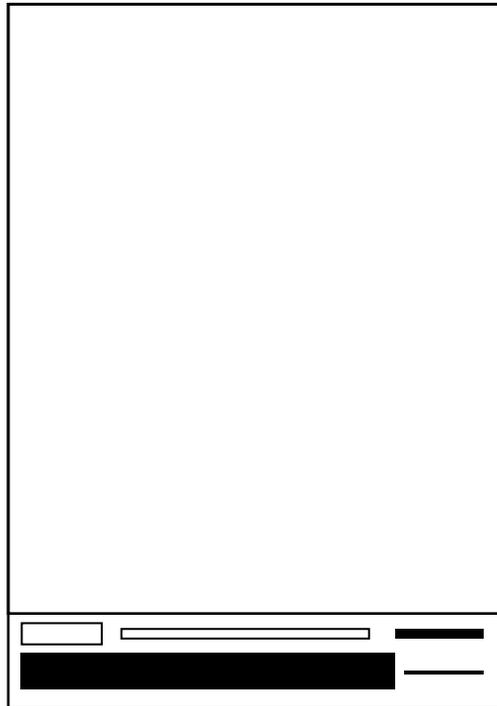
Bolsa: Esta pieza está caracterizada por ser de material biodegradable y de color negro. El diseño se caracteriza por su simplicidad se compone por el isotipo de polígonos, con el objetivo de visualizar y percibir únicamente los detalles de la esfera bajo iluminación y sombra.





Afiche: El afiche de colección perteneciente a la primera edición del zine, está compuesto por una ilustración caracterizada por la identidad gráfica y la esfera perteneciente al logotipo de polígonos, siendo este la primera edición, y presentación ante el grupo objetivo es necesario reforzar la identidad gráfica a través la mayoría de piezas y material promocional de proyecto.

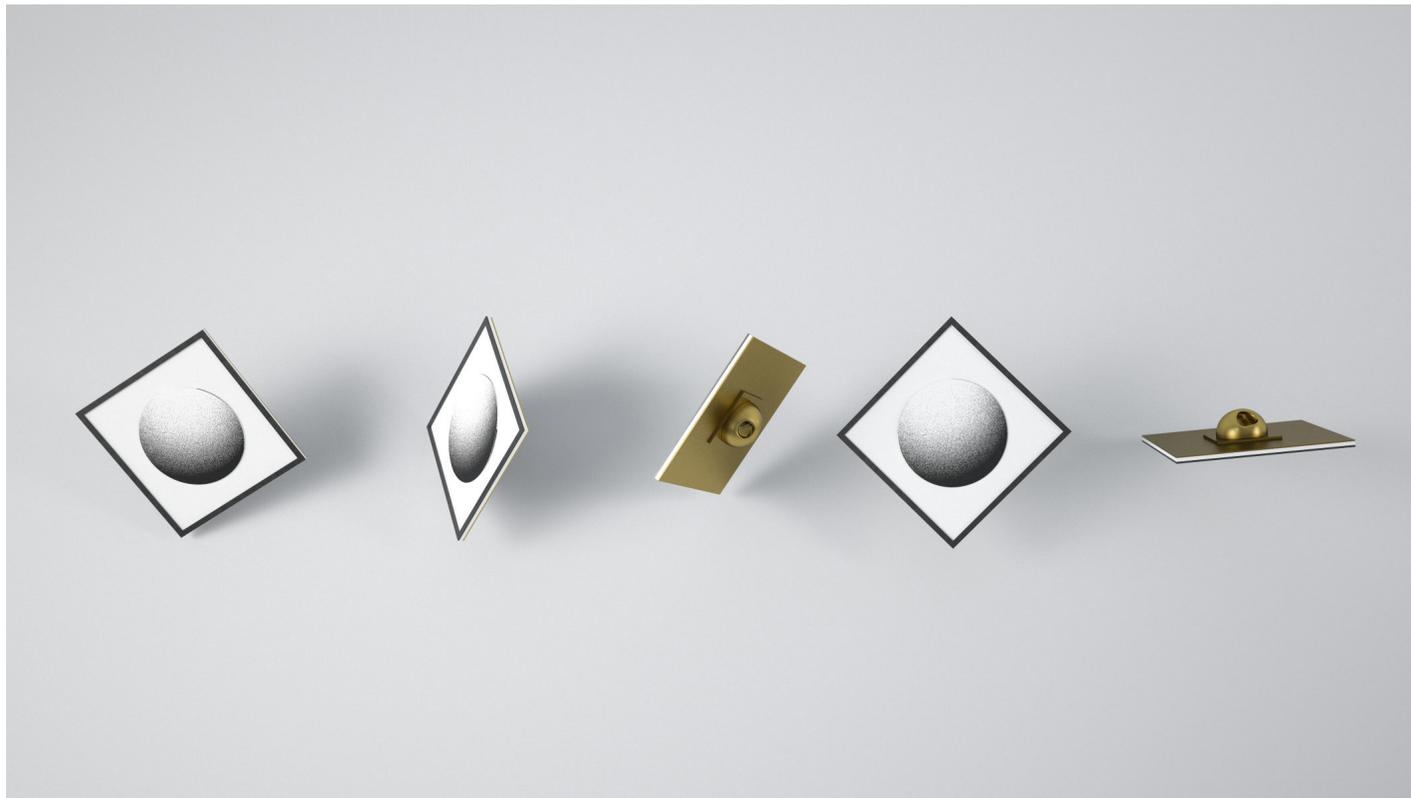
Para el diseño del afiche se tomó en cuenta el objetivo de informar y introducir y publicitar el proyecto a través de una ilustración coleccionable que en globara y representará la nueva perspectiva de diseño 3d la nueva “forma”, en la que se basa Polígonos por lo que se desarrolló un diseño simple y sobrio acompañado de elementos gráficos pertenecientes a la línea gráfica que mantienen la estética de diseño brutalista conectando con la característica de disrupción del concepto.





Pin: El diseño del pin al igual que el resto de las piezas de merchandise busca reforzar la identidad gráfica del proyecto, con una percepción institucional el diseño de la primera edición es una presentación del concepto básico de una esfera y el volumen a través de la luz y sombra sobre el objeto.

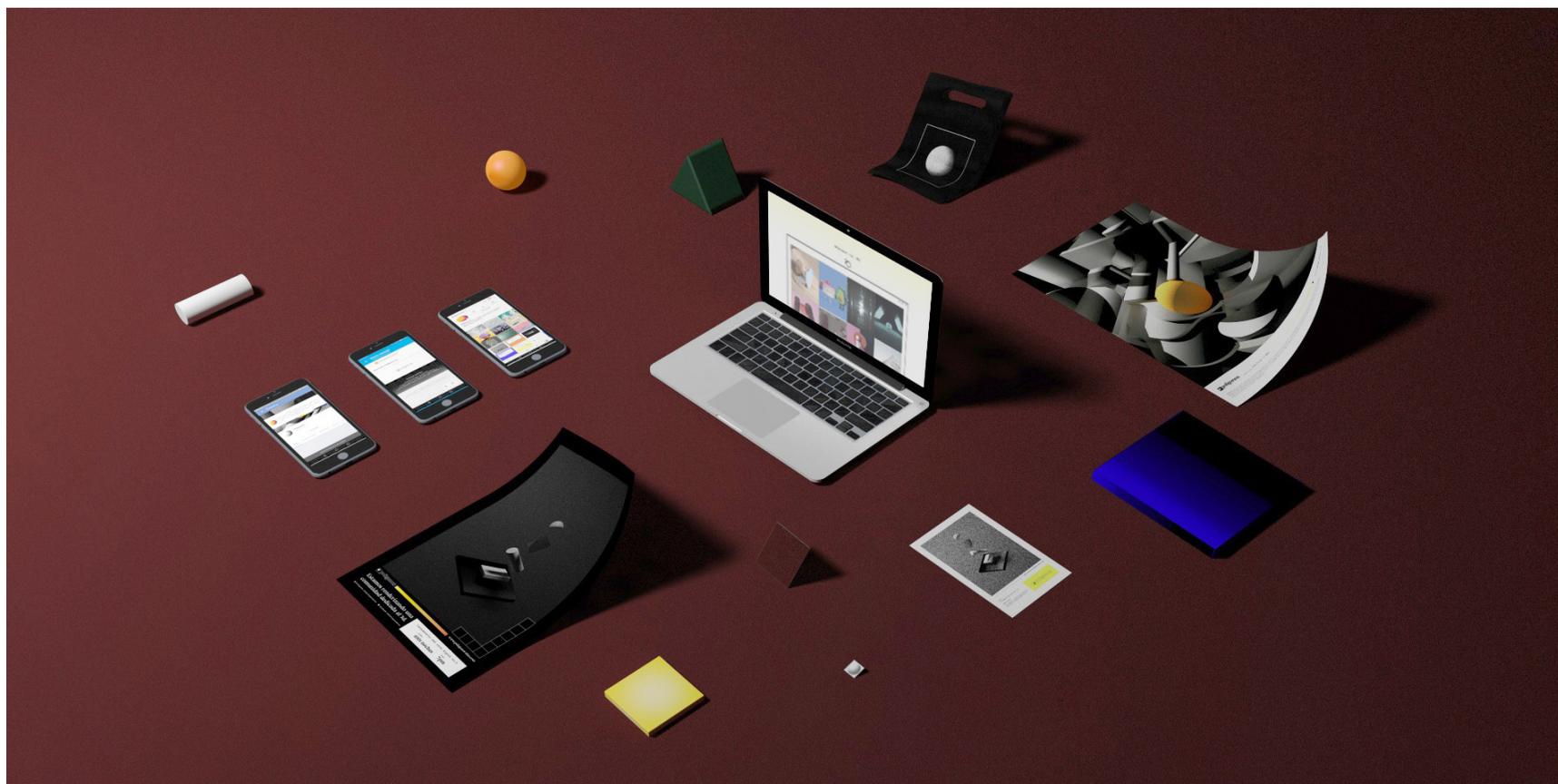
La pieza se trabajara con un soporte metálico y diseño de fotograbado, con el objetivo de ofrecer al usuario una pieza de colección y no desechable.





14.2 PROPUESTA FINAL

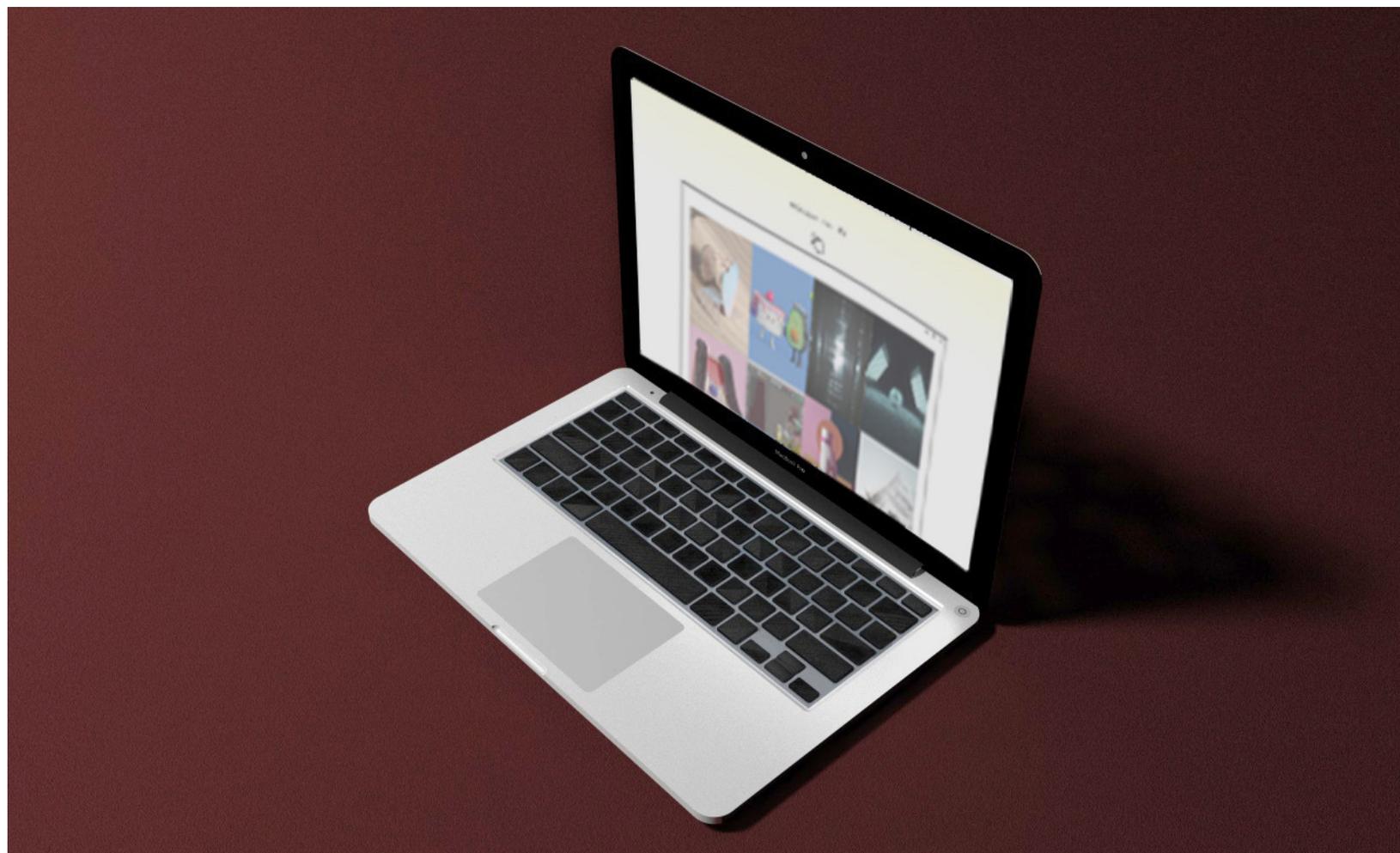
A continuación se presenta las propuesta finales y lla información técnica.





Diseño de sitio web

Formato: Web 12 Columnas
Soporte: Digital
Tamaño: 1600px de ancho
variación en tamaños de alto.





Mailing

Formato: JPG, GIF, MP4
Soporte: Digital
Plataforma: Chimpmail
Tamaño: 1600px de ancho
variación en tamaños de alto.

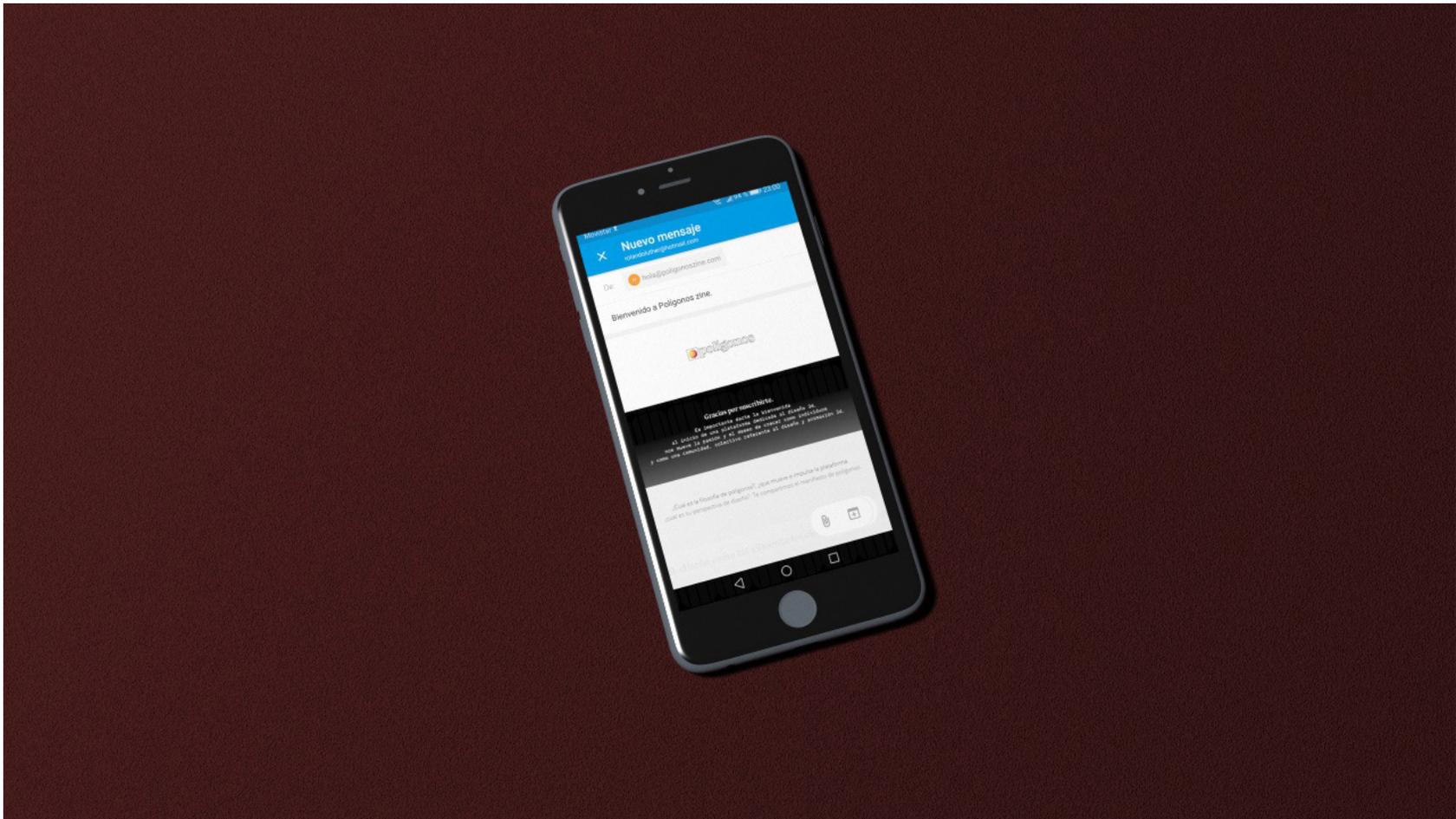
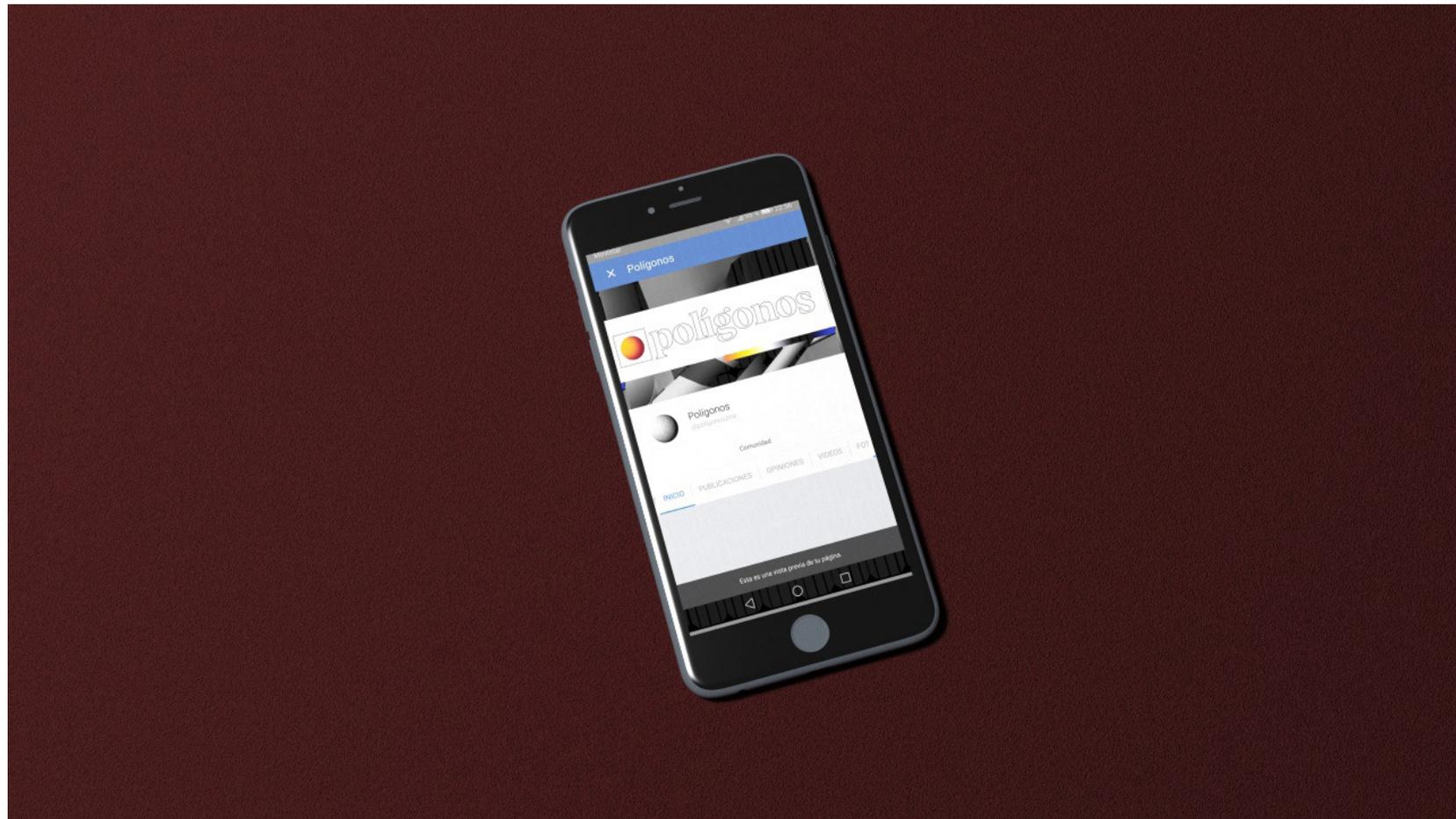




Imagen de redes sociales

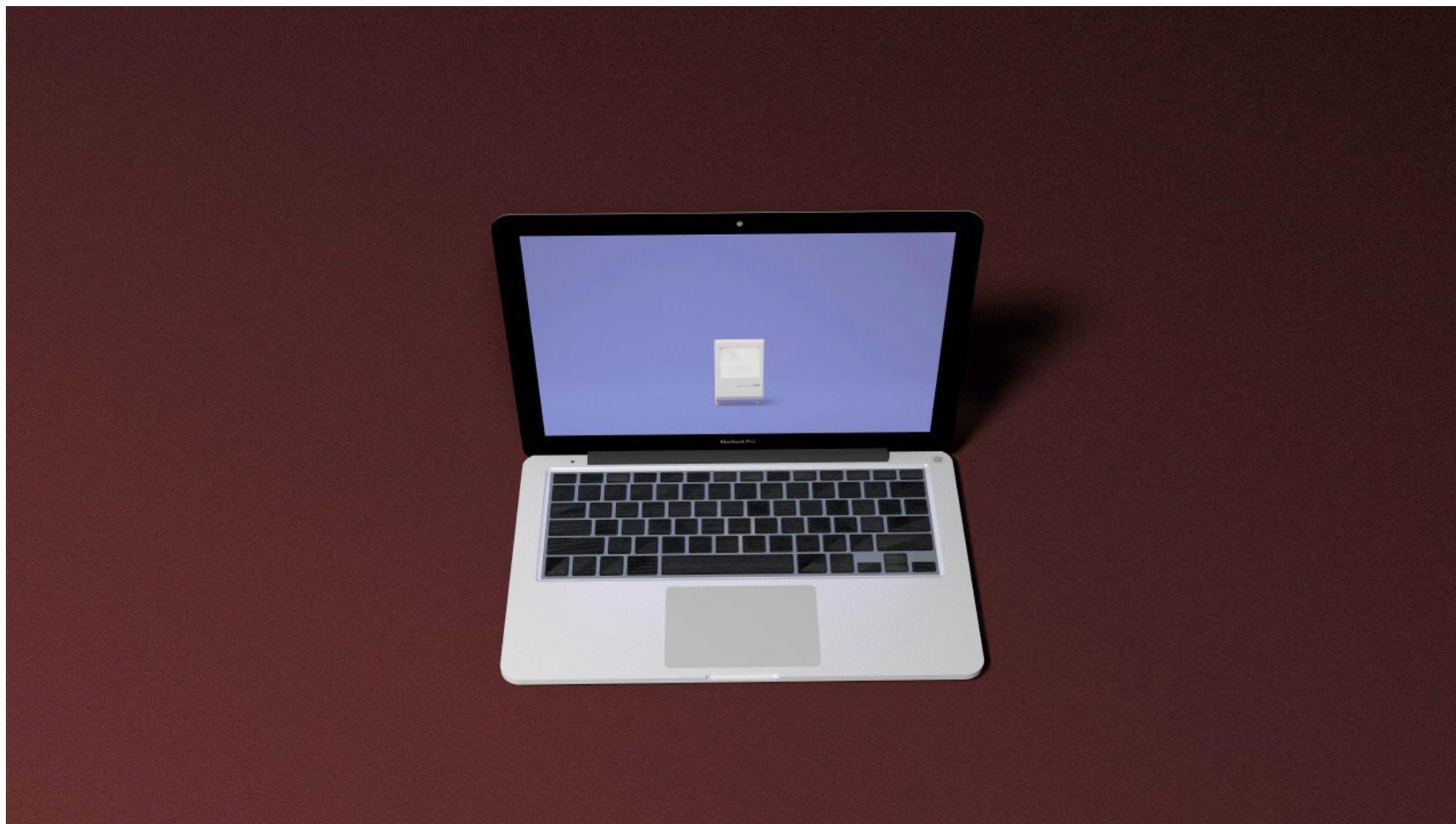
Formato: JPG
Soporte: Digital
Tamaño: 1200x1200px,
820x312px, 900x900px





Presentacion de evento

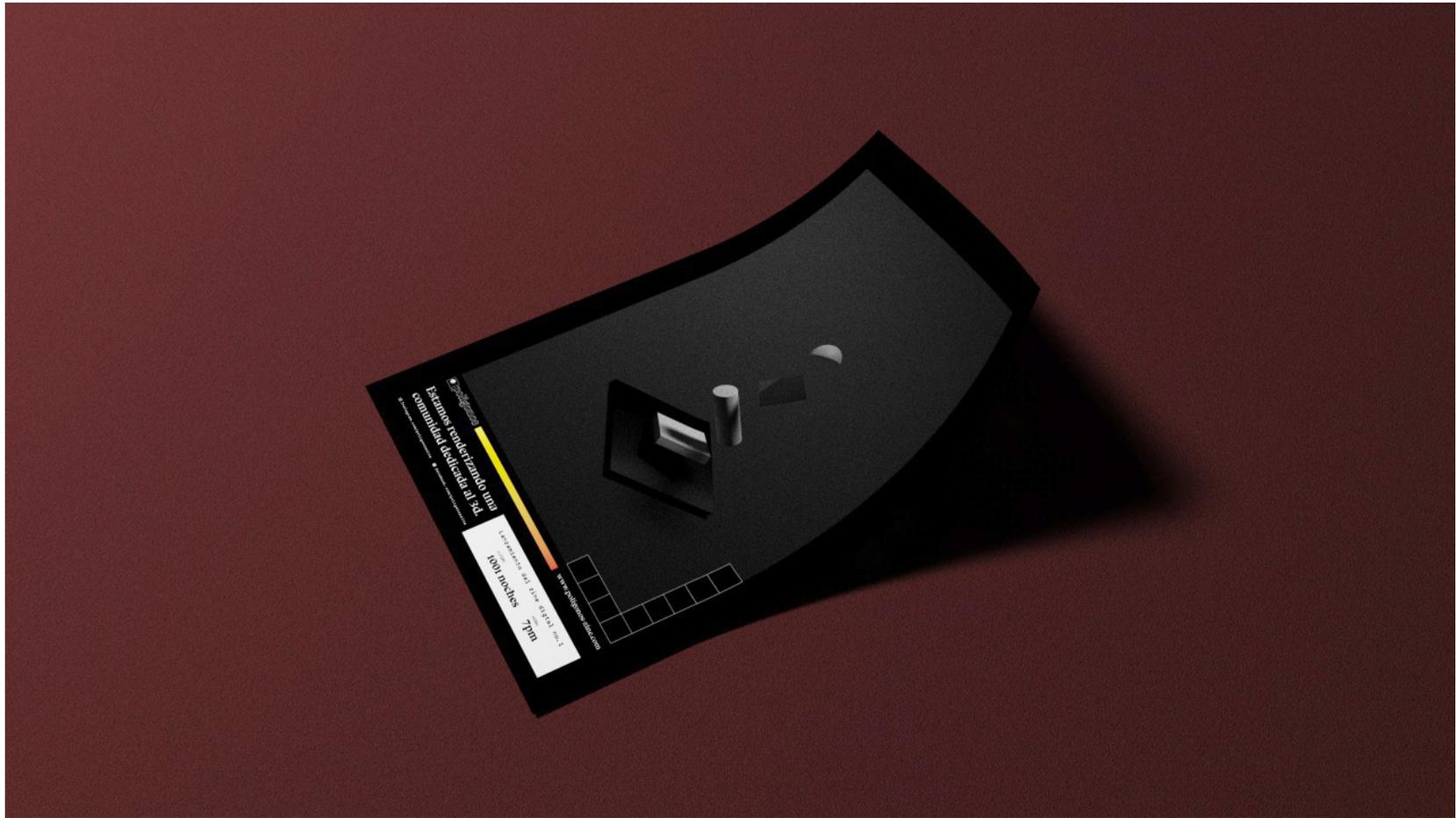
Formato: mp4
Soporte: Digital
Tamaño: 1280x720px
duarcion: 30seg





Afiche publicitario de evento

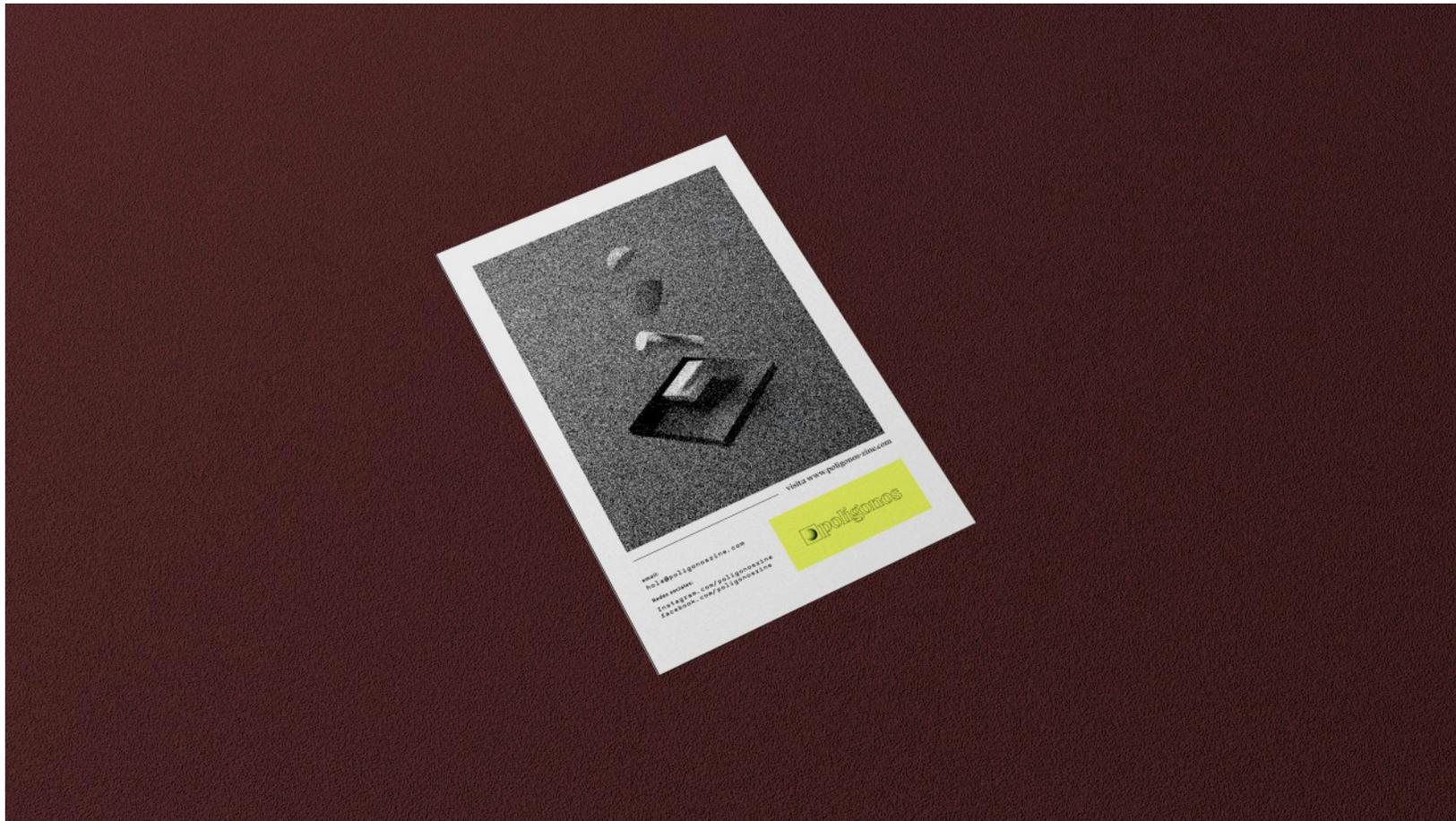
Formato: Tabloide
Soporte: Bond 120grms
Tamaño: 11x17pulgadas





Postal publicitaria

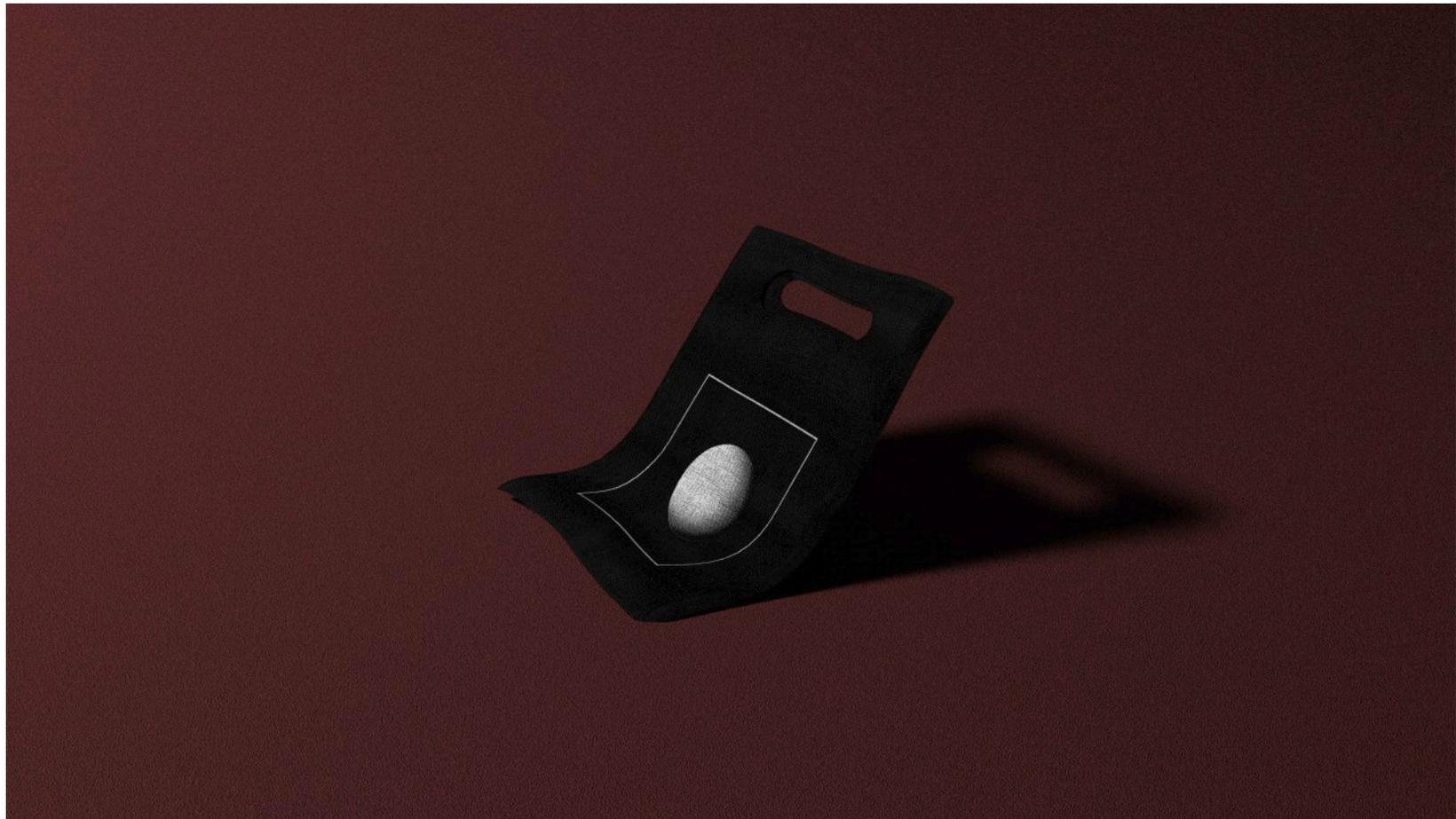
Formato: Media carta
Soporte: Bond 120grms
Tamaño: 5.5x8.5 pulgadas





Bolsa (Totebag)

material: tejido biodegradable
Aplicación: Serigrafía
Tamaño: 12x14 pulgadas





Postal publicitaria

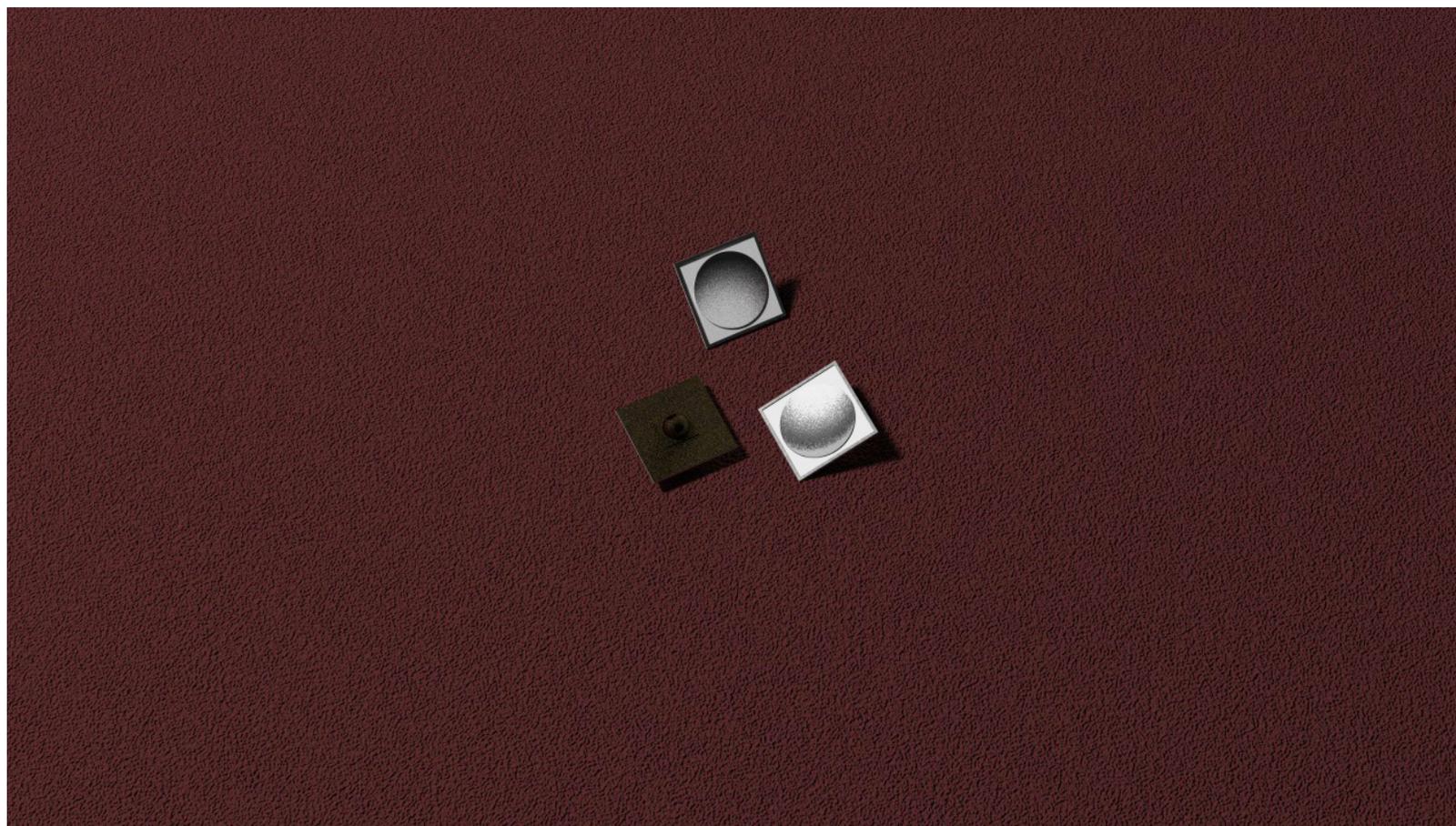
Formato: A2
Soporte: Bond 120grms
Tamaño: 18X24 pulgadas

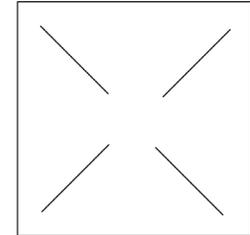
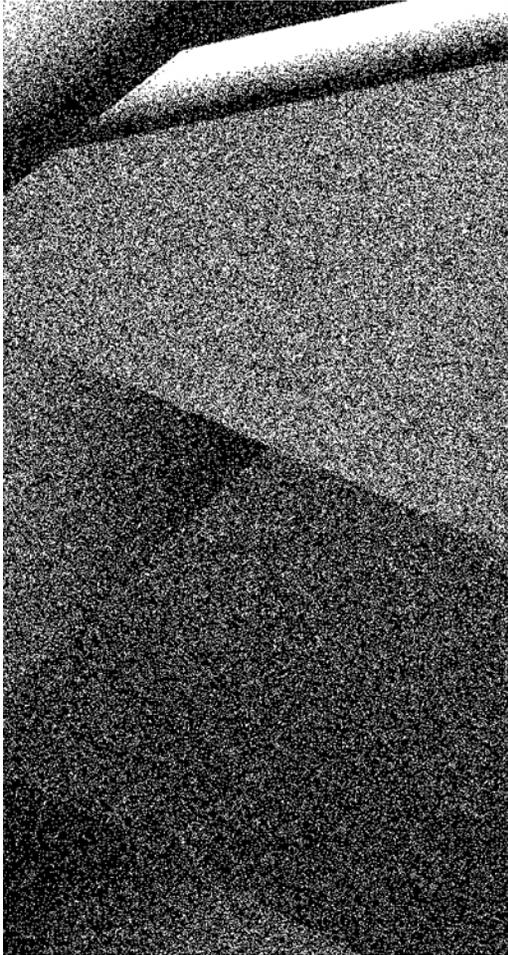




Pin metalico

Formato: Rectangular
Tipo: Fotograbado
Tamaño: 3/4 x 3/4 de pulgada





Gestión de la implementación de diseño:

15.0 Producción y reproducción

Proceso de entrega del diseño y planeación de reproducción.

En esta etapa se coloca, la información y datos de producción y reproducción de las piezas necesarias, con el objetivo de desarrollar instrucciones y recomendaciones claras sobre la manipulación de las piezas diseñadas.



15.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Para facilitar la reproducción de las piezas se en listará cada una de ellas individualmente, según correspondan sus aspectos técnicos:

FASE I

Video publicaciones

Nombre del Archivo: 01.mp4, 02.mp4, y 03.mp4

Tamaño: 1200x1200px

Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: MP4

Duración: 10seg

Desarrollado en: Cinema 4d, y After effects CC 2016

No. de piezas: 3

Sitio web

Archivo: Prototipo Invision

Formato: 12 columnas

Desarrollado en: Illustrator CC 2016

FASE II

Publicaciones

Nombre del Archivo: 01.jpg - 05.jpg

Tamaño: 1200x1200px

Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: JPG

Desarrollado en: Illustrator CC 2016

No. de piezas: 5

Postal

Nombre del Archivo: Postal.pdf

Tamaño: 5.5x8.5plg

Modo de Color: CMYK

Tipo de Archivo: PDF

Soporte: Opalina

Desarrollado en: Illustrator CC 2016

No. de piezas: 60

Mailing

Nombre del Archivo: 01.jpg - 05.jpg

Tamaño: 1200x1800

Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: JPG

Plataforma: Chimpmail

Desarrollado en: Illustrator CC 2016

No. de piezas: 5

FASE III

Publicaciones

Nombre del Archivo: 06.jpg - 10.GIF

Tamaño: 1200x1200px

Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: JPG, GIF

Desarrollado en: Illustrator CC 2016 y After effects CC 2016

No. de piezas: 5

FASE IV

Publicaciones

Nombre del Archivo: 11.jpg, 14.jpg - 19.jpg

Tamaño: 1200x1200px

Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: JPG

Desarrollado en: Illustrator CC 2016

No. de piezas: 7

Video publicaciones

Nombre del Archivo: 12.mp4 y 13.mp4

Tamaño: 1200x1200px

Modo de Color: RGB

Tipo de Archivo: MP4

Desarrollado en: After effects CC 2016

No. de piezas: 2





Afiche evento

Nombre del Archivo: Afiche_evento.pdf
Tamaño: 11x17plg
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: PDF
Soporte: Opalina
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 30

FASE V

Publicaciones

Nombre del Archivo: 20.jpg - 22.jpg
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 3

FASE VI

Video presentacion

Nombre del Archivo: Presentacion.mp4
Tamaño: 1280x720px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: mp4
Desarrollado en: After effects CC 2016
No. de piezas: 1

Afiche

Nombre del Archivo: Afiche.pdf
Tamaño: 18x24plg
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: PDF
Soporte: Opalina
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 25

Pin

Nombre del Archivo: Diseño_pin.ai
Tamaño: 3/4 x 3/4 de plg
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: AI
Soporte: Metal
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 25

Bolsa

Nombre del Archivo: Arte_bolsa.ai
Tamaño: 7x7 plg
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: AI
Soporte: Tejido biodegradable
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 25

Publicaciones

Nombre del Archivo: 23.jpg
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 1

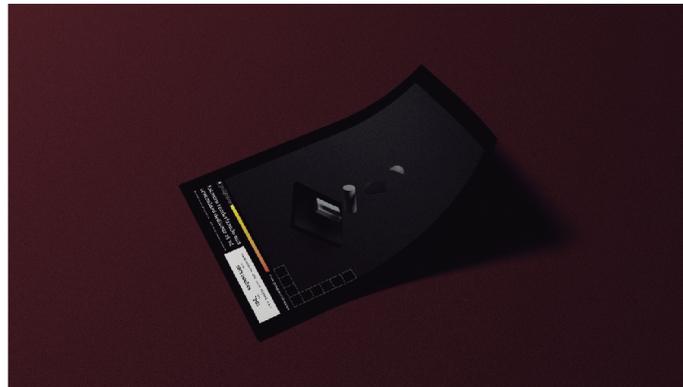
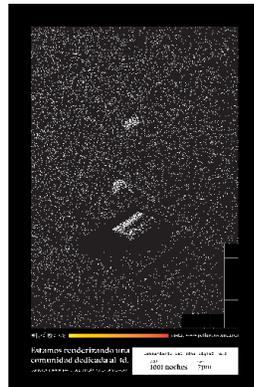
Publicaciones

Nombre del Archivo: 24.jpg - 28.jpg
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 6





Formato: Tabloide
Soporte: Bond 120grms
Tamaño: 11x17pulgadas



FECHA: 02 DE MAYO DE 2018	OTRO:	APROBADO	
ORDEN: #001			
CLIENTE: POLÍGONOS ZINE			
PRODUCTO: AFICHE PUBLICITARIO DE EVENTO			
MEDIDAS: 11 X 17 pulgadas			
MATERIALES: _____			
SE UTILIZÓ:  RGB	NUMERO DE PANTONE:		
NOMBRE DE ARCHIVO: AFICHE_EVENTO.PDF			FIRMA Y SELLO: _____
SOFTWARE: AI, PDF			FECHA: 02 DE MAYO DE 2018
TROQUEL: _____			
ACABADOS: _____			
BARNIZ UV <input type="checkbox"/> ESTAMPADO <input type="checkbox"/> FOIL <input type="checkbox"/> NUMERADO <input type="checkbox"/>			

Rolando Luther
Ilustración y animación 3d





Formato: A2
Soporte: Bond 120grms
Tamaño: 18x24pulgadas



poligonos 2018 Mayo 17 2018

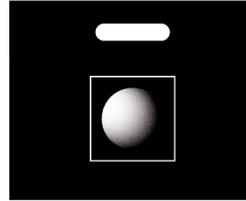
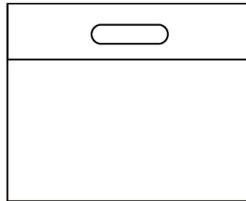


FECHA: 02 DE MAYO DE 2018	OTRO:	APROBADO
ORDEN: #001		
CLIENTE: POLÍGONOS ZINE		
PRODUCTO: AFICHE DE COLECCION		
MEDIDAS: 18 X 24pulgadas		
MATERIALES: _____		
SE UTILIZÓ:  RGB	NUMERO DE PANTONE:	
NOMBRE DE ARCHIVO: AFICHE.PDF		
SOFTWARE: AI, PDF		
TROQUEL: _____		
ACABADOS: _____		
BARNIZ UV <input type="checkbox"/> ESTAMPADO <input type="checkbox"/> FOIL <input type="checkbox"/> NUMERADO <input type="checkbox"/>		
Rolando Luther <small>Ilustración y animación 3d</small>		FIRMA Y SELLO:  FECHA: 02 DE MAYO DE 2018





material: tejido biodegradable
Aplicación: Serigrafía
Tamaño bolsa: 12x14 pulgadas

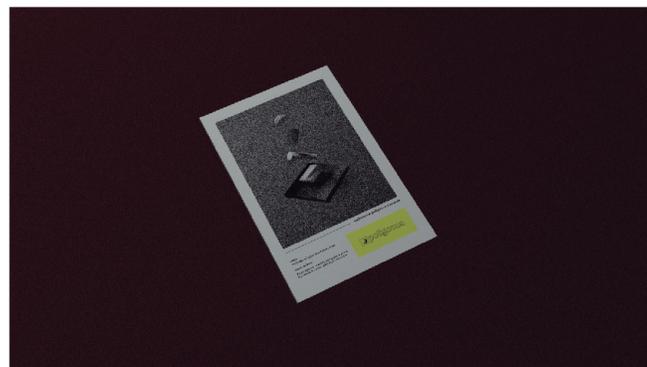
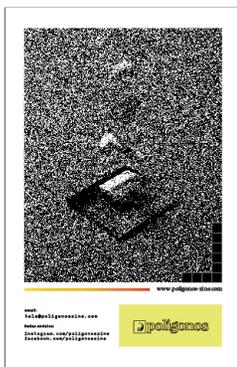


FECHA: 02 DE MAYO DE 2018	OTRO: SERIGRAFIA, COLOR: BLANCO	APROBADO
ORDEN: #001		
CLIENTE: POLÍGONOS ZINE		
PRODUCTO: BOLSA		
MEDIDAS: BOLSA:12X14 - DISEÑO: 7X7pulgadas		
MATERIALES: _____		
SE UTILIZÓ: RGB	NUMERO DE PANTONE:	
NOMBRE DE ARCHIVO: ARTE_BOLSA.AI		
SOFTWARE: AI		
TROQUEL: _____		
ACABADOS: _____		
BARNIZ UV <input type="checkbox"/> ESTAMPADO <input type="checkbox"/> FOIL <input type="checkbox"/> NUMERADO <input type="checkbox"/>		
Rolando Luther <small>Ilustración y edición de arte</small>		FIRMA Y SELLO: FECHA: 02 DE MAYO DE 2018





Formato: Media carta
Soporte: Opalina
Tamaño: 5.5x8.5pulgadas

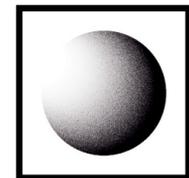
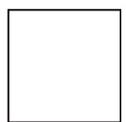


FECHA: 02 DE MAYO DE 2018	OTRO:	APROBADO
ORDEN: #001		
CLIENTE: POLÍGONOS ZINE		
PRODUCTO: POSTAL		
MEDIDAS: 5.5X 8.5pulgadas		
MATERIALES: _____		
SE UTILIZÓ:  RGB	NUMERO DE PANTONE:	
NOMBRE DE ARCHIVO: POSTAL.PDF		
SOFTWARE: AI, PDF		
TROQUEL: _____		
ACABADOS: _____		
BARNIZ UV <input type="checkbox"/> ESTAMPADO <input type="checkbox"/> FOIL <input type="checkbox"/> NUMERADO <input type="checkbox"/>		
Rolando Luther <small>Ilustración y animación 3d</small>		FIRMA Y SELLO:  FECHA: 02 DE MAYO DE 2018





Formato: Rectangular
Tipo: Fotograbado
Tamaño: 3/4 x 3/4 de pulgada



FECHA: 02 DE MAYO DE 2018	OTRO: TECNICA DE FOTOGRAFADO SOPORTE: METAL DORADO	APROBADO FIRMA Y SELLO:  FECHA: 02 DE MAYO DE 2018
ORDEN: #001		
CLIENTE: POLÍGONOS ZINE		
PRODUCTO: PIN METALICO		
MEDIDAS: 3/4 X 3/4 de pulgadas		
MATERIALES: _____		
SE UTILIZÓ:  RGB	NUMERO DE PANTONE:	
NOMBRE DE ARCHIVO: DISEÑO_PIN.AI		
SOFTWARE: AI		
TROQUEL: _____		
ACABADOS: _____		
BARNIZ UV <input type="checkbox"/> ESTAMPADO <input type="checkbox"/> FOIL <input type="checkbox"/> NUMERADO <input type="checkbox"/>		

Rolando Luther
Ilustración y animación 3D





15.2 CARTA PARA CENTRO DE IMPRESIÓN O IMPRENTA

Guatemala 09 de Mayo de 2018

A quien interese:

Informe Técnico

El motivo de la presente es para explicar las especificaciones técnicas de las piezas que pertenecen a Poligonos zine. Se realizó la estrategia y plan lanzamiento de diferentes piezas con el motivo de presentar ante el gremio el proyecto y el lanzamiento de la primera edición del zine. En el siguiente informe se detallan las especificaciones para el manejo, reproducción en implementación de las piezas que conforman el proyecto. Estas se dividen en 6 fases y van acompañada de un CD con los documentos que se detallan a continuación:

FASE I

Video publicaciones

Nombre del Archivo: 01.mp4, 02.mp4, y 03.mp4
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: MP4
Duración: 10seg
Desarrollado en: Cinema 4d, y After effects CC 2016
No. de piezas: 3

Sitio web

Archivo: Prototipo Invision
Formato: 12 columnas
Desarrollado en: Illustrator CC 2016

FASE II

Publicaciones

Nombre del Archivo: 01.jpg - 05.jpg
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 5

Postal

Nombre del Archivo: Postal.pdf
Tamaño: 5.5x8.5plg
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: PDF
Soporte: Opalina
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 80

Mailing

Nombre del Archivo: 01.jpg - 05.jpg
Tamaño: 1200x1800
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG
Plataforma: Chimpmail
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 5

FASE III

Publicaciones

Nombre del Archivo: 06.jpg - 10.GIF
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG, GIF
Desarrollado en: Illustrator CC 2016 y After effects CC 2016
No. de piezas: 5

FASE IV

Publicaciones

Nombre del Archivo: 11.jpg, 14.jpg - 19.jpg
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 7

Video publicaciones

Nombre del Archivo: 12.mp4 y 13.mp4
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: MP4
Desarrollado en: After effects CC 2016
No. de piezas: 2

Afiche evento

Nombre del Archivo: Afiche_evento.pdf
Tamaño: 11x17plg
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: PDF
Soporte: Opalina
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 30

FASE V

Publicaciones

Nombre del Archivo: 20.jpg - 22.jpg
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 3

FASE VI

Video presentación

Nombre del Archivo: Presentacion.mp4
Tamaño: 1280x720px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: mp4
Desarrollado en: After effects CC 2016
No. de piezas: 1

Afiche

Nombre del Archivo: Afiche.pdf
Tamaño: 18x24plg
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: PDF
Soporte: Opalina
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 15

Sin otro particular, estoy a las órdenes por cualquier comentario o duda sobre los artes.

Un cordial saludo,

Atentamente.

Rolando Luther

Teléfono: 5645-2254

Correo: hello@rolandoluther.com

Pin

Nombre del Archivo: Diseño_pin.ai
Tamaño: 3/4 x 3/4 de plg
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: AI
Soporte: Metal
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 15

Bolsa

Nombre del Archivo: Arte_bolsa.ai
Tamaño: 7x7 plg
Modo de Color: CMYK
Tipo de Archivo: AI
Soporte: Tejido biodegradable
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 15

Publicaciones

Nombre del Archivo: 23.jpg
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 1

Publicaciones

Nombre del Archivo: 24.jpg - 28.jpg
Tamaño: 1200x1200px
Modo de Color: RGB
Tipo de Archivo: JPG
Desarrollado en: Illustrator CC 2016
No. de piezas: 6





15.3 INFORME TÉCNICO DE LOS ARCHIVOS FINALES

A continuación se presenta el informe dirigido al administrador de Polígonos, quien tendría a su cargo todo el desarrollo y las piezas diseñadas en la fase estratégica de comunicación y el lanzamiento del proyecto Polígonos, con el objeto de comprender la distribución de los archivos, así mismo evidenciar que se encuentre los archivos en el CD los cuales se encuentran segmentados de la siguiente manera:

Material Digital

- Sitio web (link de prototipo).
- Publicaciones de redes sociales
- Imágenes de perfil
- Mailing
- Animación de logotipo
- Presentación

Material Impreso

- Afiche de evento
- Postal

Merchandise

- Afiche
- Pin
- Bolsa





15.4 PRESUPUESTO DE REPRODUCCIÓN

Para el desarrollo de la producción y reproducción del material diseñado para el proyecto se tomó en cuenta las especificaciones de diseño y técnicas de cada pieza, y se elaboró por pieza una tabla de descripción. además de una breve descripción de desarrollo y proceso para la elaboración de la pieza, como también se adjunta por pieza una tabla de cotizaciones para la reproducción de las piezas y la producción del sitio web. a continuación se presenta cada uno de los datos desarrollado por pieza. **(Ver Anexo 16 documentos de cotizaciones).**

Servicios cotizados

Godaddy.com

Dirección web: <https://www.godaddy.com> Telefono: 24/7 (480) 505-8877

1and1.com

Dirección web: <https://www.1and1.com/> Telefono: 24/7 1-866-991-2631

Cromoprint

Dirección: 45 Calle 19-40 zona 12 Local 120 CC Gran Portal Petapa, Ciudad de Guatemala Telefono: 2460 3018 / Correo Electronico: ssantamaria@cromoprint.com

Vision Digital

2a calle 17-88 zona 15 VHII, CC. Pacific Vista Hermosa, Ciudad de Guatemala
Telefono: 2320 3000 / Correo Electronico: visiondigital11@gmail.com

Plus Print

Ciudad de Guatemala
Telefono: 4288 - 6790 / Correo Electronico: infoplusprint@gmail.com

Grupo Premia

15 avenida. 8-60, zona 13. Ciudad de Guatemala
Telefono: 2201-0500 / Correo Electronico: zona13@grupopremia.com





Sitio Web

Para la producción, del sitio web, se realizó las siguientes especificaciones técnicas, y la reproducción de la pieza.

Pieza	Sitio web
Archivo	--
No #	1
Formato	Personalizado
Medida	1600x""px
Soporte	Digital
Programa o Dominio	Poligonos-zine.com
Resolución	72dpi
Audio/animación	no

Se desarrolló cotizaciones generales sobre el dominio y hosting en los sitios colocados en la tabla de cotización. Con base a la información obtenida se recabo información de paquetes y ofertas para la compra de dominio en ambos sitio y se coloco el precio general de cada uno que puede variar según se adquiera el paquete deseado.

Descripción	Lugar	Precio
Dominio y host	Godaddy.com	\$9.99 mensual
Dominio y host	1and.con	\$8.90 mensual





Publicaciones de expectativa

Pieza	Publicaciones
Archivo	01.mp4, 02.mp4 y 03.mp4
No #	3
Formato	Video
Medida	1200x1200px
Plataforma	Facebook

Se cotizó en Facebook el costo de para publicitar los las publicaciones en el formato de video, de esta manera se puede observar en la cotización, las características y detalles de alcance por publicación individual en la cotización.

Descripción	Lugar	Precio
Video publicación	Facebook	\$35.00c/u

Afiche de evento

Pieza	Publicaciones
Archivo	Afiche_evento.pdf
No #	20
Formato	Tabloide
Medida	11x17 pulgadas
Soporte	Opalina

Se cotizó en Facebook el costo de para publicitar los las publicaciones en el formato de video, de esta manera se puede observar en la cotización, las características y detalles de alcance por publicación individual en la cotización.(Ver Anexo #14, cotización de Facebook).

Descripción	Lugar	Precio
Afiche	Visión digital	Q24.00c/u





Afiche

Para la producción, del afiche, se realizó las siguientes especificaciones técnicas, y la reproducción de la pieza.

Pieza	Afiche
Archivo	Afiche.pdf
No #	25
Formato	A2
Medida	26 x 33pulgadas
Soporte	Bond
Calibre	70grms
Sistema De impresión	Impresión digital
Tiro y Retiro	n/h
Acabados	n/h
Otro	n/h

De acuerdo a la cotización desarrollada para el afiche se preparó una tabla que especifica los precios por unidad según el proveedor, se especificó el tamaño y el material a utilizar.

Descripción	Lugar	Precio
Afiche A2	CromoPrint	Q 45.00c/u
Afiche A2	Visión Digital	Q42.14c/u

Postal

Para la producción, de la postal, se realizó las siguientes especificaciones técnicas, y la reproducción de la pieza.

Pieza	Postal
Archivo	Postal.pdf
No #	75
Formato	Media carta
Medida	5.5 x 8.5pulgadas
Soporte	Opalina
Calibre	90grms
Sistema De impresión	Impresión digital
Tiro y Retiro	n/a
Acabados	n/h
Otro	n/h

de acuerdo a la cotización desarrollada para la postal se preparó una tabla que especifica los precios por unidad según el proveedor, se especificó el tamaño y el material a utilizar.

Descripción	Lugar	Precio
Postales	CromoPrint	Q10.00c/u
Postales	Visión Digital	Q15.00c/u





Pin

Para la producción, del pin, se realizó las siguientes especificaciones técnicas, y la reproducción de la pieza.

Pieza	Publicaciones
Archivo	Diseño_pin.ai
No #	1
Material	Tipo fotograbable
Medida	3/4 x 3/4 de pulgada
Soporte	Metal

Para la reproducción del pin, se realizó la siguiente cotización de pin metálico de estilo fotograbado, precio unitario.

Descripción	Lugar	Precio
Pin metálico fotograbado	Grupo Premia	Q31.00c/u

Bolsa

Para la producción de la bolsa, se realizó las siguientes especificaciones técnicas, y la reproducción de la pieza.

Pieza	Publicaciones
Archivo	Arte_bolsa.ai
No #	1
Material	Serigrafía
Medida	7x7pulgadas
Soporte	Tejido biodegradable

Para la reproducción de la bolsa, se realizó la siguiente cotización de bolsas biodegradables y desarrollo de serigrafía para el diseño, precio unitario.

Descripción	Lugar	Precio
Bolsa Biodegradable Serigrafía	Plus print	Q45.00c/u





15.5 PRESUPUESTO DE REPRODUCCIÓN

Se desarrollo el presupuesto de diseño con base a los requerimientos y tareas elaboradas que parten desde diseño estrategia y soluciones creativas, la investigación y desarrollo de concepto se ven colocadas dentro del presupuesto como trabajo teórico de diseño, la elaboración de piezas se desglosa en elementos gráficos e ilustraciones como propuestas, luego dentro de la tabla se puede observar el cargo individual por pieza desarrollada.

No. de piezas	Pieza	Precio	Subtotal
1	Sitio web	Q.64.00	Q.64.00
3	Pauta Videos de expectativa	Q.245.00	Q.735.00
60	Postales	Q.10.00	Q.600.00
30	Afiches de evento	Q.24.00	Q.720.00
15	Afiche de edición uno	Q.42.00	Q.630.00
15	Pines metálicos	Q.31.00	Q.465.00
15	Bolsas biodegradables (totebag)	Q.45.00	Q.675.00
		Total:	Q.3889.00



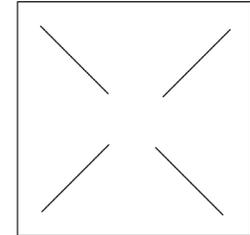
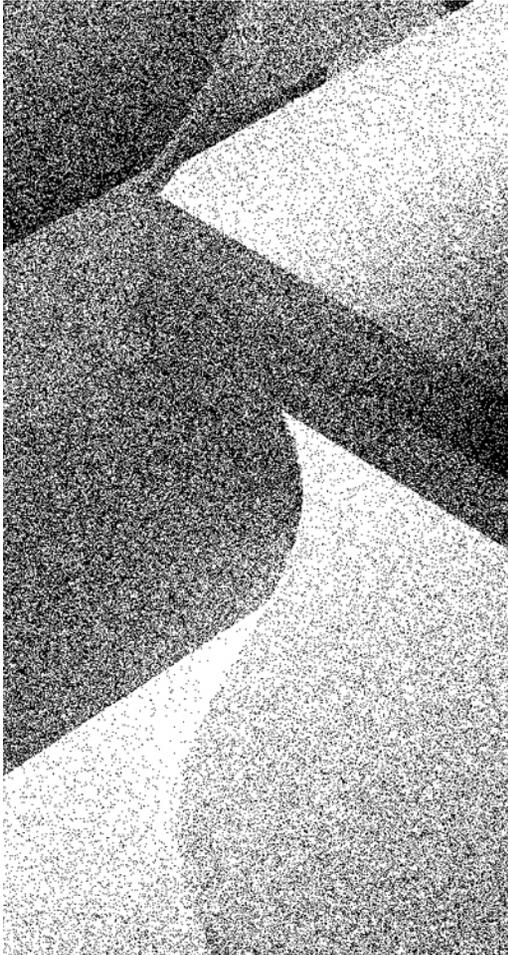


15.6 PRESUPUESTO DE DISEÑO

Se desarrollo el presupuesto de diseño con base a los requerimientos y tareas elaboradas que parten desde el diseño de identidad gráfica, estas se ven colocadas dentro del presupuesto el cual esta desarrollado con base a el tarifariode la Cámara de Diseñadores en Comunicación Visual con un Cliente tipo C. Se enlista y se desglosa por número de pieza, luego dentro de la tabla se puede observar el cargo individual por pieza desarrollada.

No. de piezas	Pieza	Precio	Subtotal	Total
1	Identidad visual	Q.3000.00	Q.3000.00	Q.3000.00
2	Ilustraciones	Q.1600.00	Q.3200.00	Q.6200.00
1	Diseño de sitio web	Q.3800.00	Q.3800.00	Q.10,000.00
23	Publicaciones de redes sociales estáticas	Q.240.00	Q.5520.00	Q.15,520.00
5	Publicaciones de redes sociales animadas	Q.400.00	Q.2000.00	Q.17,520.00
1	Diseño afiches de evento	Q.350.00	Q.350.00	Q.17,870.00
1	Diseño de postal	Q.260.00	Q.630.00	Q.18,500.00
1	Diseño de animación de logo	Q.800.00	Q.800.00	Q.19,300.00
1	Diseño de animación de presentación	Q.1200.00	Q.1200.00	Q.20,500.00
5	Diseño de Mailing	Q.400.00	Q.2000.00	Q.22,500.00
1	Diseño Pines metálicos	Q.260.00	Q.260.00	Q.22,760.00
1	Diseño bolsas biodegradables (totebag)	Q.240.00	Q.240.00	Q.23,000.00
			Total sin IVA:	Q.23,000.00
			Total:	Q. 25,760.00





Gestión de la implementación de diseño:

16.0 Conclusiones y recomendaciones

Cierre del proyecto y valoración de resultados.

En esta fase se presentan las conclusiones del proyecto, las ideas finales y la solución que responde a los objetivos planteados y el proceso elaborado a lo largo del proyecto. Las recomendaciones son experiencias alternativas que surgen de la investigación y recopilación de contenido para reforzar y el proceso y los objetivos planteados.



Conclusiones

- Se desarrolló una propuesta de imagen gráfica con base a los resultados del estudio de grupo objetivo y la investigación de marco teórico, diseñando una identidad visual flexible y adaptable a diferentes formatos como también se generó un código de elementos gráficos que refuerza la identidad y el concepto detrás de Polígonos a través de formas, gradientes y una jerarquía contrastante de tipografías.
- Se diseñó el sitio web tomando en cuenta los objetivos de la pieza, y el marco teórico de diseño web, en el que se evidenció el desarrollo de una estructura simple y una retícula basada en columnas de manera que el usuario pueda observar el contenido y siguiendo una guía visual tradicional caracterizada por la estética y los contrastes.
- Se creó una propuesta de material informativo para redes sociales con el objetivo de presentar y lanzar el proyecto por medio del evento de la primera edición, esto se logró a través de una estrategia de contenido en redes sociales y medios alternativos basada en las necesidades del grupo objetivo y la investigación de marco teórico de marketing en el desarrollo de un vínculo con el usuario, la atracción a técnica y estética del diseño 3d.

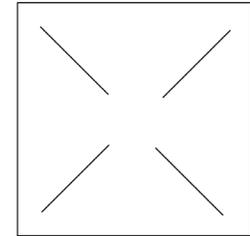
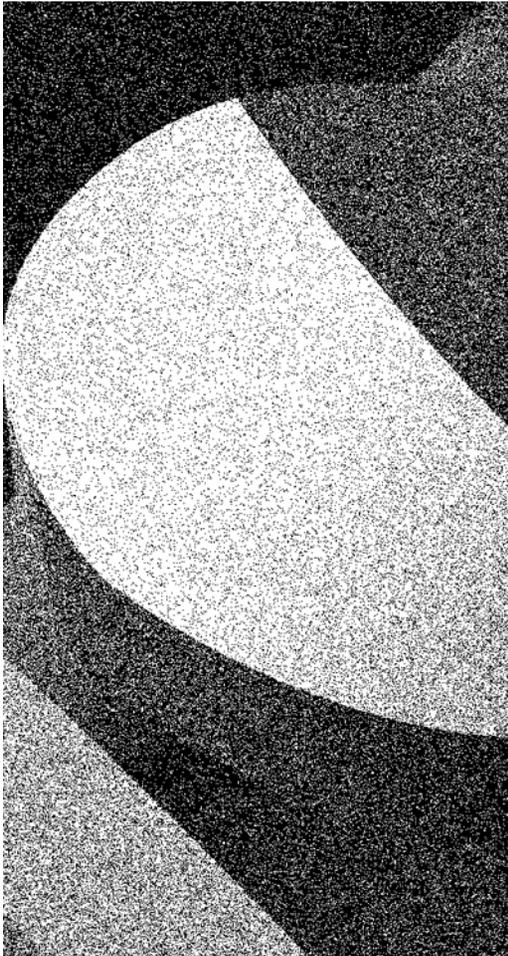




Recomendaciones

- Al desarrollar un proyecto de emprendimiento se recomienda investigar y estudiar que representa emprender mas allá de lo teórico, es necesario cuestionar y explorar las posibilidades, entender la problemática y sentir pasión por el proyecto, para esto es necesario asistir a talleres, charlas, cursos sobre emprendimiento y sobre el tema que se desea trabajar para poder contextualizar el proyecto de manera acertada.
- Al trabajar la identidad gráfica de una plataforma de diseño es importante tomar analizar y encontrar maneras estratégicas de hacer visible la gráfica sin afectar el contenido publicado, de manera que al bocetar y preparar la codificación del mensaje se genere conciencia acerca de los elementos gráficos, el color la tipografía y la diagramación para emplearlos de una manera astuta.
- Es importante que al desarrollar propuestas para un proyecto de diseño 3d, se debe observar referencias en detalles técnicos y no solamente estéticos, la inspiración y referencia de softwares y hardwares, estudiar y entender el lenguaje técnico y los vínculos de diseño general al diseño 3d. Además de incluir en el marco teórico la función y preparación de 3d, se puede tomar en cuenta en conceptualización y codificación de mensaje para diseñar una comunicación acertada y vinculada al grupo objetivo.





Gestión de la implementación de diseño:

17. Referencias

Listado de todas las fuentes consultadas.

En referencias se encuentra en listadas las bibliografías, nombres y fechas de los documentos consultados para la elaboración del marco de referencia y el marco teórico como también los sitios web visitados y los enlaces de cada página.

REFERENCIAS

Arango, Santiago. Youngmarketing.com, Que se necesita para el camino del emprendimiento, Disponible en línea. 2017. Consultado en 2017

Belloch, Consuelo. Las Tecnologías de la Información y Comunicación. (2012). Universidad de Valencia. Disponible en línea. Consultado en 2017

Bulent Yusuf, Best 3D Design/3D Modeling Softwares, (2017) www.all3dp.com Disponible en línea. Consultado en 2018.

Cabero, J. (2005) Cibersociedad y juventud: la cara oculta (buena) de la Luna, en AGUIAR, M.V. y FARRAY, J.I. 2005, Web Consultado en 2017

Caldwell, Cath, y Zappaterra, Yolanda. Diseño editorial: periódicos y revistas / medios impresos y digitales. ES: Editorial Gustavo Gili, 2014. Web. Consultado en 2017

Chavarría Cristina, ¿Porque emprender al terminar la u?. Conferencia del Festival Vértice 2017, en La Universidad Rafael Landívar.

Córcoles Tendero, José Eduardo, y Montero Simarro, Francisco. Diseño de interfaces web. ES: RA-MA Editorial, 2014.Web. Consultado en 2017

De Bono Edward, El ensamiento Creativo (1994) Disponible en línea, Paidós plural editorial Consultado en 2018

DefinicionDe, Emprendimiento, DefinicionDe.com, Disponible en línea. 2017 Consultado en 2017

Digital lab CGI, ¿Qué es el 3D?, Digitallabcgi.com, Disponible en línea, 2015 Consultado en 2017

Eleconomista.es, Tipos de financiación para emprendedores, Eleconomista.es, (2013). Disponible en Línea. Consultado en 2018

Elohir, Amaury, Physical basad Render AMR, Estados Unidos, 2016. Consultado en 2017

Frascara, Jorge. El diseño de comunicación. AR: Ediciones Infinito, 2012. Web. Consultado en 2017

Fraser Tom, Color La guia completa (2005) Taschen, Barcelona. Consultado en 2018

Inbound cyle Agency, ¿Que es el Inbound Marketing? (2017) Consultado en 2018

Johnson y Thomas, The Illusion of Life: Disney Animation (1995) Estados Unidos, Editorial: Disney Editiions. Consultado en 2017

Joan Costa, Imagen Corporativa Del Siglo XXI (2009), La Cru-fja, Buenos Aires. Consultado en 2018.

Julier, Guy. La cultura del diseño ES: Editorial Gustavo Gili, 2010. Web. Consultado en 2017

Lupton Ellen, Tipografía en pantalla - (2014) Editorial Gustavo gill. Consultado en 2018

Melgar Natalia, Clase: Medios Alternativos Publicitarios, Conceptos basicos Publicitarios. (2016) Universidad Rafael Landívar. Consultado en Septiembre 2017

Monzón, María Anely - Nosotros los guatemaltecos, ProDatos Investigación y Análisis de Mercados Centroamérica (2016) Consultado en Septiembre 2017

Muñoz, Vilma, Contenido de Publicaciones. Guia basica pra crear Contenido en redes sociales, Vilmamuñoz.blog.com (2013) Consultado en Septiembre 2017

Ollins Wally, El Libro de Marcas, (2009), Océano Ámbar, Consultado en 2018

Ortiz, Gustavo Clase Teórica: Los 8 Principios de La interfaz según Shneiderman, Presentaciones interactivas, 2016

Pérez, Jaime IDA: Proceso de diseño de identidad de marca, Disponible en línea, 2015 Consultado en S 2017

Pite Stephen, The digital designer 101 - (2003) - Thomson Delmar learning. Consultado en 2018

Ponce Meza, Rosa Miriam, and Farías Elino, Mario. Diseño de páginas web para ambientes virtuales de aprendizaje. México, D.F. 2006. Web. Consultado en 2017

Royo Javier, Diseño Digital - (2004), Paidos diseño. Consultado en 2018

Seedup.mx, Conoce más acerca del diseño de marca (2016) www.seedup.mx Consultado en 2018

Universidad de Palermo, Actas de Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación, (2016), Disponible en línea, ISSN 1850-2032 Consultado en Septiembre 2017.

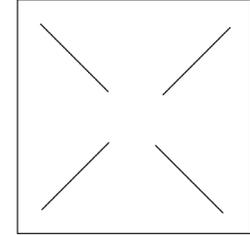
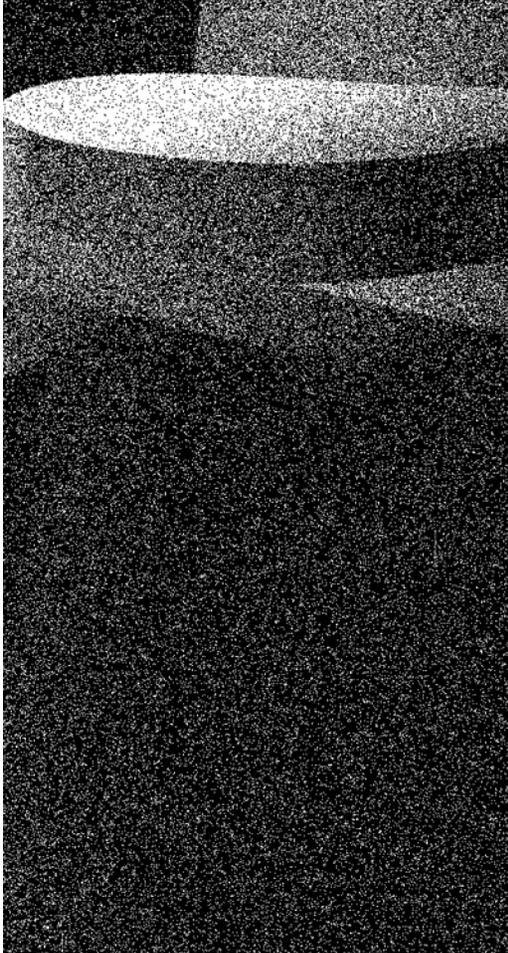
Vega Eugenio, Identidad e imagen, (2013) Consultado en 2018

Varela Rodrigo, Innovación Empresarial: Arte y Ciencia de la Creación de Nuevas Empresas. (2001) Consultado en 2018

Villatorro, Manuel, Dibujo e ilustración vectorial. España, Vectorialia.com Manual de vectores (2006) Consultado en 2017

Wassermann, Ed, Introducción a las Retículas en el Diseño Web, Webdesigntutsplus.com, 2016, Disponible en línea. Consultado en Septiembre 2017.

Weinman Lynda, Designing web graphics.2 (1996) Editorial New riders. Consultado en 2018



Gestión de la implementación de diseño:

18.0 Anexos

Modelos utilizados para recolectar información y/o procesos complementarios relacionados al proyecto.

Dentro los anexos, se colocaron los diferentes instrumentos desarrollados para recopilar la información colocada dentro del marco de referencia, el marco teórico de diseño, y el reconocimiento de grupo objetivo.



Indice de Anexos

1. Brief - información de cliente	
Brief - resultados	267
2. Guía de observación - Revista Básica	
Instrumento y resultados	268
3. Sujeto de tema 1 - Martín Rodríguez - emprendimiento	
Instrumento - Sujeto de tema 1	269
Resultados - Sujeto de tema 1	270
4. Sujeto de tema 2: María José Calderón - diseño 3d	
Instrumento - Sujeto de tema 2	271
Resultados - Sujeto de tema 2	272
5. Sujeto de diseño 1: Jorge Zamonssett - branding	
Instrumento - Sujeto de diseño 1	274
Resultados - Sujeto de diseño 1	275
6. Sujeto de diseño 2: Javier Castillo - Diseño web	
Instrumento - Sujeto de diseño 1	276
Resultados - Sujeto de diseño 1	277
7. Guía de observación - Primitive zine	
Instrumento y resultados	283
8. Guía de observación - Mindsparkle Mag	
Instrumento y resultados	284
9. Encuesta de reconocimiento de grupo objetivo	
Instrumento - reconocimiento de G.O.	285
Resultados - reconocimiento de G.O.	288
10. Encuesta complementaria de grupo objetivo	
Instrumento - reconocimiento de G.O.	294
Resultados - reconocimiento de G.O.	295



11. Netnografía de grupo objetivo	
Resultados de netnografía	304
12. Descripción de contenido digital - Plan de medios	
Descripción individual por fase	305
13. Prevalidación de logotipo	
Instrumento de prevalidación	310
Resultados de prevalidación	312
14. Encuesta de validación	
Instrumento - validación G.O.	313
Resultados - validación G.O.	315
Instrumento - validación diseñadores gráficos	319
Resultados - validación diseñadores gráficos	321
Instrumento - validación expertos	327
Resultados - validación expertos	332
15. Bocetaje de cambios de validación	
Proceso de bocetaje post validación.	336
16. Documentos de cotizaciones	
Cotización de sitio web	339
Cotización de afiche de evento	340
Cotización de afiche coleccionable	340
Cotización de postal	340
Cotización de pautas publicaciones de expectativa	341
Cotización de Pin metalico	342
Cotización de Bolsa	343



BRIEF - RECONOCIMIENTO DE CLIENTE

BRIEF

Fecha: 16 de enero de 2018

Cliente: Polígonos zine

Nombre de Proyecto: Polígonos zine



Antecedentes

El proyecto se encuentra en proceso de gestación por lo que no cuenta con antecedentes, sin embargo cuentan con logotipo y variaciones para el uso adecuado del mismo.

Historia de la marca

Este proyecto fue propuesto por Rolando Luther quien es un estudiante de diseño gráfico que actualmente labora como freelance en Ilustración y animación 3d. Se caracteriza por la continua experimentación y pasión por el diseño gráfico. Una de las razones personales que lo llevó a desarrollar este proyecto fue su propia experiencia al aprender diseño 3d, puesto que él aprendió observando tutoriales, practicando constantemente y buscando referencias.

Objetivos del negocio

Crear un espacio dedicado al diseño / animación 3d en Guatemala, a través de contenido que enriquezca los conocimientos, referencias, propuestas, preguntas, y soluciones sobre el tema.

Que se necesita

Planificar y diseñar el espacio digital para el contenido y la gestión del proyecto polígonos, desarrollar canales de comunicación y presentar el proyecto ante el grupo objetivo de manera que se pueda informar y familiarizarse con el proyecto

Objetivos del proyecto

Presentar y desarrollar una plataforma para exponer el diseño 3d. Comunicar e interactuar con los usuarios a través de los canales de comunicación y eventos presenciales.

Grupo objetivo

Diseñadores gráficos, estudiantes, directores de arte o agencias/estudios que desean aprender, trabajar y colaborar con el gremio del diseño 3d en Guatemala.

Piezas a desarrollar

Sitio web, Redes sociales, piezas promocionales.

Presupuesto

El proyecto de inicio cuenta con un presupuesto base de Q3000.**, para la curación y publicidad tanto del evento como de la primera edición.

Recursos

Apoyo de estudios y diseñadores: Mosh,tv, Amorfo, María José Calderón y Rick rush.

Que se desea obtener del proyecto

Crear y posicionar el espacio, desarrollar una comunidad de profesionales y estudiantes de diseño 3d.



INSTRUMENTO - GUIA DE OBSERVACIÓN

GUIA DE OBSERVACION - OBJETOS DE ESTUDIO

COMPETENCIA - CASO ANALOGO

Identidad grafica

Logotipo	Isotipo	logotipo	Imagotipo	Isologotipo
Tipo de pieza				
¿El logotipo cuenta con variaciones?				
¿Las variaciones mantienen características básicas?				
¿Se utilizaron tipografías como parte de la identidad grafica?				
¿Se puede identificar una paleta de color dentro de la identidad?				
¿Al observar el contenido se puede ver la Integración de la identidad gráfica?				
¿Se percibe consistencia alrededor de todos los elementos de la identidad?				
¿Los elementos gráficos se relacionan con la identidad en general?				

Sitio web

Tipo de pagina	Una pagina	Múltiples paginas	
Categoría	Portal	Personal	Corporativa
¿Se puede observar un orden o diagramación en el sitio web general?			
¿Existe un uso estratégico de retículas y espacios en blanco?			
¿Se utiliza adecuadamente el tamaño de tipografías en el contenido?			
¿Existe una jerarquía en los cuerpos de texto y el contenido?			
¿Se puede observar dentro de la página el flujo de contenido?			
¿Ofrece respuestas a las acciones?			
¿Cuenta con un menú, o sistema de navegación?			
¿Existe iconografía para apoyar el material y orientar al usuario?			

Contenido

¿Existe una integración dentro del contenido y la identidad gráfica?	
¿El usuario puede interactuar con el contenido?	
¿Hay diferentes layouts dentro de los artículos para cada tema?	
¿Existen recursos para presentar archivos multimedia, videos e imágenes?	
¿Se puede compartir la información a otras plataformas?	
¿Existe material en redes sociales para presentar los artículos?	
¿Hay material alternativo en las redes sociales fuera del sitio web?	

RESULTADOS - GUIA DE OBSERVACIÓN

GUIA DE OBSERVACION - REVISTA BÁSICA

COMPETENCIA

Identidad grafica

Logotipo	Isotipo	logotipo	Imagotipo	Isologotipo
Tipo de pieza				
¿El logotipo cuenta con variaciones?		Cuenta con dos variaciones		
¿Las variaciones mantienen características básicas?		Ambas utilizan la misma tipografía.		
¿Se utilizaron tipografías como parte de la identidad grafica?		Geomanist Font family.		
¿Se puede identificar una paleta de color dentro de la identidad?				
¿Al observar el contenido se puede ver la Integración de la identidad gráfica?				
¿Se percibe consistencia alrededor de todos los elementos de la identidad?				
¿Los elementos gráficos se relacionan con la identidad en general?				

Sitio web

Tipo de pagina	Una pagina	Múltiples paginas	
Categoría	Portal	Personal	Corporativa
¿Se puede observar un orden o diagramación en el sitio web general?			
¿Existe un uso estratégico de retículas y espacios en blanco?			
¿Se utiliza adecuadamente el tamaño de tipografías en el contenido?			
¿Existe una jerarquía en los cuerpos de texto y el contenido?			
¿Se puede observar dentro de la página el flujo de contenido?			
¿Ofrece respuestas a las acciones?			
¿Cuenta con un menú, o sistema de navegación?			
¿Existe iconografía para apoyar el material y orientar al usuario?			

Contenido

¿Existe una integración dentro del contenido y la identidad gráfica?	
¿El usuario puede interactuar con el contenido?	
¿Hay diferentes layouts dentro de los artículos para cada tema?	
¿Existen recursos para presentar archivos multimedia, videos e imágenes?	
¿Se puede compartir la información a otras plataformas?	
¿Existe material en redes sociales para presentar los artículos?	
¿Hay material alternativo en las redes sociales fuera del sitio web?	

INSTRUMENTO - SUJETO #1 DE TEMA

Sujeto de tema - Emprendimiento - Nómada

¿Que Aporta el al proyecto?

Conocimiento y experiencia en emprendimiento, logística, manejo de contenido digital, y plan financiero.

¿Para que me sirve?

Para conocer la experiencia de un proyecto de emprendimiento que se dedica a grandes rasgos a generar contenido digital, como también, el desarrollo y planificación de emprendimiento a través de un proyecto que busca informar y comunicar en un formato digital.

1. Previó a la creación de Nómada como tal, ¿como nace y que problemática vino a solventar el proyecto en general?.
2. ¿Cómo se construyó la ideología y los objetivos de nómada?., ¿Alguno de los siguientes puntos fue clave para la construcción del proyecto?, por ejemplo en el desarrollo de misión, visión, FODA, Etc.
3. En el desarrollo y creación de Nómada, ¿que medidas o herramientas se utilizaron para construcción sólida y desarrollo integral del proyecto?, por ejemplo estrategias, planes administrativos y plan de desarrollo.
4. ¿Que dificultades se encontraron durante el proceso de construcción de Nómada, En aspectos de logística, estrategia, y financiamiento?.
5. Al planificar el proyecto se utilizo alguna estrategia para aprovechar o incrementar los recursos existentes?, por ejemplo recursos humanos, financieros, producción, contenido, entre otros
6. Una vez establecido el proyecto, ¿cuál fue el siguiente paso para que Nómada cobrara vida?.,¿Se desarrolló alguna estrategia o proceso para iniciar con el proyecto?.
7. ¿Se desarrolló alguna herramienta como diagrama de flujo o diagrama de proceso para organizar y asignar las responsabilidades dentro del equipo de Nómada?
8. ¿Se diseñó alguna plan de presentación publicitario o actividad para el lanzamiento de Nómada?, de ser así, ¿Qué aspectos se tomaron en cuenta con respecto al grupo objetivo y el contenido del proyecto?.
9. Posterior al lanzamiento de Nomada ¿se encontró alguna dificultad o fallo en el procesos de trabajo?, por ejemplo el desarrollo de noticias o ensayos, selección de contenido, diseño.
10. Desde 2014 al presente año, ¿Como ha cambiado la administración de Nómada?, Por ejemplo: aspectos de producción, financieros, logística, etc.

RESULTADOS - SUJETO #1 DE TEMA

Previó a la creación de Nómada como tal, ¿como nace y qué problemática vino a solventar el proyecto en general?.

Nómada intenta resolver dos puntos, uno es producir periodismo con independencia pero sobre todo hacerlo con unas formas para que fuera atractivo para una población joven y más diversa que la que tradicionalmente se interesa por asuntos políticos.

¿Cómo se construyó la ideología y los objetivos de nómada?., ¿Alguno de los siguientes puntos fue clave para la construcción del proyecto?, por ejemplo en el desarrollo de misión, visión, FODA, Etc.

No tuvimos ningún FODA ni más que nueve puntos, que son los principios con los que se fundó nómada, después gracias a una cultivación empresarial alterna fue que hicimos la misión y la visión y esas las puedes encontrar con Andrea y en la pagina de Nómada.

En el desarrollo y creación de Nómada, ¿que medidas o herramientas se utilizaron para construcción sólida y desarrollo integral del proyecto?, por ejemplo estrategias, planes administrativos y plan de desarrollo.

Hubo mucha discusión horizontal para el producto periodístico, la página periodística y la fuimos desarrollando con base a cobertura de crisis, porque a los seis meses de lanzamiento de nómada surgió la línea y el movimiento ciudadano y lo fuimos construyendo este tipo de periodismo a partir de mucha discusión entre periodistas, diseñadores y community manager.

¿Qué dificultades se encontraron durante el proceso de construcción de Nómada, En aspectos de logística, estrategia, y financiamiento?.

Lo más difícil siempre es el financiamiento y yo empecé a buscar una deuda y al principio los bancos nacionales no me la querían dar por las publicaciones que había hecho como periodista antes, y me dio crédito un banco español que se llama interbanco y mientras lograba eso vendí acciones de nómada a veinte ciudadanos y ciudadanas muy respetables con el prestigio y que creen en el periodismo y en la transparencia y empezamos a hacer pequeños proyectos para cooperación, fundaciones y ONGs .

Al planificar el proyecto se utilizó alguna estrategia para aprovechar o incrementar los recursos existentes?, por ejemplo recursos humanos, financieros, producción, contenido, entre otros

Si, la estrategia era que todos hacíamos de todo o bueno muchos hacíamos muchas cosas, como todos los startups y proyectos que inician.

Una vez establecido el proyecto, ¿cuál fue el siguiente paso para que Nómada cobraré vida?,¿Se desarrolló alguna estrategia o proceso para iniciar con el proyecto?.

Si, hicimos una campaña de expectativa prácticamente de nueve meses en twitter e hicimos una investigación previa, en enero empecé a construir el proyecto, en abril anuncia el lanzamiento, fueron menos meses, fueron como cinco meses en expectativa en twitter y todos los días íbamos twitteando con humor y rigurosidad y publicamos en agosto.

¿Se desarrolló alguna herramienta como diagrama de flujo o diagrama de proceso para organizar y asignar las responsabilidades dentro del equipo de Nómada?

No recuerdo que haya habido un flujo al inicio y lo que hicimos fue dividir en secciones y yo creo que si se consulta quienes somos, allí está el equipo.

¿Se diseñó alguna plan de presentación publicitario o actividad para el lanzamiento de Nómada?, de ser así, ¿Qué aspectos se tomaron en cuenta con respecto al grupo objetivo y el contenido del proyecto?.

Solo se hizo una fiesta y llegaron más periodistas integrantes del equipo que lectores, pero eso no nos desanimó.

Posterior al lanzamiento de Nómada ¿se encontró alguna dificultad o fallo en el procesos de trabajo?, por ejemplo el desarrollo de noticias o ensayos, selección de contenido, diseño.

Más que fallas lo que hicimos fue evoluciones, si empezamos solo con texto luego evolucionamos a video, luego a motion graphics, luego a eventos públicos, fiestas a mayor comunicación con nuestra comunidad de usuarios, ha sido una mayor adaptación a las necesidades de los usuarios.

Actualmente, ¿Como funciona y qué herramientas o planificación utilizan para organizar y desarrollar el contenido de Nómada?.

Uno de los cambios que hemos hecho, fue combinar reportajes de profundidad con artículos para explicar la coyuntura, esto lo empezamos a hacer a mediados de enero del 2018 y creemos que a los lectores les esta gustando.

INSTRUMENTO - SUJETO #2 DE TEMA

Sujeto de Tema - 3d: María José Calderón*¿Que Aporta el al proyecto?*

Experiencia en diseño 3d y opinión sobre el área de 3d específicamente en Guatemala, conocimiento de materiales, herramientas y necesidades para el aprendizaje y diseño 3d.

¿Para que me sirve?

Para conocer la experiencia de aprendizaje y desarrollo de proyectos de un diseñador 3d de Guatemala, tomar en cuenta el punto de vista y la opinión sobre las necesidades y el punto actual en el que se encuentra el diseño 3d en Guatemala.

1. ¿Que te llamo la atencion de diseño 3d, y cómo describirías su valor?.
2. ¿Cómo decidiste y que acciones tomaste para aprender a diseñar en 3d?
3. ¿Qué recursos consideras que te ayudaron a aprender 3d?
5. ¿En tu experiencia actual consideras que el apoyo de otros diseñadores experimentados en diseño 3d, habrían sido un apoyo importante para aprender y mejorar a nivel técnico y estético?
6. ¿De Acuerdo a tu experiencia actual, consideras útil aprender a profundidad los aspectos técnicos de cada software de diseño 3d, en artículos sobre diseño 3d básico
- ¿considerarías útil contar con material desde los aspectos más básicos a hasta elementos complejos y avanzados?
7. ¿En la actualidad cual es tu proceso detallado para llevar a cabo un proyecto de 3d, ya sea personal o pagado?
8. En tu experiencia profesional, ¿como catalogarías el diseño y animación 3d actualmente a nivel global?.
9. ¿ Como observas la calidad de diseño 3d en Guatemala, comparada con otros diseñadores internacionales?
10. ¿Consideras que en Guatemala El diseño 3d es reconocido como técnica y herramienta, por el gremio y el mercado?
11. ¿Qué crees que hace falta para hacer crecer el gremio de diseño 3d en Guatemala?

RESULTADOS - SUJETO #2 DE TEMA

¿Que te llamo la atencion de diseño 3d, y cómo describirías su valor?.

Lo que me llamo la atencion es todo lo que se puede alcanzar y lo que se puede llegar a crear en el diseño 3d, si quisieras desarrollar piezas para clientes de manera digital, pruebas de escena, modelos y dummies, aspectos que no se pueden llevar a cabo en la vida real a corto plazo. También es importante el realismo y el nivel de detalle que se puede llegar a tener en una pieza, por ejemplo con el estudio de Six n Five, que su trabajo en muchas ocasiones puede llegar a ser confundido con fotografía cuando en realidad es CGI, esta herramienta permite poder desarrollar piezas muy fantasiosas con acabado realista que no se podría llegar hacer en fotografía.

¿Cómo decidiste y que acciones tomaste para aprender a diseñar en 3d?

Fue por casualidad, al ver referencias y conocer de personas que desarrollaban proyectos digitales de buena calidad y muy bien curados. me sentía frustrada ver buenos proyectos de ilustración, A mi siempre me ha gustado el diseño de interiores, y fue gracias behance y la información que proporciona encontré ilustradores 3d, y los softwares que utilizaban para diseñar en 3d, me llamó mucho la atención el trabajo de Peter Tarka, la variedad de texturas y formas que tenían sus proyectos y la estética que manejaba. Fue así como empecé a investigar sobre los softwares y otros referentes de 3d. y me interesé por el proceso de diseño, lei ciertos libros para entender cómo se trabajaba el 3d y descargue cinema 4d para reconocer el software, las herramientas, y la interfaz.

¿Qué recursos consideras que te ayudaron a aprender 3d?

Internet, blogs, tutoriales y libros. Algo importante fueron las revistas de diseño, sirven como inspiración, diseño de interiores, el poder observar piezas de fotografías para luego en 3d partir de esas composición texturas e iluminación. De los recursos más importantes podría mencionar Greyscalegorilla, existen muchos tutoriales básicos que explican todas las herramientas desde cero. También domestika, es muy bueno yo aprendí mucho del material que tienen también compre varios recursos y librerías, que me enseñaron a editar y entender ciertas funciones de cinema 4d.

¿En tu experiencia actual consideras que el apoyo de otros diseñadores experimentados en diseño 3d, habrían sido un apoyo importante para aprender y mejorar a nivel técnico y estético?

No, no hay en Guatemala, que te permita conocer y aprender de una manera muy profesional no. El curso de diseño 3d en la carrera de diseño gráfico de la url, es bueno pero muy básico. Yo empecé a aprender 3d en el interciclo previo al último ciclo de 4to año. Cuando lo curse di cuenta que muchas cosas ya las sabía, y el programa que se utilizó para el curso fue 3dmax sin embargo yo use cinema y me di cuenta después que no aprendí mucho. Ahora yo creo que a mis compañeros que no sabían nada de 3d supongo que si les ayudo al menos a entender y conocer la idea base.

Yo me di cuenta que nadie de mi promoción le llamó la atención, solo una compañera que para el diseño de su portafolio, le pidió ayuda para hacer algo en 3d pero de ahí nadie. Y creo que el problema es que las personas ven el curso y el programa muy difícil y se rinden con facilidad.

¿De Acuerdo a tu experiencia actual, consideras útil aprender a profundidad los aspectos técnicos de cada software de diseño 3d, en artículos sobre diseño 3d básico?

Si creo que eso habría sido muy bueno, yo cuando curse el curso de 3d en la carrera Juan Manuel me ayudó, él no se dedica a 3d de lleno pero sabe utilizar el programa y creo que tal vez si hubieran catedráticos expertos, sería mucha más información y conocimiento el que podrían compartirnos. Yo pregunté y pedí ayuda por instagram a diseñadores extranjeros, y todos compartían la misma historia, aprendieron por su propia cuenta y experiencia. Y me brindaron consejos para hacer lo mismo, De igual manera en Guatemala no encontré a nadie.

Creo que sí está la oportunidad de aprender más si, hay que aprovecharlo, porque cada software tiene diferentes características y en la mayoría de casos van a ver funciones que uno tiene y el otro y viceversa. Yo opino que sí sería de mucha ayuda aprender saber al menos sobre 3 softwares.

¿considerarías útil contar con material desde los aspectos más básicos a hasta elementos complejos y avanzados?

Si, creo que sería de mucha ayuda tener material informativo de cosas básicas que pueden ser complejas si se explican bien puede ser fácil de aprender he visto material informativo de vray por ejemplo con textos extensos y en ingles, y creo que de por si en Guatemala muy poca gente maneja un buen inglés y este tipo de textos tiene un lenguaje muy técnico y creo que así es más difícil entenderlo si no sabes el idioma. Y estaría complicado aprender, si creo que también el material informativo debe explicarte y decirte el porqué de todo y brindar ejemplos visuales, esto es muy importante, yo considero que es más fácil aprender con imágenes con guías y gráficas que permitan tener otro canal de explicación. Muchas cosas yo las entendí gracias a imágenes y gráficos as elaboradas.

¿En la actualidad cual es tu proceso detallado para llevar a cabo un proyecto de 3d, ya sea personal o pagado?

Para proyectos personales no tengo un proceso definido. Pero me pasa que voy a algún lugar y me encuentro con alguna textura o material interesante, por ejemplo recientemente estuve de viaje y en los museos tomaba fotos de azulejos y patrones interesantes que luego ya bocetaba y cuando ya tengo una idea clara lo modelo y al terminar el modelo digital ya aplico colores y materiales. Al no tener cliente me permito hacer muchas pruebas de color hasta quedar satisfecho. Ahora cuando trabajo con clientes primero me reúno y platico con las personas y les explico lo que desea ver, que quieren comunicar etc. Luego yo les trabajo bocetos rough, para quedar ya en una idea al aprobar un boceto yo luego empiezo a modelar y les comparto renders básicos para que vean la composición y aprueben como se ve hasta luego ya tener una iluminación definida para luego aplicar materiales y detalles finales. Pero es diferente con cada cliente algunos me han dicho haz lo que quieres y otros han sido muy técnicos, detallados con lo que desean.

En tu experiencia profesional, ¿como catalogarias el diseño y animación 3d actualmente a nivel global?

A nivel internacional en mi opinión creo que es una de las áreas y herramientas que más se está usando, porque puede reemplazar y verse mejor que una fotografía real las animaciones ahora tiene muchos detalles estéticos y cumplen con la idea de verse real, Creo que el 3d todavía va a crecer mucho mas, va a evolucionar a mejor tecnología y otros canales de uso, lo vemos en pantalla digitales hoy en día pero también ya vemos lo que es la realidad virtual y la realidad aumentada, creo que hay mucho para crecer.

¿ Como observas la calidad de diseño 3d en Guatemala,comparada con otros diseñadores internacionales?

Creo que hay muy pocos estudios y personas que hacen 3d pero si creo que hay una calidad muy buena, recientemente encontré a un estudio de diseño “Klap”, que tiene un par de renders y proyectos con muy buen diseño y mucha calidad. Creo que con los pocos ejemplos que yo conozco considero que si hay calidad, aunque es relativo, pero creo que hay un buen panorama.

¿Consideras que en Guatemala El diseño 3d es reconocido como técnica y herramienta, por el gremio y el mercado?

Si, bueno aquí en Guatemala no, creo que se aproveche de una manera integra y estética. Es decir he visto animaciones y cosas en 3d pero no como ya se trabaja fuera de Guatemala. Creo hace falta que las marcas conozcan a los diseñadores y puedan ver como aprovechar el talento para sus marcas.

¿Qué crees que hace falta para hacer crecer el gremio de diseño 3d en Guatemala?

Creo es necesario educar, alimentar e informar a los estudiantes de diseño sobre lo que es el diseño 3d, es necesario ver temas básicos pero también es necesario desarrollar y practicar. En la universidad encontramos un curso de diseño 3d y creo que si las personas quieren verdaderamente adentrarse en esta área necesitan como mínimo 3 cursos, es decir se necesita expandir y darle valor al área. Abrirse paso entre otras áreas como fotografía. Es necesario por ejemplo que las personas se enteren y le den valor a cursos como los de Intecap que te enseñan cosas básicas hasta cosas más avanzadas, aunque sea muy técnico. Pero sin duda el primer paso y el más importante es que las instituciones y centros educativos le den importancia al área de diseño 3d.

INSTRUMENTO - SUJETO #1 DE DISEÑO

Sabbath studio – Sujeto de estudio: **Jorge Zamonsett**, Chief Creative Officer & Founder

Cuestionario:

1. ¿Cuál es la información más importantes e indispensables para Sabbath Studio, antes de empezar a elaborar la identidad gráfica para una marca?
2. ¿Cuál es proceso de trabajo de Sabbath para trabajar en el branding de un cliente?
3. Tomando como ejemplo el proyecto de Adherente festival en 2017, ¿Cuáles fueron los aspectos más importantes para elaborar la identidad gráfica de este proyecto?
4. Al elaborar la identidad gráfica de adherente, ¿se tomó en cuenta alguna información sobre el grupo objetivo, o el aspecto de ser un festival dirigido a diseñadores gráficos?, ¿de ser así como se ve reflejado en el resultado final?
5. Según su experiencia al elaborar proyectos de branding dirigidos a diseñadores o que tratan sobre diseño, ¿que es necesario para crear piezas, composiciones, ilustraciones, que reflejen o hagan referencia a "diseño" o áreas visuales?
6. ¿Sabbath trabaja o se ha encargado de desarrollar estrategias / plan de medios desarrollando piezas o elementos que busquen cumplir una función o comunicación en específico dentro de la identidad gráfica o sitio web de algún cliente?
7. ¿Qué aspectos, y características consideran importantes al implementar branding en un sitio web?
8. Según el contenido y la estructura del diseño de un sitio web, ¿cuáles consideran las formas más funcionales o estratégicas de implementar elementos gráficos, tipografías y colores que formen parte de la identidad gráfica del cliente?
9. ¿Qué proceso o aspectos consideran clave al momento de manejar y estructurar el contenido de un sitio web?

RESULTADOS - SUJETO #1 DE DISEÑO

¿Cual es la información más importantes e indispensables para Sabbath Studio, antes de empezar a elaborar la identidad gráfica para una marca?

Tener el antecedente completo de la marca, la intención y requisitos de nuestra labor, investigación de mercado y el funcionamiento y expansión de materiales que involucren dicho trabajo.

¿Cuál es proceso de trabajo de Sabbath para trabajar en el branding de un cliente?

- Junta con cliente prospecto
- Definición de necesidades / Checklist
- Cotización
- Brief + Calendario
- Moodboard
- Junta con cliente
- Proceso Creativo
- Presentación
- Ajustes
- Coordinación de Producción
- Entrega de Proyecto



Tomando como ejemplo el proyecto de Adherente festival en 2017, ¿Cuales fueron los aspectos más importantes para elaborar la identidad gráfica de este proyecto?

Ser consciente que el sistema gráfico debe permitir muchas adaptaciones con la condición de nunca parecer repetitivo, debe ser flexible y tener una base bien estructurada que le permita ser empleado en al menos 5 ediciones, siendo innovador.

Al elaborar la identidad gráfica de adherente, ¿se tomó en cuenta alguna información sobre el grupo objetivo, o el aspecto de ser un festival dirigido a diseñadores gráficos?, ¿de ser así como se ve reflejado en el resultado final?

Se planteó un concepto multicultural, basado en formas y colores haciendo referencia a que los speakers son de diferentes lugares y tienen un mismo propósito: compartir conocimiento.

Objetivamente, la libertad gráfica que nos proporcionaron si dirigió una gran parte en ser digerible al público general. Con la intención de ser interesante para el gremio creativo.

Según su experiencia al elaborar proyectos de branding dirigidos a diseñadores o que tratan sobre diseño, ¿ que es necesario para crear piezas, composiciones, ilustraciones, que reflejen o hagan referencia a “diseño” o áreas visuales?.

Creo firmemente que el hecho que no se tengan limitaciones, siempre ayuda a expresar las ideas de manera más contundente, sin alguna pretensión o intención directa. El resultado va a ser una extensión de la persona o el grupo de personas que lo crearon.

¿Sabbath trabaja o se ha encargado de desarrollar estrategias / plan de medios desarrollando piezas o elementos que busquen cumplir una función o comunicación en específico dentro de la identidad gráfica o sitio web de algún cliente?.

Por lo regular al trabajar en algún proyecto, cada pieza o componente de la identidad tiene una función específica y funciones que se extenderán en todo lo gráfico. Es nuestra obligación pensar en todas las posibles aplicaciones adaptadas a la comunicación y/o digital.

¿Que aspectos, y características consideran importantes al implementar branding en un sitio web?

Debemos seguir primeramente los lineamientos de retícula de la identidad, el sistema tipográfico, de color y añadir componentes estéticos que fueron empleados en la identidad para su mejor representación.

Según el contenido y la estructura del diseño de un sitio web, ¿cuales consideran las formas más funcionales o estratégicas de implementar elementos gráficos, tipografías y colores que formen parte de la identidad gráfica del cliente?

Hay que seguir el manual de marca y será relativamente fácil expandir la identidad en el sitio web.

¿Qué proceso o aspectos consideran clave al momento de manejar y estructurar el contenido de un sitio web?

Arquitectura de Información, Wireframes y distribución de contenido.



INSTRUMENTO - SUJETO #2 DE DISEÑO

Sujeto de Diseño: experiencia de desarrollo y diseño Web - Royale Studios - Javier Castillo

¿Que Aporta el al proyecto?

Conocimiento y experiencia en diseño web, proceso y desarrollo de contenido.

¿Para que me sirve?

Para conocer la experiencia de diseño web, desde la experiencia de un estudio reconocido, poder recabar información de técnicas herramientas y procesos prácticos para diseñar un sitio web como opinión sobre desarrollo y manejo de contenido.

1. ¿Al comenzar a trabajar en un proyecto de web, cual es el proceso de análisis y de diseño una vez cuentan con el contenido?

2. Tomando en cuenta su experiencia de trabajo, ¿que elemento consideran clave para desarrollar un sitio web funcional y estético?

¿Cómo influye o qué información consideran que se debe tomar en cuenta sobre el grupo objetivo al momento de diseñar un sitio web?

¿Cuentan con algún herramienta, estrategia o técnica para procesar, evaluar, y analizar el contenido?

Al crear una propuesta de diseño web, se debe tener en cuenta la funcionalidad del sitio web, y el desarrollo de una experiencia de usuario agradable. ¿Cómo Royale Studios válida y se asegura del cumplimiento de estos aspectos?

La tipografía y la jerarquía son elementos clave para desarrollar contenido funcional. Como evalúa Royal Studios las tipografías y la jerarquía de textos en el diseño de un sitio web?

¿Royale Studios se ha encontrado con el reto de diseñar un sitio web con contenido extenso?, ¿de ser así como se maneja el desarrollo y proceso de diseño?

Royale studios fue el encargado de diseñar el sitio para Adherente 2017, ¿Qué aspectos consideran importantes cuando se diseña para diseñadores gráficos?

Si Royale Studios Tendría que desarrollar hoy un sitio web que tienen como objetivo compartir información y contenido. ¿Cómo abordarán el proyecto y cuáles serían según su criterio los aspectos más importantes?

RESULTADOS - SUJETO #2 DE DISEÑO

Al comenzar a trabajar un proyecto de sitio web cual es proceso de análisis y de diseño, una vez ya cuentan con la información y contenido que va a tener?

Bueno, lo primero es revisar todo el contenido, de hecho nosotros trabajamos muy de cerca con el cliente en relación al contenido y creo yo que muchas de las decisiones de diseño se toman cuando estamos trabajando el contenido con el cliente, se toman en base a una idea que nosotros tengamos al proyecto. Nosotros desde que sabemos que va a entrar un proyecto nuevo o cliente nuevo hacemos una etapa y tal vez una de las primeras etapas que vemos que es Benchmark que nos metemos a ver muchos sitios web de empresas similares en Guatemala, en el mundo, en la industria como para darnos una idea que se está trabajando o darnos una idea de los mejores proyectos que se están desarrollando en esa industria a nivel mundial y tratar de establecer este estándar para ya nosotros poder comenzar a trabajar con el diseño. Entonces yo creo que eso ayuda mucho y allí ya vemos layouts y proyectos completados, vemos el contenido que ellos están publicando y en base a eso asesoramos al cliente para ver qué contenido podrían ellos publicar en el sitio web, que al final el contenido creo yo que es siempre lo más importante, que es lo que vas a contar, que es lo que quieres transmitir a tu grupo objetivo final, a tus usuarios. Y entonces pues si hay un trabajo de desarrollo de contenido que hay que hacer, pues se hace, y ya que tenemos el contenido más o menos definido, pues el diseño y la estructuración sigue mucho las tendencias que logramos recopilar o las referencias que tenemos en internet y las tecnologías que vamos a utilizar para el desarrollo del sitio.

Si tomamos muy en cuenta todas estas cuestiones que vimos en clase, de las 12 columnas, cómo se va a comportar el contenido en distintos tamaños de pantalla y cómo vamos a ir ajustando los tamaños de los textos, las imágenes, si se van a quedar todos en una sola columna y en cascada va a ir cayendo uno bajo del otro; o por el contrario vamos a ir haciendo variaciones en ese sentido y a la hora de desarrollarlo tratamos de tomar muy en cuenta esos aspectos que se vea muy bien independientemente de la pantalla en que lo estás visitando, pero si creo yo que tendencias verdad, revisamos muchas muchas referencias y a pesar de que seguimos estas pequeñas guías básicas, de que se trabaja a 12 columnas y esto, pues también hay mucha libertad vemos mucho diseño editorial, creemos que últimamente hemos encontrado cosas muy originales allí que no siempre se ve en un sitio web y nos ha permitido desarrollar trabajamos un poquito más originales y nos ha gustado mucho el resultado de eso y entonces he, ver referencias fuera de lo que es diseño web como tal sino mucho editorial, estamos viendo muchas revistas, mucho periódico y entonces como que inspirarnos en cómo se trabaja eso a nivel impreso y tratarlo de aplicar a un sitio web, por allí va un poco la cosa.

Tomando en cuenta la experiencia de proyectos que ya tienen qué elementos consideran clave a la hora de desarrollar un sitio web de este tipo y también funcional, ¿cómo logran balancear esas dos cosas, que sea funcional, legible, estético, y atractivo para los usuarios?

Primero tomamos en cuenta lo funcional y creo que allí no, ósea, primero vemos funcione bien y que tenga todas las herramientas de navegación necesarias para que el usuario no se pierda, pueda continuar navegando fácilmente, como para que haya cierto flujo en la navegación de un sitio, como que nos planteamos qué es lo que el usuario vaya al final, lo que estás haciendo es como contar una pequeña historia, entonces nos planteamos en qué orden queremos que se vaya presentando

esto, digamos desde el home vemos que es lo que queremos destacar, cuál es la acción que nos gustaría que el usuario haga siguiente, dependiendo de los objetivos que tenemos para el sitio web y entonces a eso le prestamos especial atención y luego si en esa segunda página algún tipo de acción que el usuario tenga que llevar a cabo pues también vamos viendo cómo lo vamos destacando, a nivel de wireframes nosotros si planificamos muy bien todo ese flujo y ya que el flujo está definido pues ya empezamos a ver a nivel de branding, a nivel de tendencias, qué colores vamos a utilizar, qué tipografías podemos utilizar, pero siempre primero vemos el tema funcional y entonces ya que eso ya está definido allí como que ya no hay pierde. También depende mucho de la herramienta que nosotros estamos utilizando, de nuevo del código nosotros ya tenemos muchas librerías, muchos frameworks para agilizar el desarrollo del sitio, y entonces por ejemplo de tiendas en línea ya hay un sistema desarrollado en donde la tarjetas de los productos tienen que ser de cierta forma, el flujo de compra tiene que ser de cierta forma y allí pues ya nuestro diseñador se tiene que ajustar a esos flujos, a esos formatos. Si quieren le pueden tomar el color a la tabla o hacerla más grande o chiquita, pero la información que está allí esa va y no se puede quitar. Y entonces también depende del proyecto y la flexibilidad que pueda tener, pero si, primero funcionalidad y ya después vemos a nivel de estética y de diseño la funcionalidad que nos permite.

Cuentan con alguna herramienta, técnica o estrategia para procesar, evaluar y analizar el resultado? Validar entre ustedes si el sitio web está listo?

Si, de hecho el sitio web cuando nosotros lo entregamos bueno, aquí a nivel interno se hace mucho QA (quality assurance) . Ahora lo hemos estado mejorando porque en un principio lo dejábamos hasta el final, diseñábamos un sitio web, luego se programaba todo el sitio web y luego se hacía la revisión. Ahora hemos estado trabajando un poco más, dividiendo esos tres

procesos grandes en procesos más chiquitos y lo hemos visto bastante bien como para garantizar que los proyectos se vean mejor. En la primera reunión con el cliente se divide el proyecto en vistas que son este sitio web va a tener el home, va a tener una pantalla, si fuera una tienda en línea o algún tipo como que de, hecho un proyecto que acabo de hacer y estuvo bonito fue el de Renacer cultural, que es como un sitio de eventos, en donde se va a llevar a cabo una especie de festival y digamos que allí tenemos un home, el home se dividido en tres secciones principales, la primera se destacan los eventos más cercanos, entonces se pone un poco más de información del evento y una imagen más grande, luego hay un calendario y un poco de información institucional acerca de qué se trata el festival y el logo de los participantes.

Entonces dividimos los sitios en todas estas secciones, luego se diseñan todas las vistas, se validan con el cliente, se ve si el cliente está de acuerdo con esto y luego se empieza el desarrollo y cuando ya estamos desarrollando se va a haciendo vista por vista y entonces si ya tengo listo el home, pasa al Project manager que es el que está en contacto con el cliente y le da una revisada, que cumpla con todos los aspectos en funcionalidad, que cumpla con todos los requerimientos que el cliente estableció en un principio y si el Project manager esta de acuerdo y ve que toda la funcionalidad está, ya pasa a diseño para que revise que los colores y espaciados estén bien que la programación sea fiel al diseño que se tiene y si el diseñador dice que está bien entonces ya se da como aprobada esa vista. Y el programador ya puede seguir con la siguiente, si hay cambios el programador debe de trabajar con esos cambios antes de pasar a la siguiente vista. Y así se va el proceso de desarrollo de todo el sitio. Y una vez el sitio está terminado se le da una última revisión para ver que ya tenga analíticas, tenga un montón de cositas finales que uno le tenga que ir poniendo al sitio web y ya se prueba con gente.

No todos los proyectos pero dentro de los que se puede, se revisa con el cliente, a veces se le pide que invite a otras personas que probablemente son cliente o gente que vaya a usar el sitio para ver si funciona y para que lo prueben . en donde vemos más eso es en sistemas donde desarrollamos optimización de tareas, hicimos la aplicación del BAM y entonces con ellos se hacen muchas pruebas con los usuarios y la verdad es que es bien sencillo, solo es de poner al usuario frente a la pantalla y que la use y trate de hacer alguna tarea y que haga todas las acciones que el usuario pueda hacer sin ningún inconveniente, y el ver sus reacciones es bien interesante porque a veces apachan algo y esperan ver algo y ven otro entonces es interesante preguntarles qué esperaban ver o por ejemplo a uno se le pasan cuestiones tan sencillas como pasar de la pantalla A a la B fácilmente y de manera evidente, entonces tú tienes un menú con seis secciones y quieres pasar de la B a la A y que no necesariamente sea a través de ese menú que tengas que regresar sino que puedan haber otros mecanismos que te faciliten regresar a donde quería . y sería eso ver cómo lo utilizan, preguntarles si lo encontraron fácil, si creen que alguna tarea se pudo haber llevado a cabo en menos pasos, y tomar en cuenta todas esas opiniones , ese uso libre que le pueden dar a la pantalla y opiniones abiertas, nos han permitido pulir muchísimo las aplicaciones.

Es un trabajo constante, la verdad es que no se acaba, nosotros cada dos meses seguimos sacando actualizaciones de la aplicación del BAM, seguimos arreglando porque siempre hay más de algo que mejorar. Entonces es de hacer algo sencillo, lanzarlo al público ver su recepción y ya en base a lo que el público recibe ver cómo se va mejorando porque la verdad es que un producto final perfecto nunca se va a tener.

Las tipografías y cuerpos del texto, cómo evalúan, como reconocen y si hay una estrategia atrás a la hora de diseñar con tipografía y cuerpos de texto, cómo seleccionan las tipografías como hacen las pruebas que además de tener ya la información del grupo objetivo y lo que el cliente quiere cómo toman en cuenta cual es la mejor, la legible, si se acopla a la línea gráfica de la marca?

En tema de tipografía somos muy prácticos y allí el aspecto técnico, a menos para nosotros tiene bastante peso a la hora de tomar decisiones, pues estas limitado a cuestiones técnicas, como el peso, temas que ver la manera que el sitio web sea liviano, cargue rápido, porque la verdad es que va a depender muchísimo del proyecto, nosotros preferimos que el sitio cargue 5 segundos antes y el usuario pueda empezar a trabajar o cumplir con el objetivo por el cual entro al sitio web inmediatamente, que 5 minutos después solo para ver una tipografía distinta y entonces tratamos de limitar el diseño de nuestros sitios web entre 2 y 3 y a veces me cuestiono mucho si esta tercera tipografía va a aportar algo de valor al proyecto. Entonces por lo general lo limitamos a 2, una tipografía para títulos y una para los cuerpos de texto, incluso se puede hacer en 1 porque es más liviano, cada tipografía es un peso que uno lo añade al sitio web entonces mientras menos use, más liviano es y mas rápido va a cargar. Obviamente cuestiones de Branding y cuestiones de estética, 2 o 3 esta bien pero con 4 o 5 tenemos que cuestionar el por que y si el peso no viene a ser contraproducente.

Porque va con 6 se ve genial, pero si nunca le va a cargar al usuario, estas perdiendo, al tema de la funcionalidad le damos más peso que al tema estético. Y otra es que evaluamos, hemos trabajado con marcas en Europa y estados unidos donde tienen un Branding muy establecido un set de tipografías y presupuesto para comprar la licencia de tipografías, entonces con eso nos vamos una licencia de tipografía te viene costando par web 70 dólares para las primera 500,000 impresiones.

Si la compras en myfonts o alguna en particular masomenos el precio estándar está por allí los 70 o 150\$ por las primeras 500,000 impresiones al mes. La verdad es que es un número bastante grande, la verdad que un sitio web tenga más de 500,000 impresiones al mes es porque tu proyecto es grande sin embargo hay muchos proyectos que , por ejemplo está esta empresa en Barcelona que se llama Typeform y el sitio web de ellos recibe como 1.2 millones de visitas al mes entonces ya 1.2 millones ya son 600\$ al mes, entonces solo que tengas el presupuesto yo diría que vale la pena pero aun así, vos te pones a pensar si realmente no habría una alternativa a esa tipografía en google fonts o en alguno de estos sitios, que te pudiera funcionar y que la tipografía es gratuita. Cuando no es el caso, es muy raro, optamos por utilizar tipografías de google que en el servidor están alojadas estas tipografías, está optimizado para esta carga de fuentes, entonces estas utilizando lo mejor de lo mejor en este mundo en cuanto a hardware en cuanto a servidores, optimización de los tipos para su uso en web de manera gratuita. Y todo digamos que con el apoyo de google, entonces ya google pagó esas licencias, ya todos esos archivos están en servidores especiales que te cargan super rapido, ademas que si alguien ya visito este sitio web.

Digamos vos te metes a un sitio web que tiene cierta tipografía instalada de google, y luego te metes a otro sitio web, esa tipografía ya descargo, vos la tenes instalada localmente y ya no temas que esperar ese tiempo de carga y entonces todo funciona muy bien. Y cómo elegimos? Digamos que ya limitamos a nivel técnico de donde vamos a sacar las tipografías, allí ya es cuestión de estética, del criterio del diseñador que tipografía va a utilizar y siempre limitamos a 2 y cuales va a elegir, cuales va a emparejar, jugar a nivel de jerarquías, nos gusta mucho más jugar con eso, ya sea una tipografía pero jugar bastante con jerarquía, contratante, siempre que podemos metemos textos grande.

Nos gusta como se ven y como juegan con los textos chiquitos y entonces ya es un más un elemento de diseño gráfico que un texto en sí, pero depende del proyecto.

Cómo desarrollan el sitio web tomando en cuenta los aspectos, por ejemplo si tienen un proyecto con contenido extenso y hay muchas imágenes y videos qué aspectos evalúan y cómo desarrollan esa parte de desarrollar un sitio web que cargue rápido y al mismo tiempo tener el contenido que el cliente quiere?

Allí si que hay técnicas que uno puede utilizar, para empezar todas las imágenes las optimizamos a 72dpi, la pasamos por tiny png, las comprimimos lo más que podemos, que no pierdan su calidad pero que si nos garantizamos que esa imagen no puede pesar menos de lo que ya pesa. Tratamos que una imagen no nos pese más de 500k y si realmente tiene que, digamos hay una que pesan 500K que son la que utilizamos de fondo 1920x1280 lo evaluamos y siempre el tema del peso lo vamos cuidando. El tema del peso es una lata porque uno a veces dirá es insignificante 200K más, pero cuando hay tantos elementos, ósea la tipografía te suma, las imágenes te suma, los videos te suma, la longitud de la pagina de suma y todo te suma, ya esos 200 ya no son tan insignificantes, porque le vas sumando 200 aquí, 200 aquí y cuando sentís una pagina que te pudo haber pesado 1mega te termina pesando 5.

Y todo eso google lo castiga mucho a nivel de CEO y entonces primero cuidados que todas las imágenes están optimizadas, y de allí hay técnicas por ejemplo, si es una página muy larga uno puede optar por no cargar las imágenes sino hasta que el usuario ya llegue donde se presenta entonces ahorra mucho porque si tu página mide 10,000 pixeles o 20,000 pixeles, uno podría cargar de primero los 1,000 pixeles de imágenes o 2,000 pixeles de imágenes y mucha gente también no llega hasta el final, también es de evaluar mucho el comportamiento del usuario y entonces allí ya es una gran ventaja porque temes

30 imágenes metidas en todo el artículo pero las demás las temes regadas para abajo puedes hacer que la imágenes no carguen hasta que el usuario llegue allí o que empiecen a cargar un poquito antes que el usuario llegue y entonces pues allí te ahorra. Por ejemplo en vistas donde tenemos todos los artículos, presentamos los primero 9 artículos y luego cuando el usuario va scrolleando ya vamos cargando más, lazy loading se llama esa técnica y la aplicamos mucho cuando estamos trabajando con portales con mucho contenido el lazy loading es clave para optimizar recursos y para que los sitios carguen más rápido.

Los videos por lo general, de hecho todos, los metemos a YouTube porque de nuevo, es que los servidores de google son una maravilla, vos te pones a cargar un video mp4 que yo subo a un servidores donde ya alojamos los archivos de los sitios, te carga 3 o 4 veces más despacio que un video de YouTube. A veces hasta yo me pregunto cómo le hacen y entonces subimos los videos y YouTube tiene un API y entonces con eso ya vos puedes hacer que el video se cargue automáticamente, se reproduzca automáticamente, loop, cuando el video termina vos puedes ejecutar eventos y entonces puedes hacer que otro video de reproduzca o que te tire a otra sección del sitio web, puedes hacer un montón de cosas.

El API de YouTube, uno puede hacer lo que quiera. Otra ventaja de alojar en YouTube es que 1. Es otro canal entonces te puede generar trafico y 2. Que no te gastas tu espacio que temes en tu servidor porque cuando vos tenés un sitio web en un servidor pues pagas por espacio y los videos te lo llenan rapidísimo, otra ventaja de los videos de YouTube es que cargan de manera sincro entonces no temes que esperar que el video cargue para que el resto del sitio web cargue, y también dependiendo de tu calidad de conexión va a ser la calidad del video, si tu conexión es mal te carga un video liviano, a diferencia que si temes una buena conexión te carga un video con mejor definición, entonces ya YouTube hace un montón de cosas de fondo, por-

que tiene miles de programadores dedicados a eso, entonces hay que aprovechar porque de lo contrario qué puedes hacer con un equipo de 6 o 7 programadores versus lo que ya están haciendo ellos allá, entonces es de aprovechar todas esas herramientas.

Qué aspectos consideraron importantes al momento de diseñar para diseñadores gráficos a la hora de elaborar el sitio web?

La verdad es que diseñar para diseñadores gráficos es como, a nivel funcional más fácil, porque uno es el grupo objetivo, entonces ya uno sabe que es lo que uno quiere, y lo que uno necesita. Para el sitio web de adherente le prestamos mucha atención a la información clave que fuera información resumida, la verdad que la gente igual no lee mucho, teníamos las fechas en grande, quienes iban a venir y bueno de allí todos los detalles, subimos una agenda con el programa, pero lo hicimos todo como en una página y empezamos desde lo más importante en letras muy grandes de primero, fecha, hora, lugar y luego abajo quienes venían, igual así en letras grandes, la verdad el layout fue bien sencillo porque es una sola página, con un sidebar fijo donde uno podía navegar entre las distintas opciones y todo el contenido estaba dividido en secciones en una sola página.

Teníamos una segunda columna con la información y una tercera columna con una cajita que representaba la imagen de adherente de esa edición. Nos basamos mucho en la imagen que ya había desarrollado Sabat, que era muy buena y ellos nos pasaron todos los recursos gráficos, los renders y vectores que podíamos utilizar para definir las secciones y eso utilizamos. Realmente no es un sitio muy grande, solo tenía la información básica en el home, el programa y todo eso lo ocultamos porque sabíamos que la información la teníamos dividida por días y con un ver mas te podías adentrar y ver mas contenido, pero si no después del programa llegábamos a patrocinadores y allí se acababa.

El tema de los patrocinadores era importante para nosotros resaltarlos por las alianzas que se hicieron y entonces aparecen en todas las páginas, como un footer bien grande. Y ya las internas, solo eran seis internas, una para cada diseñador que iba a venir a exponer y entonces la ficha del diseñador allí si ya el sidebar se quedaba igual, la columna del centro se quedaba igual con una pequeña biografía del diseñador y la tercera columna que fue la que nosotros reservamos para el Branding del home, la utilizamos para armar galerías de fotos de los diseñadores, para que la gente pudiera ver la calidad del trabajo de esta gente y pues se motivara a asistir al evento. Fue un proyecto no tan complejo, lo hicimos un poco a la carrera y fue una donación entonces tampoco le podíamos dedicar todo el tiempo de mundo pero creo que para los propósitos que tenían funcionaba bien.

Con respecto a el contenido, nuevamente fuimos jerarquizando, la información de los talleres era otra página y ya la gente si le interesaba cierto diseñador pues ya podía ver en que taller iba a estar participando y entonces ya se daba allí la información del taller.

Si polígono quiera que royal studios le desarrollara el sitio web qué aspectos consideran importante a la hora de diseñar este sitio web que es con mucho contenido?

Evaluar el administrador de contenido que se va a usar, si se va a usar wordpress, eso muchas veces limita la flexibilidad que puedes tener a nivel de, porque todo tiene que estar programado estos si cada artículo, va digamos que esa es una, que administrador de contenido vas a tener. Para que se te haga fácil publicar contenidos y lo puedas hacer de manera frecuente y alimentar el sitio web y que al final el sitio web no se te vuelva una carga más sino solo el medio para los contenidos. En la medida que más fácil o difícil es publicar también es como que tienes más o menos flexibilidad en cuanto al layout de los artículos los colores que quieres usar de fondo, que tan diferente quieres que sea un artículo versus el siguiente.

No recuerdo pero creo que si tenia sus variaciones. Digamos que nosotros lo primero que haríamos a la hora de comenzar un proyecto de estos es definir bien los tipos de contenido, la estructura para ver de qué manera se facilita el actualizar, lo más flexible siempre es dejarlo todo en HTML y CSS y cada página por página pero eso te puede tomar muchísimo tiempo que vas a estar haciendo 6 artículos 10 artículos ósea a qué hora programas todas las páginas, además que hay cierta inconsistencia o poder llegar a generar cierta inconsistencia entre una página y la otra y entonces creo yo que un administrador de contenidos es clave y allí ya puedes definir componentes, es decir tenemos cuerpos de texto, entradas, formato de entrevista de pregunta y respuesta, galería de imágenes, imágenes destacadas y entonces ir desarrollando una guía de recursos que podemos utilizar para armar un artículo.

Entonces ya se diseña cada recurso, cada componente de manera independiente para que luego armar artículo sea una especie de estar armando legos, donde yo ahorita quiero agregar una entrada o quiero agregar un texto destacado y que sea un texto con una tipografía bastante grande que te venga a romper un espacio y sea de descanso visual.

Luego pues están los párrafos de texto, luego viene una galería de imágenes, que la galería de imágenes cuando le hagas clic se va a hacer más grande la imagen, herramientas para que sea más fácil compartir el artículo, herramienta para que sea fácil pues no se si va haber un espacio de discusión y si la discusión se llevaría a cabo dentro del sitio o en redes sociales, entonces evaluar todos estos aspectos para sacarle el mayor provecho y hacer lo que se tiene que hacer y no hacer trabajo de más, porque estos proyectos en mi experiencia consumen demasiado tiempo y no llegan a ser como rentables, uno los hace más por pasión y entonces tiene que ver la manera de facilitar el ejecutarlos porque igual la pasión se acaba y tienes que ver que más puedes hacer para que el proyecto dure. Y entonces ver de

qué manera se puede facilitar el estar publicando contenidos, armando artículos y que al menos eso no sea una carga más y fácil de manejar. Y al final creo yo que el contenido no debe desviarse mucho del factor principal que es el contenido y el poder compartir las entrevistas, los reportajes, y entonces al final el medio es solo una plataforma y entonces se puede empezar de una manera muy básica y en medida que el proyecto crezca pues ya ir viendo de qué manera se pueden ir agregando nuevas funcionalidades y nuevas cosas, ver la recepción, ver que formato funciona mejor, en base a eso ir puliendo.

Porque ahora en estos tiempos de multimedia vos mismo lo puedes ver en portales como playground o vice que ya le dan mucha más importancia a videos, a entrevistas en formato de video o artículos resumidos en video que se pueden ver a través de instagram.

Basica está haciendo un trabajo bastante interesante en ese sentido en su canal de instagram en donde en vez de dedicarse a desarrollar un artículo súper complejo, súper largo mejor vienen y hacen historias para contar algo, y el formato esta chilero, es digerible y artículos de 700 o 800 palabras probablemente nadie lo lee pero las historias casi que las ves como si estuvieras viendo televisión. Y entonces si logras condensar el contenido, hacerlo digerible y que la gente lo pueda recibir de manera práctica, pues está muy bien.

Nómada también está haciendo un muy buen trabajo utilizando multimedia para comunicar, tienen su canal de YouTube, tienen un canal de soundcloud en donde están haciendo entrevistas en audio y en el sitio web pues están los links a eso y entonces hasta el trabajo del desarrollo es más fácil, al final lo que tienes allí es una biblioteca de medios digitales y poder tener el contenido ya categorizado porque al final allí es donde las redes sociales ya te fallan, porque necesitas guardarlos, en algún tipo de biblioteca, que es lo que necesitas en este caso.

INSTRUMENTO Y RESULTADOS - GUIA DE OBSERVACIÓN

GUIA DE OBSERVACION - OBJETOS DE ESTUDIO

COMPETENCIA - CASO ANALOGO

Identidad grafica

Logotipo	Isotipo	logotipo	Imagotipo	Isologotipo
Tipo de pieza				
¿El logotipo cuenta con variaciones?				
¿Las variaciones mantienen características básicas?				
¿Se utilizaron tipografías como parte de la identidad gráfica?				
¿Se puede identificar una paleta de color dentro de la identidad?				
¿Al observar el contenido se puede ver la Integración de la identidad gráfica?				
¿Se percibe consistencia alrededor de todos los elementos de la identidad?				
¿Los elementos gráficos se relacionan con la identidad en general?				

Sitio web

Tipo de pagina	Una pagina	Múltiples paginas
Categoría	Portal	Personal
¿Se puede observar un orden o diagramación en el sitio web general?		
¿Existe un uso estratégico de retículas y espacios en blanco?		
¿Se utiliza adecuadamente el tamaño de tipografías en el contenido?		
¿Existe una jerarquía en los cuerpos de texto y el contenido?		
¿Se puede observar dentro de la página el flujo de contenido?		
¿Ofrece respuestas a las acciones?		
¿Cuenta con un menú, o sistema de navegación?		
¿Existe iconografía para apoyar el material y orientar al usuario?		

Contenido

¿Existe una integración dentro del contenido y la identidad gráfica?	
¿El usuario puede interactuar con el contenido?	
¿Hay diferentes layouts dentro de los artículos para cada tema?	
¿Existen recursos para presentar archivos multimedia, videos e imágenes?	
¿Se puede compartir la información a otras plataformas?	
¿Existe material en redes sociales para presentar los artículos?	
¿Hay material alternativo en las redes sociales fuera del sitio web?	

GUIA DE OBSERVACION - PRIMITIVE ZINE

CASO ANALOGO

Identidad grafica

Logotipo	Isotipo	logotipo	Imagotipo	Isologotipo
Tipo de pieza				
¿El logotipo cuenta con variaciones?				
¿Las variaciones mantienen características básicas?				
¿Se utilizaron tipografías como parte de la identidad gráfica?				
¿Se puede identificar una paleta de color dentro de la identidad?				
¿Al observar el contenido se puede ver la Integración de la identidad gráfica?				
¿Se percibe consistencia alrededor de todos los elementos de la identidad?				
¿Los elementos gráficos se relacionan con la identidad en general?				

Sitio web

Tipo de pagina	Una pagina	Múltiples paginas
Categoría	Portal	Personal
¿Se puede observar un orden o diagramación en el sitio web general?		
¿Existe un uso estratégico de retículas y espacios en blanco?		
¿Se utiliza adecuadamente el tamaño de tipografías en el contenido?		
¿Existe una jerarquía en los cuerpos de texto y el contenido?		
¿Se puede observar dentro de la página el flujo de contenido?		
¿Ofrece respuestas a las acciones?		
¿Cuenta con un menú, o sistema de navegación?		
¿Existe iconografía para apoyar el material y orientar al usuario?		

Contenido

¿Existe una integración dentro del contenido y la identidad gráfica?	
¿El usuario puede interactuar con el contenido?	
¿Hay diferentes layouts dentro de los artículos para cada tema?	
¿Existen recursos para presentar archivos multimedia, videos e imágenes?	
¿Se puede compartir la información a otras plataformas?	
¿Existe material en redes sociales para presentar los artículos?	
¿Hay material alternativo en las redes sociales fuera del sitio web?	

INSTRUMENTO Y RESULTADOS - GUIA DE OBSERVACIÓN

GUIA DE OBSERVACION - OBJETOS DE ESTUDIO

COMPETENCIA - CASO ANALOGO

Identidad grafica

Logotipo	Isotipo	logotipo	Imagotipo	Isologotipo
Tipo de pieza				
¿El logotipo cuenta con variaciones?				
¿Las variaciones mantienen características básicas?				
¿Se utilizaron tipografías como parte de la identidad gráfica?				
¿Se puede identificar una paleta de color dentro de la identidad?				
¿Al observar el contenido se puede ver la Integración de la identidad gráfica?				
¿Se percibe consistencia alrededor de todos los elementos de la identidad?				
¿Los elementos gráficos se relacionan con la identidad en general?				

Sitio web

Tipo de pagina	Una pagina	Múltiples paginas
Categoría	Portal	Personal
¿Se puede observar un orden o diagramación en el sitio web general?		
¿Existe un uso estratégico de retículas y espacios en blanco?		
¿Se utiliza adecuadamente el tamaño de tipografías en el contenido?		
¿Existe una jerarquía en los cuerpos de texto y el contenido?		
¿Se puede observar dentro de la página el flujo de contenido?		
¿Ofrece respuestas a las acciones?		
¿Cuenta con un menú, o sistema de navegación?		
¿Existe iconografía para apoyar el material y orientar al usuario?		

Contenido

¿Existe una integración dentro del contenido y la identidad gráfica?	
¿El usuario puede interactuar con el contenido?	
¿Hay diferentes layouts dentro de los artículos para cada tema?	
¿Existen recursos para presentar archivos multimedia, videos e imágenes?	
¿Se puede compartir la información a otras plataformas?	
¿Existe material en redes sociales para presentar los artículos?	
¿Hay material alternativo en las redes sociales fuera del sitio web?	

GUIA DE OBSERVACION - MINDSPARKLE MAG

CASO ANALOGO

Identidad grafica

Logotipo	Isotipo	logotipo	Imagotipo	Isologotipo
Tipo de pieza				
¿El logotipo cuenta con variaciones?				
¿Las variaciones mantienen características básicas?				
¿Se utilizaron tipografías como parte de la identidad gráfica?				
¿Se puede identificar una paleta de color dentro de la identidad?				
¿Al observar el contenido se puede ver la Integración de la identidad gráfica?				
¿Se percibe consistencia alrededor de todos los elementos de la identidad?				
¿Los elementos gráficos se relacionan con la identidad en general?				

Sitio web

Tipo de pagina	Una pagina	Múltiples paginas
Categoría	Portal	Personal
¿Se puede observar un orden o diagramación en el sitio web general?		
¿Existe un uso estratégico de retículas y espacios en blanco?		
¿Se utiliza adecuadamente el tamaño de tipografías en el contenido?		
¿Existe una jerarquía en los cuerpos de texto y el contenido?		
¿Se puede observar dentro de la página el flujo de contenido?		
¿Ofrece respuestas a las acciones?		
¿Cuenta con un menú, o sistema de navegación?		
¿Existe iconografía para apoyar el material y orientar al usuario?		

Contenido

¿Existe una integración dentro del contenido y la identidad gráfica?	
¿El usuario puede interactuar con el contenido?	
¿Hay diferentes layouts dentro de los artículos para cada tema?	
¿Existen recursos para presentar archivos multimedia, videos e imágenes?	
¿Se puede compartir la información a otras plataformas?	
¿Existe material en redes sociales para presentar los artículos?	
¿Hay material alternativo en las redes sociales fuera del sitio web?	



INSTRUMENTO - RECONOCIMIENTO G.O.

Zine Digital Para El diseño y animación 3d.

Soy estudiante de la Universidad Rafael Landívar, facultad de Arquitectura y Diseño. Actualmente curso el cuarto año. En la clase de síntesis III, desarrollaré material enfocado en un proyecto de emprendimiento.

A continuación encontrará una lista de preguntas que servirán de apoyo para la funcionalidad del proyecto.

Edad *

- 18-24
- 25-31
- 32-38
- 39 - o mas.

¿A qué te dedicas?

- Estudias
- Trabajas
- Ambas

¿En qué área de diseño gráfico trabajas? *

Texto de respuesta corta

¿Te parece útil las plataformas enfocadas en áreas específicas diseño gráfico? *

(Ej: Capiusa se enfoca en ilustración)

- Sí
- No

El Porqué de tu respuesta anterior

Texto de respuesta larga

¿Qué es lo que mas te gusta de estas plataformas que impulsan el diseño gráfico?

- Exposición de diseñadores
- Conferencias
- Talleres
- Tutoriales
- Expositores internacionales
- Ensayos y artículos
- Otra...

¿Conoces el diseño 3d? *

- Sí
- No

¿Sabes diseñar 3d? *

- Sí
- No





Tu experiencia.

Descripción (opcional)

¿Has trabajado proyectos 3d comisionados? *

- Sí
- No

¿Podrías brindar información sobre algún proyecto 3d que hayas realizado? (Cliente y que elaboraste).

Texto de respuesta larga

Como aprendiste *

- En la universidad
- Tutoriales
- Clases Informales
- Otra...

¿Qué plataforma/comunidad de diseño 3d

- Greyscalegorilla
- Pixel lab
- 3d for designers
- All3dp
- Otra...

¿De 1 a 5 cuanto consideras que el diseño 3d es reconocido en *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Tu opinión

Descripción (opcional)

¿Considerarías necesario un espacio digital dedicado al diseño 3d en Guatemala? *

- Sí
- No

¿Qué buscarías en un espacio digital dedicado al diseño *

- Referencias
- Entrevistas
- Discusión
- Tutoriales
- Artículos
- Exposiciones
- Otra...

Preferirías conocer proyectos 3d: *

- Nacionales
- Internacionales
- Ambos

¿Qué temas sobre 3d son de tu *

- Modelado
- Iluminación
- Ambiente
- Materiales
- Animación
- Otra...





¿Qué aparato utilizas para visitar sitios informativos?.

- Smartphone
- Computadora
- Tablet

¿Cuánto tiempo le dedicarías a leer e interactuar con este espacio? *

- 5 minutos
- 15 minutos
- 30 minutos
- 1 Hora o mas.

¿Si existiera algún costo, cuánto estarías dispuesto a pagar por esta plataforma?

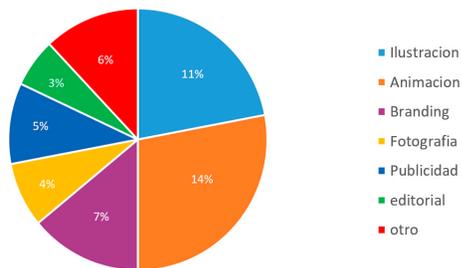
- 0 - 50
- 60 - 100
- 200-500



ANÁLISIS DE RESULTADOS: RECONOCIMIENTO G. O.

Se elaboro el instrumento de encuesta, para el estudio y análisis del grupo objetivo. general la herramienta recopilaba datos que respondían a los factores psicograficos del perfil propuesto de G.O. Al llevar acabo los cuestionarios se obtuvo una muestra de 50 personas, entre las cuales, se encontraban personas que deseaban aprender diseño 3d y diseñadores que ya laboran y conocen en el área. A continuación se presentan los resultados.

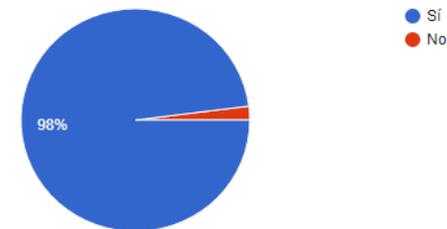
¿En qué área de diseño gráfico trabajas?.



Dentro de las primeros incisos enfocadas en la información laboral de los encuestados, se les pregunto sobre que are laboran actualmente de diseño, El 14% de los encuestados respondieron que pertenecían al área de animación 2d y 3d, lo que favoreció el desenvolvimiento del instrumento puesto que la información mas valiosa proviene de los profesionales que saben del tema. El 11% de los encuestados respondió que se desarrollaban en el área de la ilustración. Las cifras restantes se dividen en pequeños números en áreas como publicidad, editorial, fotografía, y otros.

¿Te parece útil las plataformas enfocadas en áreas específicas diseño gráfico?

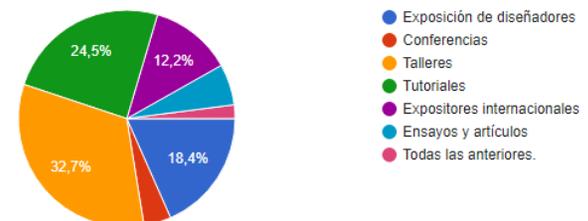
50 respuestas



En este inciso se les pregunto a los encuestados sobre su opinión acerca de las plataformas en Guatemala que impulsan un área de diseño en especifico, como ejemplo se habla de Capiusa en ilustración, lo que dio como resultado un 98% de personas que consideran útil y efectivo este tipo de colectivos, cabe resaltar que se cuestiono el porque de su respuesta en esta pregunta a lo que en general los encuestados respondían que estas permitían conocimiento y experiencia sobre el área que el trabajo y la carrera no se los podía dar, ademas de promover la convivencia y colaboración dentro del gremio.

¿Qué es lo que mas te gusta de estas plataformas que impulsan el diseño gráfico?

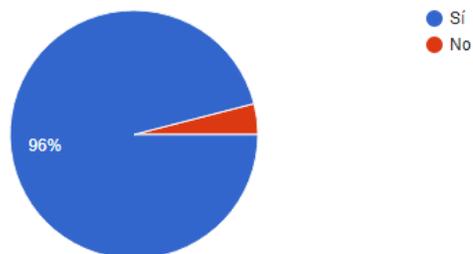
49 respuestas



Esta pregunta hacia referencia a las características, actividades y espacios que diversos festivales y colectivos realizan, se le pregunto al encuestado que preferencia tiene ante las opciones de información , actividades, y creación de espacios, ya conocidos en Guatemala, el 32% de los encuestados, la mayoría, prefieren la realización de talleres, también un 24% prefiere tutoriales, y las exposiciones de diseños se destacaron con un 18%.

¿Conoces el diseño 3d?

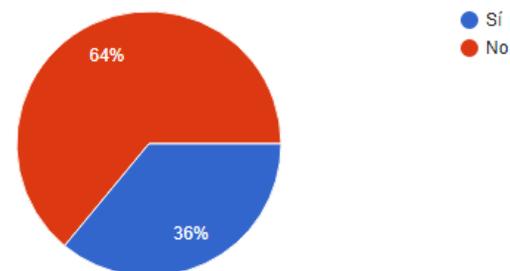
50 respuestas



Se le pregunto a los encuestados, si sabían de diseño 3d, con el objetivo de conocer si en Guatemala es un área aun remota, o ya se encuentra en desarrollo, el 96% de las personas respondieron a favor de este, lo que indica alto reconocimiento y entendimiento de lo que trata y representa el diseño 3d.

¿Sabes diseñar 3d?

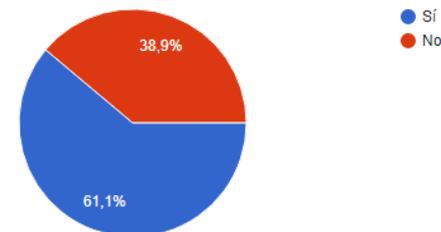
50 respuestas



¿Sabes diseñar 3d?, como secuencia de la pregunta anterior, se busca conocer el numero de encuestados que saben diseñar 3d, para poder desarrollar a estos una serie de preguntas enfocadas en su experiencia y opinión del diseño 3d en Guatemala en la actualidad. Se obtuvo una cifra del 36% positivo, (18) personas de las encuestadas trabaja en el área de esta investi-

¿Has trabajado proyectos 3d comisionados?.

18 respuestas



En este inciso se le pregunto a los encuestados que saben diseñar 3d, si han realizado proyectos comisionados o reales, a lo que 61% respondió positivamente, lo que es un indicador de oportunidad en el mercado de Guatemala en esta área.

¿Podrías brindar información sobre algún proyecto 3d que hayas realizado? (Cliente y que elaboraste).

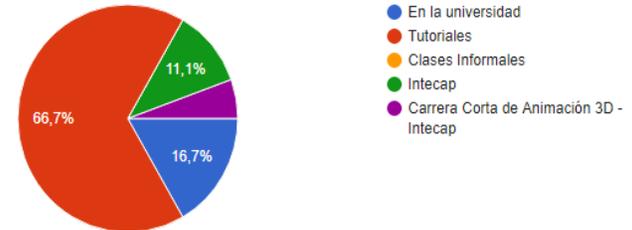
10 respuestas

Por el momento solo proyectos de u
Empaque, Alessa designs
posts y diseño social media, y character modeling.
Cliente: Casa de Dios, Proyecto: Hechos29
Propio - Cortometraje para niños.
Solamente personajes o logos en 3D tareas de la U, o un logo que si entregé a un cliente.
Kerns, animación spot publicitario.
ItchNo.9, Portada interna
Animacion 2d y 3d, para Raise
Taread para la u

Se le pregunto a los encuestados si podían compartir información de clientes o marcas para las que hayan desarrollado proyectos de 3d. Se logro observar diversidad de proyectos, en los que se pueden notar diferentes mercados y segmentos de trabajo, y áreas de desarrollo, desde marcas grandes guatemaltecas, hasta negocios pequeños.

Como aprendiste

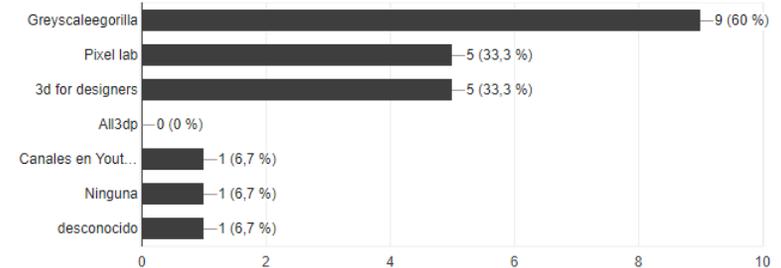
18 respuestas



¿Cómo aprendiste 3d?, se le pregunto a los encuestados sobre su experiencia de aprendizaje, con el objetivo de conocer los recursos disponibles y mas utilizados para aprender 3d en Guatemala, a lo que un 66% respondió “Tutoriales”, lo que significa que la mayoría de los encuestados, se ha desarrollado en el área de 3d por autodidactismo.

¿Qué plataforma/comunidad de diseño 3d sigues?.

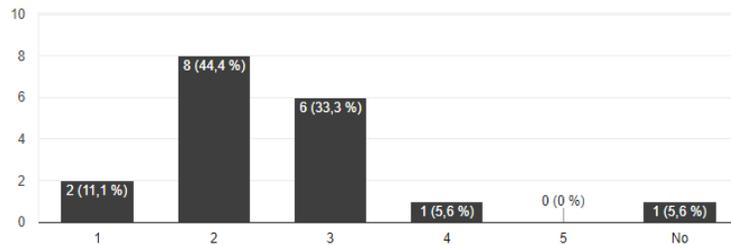
15 respuestas



Se le pregunto a los encuestados en relación a las plataformas que impulsan el diseño 3d, a nivel internacional, y con cual se familiarizaban mas o tenían cierta, preferencia, el 60% de los encuestados respondió "GreyscaleGorrilla", siendo predecible por popularidad del sitio y la diversidad de recursos con los que cuentan.

¿De 1 a 5 cuanto consideras que el diseño 3d es reconocido en Guatemala?

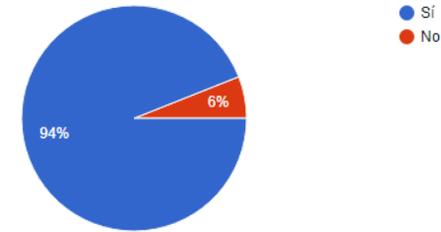
18 respuestas



En este inciso se tenia como objetivo conocer la percepción y opinión de las personas que laboran en esta área, sobre la situación actual del diseño 3d en Guatemala. En una escala de 1 a 5 evaluando la popularidad de esta área de diseño en Guatemala, un 44% voto por 2 y el 33% voto por 3, lo que signifioco la mayoría de los votos. siendo un indicador de falta de conocimiento de diseño 3d, entre otros.

¿Considerarías necesario un espacio digital dedicado al diseño 3d en Guatemala?

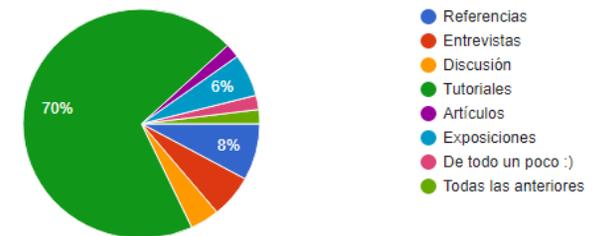
50 respuestas



Regresando a la muestra original de 50 personas, se les pregunto su opinión, si consideran necesario un espacio en Guatemala dedicado al diseño 3d, el 94% de los encuestados contesto positivamente, siendo esto un indicador de la necesidad de espacios dedicados al diseño digital, animación y 3d.

¿Qué buscarías en un espacio digital dedicado al diseño 3d?

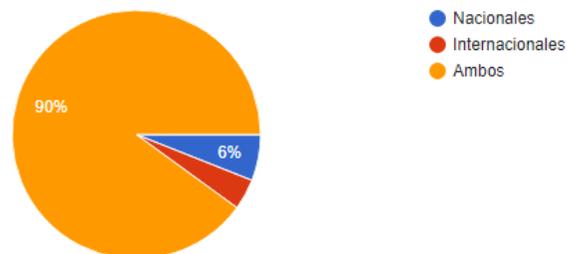
50 respuestas



Esta pregunta tiene como objetivo conocer las áreas de interés del diseño 3d de los encuestados, por lo que se le pregunto a las personas que considera necesario en la plataforma dedicada al diseño 3d. a lo que un 70% respondió "Tutoriales", siendo la mayoría de personas, esto significa que se necesita un espacio dedicado a la creación y aprendizaje, también con un 8% se voto Referencias, y 6% Entrevistas.

Preferirías conocer proyectos 3d:

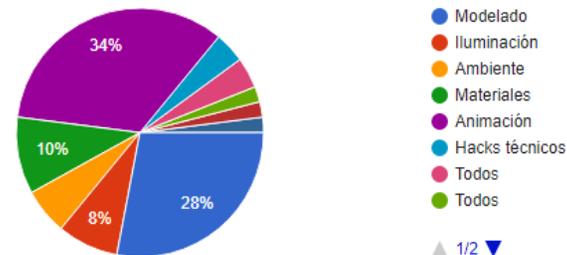
50 respuestas



Se le pregunto a los encuestados, sobre su preferencia en la exposición de proyectos nacionales, e internacionales. a lo que un 90% contesto que desearía ver ambos, lo que significa que la mayoría de personas tienen interés por ver lo que se desarrolla dentro y fuera de Guatemala.

¿Qué temas sobre 3d son de tu interés?

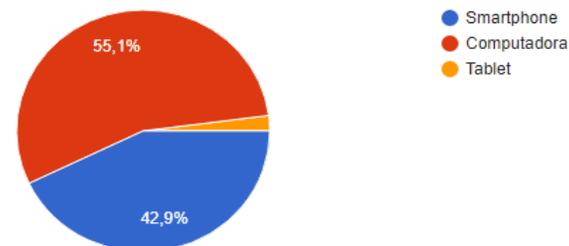
50 respuestas



Este inciso tiene como objetivo conocer las preferencias de los encuestados en cuanto a temas de diseño 3d, puesto que es necesario saber que temas son los mas populares y escasos de exponer, a lo que los encuestados respondieron, Animación 3d, con un 34%, seguido de Modelado con 28% de votos.

¿Qué aparato utilizas para visitar sitios informativos?.

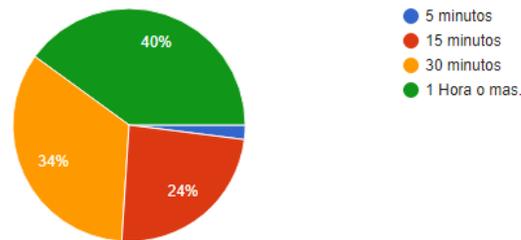
49 respuestas



¿Que aparato utilizas para visitar estas plataformas digitales?, con el objetivo de conocer las preferencias y dispositivos que los encuestados tienen al visitar y conocer las plataformas digitales, los encuestados respondieron 55%, Computadora, sin embargo también un 42% respondió móviles, lo que significa que es una ligera ventaja a las pantallas grandes.

¿Cuánto tiempo le dedicarías a leer e interactuar con este espacio?

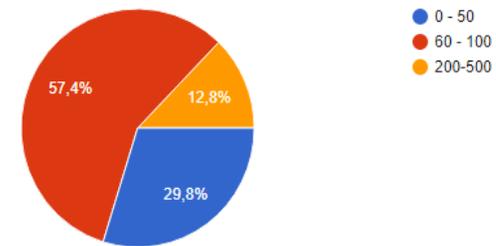
50 respuestas



Este inciso tenía como objetivo conocer el tiempo de lectura y dedicación a una plataforma online de diseño 3d, a lo que la mayoría respondió "1 hora o mas" con un 40% de los encuestados, sin embargo también el 34% de los encuestados respondió que le dedicaría 30 minutos.

¿Si existiera algún costo, cuánto estarías dispuesto a pagar por esta plataforma?

47 respuestas



En la última pregunta se buscó obtener información de los encuestados sobre cuánto estarían dispuestos a pagar por una plataforma digital dedicada al diseño 3d, a lo que la mayoría contestó, Q60 a Q100, con un 57%. y un 28% 0 a 50, lo que significa que no hay un número mayoritario que considere oportuno invertir en una plataforma digital de diseño 3d.



INSTRUMENTO - COMPLEMENTARIO G.O.

Questionario Complementario: En oportunidades y preferencias de G.O.

Soy estudiante de la Universidad Rafael Landívar, Facultad de Arquitectura y Diseño. Actualmente me encuentro desarrollando un proyecto de grado, el cual se trata sobre material enfocado en un proyecto de emprendimiento.

A continuación encontrará una lista de preguntas que servirán de apoyo para la funcionalidad del proyecto.

¿Consideras necesario un espacio dedicado al diseño 3d en Guatemala?

- Sí
- No

Porque de tu respuesta anterior

Tu respuesta

¿Que desearías ver dentro de este espacio?

- Referencias
- Artículos / entrevistas
- Talleres
- Tutoriales
- Recursos
- Exposiciones
- Exposición de talento internacional
- Exposición de talento nacional
- Otro:

¿Cual consideras que sería el formato indicado para este espacio?

- Revista Impresa
- Revista digital
- Sitio Web /Blog
- Festival
- Publicaciones en redes sociales.
- Otro: _____

De 1 a 5, ¿que tan relevante sería este espacio para ti?.

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Si el espacio tuviera un precio, ¿cuanto estarías dispuesto a pagar?.

- Q80 a Q100
- Q100 a Q300
- Q300 a Q500
- Q500 o mas.
- Gratis

Si este espacio tuviera un precio, ¿cual sería la modalidad de pago de tu preferencia?

- Mensual
- Anual
- bimensual
- Por material o unidad
- Otro:

¿Cual de las siguientes opciones de servicios considerarías pagar?

- Tutoriales + Recursos + Talleres
- Talleres + Clases Magistrales
- Membresía sitio web que incluye (Artículos, tutoriales y recursos)
- Recursos + Talleres

¿Consideras relevante, si este espacio contara con segmentos o formatos publicitarios, en orden de tener ingresos para el proyecto?

- Sí
- No

Porque de tu respuesta anterior

Tu respuesta

¿Cuanto tiempo le dedicarías, a este espacio?.

- 5 minutos
- 15 minutos
- 30 minutos
- 1 hora
- 2 horas
- 3 horas



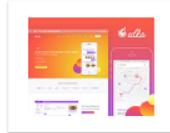


¿Cómo crees que se relacionan las paletas de color con el tipo de contenido, preferencia y predisposición con de la gráfica según las selecciones.

¿Cual de las siguientes paletas de color consideras más contrastante?



Opción 1



Opción 2



Opción 3



Opción 4

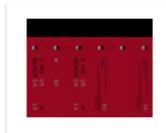
Al observar las siguientes tipografías, ¿cual te parecen mas atractiva?



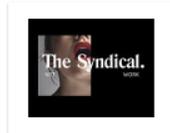
Opción 4



Opción 1



Opción 2



Opción 3

Al observar los siguientes textos, ¿cual te parecen mas legible?



Opción 1



Opción 2



Al observar las siguientes combinaciones tipográficas, ¿cual te es mas atractiva?



Opción 1



Opción 2



Opción 3



Opción 4

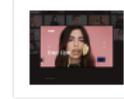
Al observar los siguientes contenidos, ¿cual te parece mas estético al observarlos?



Opción 1



Opción 2



Opción 3



Opción 4

Al observar los siguientes ejemplos de iconos, ¿cual te parece más atractivo?



Opción 1



Opción 2



Opción 3



Opción 4

¿Cual de las siguientes estilos de ilustración te parece mas estético?



Opción 1



Opción 2



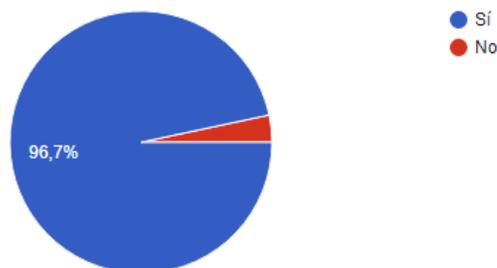


ANÁLISIS DE RESULTADOS: COMPLEMENTARIO G. O.

Se elaboró en un formato complementario, el instrumento de encuesta, para el estudio y análisis del grupo objetivo, con el objetivo de recolectar datos, importantes respecto a su percepción al diseño y animación 3d, como también al proyecto de creación de espacio dirigido a esta misma área, además se buscó evaluar por medio de referencias visuales, su opinión con respecto a temas de contraste legibilidad, estética y preferencias de estilos. Al llevar a cabo los cuestionarios se obtuvo una muestra de 30 personas, entre las cuales, se encontraban personas que deseaban aprender diseño 3d y diseñadores que ya laboran y conocen en el área. A continuación se presentan los resultados.

¿Consideras necesario un espacio dedicado al diseño 3d en Guatemala?.

30 respuestas



La primera pregunta de la encuesta tiene como objetivo conocer si la muestra considera necesario un espacio dedicado al 3d. Un 96,7% de la muestra contestó positivamente, posteriormente en el instrumento las personas justificaron la respuesta de esta pregunta, a lo que en su mayoría afirmaba que les interesaba aprender y hacer crecer el área de diseño 3d en Guatemala, puesto que no hay referentes de esta.

Porque de tu respuesta anterior

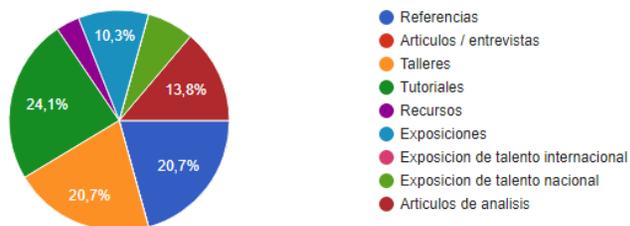
12 respuestas

- Por que es un área que se desconoce.
- Por que es necesario conocer otro tipo de diseño
- Par Conocer más.
- Es necesario
- Si es importante es una herramienta de diseño novedosa
- para poder modelar y animar en 3d
- para aprnder otros temas
- porque no hay espacios sobre 3d
- para conocer mas de esta área
- para hacer crecer esta area de diseño digital
- para abrir nuevas oportunidades y campos de diseño
- si es importante para ampliar las herramientas



¿Que desearías ver dentro de este espacio?.

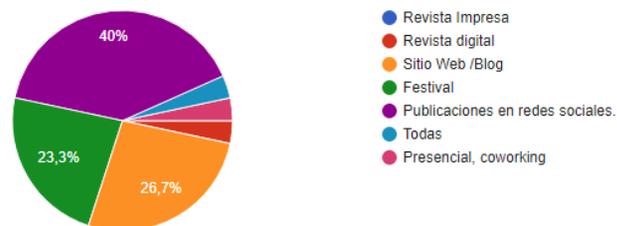
29 respuestas



En la siguiente pregunta, se tiene como objetivo conocer las necesidades de la muestra con respecto a que es lo que esperan de un espacio dedicado al diseño y animación 3d. En esta pregunta hay diferentes resultados: 24,1% Tutoriales, 20,7% Talleres, 20,7% Referencias, 13,8 Artículos y entrevistas, 10,2% Exposiciones, 7,0% Referencias Internacionales y 5% Recursos. Lo que puede significar un indicativo de la diversidad de preferencias y necesidades que aún no han sido solventadas con respecto al área de diseño 3d.

¿Cual consideras que seria el formato indicado para este espacio?.

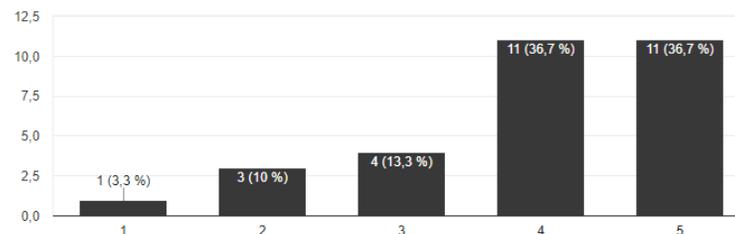
30 respuestas



La tercera pregunta de la encuesta busca conocer la preferencia de la muestra sobre los formatos que consideran adecuados para el espacio dedicado al diseño y animación 3d, con el objetivo de tomar en cuenta las posibilidades de diferentes actividades y formas de llevar a cabo cierto contenido. En los resultados se observó que 40% de la muestra considera atractivo publicaciones en redes sociales, 23,3% optó por festival, y 20% considera adecuado un sitio web / blog. Lo que representa un indicativo de la necesidad de contenido digital, utilizando las redes sociales como plataforma.

De 1 a 5, ¿que tan relevante sería este espacio para ti?.

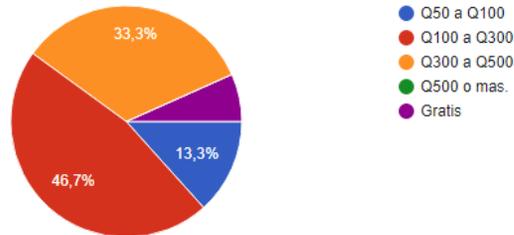
30 respuestas



En la cuarta pregunta se pidió la opinión de los encuestados con respecto a cuán relevante y necesario consideran este espacio a través de un rango de 1 a 5, en el que uno es “No es importante” y 5 es “muy importante”. La muestra contestó positivamente, 4 y 5 recibieron individualmente 36,6% de los votos. lo que significa que la mayoría de las personas considera relevante este espacio.

Si el espacio tuviera un precio, ¿cuanto estarías dispuesto a pagar?

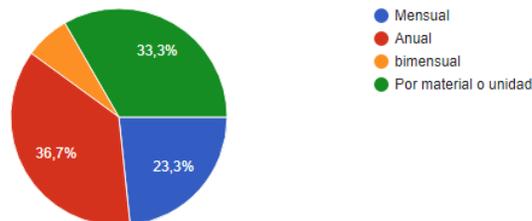
30 respuestas



La quinta pregunta tiene como objetivo conocer qué valor monetario o precio consideran que el espacio de diseño 3d, podría tener, entre diferentes rangos de precios, la muestra seleccionó: 46,7% Q100 - Q300, un 33,2% opto por Q300 - Q500 y un 13,3% voto por Q50 - Q100. Esto indica que la mayoría de personas están dispuestas a pagar por un este espacio y consideran que los rangos de precios deberían ser mayor a Q100.

Si este espacio tuviera un precio, ¿cual seria la modalidad de pago de tu preferencia?

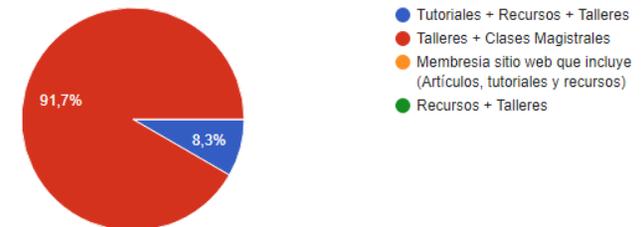
30 respuestas



Esta pregunta tiene como objetivo conocer la preferencia de la muestra en cuanto a modalidades de pago, como consideran adecuado desarrollar el pago, por mensualidades, anual, pago individual por material, etc. Las personas encuestadas respondieron: 36,7% Anual, un 33,3% Pago individual por material.y un 23,3% respondió mensual. La diferencia de resultados puede significar diferentes oportunidades y la necesidad de desarrollar un plan de pago adecuado a las personas que desean comprar ciertos materiales, como también para los que desean hacer un pago anual.

¿Cual de las siguientes opciones de servicios considerarías pagar?

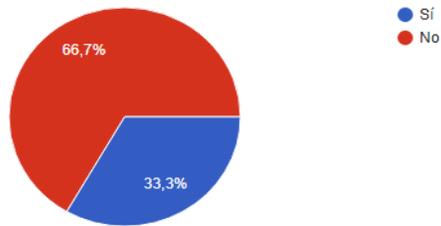
12 respuestas



La septima pregunta tiene como objetivo conocer la opinión de la muestra en cuanto qué opciones de servicios consideran rentables, cual podrían llegar a pagar. los resultados de esta cuestión fueron: 91,7% optaría por talleres y clases magistrales. mientras que un 8,3% elegiría tutoriales, talleres, y recursos. Lo que significa que las personas consideran necesario clases y talleres, siendo es una plataforma a la que las personas están dispuestos a asistir y pagar.

¿Consideras relevante, si este espacio contara con segmentos o formatos publicitarios, en orden de tener ingresos para el proyecto?

30 respuestas

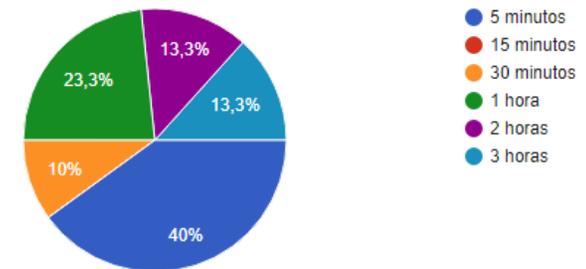


En esta pregunta la muestra opinó sobre segmentos publicitarios dentro del espacio, con el objetivo de obtener ingresos para el proyecto. Las personas respondieron: 66,7% no considera importante tener publicidad, mientras que el resto de encuestados les importa, al justificar la respuesta la mayoría comentaron que preferirían que fueran cosas pequeñas de manera que no perjudique el espacio.

si son espacios pequeños
Depende de que tipo, no pop-ups.
No, lo veo relevante.
No si es poco.
No, Miéntra sea solo imagenes
si son banners miniatura.
no es importante
Estoy de acuerdo con publicidad moderada.
si estoy de acuerdo con publicidad
si son segmentos pequeños
no importa si hay publicidad
no me molestaria

¿Cuanto tiempo le dedicarías, a este espacio?.

30 respuestas

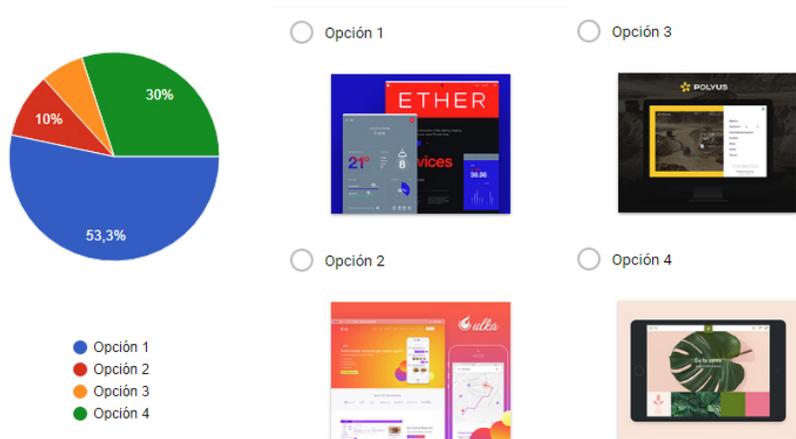


En la novena pregunta de la encuesta se buscó obtener la opinión sobre cuánto tiempo utilizaría o prestaría a este espacio, a lo que la muestra respondió: 40% - 5 minutos, un 23,3% - 1 hora, y 2 a 3 horas obtuvo 13,3% individualmente lo que significa que más del 26% desea dedicar bastante tiempo a el espacio de diseño 3d, mientras que la mayoría desea dedicarle el menor tiempo posible, lo que puede complicar el desarrollo de un espacio presencial.



¿Cual de las siguientes paletas de color consideras más contrastante?.

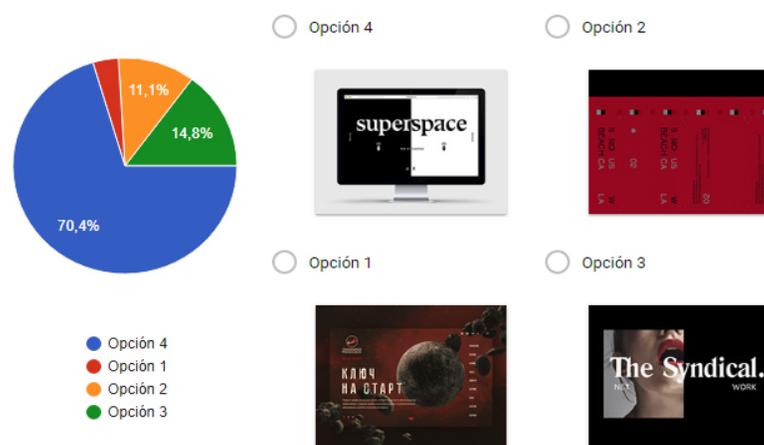
30 respuestas



En la primera pregunta sobre referencias visuales, se preguntó sobre paleta de color y contraste, las personas votaron: 53% - Opción 1, lo que significa que los encuestados encontraron con mayor fuerza visual y contraste una paleta de colores saturados.

Al observar las siguientes tipografías, ¿cual te parecen mas atractiva?.

27 respuestas



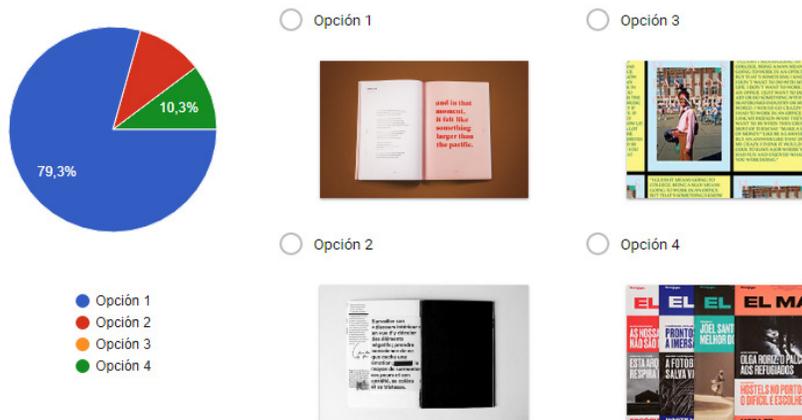
La segunda pregunta, tiene como objetivo conocer qué tipografías encuentran mas estéticas y atractivas, de esta manera los encuestados respondieron con mayoría, que la opción 4 con 70%. es más estética, sin embargo también se votó la opción 3 con 14%, que mantiene un estilo serif al igual que la opción 4.





Al observar los siguientes textos, ¿cual te parecen mas legible?.

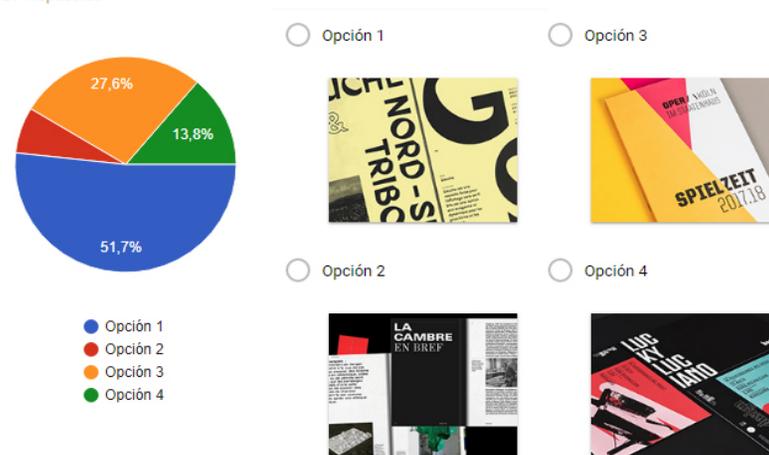
29 respuestas



En esta pregunta se buscaba conocer opiniones sobre legibilidad en cuerpos de texto por lo que se colocó diferentes formatos y estilos de tipografías, con el objetivo de conocer cual es más legible para la muestra, la mayoría de los votos, fue para opción 1 con 79,3% de los votos.

Al observar las siguientes combinaciones tipográficas, ¿cual te es mas atractiva?.

29 respuestas



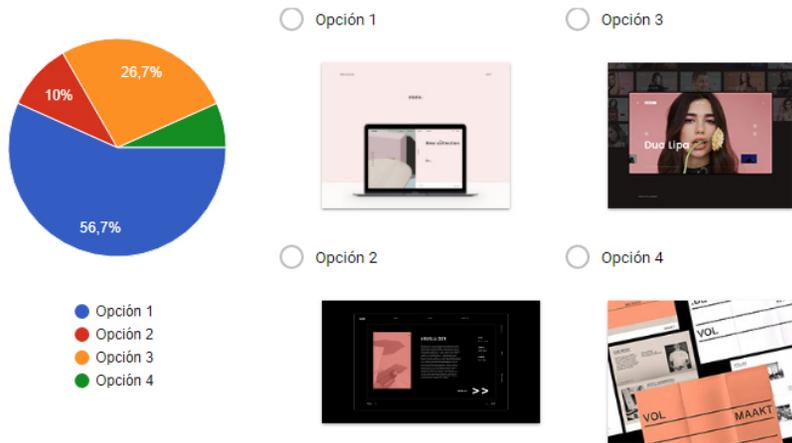
La cuarta pregunta sobre referencias busca conocer preferencias sobre combinaciones tipográficas, la mayoría de la muestra voto por la opción 1 - con 51%, también el 27% de los votos fue para la opción 3, ambas propuestas con diferentes estilos y volúmenes.





Al observar los siguiente contenidos, ¿cual te parece mas estético al observarlo?.

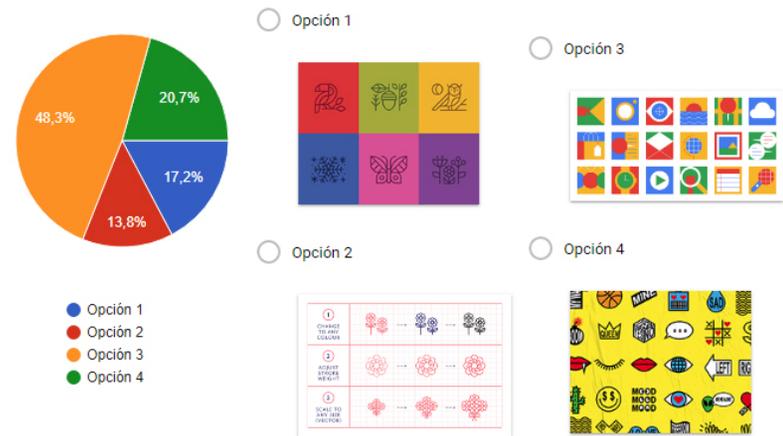
30 respuestas



Este inciso tiene como objetivo conocer las preferencias sobre diagramación de contenido, que tipo de módulos o retículas es más atractivo y estético para la muestra, dentro de los resultados se votó por mayoría la opción 1 con 56,1%, también la opción 3 fue votada con 26%. ambas propuestas se relacionan por el uso estratégico de espacios en blanco.

Al observar los siguientes ejemplos de iconos, ¿cual te parece más atractivo?.

29 respuestas



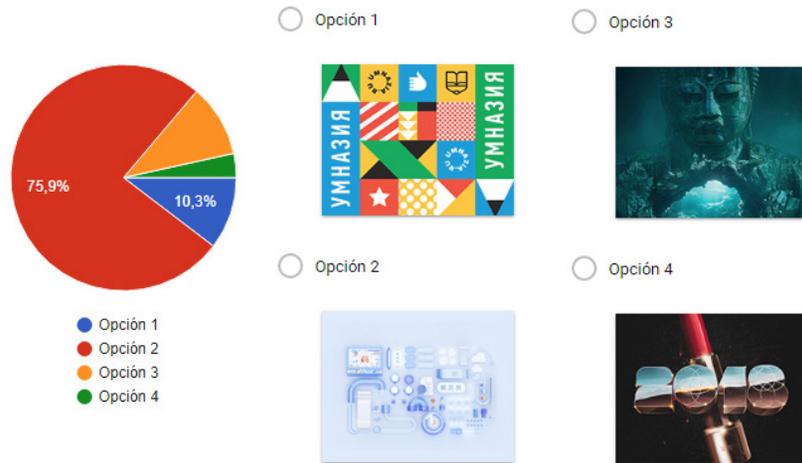
En esta pregunta se buscaba conocer cuál de las propuestas de iconos es más estética y legible para la muestra, las personas encuestadas respondieron que la opción 3 con 48,3% es mucho más atractiva, seguida de la opción 4, con 20%.





¿Cual de las siguientes estilos de ilustración te parece mas estético?.

29 respuestas



La última pregunta de referencias visuales, tiene como objetivo conocer qué tipo y estilo de ilustraciones le parece más atractivo a la muestra, a lo que la mayoría contestó con un 75% de votos la opción 2, propuesta que se caracteriza por el orden y estética de la composición.



HERRAMIENTA DE NETNOGRAFÍA



UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
SINTESIS III
SECC.03

NETNOGRAFÍA

PÁGINA U RED SOCIAL OBSERVADA: Diseñadores Gráficos de Guatemala.

FECHAS MONITOREADAS: Febrero 2015 a Julio 2017

PUBLICACIONES SELECCIONADAS: 4

PUBLICACIÓN #1: APRENDIZAJE

Copy: "Hola a todos... alguien de ustedes sabe de algún lugar donde den clases de Maya 3D o clases de algún programa de 3D, Feliz día".

Esta publicación la hizo una joven con el objetivo de conocer lugares en los que pueda aprender 3d, varias de las respuestas obtenidas a puntaron a un curso técnico de 3d y animación de la institución INTECAP, que esta compuesto por el desarrollo y entendimiento del software 3d max y Maya. Cabe mencionar que el resto de las respuestas trataban cursos privados, impartidos por profesionales de diseño 3d. Entre ellos el nombre mas destacado fue Luis Creativo, quien precisamente desarrolla proyectos de practica, como una muestra de habilidades dentro de su pagina personal. Continuamente ofrece clases sobre distintos softwares de 3d, enfocados en ciertos aspectos como modelado, iluminación o desarrollo de materiales.

CONCLUSIÓN:

Conclusión. Al desarrollar este herramienta de estudio de grupo objetivo se conoció y analizo el contenido relacionado con el diseño 3d en el grupo de facebook "diseñadores gráficos de Guatemala". en el cual se encontró diversas publicaciones que trataban diferentes temas, como aprendizaje de diseño 3d, preguntas sobre que profesionales trabajan esta área, y en muchos casos publicaciones que ofrecían y preguntaban por diseñadores y animadores 3d, para la elaboración de un proyecto.

Cabe destacar que al analizar el contenido y conocer el contexto del área en el gremio, se observo la presencia y conocimiento de la profesión, sin embargo la continuas publicaciones que buscan diseñadores 3d, y las búsqueda de lugares del aprendizaje del mismo respalda la teoría de la falta de aprovechamiento y desarrollo de diseño, como también plataformas que impulsen y den a conocer el trabajo de diferentes diseñadores de Guatemala.

GUATEMALA, 15 DE SEPTIEMBRE DE 2017

PUBLICACIÓN #2: MONETARIO

Copy: "Cuanto creen ustedes que debería ganar un: Arte finalista: Diseñador Senior: Diseñador 3D".

Un miembro del grupo de Diseñadores Gráficos de Guatemala realizaba esta pregunta con el objetivo de conocer la experiencia, opinión y conocimiento de otros. Cabe destacar que varias de las respuestas, expresaban diferentes comisiones y salarios que ellos, consideraban personalmente desde Q6K hasta Q16k, Esto quiere decir que el diseño 3d es reconocido y es tomado en cuenta dentro del gremio y se estipula o se propone una idea de lo que es el salario o comisión de trabajo para un artista 3d.

PUBLICACIÓN #3: OPORTUNIDADES (VARIOS)

Copy: "Alguien que modele 3d en cinema 4D". Oportunidad de proyectos., comisionados, cotizados.

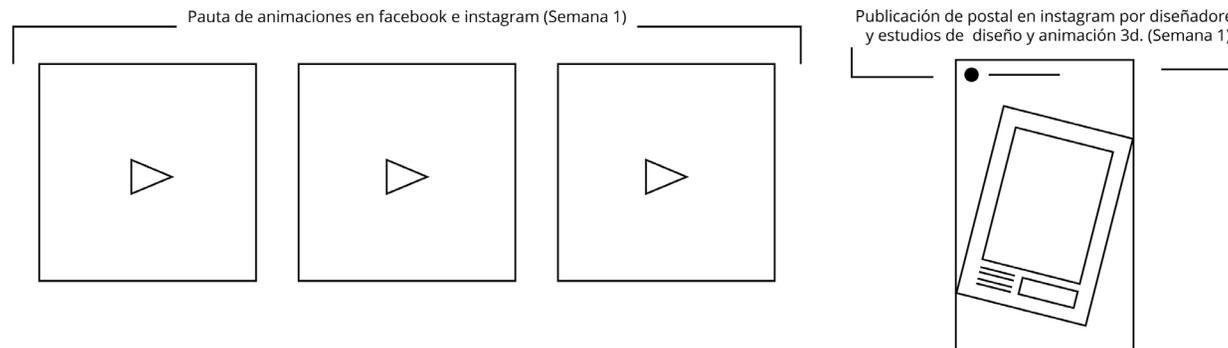
En esta publicación se observo la necesidad y oportunidad que hay para el diseño 3d. la búsqueda y contratación para proyectos individuales a diseñadores 3d, es una factor que se encuentra repetidamente dentro del grupo de diseñadores gráficos de Guatemala, en efecto esta publicación en singular trata sobre una persona que quiere contratar a un diseñador 3d, dentro de los comentarios podemos observar recomendaciones, y menciones de personas, también diseñadores 3d que ofrecen sus servicios y colocan pequeñas muestras de renders o piezas diseñadas.



DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO DIGITAL - PLAN DE MEDIOS

FASE I: EXPECTATIVA

Previo a introducir el proyecto por medio de las redes sociales, se desarrolló esta fase con el objetivo de generar una idea previa, interesar al grupo objetivo y apoyar la identificación del proyecto.





FASE I: PRESENTACIÓN E INTERACCIÓN

Se presenta el proyecto en redes sociales, y se hace publicaciones para dar a conocer las intenciones, objetivos y datos de contacto, además de invitar a las personas a formar parte del proyecto.



(Semana 2 - 4)

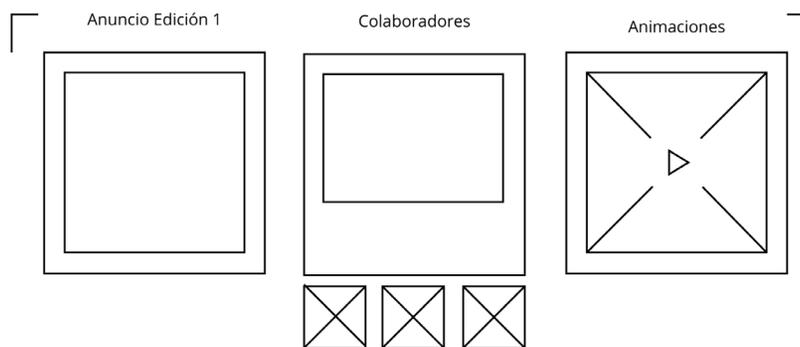
- MAILING #1 y #2: Bienvenida, presentación del manifiesto. Explicación actividad del freebie.





FASE I: INFORMACIÓN

En la última parte de la fase 1, se procede a informar sobre el lanzamiento de la primera edición de polígonos, se da conocer a los colaboradores de esta y su trabajo actual, además se desarrolla animaciones sobre temas seleccionados.



(Semana 5 - 7)

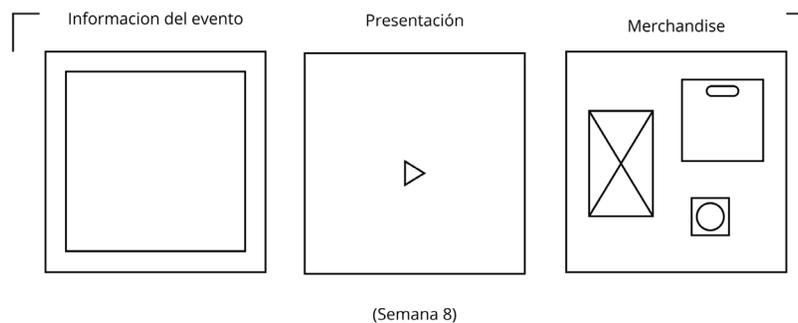
- MAILING #3: Anuncio e información sobre el lanzamiento de la primera edición.
- Publicación de afiche en lugares estratégicos: Universidades, zona 4.





FASE II: LANZAMIENTO

La fase II, trata del lanzamiento de la edición 1, el objetivo es brindar información sobre el evento lugar y hora, como también la presentación y lanzamiento de la primer polígonos.



■ MAILING #4: Enlace y bienvenida a la primera edición.





FASE III : POST - LANZAMIENTO

En la última fase se desarrolló material de apoyo para la edición uno, publicaciones que contienen información sobre los diferentes artículos y contenidos en la misma.



(Semana 9 y 10)

■ **MAILING #5: Enlaces directos a cada artículo.**





INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE LOGOTIPO

Evaluación de Logotipo

Soy estudiante de la Universidad Rafael Landívar, facultad de Arquitectura y Diseño. Actualmente curso el cuarto año. En la clase de síntesis III, desarrollaré material enfocado en un proyecto de emprendimiento.

A continuación se presentara una breve descripción del material que se requiere evaluar.

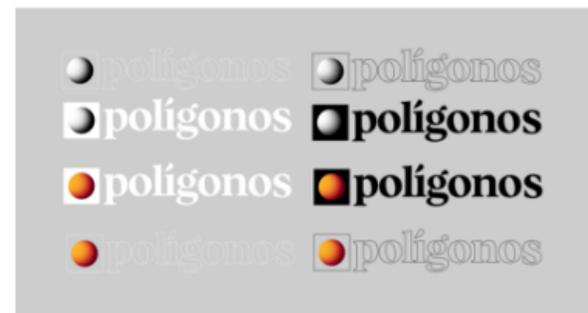
Concepto a diseñar:

“CIENCIA DISRUPTIVA DE LA FORMA”.

Que evoca al concepto visualmente? Este se inspira en el material educativo de los 50's libros de física ciencia, con el objetivo de desarrollar una gráfica forma desconstruida para desarrollar una línea de diseño anti-diseño, brutalista y post-moderna.



Propuesta final de logotipo



¿Considera que el logotipo tiene relación con el concepto?.

1 2 3 4 5





El por qué de su respuesta anterior.

Tu respuesta

¿Considera atractivo y estético el diseño de logotipo propuesto?.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

El por qué de su respuesta anterior.

Tu respuesta

¿Dentro de los aspectos técnicos y de funcionalidad cuales considera que la propuesta cuenta?.

- Legibilidad
- Simplicidad
- fácil de recordar
- Se puede reproducir
- Visible en tamaños extremos
- Otro:

El por qué de su respuesta anterior.

Tu respuesta





RESULTADOS DE VALIDACIÓN DE LOGOTIPO



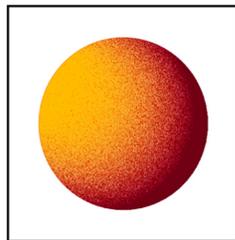
UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
SINTESIS III
SECC.03

GUATEMALA, 17 DE OCTUBRE DE 2017

VALIDACIÓN DE PROPUESTA DE LOGOTIPO

UTILIZAR Y PROPORCIONAR UN VALOR COMO IMAGOTIPO.

dentro de los resultados de la validación de propuesta, se obtuvo diferentes respuestas que proponen, darle un valor al imagotipo y aprovechar sus atributos utilizando diferentes versiones inclusive separar y desarrollar versiones de la tipografía e icono en solo. puesto que se tiene como objetivo desarrollar una identidad gráfica, memorable y contemporánea, respondiendo a algunos de los factores requeridos por el grupo objetivo.



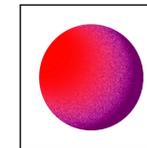
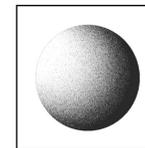
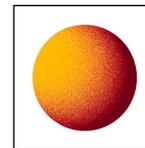
polígonos

un porcentaje de las personas encuestadas, menciono la necesidad de considerar una versión del logotipo que fuera funcional para reproducciones a una sola tinta, y al utilizarse en tamaños miniatura.

□ polígonos

polígonos

EVALUAR EL COLOR:





INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN - ENCUESTA: GRUPO OBJETIVO

Polígonos zine validación

Soy estudiante de la Universidad Rafael Landívar, facultad de Arquitectura y Diseño. Actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de grado, el cual se trata sobre material enfocado en un proyecto de emprendimiento.

El concepto del proyecto es "Ciencia disruptiva de la forma", en resumen el concepto busca reflejar el aprendizaje y la practica que requiere diseñar en 3d, desde un aspecto técnico y detallado, y utilizando como referencia el estudio de la forma, siendo disruptivo puesto que la gráfica y el proyecto busca desarrollar contenido no solo bien desarrollado sino estético e innovador. (La historia de un libro técnico, como lo son los libros de ciencias y física, que se ve alterado y estilizado, bajo la disrupción de lo estético y perfecto).

En el inferior se encuentra el vídeo-explicación del proyectos y el diseño a evaluar Además del link del prototipo del sitio web por si desean verlo de manera detallada: <https://goo.gl/kut4jz>

A continuación encontrará una lista de preguntas que servirán de apoyo para la funcionalidad del proyecto. Coloca el porque de tus respuestas preferentemente si la respuesta es no.

*Obligatorio

Vídeo-explicación



1. Si tuvieras que designar una personalidad al proyecto, ¿Cual de las siguientes opciones consideras acertada?. *

- Director de Arte
- Catedratico
- Geek
- Otro:

2. ¿Cual de las palabras del concepto se ve reflejada con mayor constancia en las piezas diseñadas? *

- Ciencia
- Disruptivo
- Forma

3. ¿Consideras que la identidad gráfica se ve integrada en todas las piezas del proyecto? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

4. ¿Consideras balanceado y funcional el uso de color en cada una de las piezas? *

- SI
- NO





5. ¿Las tipografías utilizadas son legibles a la vista? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

6. ¿Consideras que las ilustraciones desarrolladas, guardan unidad gráfica? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

7. ¿Consideras funcional la estructura del sitio web ? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

8. ¿Existe coherencia en el diseño del sitio web con respecto al branding del proyecto? *

- SI
- NO

9. ¿Es fácil navegar y entender el contenido del sitio web? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

10. ¿Al observar las piezas digitales de redes sociales, se puede observar unidad con la línea gráfica? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

11. ¿Se entiende la información y el sentido de cada pieza digital? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

12. ¿Consideras que el desarrollo del contenido es coherente con los objetivos del proyecto? *

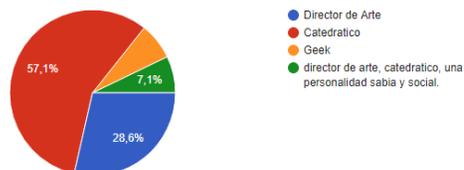
- SI
- NO



ANÁLISIS DE RESULTADOS - VALIDACIÓN: GRUPO OBJETIVO

1. Si tuvieras que designar una personalidad al proyecto, ¿Cual de las siguientes opciones consideras acertada?.

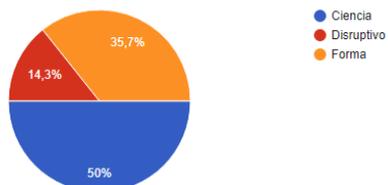
14 respuestas



En el primer inciso se puede observar que la mayoría de encuestados consideran que polígonos zine proyecta o se asocia más a una personalidad de maestro con un 57,1% de votos. Cabe mencionar que hay un porcentaje significativo que considera que el proyecto guarda relación como director de arte 28,6%.

2. ¿Cual de las palabras del concepto se ve reflejada con mayor constancia en las piezas diseñadas?

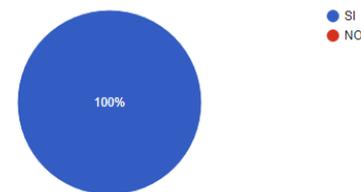
14 respuestas



Los resultados de este inciso indican que la mayoría de encuestados percibe “Ciencia”, con un porcentaje de 50%, también la palabra forma fue votada con un 35,7%, esto significa que ambas palabras se pueden observar en fuertes aspectos dentro de las piezas diseñadas.

3. ¿Consideras que la identidad gráfica se ve integrada en todas las piezas del proyecto?

14 respuestas

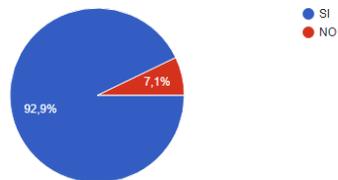


El 100% de los encuestados considera que las piezas diseñadas guardan relación y unidad gráfica esto significa, que se puede percibir características visuales como parte del branding. Entre los comentarios de justificación de respuesta, se repetidamen-



4. ¿Consideras balanceado y funcional el uso de color en cada una de las piezas?

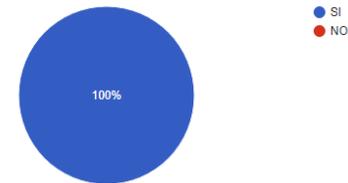
14 respuestas



Con respecto al color los encuestados contestaron en su mayoría que consideran funcional el uso de color, con un porcentaje de 92,9% el resto de los votos justificaron su respuesta con recomendación como desarrollar etiquetas con la paleta de color, utilizar el color como elemento gráfico, uso de texturas y filtros con base a la paleta de color.

6. ¿Consideras que las ilustraciones desarrolladas, guardan unidad gráfica?

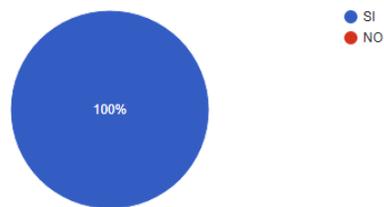
14 respuestas



El 100% de los encuestados considera las ilustraciones guardan unidad con la identidad gráfica del proyecto, esto significa que la simplicidad de detalles y uso de la paleta de color permite reconocer características y similitudes.

5. ¿Las tipografías utilizadas son legibles a la vista?

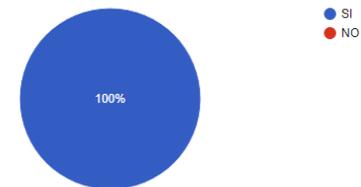
14 respuestas



En este inciso los encuestados consideraron funcional las tipografías, su uso y combinación, con un porcentaje de 100%,

7. ¿Consideras funcional la estructura del sitio web ?

14 respuestas



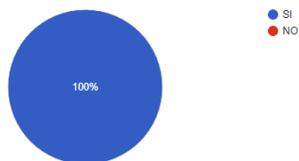
Con respecto al sitio web y su estructura, el 100% de los encuestados considera que es funcional. entre las justificaciones, se menciona repetidamente que tienen una estructura simple.





8. ¿Existe coherencia en el diseño del sitio web con respecto al branding del proyecto?

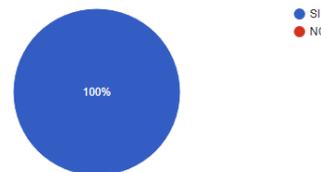
14 respuestas



En este inciso los encuestados consideran que el diseño del sitio web guarda relación y coherencia con la identidad gráfica del proyecto con un 100% de los votos.

10. ¿Al observar las piezas digitales de redes sociales, se puede observar unidad con la línea gráfica?

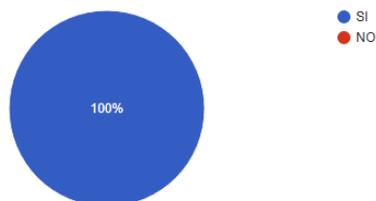
14 respuestas



Con respecto a las redes sociales, el 100% de los encuestados considera que si guarda relación y mantiene unidad gráfica con la identidad gráfica del proyecto.

9. ¿Es fácil navegar y entender el contenido del sitio web?

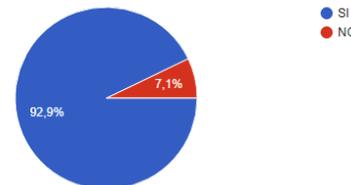
14 respuestas



El 100% de los encuestados considera que la navegación en el sitio web es fácil y fluido, esto significa que la jerarquía del contenido es funcional y la simplicidad de su estructura facilita la navegación.

11. ¿Se entiende la información y el sentido de cada pieza digital?

14 respuestas



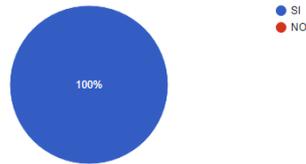
En este inciso el 92,2% de los encuestados considera que cada pieza tiene sentido y se entiende su objetivo, sin embargo un 7% opina lo contrario, aunque justifica su respuesta comentando que en el video no se muestran todas las piezas y puede resultar confuso.





12. ¿Consideras que el desarrollo del contenido es coherente con los objetivos del proyecto?

14 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

11 respuestas

- Tal vez es importante prestarle atención a la forma de publicitar las piezas promocionales.
- Pautar y compartir contenido de otros diseñadores o proyectos tips de otras paginas.
- Podría aprovecharse el evento con merchandising, y desarrollar talleres, charlas de manera que pueda verse mucha actividad de parte de poligonos.
- Podrías hacer reels o animaciones promocionales con el contenido del zine de cada edición.
- Podrías generar marcos o elementos gráficos que presten unidad a las piezas de redes sociales.
- Todo esta muy bien elaborado. felicidades.
- Me gusta que se le da mas importancia al contenido.
- Esta bien elaborado, pero podrías reforzar un en la parte de identidad.
- El zine fomenta el desarrollo de un nicho reducido en Guatemala de una forma práctica.
- Esta genial, pero hay detallitos de integración en la identidad y el contenido digital que seria bueno revisarlo.
- Esta muy completo y estético.

El 100% de los encuestados considera que el diseño y las piezas cumplen con los objetivos del proyecto, esto significa que las áreas con necesidades se lograron cubrir con el sitio web y el plan de medios que se conforma por diversas piezas.





INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN - ENCUESTA: DISEÑADORES GRÁFICOS

Polígonos zine validación

Soy estudiante de la Universidad Rafael Landívar, facultad de Arquitectura y Diseño. Actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de grado, el cual se trata sobre material enfocado en un proyecto de emprendimiento.

El concepto del proyecto es "Ciencia disruptiva de la forma", en resumen el concepto busca reflejar el aprendizaje y la practica que requiere diseñar en 3d, desde un aspecto técnico y detallado, y utilizando como referencia el estudio de la forma, siendo disruptivo puesto que la gráfica y el proyecto busca desarrollar contenido no solo bien desarrollado sino estético e innovador. (La historia de un libro técnico, como lo son los libros de ciencias y física, que se ve alterado y estilizado, bajo la disrupción de lo estético y perfecto).

En el inferior se encuentra el vídeo-explicación del proyectos y el diseño a evaluar. Además del link del prototipo del sitio web por si desean verlo de manera detallada: <https://goo.gl/kul4jz>

A continuación encontrará una lista de preguntas que servirán de apoyo para la funcionalidad del proyecto. Coloca el porque de tus respuestas preferentemente si la respuesta es no.

*Obligatorio

Vídeo-explicación



de 1 a 10 que tanta relación gráfica guardan las piezas en general.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. ¿Cual de las palabras del concepto se ve reflejada con mayor constancia en las piezas diseñadas? *

- Ciencia
- Disruptivo
- Forma

3. ¿Consideras que los elementos, tipografías y color se relacionan con el tema del proyecto? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

4. ¿Consideras balanceado y funcional el uso de color en cada una de las piezas? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta





5. ¿Consideras que las tipografías utilizadas son legibles a la vista? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

6. ¿Consideras que las ilustraciones desarrolladas, se integran con la identidad gráfica del proyecto? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

7. ¿Consideras funcional la estructura del sitio web ? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

8. ¿Existe relación gráfica en el diseño del sitio web con respecto a la identidad gráfica del proyecto? *

- SI
- NO

9. ¿Es fácil digerir el contenido de las publicaciones de redes sociales ? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

10. ¿Al observar las piezas digitales de redes sociales, se puede observar unidad con la línea gráfica? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

11. ¿Se entiende la información y el sentido del proyecto a través del contenido de redes sociales.? *

- SI
- NO

Coloca el porque de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

12. ¿Consideras que el desarrollo del plan de medios es coherente con los objetivos del proyecto? *

- SI
- NO



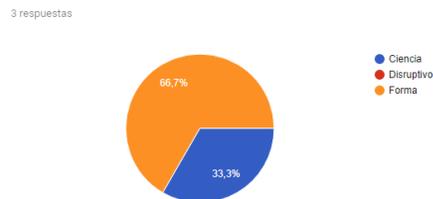


ANÁLISIS DE RESULTADOS - VALIDACIÓN: DISEÑADORES GRÁFICOS



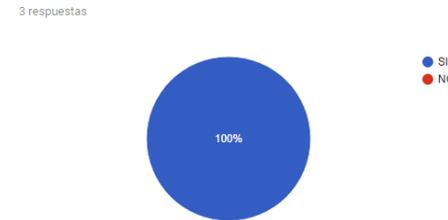
En la primera pregunta se desarrolló una escala de 1 a 10, para evaluar la unidad gráfica de las piezas, los encuestados respondieron en su mayoría 8 con un porcentaje de 66,7% y el 33,3% restante respondió 9. Esto es positivo puesto que ambos números son altos lo que significa que si guardan relación y unidad gráfica las piezas.

2. ¿Cual de las palabras del concepto se ve reflejada con mayor constancia en las piezas diseñadas?



En este inciso los encuestados consideran percibe “forma”, como la palabra más representativa gráficamente del concepto con un porcentaje de 66,7%, también la palabra “ciencia” fue votada con un 33,3%, esto significa que ambas palabras se pueden observar en fuertes aspectos dentro de las piezas diseñadas.

3. ¿Consideras que los elementos, tipografías y color se relacionan con el tema del proyecto?



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

2 respuestas

Por las características poco tradicionales en la anatomía de algunos caracteres de la tipografía de titulares, así como una paleta armonizada con base en el contraste y la anomalía.

Es una forma muy interesante de abarcar el tema del emprendimiento del 3d en Guatemala con una gama de colores muy saturados y una estética de códigos de los 90's muy interesante que puede ser una vía muy acorde al tratar con el tema de 3d.

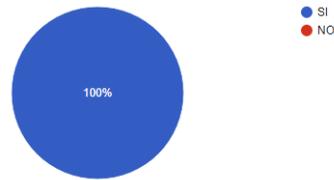
El 100% de los encuestados considera que los elementos gráficos, tipografías, y color se relacionan con el proyecto. Dentro de las justificaciones de respuesta se menciona que es apropiada la paleta de color por el contraste y la forma en que se utiliza en las piezas, como también los elementos gráficos que generan anomalías en las piezas al ser elementos poco tradicionales.





4. ¿Consideras balanceado y funcional el uso de color en cada una de las piezas?

3 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

2 respuestas

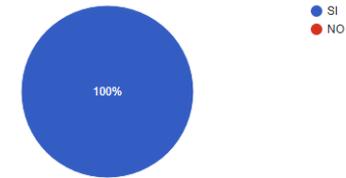
El color se emplea como llamada de atención dentro de la pieza.

Tiene esta parte un poco oscura pero estéticamente enriquecedora viendo el otro punto de vista de la zine que es un tanto colorida con colores chillantes y saturados pero aún atractivos a la vista.

En esta pregunta los encuestados respondieron a favor del uso de color y su uso dentro de las piezas con un porcentaje de 100%. dentro de los comentarios, se menciona el uso de color como punto focal, y el aprovechamiento de contraste de color en las piezas.

5. ¿Consideras que las tipografías utilizadas son legibles a la vista?

3 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

2 respuestas

No se presenta dificultad en la lectura

Este tipo de tipografía como de máquina de escribir siempre hace los proyectos un toque de antiguo, pero contemporáneo y experimental que favorece mucho a los proyectos máximo cuando tiene que ver con algo sumamente muy digital. Sin embargo creo que la tipografía que se usa para el cuerpo del texto es demasiado pesada y tiende a sentirse más denso el contexto

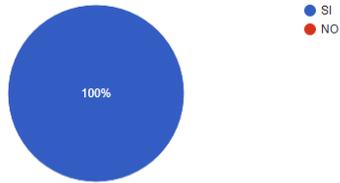
Con respecto a las tipografías y su legibilidad, el 100% de los encuestados considera que es funcional y son legibles ante el lector. Lo que significa que las combinaciones tipográficas son funcionales y se deben de trabajar tomando en cuenta su funcionalidad.





6. ¿Consideras que las ilustraciones desarrolladas, se integran con la identidad gráfica del proyecto?

3 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

2 respuestas

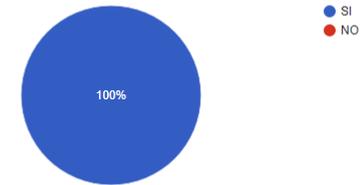
Guardan coherencia con el concepto creativo, y representan de manera adecuada la dualidad técnica-estética.

Son excesivamente experimentales y abstractas que conectan mucho con el concepto y el espectador.

El 100% de los encuestados considera que las ilustraciones son funcionales y guardan unidad con la línea gráfica del proyecto.

7. ¿Consideras funcional la estructura del sitio web ?

3 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

2 respuestas

Es bastante intuitivo y visual, guiando el sentido de lectura en todo momento

Sin embargo creo que es muy básica para el concepto, la idea y el cuerpo puede dar más de si, e igual siempre es un prototipo y como base esta super

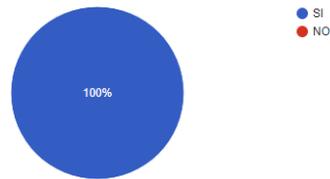
Con respecto al sitio web y su estructura, el 100% de los encuestados considera que es funcional. entre las justificaciones, se menciona repetidamente que tienen una estructura fácil de entender y fluida.





8. ¿Existe relación gráfica en el diseño del sitio web con respecto a la identidad gráfica del proyecto?

3 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

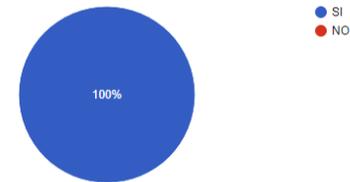
2 respuestas

Considero que bajo la premisa de diseño pudo reinterpretarse la estructura "tradicional" que un sitio web presenta.

En este inciso los encuestados consideran que el diseño del sitio web guarda relación y coherencia con la identidad gráfica del proyecto con un 100% de los votos.

9. ¿Es fácil digerir el contenido de las publicaciones de redes sociales ?

3 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

2 respuestas

Brindan prioridad a la imagen, para posteriormente cumplir con su objetivo comunicacional.

Claro el buen contenido e interacción con el g.O. siempre es alegre de digerir

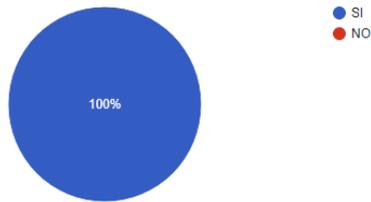
Con respecto a la funcionalidad de las piezas de redes sociales, los encuestados respondieron con un 100%, y se entiende la información y se digiere el contenido.





10. ¿Al observar las piezas digitales de redes sociales, se puede observar unidad con la línea gráfica?

3 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

2 respuestas

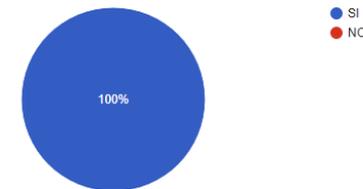
Se mantiene una estructura compositiva similar, además de elementos como tipografía y color.

Tiene el mismo balance

Con respecto a las redes sociales, el 100% de los encuestados considera que si guarda relación y mantiene unidad gráfica con la identidad gráfica del proyecto.

11. ¿Se entiende la información y el sentido del proyecto a través del contenido de redes sociales.?

3 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

2 respuestas

Comunican de manera puntual sintética y gráfica, los objetivos del proyecto

Claro mientras más información se le entregue al receptor más tendrá sin duda la información necesaria de que es lo que se trata el proyecto Y cuál sea el sentido.

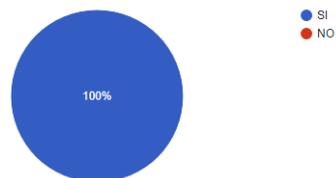
Con respecto a la información y contenido en redes sociales, el 100% de los encuestados considera que cada pieza tiene sentido y se entiende su objetivo,





12. ¿Consideras que el desarrollo del plan de medios es coherente con los objetivos del proyecto?

3 respuestas



Coloca el porque de tu respuesta anterior.

2 respuestas

Presenta la suficiente variedad necesaria, sin perder su coherencia visual

Siempre es necesario hoy en día poder expresarnos, compartir e informar a través de la redes sociales ya que son plataformas accesibles para cualquier persona y máximo para proyectos tan interesantes que pueden aportar un gran desarrollo dentro de la comunidad y país.

En este inciso los encuestados respondieron con un porcentaje 100% que el plan de medios es funcional y cumple con sus objetivos, esto se interpreta de manera positivamente puesto que el plan y sus fases se complementan y cumplen su objetivo.





INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN - ENCUESTA: EXPERTOS

Polígonos zine validación

Soy estudiante de la Universidad Rafael Landívar, facultad de Arquitectura y Diseño. Actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de grado, el cual se trata sobre material enfocado en un proyecto de emprendimiento.

El concepto del proyecto es "Ciencia disruptiva de la forma", en resumen el concepto busca reflejar el aprendizaje y la practica que requiere diseñar en 3d, desde un aspecto técnico y detallado, y utilizando como referencia el estudio de la forma, siendo disruptivo puesto que la gráfica y el proyecto busca desarrollar contenido no solo bien desarrollado sino estético e innovador. (La historia de un libro técnico, como lo son los libros de ciencias y física, que se ve alterado y estilizado, bajo la disrupción de lo estético y perfecto).

En el inferior se encuentra el vídeo-explicación del proyectos y el diseño a evaluar
Ademas del link del prototipo del sitio web por si desean verlo de manera detallada:
<https://goo.gl/kul-djz>

A continuación encontrará una lista de preguntas que servirán de apoyo para la funcionalidad del proyecto. Coloca el porque de tus respuestas preferentemente si la respuesta es no.

*Obligatorio

Vídeo-explicación



1. ¿Consideras que la identidad gráfica se ve integrada en todas las piezas del proyecto?

- SI
 NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

2. ¿Consideras funcional la estructura y diagramación de sitio web ?

- SI
 NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

3. ¿Existe coherencia en la estructura del plan de medios?

- SI
 NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta





INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN - ENCUESTA: EXPERTO: DISEÑO 3D

4. ¿Se entiende la información y el sentido de cada pieza de redes sociales?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

5. ¿Consideras que las piezas digitales e impresas más el plan de medios actual, es suficiente para cumplir los objetivos del proyecto?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

6. Al observar las piezas en conjunto, ¿se puede reconocer conceptos de diseño 3d?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

7. ¿Consideras atractivas las piezas tanto como para las personas que desean aprender como para los diseñadores que ya hacen 3d.?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

8. ¿Consideras que la información técnica y contenido de 3d se comunica de manera acertada al grupo objetivo?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta





INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN - ENCUESTA: EXPERTO: EMPRENDIMIENTO CREATIVO

9. ¿Al observar la fase de promoción e invitación al evento, ¿Crees que es suficiente para llamar la atención del grupo objetivo?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

10. ¿Consideras funcional la estructura y la diagramación del contenido de la pagina web?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

6. Al observar las piezas y el desarrollo del plan de medios, ¿existe coherencia en el orden y el contenido de cada fase?.

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

7. Al observar las piezas y el desarrollo del plan de medios, ¿existe coherencia en el orden y el contenido de cada fase?.

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

8. ¿Consideras que la comunicación de la información hacia al grupo objetivo es efectiva?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta





INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN - ENCUESTA: EXPERTO: MARKETING DIGITAL

9. Al observar la fase de promoción y e información del evento del lanzamiento, ¿consideras que es funcional?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

10. ¿Consideras suficiente la fase de promoción de lanzamiento y post-lanzamiento para promocionar la primera edición del zine?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

A continuación puedes compartir tus comentarios generales, mejoras, u opiniones.

Tu respuesta

¿Consideras correcto el tiempo de duración del plan de medios y cada fase?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

¿Crees que se necesita modificar alguna fase?. por ejemplo necesita mas medios, más tiempo o otro contenido?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta

¿Consideras que se conectan los canales de redes sociales de manera funcional?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta





Al observar cada una de las PIEZAS, ¿consideras que cumplen su función?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta _____

Al observar los canales que utiliza el plan de medios, ¿consideras que se aprovecharon de manera correcta, o si es necesario tomar en cuenta otros?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta _____

¿Consideras que el plan en su totalidad cumple con los objetivos del proyectos?

- SI
- NO

Coloca el "Por que" de tu respuesta anterior.

Tu respuesta _____

A continuación puedes compartir tus comentarios generales, mejoras, u opiniones.

Tu respuesta _____



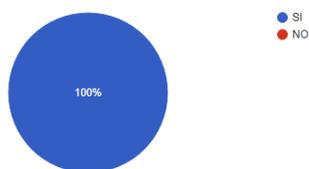


ANÁLISIS DE RESULTADOS - VALIDACIÓN: EXPERTOS

Para validar con los expertos en el tema, se desarrolló una entrevista basada en las preguntas de la siguiente encuesta, que se divide en dos partes, contenido general y preguntas específicas para cada área (Marketing digital, emprendimiento creativo y diseño 3d).

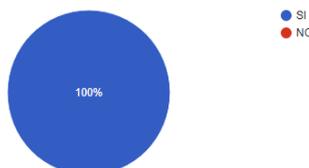
1. ¿Consideras que la identidad gráfica se ve integrada en todas las piezas del proyecto?

3 respuestas



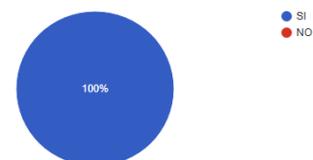
2. ¿Consideras funcional la estructura y diagramación de sitio web ?

3 respuestas



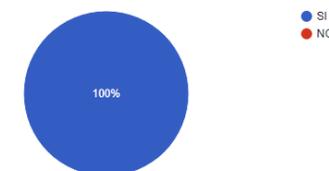
4. ¿Se entiende la información y el sentido de cada pieza de redes sociales?

3 respuestas



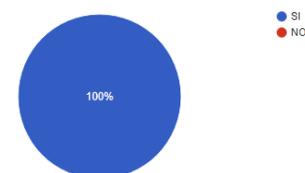
3. ¿Existe coherencia en la estructura del plan de medios?

3 respuestas



5. ¿Consideras que las piezas digitales e impresas más el plan de medios actual, es suficiente para cumplir los objetivos del proyecto?

3 respuestas



En el área general de la encuesta, el 100% de los expertos consideró positivamente los aspectos, rasgos, características gráficas y detalles de cada elemento de diseño sobre las piezas trabajadas.





ANÁLISIS DE RESULTADOS - VALIDACIÓN EXPERTOS: DISEÑO 3D

6. Al observar las piezas en conjunto, ¿se puede reconocer conceptos de diseño 3d?.

La experta de diseño 3d, considera que el proyecto tiene relación y utiliza conceptos diseño 3d, como referencia en la gráfica.

7. ¿Consideras atractivas las piezas tanto como para las personas que desean aprender como para los diseñadores que ya hacen 3d.?

Según su criterio la experta de diseño 3d, opina que el proyecto es atractivo por su contenido y las piezas diseñadas tanto para diseñadores 3d, como para estudiantes.

8. ¿Consideras que la información técnica y contenido de 3d se comunica de manera acertada al grupo objetivo?

La experta de diseño 3d responde que se puede mejorar si hace uso de imágenes, videos infografías, gif, ayudará a las personas que quieren comenzar a diseñar en 3d a entender el contenido.

9. ¿Al observar la fase de promoción e invitación al evento, ¿Crees que es suficiente para llamar la atención del grupo objetivo?

Si es efectiva según su experiencia, y basado en la necesidad y la falta de crecimiento de esta área es suficiente para desarrollar muy bien el evento y el sitio web.

10. ¿Consideras funcional la estructura y la diagramación del contenido de la pagina web?

La experta considera efectivo el diseño y diagramación del sitio web sin embargo cree importante que con el tiempo el sitio web vaya desarrollando una iconografía más extensa y más detalles de contenido.

A continuación puedes compartir tus comentarios generales, mejoras, u opiniones.

1 respuesta

En mi opinión, el proyecto es funcional y está muy bien trabajado. Sin embargo si ahorita sacas 100, puedes llegar a un 150 ajustando un par de cosas. Las piezas están muy bien, pero en el proceso de cambios después de validación, si hay algo que prefieras mejorar aún más, sería la página web ya que va a ser tu pieza madre. Pero como mencionaba, está muy bien trabajada, sería de agregar más imágenes y videos del proceso para explicar temas complejos que sean más fáciles de comprender a través de un dibujo.





ANÁLISIS DE RESULTADOS - VALIDACIÓN EXPERTOS: EMPRENDIMIENTO

6. Al observar las piezas y el desarrollo del plan de medios, ¿existe coherencia en el orden y el contenido de cada fase?

1 respuesta

El experto en emprendimiento, considera que el proyecto guarda relación y orden en cuanto su funcionamiento y desarrollo de plan de medios.

8. ¿Consideras que la comunicación de la información hacia el grupo objetivo es efectiva?

1 respuesta

El experto en emprendimiento, responde que ve una oportunidad de efectividad puesto que en las redes sociales se promociona el producto y esto vende de manera visual.

9. Al observar la fase de promoción y de información del evento del lanzamiento, ¿consideras que es funcional?

Según su experiencia, el experto considera que puede mejorar la parte estratégica sin embargo si el objetivo a corto plazo es dar a conocer el proyecto, es un buen comienzo.

10. ¿Consideras suficiente la fase de promoción de lanzamiento y post-lanzamiento para promocionar la primera edición del zine?

Si según el experto si se aprovecha de manera estratégica las redes sociales y la interacción con los usuarios, puede ser suficiente.

A continuación puedes compartir tus comentarios generales, mejoras, u opiniones.

1 respuesta

Creo hay que buscar una forma más funcional de compartir las piezas, por otra parte gráficamente está bien pero derrepente algunos detalles en uso de tipo hay que cuidarlos, en la parte web se ve bien como estructura.





ANÁLISIS DE RESULTADOS - VALIDACIÓN EXPERTOS: MARKETING

¿Consideras correcto el tiempo de duración del plan de medios y cada fase?

Según su experiencia, la experta considera efectivo el tiempo y duración de cada fase del plan de medios.

¿Consideras que se conectan los canales de redes sociales de manera funcional?

Si la experta asegura que la estrategia puede ser funcional, sin embargo se puede especificar más, y tomar en cuenta los pequeños detalles de su desarrollo.

¿Crees que se necesita modificar alguna fase?. por ejemplo necesita mas medios, más tiempo o otro contenido?

Según la experta, las fases del plan de medios están bien planteadas, pero si seria bueno considerar canales alternativos de comunicación para ciertas fases.

Al observar cada una de las PIEZAS, ¿consideras que cumplen su función?

La experta indica que la parte promocional y el merchandise puede explotarse más a través de alguna estrategia o productos que enganchen al usuario.

¿Crees que la información y el contenido se digiere y se entiende ante el grupo objetivo?

Si, está bien planteada según la experta, puede variar según el usuario pero es importante tomar en cuenta otros canales de comunicación con el grupo objetivo como alternativas.

A continuación puedes compartir tus comentarios generales, mejoras, u opiniones.

1 respuesta

Agregar en materiales promocionales: Tote Bags para estudiantes, así como también la creación de pines coleccionables para cada edición.

Cada pin con la pieza principal de la edición correspondiente.





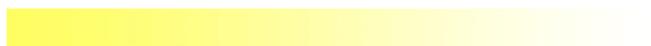
BOCETAJE: DE CAMBIOS DE VALIDACIÓN

Elementos gráficos

Se desarrolló un sistema de elementos gráficos con base a la paleta de color y las figuras previamente bocetadas, de manera que se apoyen y fortalezcan la identidad gráfica de manera que se relacione cada pieza por individual.

Gradientes:

Edición no.1



Polígonos zine



Eventos



Productos/merchandise

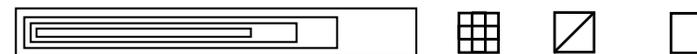


Elementos:

Edición No.1

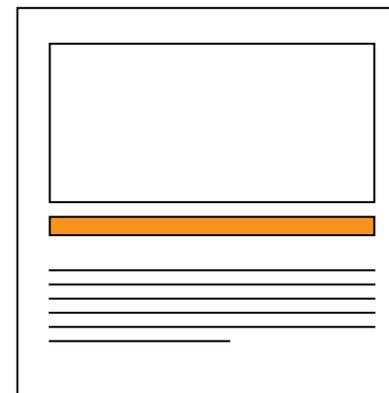


Polígonos Información



***Uso piezas de sistema de elementos en piezas.**

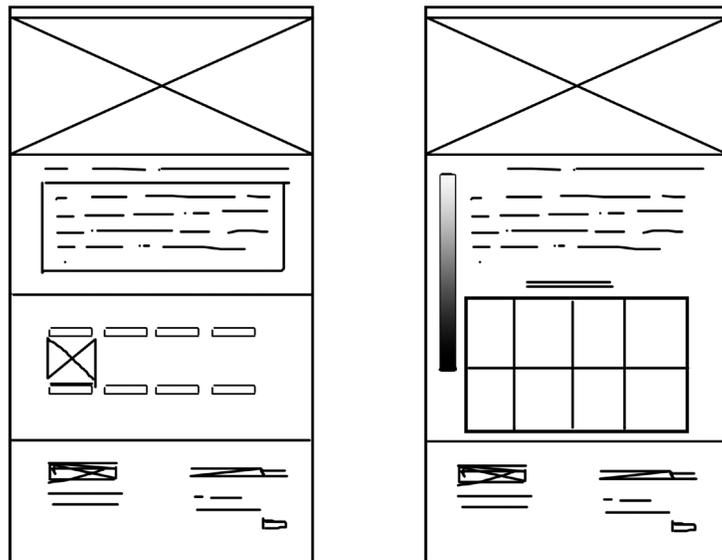
desarrollo de elementos en un formato horizontal de manera que pueda hacer referencia a un código visual y la interfaz de softwares 3d.



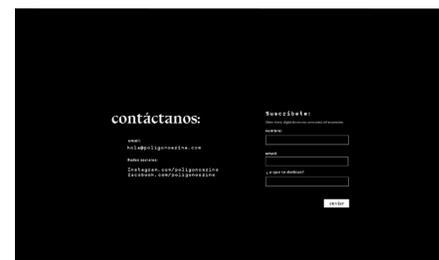


Sitio Web

Para el desarrollo de cambios en el sitio web, se boceto y se tomó en cuenta el uso de color y elementos gráficos para el diseño atractivo y estético de la página principal.



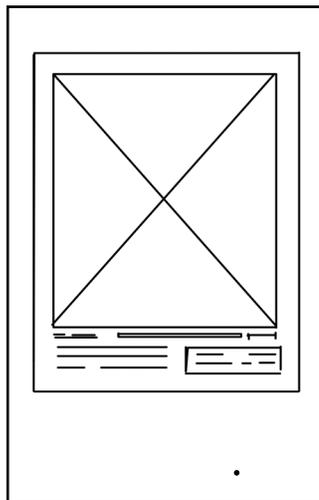
La propuesta que se seleccionó se caracteriza por utilizar de manera estética y atractiva la paleta de color a través de utilizar el gradiente que representa la primera edición de polígonos, esto con el objetivo de crear una sección de ruptura visual dentro del sitio web. De esta manera también se desarrolló la sección de artículos dentro de una abstracción de ventana de escritorio para hacer énfasis en su contenido y en la interacción en cada uno al hacer hover esta venta es movable para despertar interés en el usuario dentro del contenido del sitio web.





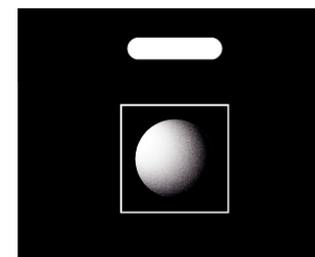
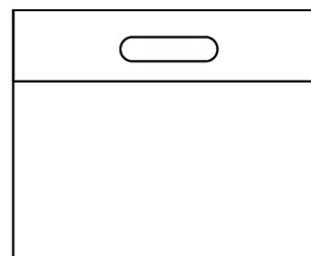
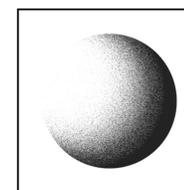
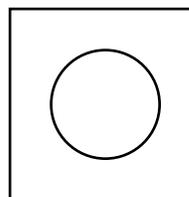
Afiche de lanzamiento

Con el objetivo de guardar unidad visual dentro de las piezas se utilizó la ilustración de la postal que representa el proceso de renderización, Así mismo la ilustración apoya el mensaje y concepto del afiche que es informar e invitar a los usuarios a formar parte de una comunidad de diseño 3d que está en proceso de construcción.



Bolsa

Se elaboró diferentes propuestas para el diseño de la bolsa de merchandise, tomando en cuenta el objetivo de la pieza y la función de usabilidad, este aspecto definió el diseño para crear propuestas no invasivas, para el usuario. sin perder la relación y la identidad de polígonos en el diseño del producto.





COTIZACIÓN - SITIO WEB

The screenshot shows a GoDaddy checkout page for the domain **poligonos-zine.com**. The page is divided into several sections:

- Progress Bar:** Shows the current step as "Your selection" with other steps being "Cart", "Customer details", "Payment", and "Order Review".
- Domain Availability:** A large green banner states "Good news, your domain name is available!". Below it, a card for **poligonos-zine.com** shows a "Welcome Offer" with a price of ~~\$14.99~~ **\$0.99/year** and a checkmark icon.
- Domain Protection:** A section titled "Protect your brand and increase your online visibility" offers related domains: **poligonoszine.online**, **poligonoszine.info**, and **poligonoszine.co** for ~~\$99.97~~ **\$7.98/year**, with a "Save \$91.99" and a shopping cart icon.
- Cart:** A floating cart icon shows **poligonos-zine.com** with a "Continue" button.
- Navigation:** The GoDaddy logo and navigation menu (Domains, Websites, WordPress, Hosting, Web Security, Online Marketing, Email & Office, Phone Numbers, Promos) are visible.
- Search Bar:** A search bar contains "poligonos zine" with "Search Again" and "Continue to Cart" buttons.
- Domain Offer:** A section titled "Yes! Your domain is available. Buy it before someone else does." features a card for **poligonos-zine.com** with a price of ~~614.99*~~ **\$11.99*** and an "Add to Cart" button. It also includes a checkbox for "poligonos-zine.us" and a "Get 3 and Save 69%" offer for other domain extensions.





COTIZACIÓN - PIEZAS IMPRESAS



Guatemala 18 de noviembre 2016

Estimados Señores:
Es un gusto poder servirle, a continuación le presentamos su cotización en detalle:

12 TABLOIDES TIRO Y RETIRO PAPEL LINO..Q 240



Buen día:
adjunto precios solicitados
12 TABLOIDES (FULL COLOR), TIRO Y RETIRO. PAPEL LINO, Q33.00/u
quedamos a las ordenes
saludos





COTIZACIÓN - REDES SOCIALES

Promocionar publicación

Instagram
 Publicar promoción en Instagram

Audience Network
 Publicar promoción en Audience Network

PRESUPUESTO Y DURACIÓN

Presupuesto total ⓘ

35,00 USD ▼

Alcance estimado ⓘ

750 - 2.500 personas al día de 5.300.000

Limita el público o aumenta el presupuesto para llegar a las personas que te importan.

Duración ⓘ

1 día **7 días** 14 días

Publicar este anuncio hasta el

Gastarás un promedio de **\$5,00** por día. Este anuncio estará en circulación durante **7 días**, hasta el 13 de mayo de 2018.





COTIZACIÓN - PIN



COTIZACION

Ventas22929

Guatemala, 30/04/2018

Empresa: Rolando Luther
Atención: Rolando Luther

Tel: 56452254
Email: rolandoluther@hotmail.com
Evento: Mayo
FAX:

Tengo el agrado de someter a su consideración el presupuesto para la elaboración de lo siguiente:

Código	Cant.	Descripción	Unitario	Total
FO-2P	1	Pin Fotograbado Premium 1" puede ser en dorado o plateado con fondo mate y logo brillante o con texto y logo pintado segun nuestra tabla de colores con revestimiento el precio es de 1 a 100 unidades	Q. 31.00 Q.	31.00

Total: Q. 31.00

Nahomi Castillo
sala de ventas
zona13@grupopremia.com
15 ave 8-60 z.13



Estos precios incluyen IVA
Términos Pago: 75% anticipo y 25% contra entrega
Tiempo Entrega: 8 días hábiles
Validez Cotización: 30 días

Aprobación del cliente	fecha _____
firma _____	sello _____

15 Avenida 8-60 zona 13, Guatemala PBX: 22010500 FAX22010505
www.grupopremia.com





COTIZACIÓN - BOLSA



infoplusprint@gmail.com
(502) 4288 - 6790
plusprints

Guatemala 30 de marzo del 2018

Rolan Luther
Presente,

A continuación, presentamos la información de precios solicitada.

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	P. TOTAL
6	Bolsas biodegradables color negro Bolsa de 35cmX42cm Impresión Serigrafica Tamaño de impresión, aproximadamente 10"(ancho) Impresión a color blanco	Q. 60.00	Q. 360.00
12	Bolsas biodegradables color negro Bolsa de 35cmX42cm Impresión Serigrafica Tamaño de impresión, aproximadamente 10"(ancho) Impresión a color blanco	Q. 45.00	Q. 540.00

IMPORTANTE

*Playeras TIPO A marca GILDAN (USA) con Certificado de Garantía.
Material y acabados según muestras presentadas previamente.
Forma de pago 50% de anticipo del costo total del pedido y 50% a contra entrega.
Monto de anticipo no reembolsable en caso de cancelar y/o anular el pedido.
Tiempo de entrega aproximado, 7 días hábiles.

Atentamente,
PLUS PRINT GUATEMALA

