



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022. Guatemala, Guatemala. 2023

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación

Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Alma Lucia Ramirez Herrera

Carné: 19007853

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, febrero 2023

Proyecto de graduación

Diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de

Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022. Guatemala,

Guatemala. 2023

Alma Lucía Ramírez Herrera

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala de la Asunción, febrero 2023

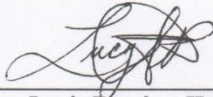
Guatemala 11 de abril de 2022

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

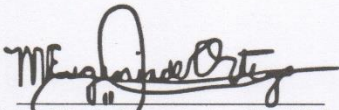
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MEMORIA DE LABORES DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS COLABORADORES Y OYENTES DE RADIO MARÍA LAS ACTIVIDADES CATÓLICAS REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2022**. Así mismo solicito que la Licda. María Aguilar sea quién me asesore en la elaboración del mismo.


Atentamente,



Alma Lucía Ramírez Herrera
19007853



Licda. María Eugenia Aguilar Melgar
Asesora
Colegiado 26470

Alma Lucía Ramírez Herrera
19007853
1 de marzo del 2022




FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2022

Señorita:
Alma Lucía Ramírez Herrera
Presente

Estimada Señorita Ramírez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MEMORIA DE LABORES DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS COLABORADORES Y OYENTES DE RADIO MARÍA LAS ACTIVIDADES CATÓLICAS REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2022**. Así mismo, se aprueba a la Licda. María Aguilar, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Alma Lucía Ramírez Herrera
1000823
1 de mayo del 2022



Guatemala, 7 de diciembre de 2022

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MEMORIA DE LABORES DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS COLABORADORES Y OYENTES DE RADIO MARÍA LAS ACTIVIDADES CATÓLICAS REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2022.** Presentado por la estudiante Alma Lucía Ramírez Herrera, con número de carné: 19007853, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. María Eugenia Aguilar Melgar
Asesora
Colegiado 26470

Alma Lucía Ramírez Herrera
19007853
1 de marzo del 2024



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de octubre de 2023

Señorita
Alma Lucía Ramirez Herrera
Presente

Estimada Señorita Ramirez:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Alma Lucía Ramirez Herrera
19007822
1 de octubre del 2023

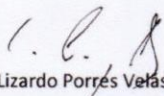
Ciudad de Guatemala, 08 de febrero de 2024.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE MEMORIA DE LABORES DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS COLABORADORES Y OYENTES DE RADIO MARÍA LAS ACTIVIDADES CATÓLICAS REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2022**, de la estudiante Alma Lucia Ramirez Herrera, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.


Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 14 de febrero de 2024

Señorita:
Alma Lucía Ramírez Herrera
Presente

Estimada Señorita Ramírez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MEMORIA DE LABORES DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS COLABORADORES Y OYENTES DE RADIO MARÍA LAS ACTIVIDADES CATÓLICAS REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2022. GUATEMALA, GUATEMALA 2023.** Presentado por la estudiante: Alma Lucía Ramírez Herrera, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Dr. Jorge Retolaza

Secretario General

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios, por darme la vida y otorgarme todas las oportunidades para llegar a este punto de mi vida.

A mi familia, por haberme ofrecido su apoyo incondicional y amor en cada una de las etapas que he atravesado. Gracias por creer siempre en mí.

A mis amigos, quienes estuvieron al pendiente de mí y me ayudaron al participar en los proyectos donde fuera necesario.

A mis compañeros de estudio con quienes recibimos el conocimiento que nos formó, especialmente a esas cinco amigas que me explicaron algún tema que no entendía perfectamente y me motivaron a seguir adelante hasta graduarnos juntas.

A mis catedráticos, que compartieron su conocimiento y abrieron nuestras mentes para ver el mundo laboral de otra manera. Especialmente a mi asesora, por su paciencia, aportes y apoyo en el tiempo que ha durado este proyecto.

A la Universidad, que me acogió en sus brazos y me dejó las herramientas necesarias para enfrentarme a un mundo cambiante.

Resumen

A través del acercamiento con Radio María se identificó que no cuenta con una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes acerca de las actividades católicas realizadas durante el año 2022.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022.

El enfoque de la investigación fue mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por 12 católicos que sintonizan Radio María y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue positivo, pues se pudo diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer las actividades católicas realizadas durante el año 2022, dirigido a los colaboradores y oyentes de Radio María. Se recomendó colocar esta memoria de labores digital en el sitio web de la radio, para que sea accesible a todo público.

Para efectos legales únicamente la autora, ALMA LUCÍA RAMÍREZ HERRERA, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Portada

I.	Portada interior	I
II.	Carta de solicitud de tema	II
III.	Carta de aprobación de tema y asesor	III
IV.	Carta de asesora entera satisfacción del proyecto	IV
V.	Carta de información de examen privado	V
VI.	Carta de corrector de estilo	VI
VII.	Carta de publicación del proyecto	VII
VIII.	Autoridades de la Universidad	VIII
IX.	Dedicatoria	IX
X.	Resumen	X
XI.	Hoja de autoría	XI

Índice

Capítulo I: Introducción.		
1.1	Introducción	1
Capítulo II: Problemática.		
2.1	Contexto	2
2.2	Requerimiento de comunicación y diseño.....	2
2.3	Justificación	3
2.3.1	Magnitud	3
2.3.2	Vulnerabilidad	4
2.3.3	Trascendencia	4
2.3.4	Factibilidad	4
Capítulo III: Objetivos de diseño.		
3.1.	Objetivo general	6
3.2.	Objetivos específicos	6
Capítulo IV: Marco de referencia.		
4.1	Información general del cliente	7
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.		
5.1	Perfil geográfico	11
5.2	Perfil demográfico	11
5.3	Perfil psicográfico	12
5.4	Perfil conductual	13
Capítulo VI: Marco teórico.		
6.1	Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	14
6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	17
6.3	Ciencias auxiliares, teorías y tendencias	23
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.		

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico	30
7.2 Conceptualización	34
7.3 Bocetaje	37
7.4 Propuesta preliminar	59
Capítulo VIII: Validación técnica.	
8.1 Población y muestreo	71
8.2 Método e Instrumentos	72
8.3 Resultados e Interpretación de resultados	77
8.4 Cambios en base a los resultados	90
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	94
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.	
10.1 Plan de costos de elaboración	137
10.2 Plan de costos de producción	138
10.3 Plan de costos de reproducción	138
10.4 Plan de costos de distribución	138
10.5 Margen de utilidad	138
10.6 IVA	139
10.7 Cuadro con resumen general de costos	139
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.	
11.1 Conclusiones	140
11.2 Recomendaciones	141
Capítulo XII: Conocimiento general	142
Capítulo XIII: Referencias	143
Capítulo XIV: Anexos	145



Capítulo I

Introducción

Capítulo I

1.1 Introducción

Radio María ha ofrecido a la población católica guatemalteca sus servicios desde 1997. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con ningún material editorial que comunique al público objetivo las actividades que realiza con los fieles.

Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022. Para crear el concepto creativo se usará el método de 6 sombreros para pensar y a través de un método de investigación lógica inductiva, se creará un marco teórico que respalde científicamente los conocimientos adquiridos.

A través de herramientas de estudio, comunicación, diseño y técnicas de validación, se desarrollará el proceso de este proyecto y se apoyará en el uso de los métodos cualitativos y técnicas cuantitativas para encuestar. Los métodos de validación serán cuestionarios aplicados al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De este último paso se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo como propuesta gráfica final.

En conclusión, se afirma que se diseñará una memoria de labores digital, además se tomará fotografías de las actividades realizadas durante el año 2022 que irán integradas en dicho documento para que sean visualizadas por el grupo objetivo.



Capítulo II
Problemática

Capítulo II: Problemática

Radio María carece de material editorial que comunique a su público objetivo las actividades que se llevan a cabo, regida por la Iglesia Católica.

Por lo que se determina que la solución a este problema es diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022.

2.1 Contexto

Radio María inició en 1983 en la localidad de Erba, en provincia de Como, al Norte de Italia. En 1987 se constituyó la Asociación Radio María, gracias a laicos y religiosos que tenían la capacidad de ofrecer sus experiencias personales en temas espirituales y profesionales a través de este medio de comunicación.

Radio María inició sus transmisiones en Guatemala el 8 de septiembre de 1997, justo el día de la Natividad de la Santísima Virgen. Luego de un tiempo, se instalaron cuatro repetidoras de la misma en Chiquimula, Petén, Alta Verapaz y Baja Verapaz; en 2005, Quetzaltenango y Escuintla, y en 2006 en Santa Rosa. Estas repetidoras reciben la señal vía satélite para cubrir el 75% del país.

En 2022, Radio María cumple su aniversario número 25 de haber iniciado en Guatemala, por lo tanto, desean que las actividades de este simbólico año queden recuperadas en una memoria de labores que se subirá a su sitio web.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

Radio María no cuenta con una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

2.3.1. Magnitud.

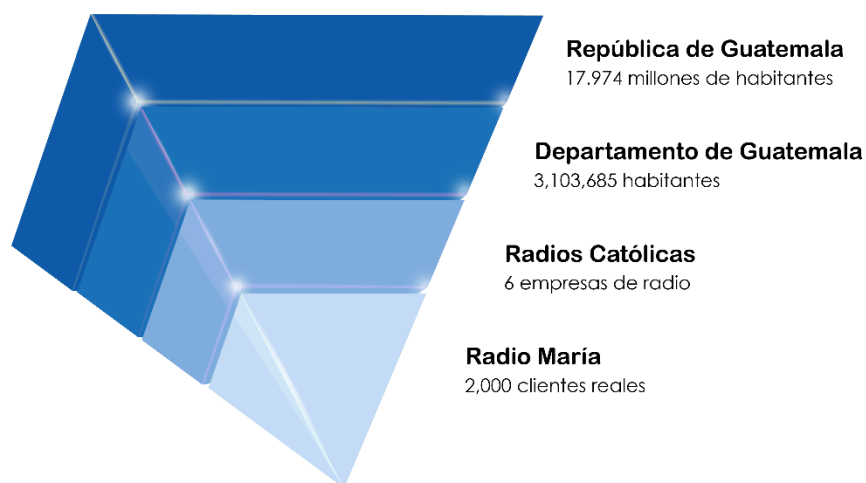


Figura No.1 Realizada por Alma Lucía Ramírez. Gráfica de Magnitud.

Según el Instituto de Estadística -INE- en la República de Guatemala habitan 17.974 millones de personas, está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra el departamento de Guatemala que en la actualidad acoge a 3,103,685 habitantes en el área metropolitana. Dentro de este departamento existen 6 empresas dedicadas a la transmisión en radio de material y noticias católicas, entre ellas Radio María, que atiende aproximadamente a 2,000 clientes reales.

2.3.2. Vulnerabilidad. Si Radio María no realiza una memoria de labores se perderá la oportunidad de recuperar en un solo documento las actividades católicas efectuadas en el año de su aniversario número 25. Por lo tanto, este año muy importante perderá valor, tanto para los colaboradores como para los fieles que han acompañado a dicha radio desde sus inicios.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con una memoria de labores, la empresa podrá dar a conocer a los colaboradores y oyentes las actividades católicas realizadas durante el año 2022, que será integrada a su sitio web.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto para el diseño de una memoria de labores es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo. Los que son:

2.3.4.1 Recursos Humanos. La organización cuenta con el capital humano necesario que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones comunicativas que se desempeñan dentro de la radio.

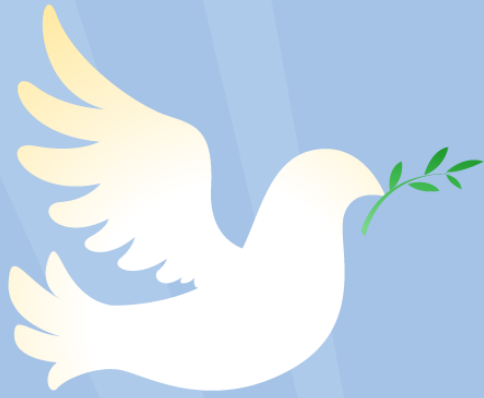
2.3.4.2 Recursos Organizacionales. El padre Manuel Abac autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. Radio María cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. La organización cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las

competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computadora OMEN
- Cámara fotográfica Canon T100
- Lentes de 18-55 mm y 75-300 mm
- Programas de diseño de adobe como Illustrator, InDesign y Photoshop.



Capítulo III

Objetivos de diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Recopilar información de la marca “Radio María” y sus actividades como entidad católica, a través del brief que el cliente proporcione para que sea integrado correctamente a la memoria de labores.

3.2.2 Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con la creación de memoria de labores digital, a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del proyecto que se presentará al grupo objetivo.

3.2.3 Fotografiar, a través de técnica de planos, las actividades católicas organizadas por Radio María para que sean visualizadas en la memoria de labores por los colaboradores y radioyentes.



Capítulo IV

Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.1 Nombre de la empresa. Radio María

4.1.2 Dirección. 10 calle 6-86 zona 2, Ciudad de Guatemala, Guatemala

4.1.3 Teléfono. 2245-3800

4.1.4 E-mail. www.radiomaria.org.gt

4.1.5 Antecedentes. Radio María inició en 1983, en la localidad de Erba, al norte de Italia. El 8 de septiembre de 1997, justo el día de la Natividad de la Santísima Virgen, inició sus transmisiones en Guatemala. Luego de un tiempo, se instalaron varias repetidoras alrededor del país para cubrir el 75% del mismo.

4.1.6 Oportunidad identificada. Radio María es un instrumento de la nueva evangelización para el servicio de la iglesia del Tercer Milenio, esta acción se inició gracias a un discurso pronunciado por el Santo Padre Juan Pablo II en la Plaza de San Pedro.

4.1.7 Misión. Difundir la buena nueva de salvación anunciada por Jesucristo que invita a la conversión, confiando en la intercesión de la Virgen María, como parte de la World Family.

4.1.8 Visión. Ser instrumento eficaz de la Nueva Evangelización al servicio de la iglesia católica a nivel nacional.

(Ver anexo 1: Brief del cliente)

4.1.9 Datos de la imagen gráfica

4.1.9.1 Isologo

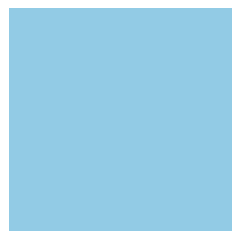


Figura No. 2 Isologo Radio María

4.1.9.2 Colores



R: 9
G: 62
B: 136
C: 100
M: 81
Y: 16
K: 2



R: 146
G: 203
B: 129
C: 46
M: 6
Y: 7
K: 0

4.1.22.3 Tipografías

Verdana
Regular

Riliquis niam, velit praessit nis alit, con henibh eugue do dit doluptatem quat. Duis-cinci ting eum accusma ndigna faccum augiam-consedi eu feuisse cte-tum delendrer acilisi tat, qui blan hent ut lutpat. Ut lamcommod tion-sequi eum vel dolorer augait nulpute tatuerc idulpis estrud do commy nisim duisim zzzrit nim zzzrit volorem dolorperos eu feugue conullan ercipit lam dolore venit alit alismolore tet velisci euipsum dui bla feuis-ciduisl inim iriurer irillit ero commy non eu feum do dignim quat accusma ndiamet, veliquat, commy nostisi tio odo eugiam acidunt.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678901
@#%\$%^&*()

Verdana
Italic

Riliquis niam, velit praessit nis alit, con henibh eugue do dit doluptatem quat. Duis-cinci ting eum accusma ndigna faccum augiam-consedi eu feuisse cte-tum delendrer acilisi tat, qui blan hent ut lutpat. Ut lamcommod tion-sequi eum vel dolorer augait nulpute tatuerc idulpis estrud do commy nisim duisim zzzrit nim zzzrit volorem dolorperos eu feugue conullan ercipit lam dolore venit alit alismolore tet velisci euipsum dui bla feuis-ciduisl inim iriurer irillit ero commy non eu feum do dignim quat accusma ndiamet, veliquat, commy nostisi tio odo eugiam acidunt.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678901
@#%\$%^&*()

Verdana
Bold

Riliquis niam, velit praessit nis alit, con henibh eugue do dit doluptatem quat. Duis-cinci ting eum accusma ndigna faccum augiam-consedi eu feuisse cte-tum delendrer acilisi tat, qui blan hent ut lutpat. Ut lamcommod tion-sequi eum vel dolorer augait nulpute tatuerc idulpis estrud do commy nisim duisim zzzrit nim zzzrit volorem dolorperos eu feugue conullan ercipit lam dolore venit alit alismolore tet velisci euipsum dui bla feuis-ciduisl inim iriurer irillit ero commy non eu feum.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678901
@#%\$%^&*()

Verdana
Bold Italic

Riliquis niam, velit praessit nis alit, con henibh eugue do dit doluptatem quat. Duis-cinci ting eum accusma ndigna faccum augiam-consedi eu feuisse cte-tum delendrer acilisi tat, qui blan hent ut lutpat. Ut lamcommod tion-sequi eum vel dolorer augait nulpute tatuerc idulpis estrud do commy nisim duisim zzzrit nim zzzrit volorem dolorperos eu feugue conullan ercipit lam dolore venit alit alismolore tet velisci euipsum dui bla feuis-ciduisl inim iriurer irillit ero commy non eu feum.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678901
@#%\$%^&*()

rmsym

Liturgia y oración:

A tecla "A" o bien "a"
(C=100, M=50)

Catequesis/espirituali-
dad:

B tecla "B" o bien "b"
(C=50, Y=100)

Promoción humana/no-
ticias:

C tecla "C" o bien "c"
(M=100, M=50)

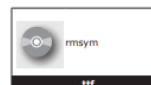
Entretenimiento:

D tecla "D" o bien "d"
(M=50, Y=100)

VERDANA

Para todas las publica-
ciones se ha adoptado
la familia de caracte-
res "Verdana" con las
variantes de estilo (re-
gular, cursiva, negrita,
negrita cursiva).

Además se ha creado
una fuente que con-
tiene los 4 símbolos
temáticos para la guía
de los programas. Por
sencillez, los símbo-
los se encuentran en
correspondencia de las
teclas A, B, C y D, tan-
to mayúsculas como
minúsculas.

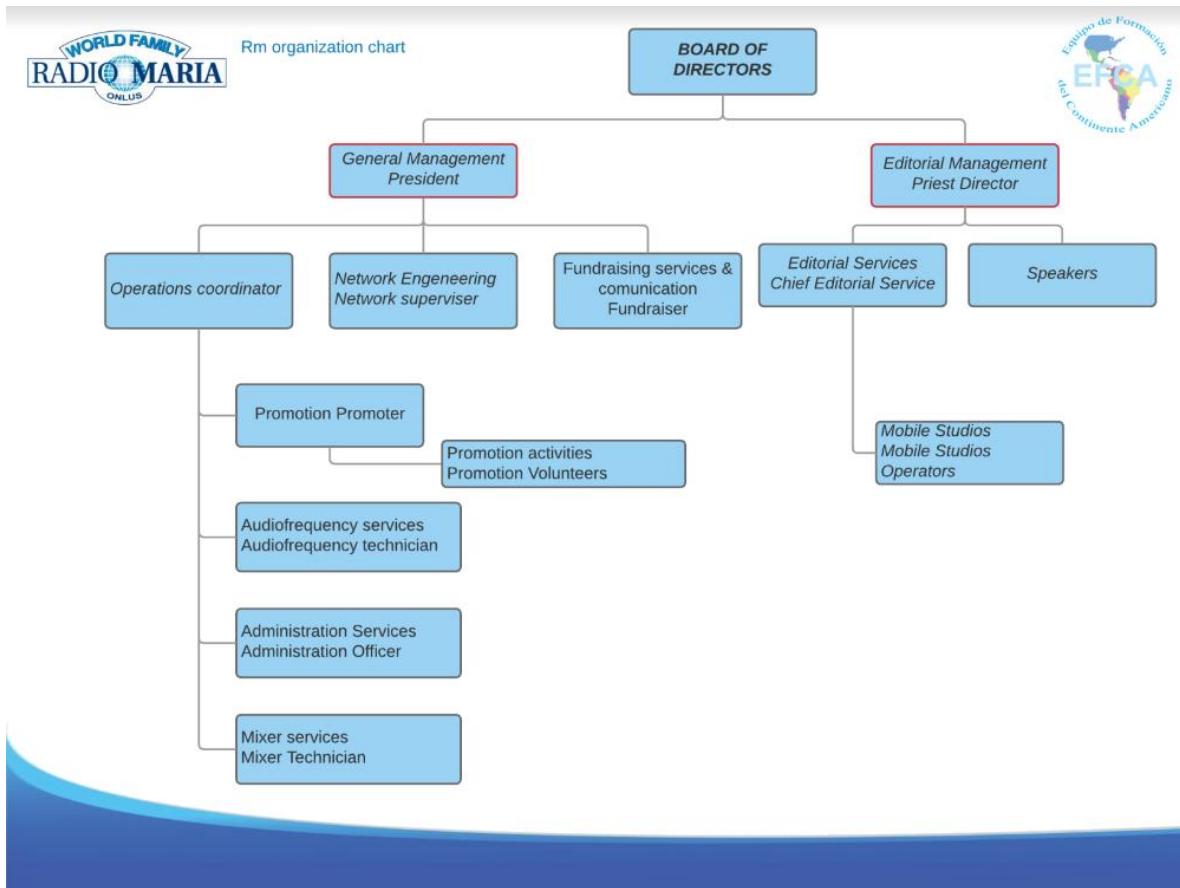


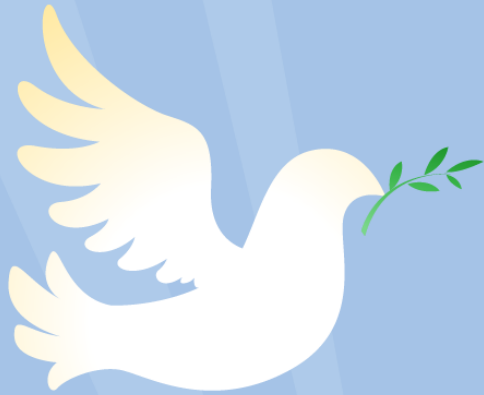
4.1.23 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Actualmente Radio María es la emisora católica más escuchada del país• Búsqueda de mejora continua• Muy buena aceptación por parte del público	<ul style="list-style-type: none">• Implementación de tecnología en las redes sociales• Realizar más proyectos nacionales que llamen la atención• Llamado a la colaboración en las iglesias católicas
DEBILIDADES	AMENANZAS
<ul style="list-style-type: none">• No cuenta con suficientes recursos humanos para el área de diseño• Le hace falta modernización para atraer a otro tipo de público• Las redes sociales cuentan con muy poca atención	<ul style="list-style-type: none">• Cuenta con recursos económicos limitados• Poca disponibilidad para servicio de voluntariado• La pandemia ha dejado varias deficiencias

Figura No. 3. Realizada por Alma Lucía Ramírez. Tabla FODA

4.1.24 Organigrama Mundial de Radio María





Capítulo V

Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 50 a 60 años de edad, con un nivel socioeconómico de C3 y D1 que tienen acceso a una radio e internet, gustos por las actividades que realiza un buen cristiano como asistir a retiros y tendencias a buscar material católico para saber más sobre la palabra de Dios.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en la región central de la República de Guatemala, trabaja en la ciudad capital, se moviliza por zonas de tránsito peatonal y de vehículos a lo largo del departamento de Guatemala. Se entretiene en las iglesias de la capital, especialmente en la Catedral Metropolitana y ve canales católicos como Canal Arquidiocesano. Puntualmente, el proyecto se ubicará en la ciudad capital de Guatemala.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 50 a 60 años de edad. Con un NSE C3 y D1, y contempla las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018. Cuentan con ingresos de entre Q7,200 a Q11,900. Cierran los estudios medios e incluso llegan a la licenciatura. Sus hijos completan la escuela primaria y los mayores llegan a la universidad nacional.

Características	Nivel C3	Nivel D1
Ingresos	Q11,900	Q7,200
Educación padres	Licenciatura	Media completa
Educación hijos	Hijos menores en escuelas Hijos mayores en universidad nacional	Hijos en escuelas

5.2 Perfil demográfico

Desempeño	Comerciante Vendedor Dependiente	Obrero Dependiente
Vivienda	Casa o departamento rentado 1-2 cuartos 1-2 baños Sala Cocina - comedor	Casa o departamento rentado 1-2 cuartos 1 baño Sala Cocina - comedor
Servicios financieros	Cuenta de ahorro Tarjeta de Crédito	Cuenta de ahorro
Posesiones	Auto compacto sin seguro	Moto
Bienes de comodidad	1 teléfono fijo Celular por cada miembro mayor Cable Equipo de audio Televisión Electrodomésticos básicos	1 celular Cable Radio Televisión Electrodomésticos básicos

Figura No.4 Realizado por Alma Lucía Ramírez. Esquema de perfil demográfico.

(Ver anexo 2: TNS Multivex 2018)

Cuentan con personal de servicio eventual y tienen acceso a servicios básicos.

Poseen bienes electrodomésticos básicos como radio, televisor, teléfono fijo, celulares y otros.

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, la familia, se reúne en iglesias católicas a lo largo del departamento de Guatemala. Cree en el trabajo y en la diversión, toda vez se encuentre

dentro de los límites que permite la iglesia católica, por lo que frecuenta parques recreacionales, lugares históricos, entre otros. Rechaza las actividades liberales que pueden llevar al pecado según los regímenes de la Iglesia y acostumbra participar en actividades católicas muy a menudo como repartición de víveres, visitas a enfermos, evangelización, participación en retiros y alimentación a los hambrientos.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo se comporta de manera muy amable y agradecida con toda entidad que comparta material católico de la mejor manera para que sea entendible a todo público. Es constante en la búsqueda de este material, por lo tanto es usuario regular y está totalmente enterado sobre las actividades que cubre Radio María.



Capítulo VI

Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Radio. Proveniente del latín “radius”, que significa “rayo”. Es un medio de comunicación que se basa en la emisión y recepción de señales de audio a través de ondas electromagnéticas. Fue inventada a fines del siglo XIX y el 14 de mayo de 1897 el ingeniero eléctrico italiano Guillermo Marconi realizó la primera transmisión de radio en la historia de la humanidad. Este medio de comunicación se ha mantenido presente en nuestra vida diaria gracias a su accesibilidad y evolución.

6.1.2 Repetidoras de radiocomunicación. Es un dispositivo electrónico que se utiliza para retransmitir una señal cuando estas no llegan directamente debido a inconvenientes geográficos u orogénicos. Las señales son enviadas por ondas electromagnéticas con la única condición de que ambos equipos estén sincronizados en la misma frecuencia radial. (Radiocomunicación, 2021)

Existen repetidores de radiocomunicación analógicos y digitales. Los radios analógicos utilizan ondas de FM, las que producen transmisiones de voz claras, pero no pueden filtrar otros ruidos alrededor del remitente y no son capaces de transmitir señales pasadas a pocos kilómetros. Las digitales poseen capacidades como filtrado de voz, llamadas directas de grupo, mensaje de texto, transmisión de señales alejadas y privacidad de llamadas, sin embargo, son un poco más caras.

6.1.3 Religión. Sistema de creencias culturales y cosmovisiones del mundo en relación a los seres humanos y la espiritualidad. Muchas veces presenta narraciones sobre la vida y la moral para vivir en armonía como piden los seres espirituales. Para presentar honor, agradecimiento y adoración, las religiones preparan ciertas

costumbres y tradiciones, las que incluyen reuniones periódicas, fiestas, danzas, sacrificios, servicios funerarios, entre otros; estos pueden variar de acuerdo a la religión. (Europa, 2022)

6.1.4 Iglesia católica. Es la iglesia fundada por Cristo, encomendada al apóstol Pedro, junto a los demás apóstoles se hicieron cargo de la difusión de la buena noticia por medio de la evangelización. La cabeza de dicha iglesia es el Papa, quien dirige todo desde la Ciudad del Vaticano en Roma, él es considerado el sucesor del apóstol Pedro.

A la Iglesia católica pertenecen todos los bautizados según sus ritos propios y que no hayan realizado un acto formal de apostasía. Según los datos del Anuario Pontificio de 2022 referentes al año 2020, el número de bautizados miembros de la Iglesia es de 1360 millones, alrededor del 18 % de la población mundial.

6.1.5 María. Hija de Joaquín y Ana, a los 16 años aproximadamente se desposó con José, estando ambos de acuerdo en permanecer vírgenes por amor a Dios. Un ángel del Señor se le apareció y le comunicó que el Espíritu Santo descendería sobre ella, y que de ella nacería el Hijo de Dios, a lo que ella contestó “Hágase en mí según tu Palabra”, convirtiéndose así en la madre del niño Jesús.

Es madre «de Cristo» y, también de los católicos, hermanos de Cristo, María es Madre «nuestra». Así lo dijo también expresamente Cristo en la cruz cuando le dijo a Juan: «He ahí a tu madre» (Jn. 19, 27)

María era humilde y pura; que era decidida y valiente para enfrentar la vida; que era capaz de callar cuando no entendía y de reflexionar y meditar; que se preocupaba de los demás y que era servicial y caritativa; que tenía fortaleza moral; que era franca.

(Dierckx & Jordá, 2022)

6.1.6 Laicos. En la iglesia católica se la llama así a un miembro fiel que no es miembro del clérigo, quiere decir, que no es obispo, presbítero o diácono. Este término fue impulsado desde el Concilio Vaticano II, en donde se destaca que ser laico en la iglesia católica es una vocación.

En la Constitución Dogmática Lumen Gentium se describe que la vocación Dogmática consiste en "iluminar y organizar todos los asuntos temporales a los que están estrechamente vinculados, de tal manera que se realicen continuamente según el espíritu de Jesucristo y se desarrollen y sean para la gloria del Creador y del Redentor".

6.1.7 Evangelización. Se le llama así a la acción de predicar y compartir enseñanzas presentes en la doctrina cristiana para dar a conocer la palabra de Dios. Por lo general, las actividades de evangelización son organizadas dentro de la iglesia, al asignar ciertos grupos para determinados lugares dentro de la parroquia; de esa forma, el mensaje puede ser entregado de una forma rápida y organizada, se procura captar la mayor cantidad de personas posibles. (Redacción, Concepto Definición, 2022)

6.1.8 Iglesia del Tercer Milenio. La Iglesia sinodal, llamada a ser la Iglesia del tercer milenio, se basa en el camino hacia el reino de Dios en el que se aprende a vivir y tener la figura de Cristo como modelo para amar al prójimo y alejarse de lo terrenal.

El objetivo de este es caminar juntos como una iglesia renovada, como manifestaba el Papa Francisco en el Urbi et Orbi en marzo del 2020, "Nos dimos cuenta de que estábamos en la misma barca, todos frágiles y desorientados; pero, al mismo tiempo,

importantes y necesarios, todos llamados a remar juntos. Nos llamas a tomar este tiempo de prueba como un momento de elección... el tiempo para elegir entre lo que cuenta verdaderamente y lo que pasa, para separar lo que es necesario de lo que no lo es”.

6.1.9 Actividades católicas. Desde los tiempos de la Iglesia naciente la comunidad cristiana ha buscado comprometerse socialmente, al tener preferencia por los más necesitados. La Iglesia católica fue fundadora de los primeros hospitales, asilos y orfanatos en la historia de Occidente desde la temprana Edad Media. Actualmente, cuenta con misioneros religiosos y laicos de ambos sexos que realizan de forma regular obras sociales, tanto materiales como de apoyo moral y espiritual.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Es el proceso para intercambio de información a través de mensajes ya sean auditivos, visuales o sensoriales, entre dos o más personas. Dicho proceso es esencial para las relaciones humanas dentro de la sociedad. (Ramírez, 2022)

6.2.1.2 Proceso de comunicación. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permita decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor. (Morales, 2022)

6.2.1.3 Emisor. Es la persona esencial encargada en transmitir un mensaje con el objetivo de que llegue de manera clara y eficaz a una o varias personas que lo reciban enviado por el emisor.

6.2.1.4 Receptor. Es aquella o varias personas a quien va dirigido el mensaje enviado por el emisor a través del canal, la persona.

6.2.1.5 Mensaje. Es uno de los elementos indispensables dentro de la comunicación, ya que el mensaje es aquella información que se desea transmitir, el contenido que se desea elaborar para causarle un impacto al receptor.

6.2.1.6 Canal. Es el medio por el que el mensaje se envía al receptor, se trata de escoger el canal más adecuado para que el mensaje que se emite llegue a través de un canal eficaz.

6.2.1.7 Código. Es el conjunto o sistema de signos, señales o palabras que el emisor utiliza para enviar el mensaje a una o varios receptores.

6.2.1.8 Ruido. Es cualquier interferencia que se produzca en la comunicación, son los medios que pueden afectar la emisión y recepción del mensaje.

6.2.1.9 Esquema de comunicación

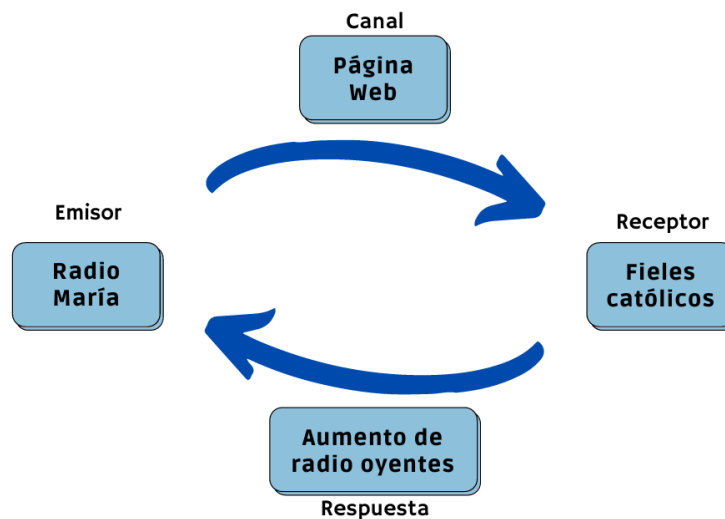


Figura No.5 Realizado por Alma Lucía Ramírez. Esquema de comunicación.

6.2.1.10 Comunicación de masas. Según Wilbur Schramm, la comunicación es un proceso de relaciones entre personas, un acto que implica compartir información, ideas o actitudes. El elaboró varios modelos para explicar y analizar el proceso de comunicación.

El modelo de la “Tuba de Schramm” hace referencia a la comunicación de masas que permite ver el proceso en el que el perceptor selecciona los mensajes que menor esfuerzo le ocasionan para recibir el significado.

El medio es un decodificador, intérprete y codificador, que elabora un producto que, una vez transmitido a una audiencia masiva, sufre un nuevo proceso de decodificación e interpretación, por cada grupo o cada sujeto. Aparece el concepto de feed-back y aparece el campo de la experiencia que habla del éxito en la comunicación si el mensaje está en consonancia con las actitudes, valores y metas del receptor. (Redacción, Todo sobre comunicación, 2020)

6.2.1.11 Comunicación corporativa. (Costa, 2009) Es una actividad de la publicidad que tiene el fin de promover el nombre y reputación de la entidad y crear una actitud favorable en su público interno y externo. Sus objetivos principales son:

- Establecer la imagen de la empresa al público en general
- Influir en la opinión pública
- Generar una actitud positiva en el grupo objetivo y los medios de comunicación
- Atraer nuevo personal y mejorar el estado de ánimo de sus colaboradores
- Transmitir el punto de vista de la organización en cuanto a temas sociales y culturales

- Mejorar la posición de la marca de dicha organización frente a su competencia

Apoyar la comunicación integrada al marketing

6.2.1.12 Identidad Corporativa. Es el conjunto coordinado de signos visuales por medios de las que la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución. Los signos que integran el sistema de identidad corporativa tienen la misma función, pero cada uno posee características comunicacionales diferentes. Estos signos se complementan entre sí, con lo que provocan una acción sinérgica que aumenta su eficiencia en conjunto. Los signos de la identidad corporativa son de diversa naturaleza:

- **Lingüística:** El nombre de la empresa es un elemento de designación verbal que el diseñador convierte en una grafía diferente, un modo de escritura exclusiva llamada logotipo.
- **Icónica:** Se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa. La marca cristaliza un símbolo (un signo convencional portador de significado), que cada vez responde más a las exigencias técnicas de los medios.
- **Cromática:** Consiste en el color o colores que la empresa adopta como distintivo emblemático.

El rol del comunicador visual está en materializar y hacer visible un concepto ideal, que es la identidad, mediante un profundo ejercicio de empatía con la institución.

Comprender su misión, sus valores, su cultura y su plan estratégico de futuro son fundamentales en este sentido. El diseñador debe interpretar el sentido institucional y la personalidad de la empresa y a su vez transmitir e implantar una identidad en la mente de los destinatarios. (García Garrido, 2022)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Según Waldo González Hervé (1998) Actividad consciente y creativa que combina la tecnología y materiales de contexto social, con el propósito de ayudar, satisfacer o modificar el comportamiento humano.

6.2.2.2 Diseño gráfico. Su misión es comunicar al utilizar un lenguaje bimedia, combinación de textos e imágenes, que trabaja para mejorar el entorno visual de las personas con el fin de transmitir información, conocimiento y sensaciones, enfocándose al sentido de la vista de los humanos y brinda como resultado el crecimiento de ramas técnicas. (Swann, 1991)

6.2.2.3 Diseño editorial. Se dedica principalmente a la diagramación como producción de diferentes piezas, tales como libros, revistas, periódicos, catálogos, fanzines, entre otros. Se caracteriza porque las piezas están compuestas por bastantes páginas o pliegos que deben ajustarse correctamente a determinados criterios de composición. (Barber, 2022)

6.2.2.4 Diseño Digital. Se basa en crear, programar y mostrar un mensaje visual con el fin de comunicarlo y buscar una respuesta concreta en grupos sociales específicos. Es el arte de plasmar de manera gráfica y digital una idea, valores, sentimientos.

6.2.2.5 Diseño de memoria de labores. Se puede definir como el conjunto de procesos que nos permiten el almacenamiento y manipulación temporal de la información para la realización de tareas cognitivas complejas como la comprensión del lenguaje, la lectura, las habilidades matemáticas, el aprendizaje o el razonamiento. (Redacción, CogniFit, 2022)

6.2.2.6 Diagramación. También llamado maquetación, es el proceso de reunir, de una manera orgánica y armónica, los textos e imágenes que pretenden ser entregados al lector. La diagramación es una fase aparentemente sencilla, pero su complejidad radica en que de ella depende que haya una fácil lectura, que el cuerpo del texto sea correcto y proporcionado, las imágenes comprensibles y concuerden con la información de apoyo. (Espinosa, 2022)

6.2.2.7 Reticula. Es el orden de los gráficos en una página, se trata de una disposición mental establecida por líneas guía dentro de la página que ayudan a posicionar los objetos y que no llegan a aparecer en la versión final impresa. El campo reticular se refiere a las divisiones horizontales relacionadas con la proporción de la altura y anchura del documento, en el que se marcan las columnas en las que se ubicarán los elementos.

6.2.2.8 Adobe InDesign. Se trata de un programa que contiene herramientas de maquetación y edición, que facilita el diseño editorial al realizar comprobaciones preliminares y publica productos impresos como revistas, folletos, libros y documentos digitales e interactivos.

6.2.2.9 Imagen corporativa. (Costa J. , 2010) Es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto entidad. Conocida como la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta. Es lo que Sartori define como la imagen comprensiva de un sujeto socioeconómico público. En este sentido, la imagen corporativa es la imagen de la mentalidad de la empresa, que no busca presentarse como un sujeto puramente económico, sino más bien, como un sujeto integrante de la sociedad.

Se define la imagen corporativa, como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización. De esta manera, imagen corporativa es un concepto basado claramente en la idea de recepción y debe ser diferenciado de otros tres conceptos básicos.

- **Comunicación de la empresa.** Anteriormente visto, es una actividad de la publicidad que tiene el fin de promover el nombre y reputación de la entidad y crear una actitud favorable en su público interno y externo.
- **Realidad Corporativa.** Es toda la estructura material de la empresa como sus oficinas, sus fábricas, sus empleados, sus productos, y otros. Es todo lo tangible y vinculado a la propiedad de la compañía.
- **Identidad de la empresa.** Es la personalidad de la organización, lo que ella es y pretende ser. Es su ser histórico, ético y de comportamiento. Es lo que la hace individual, la distingue y diferencia de todas las demás.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 *Semiología.* Es la ciencia que estudia los signos como códigos, señalizaciones y lenguas, es decir es un análisis de sistemas de comunicaciones por medios de símbolos no lingüísticas. También se encarga de descomponer el anuncio para así analizar cada factor y encontrar el verdadero significado del mensaje que se traslada.

6.3.1.2 *Semiología de la imagen.* Es definida por Saussure como “Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”.

El mensaje que ha de llegar está controlado por ciertas convenciones, las que pueden ser fuertes o débiles en cuanto a su codificación. El repertorio de signos, la caja de herramientas visuales del diseñador, tiene que contener signos que sean comprensibles para el consumidor y que pertenecen al repertorio del usuario, si se ha de lograr el efecto entendido y deseado.

6.3.1.3 Sociología. Se dedica al estudio de las sociedades humanas, sus fenómenos colectivos, interacciones y procesos de cambio y de conservación, toma en cuenta el contexto histórico y cultural en que se hallan insertas.

La sociología emplea técnicas y métodos de investigación científica, provenientes de diversas disciplinas y áreas del saber, lo que le brinda una perspectiva interdisciplinaria para el análisis y la interpretación. (Raffino, 2022)

6.3.1.4 Antropología. Estudia la diversidad de las relaciones socioculturales del ser humano, incluida la emergencia misma de los humanos en el entorno ecológico. Basa todo su potencial de producción de conocimiento en la facultad que poseen los seres humanos para hacer inteligible el comportamiento de estos. (Redacción, ASAE, 2022)

6.3.1.5 Cibernética. Ciencia producto de la unión de la mecánica, la física, la electrónica, la química, la medicina y la sociología. Se trata de un campo de estudios de alta complejidad, que tiene por finalidad el análisis de los sistemas de comunicación entre los seres vivos, como parte de una recolección de datos que buscan desarrollar inteligencias artificiales que funcione de forma similar. (Redacción, Concepto Definición, 2022)

6.3.1.6 Psicología. Es la ciencia que tiene como objetivo estudiar y analizar los procesos mentales, las sensaciones, interacciones, sensaciones, ambiente físico y social que rodea al ser humano.

•**Psicología de la comunicación.** Se encarga de estudiar y analizar el proceso de comunicación, se refiere al aprendizaje, memoria, persuasión e influencia.

•**Psicología del color.** Es el estudio dirigido para analizar el comportamiento de cómo percibe el color el ser humano, por ejemplo, dicho color tiene la capacidad de estimular o deprimir, de crear felicidad o tristeza.

•**Psicología de la imagen.** Es la ciencia que estudia la imagen, se encarga de estudiar el conjunto de conocimientos, teoría descriptiva de la conciencia y el comportamiento.

6.3.1.6 Pedagogía. Ciencia social que se encarga de la investigación y reflexión de las teorías que componen a la educación a lo largo de las etapas de la vida, desde la etapa preescolar hasta la vida universitaria. Esta ciencia se caracteriza por hacer uso de conocimientos que provienen de ramas de estudio como la Sociología, Historia, Antropología, Filosofía y la Psicología. (Redacción, Enciclopedias, 2022)

•**Andragogía.** Se refiere a todas aquellas técnicas pedagógicas utilizadas exclusivamente en educación para adultos y no solo desde el punto de vista académico, sino que también psicológico y sociológico entre otros. (Valenzuela, 2022)

6.3.1.7 Publicidad. La publicidad es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad. Su principal herramienta son los medios de comunicación, estos son tan diversos y tienen tanta expansión e impacto en el público que son fundamentales para el comercio en general.

6.3.1.8 Relaciones públicas. Son el proceso de comunicación y sus estrategias que se basan en las relaciones mutuamente beneficiosas entre las empresas y el público objetivo.

6.3.1.9 Lingüística. Es una ciencia que estudia el lenguaje en un sentido general, enfocado en su naturaleza y en las pautas que lo rigen, o bien de manera particular, orientado al estudio de lenguas específicas. Asimismo, la lingüística aborda aspectos asociados a la evolución de la lengua y su estructura interna, entre otras.

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Fotografía. Proceso de capturar imágenes mediante algún dispositivo tecnológico sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura. En el ámbito artístico y estético, combina diversos elementos como el encuadre, la composición, la iluminación y otros.

Según Michael Langford en 1980 “sin la fotografía, nuestro conocimiento seguiría limitado al paisaje situado ante nuestra vista”. (Langford, 1980)

6.3.2.2 Artes tipográficas. Es el arte de diferentes usos de tipos o diseño de letras, para imprimir textos o dibujos, se hace referencia a las letras, números y símbolos. Se pueden clasificar las fuentes tipográficas por su morfología: Con serifa, sin serifa, cursivas o decorativas.

Según Swann se debe considerar a las letras como imágenes que se pueden emplear a cualquier escala que se ajuste al espacio de diseño. (Swann, 1991)

6.3.2.3 Tipografía serif. Son aquellas que cuentan con remates o terminales que son pequeños adornos ubicados en los extremos de los trazos de los caracteres, cuentan con un aire académico o institucional.

6.3.2.4 Tipografía san serif. Se caracterizan por la ausencia de remates y terminales, sus trazos presentan contrastes, suelen asociarse con la tipografía comercial, ya que ofrece un resultado para la impresión de titulares o poco texto, en carteles y publicidad, este estilo evoca modernidad, seguridad, neutralidad y minimalismo.

6.3.2.5 Ilustración. Es el arte de crear imágenes que acompañen al texto. Dicho término se originó desde la invención de la imprenta, cuando las ilustraciones realizadas con la xilografía acompañaron a los escritos durante los siglos XV, XVI y XVII. (F.R., 2016)

6.3.2.6 Arte digital. Es una especialidad que agrupa todas las creaciones artísticas realizadas en medios digitales que generalmente son hechos en computadoras. Y es que todo trabajo desarrollado en la computadora es ejecutado y procesado por algoritmos matemáticos. Por lo que no existe una imagen si no es la visualización de un código invisible a simple vista.

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. El color es un resultado de la luz, fue descubierta por Newton. Años más tardes el físico Young realizó un experimento inverso en el que reunía todos los colores luz que proyectó al mismo tiempo para poder obtener luz blanca, por un método de eliminación descubre que con solo tres, se pudo reproducir dicha luz. (Parramón, 1998)

Es un conjunto de reglas básicas que ayudan a la mezcla de gamas, que puedan ayudar en diferentes ocasiones, por ejemplo, escoger los tonos para un diseño o mezclar perfectamente lo que se va a colocar.

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. (Redacción, artdesignina, 2022) Es el resultado de la interacción entre la percepción y el pensamiento, la interpretación de una persona respecto a una imagen. Esta teoría es constituida por nueve principios:

- **Ley de figura y fondo.** La vista se enfoca en un objeto determinado y elimina el fondo, al verse el objeto como un todo
- **Ley de buena forma.** El ojo selecciona la forma simple de la imagen y la divide en partes
- **Ley de proximidad.** La mente agrupa objetos que estén más cercanos entre sí
- **Ley de cierre.** Aunque el contorno de una figura se vea incompleto, la mente se asegura de verlo completo
- **Ley de semejanza.** La mente agrupa elementos basados en su forma, tamaño o color
- **Ley de continuidad.** La mente percibe la imagen y le da un significado basado en el aprendizaje que obtuvo
- **Ley de simetría.** Si se ven dos objetos simétricos, la mente los percibe como un solo elemento en vez de dos
- **Ley de comunidad.** Se ven a los objetos como un todo si se mueven en la misma dirección
- **Ley de tamaño relativo.** Cuando un objeto es de mayor tamaño que el otro puede percibirse como el fondo y el elemento más pequeño será visto como el objeto

6.3.3.3 Teorías del recorrido visual. Es un sistema de percepción visual, influenciado además por factores culturales, gracias al que se procede a leer la información gráfica, según un esquema direccional contante y preestablecido. En el

occidente, se realiza de izquierda a derecha en sentido horizontal, es por eso que se mantiene esta direccionalidad en la decodificación de los mensajes gráficos también.

Es por eso que el diseñador debe intentar distribuir la información gráfica y mantener esta estructura de lectura. (Viera, 2022)

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Los 90's. Lo retro se mantiene de moda y se renueva. En este caso se tiene el estilo simple de los 90, con nostalgia a los orígenes del internet. Con este estilo abundan los colores brillantes, emojis sencillos, imágenes pixeleadas, imitaciones a las primitivas páginas web.

Además, se ve el resurgimiento de la estética grunge, con influencias punk y arte urbano. Marcarán la pauta las texturas ásperas y granuladas, las imágenes muy contrastadas, los collages de aire fanzinerico fotocopiado, páginas manchadas y rasgadas.

6.3.4.2 Ilustración 3D. Este tipo de ilustraciones son populares entre los jóvenes. La tendencia se aleja de las ilustraciones planas para añadir un mayor nivel de detalle, volumen, movimiento, profundidad y dimensión. Dichos diseños pueden ir de los abstracto hasta la realista.

6.3.4.3 Minimalismo. Se mantiene como tendencia debido a su simplicidad. Este estilo elimina los elementos pesados a la vista para dar más presencia al contenido. Incluye uso de formas básicas, colores suaves y contrapuestos, hace resaltar el objeto principal, tiene una forma ligera, fácil de interpretar y con un mensaje claro.

6.3.4.4 Maximalismo. Es el opuesto al minimalismo, que abraza el exceso y llena los espacios con objetos, colores y patrones. Utiliza colores atrevidos, patrones, contrastes, variedad de fuentes tipográficas, imágenes y texturas en capas y motivos repetidos, sin guiarse a un esquema.

6.3.4.5 Patrones paramétricos. Rompe con los colores sólidos y añade interés visual, al utilizar intrincadas estructuras en las que cada línea se transforma en función de posiciones relativas. Muestra desorden, fluidez, movimiento y efecto 3D.
(Redacción, Mediactiu, 2022)

6.3.4.2 Tablero de tendencias



Figura No.6. Realizada por Alma Lucía Ramírez. Tablero de inspiración



Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la comunicación, así como también las formas específicas de comunicación corporativa. Pues esta promueve el nombre y reputación de Radio María, para crear una actitud favorable en su público interno y externo.

7.1.2 Identidad corporativa. Se utilizará la identidad visual de una empresa. Es el conjunto coordinado de signos lingüísticos, icónicos y cromáticos, es fundamental en el proyecto para que las personas se identifiquen con la empresa y conozcan un poco más de ella.

7.1.3 Diseño. La aplicación de diseño es sumamente esencial para generar estética a través de imágenes y textos, de esta manera se logrará transmitir información, conocimiento y sensaciones deseadas.

7.1.4 Diseño editorial. Permitirá diagramar de manera ordenada y estética el documento compuesto por varias páginas. Además, debe ir de la mano con el diseño digital ya que el trabajo será subido a una página web.

7.1.5 Diseño de memoria de labores. Es principal porque es el trabajo a realizar, este permitirá una mejor manipulación y almacenamiento de la información para cumplir con los objetivos del proyecto.

7.1.6 Imagen corporativa. Con la aplicación de ella se pretende transmitir la imagen adecuada que identifica a Radio María.

7.1.7 Semiología. Se aplicará en la memoria de labores, para dar un mensaje visual correcto y alineado al concepto de la entidad.

7.1.8 Fotografía. La aplicación de la fotografía permitirá captar de forma digital y presentar las actividades realizadas dentro y fuera de la asociación, las que serán visualizadas en la memoria de labores.

7.1.9 Tipografía. Se utilizará con el fin de elegir una fuente que denote el mensaje que se quiere enviar al público. Del mismo modo se tomará importancia en el tamaño de esta para mantener un orden jerárquico con la importancia de la información.

7.1.10 Arte digital. Esta especialidad permite agrupar todas las creaciones artísticas realizadas en medios digitales, lo que será importante en la realización del proyecto, ya que la memoria de labores debe ser digital para su visualización en la página web de Radio María.

7.1.11 Teoría del recorrido visual. Por medio de esta se busca aplicar un esquema direccional de lectura para que el arte final tenga una buena distribución gráfica de la información.

7.1.12 Tendencia del minimalismo. Debido a que Radio María mantiene una línea bastante básica se busca mantener esa simplicidad, para que sea un documento ligero y fácil de interpretar.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método. Seis sombreros para pensar. El método creativo “Seis sombreros para pensar” fue creada por Edward de Bono, y usada principalmente para facilitar la resolución y análisis de problemas a partir de diferentes puntos de vista. Su objetivo es promover el pensamiento paralelo, fomentar el pensamiento en toda su amplitud y separar el ego del pensamiento.

El método Seis sombreros para pensar funciona de la siguiente forma: Los seis sombreros de diferentes colores representan las seis direcciones del pensamiento que se debe utilizar al momento de enfrentar un problema. Se debe llevar el siguiente esquema:

- Sombrero blanco: Indica que se debe centrar en los datos disponibles, ver la información y aprender de ella.
- Sombrero rojo: En él se observan los problemas de intuición, sentimientos y emociones.
- Sombrero negro: Con el uso de este se pensará con juicio y cautela, para poner en manifiesto los aspectos negativos.
- Sombrero amarillo: Con este se pensará positivamente, ayudará a ver los beneficios que ofrece ciertas funciones.
- Sombrero verde: Indica la creatividad, para que se pueden emplear otras técnicas creativas.
- Sombrero azul: Indica el control y la gestión del proceso del pensamiento, y se llegan a las conclusiones.

7.2.1.1 Aplicación del método. Para el proyecto “Diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022”. Se aplicó la técnica de creatividad titulada Seis sombreros para pensar. Se desarrollaron de la siguiente manera:

- Sombrero blanco.
- Sombrero rojo.
- Sombrero negro.
- Sombrero amarillo.
- Sombrero verde.
- Sombrero azul.



Se hizo uso de la información brindada por Radio María



Se detallan las emociones y sentimientos que se quieren dar a conocer en el trabajo.



Los aspectos débiles que tiene el proyecto fueron enumerados para trabajarlos con cautela.



Fueron enumerados los beneficios que conlleva el trabajo a Radio María.



Se hizo empleo de otras técnicas creativas para el diseño del proyecto.



Se realizaron anotaciones de las conclusiones a las que se llegaban.

Figura No.7. Realizada por Alma Lucía Ramírez. Aplicación del método creativo.

7.2.2 Definición del concepto.

- Proyecto de Evangelización
- 25 años al servicio de la iglesia
- Obra de María en nosotros
- Enviados a ser mensajeros del amor
- Servicio de amor y paz

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“25 años al servicio de la iglesia católica”** debido a que justamente Radio María cumple 25 años y su visión es ser instrumento eficaz de la nueva evangelización al servicio de la iglesia católica.

7.3 Bocetaje

Un boceto es un dibujo simple, sin muchos detalles. La realización de estos para expresar de forma gráfica las ideas y conceptos supone la primera aproximación al desarrollo del argumento gráfico de manera provisional. En algunos casos solo sirve para diagramar o estructurar tal vez la portada de una revista, o un mapa, para dejar ver la potencialidad de ese argumento para ser expresado en el lenguaje visual. Es la idea primaria que luego hay que pulir y perfeccionar para la creación de una estructura compositiva y trabajar su expresión final. (Gamonal Arroyo, 2012)

Con base en la frase **“25 años al servicio de la Iglesia Católica”** se procede a realizar el proceso de bocetaje, que pasa por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

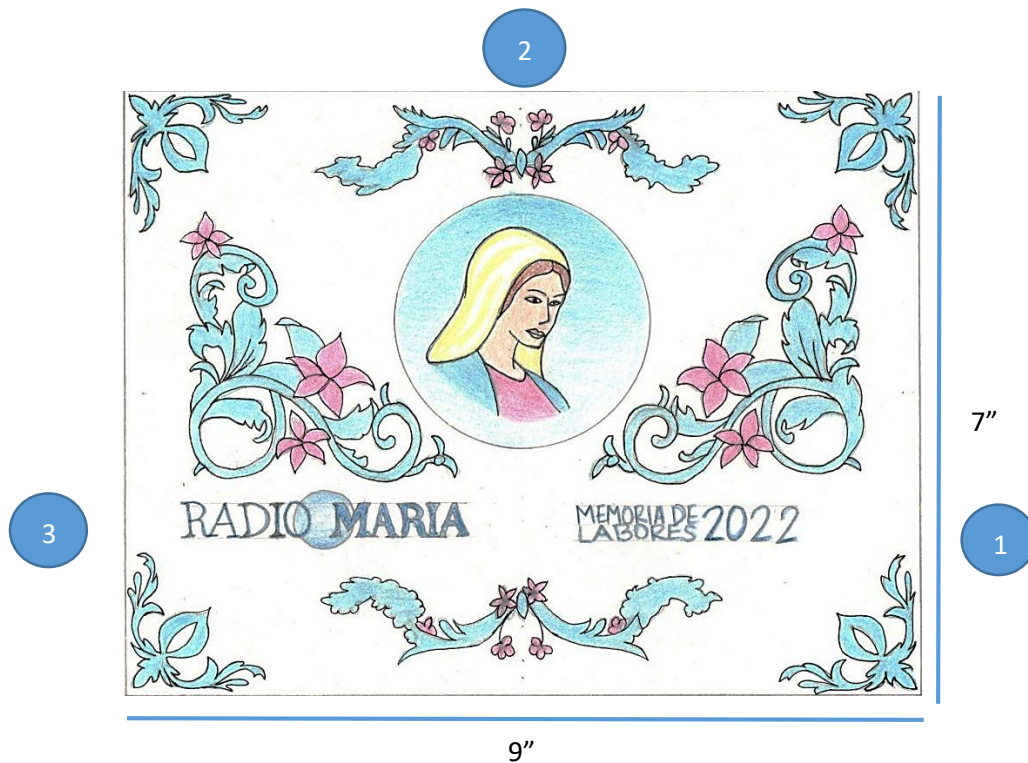
(Ver anexo 3: Tabla de requisitos)

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta portada A



Propuesta portada A



Identificación de elementos

1. Título
2. Imagen de María
3. Isologo

Descripción

Se muestra la primera idea para la portada de la memoria de labores que lleva la imagen de María que utiliza la Radio. En esta propuesta se hace uso de la tendencia maximalista.

Propuesta portada B



Propuesta portada B



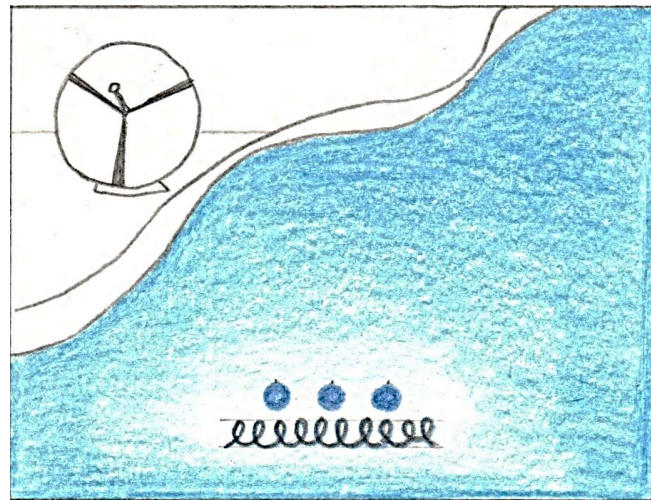
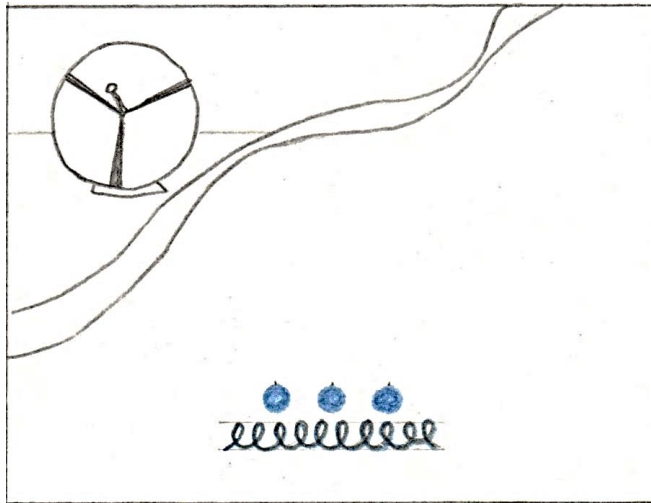
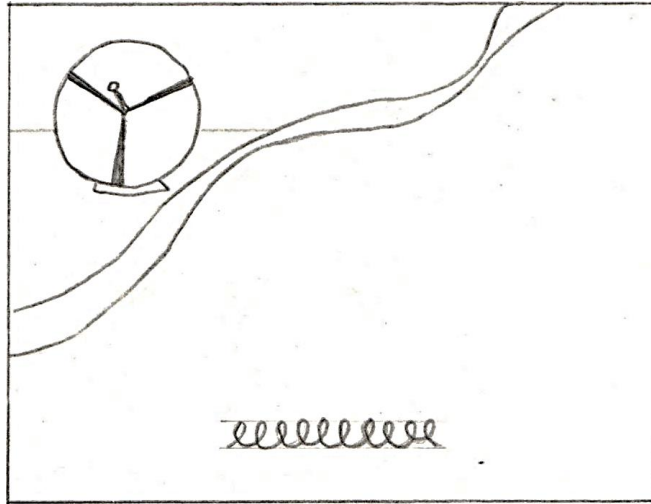
Identificación de elementos

1. Título
2. Imagen de María
3. Isologo

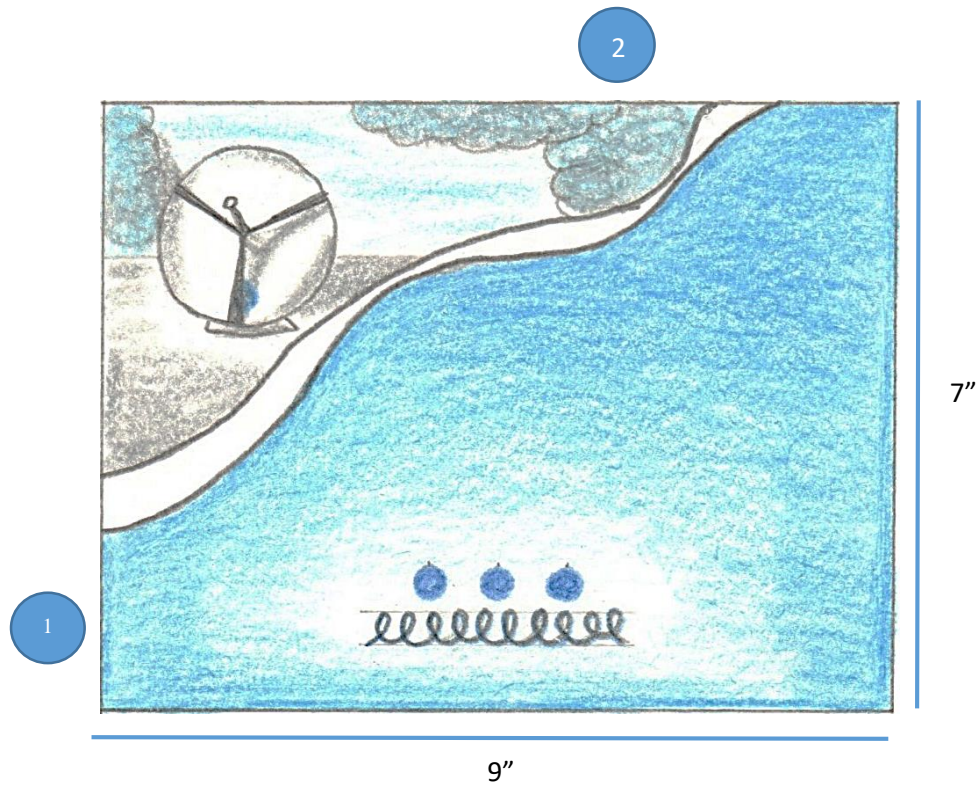
Descripción

Se muestra la segunda idea para la portada de la memoria de labores que lleva una imagen de María totalmente diferente. En esta propuesta se hace uso de la tendencia minimalista.

Propuesta contraportada



Propuesta contraportada



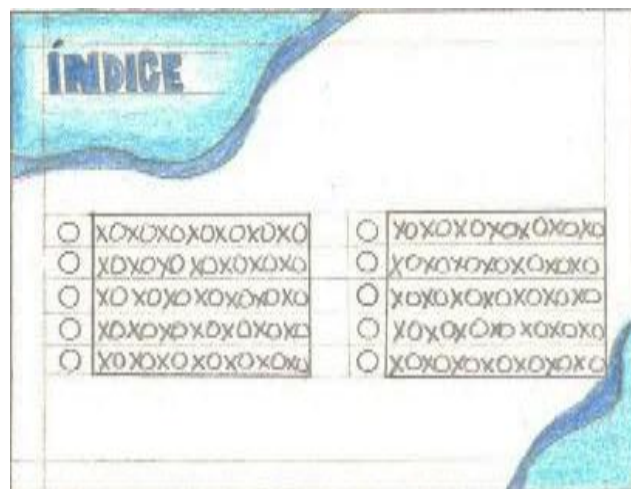
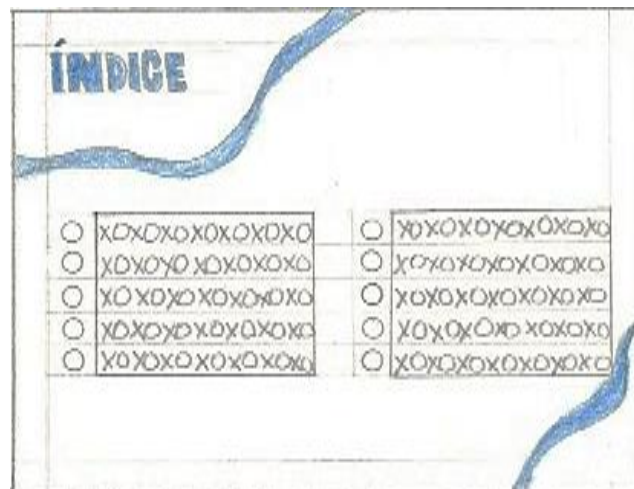
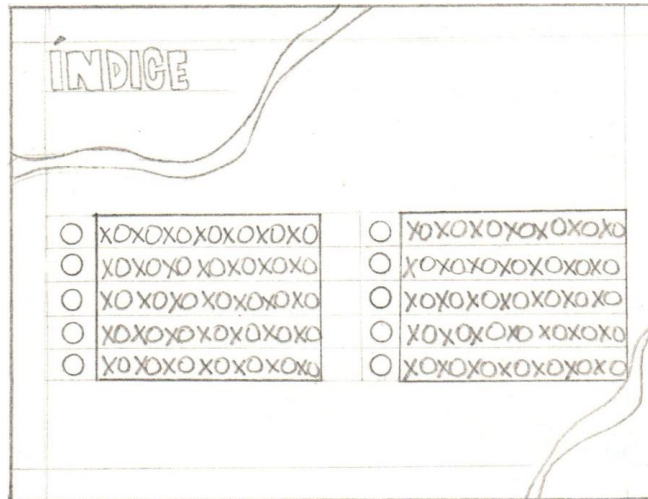
Identificación de elementos

1. Redes sociales
2. Imagen antenas de transmisión de la radio

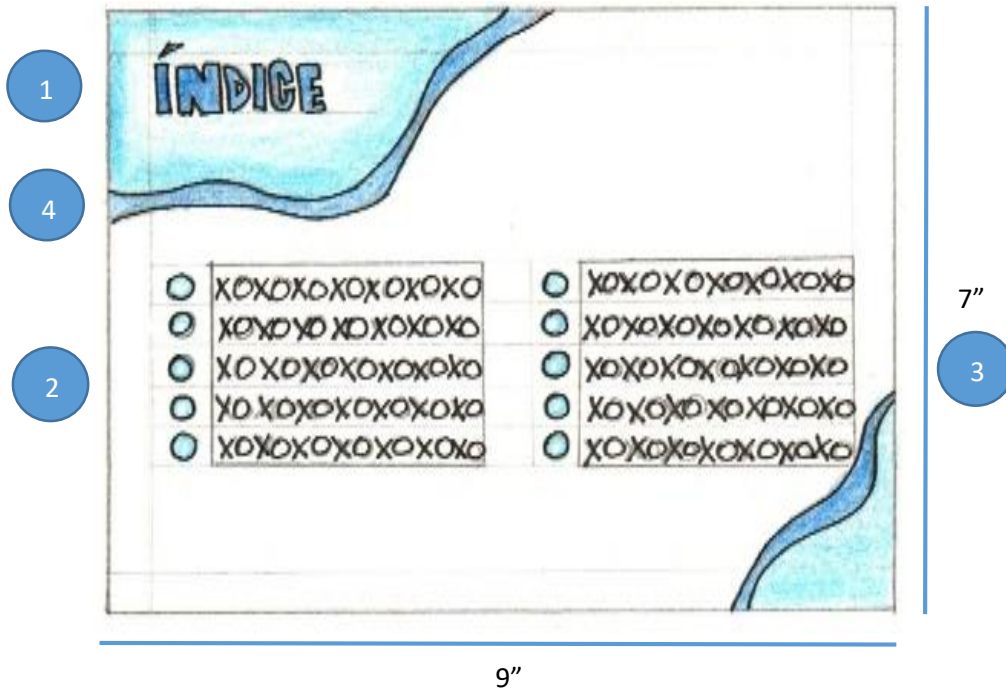
Descripción

La contraportada presenta una imagen de las antenas, que son esenciales para la transmisión de Radio María.

Propuesta índice



Propuesta índice



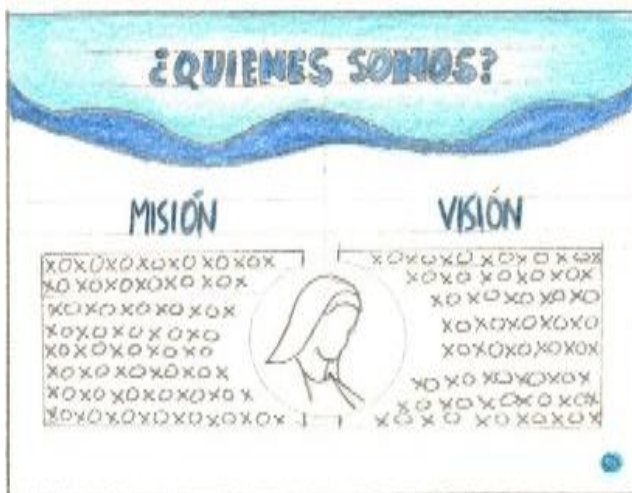
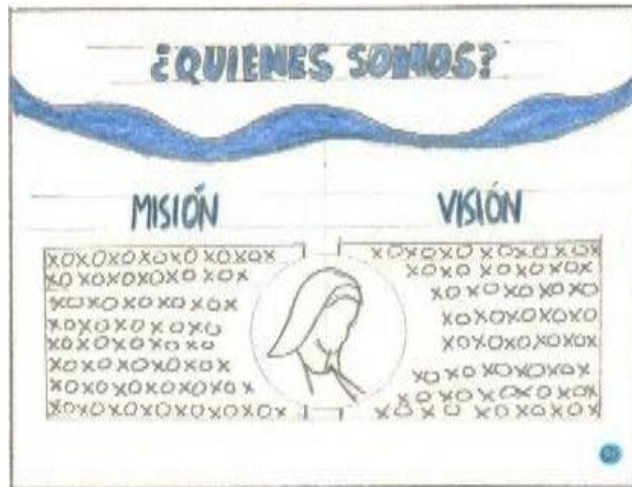
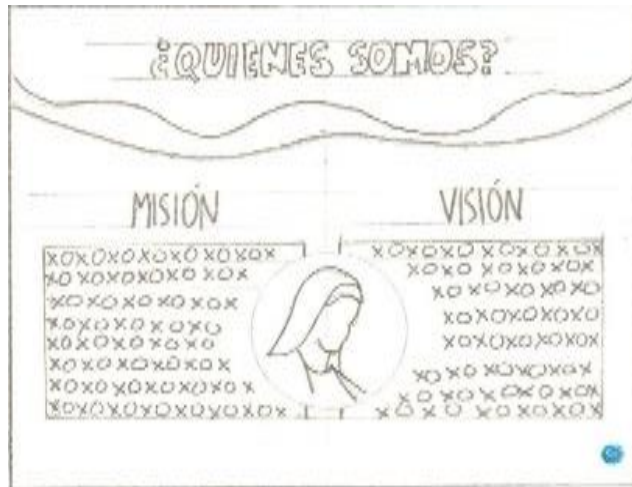
Identificación de elementos

1. Título
2. Enumeración de páginas
3. Temas de la memoria de labores
4. Diseño abstracto

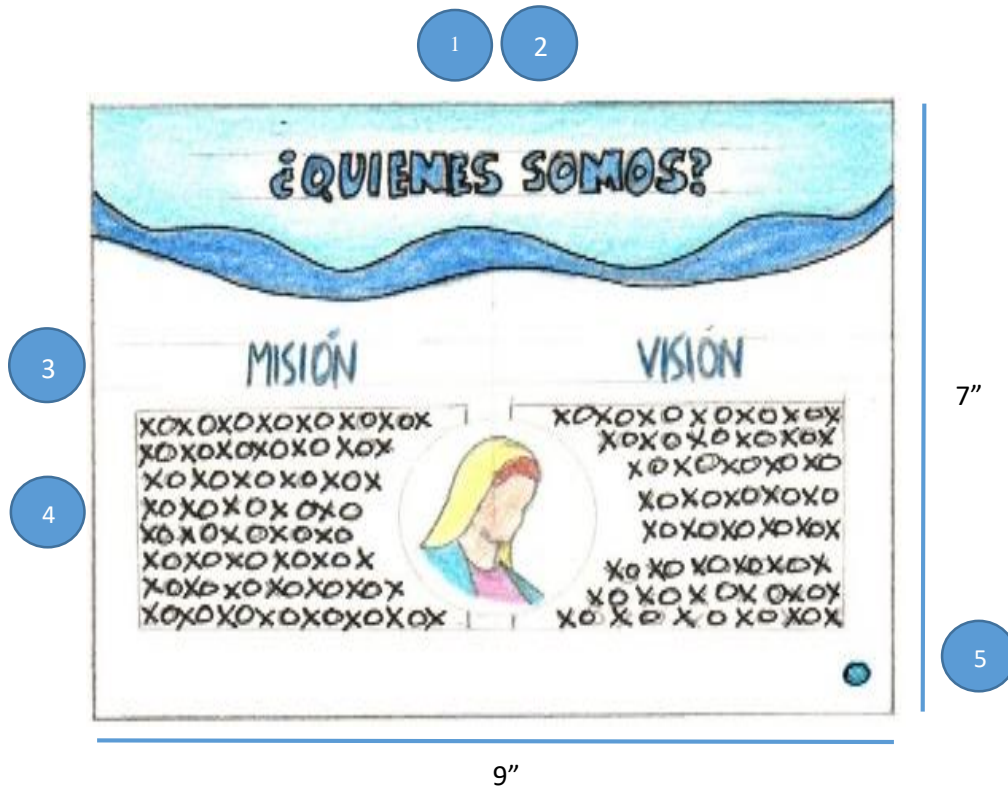
Descripción

El índice permite identificar la página en la que se encuentra cada tema en la memoria de labores.

Propuesta “¿Quiénes somos?”



Propuesta “¿Quiénes somos?”



9\"

Identificación de elementos

1. Título
2. Imagen de Radio María
3. Sub-títulos
4. Texto informativo
5. Enumeración de página

Descripción

Se hace uso de la imagen de María que representa a la radio para dar una identificación visual.

Propuesta “25 aniversario”



Propuesta “25 aniversario”



Identificación de elementos

1. Título
2. Imagen de María y un micrófono
3. Imagen de una locutora
4. Diseño abstracto

Descripción

Esta es una página especial para presentación de las actividades en celebración del aniversario número 25 de Radio María.

Propuesta actividad del Día del Padre



Propuesta actividad del Día del Padre



Identificación de elementos

1. Título de la actividad
2. Imagen de fondo
3. Imágenes de la actividad
4. Diseño
5. Enumeración de página

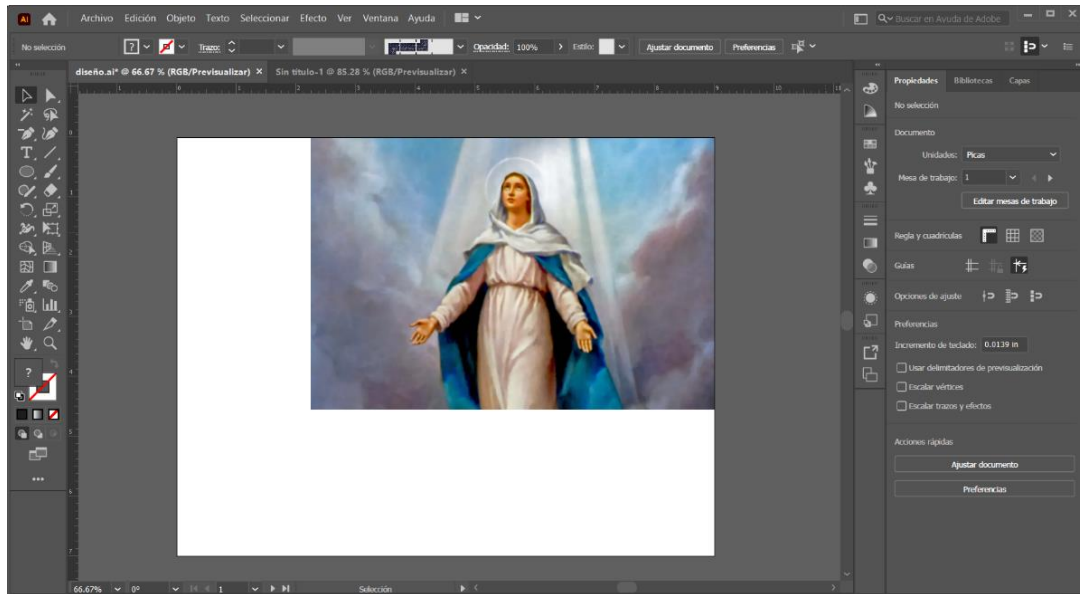
Descripción

Para mostrar imágenes de las actividades se tiene una página especial que llevará una fotografía en plano general del lugar donde se realizó como fondo, además hay cuatro espacios en forma de elipse para mostrar las demás fotos de la actividad.

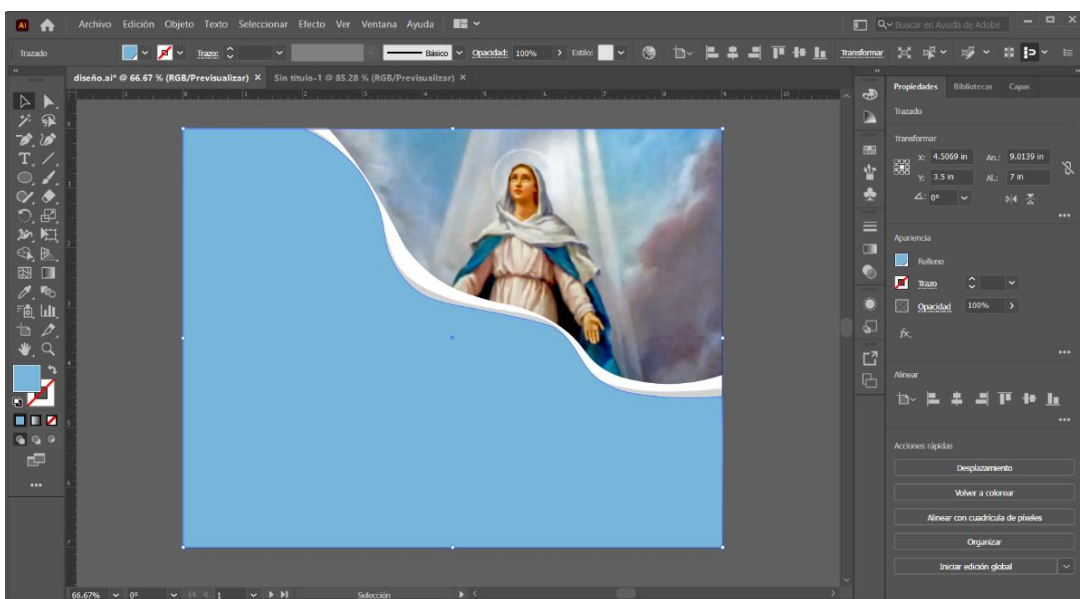
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

Digitalización de portada

Paso 1: Para iniciar se coloca la imagen la asunción de la Virgen María que será fondo de la portada.



Paso 2: Se agrega los elementos gráficos que son figuras vectorizadas.



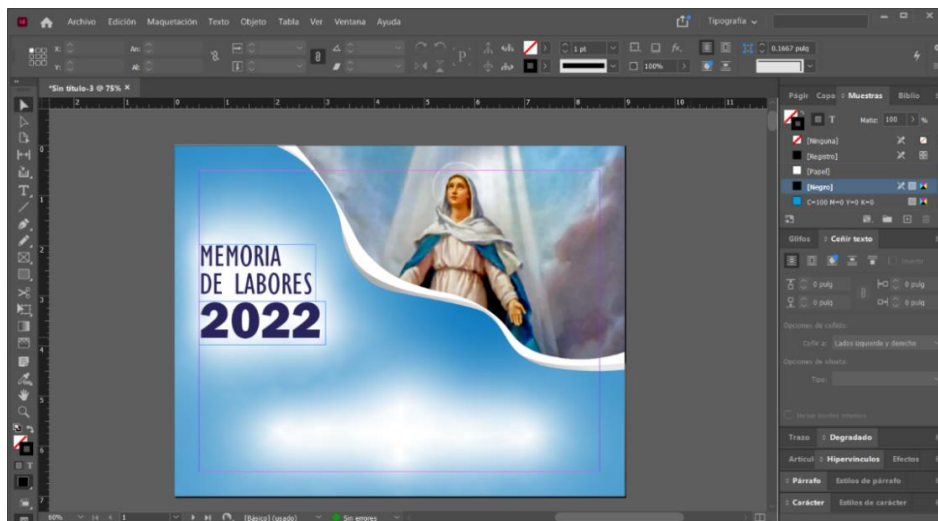
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

Digitalización de portada

Paso 3: A la última capa se le realizan degradados en los lugares donde irá el texto y el isologo.



Paso 4: Se inserta el diseño de la portada en el documento de InDesign. Luego se agrega el título del documento, que en este caso es “Memoria de labores 2022”. Las tipografías utilizadas son Gill Sans MT Condensed y Franklin Gothic Heavy.



7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

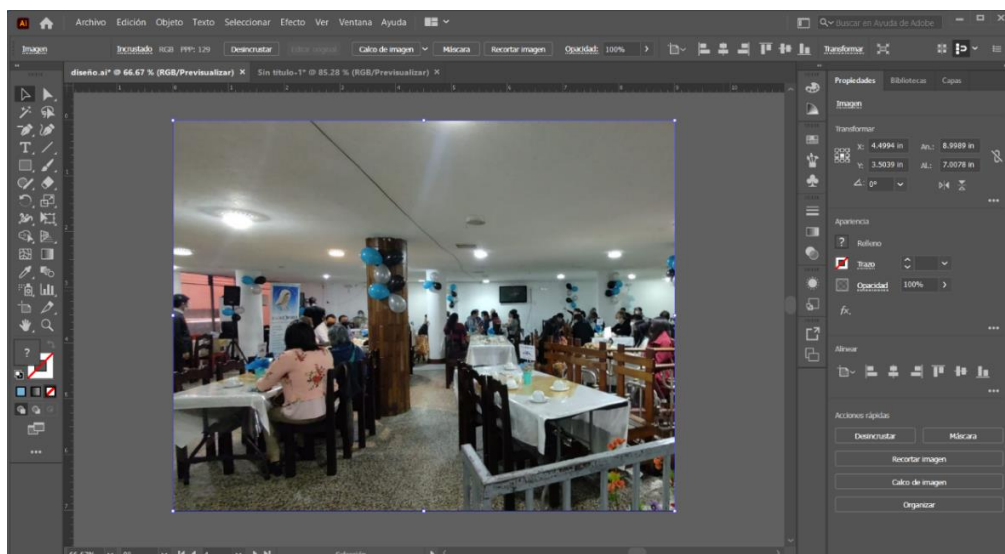
Digitalización de portada

Paso 5: Por último, se incluye el isologo de Radio María en el lugar asignado.



Digitalización página con imágenes del día del padre

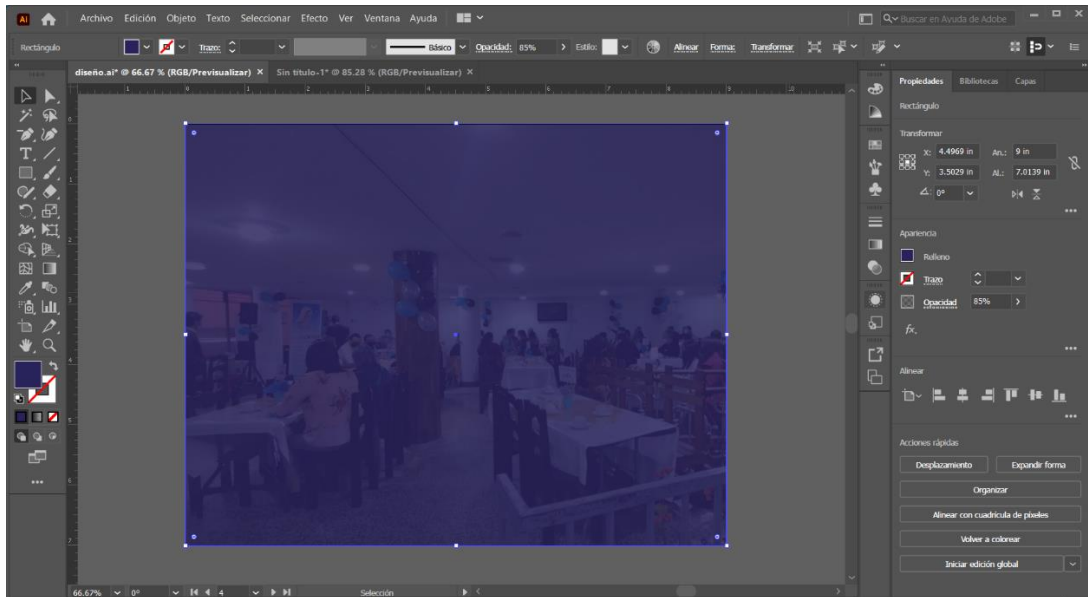
Paso 1: Se coloca una imagen en plano general de la actividad que será el fondo de la página.



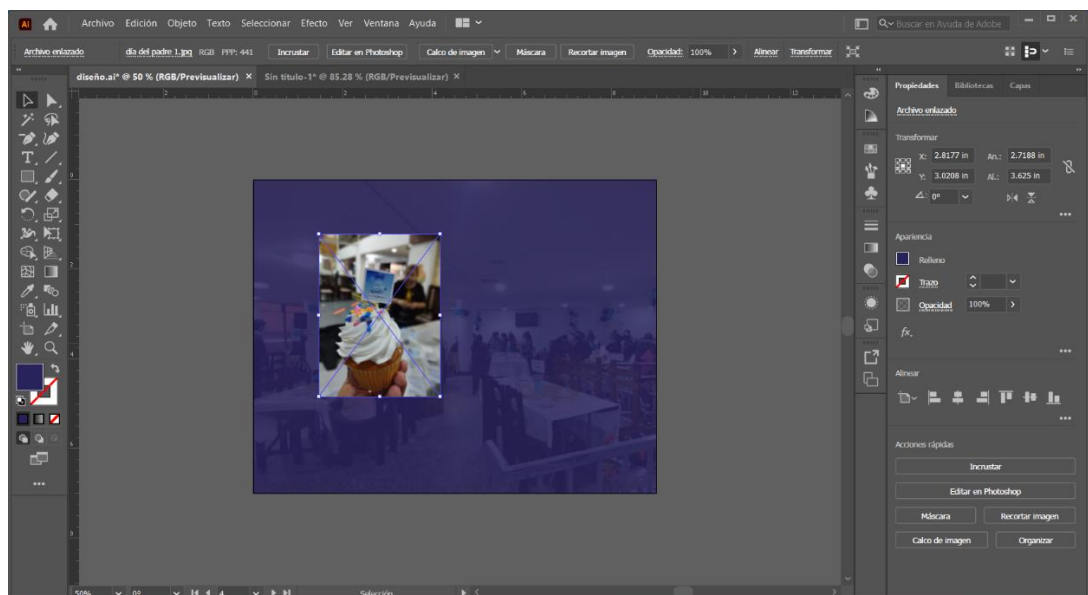
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

Digitalización página con imágenes del día del padre

Paso 2: Se coloca una capa azul con una opacidad del 85%.



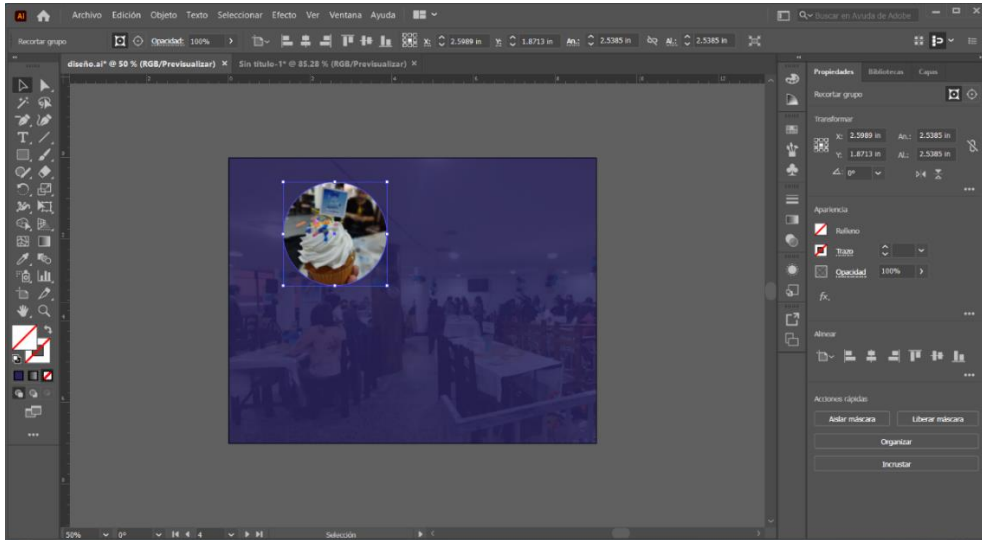
Paso 3: Se inserta la primera fotografía en plano detalle.



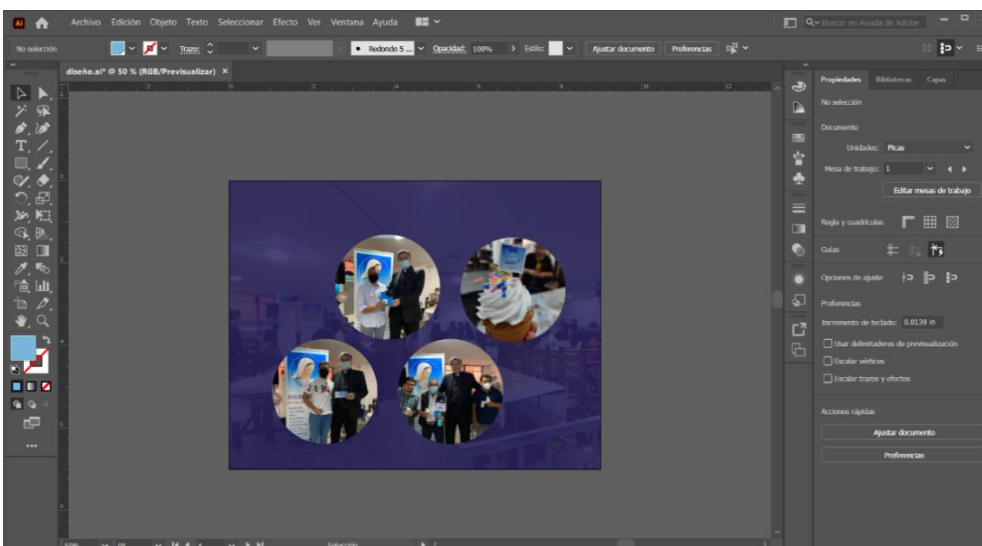
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

Digitalización página con imágenes del día del padre

Paso 4: Con la herramienta de Illustrator se crea una elipse del tamaño necesario y se realiza un calco de imagen.



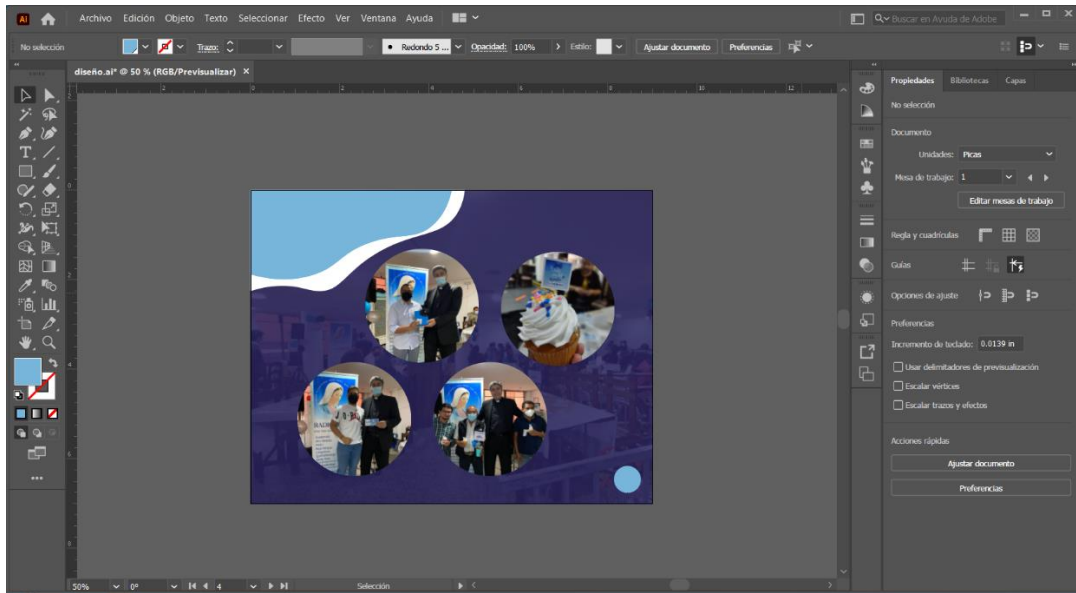
Paso 5: Se realiza el mismo procedimiento con las demás imágenes que muestran la celebración del Día del Padre.



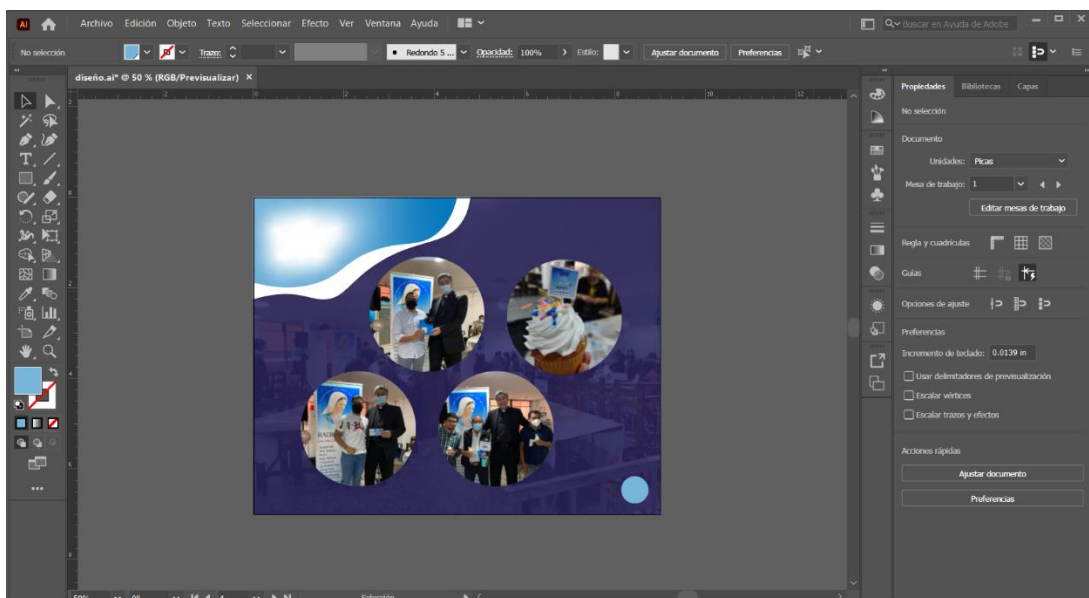
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

Digitalización página con imágenes del día del padre

Paso 6: Se agregan diseños que sigan con la línea gráfica.



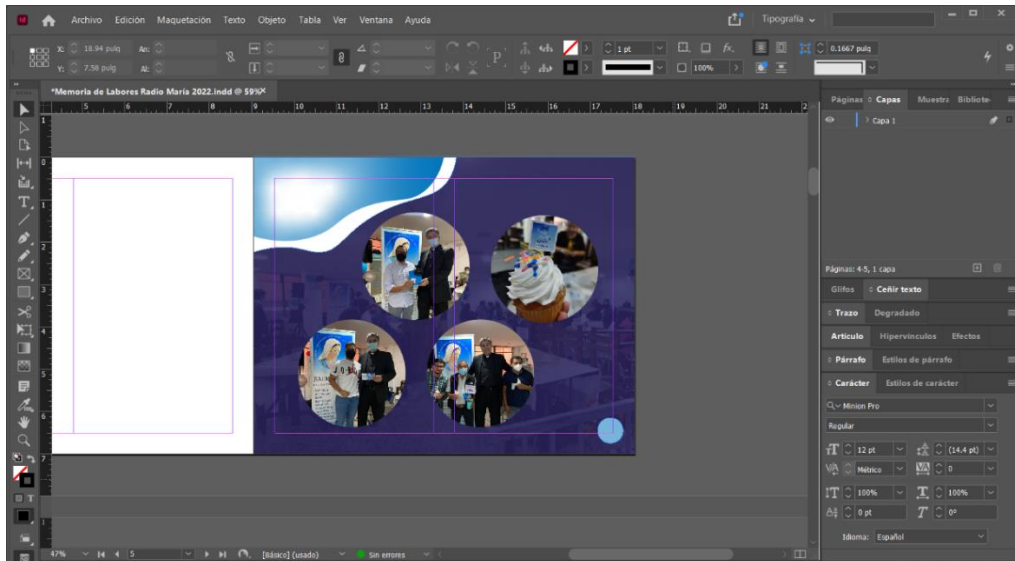
Paso 7: En la capa celeste se realiza un degradado y se deja en blanco la parte en dónde irá el título de la página.



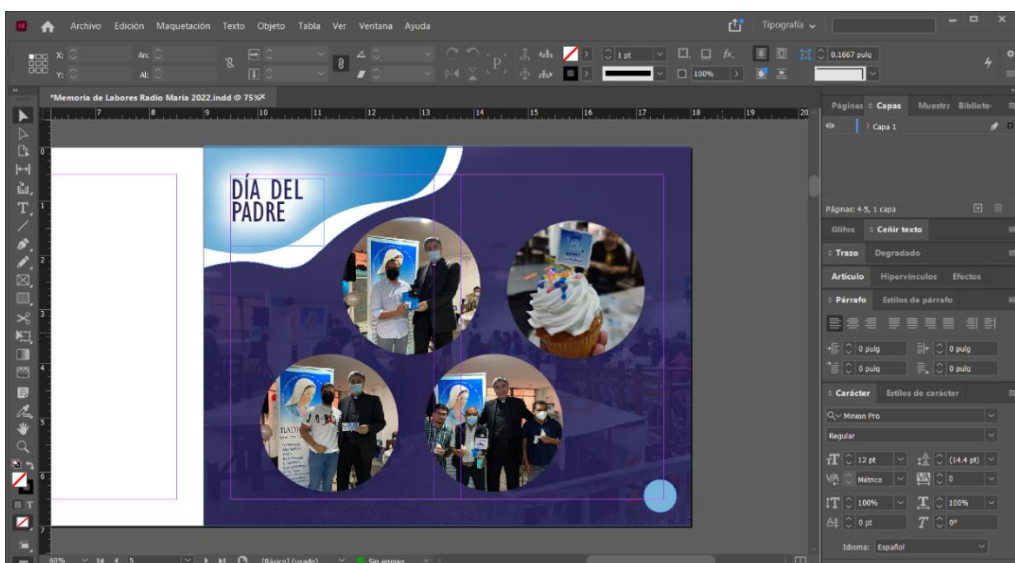
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

Digitalización página con imágenes del día del padre

Paso 8: Se inserta el diseño de la página al documento de InDesign para continuar con el proceso.



Paso 9: Por último, se agrega un cuadro de texto con el título de la actividad realizada.



7.4 Propuesta preliminar

Portada B



7"

9"

Descripción

La portada cuenta con la imagen de la asunción de María, el título y el isologo de Radio María.

7.4 Propuesta preliminar

Contra portada

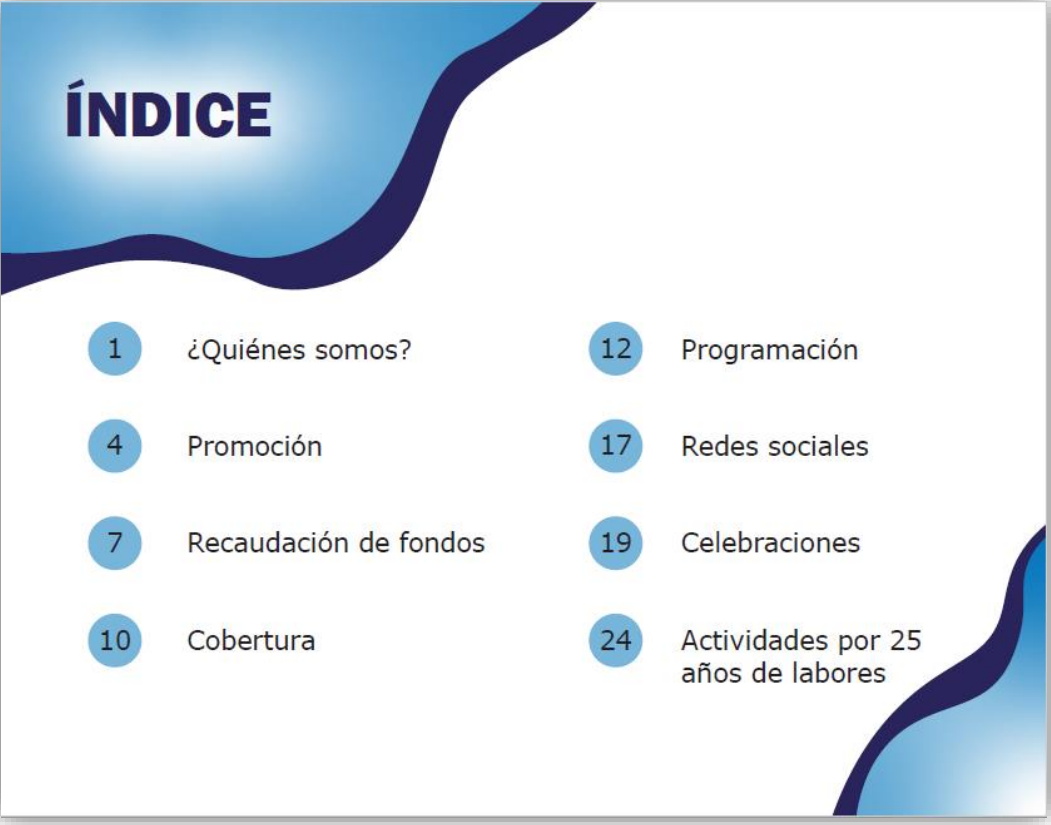


Descripción

En la contraportada se visualiza una fotografía de una de las antenas de Radio María y los íconos de las redes sociales con las que cuenta.

7.4 Propuesta preliminar

Índice



1	¿Quiénes somos?	12	Programación
4	Promoción	17	Redes sociales
7	Recaudación de fondos	19	Celebraciones
10	Cobertura	24	Actividades por 25 años de labores

7"

9"

Descripción

Se observa el índice con las secciones que componen la memoria de labores.

7.4 Propuesta preliminar

¿Quiénes somos?

¿QUIÉNES SOMOS?

Misión

Difundir la Buena Nueva de salvación anunciada por Nuestro Señor Jesucristo que invita a la conversión, confiando en la intercesión de María Santísima.

Visión

Ser un instrumento eficaz de la Nueva Evangelización al servicio de la Iglesia Católica en Guatemala y en el mundo.

1

7"

9"

Descripción

En medio se ve la imagen representativa o imago tipo de Radio María a través del mundo. Del lado izquierdo está la misión y el lado derecho la visión.

7.4 Propuesta preliminar

Identidad

IDENTIDAD

- Un don de María
- Anuncia la conversión
- La oración en el primer lugar
- Instrumento para la evangelización
- Promueve un camino espiritual
- Se encomienda a la Divina Providencia
- Obra de voluntariado
- Al servicio de la Iglesia
- Instrumento a imagen de María

Radio María es un instrumento de la nueva evangelización que se pone al servicio de la Iglesia del Tercer Milenio, como emisora católica comprometida en el anuncio de la conversión a través de una parrilla de programación que ofrece un amplio espacio a la oración, a la catequesis y a la promoción humana.

2

7"

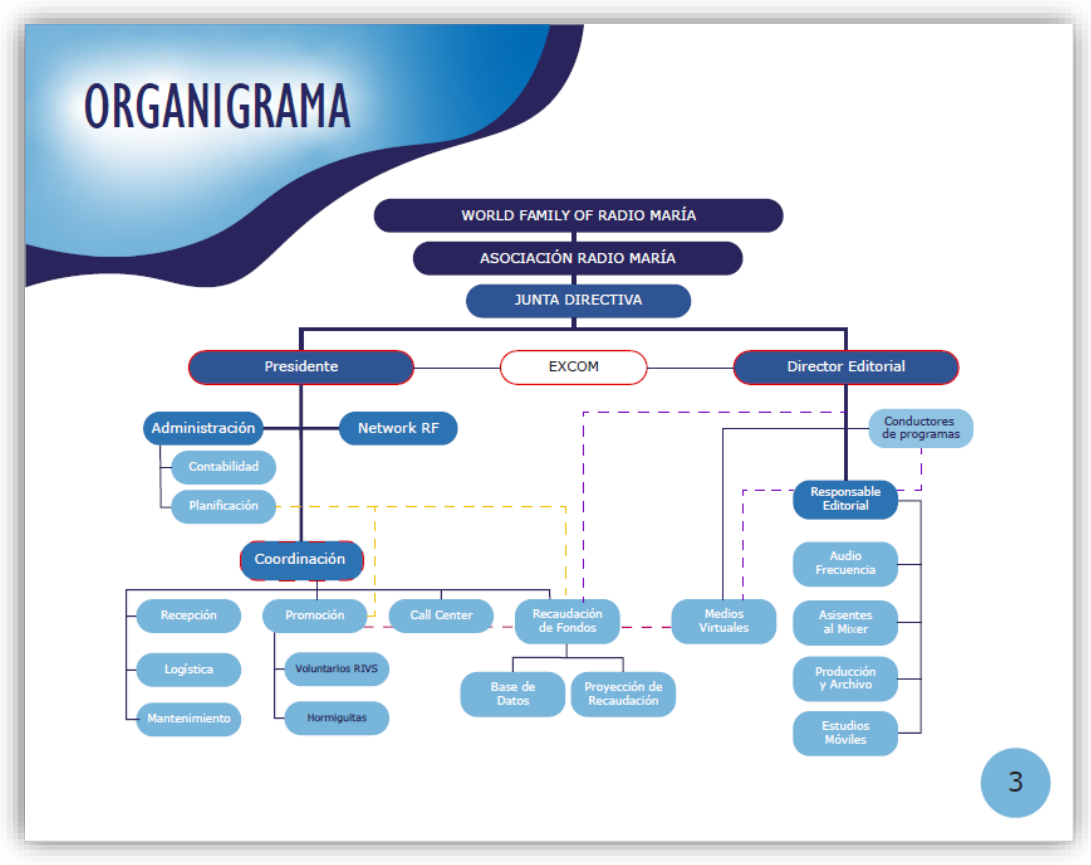
9"

Descripción

Esta página cuenta con la identidad de Radio María.

7.4 Propuesta preliminar

Organigrama



7"

9"

Descripción

Esta hoja presenta el organigrama que se mantiene en Radio María tanto nacional como mundialmente.

7.4 Propuesta preliminar

Día de la Madre



7"

9"

Descripción

Página con 4 fotografías conmemorativas por la celebración realizada para el Día de la Madre.

7.4 Propuesta preliminar

Día del Padre



7"

9"

Descripción

Página con 4 fotografías conmemorativas por la celebración realizada para el Día del Padre.

7.4 Propuesta preliminar

Presentación película



7"

9"

Descripción

Página con 4 fotografías conmemorativas para la presentación de una película Medjugorje en el cine.

7.4 Propuesta preliminar

Día de los Abuelitos



7"

9"

Descripción

Página con 4 fotografías conmemorativas por la celebración realizada para el Día de los Abuelitos.

7.4 Propuesta preliminar

25 aniversario



Descripción

Esta página muestra el inicio de la sección especial que llevará una recopilación de las actividades realizadas en celebración de los 25 años de labores de Radio María.

7.4 Propuesta preliminar

Agradecimiento



7"

9"

Descripción

En la última página de la memoria de labores llevará un mensaje de agradecimiento dirigido al público objetivo.



Capítulo VIII

Validación Técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022, se dará inicio al proceso de validación técnica, se mostrará el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en dicotomías y la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de dos maneras: de forma virtual a través de Google Forms para clientes y grupo objetivo, e impresas para expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a doce personas, hombres y mujeres del grupo objetivo, y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 20 personas divididas en tres grupos:

Cliente: Radio María, Sra. Alicia del Cid, Roxana Pérez y Gonzalo.

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y diseño editorial.

Lic. Carlos Franco – Experto en material editorial

Licda. Andrea Aguilar – Experta en material editorial

Licda. Ingrid Ordoñez – Experta en comunicación corporativa

Lic. Carlos Jiménez – Experto en diseño

Cristina López – Experta en diseño

Grupo objetivo: Doce colaboradores u oyentes de Radio María de 50 a 60 años de edad, con un nivel socioeconómico C3 y D1. Creen en Dios y la familia, se reúnen en iglesias católicas a lo largo del departamento de Guatemala. Es constante en la búsqueda de este material por lo tanto es usuario regular y está totalmente enterado sobre las actividades que cubre Radio María.

8.2 Método e instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta, consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Asimismo, se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

Encuesta. Recopilación de datos



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
-FACOM-
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022. Guatemala, Guatemala. 2023

Antecedentes:

Radio María fue creada en el año 1983 en la localidad de Erba, al norte de Italia, se expandió por todo el mundo e inició sus transmisiones en Guatemala el 8 de septiembre de 1997. Actualmente se dedica principalmente a la transmisión de programas de radio y material audiovisual en servicio de la iglesia.

Al visitar la organización se pudo observar que no cuenta con una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022. Especialmente en este año que cumple 25 años de labores.

Por lo que se ha planteado el objetivo de Diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022.

Encuesta. Parte objetiva

Instrucciones:

Con base en lo anterior, observe la propuesta de memoria de labores y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022?
SÍ NO
2. ¿Considera importante recopilar información de la marca Radio María y sus actividades como entidad católica, a través del brief que el cliente proporcione para que sea integrado correctamente a la memoria de labores?
SÍ NO
3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con la creación de memoria de labores digital, a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del proyecto que se presentará al grupo objetivo?
SÍ NO
4. ¿Considera adecuado fotografiar, a través de técnica de planos, las actividades católicas organizadas por Radio María para que sean visualizadas en la memoria de labores por los colaboradores y radio oyentes?
SÍ NO

Encuesta. Parte semiológica

Parte Semiológica:

5. ¿Considera adecuados el uso de colores propuestos en el diseño de memoria de labores?

Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

6. Según su criterio, ¿cree que la tipografía usada es legible?

Legible Poco legible Nada legible

7. ¿Considera usted apropiada la diagramación general en la memoria de labores?

Apropiada Poco apropiada Nada apropiada

8. ¿Cree que las fotografías utilizadas en la memoria de labores son apropiadas para representar el mensaje deseado?

Apropiadas Poco apropiadas Nada apropiadas

9. ¿Considera atractivo el diseño de la memoria de labores?

Atractivo Poco atractivo Nada atractivo

Parte Operativa:

10. ¿Considera funcional la orientación horizontal de la memoria de labores?

Muy funcional Poco funcional Nada funcional

11. ¿Cree que es adecuada la cantidad de información presentada?

Muy adecuada Poco adecuada Nada adecuada

Encuesta. Parte operativa

12. ¿Cree que es adecuado el tamaño de las fotografías presentadas?

Muy adecuado Poco adecuado Nada adecuado

13. ¿Considera funcional la memoria de labores en general?

Muy funcional Poco funcional Nada funcional

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

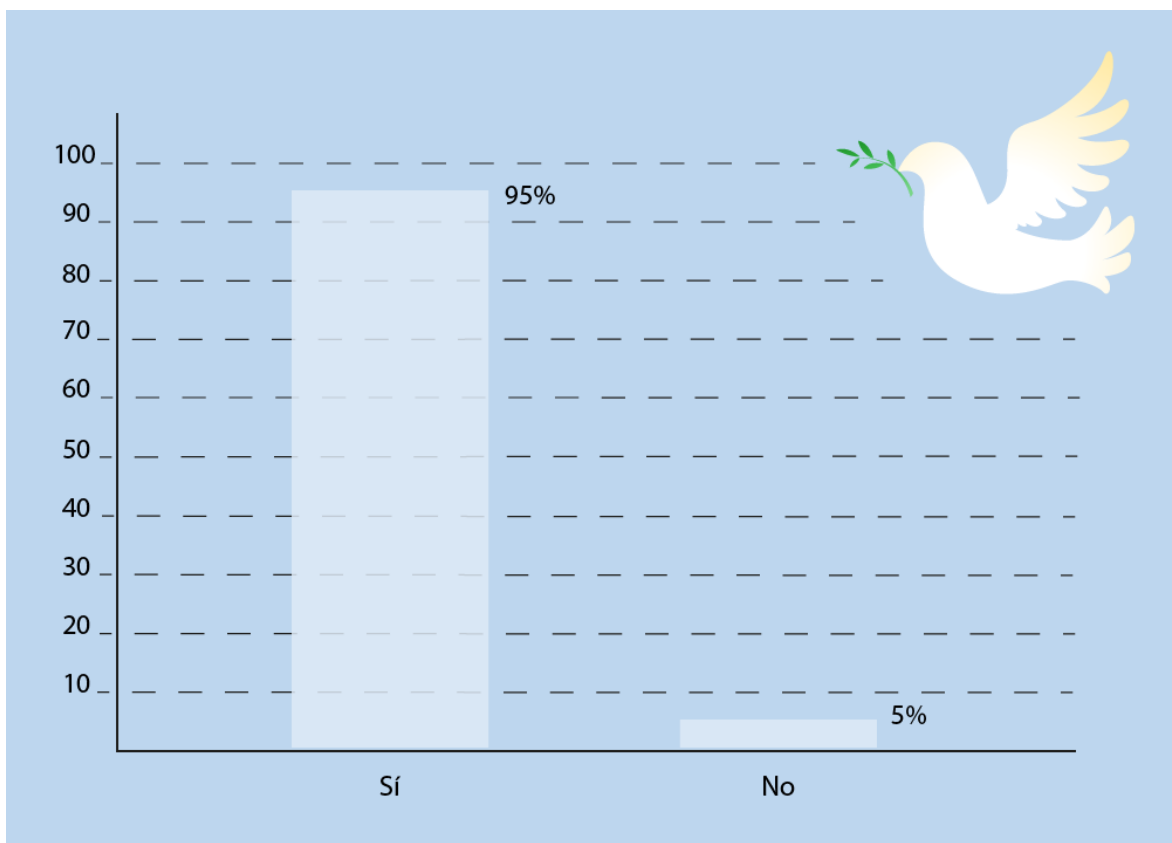
Muchas gracias.

(Ver anexo 5: Cuestionario virtual)

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022?

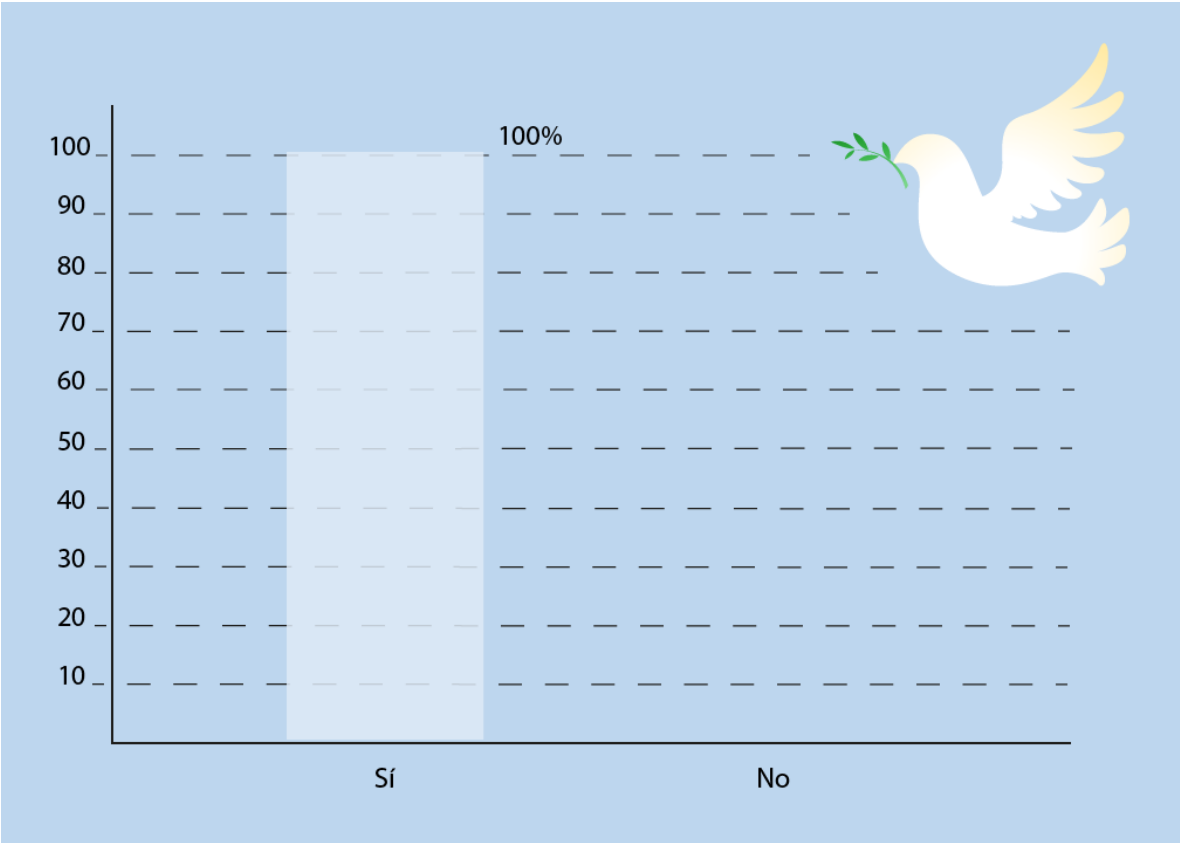


Interpretación: El 95% de los encuestados indicaron que es necesario diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022, por el contrario, un 5% considera que no es necesario.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte Objetiva:

2. ¿Considera importante recopilar información de la marca Radio María y sus actividades como entidad católica, a través del brief que el cliente proporcione para que sea integrado correctamente a la memoria de labores?

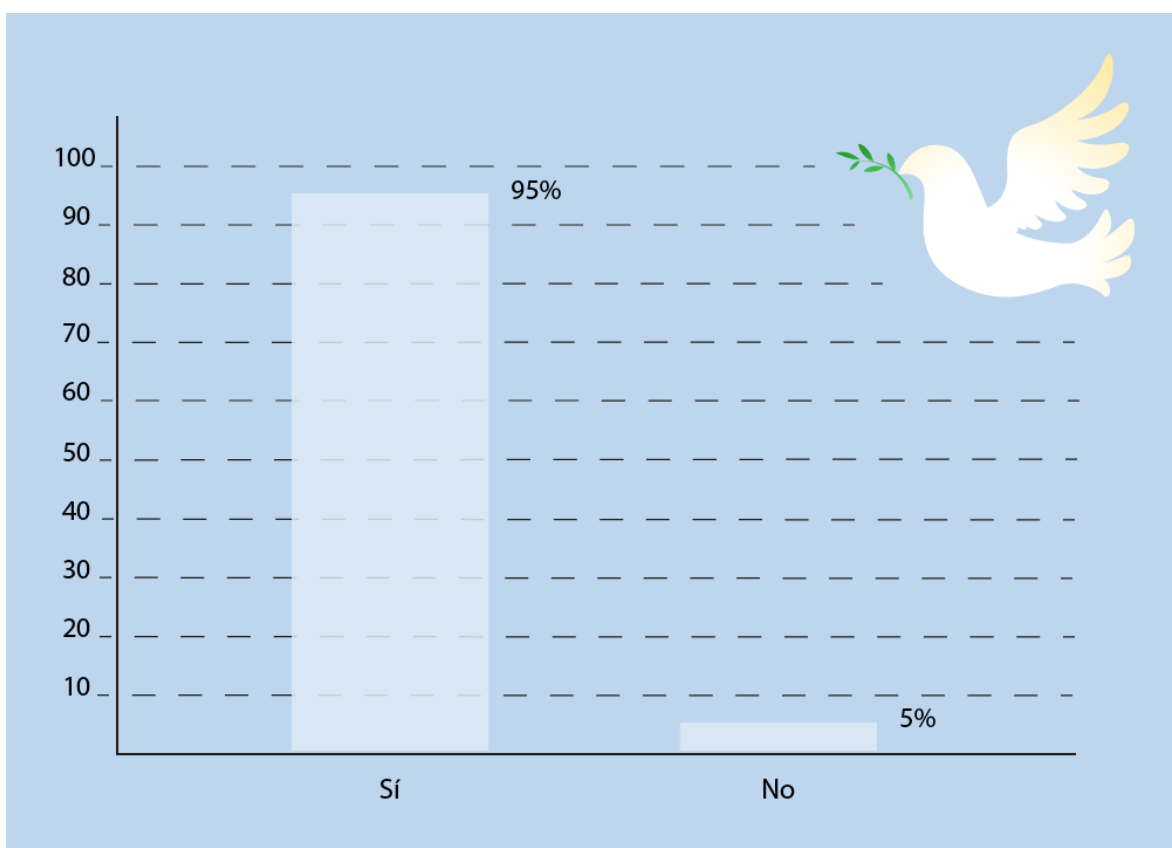


Interpretación: El 100% de las personas encuestadas considera importante recopilar información de la marca Radio María y sus actividades como entidad católica, a través del brief que el cliente proporcione para que sea integrado correctamente a la memoria de labores.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte Objetiva:

3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con la creación de memoria de labores digital, a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del proyecto que se presentará al grupo objetivo?

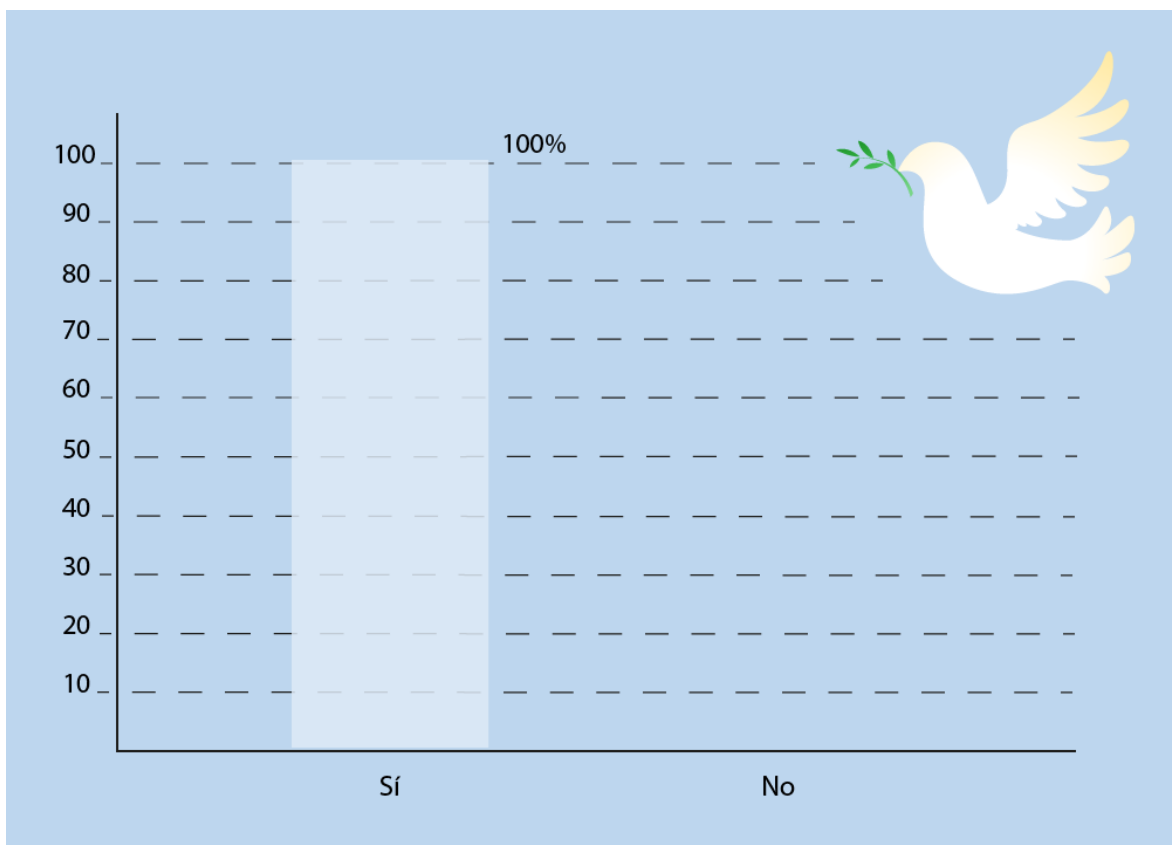


Interpretación: Un 95% de los encuestados considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con la creación de memoria de labores digital. Sin embargo, un 5% considera que no lo es.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte Objetiva:

4. ¿Considera adecuado fotografiar, a través de técnica de planos, las actividades católicas organizadas por Radio María para que sean visualizadas en la memoria de labores por los colaboradores y radio oyentes?

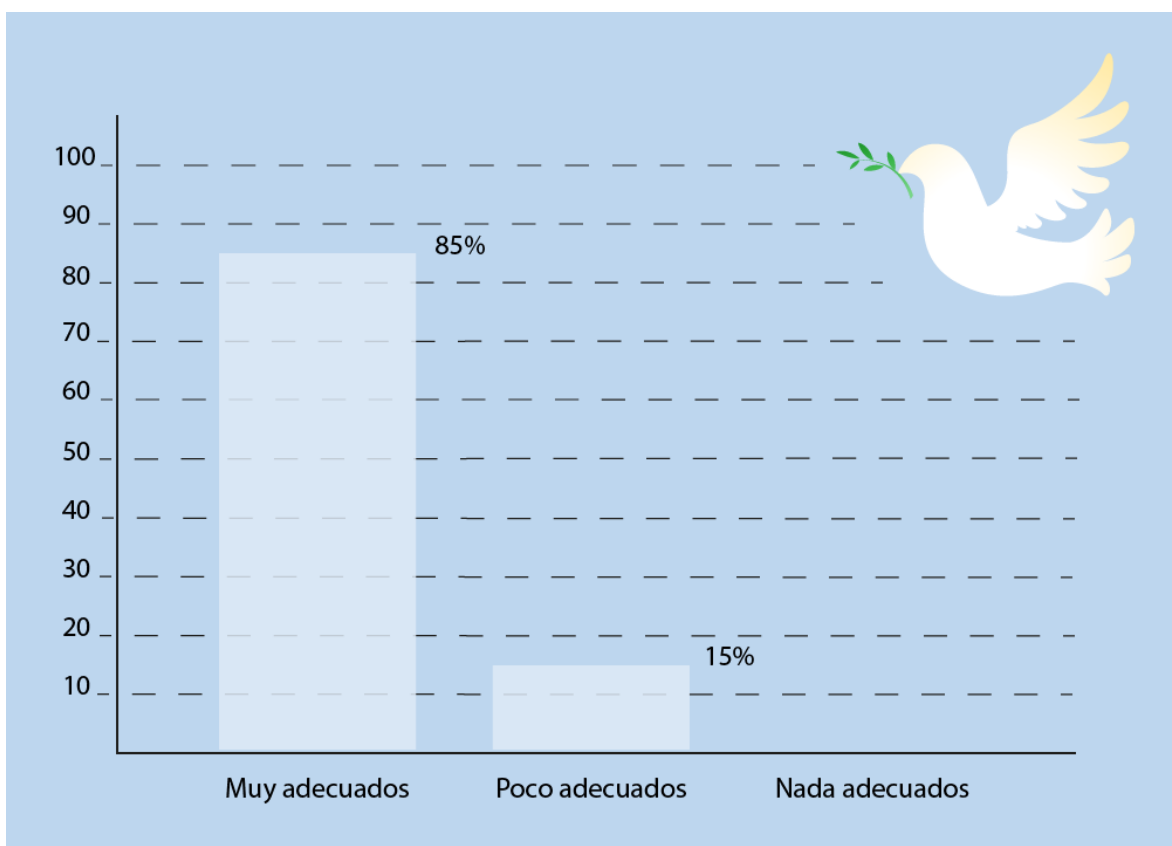


Interpretación: El 100% de las personas encuestadas considera adecuado fotografiar, a través de técnica de planos, las actividades católicas organizadas por Radio María.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte semiológica:

5. ¿Considera adecuados el uso de colores propuestos en el diseño de memoria de labores?

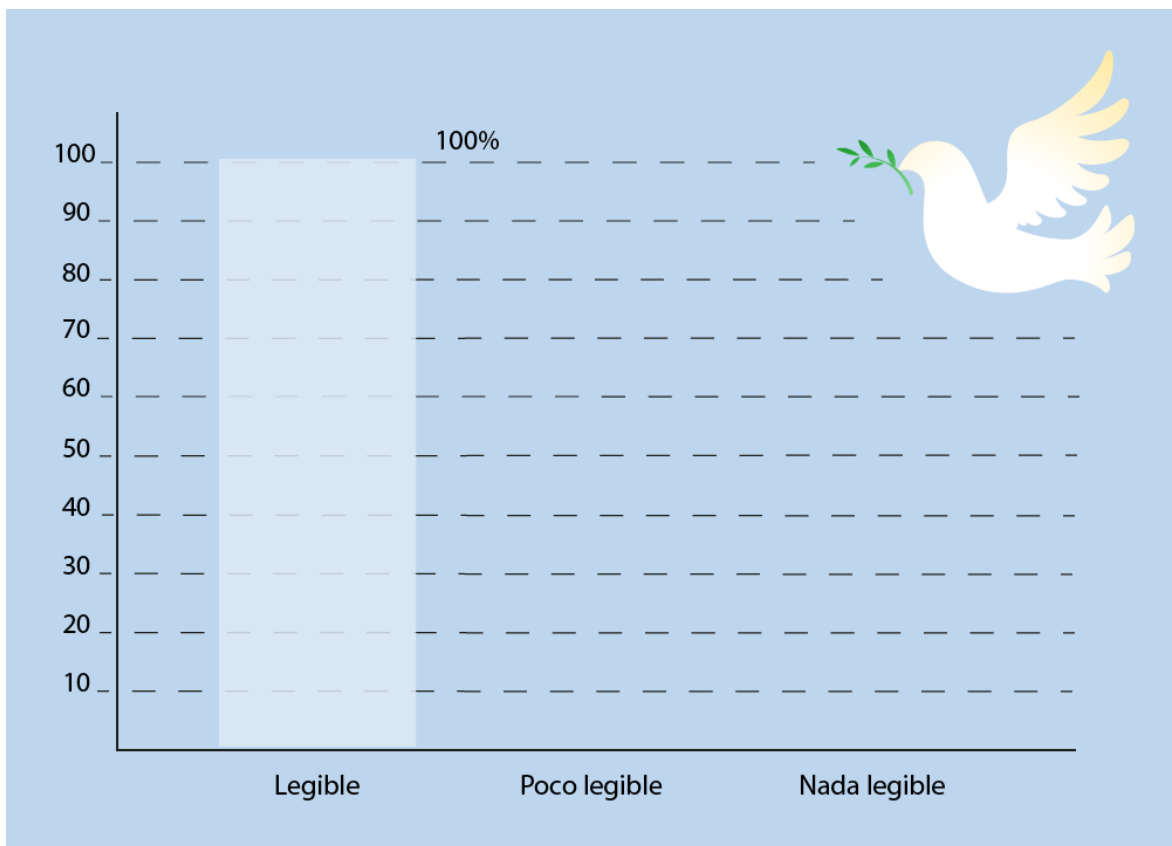


Interpretación: Un 85% de las personas encuestadas considera adecuado el uso de colores propuestos en el diseño de memoria de labores, mientras que un 15% considera que es poco adecuada.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte semiológica:

6. Según su criterio, ¿cree que la tipografía usada es legible?

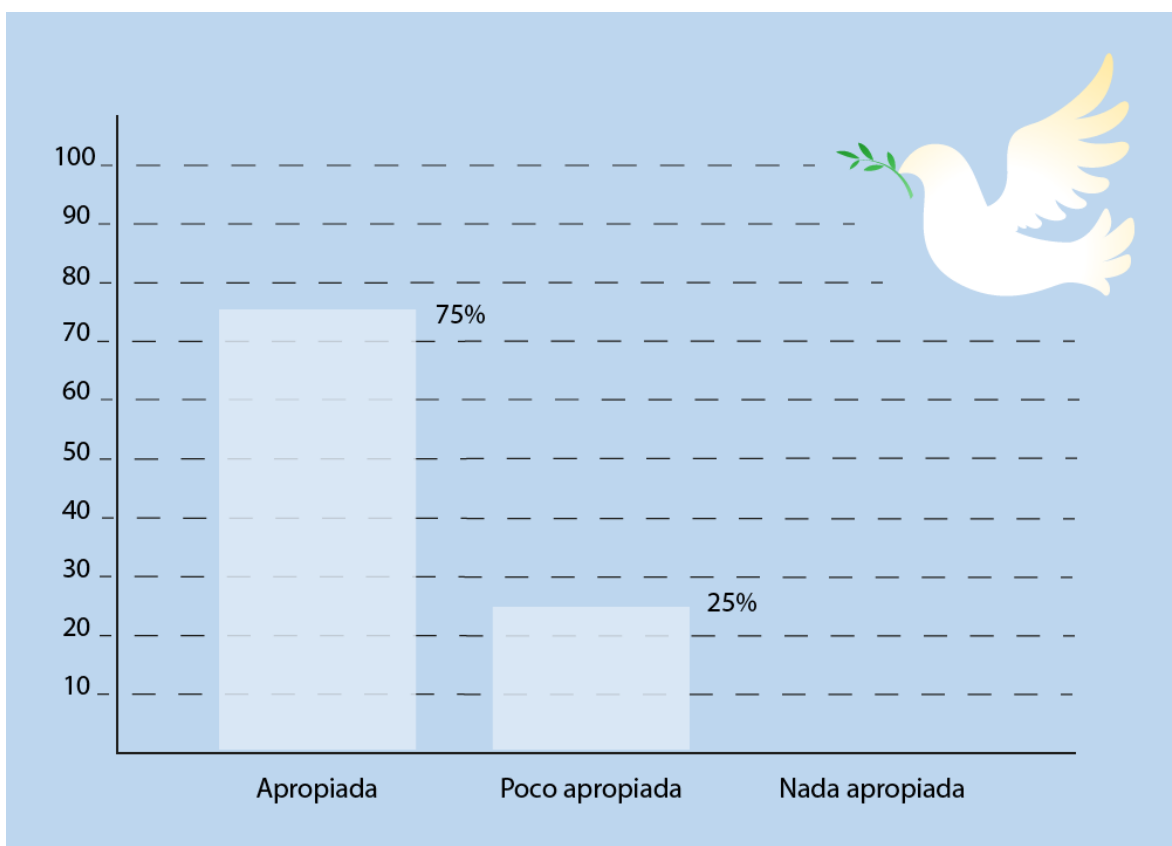


Interpretación: El 100% de los encuestados cree que la tipografía usada en la memoria de labores es legible

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte semiológica:

7. ¿Considera usted apropiada la diagramación general en la memoria de labores?

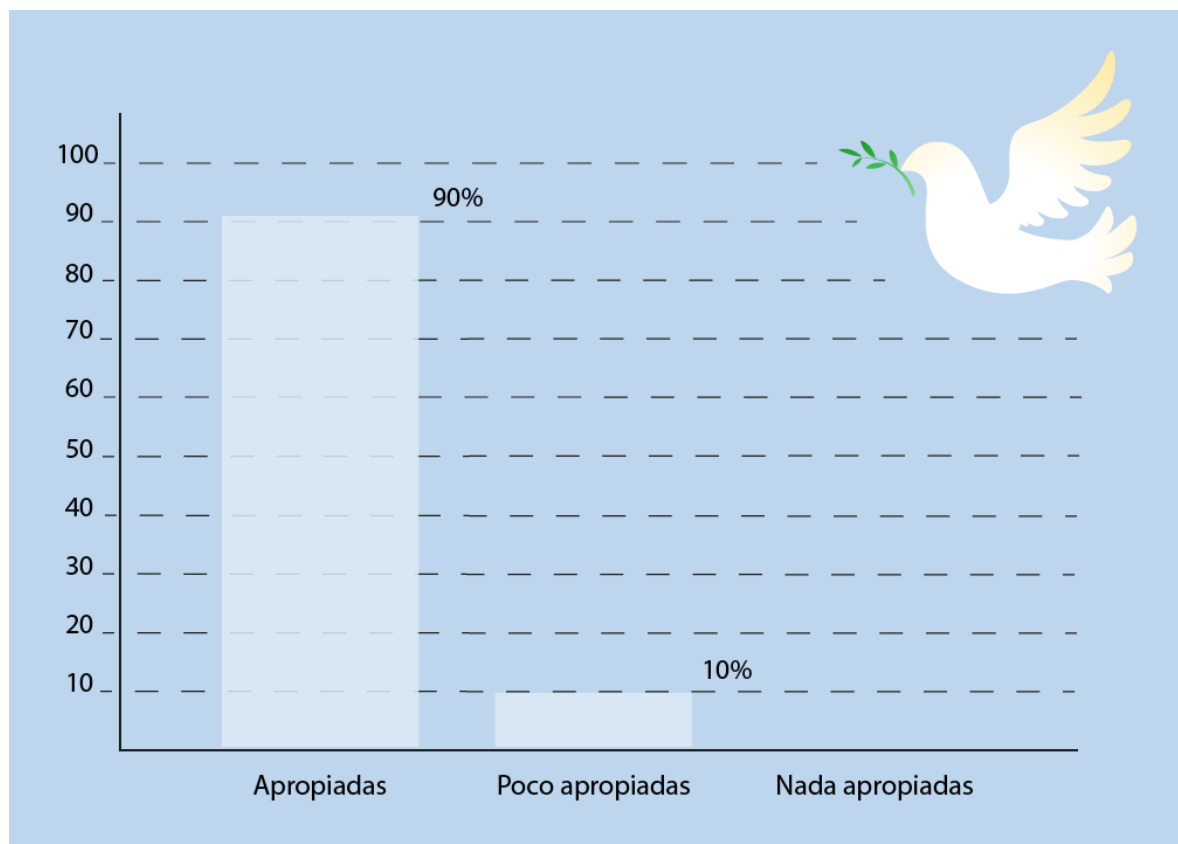


Interpretación: El 75% del grupo encuestado considera apropiada la diagramación general en la memoria de labores. Sin embargo, un 25% la considera poco apropiada.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte semiológica:

8. ¿Cree que las fotografías utilizadas en la memoria de labores son apropiadas para representar el mensaje deseado?

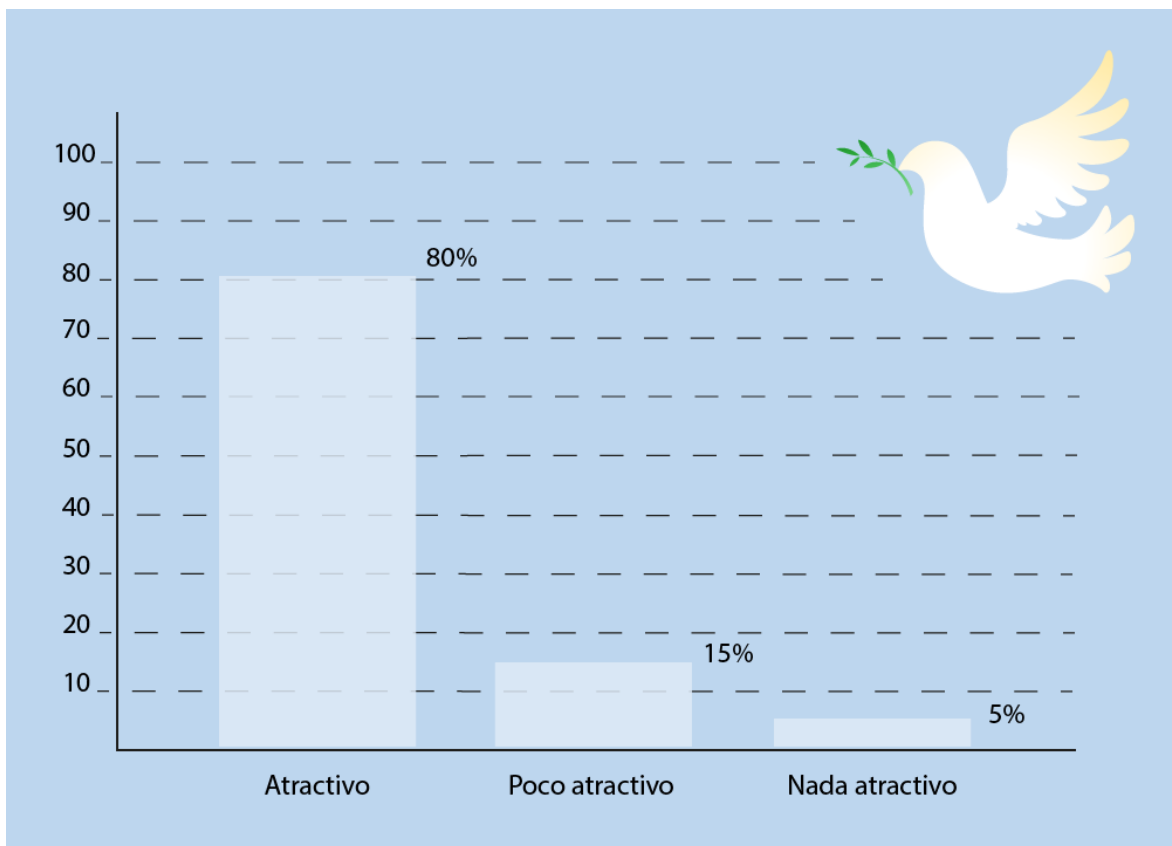


Interpretación: Un 90% de los encuestados cree que las fotografías utilizadas en la memoria de labores son apropiadas para representar el mensaje deseado y un 10% cree que son poco apropiadas.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte semiológica:

9. ¿Considera atractivo el diseño de la memoria de labores?

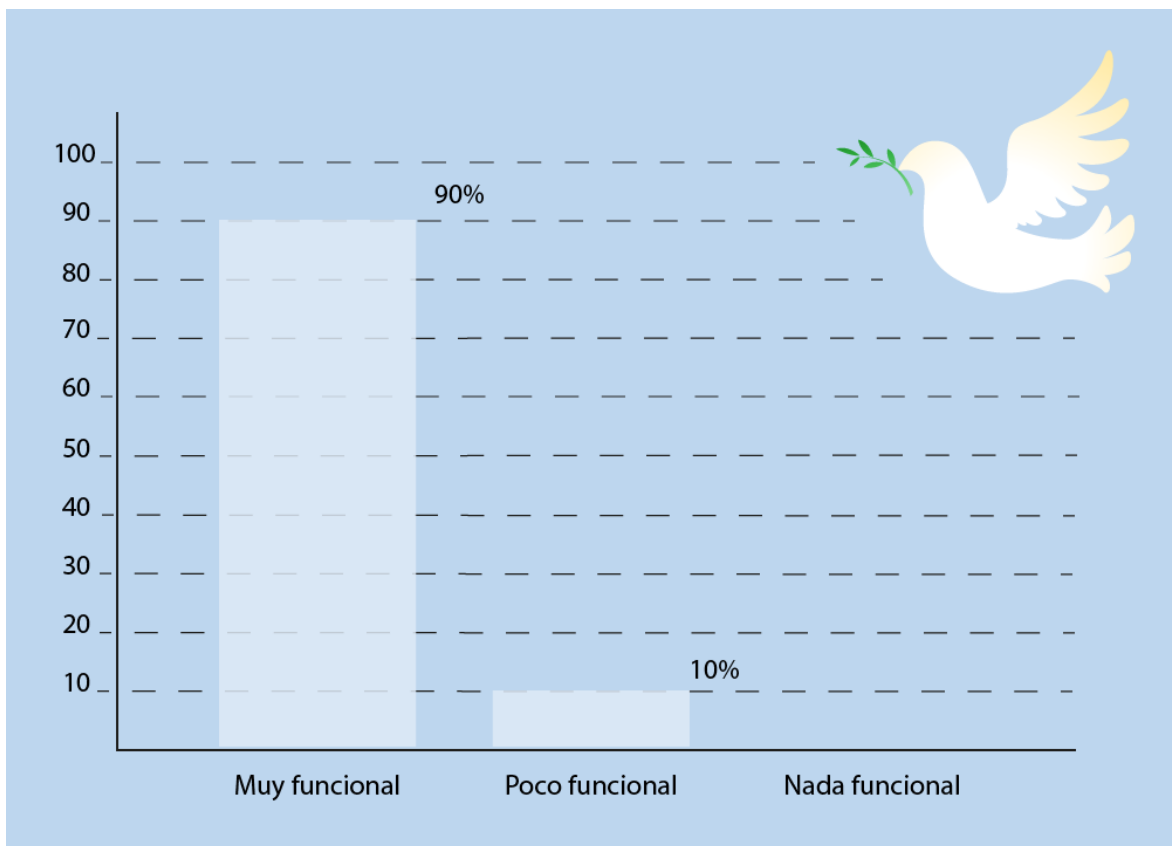


Interpretación: El 80% de las personas encuestadas considera atractivo el diseño de la memoria de labores, el 15% considera que es poco atractivo y el 5% considera que no es nada atractivo.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte operativa:

10. ¿Considera funcional la orientación horizontal de la memoria de labores?

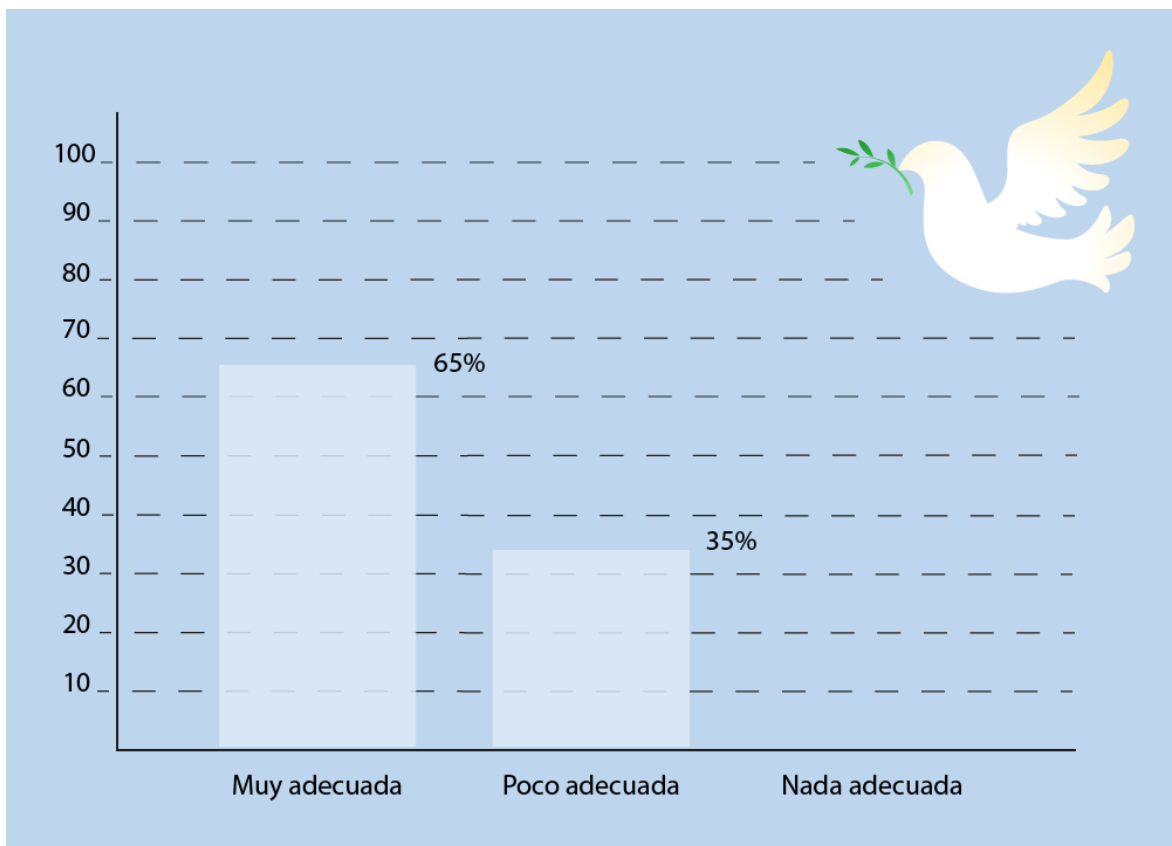


Interpretación: El 90% de los encuestados considera funcional la orientación horizontal de la memoria de labores, en cambio, el 10% lo considera poco funcional.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte operativa:

11. ¿Cree que es adecuada la cantidad de información presentada?

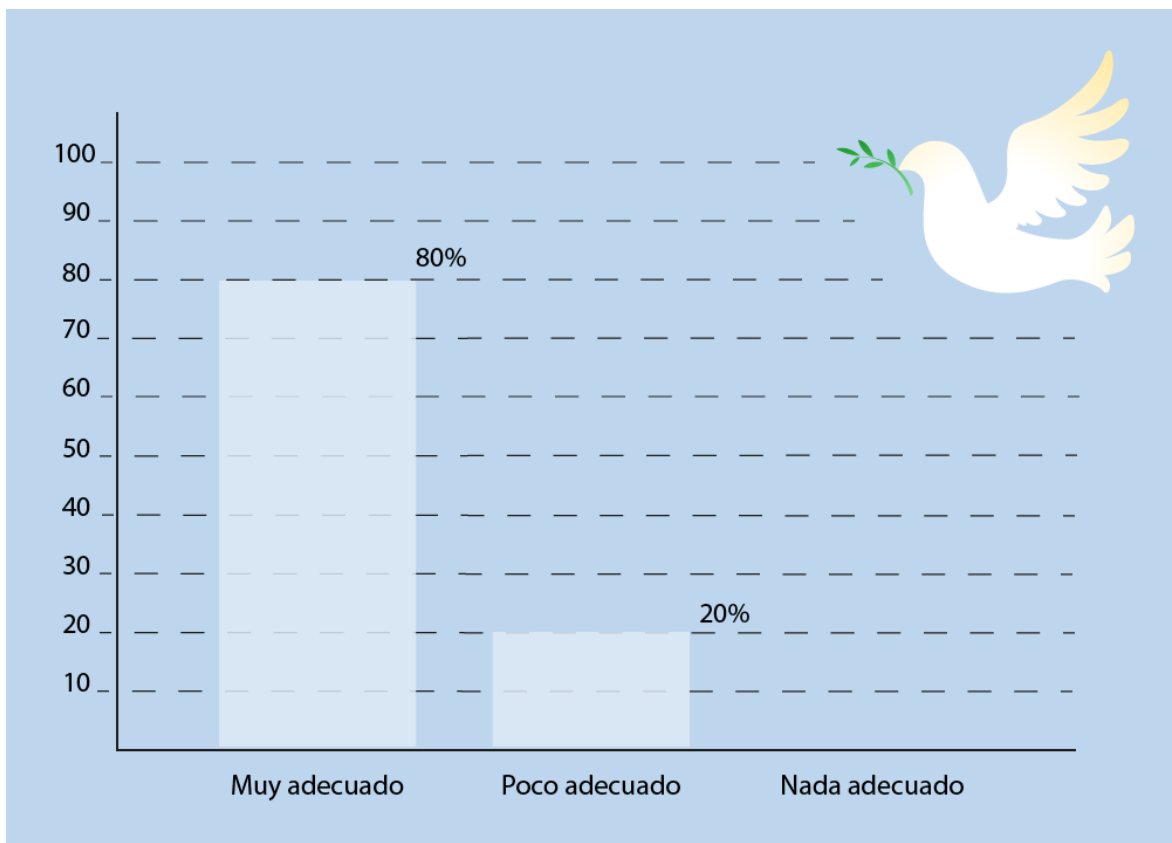


Interpretación: Un 65% de las personas encuestadas cree que es adecuada la cantidad de información presentada, más, un 35% cree que es poco adecuada.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte operativa:

12. ¿Cree que es adecuado el tamaño de las fotografías presentadas?

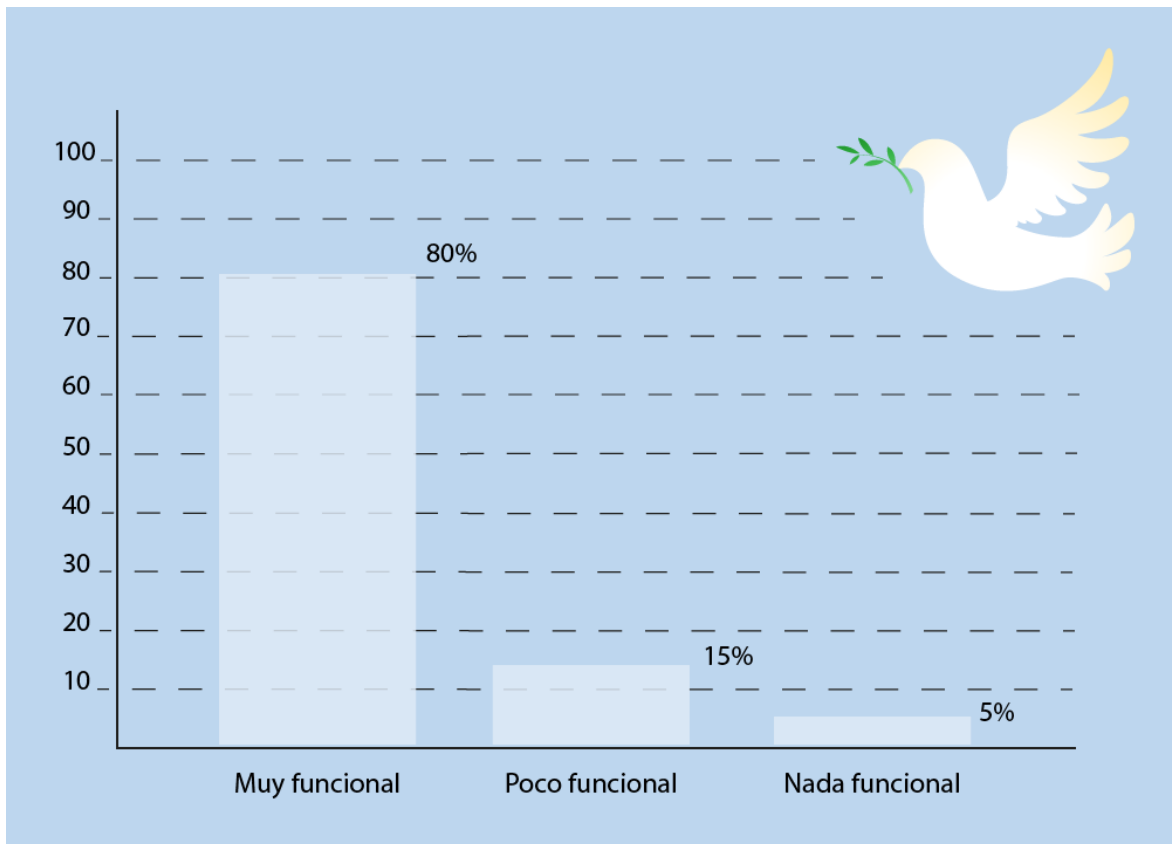


Interpretación: El 80% de los encuestados cree que es adecuado el tamaño de las fotografías presentadas, sin embargo, el 20% cree que es poco adecuado.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte operativa:

13. ¿Considera funcional la memoria de labores en general?



Interpretación: Un 80% de las personas encuestadas considera muy funcional la memoria de labores, un 15% considera que es poco funcional y un 5% considera que no es nada funcional.

8.4. Cambios con base a los resultados

Portada

Antes



9"

Después



9"

Justificación

Se cambió el diseño por uno más elegante y minimalista, además eligió usar una tipografía más llamativa en Serif.

8.4. Cambios con base a los resultados

Contraportada

Antes



9"

Después



7"

9"

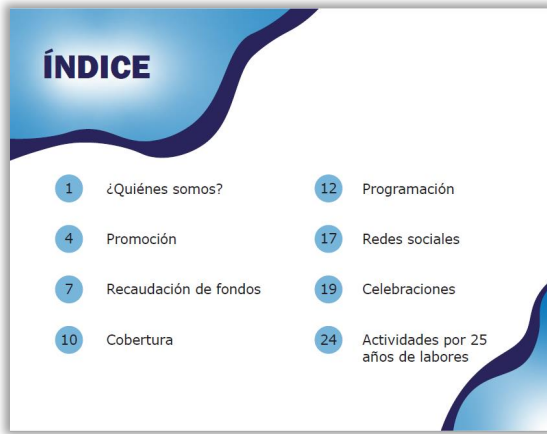
Justificación

El diseño de la contraportada también cambia y se utilizan los mismos elementos que en la portada.

8.4. Cambios con base a los resultados

Índice

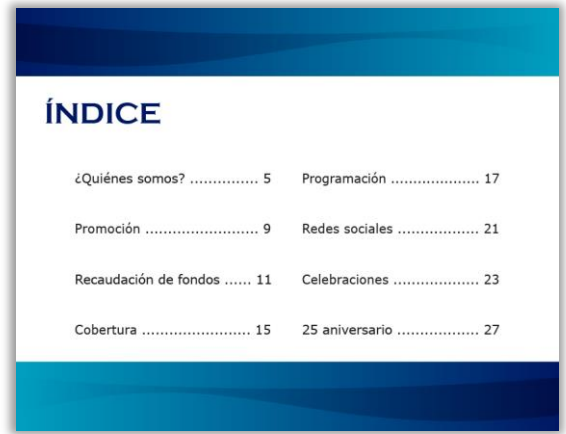
Antes



1	¿Quiénes somos?	12	Programación
4	Promoción	17	Redes sociales
7	Recaudación de fondos	19	Celebraciones
10	Cobertura	24	Actividades por 25 años de labores

9"

Después



¿Quiénes somos?	5	Programación	17
Promoción	9	Redes sociales	21
Recaudación de fondos	11	Celebraciones	23
Cobertura	15	25 aniversario	27

9"

7"

7"

Justificación

Se utiliza la tipografía ahora elegida y se realiza un diseño más formal.

8.4. Cambios con base a los resultados

¿Quiénes somos?

Antes



9"

Después



7"

7"

9"

Justificación

Se realizarán páginas capitulares para indicar el inicio de cada segmento, es por eso que se elimina el título general y se realiza un diseño más sobrio.



Capítulo IX

Propuesta gráfica final

Capítulo IX Propuesta gráfica final

Entre los elementos utilizados para el diseño de la memoria de labores se encuentran: Degradados en tonos azules y celestes, figuras con hondas y circulares; además de íconos que representan la información deseada y fotografías que complementan la comunicación escrita.

Prueba de color



R: 9 C: 100
G: 62 M: 81
B: 136 Y: 16
 K: 2



R: 146 C: 46
G: 203 M: 6
B: 129 Y: 7
 K: 0

Prueba de tipografía

COPPERPLATE GOTHIC BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNÑOP-
QRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ
0123456789**

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
0123456789

Propuesta gráfica final

Pieza 1: Portada



7"

9"

Descripción: Propuesta final para la portada de la memoria de labores.

Propuesta gráfica final

Pieza 2: Página interior



7"

9"

Descripción: Página interior que va a la par del índice.

Propuesta gráfica final

Pieza 3: Índice

Mensaje por 25 años	4	Programación	20
¿Quiénes somos?	6	Redes sociales	28
Recaudación de fondos	12	Celebraciones	30
Cobertura	16	25 aniversario	34

Descripción: Página que presenta el índice de una manera minimalista y ordenada.

Propuesta gráfica final

Pieza 4: Mensaje de la presidente de la junta directiva

**25 AÑOS DE RADIO MARIA
AL SERVICIO DE
LOS GUATEMALTECOS**



Radio María es una labor evangelizadora, que con su identidad y carisma ha florecido alrededor del mundo, especialmente en nuestro país en el que por 25 años ha sido una voz católica que lleva a cada hogar y corazón la esperanza y amor que contiene el Evangelio.

Nuestra misión en Radio María es brindar consuelo y comunicar a cada católico, a través de la transmisión de un contenido editorial enriquecido y fortalecido en el Evangelio y en el Magisterio de la Iglesia. Parte de nuestra programación se dedica al desarrollo humano, buscando el crecimiento espiritual y el acercamiento a Dios de cada uno de nuestros oyentes.

En palabras de nuestro querido Emanuele Ferrariot, fundador de la Familia Mundial de Radio María, nuestra labor es clara:

**ALICIA DEL CID
PRESIDENTE DE JUNTA DIRECTIVA
ASOCIACIÓN RADIO MARÍA**

4

7"

9"

Descripción: Página con fotografía de la presidente de la junta directiva y mensaje por los 25 años de servicio.

Propuesta gráfica final

Pieza 5: Mensaje de la presidente de la junta directiva

debemos hacer todo esfuerzo posible porque donde haya una persona, ahí llegue Radio María. Esto lo alcanzamos a través de la Identidad que nos define de la siguiente manera:

- Es un don de María, que nos viene del cielo.
- Anuncia la conversión.
- Su principal contenido surge de la oración.
- Es instrumento para la nueva evangelización.
- Su fin es alcanzar a través de sus transmisiones el crecimiento de los oyentes en la fe, la esperanza y la caridad.
- Se encomienda a la Divina Providencia manifestada en la generosidad de sus oyentes, benefactores y voluntarios.
- Es obra del voluntariado.
- Se encuentra al servicio de la Iglesia.
- Es instrumento e imagen de María.

Esta es la misión y, por tanto, en Guatemala, en América y en el mundo la labor de Radio María está claramente definida. El horizonte es amplio y la faena reclamará esfuerzo y dedicación, ya que el Evangelio es una Nueva y Buena Noticia que debe ser proclamada sin descanso. Esta es la ardua labor de Radio María: ser un instrumento de transmisión de la Nueva y Buena Noticia a través de los micrófonos las 24 horas al día.

Durante los últimos 25 años nos refugiarnos en el Corazón Inmaculado de Nuestra Santísima Madre, la Virgen María, y como una demostración de nuestro amor filial, le pedimos que continúe intercediendo ante el Señor para que su Radio siga cumpliendo con la labor de difundir el Evangelio de su Hijo amado, el Señor Jesús.

5

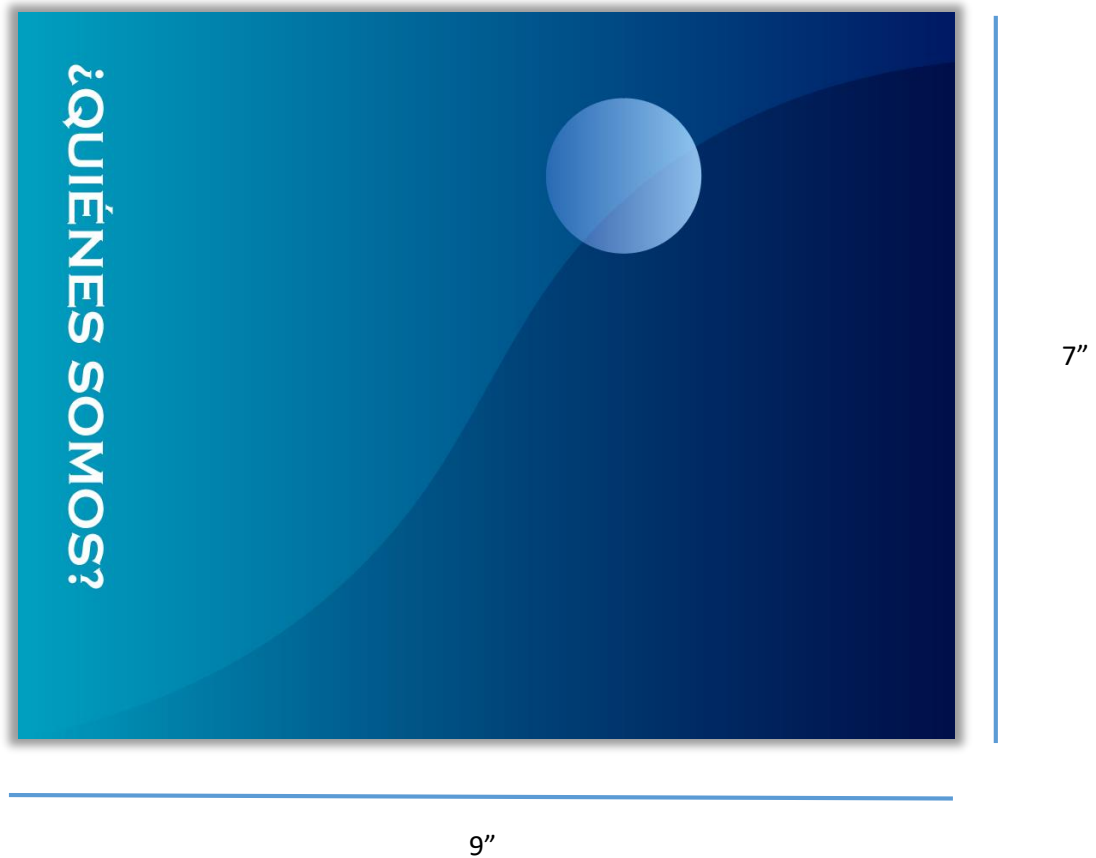
7"

9"

Descripción: Página con mensaje por los 25 años de servicio.

Propuesta gráfica final

Pieza 6: ¿Quiénes somos?



Descripción: Página capitular de la sección “¿Quiénes somos?”

Propuesta gráfica final

Pieza 7: Historia

HISTORIA

Durante el año 1987, el Santo Padre Juan Pablo II, llamó a los creyentes a colaborar para realizar el gran proyecto de Nueva Evangelización, en vista del tercer milenio.

Entre las iniciativas emprendidas por los laicos y sacerdotes hubo un aumento significativo de la participación de los católicos en los medios de comunicación. Muchas radios pequeñas estaban ya funcionando en el ámbito parroquial y entre ellas había una, nacida en 1983 en la localidad de Erba, al norte de Italia, la cual se distinguía por tener una especial devoción a la Virgen.

Contaba con un mayor espacio que se daba a la oración a través de la celebración diaria completa del Santo Rosario y de la Santa Misa, junto con una especial atención para las personas que sufren. Esta emisora se llamaba Radio María.

En 1987, se constituyó la Asociación Radio María y se quiso que en ella confluyeran paulatinamente laicos y religiosos que tenían la capacidad de ofrecer generosamente sus personales experiencias espirituales y profesionales, al servicio de este pequeño y humilde medio de comunicación.

Memoria de labores 2022 **7**

7”

9”

Descripción: Historia de la creación de la Asociación Radio María.

Propuesta gráfica final

Pieza 8: En guatemala

EN GUATEMALA

Radio María inició sus transmisiones por primera vez el 8 de septiembre de 1997, día de la Natividad de la Santísima Virgen, en 103.3 FM, no sin antes sortear muchos obstáculos.

Poco tiempo después se instalaron cuatro repetidoras en el interior del país en los departamentos de Chiquimula 92.3 FM, Petén 101.3 FM, Alta Verapaz 98.3 FM, Baja Verapaz 98.3 FM.

Y ahora como una bendición de la virgen, en el 2005 Quetzaltenango 90.7 FM y Escuintla 88.7 FM, y en el 2006, Santa Rosa 95.9 FM, las cuales reciben la señal vía satélite, cubriendo así el 75% del país. Ahora se ha instalado una microradio en Sacatepéquez, para cubrir con toda fidelidad Antigua Guatemala y lugares circunvecinos. Su frecuencia es 103.3 FM

8 Memoria de labores 2022

7"

9"

Descripción: Historia de la inclusión de Radio María en Guatemala.

Propuesta gráfica final

Pieza 9: Misión y Visión

MISIÓN

Difundir la Buena Nueva de salvación anunciada por Nuestro Señor Jesucristo que invita a la conversión, confiando en la intercesión de María Santísima.

VISIÓN

Ser un instrumento eficaz de la Nueva Evangelización al servicio de la Iglesia Católica en Guatemala y en el mundo.

Radio María logo: A circular emblem with a portrait of the Virgin Mary. The text around the circle includes "RADIO MARIA" in English, "راديو مارييا" in Arabic, "РАДИОМАРИЯ" in Russian, "聖母电台" in Chinese, and "MARIA RADIO" in Spanish.

Memoria de labores 2022

9

7"

9"

Descripción: Página con misión y visión de Radio María en Guatemala.

Propuesta gráfica final

Pieza 10: Identidad

IDENTIDAD

Radio María es un instrumento de la nueva evangelización que se pone al servicio de la Iglesia del Tercer Milenio, como emisora católica comprometida en el anuncio de la conversión a través de una parrilla de programación que ofrece un amplio espacio a la oración, a la catequesis y a la promoción humana.

Es por eso que se tienen los siguientes pilares:

- Un don de María
- Anuncia la conversión
- La oración en el primer lugar
- Instrumento para evangelización
- Promueve un camino espiritual
- Se encomienda a la Divina Providencia
- Obra de voluntariado
- Al servicio de la iglesia
- Instrumento a imagen de María

10 Memoria de labores 2022

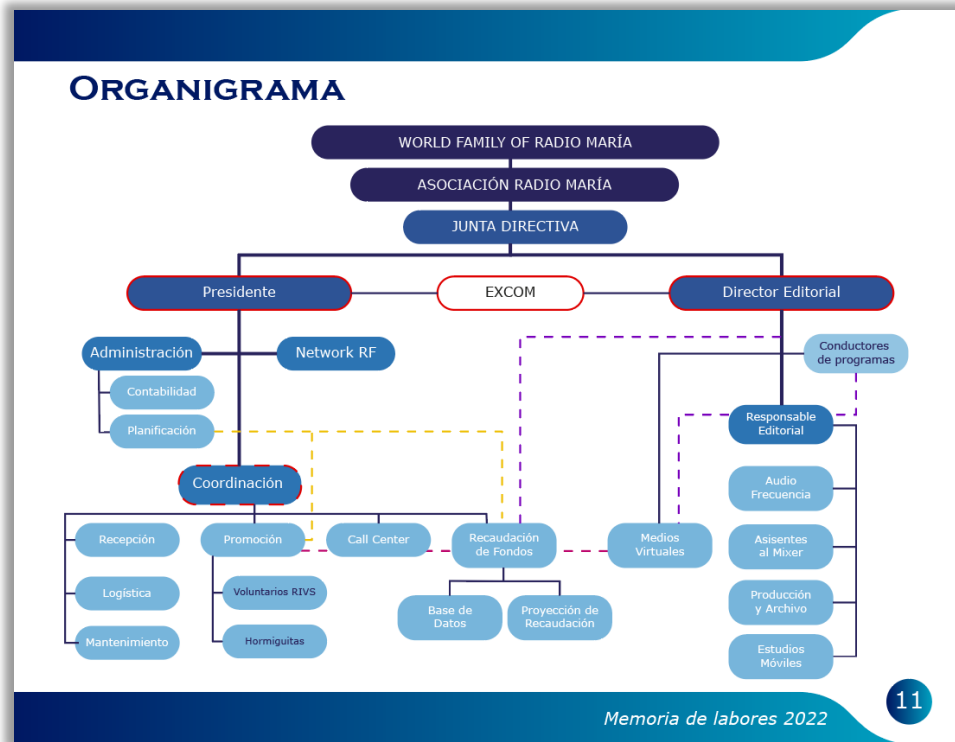
7"

9"

Descripción: Página con presentación de la identidad de la asociación.

Propuesta gráfica final

Pieza 11: Organigrama



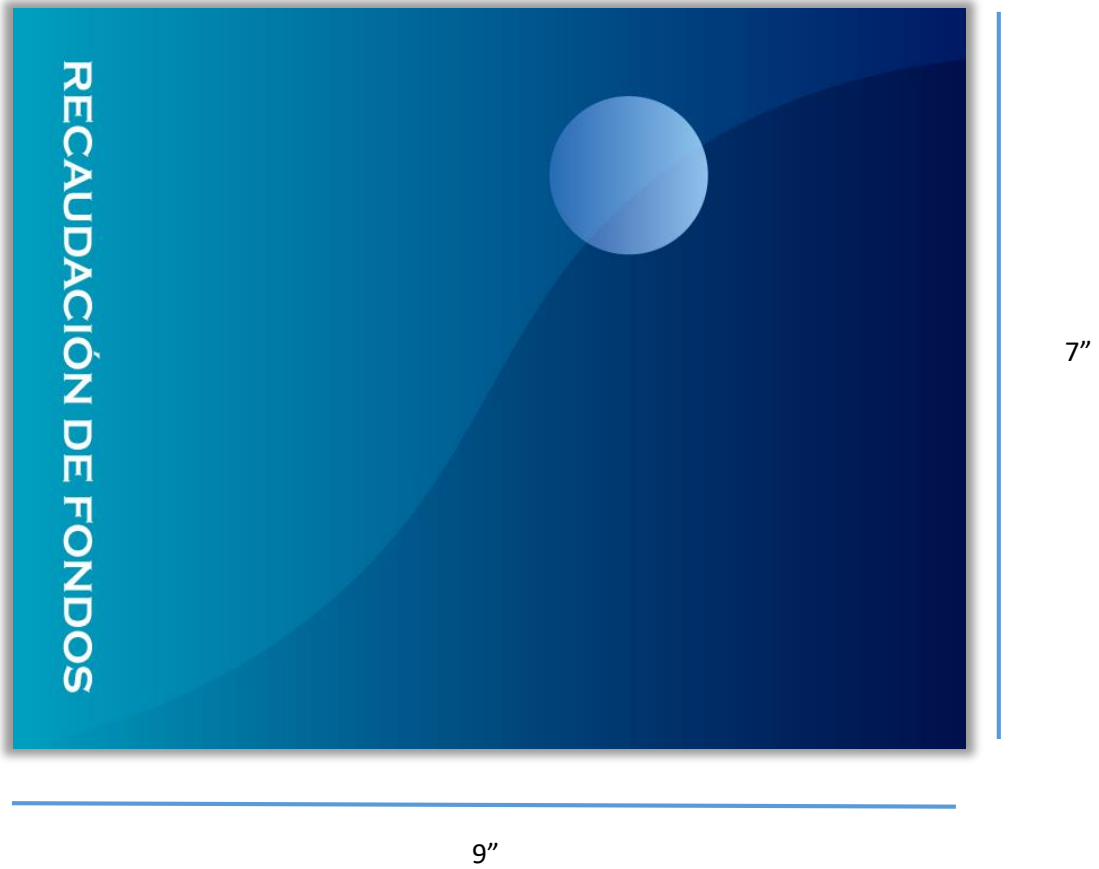
7"

9"

Descripción: Organigrama de cómo se distribuyen los niveles de trabajo.

Propuesta gráfica final

Pieza 12: Recaudación de fondos



Descripción: Página capitular de la sección “Recaudación de fondos”.

Propuesta gráfica final

Pieza 13: Sentido de la recaudación de fondos

DONACIONES ORDINARIAS

DIVINA PROVIDENCIA

Al renunciar a la publicidad y a los demás aportes económicos que no sean las donaciones de los feligreses, Radio María abandona las seguridades humanas y de esta forma da testimonio de su origen sobrenatural.

- 1 Donaciones en sede
- 2 Donaciones locales (Banco)
- 3 Donaciones a domicilio
- 4 Donaciones página web (Stripe y Afrus)
- 5 Familias Misioneras y Corona de Estrellas
- 6 Alcancías (parroquias, bancos, comercios)

Memoria de labores 2022 13

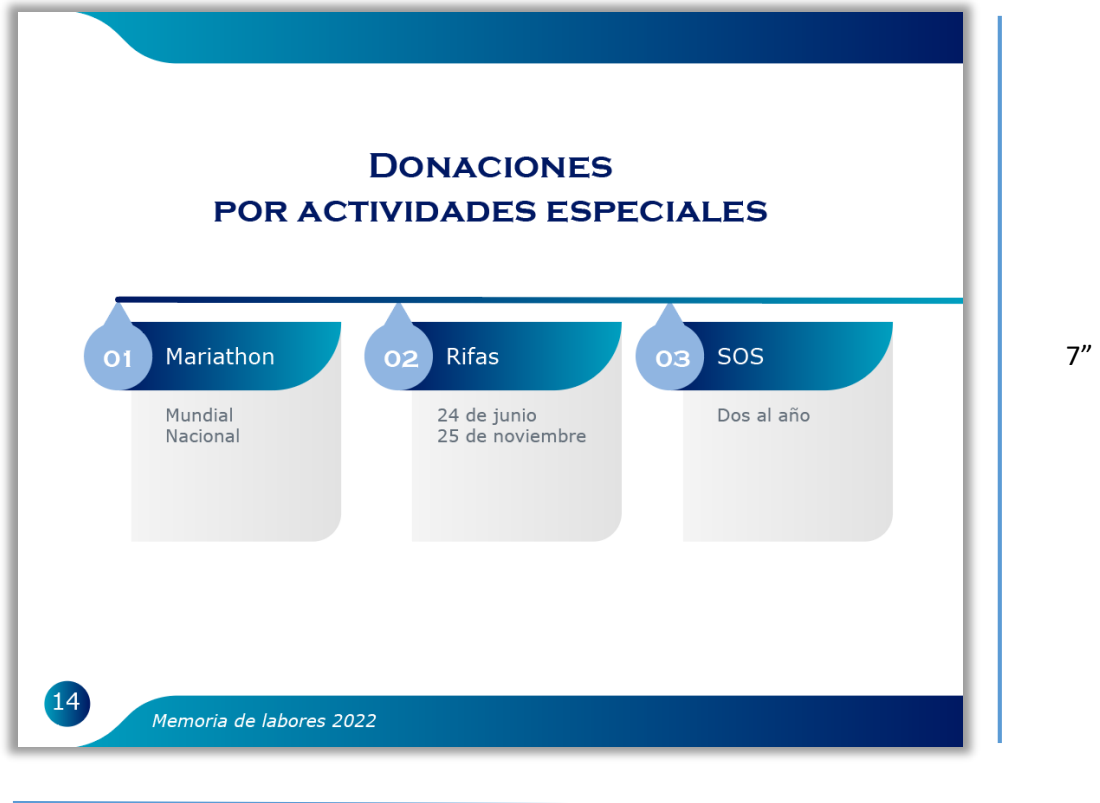
7"

9"

Descripción: Explicación de lo que significa la divina providencia para Radio María y los tipos de donaciones que se pueden realizar para ayudar a la asociación.

Propuesta gráfica final

Pieza 14: Donaciones por actividades especiales

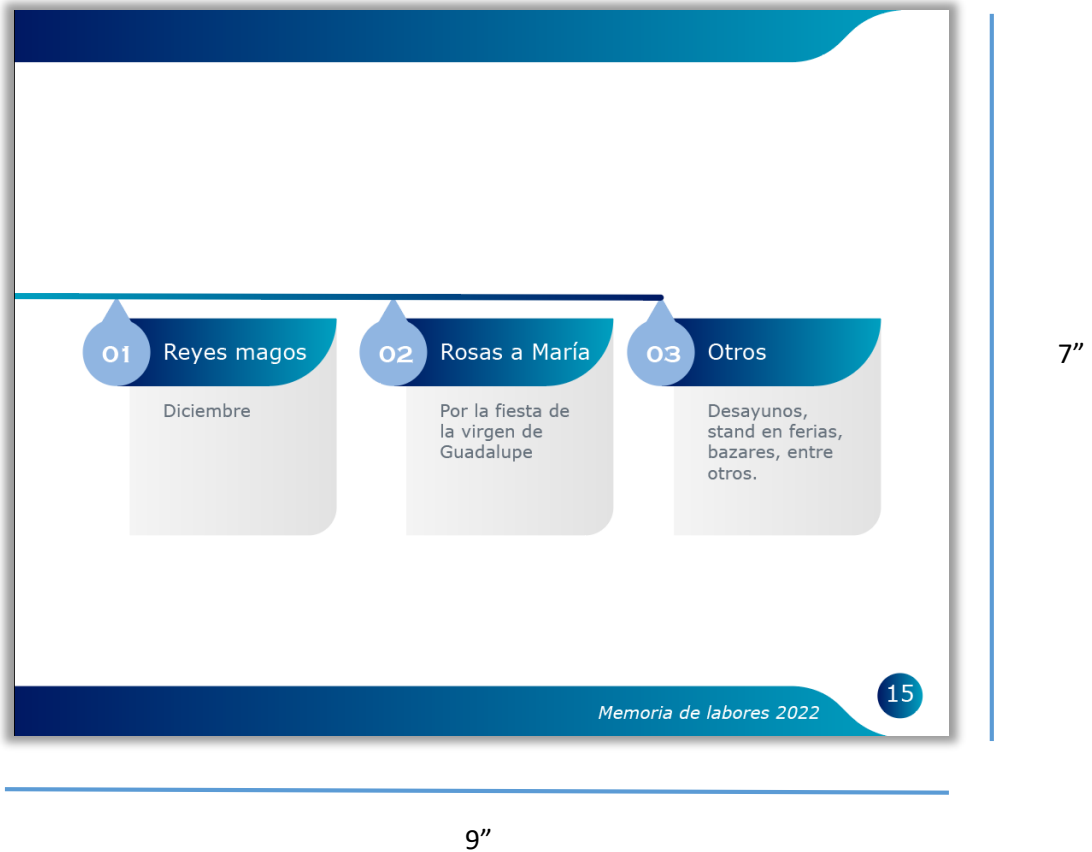


9"

Descripción: Fechas de las actividades realizadas en las que se recaudan fondos a manera de donación.

Propuesta gráfica final

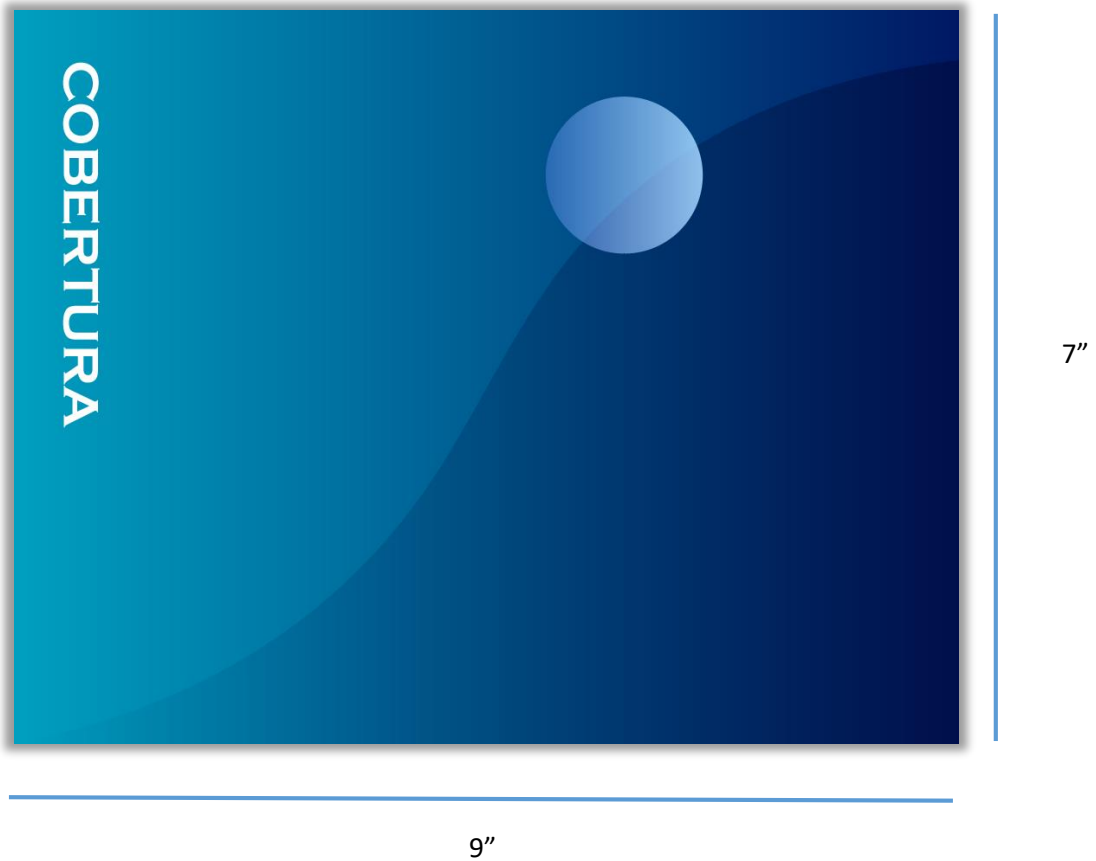
Pieza 15: Donaciones por actividades especiales



Descripción: Fechas de las actividades realizadas en las que se recaudan fondos a manera de donación.

Propuesta gráfica final

Pieza 16: Cobertura



Descripción: Página capitular de la sección “Cobertura”

Propuesta gráfica final

Pieza 17: Cómo sintonizar Radio María

EMISORAS

- Guatemala 103.3 FM
- Sacatepequez 103.3 FM
- Alta Verapaz 106.7 FM
- Centro Petén 101.3 FM
- Sureste Petén 101.3 FM
- Chiquimula 92.3 FM
- Quetzaltenango 90.7 FM
- Baja Verapaz 98.3 FM
- Santa Rosa 95.9 FM
- Huehuetenango 100.1 FM

DESDE USA

Llamar para escuchar Radio María Guatemala en los Estados Unidos.

1.712.832.8460

Solo para las audiencias estadounidenses. Sin costo adicional, las llamadas utilizan minutos móviles desde teléfonos celulares. Consulte a su plan de larga distancia si se utiliza un teléfono fijo.

AUDIONOW®

Memoria de labores 2022

17

7"

9"

Descripción: Listado de las emisoras de Radio María y cómo sintonizar desde USA.

Propuesta gráfica final

Pieza 18: Melchor Mencos



**MELCHOR MENCOS
101.3 FM**

Gracias al esfuerzo de Asociación Radio María y el voluntariado de Petén, la comunidad de Melchor de Mencos hoy cuenta con una repetidora, la cual fue inaugurada en abril.

18 Memoria de labores 2022

The graphic is a rectangular slide with a white background and a dark blue header and footer. On the left, a circular frame with a blue border contains a photograph of a white church with a cross on top, surrounded by greenery. To the right of the circle, the text 'MELCHOR MENCOS 101.3 FM' is written in bold blue letters. Below this, a paragraph in black text describes the inauguration of a repeater station. In the bottom left corner, a small blue circle contains the number '18', and the text 'Memoria de labores 2022' is written in white on the dark blue footer bar.

7"

9"

Descripción: Emisora nueva en Melchor Mencos.

Propuesta gráfica final

Pieza 19: App



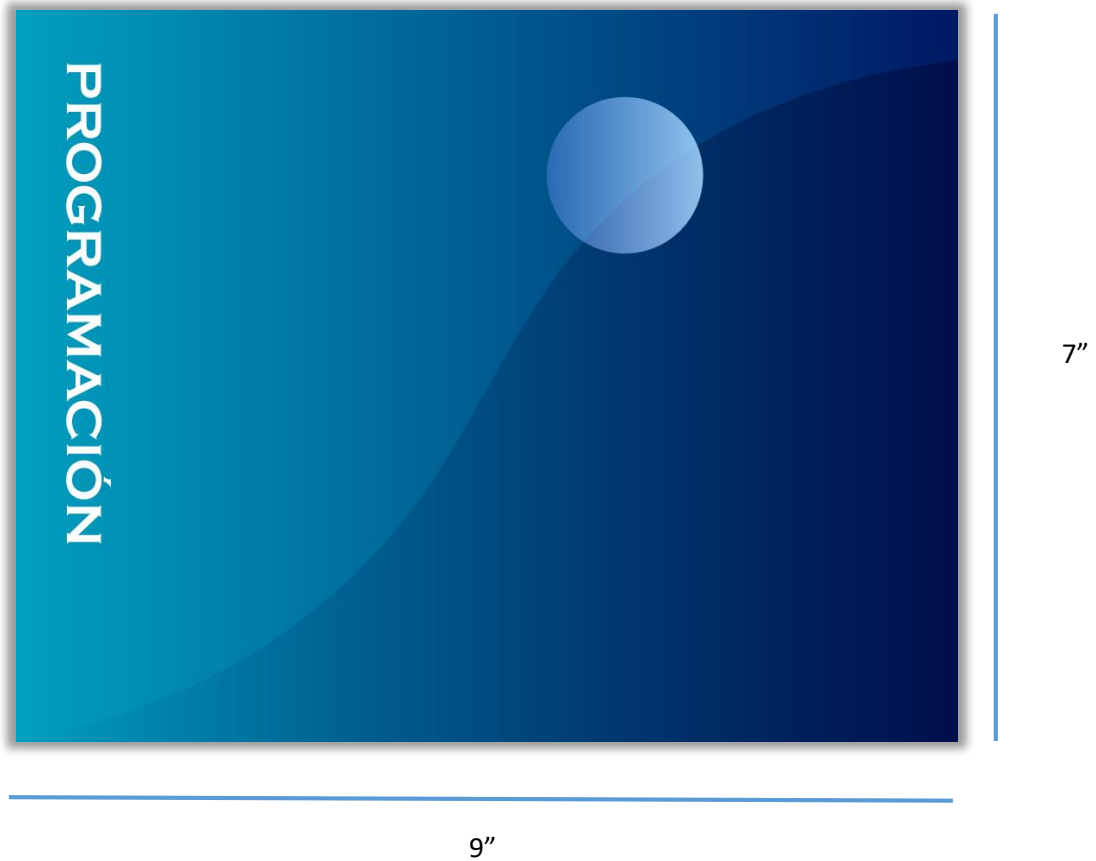
7”

9”

Descripción: Información para poder sintonizar Radio María desde la App.

Propuesta gráfica final

Pieza 20: Programación



Descripción: Página capitular de la sección “Programación”

Propuesta gráfica final

Pieza 21: Programación por secciones



9"

Descripción: Distribución de hora semanales para cada sección de la programación.

Propuesta gráfica final

Pieza 22: Programación semanal



7"

9"

Descripción: Esquema de programación semanal y la distribución de las horas.

Propuesta gráfica final

Pieza 23: Programación semanal



7"

9"

Descripción: Esquema de programación semanal y la distribución de las horas.

Propuesta gráfica final

Pieza 24: Programación semanal



7"

9"

Descripción: Esquema de programación semanal y la distribución de las horas.

Propuesta gráfica final

Pieza 25: Programación semanal

PROGRAMACIÓN SEMANAL

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
22:00 - 22:10	COMPLETAS						
22:15 - 22:30	Noticiero del Vaticano						
22:30 - 23:00	Consagración al Inmaculado Corazón de la Virgen María						
23:00 - 23:50	CATECISMO DE LA IGLESIA CATOLICA			Mons. José Ignacio Munilla	MÚSICA MARIANA Y REFLEXIONES		DAME DE BEBER P. José María Tabard
23:50 - 00:00							
00:00 - 00:05	ANGELUS - REGINA COELI						
00:00 - 00:30	ROSARIO DEL ESPIRITU SANTO						
00:30 - 01:00	FRANJA MUSICAL						
01:00 - 01:45	CONFIANDO EN TU SAGRADO CORAZÓN Claudia Rodríguez	AHÍ TIENES A TU MADRE P. Juan Antonio Paleo	DEJANDO HUELLA Lily Reyes	CIUDADANOS DEL CIELO P. Manuel Oria	NO ESTOY SOLA Nora Chinchilla	LITURGIA DE LOS SACRAMENTOS P. Juan Manuel Sierra	SAN JUAN DE AVILA RM España
01:45 - 02:00	FRANJA MUSICAL						
02:00 - 02:30	CAMINOS DE MARIA Eusebio Masp	MISEÑOR, SANADOR Ms. Carmen Lambour	IGLESIA Y SECTAS Carmen Mateu	COMPENDIO DEL CATECISMO DE LA IGLESIA CATOLICA P. Mario Ortega	ESTUVE EN LA CARCEL Y RE- VISITASTE Rosario Alvarez	MENSAJE P. Pedro Nuñez	TODO TIENE SU TIEMPO Nancy de Cabrera
02:30 - 02:45							
02:45 - 03:00	FRANJA MUSICAL						
03:00 - 03:30	CORONA DE LA MISERICORDIA CON LETANIAS						
03:30 - 04:00	MARIA EN LA HISTORIA DE LA SALVACION (Reprise)						
04:00 - 04:30	SANTO ROSARIO Contemplativo						
04:30 - 05:00	FRANJA MUSICAL						

■ Liturgia

■ Enseñanza religiosa

■ Promoción humana

■ Noticias

■ Música / Entretenimiento

■ Franja de programación

25
Memoria de labores 2022

7"

9"

Descripción: Esquema de programación semanal y la distribución de las horas.

Propuesta gráfica final

Pieza 26: Programas

PROGRAMAS

50 programas de frecuencia semanal: Enseñanza religiosa, formación humana, catequesis y entretenimiento.

3 programas de frecuencia diaria: Catecismo de la iglesia católica, Lectio Divina, La voz del pastor.

4 programas compartidos por la WF de habla hispana de frecuencia semanal: Compendio de CIC, catecismo de la iglesia católica, catequesis del Papa Francisco, reflexiones con Mons. Silvio Baez.

PROGRAMAS NUEVOS

1. Grandes obras literarias
Por Luis Gutiérrez
2. Libro de oro
Por Ana Daly de Paz
3. Bajo la intercesión de la Virgen María
Por Dr. José Cornejo
4. Y dejándolo todo lo siguieron
Por Gerardo Casasola
5. Te cuento un cuento
Por Viveka Mazariegos

26 Memoria de labores 2022

7"

9"

Descripción: Distribución de los programas y descripción de los programas nuevos dentro de la programación.

Propuesta gráfica final

Pieza 27: Conductores

CONDUCTORES

Obispos	Sacerdotes
Mons. Álvaro Leonel Cardenal Ramazzini Imeri Obispo de Huehuetenango	Pbro. Manuel Abac Pbro. Roberto rodriguez Pbro. Walter Mendoza Pbro. David Arias Pbro. Antonio Zuleta
Mons. Victor Hugo Palma Paúl Obispo de Escuintla	
Mons. Pablo Vizcaíno Prado Obispo de Suchitepéquez y Retalhuleu	Laicos 50 responsables de programa 40 colaboradores de programa
Mons. Gustavo Rodolfo Mendoza Hernández Obispo auxiliar Arquidiócesis de Santiago de Guatemala	

Memoria de labores 2022

27

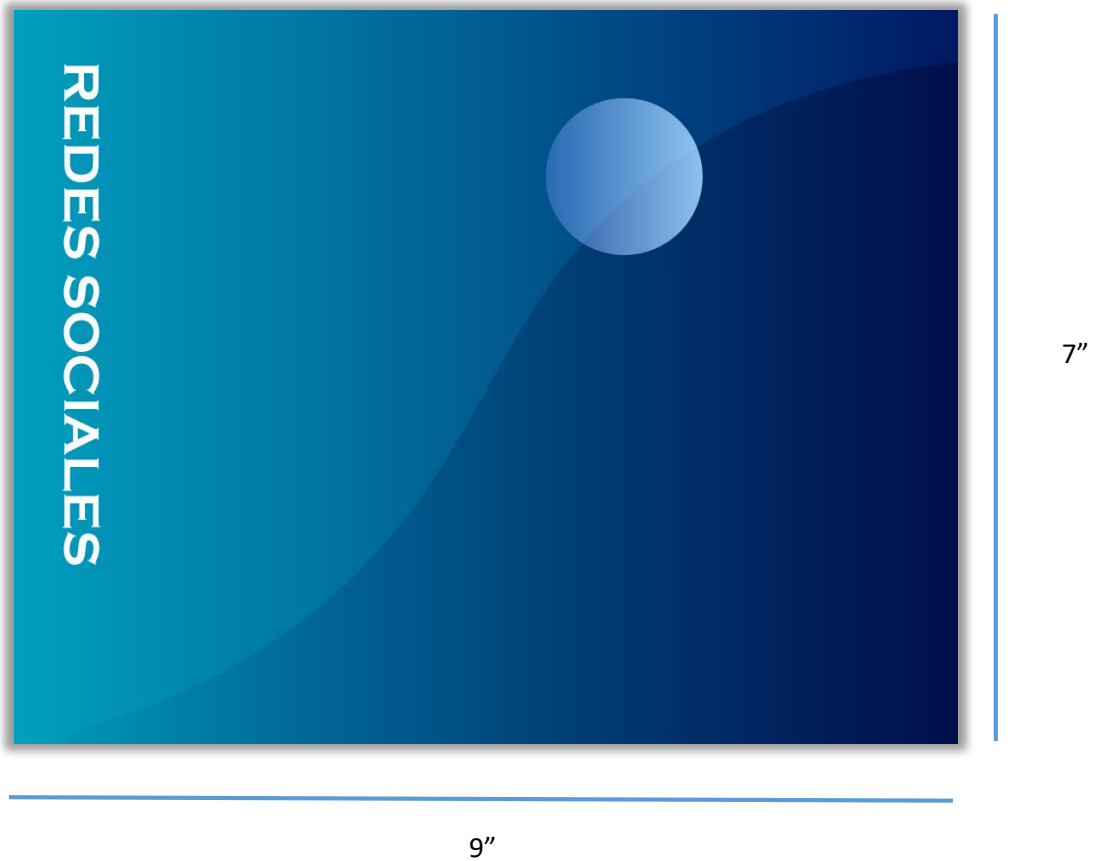
7"

9"

Descripción: Conductores de Radio María

Propuesta gráfica final

Pieza 28: Redes sociales







Descripción: Página capitular de la sección “Redes sociales”

Propuesta gráfica final

Pieza 29: Medios virtuales

MEDIOS VIRTUALES

-  - Posee 63.124 likes y 72.026 seguidores
- Según el último reporte de Facebook realizado por la World Family, Guatemala ocupó la posición 14 a nivel mundial
-  - Radio María Guate tuvo crecimiento de un 33% con un total de 7,765 seguidores
-  - Instagram oficial, con 27.800 seguidores
- Alcance mayor de 92.431 cuentas
- Interactuaron 13.847 cuentas con Radio María Guatemala
-  - Nuestro canal en Youtube tiene 582 suscriptores
- Un promedio de 20 visualizaciones por video
-  - Se continúa con el uso de WhatsApp para recibir mensajes directos de nuestros oyentes

Memoria de labores 2022 **29**

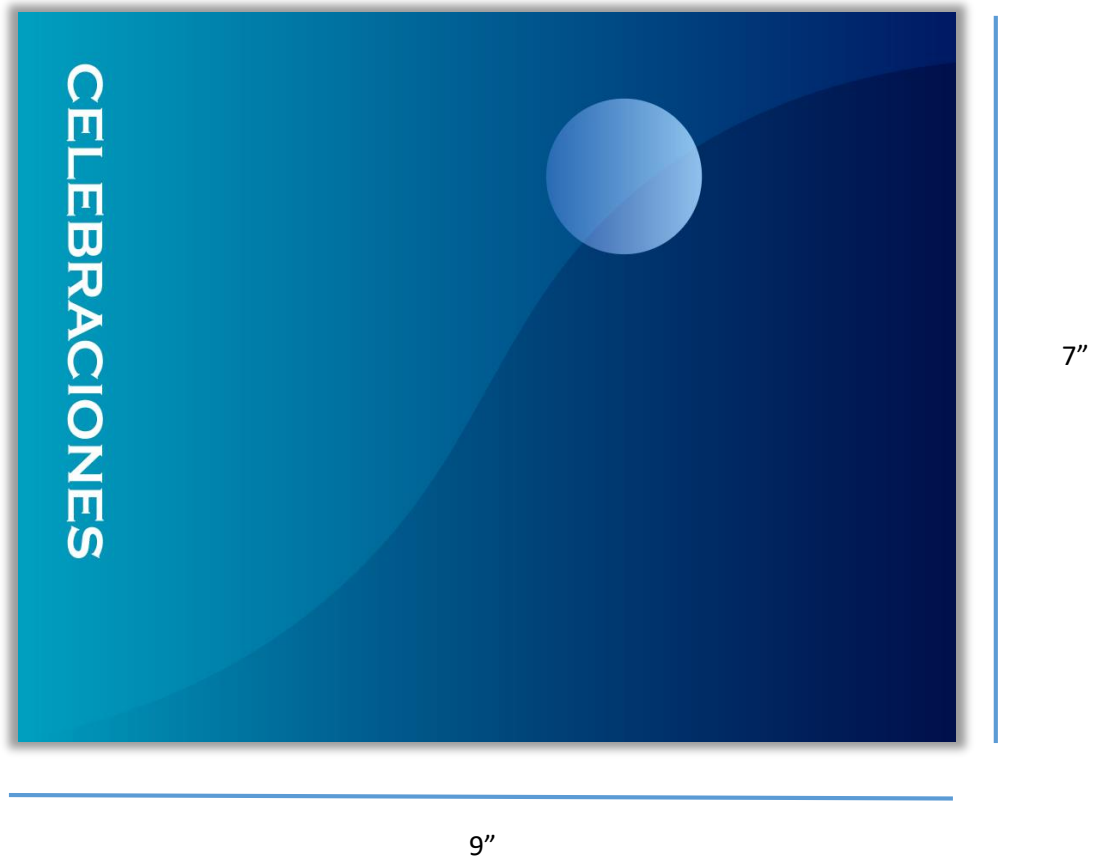
7"

9"

Descripción: Descripción del alcance que tuvo las distintas redes sociales.

Propuesta gráfica final

Pieza 30: Celebraciones



Descripción: Página capitular de la sección “Celebraciones”

Propuesta gráfica final

Pieza 31: Día de la madre

DÍA DE LA MADRE

El domingo 8 de mayo se tuvo un desayuno en celebración a las madres.

En la celebración participaron hermanos católicos que colaboraron con una pequeña ofrenda económica para que el evento se llevara a cabo.



P. Manuel Abac entregando regalo

P. Manuel Abac entregando regalo

P. Manuel Abac entregando regalo

Memoria de labores 2022 **31**

7"

9"

Descripción: Descripción de la actividad realizada y fotografías de la misma.

Propuesta gráfica final

Pieza 32: Día del padre

El domingo 18 de junio se tuvo un desayuno en celebración a los padres.

DÍA DEL PADRE

En la celebración participaron hermanos católicos que colaboraron con una pequeña ofrenda económica para que el evento se llevara a cabo.



P. Manuel Abac entregando regalo

P. Manuel Abac entregando regalo

P. Manuel Abac entregando regalo

32

Memoria de labores 2022

7"

9"

Descripción: Descripción de la actividad realizada y fotografías de la misma.


Propuesta gráfica final

Pieza 33: Día de los abuelos

DÍA DE LOS ABUELOS

El domingo 24 de julio se tuvo un desayuno en celebración a los abuelitos.

En la celebración participaron hermanos católicos que colaboraron con una pequeña ofrenda económica para que el evento se llevara a cabo.



Pareja de abuelitos

Abuelitos conversando con el P. Manuel Abac

Abuelita hablando en micrófono

Memoria de labores 2022

33

7"

9"

Descripción: Descripción de la actividad realizada y fotografías de la misma.

Propuesta gráfica final

Pieza 34: 25 aniversario



7"

9"

Descripción: Página capitular de la sección por el aniversario número 25.

Propuesta gráfica final

Pieza 35: 8 de septiembre

8 DE SEPTIEMBRE

En este día se realizó una transmisión especial con acompañamiento musical interpretado por la Orquesta Sinfónica de la Policía Nacional Civil.



Orquesta Sinfónica de la PNC

Locutor transmitiendo en vivo

Memoria de labores 2022

35

7"

9"

Descripción: Descripción de la actividad realizada y fotografías de la misma.

Propuesta gráfica final

Pieza 36: 8 de septiembre



7"

9"

Descripción: Fotografías de la actividad realizada el 8 de septiembre

Propuesta gráfica final

Pieza 37: 8 de septiembre



7"

9"

Descripción: Fotografías de la actividad realizada el 8 de septiembre

Propuesta gráfica final

Pieza 38: 10 de septiembre

10 DE SEPTIEMBRE

Este día se llevó a cabo una misa dándole gracias a Dios por lo 25 años de labores de la radio. A la misa asistieron los colaboradores de Radio María, además de varios oyentes.



Catedral Metropolitana de Santiago de Guatemala

Oyentes que asistieron a la misa

38

Memoria de labores 2022

7"

9"

Descripción: Descripción de la actividad realizada y fotografías de la misma.

Propuesta gráfica final

Pieza 39: 10 de septiembre



7"

9"

Descripción: Fotografías de la actividad realizada el 10 de septiembre.

Propuesta gráfica final

Pieza 40: 10 de septiembre



7"

9"

Descripción: Fotografías de la actividad realizada el 10 de septiembre.

Propuesta gráfica final

Pieza 41: 10 de septiembre



7"

9"

Descripción: Fotografías de la actividad realizada el 10 de septiembre.

Propuesta gráfica final

Pieza 17: Contraportada



7"

9"

Descripción: Propuesta final para la contraportada de la memoria de labores.



Capítulo X

*Producción, reproducción
y distribución*

Capítulo X Producción, reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

10.1. Plan de costos de elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	15	Q375.00
Recopilación de información	2	15	Q375.00
Bocetaje	2	10	Q250.00
Total de costos de elaboración			Q1,000.00

10.2. Plan de costos de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	3	60	Q1,500.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q500.00
Toma fotográfica	1	5	Q125.00
Propuesta preliminar	2	20	Q500.00
Cambios solicitados	1	10	Q250.00
Memoria de labores final	3	30	Q750.00
Total de costos de elaboración			Q3,625.00

10.3. Plan de costos de reproducción

La reproducción no tendrá costo, debido a que la memoria de labores se presentará de manera digital.

10.4. Plan de costos de distribución

La distribución no tendrá ningún costo, debido a que la memoria de labores será publicada en el sitio web del cliente.

10.5. Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Descripción	Cantidad
Costo total	Q4,625.00
Utilidad 20%	Q925.00

10.6. IVA.

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q1,000.00
Plan de costos de producción	Q3,625.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Subtotal I	Q4,625.00
Margen de utilidad 20%	Q925.00
Subtotal II	Q5,550.00
IVA 12%	Q666.00

10.7. Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q1,000.00
Plan de costos de producción	Q3,625.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Subtotal I	Q4,625.00
Margen de utilidad 20%	Q925.00
Subtotal II	Q5,550.00
IVA 12%	Q666.00
TOTAL	Q6,216.00



Capítulo XI

*Conclusiones y
recomendaciones*

Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones

- 11.1.1 Se diseñó una memoria de labores digital para dar a conocer las actividades católicas realizadas durante el año 2022 dirigido a los colaboradores y oyentes de Radio María.
- 11.1.2 A través de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para el diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022.
- 11.1.3 Se investigaron a través del marco teórico las referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de memoria de labores para el diseño del documento digital y de tal manera dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022.
- 11.1.4 Se fotografiaron las actividades realizadas por Radio María durante el año 2022 con técnicas de planos para mantener el esteticismo.

11.2. Recomendaciones

11.2.1 Se recomienda a Radio María colocar la memoria de labores digital en la página web para que sea accesible a todo público.

11.2.2 Es importante llevar un registro de las actividades mensuales realizadas por la entidad para no perder alguna de las fechas que pueda ser importante para la presentación al público.

11.2.3 Se sugiere a Radio María presentar la memoria de labores al consejo directivo en una junta para analizar la información.



Capítulo XII

Conocimiento general

Capítulo XII Conocimiento general

12.1. Demostración de conocimientos

Conocimiento General

Comunicación
Proceso ordenado que permite informar, educar, persuadir, entretener, socializar, cooperar

Visualización Gráfica
Para poder presentar una idea de diseño para luego iniciar la digitalización

Fotografía
Captura imágenes de la vida real que transmitan un significado

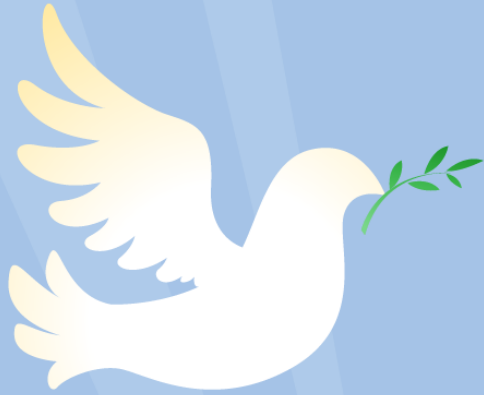
Diseño Editorial
Capacidad de análisis de contenido para convertirlo en un producto editorial

Creatividad
Conocimientos de técnicas que permiten crear conceptos originales

Uso de Software
Illustrator
Photoshop
InDesign

Semiología
Estudio de los signos dentro de un proceso de semiosis

Lucía Ramírez
19007853



Capítulo XIII

Referencias

Capítulo XIII Referencias

13.1 Referencias de documentos electrónicos

B

Barber, F. (10 de junio de 2022). *Cocoschool*. Obtenido de <https://www.cocoschool.com/que-es-el-diseno-editorial/>

C

Costa, J. (2009). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. La Crujía: Buenos Aires.

D

Dierckx, P., & Jordá, P. (10 de junio de 2022). *Catholic*. Obtenido de <https://es.catholic.net/op/articulos/5419/cat/13/maria-quien-eres.html#modal>

E

Espinosa, M. (10 de junio de 2022). *davidespinosapaoaguilera.blogspot*. Obtenido de <http://davidespinosapaoaguilera.blogspot.com/2016/07/caracteristicas-de-diagramacion.html>

Europa, C. d. (10 de junio de 2022). *coe.int*. Obtenido de <https://www.coe.int/es/web/compass/religion-and-belief>

F

F.R., M. (21 de agosto de 2016). *ArteDivague*. Obtenido de <https://artedivague.wordpress.com/2016/08/21/el-arte-de-la-ilustracion/>

M

Morales, A. (11 de junio de 2022). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/proceso-de-comunicacion/>

P

Parramón, J. (1998). *Teoría y práctica del color*. Barcelona: Parramón Ediciones.

R

Radiocomunicación. (8 de febrero de 2021). *PCREDCOM*. Obtenido de <https://pcredcom.com/blog/radiocomunicacion/para-que-sirve-un-repetidor-de-radiocomunicacion/>

Redacción. (2022 de junio de 11). *ConceptoDefinición*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/cibernetica/>

Redacción. (30 de agosto de 2020). *Todo sobre comunicación*. Obtenido de <https://todosobrecomunicacion.com/el-modelo-de-schramm/>

Redacción. (10 de junio de 2022). *artdesignina*. Obtenido de <https://artdesignina.wordpress.com/teoria-de-la-gestalt/>

Redacción. (10 de junio de 2022). *ASAE*. Obtenido de <https://asaee-antropologia.org/antropologia/que-es-la-antropologia/>

Redacción. (10 de junio de 2022). *CogniFit*. Obtenido de <https://www.cognifit.com/es/habilidad-cognitiva/memoria-de-trabajo>

Redacción. (11 de junio de 2022). *Concepto Definición*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/evangelizacion/>

Redacción. (10 de junio de 2022). *Enciclopedias*. Obtenido de <https://enciclopedias.com/pedagogia/>

Redacción. (4 de enero de 2022). *Mediactiu*. Obtenido de <https://mediactiu.com/10-tendencias-de-diseno-grafico-en-2022/>

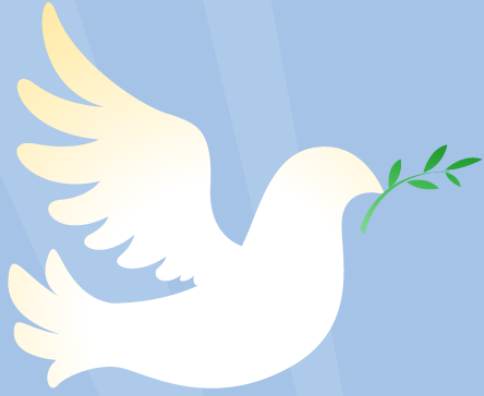
S

Swann, A. (1991). *Diseño Gráfico*. Londres: Quarto Publishing Limited.

V

Valenzuela, I. (10 de junio de 2022). *Que Significado*. Obtenido de <https://quesignificado.com/andragogia/>

Viera, R. (10 de junio de 2022). *Comunidad Emagister*. Obtenido de https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_56342_diseno_rviera.pdf



Capítulo XI

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1. Brief del cliente

Brief

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Alma Lucía Ramírez Herrera
No de Carné	19007853
Teléfono	42210255
E-mail	almaramix@gmail.com
Proyecto	Diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022.

Datos del cliente

Empresa	Radio María
Nombre del cliente	10 calle 6-86 zona 2, Ciudad de Guatemala, Guatemala
Teléfono	2245-3800
Web	www.radiomaria.org.gt
Antecedentes	Radio María nació en 1983 en la localidad de Erba al norte de Italia. El 8 de septiembre de 1997, justo el día de la Natividad de la Santísima Virgen, inició sus transmisiones en Guatemala. Luego de un tiempo, se instalaron varias repetidoras alrededor del país para cubrir el 75% del mismo.
Oportunidad identificada	Radio María es un instrumento de la nueva evangelización para el servicio de la iglesia del Tercer Milenio, esta acción se inició gracias a un discurso pronunciado por el Santo Padre Juan Pablo II en la Plaza de San Pedro.




Datos de la empresa

Misión	Difundir la buena nueva de salvación anunciada por Jesucristo que invita a la conversión, confiando en la intercesión de la Virgen María, como parte de la World Family.
Visión	Ser instrumento eficaz de la Nueva Evangelización al servicio de la iglesia católica a nivel nacional
Delimitación geográfica	Gracias a las repetidoras a lo largo del país, las transmisiones llegan al 75% del país.
Grupo objetivo	Personas católicas de entre los 50 a 60 años.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Acceso a programas radiales que comparten material católico y noticias que giran en torno a la iglesia católica.
Competencia	Radio Estrella, Radio Católica, Radio Católica Hosanna, Radio Inmaculada Concepción, Radio Súper Católica.
Posicionamiento	Actualmente Radio María es la emisora católica más escuchada del país.
Factores de diferenciación	La oración es el espacio más importante de la programación y su actividad fundamental.
Objetivo de mercado	Aumentar la escucha en un 50% por parte de los hermanos laicos.
Objetivo de comunicación	Colocar la memoria de labores en la página web de Radio María, para que la audiencia y los colaboradores tengan presente las actividades realizadas durante el año 2022.
Mensaje clave a comunicar	“María ha permitido 25 años de trabajo a la radio”

Datos de la empresa

Estrategia de comunicación	Diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a colaboradores y oyentes, las actividades católicas realizadas durante el año 2022.
Reto del diseñador	Diseñar una memoria de labores con las tendencias del 2022.
Trascendencia	La memoria de labores debe ser memorable por la celebración del aniversario número 25 de la radio.
Materiales a realizar	Diseño de memoria de labores.
Presupuesto	Q2,000

Datos de la imagen gráfica

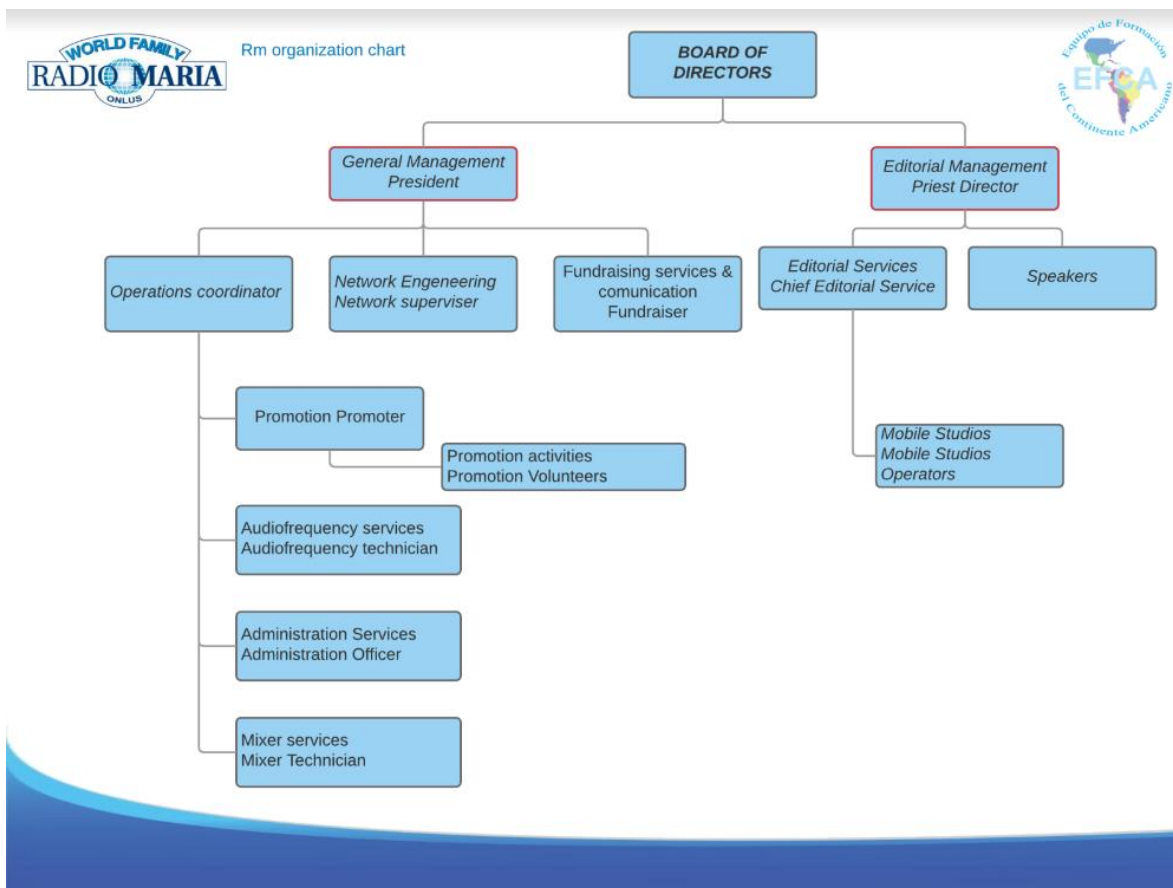
Logotipo						
Colores		R: 9 G: 62 B: 136	C: 100 M: 81 Y: 16 K: 2		R: 146 G: 203 B: 129	C: 46 M: 6 Y: 7 K: 0
Tipografía	(Pendiente de envío)					

Fecha: 5 de mayo del 2022

Isologo Radio María



Organigrama Mundial de Radio María



Anexo 2. Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex

Actualización 2018	1.80%		35.40%			62.80%		
	0.70%	1.10%	5.9	11.60%	17.90%	50.70%	12.10%	Indeterminado
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivo de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-avión-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembroelectrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo 3. Tabla de requisitos

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Diagramación	Estructurar y colocar los elementos que se utilizarán en la memoria de labores	Adobe InDesign	Orden y claridad
Color	Brindar armonía e identificación de la marca a los elementos de diseño utilizados	Adobe Color	Paz y armonía
Logotipo	Asociar a Radio María en el trabajo	Adobe InDesign	Profecionalismo
Fotografías	Que el público visualice las actividades realizadas durante el año 2022	Adobe PhotoShop	Armonía
Tipografía	Genera legibilidad a la información presentada	Adobe InDesign	Orden
Elementos gráficos	Resaltar partes importantes y dar dinamismo al proyecto	Adobe Illustrator	Alegría

Anexo 4

Investigación de Diseño

La mayor parte de información que se recibe es a través de los ojos, los seres humanos tienen una mayor memoria visual que auditiva, es de vital importancia la apariencia física y la imagen visual, se aprende mejor a través de esquemas o gráficos, es más fácil para las personas recordar una imagen que un texto y se complacen más los diseños sencillos, limpios y ordenados.

Es fundamental para el diseño editorial, esta rama del diseño gráfico se encarga de la maquetación y composición de todo tipo de publicaciones, libros, revistas, periódicos y otros. El principal objetivo del diseñador profesional es crear un diseño que resulte atractivo y funcional para el lector y conseguir una armonía perfecta entre forma y contenido.

La importancia del diseño editorial en cualquier negocio, ya sea editorial o de otra índole, es aquello que nos llama la atención. En una publicación editorial todo importa, desde la portada, hasta la tipografía, los márgenes, los colores, la disposición de las imágenes y el texto. Todos estos aspectos se definen en función de la personalidad de la misma, del público al que va dirigido y del contenido que en ella se refleja.

Es labor del diseñador saber adaptar la esencia de cada publicación y saber transmitir su esencia a través del diseño. Una vez definido el carácter de la publicación, hay que seleccionar las características de sus elementos gráficos:

Formato. Libro, revista, periódico, etc.

Material o soporte. Tipos de papel, cartulina, etc.

Legibilidad tipográfica. Tamaño y tipo de letra, interlineado, espacio entre letras y color.

Imagen. Disposición, color, tamaño, calidad.

Caja tipográfica. Marco de la página, grilla o retícula editorial, herramienta para disponer la información en la publicación.

Aspectos comunes del diseño editorial

El formato. Refiere a la manifestación física de la publicación, también a los distintos tipos de archivos digitales. Si se trata de publicaciones impresas, se debe evaluar cuál es el formato más adecuado para una revista o para un libro.

La retícula. Todas las publicaciones deben tener una organización interna que les de coherencia, la retícula es la base para la diagramación, ordenar y equilibrar la composición de las páginas, la retícula ubica y contiene a todos los elementos dentro de las páginas.

La tipografía. La tipografía encuentra su máxima expresión en el texto, en los caracteres de los párrafos. También pueden hacerse composiciones artísticas, sobre todo en las cubiertas de los libros y las portadas de las revistas.

El color. Los colores determinan en gran parte cómo se percibe una publicación y su mensaje. Hay colores que se perciben como fríos y otros como calientes; también algunos parecen alejarse y otros acercarse.

El color es un factor clave en el diseño, periódicos, catálogos, piezas digitales y libros complejos. Adquiere gran relevancia en libros prácticos, de referencia, enciclopedias, catálogos y otros.

Los elementos gráficos

Los diseñadores también deben trabajar con tablas, gráficas, figuras, iconos, mapas,

dibujos, infografías, cronologías, ilustraciones y organigramas. Todos estos elementos reciben diferentes aplicaciones tipográficas y cromáticas, además de un tratamiento especial del contenido.

Tipos de diseño editorial

Diseño 3D. Es uno de los ámbitos del diseño gráfico con mayor demanda en la actualidad es el del modelaje 3D, por lo tanto, una de las salidas profesionales del diseño gráfico.

El mundo editorial. Es, por otro lado, uno de los más queridos por los estudiantes, el uso de programas de diseño gráfico es básico y a la vez, especializado, todo estudiante de diseño gráfico debe conocer a nivel avanzado cómo se usan algunos softwares como Adobe Illustrator o Adobe InDesign.

Diseño corporativo. Tiene influencia sobre tantos otros campos que incluso la creación de la identidad corporativa de cualquier compañía.

Diseño web y móvil. El mundo digital y el diseño de páginas web y móvil.

Revista. Se conoce un tipo de publicación periódica, sobre uno o varios temas, se caracteriza por los textos e imágenes, también se conocen como magacín o magazín. Las revistas pueden contener artículos, crónicas, entrevistas, reseñas, fotografías, horóscopos, guías, agendas, infografías, ilustraciones y otros.

Su periodicidad puede variar, ya sea semana, mensual, trimestral o anual. Las revistas se diferencian de los periódicos no solo por tener ediciones impresas más cuidadas, con papel de mejor calidad, sino también por hacer un tratamiento más exhaustivo de los temas, que pueden ir desde asuntos de actualidad o sucesos hasta cuestiones de historia, ciencias o artes.

En la actualidad, las revistas no solo se presentan en papel, sino también en medios digitales, con las llamadas revistas electrónicas, que incorporan funciones interactivas y se valen de las ventajas del internet para su difusión.

Tendencias de diseño 2022 - 2023

Imágenes y gráficas incluyentes

Las comunicaciones con el uso de personas, ya sean fotos, ilustraciones, íconos y colores, ya no se limitan sólo a blancos, rubios, masculinos, sin discapacidades, hay más apuestas por grupos que han sido marginados hasta hace un par de años, aunque grandes marcas líderes ya habían apostado con anterioridad a la diversidad en sus comunicaciones, hoy shoppings, marcas de bebidas e, incluso, algunas entidades, van abriendo la mente y visión con respecto a esto.

Mostrar la diversidad en diseños de este 2022 es una excelente manera de aumentar base de clientes, de humanizar más la marca o empresa, más aún con el contexto mundial en el que estamos viviendo, con enfrentamientos que nos dejan con incertidumbres.



Imagen de referencia de internet Dove.

Redondeados y exagerados

El diseño estilo burbuja llega para poner fresca y onda juvenil a todo, desde ilustraciones gorditas con líneas redondeadas y gruesas, tipografías abombadas y que parezcan globos o burbujas, y colores chiclosos, pop, es una tendencia que estará vigente para un estilo arriesgado, diseños más atrevidos y divertidos, para romper estéticas geométricas y rígidas.

Las tendencias para este 2022 y 2023 traen dinamismo y un amplio abanico de posibilidades de ir de un extremo a otro, romper estereotipos, incluir todo lo que queda marginado, agregar contextos sociales sin distinción de razas, género, orientaciones, ampliar el grupo etario y explorar todo lo que se considera como tabú en la comunicación y publicidad, arriesgarse para llegar a todo tipo de persona y encontrar la personalidad por medio de estos recursos.

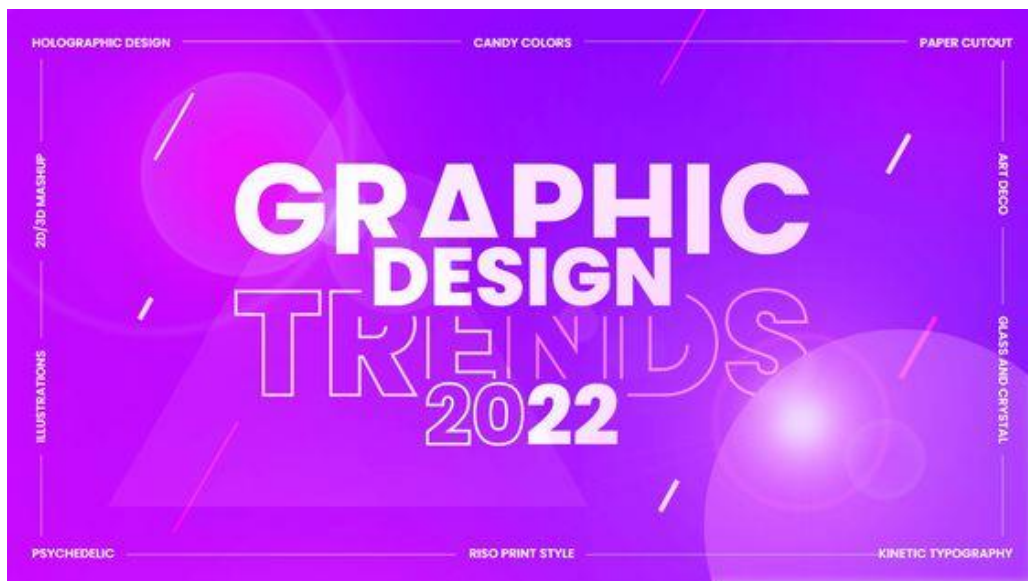


Imagen de referencia de Pinterest, GraphicMama.

Colores

Los 90's. Lo retro nunca pasa de moda y después de ver una influencia de los 70's y 80's en años anteriores, ahora siguen los 90's para traer de nuevo la estética grunge y pop, pasar de dos extremos completamente opuestos, de lo bien minimalista a lo maximalista, sin caer en puntos medios entre ambas influencias.



Imagen de referencia de Pinterest, Creative Market.

Coloridos. El uso de colores brillantes, llamativos, contrastados de luces y opacidad o mezclas de pasteles con resaltados saturados o viceversa, harán que el diseño en un feed de redes sobresalga entre tanta información visual y tenga mayor alcance.



Imagen de referencia de Pinterest, Maris Jones.

Minimalista. Las formas básicas, con colores suaves y contrapuestos, hacen resaltar el objeto principal. Tener una imagen ligera, fácil de interpretar y con un mensaje claro es un punto a favor. Lo mismo pasa con el maximalismo, es una propuesta bastante arriesgada, pero el caos, cuando está bien diseñado, puede ser realmente poderoso e interesante, todo ello sin atarse a ningún esquema rígido, sin simetría ni convencionalismos.



Imagen de referencia de Internet McDonald's.




Tipografías Serif

Estas tipografías clásicas, elegantes volvieron durante el 2021 y se quedan en 2022, para acompañar a las sans serif en resaltes y en lo que queremos que se note primero; sus remates las vuelven dinámicas y contrastantes. Las fuentes serif lucen confiables y relajantes, y es justo lo que los usuarios necesitan ver hoy en día. Intervenirlas tanto a las serif como sans serif para darles personalidad propia, potencializan al juego gráfico que se vaya a utilizar en una composición.



Imagen de referencia de Internet Pinterest.

Anexo 5. Cuestionario virtual

 <p>Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM- Licenciatura en Comunicación y Diseño Proyecto de graduación</p>	<p>Género *</p> <p><input type="checkbox"/> Femenino</p> <p><input type="checkbox"/> Masculino</p>
<h3>Encuesta de Validación del proyecto</h3> <p>Diseño de memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022. Guatemala, Guatemala. 2023</p> <p> 19007853@galileo.edu (no compartidos) Cambiar de cuenta </p> <p>*Obligatorio</p>	<p>Edad *</p> <p><input type="checkbox"/> 20 - 30 años</p> <p><input type="checkbox"/> 31 - 40 años</p> <p><input type="checkbox"/> Más de 40 años</p>
<p>Antecedentes</p> <p>Radio María fue creada en el año 1983 en la localidad de Erba, al norte de Italia, se expandió por todo el mundo e inició sus transmisiones en Guatemala el 8 de septiembre de 1997. Actualmente se dedica principalmente a la transmisión de programas de radio y material audiovisual en servicio de la iglesia.</p> <p>Al visitar la organización se pudo observar que no cuenta con una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022. Especialmente en este año que cumple 25 años de labores.</p> <p>Por lo que se ha planteado el objetivo de Diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022.</p>	<p>Perfil *</p> <p><input type="checkbox"/> Experto</p> <p><input type="checkbox"/> Cliente</p> <p><input type="checkbox"/> Grupo objetivo</p>
<p>Instrucciones</p> <p>Con base en lo anterior, observe la propuesta de memoria de labores y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.</p> <p>Ingresar a la propuesta de memoria de labores aquí</p>	<p>Nombre *</p> <p>Tu respuesta _____</p>
	<p>Profesión</p> <p>Tu respuesta _____</p>
	<p>Puesto</p> <p>Tu respuesta _____</p>
	<p><input type="button" value="Siguiente"/> <input type="button" value="Borrar formulario"/></p>

Anexo 5. Cuestionario virtual

Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar una memoria de labores digital para dar a conocer a los colaboradores y oyentes de Radio María las actividades católicas realizadas durante el año 2022? *

Sí
 NO

2. ¿Considera importante recopilar información de la marca Radio María y sus actividades como entidad católica, a través del brief que el cliente proporcione para que sea integrado correctamente a la memoria de labores? *

Sí
 NO

3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con la creación de memoria de labores digital, a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del proyecto que se presentará al grupo objetivo? *

Sí
 NO

4. ¿Considera adecuado fotografiar, a través de técnica de planos, las actividades católicas organizadas por Radio María para que sean visualizadas en la memoria de labores por los colaboradores y radio oyentes? *

Sí
 NO

[Atrás](#) [Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

Parte Semiológica

5. ¿Considera adecuados el uso de colores propuestos en el diseño de memoria de labores? *

Muy adecuados
 Poco adecuados
 Nada adecuados

6. Según su criterio, ¿cree que la tipografía usada es legible? *

Legible
 Poco legible
 Nada legible

7. ¿Considera usted apropiada la diagramación general en la memoria de labores? *

Apropriad
 Poco apropiada
 Nada apropiada

8. ¿Cree que las fotografías utilizadas en la memoria de labores son apropiadas para representar el mensaje deseado? *

Apropriad
 Poco apropiadas
 Nada apropiadas

9. ¿Considera atractivo el diseño de la memoria de labores? *

Atractivo
 Poco atractivo
 Nada atractivo

[Atrás](#) [Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

Anexo 6. Fotografía de encuesta a expertos

Licda. Ingrid Ordoñez



Lic. Carlos Jiménez



Lic. Carlos Franco



Cristina López

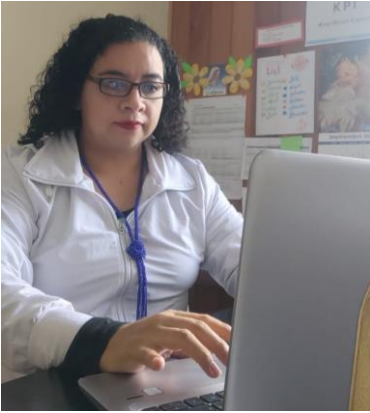


Licda. Andrea Aguilar

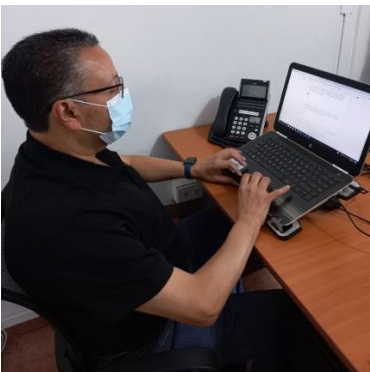


Anexo 7. Fotografía de encuestas a clientes

Roxana Perez



José Bernardino Cerón Ramos



Alicia del Cid

Validación de proyecto 👤 🔗

Alma Lucía Ramírez Herrera 19027813@gufo.edu
para President.gua, Comunicaciones, promoción.gua

8 sept 2022, 22:43 👤 🔗 🌟 📧

Saludos estimados,
espero se encuentren bien y estén disfrutando de la celebración por los 25 años de Radio María.

Les escribo para pedirles que llenen una encuesta para la validación del proyecto. Para este paso necesito fotografías de ustedes en donde estén realizando la encuesta, una foto por cada uno. Usémoslas formarían parte del perfil "cliente".

Link de encuesta: <https://forms.gle/7DzPqz8nlDM7x3GGA>

Además de ello necesito que la encuesta también la llenen 6 colaboradores, así que le pido amablemente si me pueden brindar el WhatsApp de 6 colaboradores para enviarles el link y pedirles de que forma la fotografía del proceso de validación.

De antemano muchas gracias por su apoyo.
Cualquier duda o comentario estoy a sus órdenes.

Comunicaciones RMG comunicaciones.rmg@gmail.com
para Alicia, RM, promoción.gua

9 sept 2022, 11:34 👤 🔗 🌟 📧

Estimada Ana Lucía, buenos días.

Te comento que tengo algunas dudas sobre la encuesta.
Hay una parte donde se consulta sobre colores, tipografía, diagramación y fotografía utilizada en la memoria de labores, pero no se a que se refiere.
¿Si tienen ya una propuesta realizada y sobre esa debemos responder las preguntas?
En este caso, le pido nos la compartan para poder responder de acuerdo.

Haremos lo posible por apoyarte en lo que solicites.

Anexo 8. Fotografía de encuestas a grupo objetivo

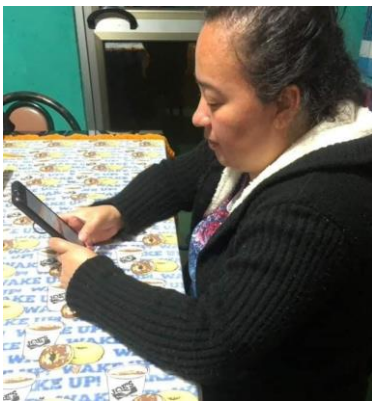
Karin



Ana Solis



Deisy Roxana García



Rubens Vasquez



Hector Chamale



Luis Eduardo Vásquez



Anexo 8. Fotografía de encuestas a grupo objetivo

Victor Escobar



Alma Lizeth Herrera



Andrea Michelle Escobar Tumax



Alejandra Altán



Daniel Ramírez



Beatriz Tumax

