



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de material publicitario para promocionar, a través de redes sociales, la Carrera de Atletismo "Mi meta es Jesús" que realiza anualmente Radio Cultural TGN. Guatemala, Guatemala 2015.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Eunice Giselle Vásquez Yanes
11003434

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, febrero del 2016

Proyecto de Graduación:

“Diseño de materia publicitario para promocionar, a través de redes sociales, la carrera de atletismo “Mi meta es Jesús” que realiza anualmente Radio Cultural TGN.

Guatemala, Guatemala 2015”

Elaborado por:

Eunice Giselle Vásquez Yanes

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Febrero, 2016

Guatemala 05 de junio de 2014

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 MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOCIONAR, A TRAVÉS DE REDES SOCIALES, LA CARRERA DE ATLETISMO "MI META ES JESÚS" QUE REALIZA ANUALMENTE RADIO CULTURAL TGN. GUATEMALA, GUATEMALA 2015. Así mismo solicito que la Licda. Karla López, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

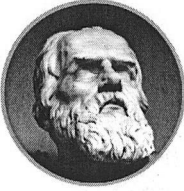
Atentamente,



Eunice Giselle Vásquez Yanes
11003434



Licda. Karla López
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2014

**Señorita
Eunice Giselle Vásquez Yanes
Presente**

Estimada Señorita Vásquez:

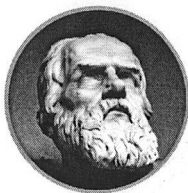
De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOCIONAR, A TRAVÉS DE REDES SOCIALES, LA CARRERA DE ATLETISMO “MI META ES JESÚS” QUE REALIZA ANUALMENTE RADIO CULTURAL TGN. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Karla López, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano**

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2015

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

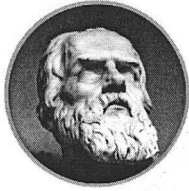
Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOCIONAR, A TRAVÉS DE REDES SOCIALES, LA CARRERA DE ATLETISMO “MI META ES JESÚS” QUE REALIZA ANUALMENTE RADIO CULTURAL TGN. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por la estudiante: Eunice Giselle Vásquez Yanes, con número de carné: 11003434, 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. Karla López
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 08 de abril de 2015

**Señorita
Eunice Giselle Vásquez Yanes
Presente**

Estimada Señorita Vásquez:

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**

Ciudad de Guatemala, 13 de agosto de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOCIONAR, A TRAVÉS DE REDES SOCIALES, LA CARRERA DE ATLETISMO "MI META ES JESÚS" QUE REALIZA ANUALMENTE RADIO CULTURAL TGN. GUATEMALA, GUATEMALA 2015***, de la estudiante Eunice Giselle Vásquez Yanes, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

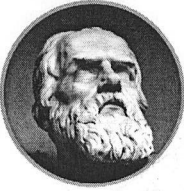
Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de agosto de 2015

**Señorita
Eunice Giselle Vásquez Yanes
Presente**

Estimada Señorita Vásquez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOCIONAR, A TRAVÉS DE REDES SOCIALES, LA CARRERA DE ATLETISMO “MI META ES JESÚS” QUE REALIZA ANUALMENTE RADIO CULTURAL TGN. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por la estudiante: Eunice Giselle Vásquez Yanes, 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

Lic. Jean Paul Suger Castillo
Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza
Secretario General

M.s.C. Lic. Leizer Kachker
Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.s.C
Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Sinopsis

La emisora Radio Cultural TGN carece de material publicitario para promocionar, a través de las redes sociales, la carrera de atletismo “Mi meta es Jesús” que realiza. Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un material publicitario para promocionar, a través de las redes sociales, la carrera de atletismo “Mi meta es Jesús” que realiza anualmente Radio Cultural TGN; dirigida a sus oyentes en toda la República de Guatemala.

Se desarrolló una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por personas de un nivel socioeconómico D, C-, y C, que poseen un nivel de educación primaria, básica, superior y universitaria, y comprenden hombres y mujeres, entre las edades de 14 a 60 años, siendo su estilo de vida el practicar algún deporte (en este caso el atletismo) y de incluir a expertos en las áreas de comunicación y diseño

El resultado obtenido fue el diseño un material publicitario para promocionar, a través de las redes sociales, la carrera de atletismo “Mi Meta es Jesús” que realiza anualmente Radio Cultural TGN; y que va dirigida a sus oyentes en toda la República de Guatemala. Además se recomendó manejarlo con cautela, velando por su completa y correcta publicación para lograr la efectividad del mensaje y comunicación.

Hoja de autoría

Para efectos legales, únicamente el autor(a) es responsable del contenido de este proyecto.

Índice

Capítulo I: Introducción	1
Capítulo II: Problemática	3
2.1 Contexto	4
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	4
2.3 Justificación	5
2.3.1 Magnitud	5
2.3.2 Vulnerabilidad	5
2.3.3 Trascendencia	6
2.3.4 Factibilidad	6
2.3.4.1 Recursos Humanos	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales	6
2.3.4.3 Recursos Económicos	6
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos	6
Capítulo III: Objetivos de Diseño	7
3.1 Objetivo General	8
3.2 Objetivos Específicos	8
Capítulo IV: Marco de Referencia	9
4.1 Información general del cliente	10
Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo	13
5.1 Perfil Geográfico	14
5.2 Perfil Demográfico	14
5.3 Perfil Psicográfico	15
5.4 Perfil Conductual	15
Capítulo VI: Marco Teórico	16
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	17
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	24
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	24
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño gráfico	27
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	32
6.3.1 Ciencias	32
6.3.2 Artes	37
6.3.3 Teorías	39
6.3.4 Tendencias	40
Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar	41
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	42

7.2 Conceptualización	45
7.2.1 Método	45
7.2.2 Definición del concepto	48
7.3 Bocetaje	49
7.3.1 Boceto a base de dibujo natural	50
7.3.2 Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico	54
7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos	58
7.4 Propuesta Preliminar	67
Capítulo VIII: Validación Técnica	75
8.1 Población y muestreo	76
8.2 Método e instrumentos	76
8.3 Resultados e interpretación de resultados	80
8.4 Cambios en base a los resultados	87
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final	91
Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución	100
10.1 Plan de costos de elaboración	101
10.2 Plan de costos de producción	101
10.3 Plan de costos de reproducción	101
10.4 Plan de costos de distribución	102
10.5 Cuadro con resumen general de costos	102
Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones	103
11.1 Conclusiones	104
11.2 Recomendaciones	105
Capítulo XII: Conocimiento General	107
Capítulo XIII: Referencias	109
Capítulo XIV: Anexos	115

Capítulo I

Introducción

Capítulo I: Introducción

Radio Cultural TGN ha estado al servicio de la iglesia evangélica y del pueblo de Guatemala, transmitiendo Gratas Noticias desde el 6 de agosto de 1950. Como la primera emisora evangélica en el país, posee gran audiencia tanto a nivel nacional como internacional. En el mes de agosto, como parte de las actividades de aniversario, la emisora realiza una carrera de atletismo denominada “Mi Meta es Jesús”, en la que fomentan la participación y la realización de actividad física a sus seguidores y oyentes en toda la República de Guatemala.

El siguiente proyecto consiste en realizar un material publicitario para promocionar la carrera de atletismo a través de sus redes sociales, ya que únicamente lo han hecho por medio de spots grabados y transmitidos durante su programación diaria.

Para realizar el siguiente proyecto, se investigó sobre los elementos y conceptos que apoyarán el material a realizar; conceptos de comunicación y diseño, ciencias auxiliares, artes, tendencias y teorías que sostuvieran la propuesta, detallada primeramente en bocetos de ideas primarias, para posteriormente realizar la propuesta final. Esta propuesta se respaldó por medio de una validación por parte del cliente, expertos en el área (comunicación y diseño) y el grupo objetivo, que son los que recibirán el producto final.

Finalmente se concluye con que el diseño del material publicitario ayudará a la promoción de la Carrera de Atletismo “Mi Meta es Jesús” que realiza Radio Cultural TGN y va ir dirigida a todos sus oyentes y seguidores en toda la República de Guatemala.

Capítulo II

Problemática

Capítulo II: Problemática

La emisora Radio Cultural TGN carece de material publicitario para promocionar, a través de las redes sociales, la carrera de atletismo “Mi meta es Jesús”, que realiza anualmente.

2.1 Contexto: Radio Cultural TGN ha estado al servicio de la iglesia evangélica y del pueblo de Guatemala, transmitiendo Gratas Noticias desde el 6 de agosto de 1950. Como la primera emisora evangélica en el país, Radio Cultural TGN ha sido un factor significativo en el crecimiento de la Iglesia, tanto numérico como espiritualmente. Radio Cultural posee gran audiencia tanto a nivel nacional como internacional, en donde se incluyen todos los estratos sociales y educativos, además de los espirituales.

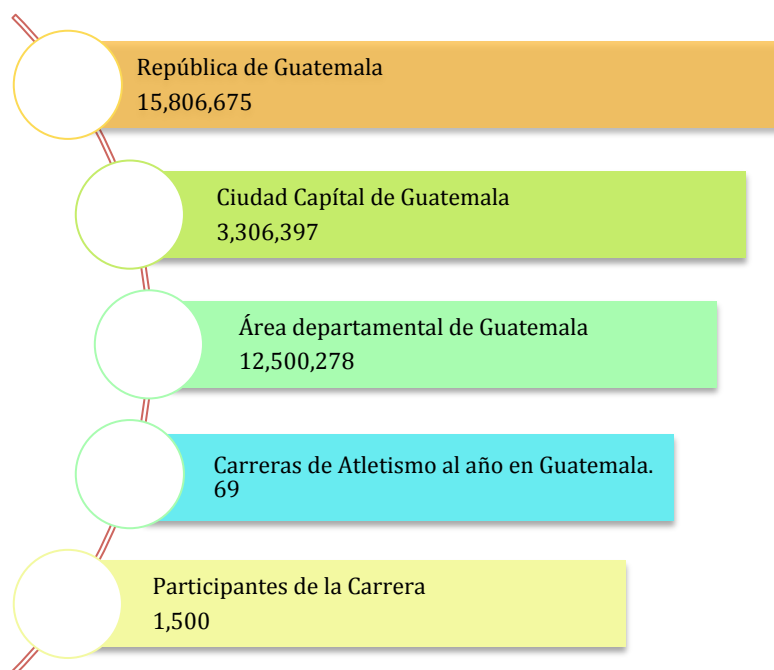
Durante el mes de agosto, como parte de las actividades de aniversario, la emisora Radio Cultural TGN elabora una carrera de atletismo denominada “Mi meta es Jesús”, en la que fomenta la participación y el desarrollo de actividad física en sus seguidores y oyentes en toda la República de Guatemala.

Por tal motivo, la emisora Radio Cultural TGN requiere del diseño y la creación de material publicitario para dar a conocer la carrera de atletismo, “Mi meta es Jesús”, que se lleva a cabo anualmente.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño: La emisora Radio Cultural TGN carece de material publicitario para promocionar, a través de las redes sociales, la carrera de atletismo “Mi meta es Jesús” que realiza.

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 (se despejan todas y cada una de las variables).

2.3.1. Magnitud:



2.3.2. Vulnerabilidad: En el mes de agosto, la emisora Radio Cultural TGN realiza una carrera de atletismo denominada “Mi meta es Jesús”. El único medio que utilizan para promocionarla es a través de grabaciones reproducidas durante la programación de la emisora. Actualmente son más 50,000 personas las que interactúan constantemente en las redes sociales de la emisora y la misma carece de material publicitario para promocionar la carrera de atletismo.

2.3.3. Trascendencia: Al realizar el material publicitario, las personas que interactúan en las redes sociales, podrán informarse sobre la carrera de atletismo y ser partícipe de la misma.

2.3.4. Factibilidad: Todos aquellos recursos (humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos) que hacen posible el proyecto, son:

2.3.4.1 Recursos Humanos: La emisora Radio Cultural TGN cuenta con el factor humano adecuado para el manejo y funcionamiento de los demás recursos, haciendo posible desarrollar sus funciones dentro de la emisora.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales: El personal de la junta directiva, así como el gerente general de la emisora, autorizan al personal y a los miembros del comité organizador de la carrera para que brinden toda clase de información necesaria para este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos: La emisora cuenta con los recursos necesarios y el patrocinio de las diversas marcas, para la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos: La emisora cuenta con equipo de grabación, producción y computación, al igual que todas las herramientas que son indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III

Objetivos del Diseño

Capítulo III – Objetivos del Diseño

3.1 Objetivo General: Diseñar un material publicitario para promocionar, a través de las redes sociales, la carrera de atletismo “Mi meta es Jesús” que realiza anualmente Radio Cultural TGN, dirigida a sus oyentes en toda la República de Guatemala.

3.2 Objetivos Específico

- Investigar, a través de referencias bibliográficas, acerca de el diseño de materiales en libros e internet para desarrollar el siguiente proyecto.
- Recopilar información, acerca de la problemática de comunicación y diseño en el manejo de la publicidad de las carreras anteriores, para que ayude a desarrollar y complementar el tema propuesto por el cliente.
- Crear un imagotipo con el nombre de la carrera para implementarlo en la publicidad que se difundirá en las redes sociales a los oyentes de la emisora.
- Ilustrar, por medio de fotografías e íconos, las imágenes que se implementarán en la publicidad de las redes sociales para darle nueva imagen, mayor emotividad y realismo al material a desarrollar y que va ir dirigida a los oyentes y seguidores de la emisora.
- Elaborar un afiche publicitario para promocionar, a través de las redes sociales, la carrera de atletismo a todos los corredores y/o deportistas de Guatemala.
- Desarrollar un material informativo digital para aconsejar acerca de la preparación que se debe obtener previo a una carrera de atletismo a los futuros participantes.

Capítulo IV

Marco de Referencia

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente:

Cliente:

Asociación de Comunicaciones Culturales Cristianas (Radio Cultural TGN)

Dirección:

4ª. Avenida 30-09 zona 3

Teléfono:

2207-7700

Correo Electrónico / Sitio Web:

tgn@radiocultural.com / www.radiocultural.org

Historia:

Radio Cultural TGN ha estado al servicio de la iglesia evangélica y del pueblo de Guatemala, transmitiendo Gratas Noticias desde el 6 de agosto de 1950. Como la primera emisora evangélica en el país, Radio Cultural TGN ha sido un factor significativo en el crecimiento de la Iglesia, tanto numérico como espiritualmente. Radio Cultural posee gran audiencia tanto a nivel nacional como internacional, en donde se incluyen todos los estratos sociales y educativos, además de los espirituales.

Aparte de su labor espiritual y educativa, la emisora se ha identificado con la población afectada por desastres naturales, como el devastador terremoto de 1976, el Huracán Mitch (1998), Huracán Stan (2005) y muchos más, canalizando hacia ellos ayuda de todo tipo.

El edificio de la Radio, ubicado en la zona 3 capitalina, fue inaugurado en 1974 e incluye en su interior los estudios y oficinas, además de salones que sirven para reuniones de diversos grupos. En 1980 se logró trasladar la planta de transmisión al Cerro de Anacoche, en San Pedro Sac. Guatemala, lo que mejoró significativamente la cobertura en AM y FM.

Desde 1998, por cambios en la política de gobierno en cuanto a la radiodifusión, esta emisora se vio obligada a comprar frecuencias a través de subastas e instalar repetidoras para no perder su alcance.

Gracias a la generosidad de los oyentes se ha logrado adquirir 17 frecuencias regionales y 6 municipales, con una inversión de mas de Q10 millones. Radio Cultural TGN difunde programas que enseñan, edifican e inspiran tanto a nivel nacional como internacional, en AM, FM, onda corta, internet y a través de su red de repetidoras.

Logotipo:



Análisis FODA:

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Buena participación de corredores en cada edición.• Cuentan con el apoyo y patrocinio de diversas marcas.	<ul style="list-style-type: none">• Obtener más corredores y aumentar su participación en el mercado de atletismo.• Explotar el uso del Sitio Web y Redes Virtuales.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de personal y lugar estratégico para el área de inscripción• No manejan mucha publicidad.	<ul style="list-style-type: none">• Otra carrera de atletismo el mismo día.• Falta de comisión de administración de redes sociales y sitio web.

Capítulo V

Definición del Grupo Objetivo

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

El siguiente proyecto fue desarrollado para personas ubicadas en toda la República de Guatemala, comprendidas entre las edades de 14 a 60 años, hombres y mujeres (según la categoría), que se encuentren en un nivel socioeconómico D, C-, C y que entre la realización de todas sus actividades practiquen deporte, en especial el atletismo.

5.1 Perfil Geográfico: La emisora tiene alcance en toda la República de Guatemala.

- **Superficie:** 108,889 km²
- **Censo:** 15,806,675 est. hab.
- **Densidad:** 142.6 hab./km²
- **Clima:** Cálido / Templado.

5.2 Perfil Demográfico:

- **Nivel Socioeconómico:** D, C-. C.
- **Nivel Educativo:** Primaria completa, media completa, superior y licenciatura.
- **Género:** Masculino y femenino
- **Ciclo de Vida:** Solteros(as), casadas (as),
- **Familia:** Familias que tengan de 2 miembros en adelante.
- **Ocupación:** Obrero, comerciante, vendedor, dependiente, y ejecutivo.
- **Origen Étnico:** Ladinos.
- **Edad:** De 14 a 60 años

Fuente: *Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex*

5.3 Perfil Psicográfico:

- **Actividades:** Realizan paseos con la familia, salen a divertirse, comparten en casa todos juntos, hacen deporte, entre otras actividades más.
- **Diversión:** Centros comerciales, parques, estadios, cine y parques temáticos locales.
- **Bienes de Comodidad:** Teléfono, cable, televisión, electrodomésticos básicos, celular, lavadoras de ropa, computadora familiar, internet y equipo de audio.

5.4 Perfil Conductual:

- Al momento de observar el material publicitario en las redes sociales, las personas desearán prepararse físicamente y participar en la carrera de atletismo.

Capítulo VI

Marco Teórico

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio:

6.1.1 Carrera: La Real Academia Española (RAE) lo define como la acción de correr en un lugar determinado.

Una carrera se puede definir como una competición deportiva, en la que los participantes corren con el objetivo de cumplir con la trayectoria estipulada por los organizadores en menor tiempo.

6.1.2 Atletismo: La palabra atletismo proviene del griego “athlos” (αθλος), que significa lucha. Es considerado como uno de los deportes mas antiguos y practicados de la historia humana. Las huellas de las actividades atléticas se pueden hallar bajorrelieves egipcios remontados en el año 3,500 a.C.

Las primeras competencias se registran en el año 776 a.C. en los primeros Juegos Olímpicos en Grecia, en la que se desarrollo la actividad del pentatlón compuesta por lanzamientos de disco, jabalinas, salto de longitud, lucha libre y carrera del stadion.

El atletismo creció en Europa y América, iniciando en 1896 en Atenas, los Juegos Olímpicos de la era moderna, siendo totalmente diferente a los desarrollados por los griegos.

En Guatemala, los primeros que impulsaron este deporte fueron: El Coronel Guillermo Estrada, Max Tott, Miguel Rabano y Guillermo Rojas celebrando en 1983, los primeros juegos atléticos. Entre los años de 1945 y 1946 se creó la Federación Nacional de Atletismo. Los primeros guatemaltecos más destacados en el área internacional fueron Doroteo Guamuch Flores (más conocido como Mateo Flores) y Luis H. Velásquez.

6.1.3 Promoción: La promoción forma parte de una mezcla de marketing, que en conjunto con otras herramientas (Producto, Precio, Plaza), determinan la respuesta del mercado meta para las empresas.

Se puede definir como el conjunto de métodos o actividades que persuaden e informan a un grupo de personas (grupo objetivo), sobre los productos y/o servicios que ofrece una empresa.

(<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>)

Kotler Philip, Cámara Dionisio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio en su libro de “Dirección de Marketing”, (2000), la describe como la cuarta herramienta del Marketing Mix que incluye actividades que desarrollan las empresas para comunicar sus productos y persuadir al público objetivo para que adquieran el producto.

6.1.4 Redes Sociales: Son comunidades virtuales que favorecen la comunicación e interacción entre personas alrededor del mundo. Se basa en una teoría llamada “Seis grados de separación”, en la que se afirma que todos estamos conectados a una red de 6 personas máximo. Un mensaje puede llegar a difundirse en todo el mundo por medio de los intermediarios o contactos que existan en nuestra red.

Existen 3 tipos de redes sociales:

- Las Redes Sociales Genéricas: siendo estas las mas conocidas Facebook, Tuenti, Google +, Twitter o Myspace
- Las Redes Sociales Profesionales: en la que sus miembros se conectan por temas laborales. Las más conocidas son: LinkedIn, Xing y Viadeo.
- Las Redes Sociales Verticales o Temáticas: basadas en un tema en común. La más famosa es Flickr.

6.1.5 Radio: Medio de Comunicación caracterizado por su impacto en el manejo de la diversidad de lenguaje. La radio tiene su origen en 1909, surgiendo de la unión de dos inventos: el teléfono y la telegrafía sin hilos. En 1920 se instaló en los Estados Unidos la primera estación radial y en España la primera emisora se instaló en 1924.

Con el pasar del tiempo se han hecho mejoras en la modulación de frecuencias (FM), el magnetófono, la estereofonía y los transistores han aumentado en calidad

y ligereza. Actualmente la calidad ha ido mejorando con el uso de tecnología digital logrando un alcance a través de Internet.

El proceso de transmisión se realiza por medio de la voz, emitiendo ondas moduladas y amplificadas que hacen producir oscilación electromagnética en la antena de la emisora. La oscilación es captada por el receptor, el cual realiza todo un proceso para que la que onda del sonido pueda ser audible.

Existen 3 tipos de emisoras radiofónicas:

- Según su cobertura:
 - FM (Modulación de frecuencias): tiene una cobertura espacial limitada, la emisión de sonidos es de mayor calidad, y la propagación de las ondas es en línea recta por su limitada recepción por la curvatura de la Tierra.
 - AM (Modalidad de Amplitud): Sus medios técnicos son mas costosos y la onda que emiten son medianas y largas.

- Según su titularidad:
 - Pública: Pertenecen al Estado o otra institución oficial. Algunas se financian por el presupuesto asignado por el organismo o institución a la que pertenecen.
 - Privada: Pertenecen a propietarios particulares o empresas. Se financian por medio de la publicidad.

- Según su contenido:
 - Generalista o Convencional: Su programación es variada, satisfaciendo a cantidad de personas.
 - Temática o Especializada: Se dirigen a un público determinado al usar un mensaje especializado.

Las emisoras radiofónicas están organizadas de la siguiente manera:

- Cabina de Grabación: Donde se producen los mensajes orales. La persona importante en la cabina es el locutor, es importante que tenga la capacidad de comunicarse, buen nivel de lectura, buena dicción, y que sepa improvisar.
- Control: Es una sala donde se producen las mezclas de sonido y se verifica la calidad de los mensajes que se efectúan.
- Discoteca: Es un archivo que contiene discos, cintas y compactos que utiliza la emisora.
- Sala de Redacción: Lugar donde se desarrollan los mensajes que serán grabados.

La programación radiofónica está constituida de la siguiente manera:

- Matutinos: Se manejan segmentos más informativos y se utiliza un tono de voz frío.
- Vespertino: Se manejan segmentos estilo revista, en la que el tono de voz es amistoso y de diálogo.

- Nocturno: Se maneja una programación más íntimo con un tono de voz cálido.

La programación radiofónica se divide en:

- Informativos: Espacios que se ofrecen para transmitir noticias relevantes ocurridas en el día.
- Culturales: Programas con temas de interés general, al ampliar el conocimiento de los oyentes
- Musicales: Programas de presentación musical en el que se pueden presentar y analizar las obras.
- Concursos: Programas de juegos, superados por los oyentes para conseguir algún fin.
- Consultorios: Programas que resuelven dudas al aire sobre temas de medicina, aspectos sexuales, jurídicos, finanzas, entre otros temas.

En Guatemala, Julio Caballeros, por medio de la aprobación del presidente Lázaro Chacón y el Director General de Telégrafos, desarrolló el diseño y la construcción del primer transmisor de radiodifusión. El 8 de diciembre de 1929 se constituyó a la TGA como la emisora pionera en el país. El 15 de septiembre de 1930 se realiza la primera transmisión radial desde la emisora TGW, La voz de Guatemala.

El 30 de junio de 1931 surge la primera emisora comercial llamada TGC Vidaris, luego en 1937 nace la TG1/TG2 Radio Morse y en 1947 la Radio Panamericana caracterizada por expandir la cultura y valores patrios del país a través programas musicales compuesta de las mejores marimbas.

Hasta el año de 1948 se desarrollaron radioteatros, periódicos radiales, radio novelas entre otros elementos radiales. De 1970 a la fecha, las radios se convirtieron en medios mercantiles, caracterizándose a lo que fueron diseñadas.

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: Según la Real Academia Española (RAE), la comunicación es la acción y efecto de comunicar o comunicarse. También lo define como el trato entre dos o mas personas.

Según Willman, Hector Maldonado en su libro “Manual de Comunicación Oral” (2009), lo define como un proceso para transferir mensajes (ideas o emociones) mediante signos entre el emisor y el receptor.

Con base a los conceptos anteriores, la comunicación se puede definir como un proceso para intercambiar mensajes, ideas y emociones entre dos o mas personas.

Procesos de comunicación:

- **Emisor:** El emisor es quien inicia el proceso de comunicación, ya que es el primero en emitir el mensaje.
- **Mensaje:** El mensaje es la información transmitida entre el emisor y el receptor.
- **Receptor:** Es la persona que recibe el mensaje.
- **Código:** Son conjuntos de signos y símbolos que se combinan para dar a conocer algo.
- **Canal:** Es el medio por donde se transmite el mensaje.

- **Ruido:** Es la interferencia que afecta y evita que el mensaje llegue con claridad.

6.2.1.2 Comunicación Verbal: Es la forma de comunicación más utilizada, ya que se basa en la palabra para transmitir el mensaje. La comunicación verbal puede ser oral o escrita pero para que sea efectiva debe ser clara, precisa y bidireccional.

Este tipo de comunicación resulta ser confusa por tal motivo se debe considerar el conocer bien el tema que estemos hablando, ser específicos a la hora de comunicarnos y organizar bien nuestras ideas y pensamientos antes de hablar.

6.2.1.3 Comunicación No Verbal: Se puede desarrollar por medio de acciones, movimiento corporal (postura, gestos, ademanes), expresiones faciales, etc. Este tipo de comunicación se produce sin pronunciar, ni escribir palabra alguna; se manifiesta con mayor claridad y de forma descriptiva. Se caracteriza por su valor, tanto emocional como del estado interno.

6.2.1.4 Comunicación Gráfica: Los gráficos e ilustraciones se utilizan para transmitir una idea o mensaje. Las organizaciones emplean los logotipos, iconos, tipos de gráficos como parte de la actividad de

comunicación. La comunicación gráfica son el complemento de la comunicación verbal.

6.2.1.5 Comunicación Corporativa: Domina la comunicación institucional. Son elementos o estrategias que utilizan las empresas u organizaciones para alcanzar sus objetivos finales y llegar a sus públicos.

6.2.1.6 Comunicación Social: Es el estudio entre los cambios sociales y comunicativos. Es un herramienta fundamental en el manejo de la opinión pública. La adecuada comunicación puede crear diálogos favorables entre los diversos sectores sociales para lograr el fortalecimiento de la democracia de un país, al promover la participación de los mismos.

6.2.1.7 Comunicación Intercultural: Es la interacción e interrelación entre personas de diversas culturas. Se encarga de producir lineamientos para que esta comunicación se pueda desarrollar.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño gráfico

6.2.2.1 Diseño: Es una actividad creativa que busca una solución en cualquier campo. Se puede emplear en el área de las artes, arquitectura, diseño, entre otras disciplinas. El diseño es la representación mental de algún objeto plasmado en formatos gráficos.

6.2.2.2 Material Publicitario: Son obras audiovisuales y gráficas constituidos por los mensajes publicitarios difundidos en cualquier medio. Es una categoría del Marketing que recurre a la publicidad para generar la permanencia de la marca al reproducir la información de la marca o producto.

6.2.2.3 Diseño Gráfico: Es la solución de problemas de forma gráfica. También se puede definir como el proceso de programar, proyectar y organizar los objetos visuales que comunicarán mensajes específicos a públicos determinados.

Lo que busca el diseño gráfico es transmitir y/o comunicar de forma visual, los mensajes de forma clara y directa al utilizar elementos gráficos que le den forma al mensaje y sea fácil de entender por los destinatarios.

6.2.2.4 Diseño Editorial: Es una rama del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de libros, revistas, periódicos, manuales, etc. El diseño editorial incluye el diseño interior y exterior de los textos manteniendo la estética del mismo y teniendo en cuenta las condiciones de impresión.

Unna, Jorge de Buen en su libro “Manual de Diseño Editorial” (2000), menciona que el diseño editorial debe reflejar las ideas que el autor quiere dar a conocer, no al diseñador y que esto solo se consigue con belleza, variedad y dignidad.

6.2.2.5 Diseño Web: Es el proceso de conceptualizar, planificar, modelar y ejecutar las páginas web. También se puede definir como la estructura de los elementos gráficos de sitio web que expresan la identidad visual de una empresa.

El diseño web mas que un diseño funcional es un diseño visual y su principal objetivo es organizar los elementos gráficos e informativos que resalten las características de una empresa.

Perera, Mamen en el “Gran Libro de Diseño Web” (2012), menciona que el diseño web nació durante la creación de la World Wide Web (www) de

Tim Berners-Lee y que surgió por la necesidad de llevar un simple texto al reino del diseño gráfico.

6.2.2.6 Diseño Publicitario: Es la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas que incluyen el soporte para otros medios visuales como la televisión e internet. Existen 4 elementos fundamentales que se deben tomar en cuenta antes de desarrollar un diseño publicitario: El producto a desarrollar, público objetivo, medios por la cual se va a difundir y la competencia.

El diseño publicitario esta comprendido en: Carteles publicitarios, Folletos, Flyers, Publicidad Exterior, Packaging y diseños de logotipos.

6.2.2.7 Tipografía: Palabra griega proveniente de la unión de 3 componentes: del vocablo “tipos” que significa molde, del concepto “graphos” que se traduce como escribir o grabar y del sufijo “ia” equivalente a cualidad o acción.

El diccionario “Santillana” lo define como un sistema de impresión que contiene todos los tipos grabados en relieve y que posteriormente son aplicados directamente por presión en el papel.

Kane, John en su libro “Manual de Tipografía” (2012), nos menciona que la tipografía es un conjunto de signos que hace visible el lenguaje. También nos hace saber que trabajar con la tipografías es esencial para la creación de un diseño eficaz.

6.2.2.8 Diagramación: Conocido también como maquetación, es un oficio del diseño editorial, encargado de organizar y/o distribuir los contenidos escritos, visuales y audiovisuales en elementos impresos y digitales como libros, revistas, diarios, etc.

6.2.2.9 Elementos Visuales:

- **Forma:** Es la identificación de lo que percibimos. También se puede definir como la represión gráfica de un objeto.

- **Tamaño:** Es la relación entre una forma y otra. Pueden establecerse formas de mayor y menor tamaño en la comparación de objetos.

- **Color:** Es una sustancia preparada para la pigmentación de un objeto. Se distingue por su variación tonal y cromatismos.

- **Textura:** Referente a la superficie de una forma. Pueden ser planas, rugosas, suaves, entre otras pero siempre son sensibles a la vista y el tacto.

6.2.2.10 Elementos Conceptuales:

- **Punto:** No posee un largo o ancho, y puede definir una posición. Es el inicio y final de una línea, el que indica en que momento una línea se puede cruzar o encontrar con otra.
- **Plano:** Es la recorrido de una línea en movimiento, no posee grosor pero si anchura, largura, posición y dirección.
- **Volumen:** Se encuentra limitada por planos. Se puede definir como el recorrido de un plano en movimiento y posee un lugar en el espacio.
- **Línea:** Tiene largo, pero no ancho. Posee posición y dirección. Se limita por puntos formando un borde en un plano.

6.3 Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias:

6.3.1 Ciencias:

6.3.1.1 Psicología: El psicólogo austriaco H. Rohrer, lo define como una ciencia que estudia e investiga los procesos y estados conscientes, así como sus orígenes y defectos.

Sigmund Freud, Alfred Adler, Carl Gustav Jung y Jean Piaget son considerados como los pioneros en el estudio de esta ciencia.

Morris, Charles G. y Maistro, Albert A. en su libro llamado “Psicología” (2010), exponen que esta ciencia trata de describir y explicar los aspectos del pensamiento, sentimientos, percepciones y acciones humanas. También menciona que se basa en el método científico para encontrar respuestas a diversas preguntas humanas.

6.3.1.2 Psicología del Color: Es un campo de estudio que se enfoca en analizar los efectos de los colores en la percepción y comportamiento humano. Es considerado habitual en el diseño arquitectónico, la moda, la señalética y la publicidad.

Según el poeta y científico alemán Von Goethe, Johann Wolfgang (1749 – 1832) en su tratado “Teoría del Color” expone su oposición a la visión física de Isaac Newton, y propone que el color depende de la percepción

humana en la que se involucra al cerebro y a los mecanismos del sentido de la vista.

6.3.1.3 Psicología de la Consumidor: Es una disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en su decisión de compra. Esta conducta esta basada por dos teorías que se encuentran dentro del enfoque psicológico: La teoría del Conductismo, desarrollada por el Dr. Watson en la que trata de relacionar el comportamiento de compra con la formula de estímulo-respuesta y la Teoría de la Influencia Social que se basa en la influencia que ejerce la sociedad en una persona.

El comportamiento del consumidor se determina por dos variables psicológicas: Las variables externas y variables económicas. Las variables externas recogen las influencias de su entorno y las variables económicas a las del poder adquisitivo

Abraham Maslow, estableció una jerarquía de las necesidades (fisiológicas, de seguridad, sociales, estima, y autorrealización) que motivan al consumidor a la acción de compra por una necesidad insatisfecha.

6.3.1.4 Psicología de la Comunicación: Es un área de la psicología social que estudia el comportamiento humano y sus interrelaciones con la sociedad en la que incluye todo aquellos que comunica (ideas, datos, conceptos, etc), cumpliendo con la recepción y emisión de mensajes.

Trata de conocer aquellos aspectos que intervienen en el proceso de la actividad de comunicación.

6.3.1.5 Sociología: Es una ciencia dedicada a la investigación del comportamiento humano dentro de un contexto histórico-cultural. Su objeto de estudio se centra en el desarrollo y estructura de la sociedad.

Se considera que el filósofo Augusto Comte en 1838, estipulo el concepto de esta ciencia. Por otro lado el sociólogo alemán Max Weber, concibe que esta ciencia se enfrenta a la acción social desde un enfoque interpretativo para expresar su desarrollo y sus efectos.

6.3.1.6 Andragogía: Es una ciencia y arte que forma parte de la antropología. Se encarga de comprender al adulto, desde todos sus componentes humanos (sociales, biológicos, sociológicos).

El Ministerio de Educación en España publicó un libro llamado “Fundamentos de la Educación de Personas Adultas” en la que define a la

andragogía como una pedagogía invertida. También hace mención que la educación adulta debe construirse sobre situaciones y no sobre temas.

6.3.1.7 Antropología: Es el estudio del contexto cultural y social del ser humano. De la misma manera incluye el estudio del origen del hombre, su desarrollo como una especie social y los diversos cambios de conducta que experimenta a lo largo del tiempo.

Se considera que en 1749 el escritor, naturalista, botánico, entre otras profesiones, Georges-Louis Leclerc, fue el primero en postular a la antropología como una disciplina independiente.

En un inicio, el objeto de estudio de la antropología, se centraba en el conocimiento de la cultura, entendiéndose las costumbres, tradiciones, creencias, morales, etc. que adoptaba el hombre. Pero a lo largo del tiempo su estudio se centro en las manifestaciones que mostraba el ser humano en el medio al cual pertenece, siendo la cultura el diferenciador de cada persona.

6.3.1.8 Semiología: Ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. Esta ciencia forma parte de la comunicación, ya que analiza los diversos signos lingüísticos y símbolos que utiliza el ser humano para comunicarse.

Ferdinand de Saussure (1857-1913) y Charles Peirce (1839-1914), fueron dos grandes autores que aportaron sus diversos conocimientos lingüístico a la formación de la semiología. Por un lado Peirce la visualiza como la teoría general de los signos, mientras tanto Saussure la propone como una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social.

6.3.1.9 Semiología de la imagen: Estudia el signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. Analiza los colores, formas, composiciones e íconos.

6.3.1.10 Etnografía: Es considerada como una rama de la antropología, que estudia e investiga las prácticas culturales y los comportamientos sociales de los diversos grupos humanos, tales como su identidad y estilo de vida.

Su estudio permite conocer la identidad de una comunidad humana y también se puede utilizar en otras ciencias como la sociología. Se considera que el antropólogo Broinslaw Malinowski, es el padre de la etnografía. Siendo esta ciencia parte de la antropología y sociología; el sociólogo Anthony Giddens la describe como el estudio de personas durante cierto tiempo, en la que utilizan la observación y el trabajo de campo para conocer su comportamiento desarrollado en una cultura.

6.3.1.11 Tecnología: Proviene del griego Tekne (Técnica, oficio) y logos (ciencia, conocimiento). Es considerado como consecuencia de la ciencia y la tecnología.

Forma parte de una serie de técnicas, conocimientos y procesos que son parte del diseño y construcción de objetos para satisfacer las necesidades humanas.

6.3.2 Artes:

6.3.2.1 Dibujo: Es una representación gráfica en dos dimensiones sobre objetos e ideas empleadas a mano. Para realizarlo se deben utilizar el papel (como un soporte) y lápiz (como el instrumento). El dibujo inicia en la época prehistórica con los grabados que realizaban en las cuevas.

Se puede establecer como un medio para comunicarse, ya que no depende de un idioma para que sea comprendido.

6.3.2.2 Fotografía: Es el arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, las imágenes recogidas de una cámara oscura.

La fotografía también es como conocida como el arte de obtener imágenes visualmente duraderas que van fijadas en una capa de material que es sensible a la luz.

6.3.2.3 Ilustración: La Real Academia Española lo define como la acción y efecto de ilustrar. Al mismo tiempo lo define como una estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro.

La ilustración fue desarrollada en el siglo XVIII, como un movimiento filosófico donde resaltaba la razón.

6.3.2.4 Música: Según la Real Academia Española, la música es la combinación de melodía, ritmo y armonía. También lo define como una sucesión de sonidos modulados para la recreación del oído.

La música es el arte que se utiliza para expresar diversos sentimientos y que posteriormente son plasmados en una composición musical.

6.3.3 Teoría:

6.3.3.1 Teoría del Color: Se centra en las diversas técnicas de mezcla de color manteniendo la armonía, estética visual, las frecuencias de colores, y la construcción del color.

Lo que busca la teoría del color es formar resultantes de las diversas mezclas de los colores primarios, secundarios y terciarios. Su aplicación puede darse en diversas áreas como en el de bellas artes, diseño arquitectónico, gráfico, modas, entre otras áreas del diseño.

6.3.3.2 Teoría de la Comunicación: Estudia la capacidad que tiene el ser humano de intercambiar información con otras personas. El objetivo de estudio es la comunicación.

Esta teoría trata de explicar como es que el ser humano inicia la actividad de comunicación con su entorno.

6.3.3.3 Técnicas de Investigación: Son procedimientos que nos permiten acceder y comprender ciertos conocimientos. Estas técnicas se pueden desarrollar por medio de encuestas, entrevistas, observaciones entre otros métodos.

Los pasos que se utilizan en este tipo de investigación son: Tema, Delimitación del Tema, Formulación del Problema, Resolución del Problema Empíricamente, Determinación de las Unidades de Análisis y Recolección de Datos, Análisis de los datos e Informe Final.

6.3.4 Tendencias:

6.3.4.1 Geometrismo: El geometrismo se guía por la abstracción (algo sin representar) y la simplificación.

Hauser, Arnold autor del célebre libro “Historia Social de la literatura y el arte” (1978), afirma que el geometrismo es una representación estilizada, y no fiel a la naturaleza.

- **6.3.4.2 Flat Design:** Se caracteriza por ser y manejar un diseño plano y sencillo pero lleno de color.

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:

- **Ciencias:**
 - **Psicología:** Es una ciencia que permite conocer los pensamientos, sentimientos, percepciones y acciones de los humanos lo cual servirá para medir y estudiar sus diversas reacciones frente al material a presentar.
 - **Psicología del Color:** Permite conocer la forma en la cual, los colores del material, afectan e influyen en los ánimos y sentimientos del grupo objetivo.
 - **Psicología del Consumidor:** Esta ciencia se utilizó para estudiar a los consumidores (que opinan sobre los costos se manejan en otras competencias y lo que ofrecen) y crear estrategias que permitieran llegar hacia ellos e influir en su decisión de compra (participación).
 - **Psicología de la Comunicación:** Saber cómo dirigir y manejar la comunicación tanto para una persona, como para grandes masas.
 - **Sociología:** Esta ciencia permite conocer el comportamiento, y desenvolvimiento que tiene el ser humano dentro de una sociedad, sus actitudes, preferencias, pero específicamente dentro del ámbito deportivo y que pueda generar una mayor participación.
 - **Andragogía:** Permite conocer y comprender al adulto y manejar equidad del enfoque en el diseño.

- **Antropología:** Conocer el contexto cultural y social a través de la historia del ser humano dentro del campo deportivo y cómo ha sido transformado a lo largo del tiempo.
 - **Semiología:** Ampliar la visión de los elementos y recursos que se utilizaron en el material desarrollado.
 - **Semiología de la Imagen:** Crear una composición anímica y unánime partiendo de la utilización de elementos como el color, forma, íconos etc.
 - **Etnografía:** Siendo parte de la antropología y sociología, permite estudiar el comportamiento y desarrollo de los diversos grupos de corredores (expertos, primarios, etc.) para atraerlos al evento.
 - **Tecnología:** Recurso para desarrollar y distribuir el material del evento (por medio de las redes sociales), que servirá para darlo a conocer e invitar a las personas a participar.
- **Artes:**
 - **Dibujo:** Realizar una representación gráfica de cómo será todo el material a desarrollar, al igual que todos los elementos que incluya el mismo.
 - **Fotografía:** Fijar aquellas imágenes que le darán mayor realce y realismo al material, lo que permitirá darle mayor imagen y mejor presentación.
 - **Ilustración:** Permite adornar el material, darle mayor descripción y dinamismo.

- **Teorías:**

- **Teoría del Color:** Utilizar correctamente una paleta del color, a fin de crear adecuada buena armonía y estética visual.
- **Teoría de la Comunicación:** Saber cómo iniciar adecuadamente la comunicación, conocer la forma correcta de dirigir el mensaje para crear una interacción con los seguidores de la emisora y personas a fines.
- **Técnicas de Investigación:** Realizar la validación del material propuesto al público objetivo, expertos y cliente.

- **Tendencias:**

- **Geometrismo:** Darle una tendencia mas actual, se utilizaron triángulos, cuadrados, rectángulos, círculos, al igual que otros elementos que resaltan y marcan esta tendencia.
- **Flat Design:** Concepto más plano, mas sencillo pero con mucho color.

7.2 Conceptualización:

7.2.1 Método: Los métodos empleados para obtener la definición de las ideas que fundamentan y sustentan la propuesta de diseño, son los siguientes:

- **Mapas Mentales (Mind Maps):**

Es una técnica popularizada por el investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la “Brain Foundation”, Tony Buzan. Los mapas mentales permiten explorar el problema y generar distintas ideas que ayuden a la solución del problema.

Procedimiento:

- Se toma una hoja de papel.
- En el centro de la hoja, se escribe el problema o asunto importante.
- Los temas principales relacionados con el problema deben ramificarse del centro.
- De los temas anteriores pueden surgir palabras claves que se escribirán sobre líneas abiertas.
- Las ramificaciones forman una estructura relacional.

Proceso creativo a realizar:



- **Ojos Limpios (Fresh Eyes):**

Es una técnica que busca producir ideas de personas ajenas al objetivo creativo. Estas ideas suelen ser frescas, creativas, limpias y puras, ya que las mentes no se encuentran “condicionadas” por el problema. Se desconoce el autor de esta técnica, pero fue extraída de la página www.neuronilla.com

Procedimiento:

- Se describe el objetivo creativo por escrito
- Se presentan a personas con nada o poca relación con el problema y se les pide que escriban ideas.
- Se reúnen las ideas y se evalúan para aplicarlas en el objetivo creativo.

Proceso creativo de material a realizar:

- Objetivo Creativo:
 - Diseño de material publicitario para promocionar, a través de redes sociales, la carrera de atletismo “Mi Meta es Jesús”, que realiza anualmente Radio Cultural TGN.
- Ideas:
 - Creativos
 - Innovador

- Llamativo
- Información Completa
- Moderno
- Expectativos

7.2.2 Definición del Concepto: “Carrera de Atletismo: Mi Meta es Jesús”. Esta frase en el proyecto tiene mucha importancia porque es el nombre con que se identifica y distingue de las demás carreras, además se utilizará y aplicará como imagen visual en toda la publicidad.

¿Por qué la frase “Mi Meta es Jesús”? Esta frase proviene de un versículo de la Biblia que se encuentra en Filipenses 3:14 en la que nos enseña que la vida es como una carrera de verdaderos atletas, que cada día debemos de luchar por alcanzar el mejor premio. Para ello necesitamos ejercitarnos cada día, despojarnos de todo peso y obstáculos, de tal forma de poder correr limpios y disciplinados, considerando que él nos va a dar el mejor premio por nuestro esfuerzo diario que es la salvación y la vida eterna en él.

7.3 Bocetaje:

- **Tabla de requisitos**

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Crear distinciones entre ciertas secciones e información importante del material.	Ilustrador: rectángulos, líneas, fondos y plecas	Frescura
Tipografía	Generar jerarquías entre los títulos y la información del material.	Ilustrador: 2 a 3 tipografías.	Modernidad y Alegría
Ilustraciones	Ejemplificar mejor la información detallada en el material	Ilustrador: Dibujos vectoriales	Anímico
Ilustraciones con fotografías	Describir el tipo de evento a realizar.	Cámara Fotográfica	Participación

7.3.1. Boceto a base de dibujo natural

Imagotipo (Primeros trazos): que funcionará como la imagen de la carrera.

① **15** ^{ava.} Carrera de Atletismo
"Mi Meta es Jesús"

② **15** ^{ava.} Carrera de Atletismo
"Mi Meta es Jesús"

③ **15** ^{ava.} Carrera de Atletismo
"Mi Meta es Jesús"

No utilizar el No. 15
confunde con los kms a
recorrer.

① "Mi Meta es Jesús" ^{Edición 15.0} Carrera de Atletismo

② "Mi Meta es Jesús" ^{Edición 15.0} Carrera de Atletismo

→ Utilizar = carrera de Atletismo
"Mi Meta es Jesús" Edición 15

3

Campera de
Atletismo
" Mi Meta es JESÚS " Edición 15.0

4

Carrera de Atletismo
Mi Meta es JESÚS Edición 15

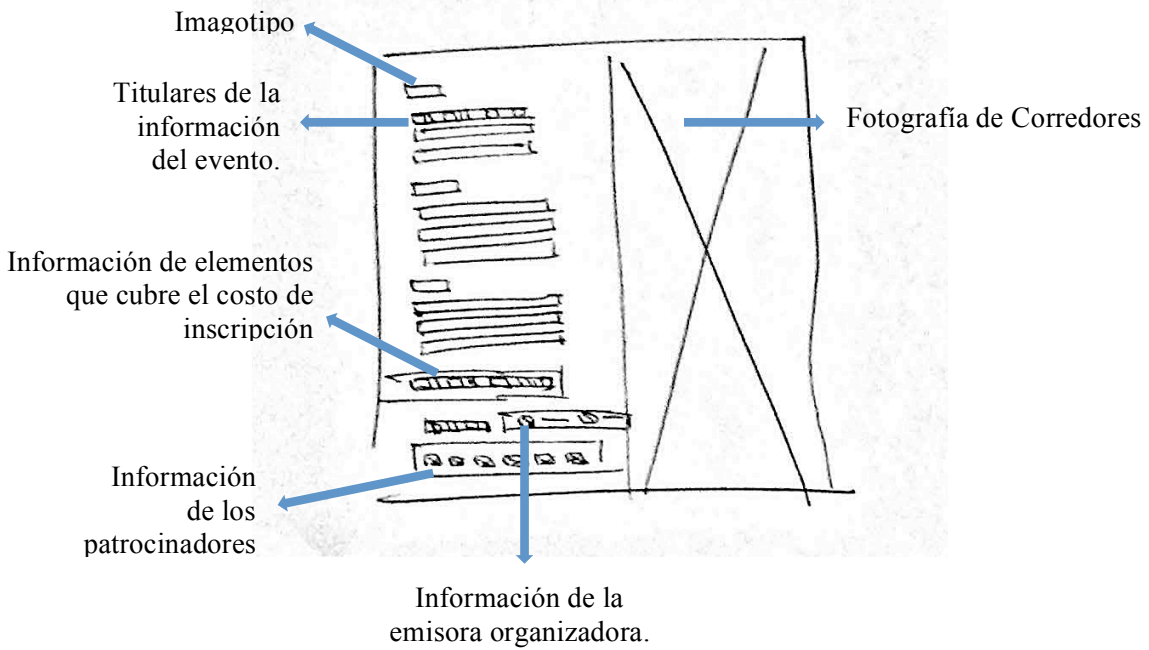
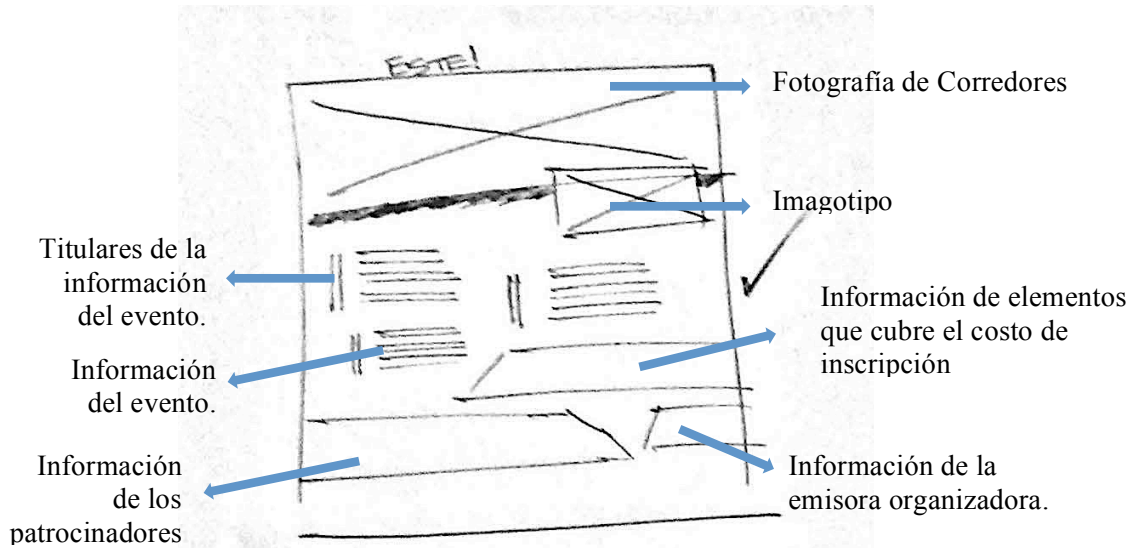
Edición 15
Carrera de Atletismo
Mi Meta es JESÚS

5
Mi Meta es JESÚS
Carrera de Atletismo Edición 15

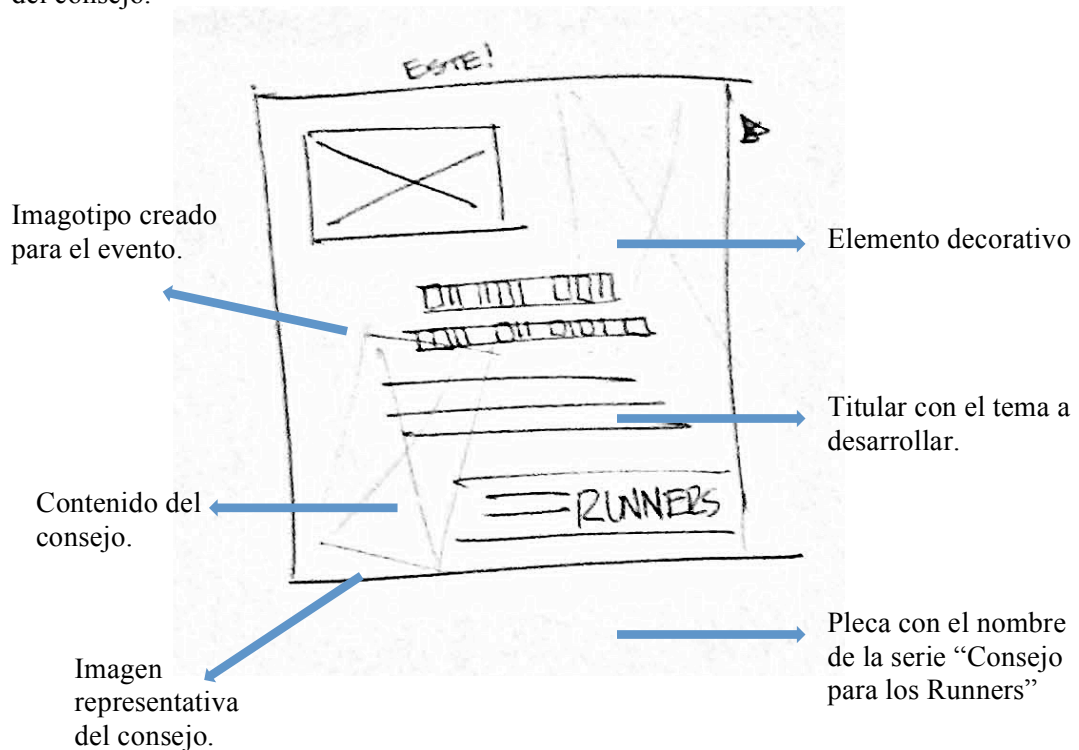
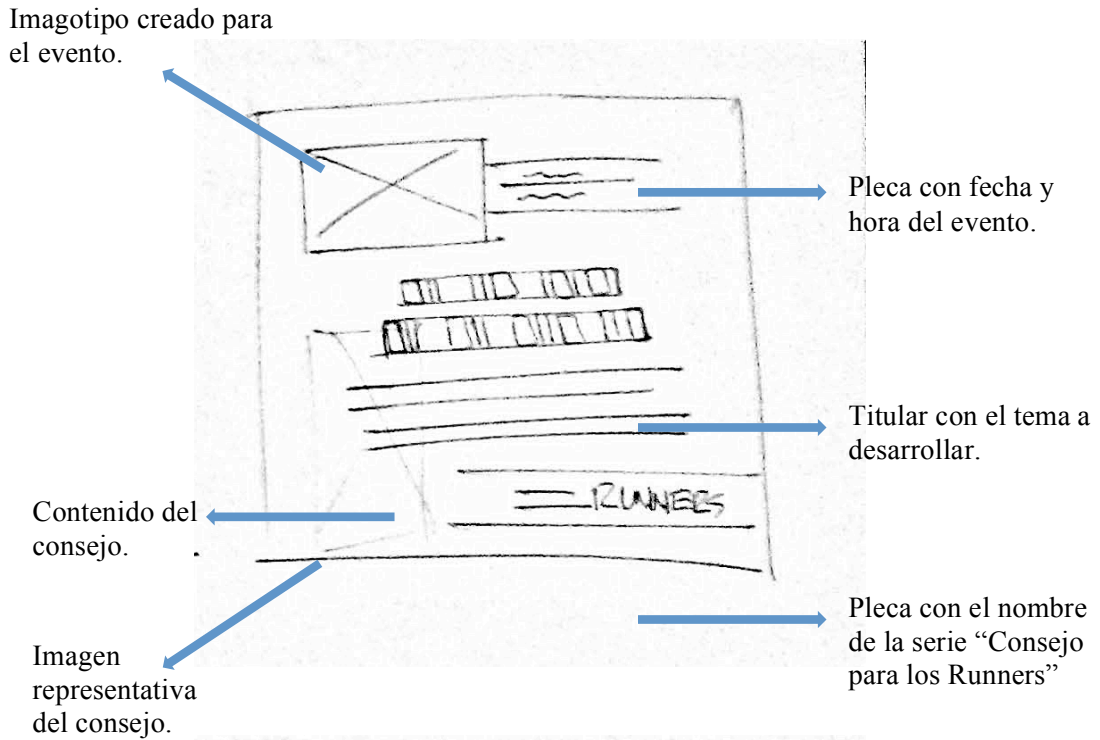
6
Carrera de Atletismo
Edición 15
Mi Meta es JESÚS

Carrera de Atletismo
Mi Meta es JESÚS Edición 15

Afiche Redes Sociales (Primeros trazos): Se desarrollará en las medidas recomendadas para las publicaciones con imágenes en fb (4x4 pulg.).



Mensajes para los Runners (Primeros trazos): Al igual que el afiche para las redes sociales, se desarrollará en las medidas recomendadas para las publicaciones con imágenes en fb (4x4 pulg.).

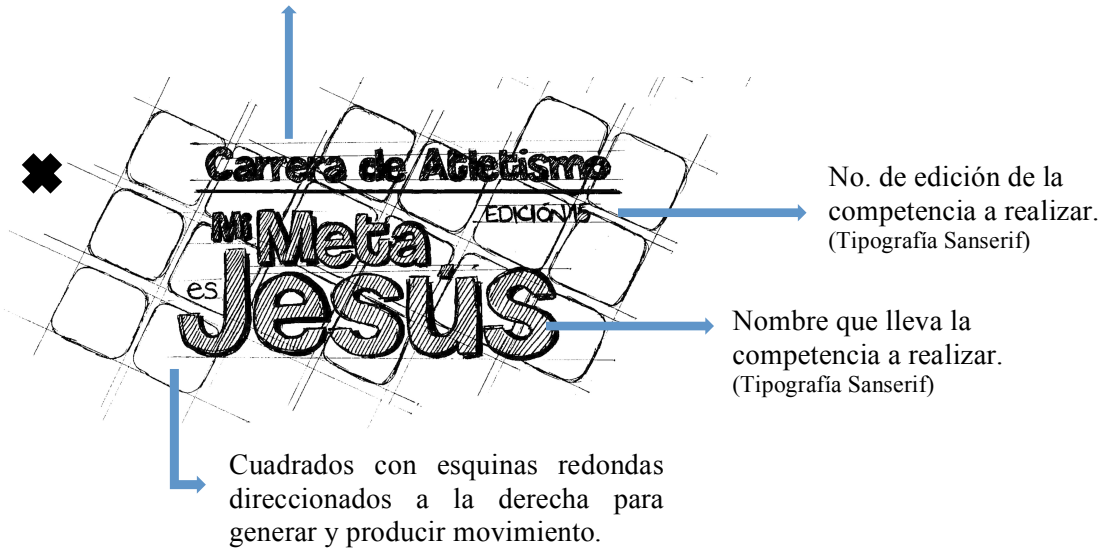


7.3.2 Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico

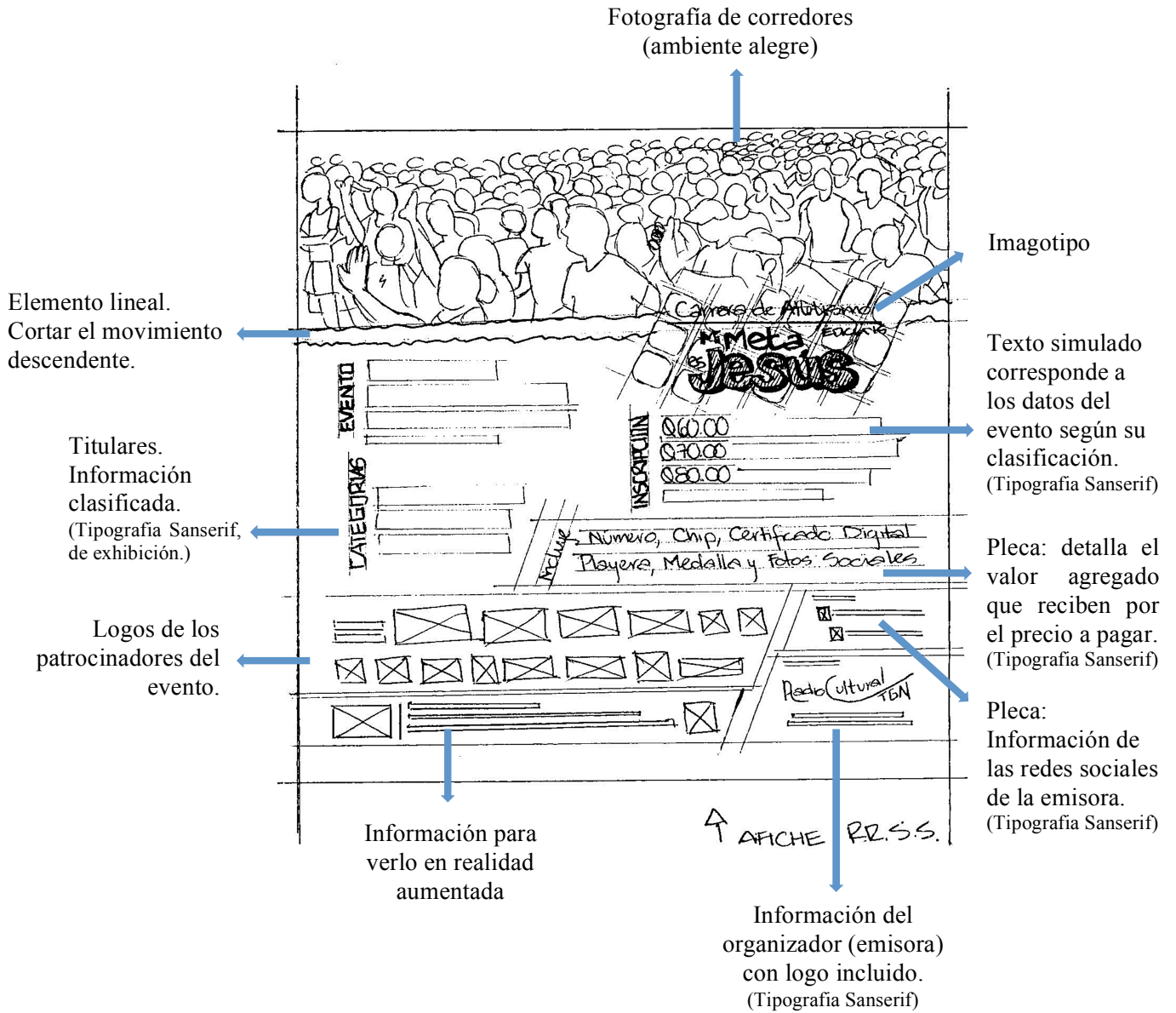
Imagotipo:



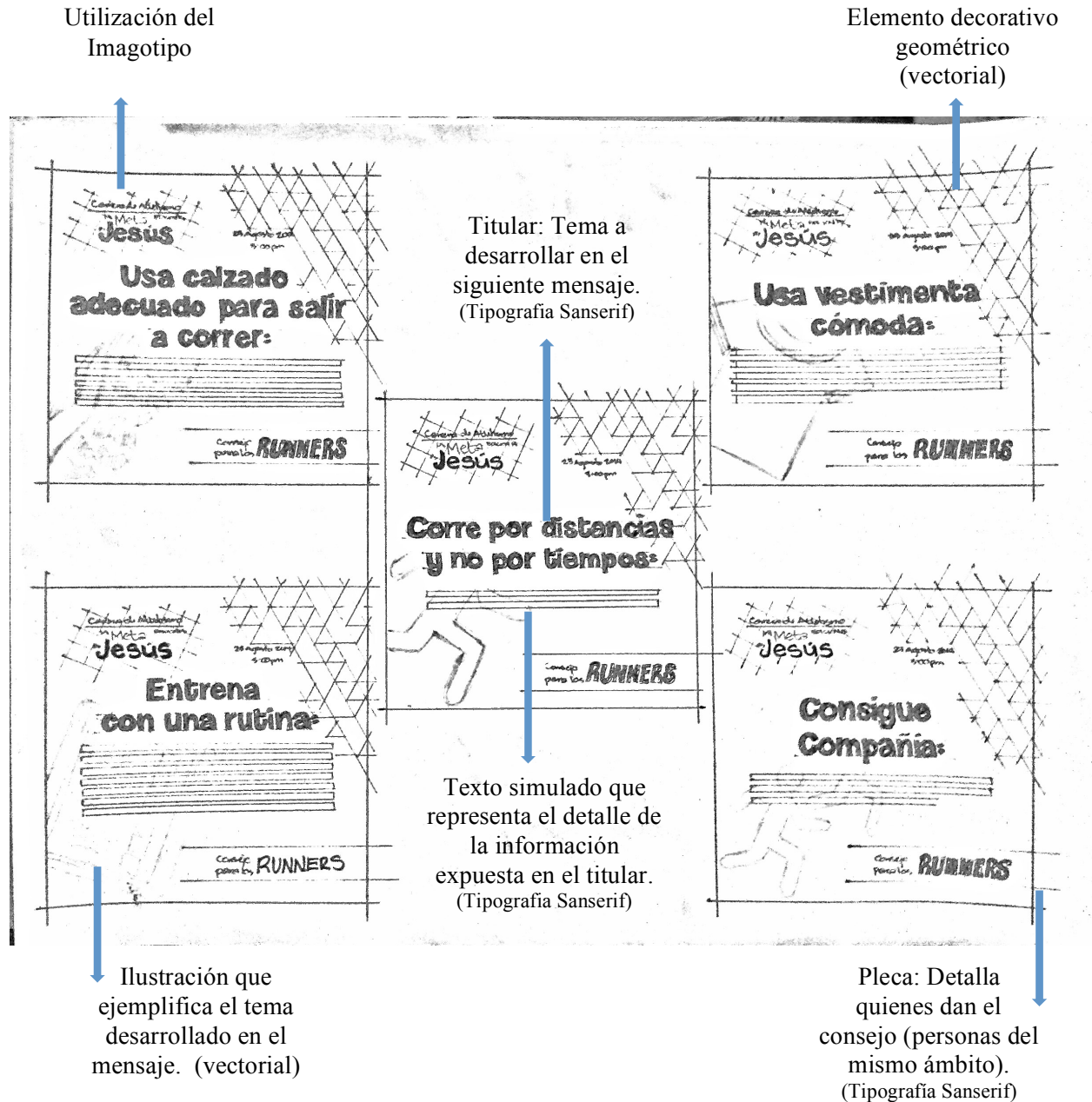
Titular: Tipo de evento a desarrollar
(Tipografía Sanserif)

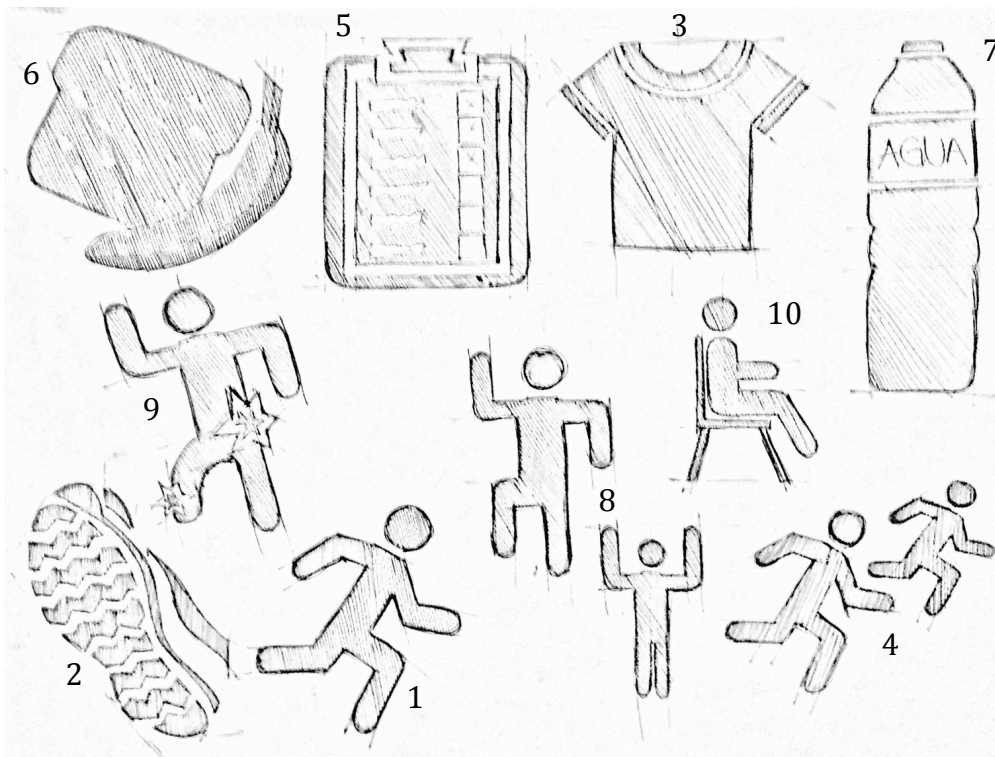
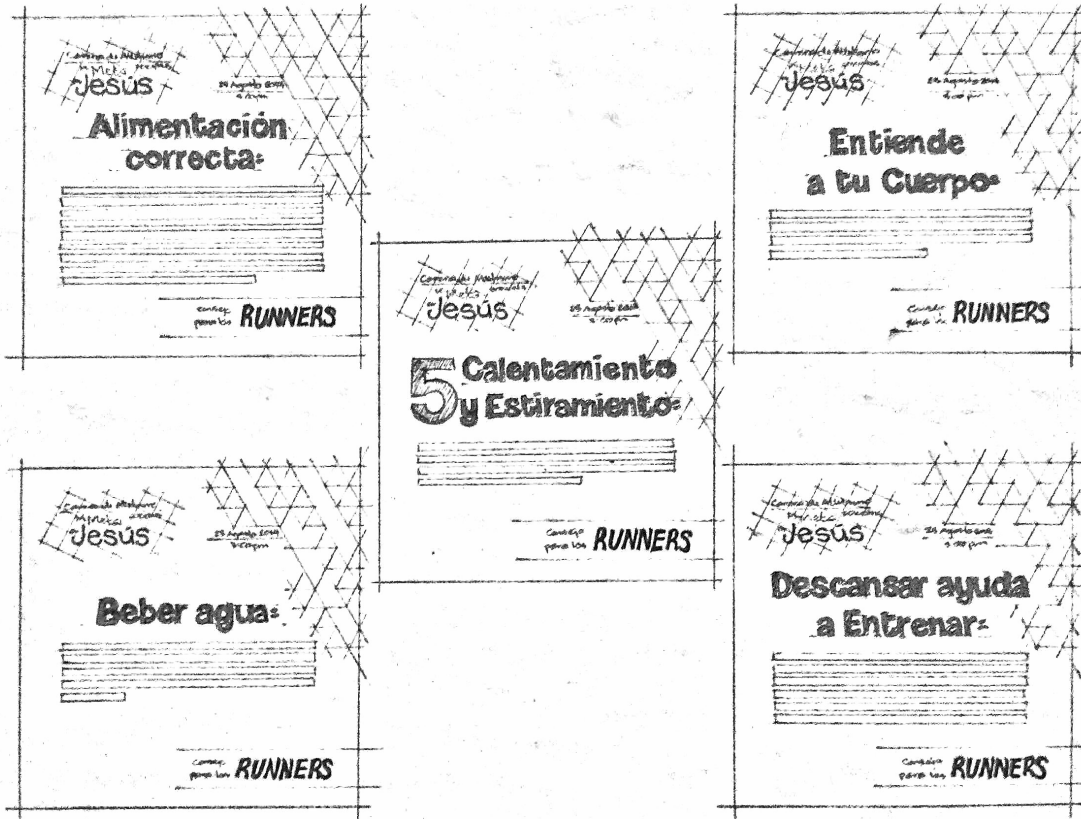


Afiche para Redes Sociales: Se desarrollará en las medidas recomendadas para las publicaciones con imágenes en fb (4 x 4 pulg.).



Mensaje para los Runners: Al igual que el afiche para las redes sociales, se desarrollará en las medidas recomendadas para las publicaciones con imágenes en fb (4 x 4 pulg.).





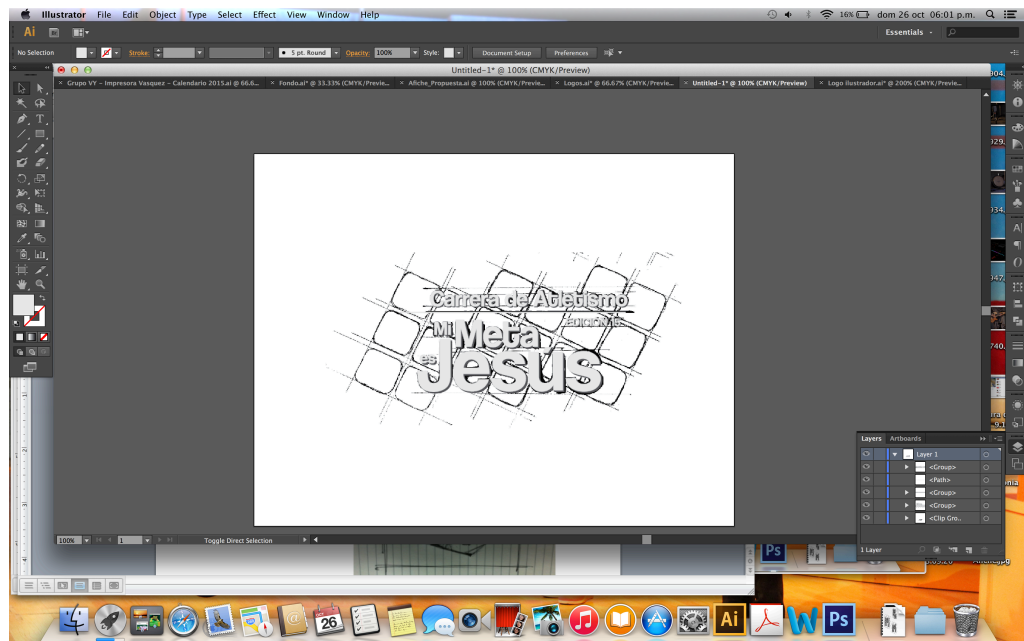
Ilustraciones que se colocarán en los mensajes. Estos ejemplificarán aún más el mensaje desarrollado. (Vectores)

7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos

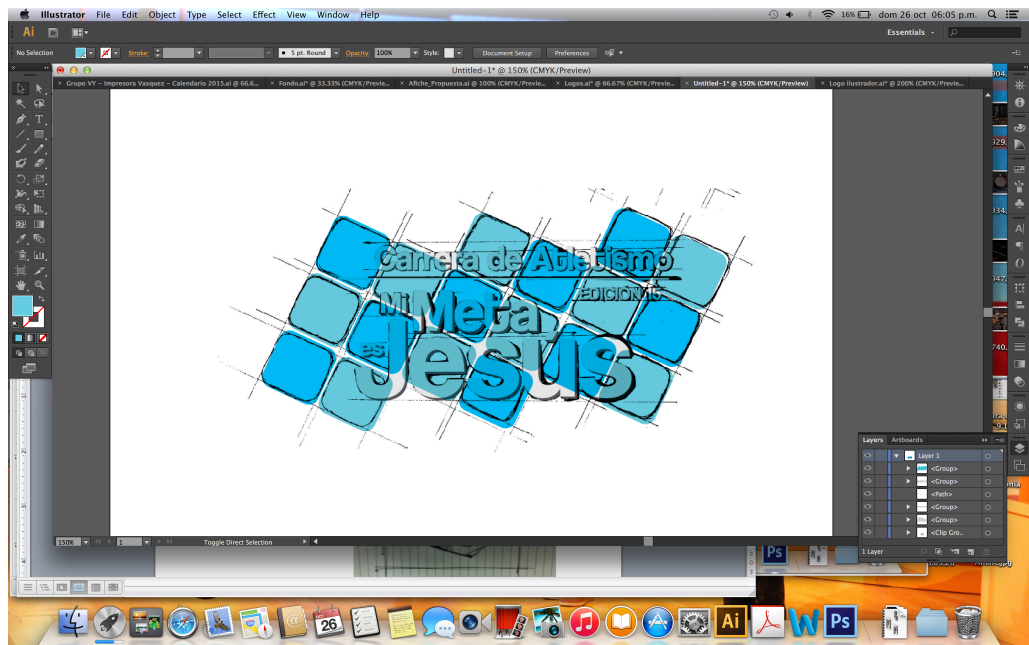
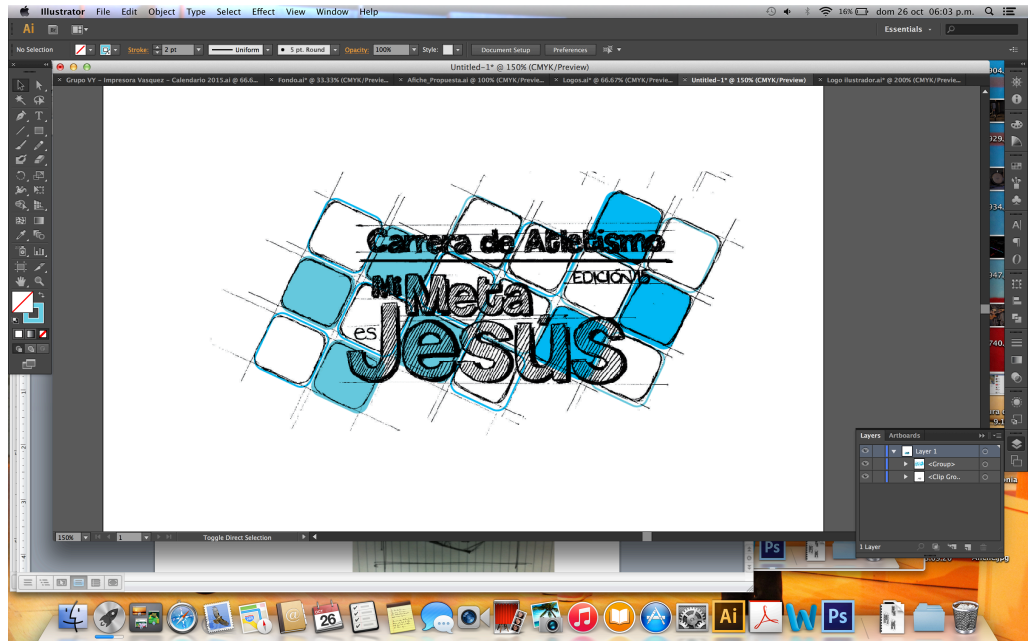
- **Imagotipo:** Se comenzó al buscar una tipografía que se adaptara y se pegara a la idea principal, en este caso se usó la tipografía “Coolvetica”.



Luego se realizó el montaje con la tipografía completa.



Se realizó la respectiva construcción del fondo, en la que se utilizaron cuadrados con esquinas redondas (que generan movimiento) y se emplearon los colores: Cyan (75%) y el Pantone 310 C.



Montaje de fondo con la tipografía



Resultado Final



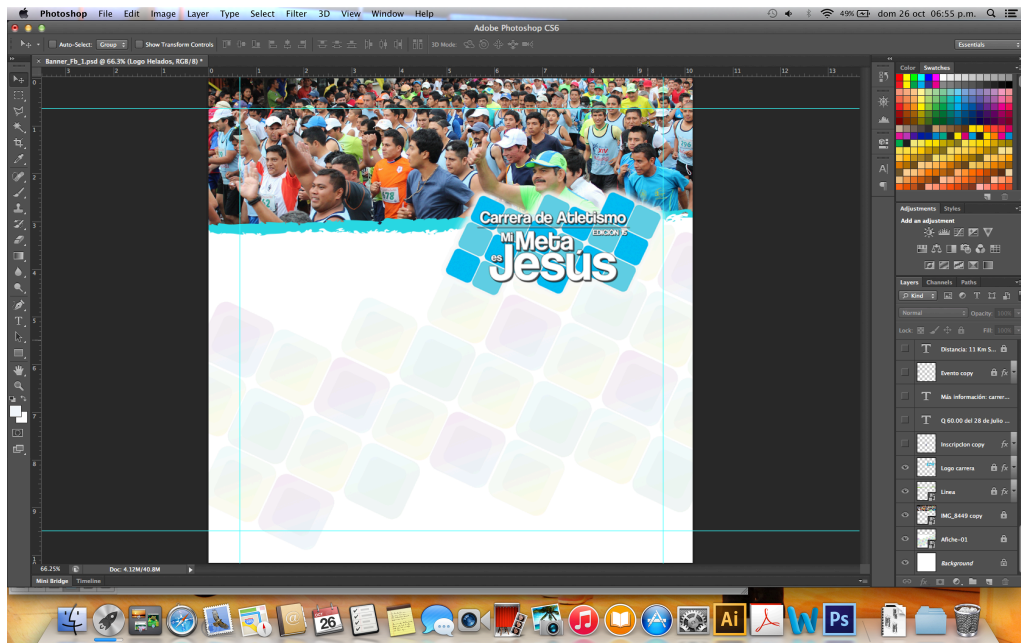
- **Afiche para Redes Sociales (4x4 pulg.):** Fotografía a utilizar en el afiche.



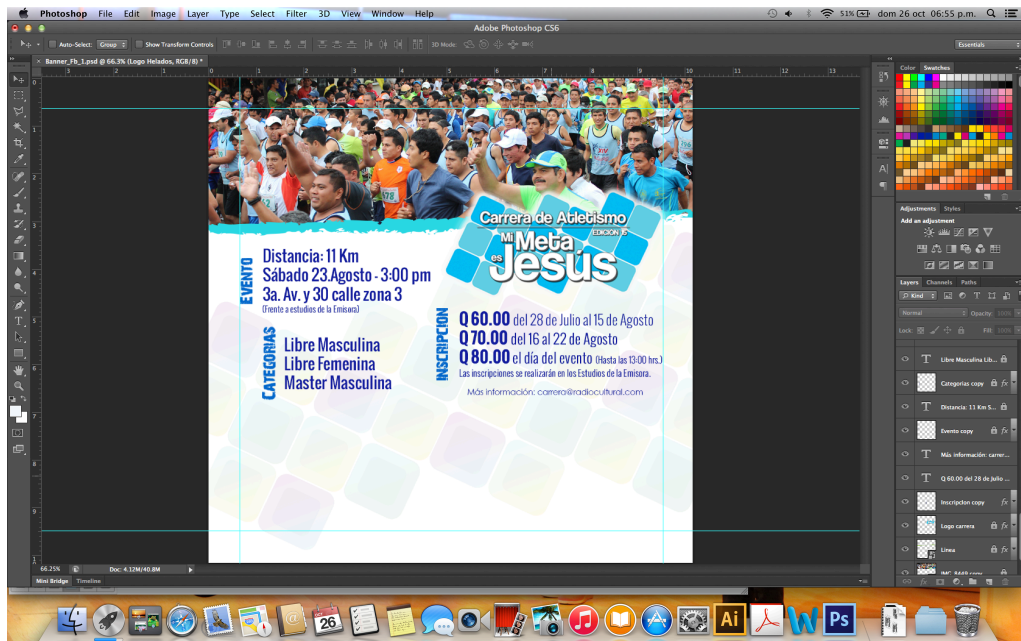
Se seleccionó cierta parte de la fotografía para colocarla en el afiche.



Incrustación de la fotografía y el imagotipo en el afiche.



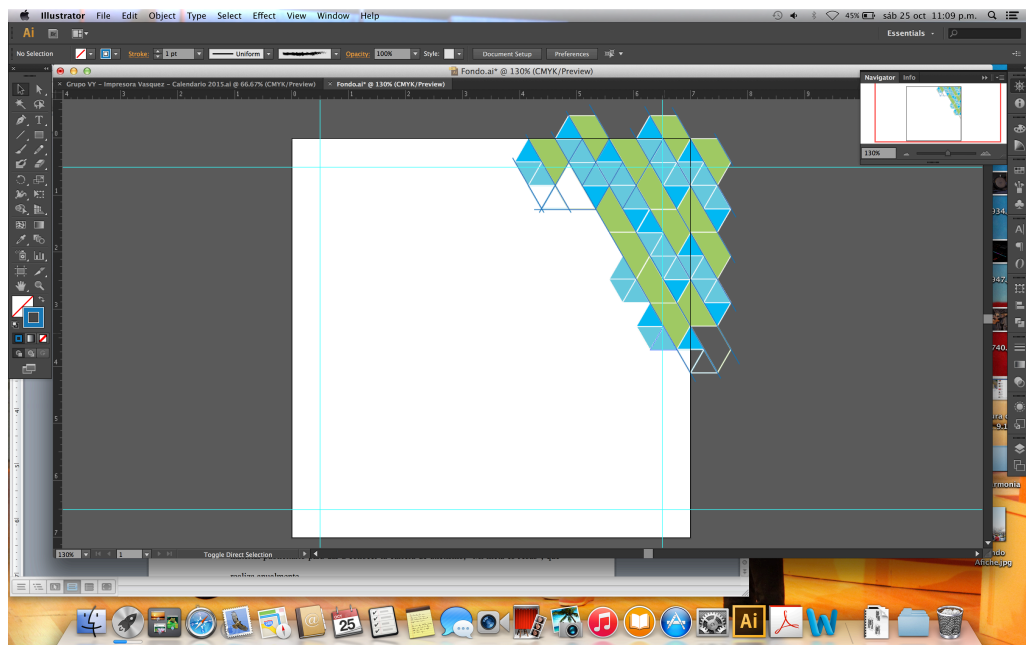
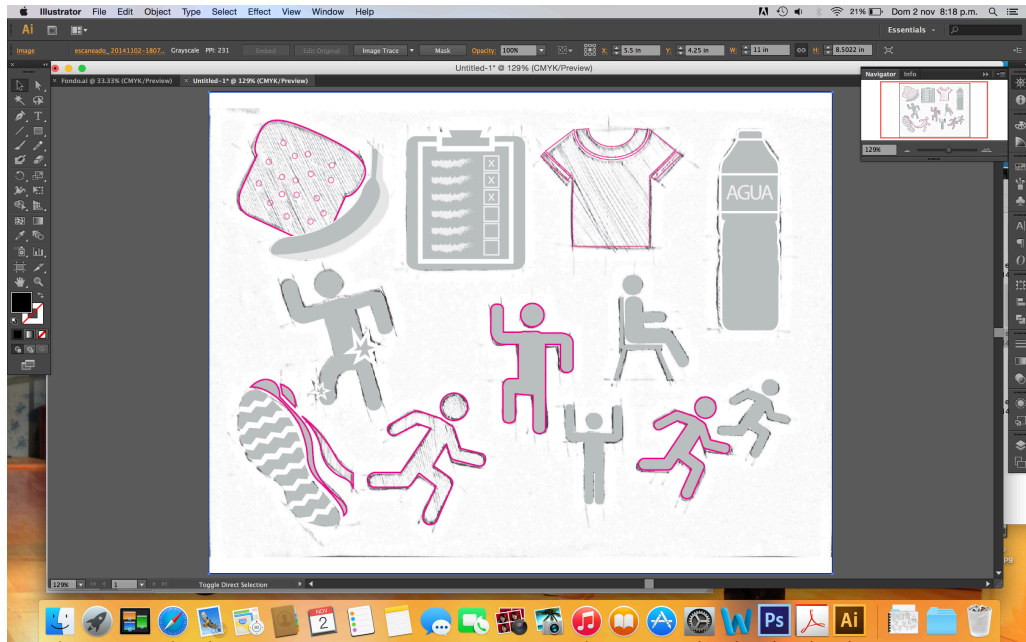
Redacción de la información en el afiche.



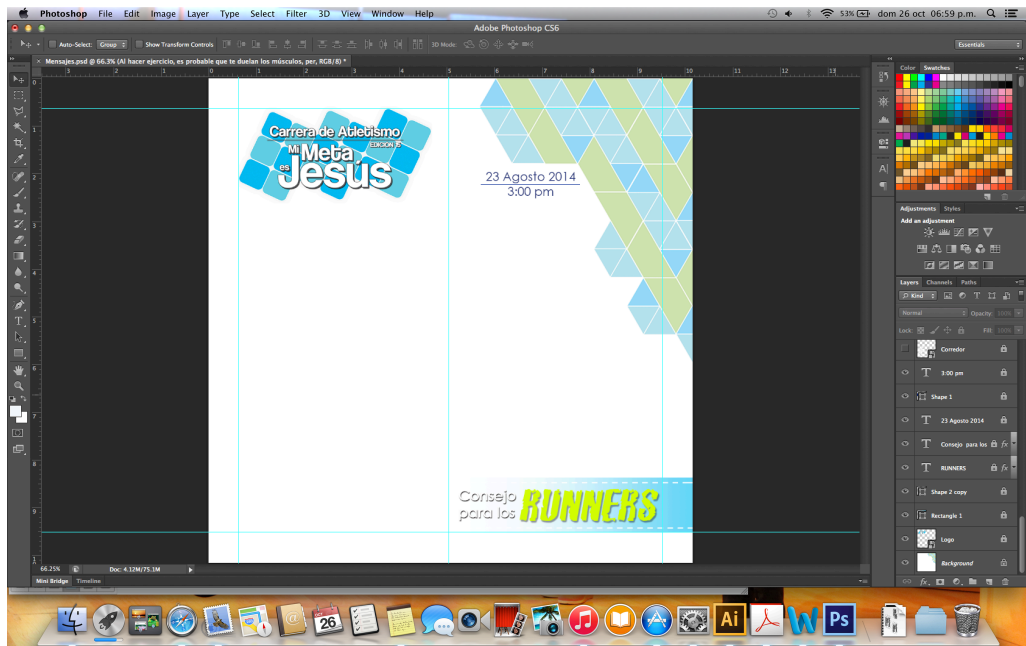
Afiche terminado.



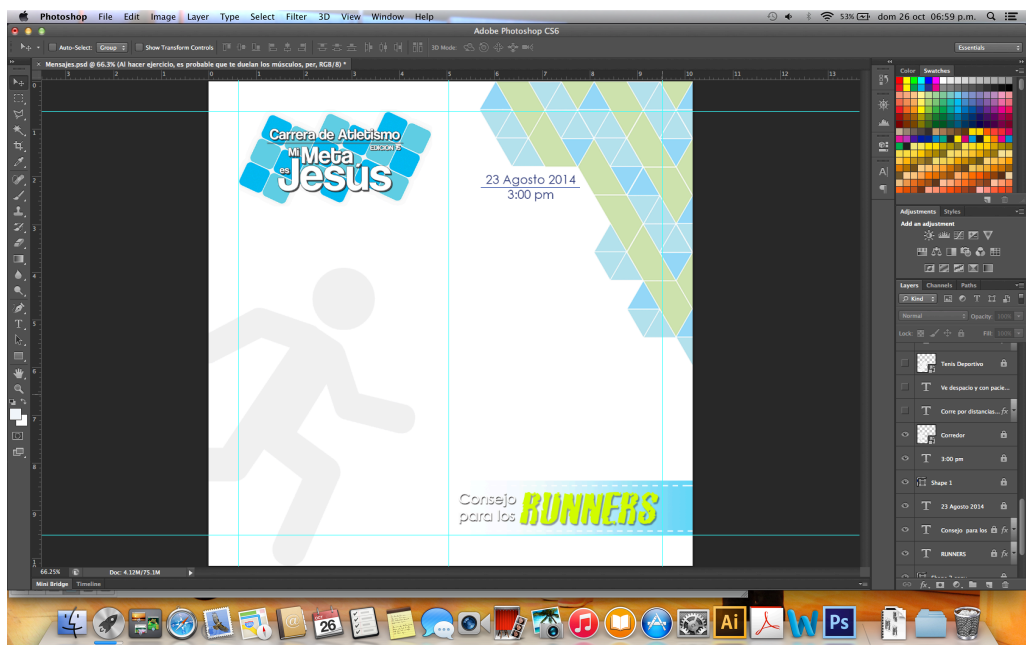
- **Mensaje para los Runners (4 x 4 pulg.):** Se realizó la digitalización de las ilustraciones y el elemento decorativo que se utilizará en los mensajes.



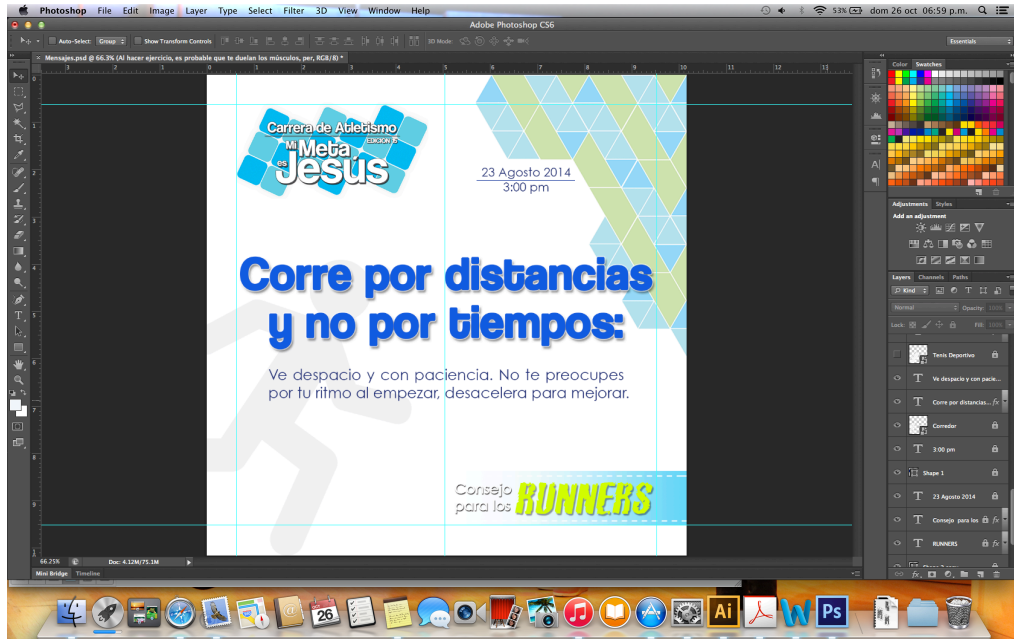
Realización del montaje que se utilizará para toda la serie de mensajes.



Incrustación de la ilustración (que irá de acuerdo al mensaje a comunicar).



Mensaje terminado.



7.4 Propuesta Preliminar

Imagotipo (Propuesta preliminar): Contiene el tipo de evento, el nombre y la edición de la carrera que se va a realizar. Servirá como la imagen visual y como distintivo del resto de carreras y se implementará en todos los materiales a desarrollar. En todo el diseño se utilizó la tipografía “Coolvetica” y los cuadros con esquinas redondas del fondo contiene los colores Cyan (75%) y el Pantone 310 C que le darán frescura a la imagen, además que por su inclinación vertical le produce movimiento y es lo que se quiere producir, por tratarse de una carrera.



- **Afiche para Redes Sociales (Propuesta Preliminar):** Tiene una medida de 4x4 pulg. Contiene información sobre el evento (categorías, costo, día, hora, etc.) patrocinadores e información de lo que cubre el costo de inscripción. Servirá para compartir con todos los seguidores en las redes sociales. Se utilizó las tipografías: “28 Days Later” para los títulos de las secciones (evento, categoría e inscripción – c:86, m:61, y:0, k:0) Oswald” para la información del evento (c:100, m:96, y:1, k:1) “Coolvetica” para la pleca con lo que incluye el costo de inscripción (c:0, m:0, y:0, k:0), y “Century Gothic” para complementar la demás información (c:100, m:96, y:1, k:1).



Carrera de Atletismo
EDICIÓN 15
Mi Meta es Jesús

EVENTO Distancia: 11 Km
Sábado 23 Agosto - 3:00 pm
3a. Av. y 30 calle zona 3
(Frente a estudios de la Emisora)

CATEGORIAS Libre Masculina
Libre Femenina
Master Masculina

INSCRIPCION Q 60.00 del 28 de Julio al 15 de Agosto
Q 70.00 del 16 al 22 de Agosto
Q 80.00 el día del evento (Hasta las 13:00 hrs.)
Las inscripciones se realizarán en los Estudios de la Emisora.
Más información: carrera@radiocultural.com

Incluye Número, Chip, Certificado Digital
Playera, Medalla y Fotos Sociales

Síguenos:
f /RadioCulturalTGN
@RadioCultural

Organizado Por:
Radio Cultural TGN
La fe es por el oír... la palabra de Dios. Romanos 10:17
100.5 FM · 730 AM
www.radiocultural.com

Gracias al apoyo de:

BANRURAL El campo que le ayuda a crecer
ASEGURADORA RURAL
Imprimelo aqui .com
Compassion
VITAL FUERTE Red de
ICE CREAM FACTORY
MARLON
MODALIDADES MODERNAS
apreco

- **Mensajes para los Runners (Propuesta Preliminar):** Publicados en fb. Poseen una medida de 4 x 4 pulg. Son una serie de mensajes que aconsejan a los competidores a tomar medidas para cuidar su preparación tanto física, emocional y alimentaria previa a la competencia.

Se utilizaron las tipografías “Coolvetica” para los títulos (c:84, m:66, y:0, k:0), “Century Gothic” para el cuerpo del texto, al igual de la fecha y hora del evento (c:100, m:94, y:2, k:7) y “Caaben” para la palabra Runners (c:23, m:0, y:100, k:0). Las imágenes fueron diseñados exclusivamente para el material (c:0, m:0, y:0, k:20). El elemento decorativo con figuras geométricas fueron diseñadas para el material, que contrasta el cyaen en 100 y 50% y verde (c:20, m:1, y:38, k:0)

1.



2.



23 Agosto 2014
3:00 pm

Usa calzado adecuado para salir a correr:

Lo primero será conseguir el calzado adecuado. Elije una tienda deportiva donde te puedan aconsejar sobre el mejor calzado, además si es pronador, supinador o de pisada neutral. Con este calzado evitaras gran parte de los problemas que se puedan derivar.

Consejo para los **RUNNERS**

3.



23 Agosto 2014
3:00 pm

Usa vestimenta cómoda:

Si quieres salir a correr, debes buscar prendas cómodas que no sean 100% algodón, ya que este material retiene el sudor y provoca rozaduras e incluso llagas. Las fibras naturales como el bambú y sintéticas como el poliéster o lycra son las ideales.

Consejo para los **RUNNERS**

4.



23 Agosto 2014
3:00 pm


Consigue Compañía:

Busca quien te acompañe en este objetivo, ya sea un compañero o en grupo, para que te animen y te apoyen pero nunca dejes de entrenar.

Consejo para los **RUNNERS**



5.



23 Agosto 2014
3:00 pm

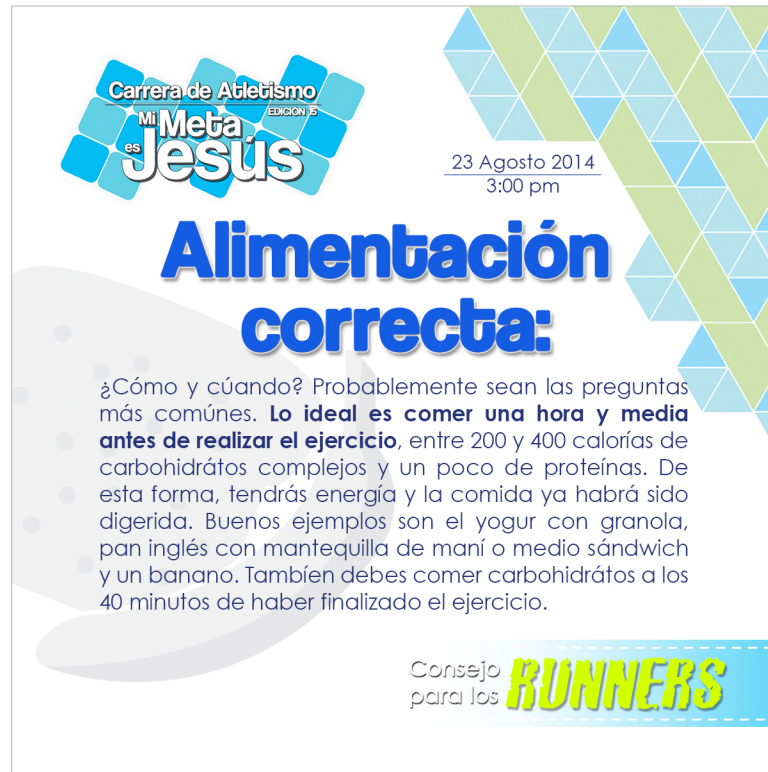
Entrena con una rutina:

Elige un plan, especialmente si tienes una vida sedentaria o hace mucho que no practicas deporte. Puedes consultar a un entrenador personal en internet o planearlo según tus capacidades, pero debes empezar haciendo planes que mezclen correr con caminar. Por ejemplo, 1 minuto corriendo y 5 caminando. Aumenta progresivamente la marcha reduciendo el tiempo de la caminata.

Consejo para los **RUNNERS**



6.



Carrera de Atletismo
Mi Meta EDICIÓN 15
es **Jesús**

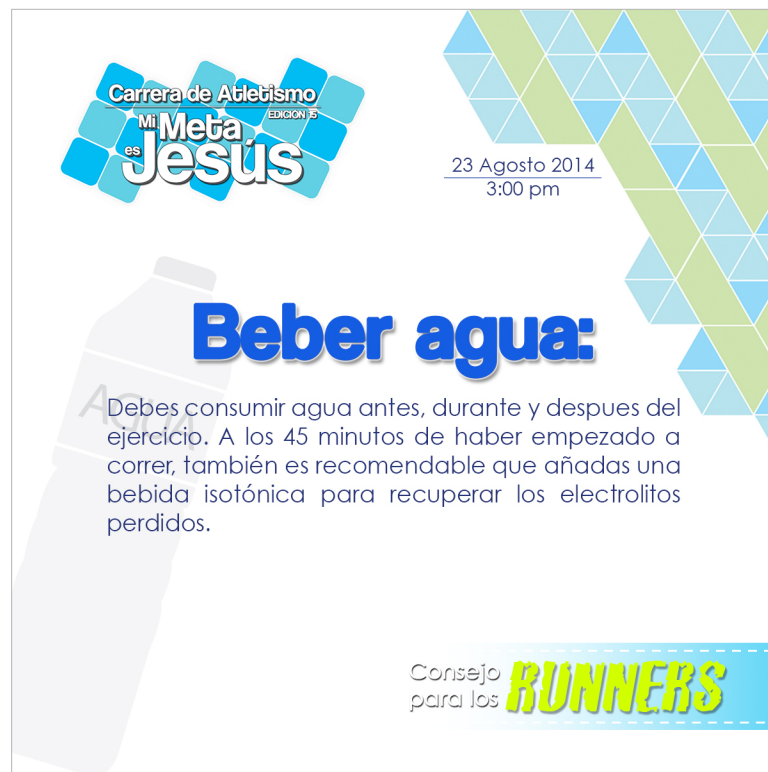
23 Agosto 2014
3:00 pm

Alimentación correcta:

¿Cómo y cuándo? Probablemente sean las preguntas más comunes. **Lo ideal es comer una hora y media antes de realizar el ejercicio**, entre 200 y 400 calorías de carbohidratos complejos y un poco de proteínas. De esta forma, tendrás energía y la comida ya habrá sido digerida. Buenos ejemplos son el yogur con granola, pan inglés con mantequilla de maní o medio sándwich y un banano. También debes comer carbohidratos a los 40 minutos de haber finalizado el ejercicio.

Consejo para los **RUNNERS**

7.



Carrera de Atletismo
Mi Meta EDICIÓN 15
es **Jesús**



23 Agosto 2014
3:00 pm

Beber agua:

Debes consumir agua antes, durante y después del ejercicio. A los 45 minutos de haber empezado a correr, también es recomendable que añadas una bebida isotónica para recuperar los electrolitos perdidos.

Consejo para los **RUNNERS**

8.



23 Agosto 2014
3:00 pm

5 Calentamiento y Estiramiento:

Entrar en calor mediante estiramientos es importante para evitar lesiones. Con solo 5 minutos podemos aliviar la sensación de tensión. Al finalizar el ejercicio, estírate y haz un poco de relajación.

Consejo para los **RUNNERS**

9.



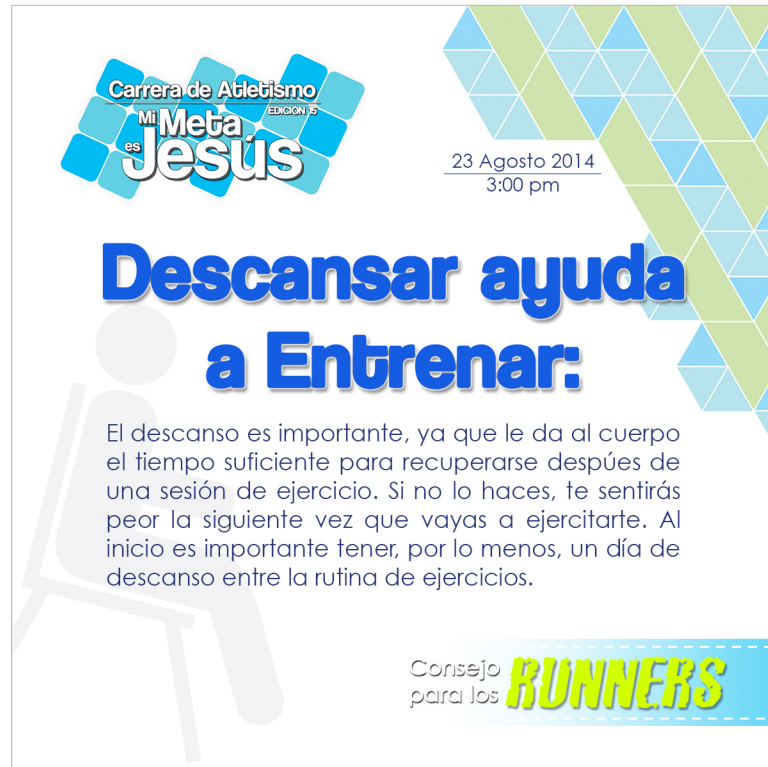
23 Agosto 2014
3:00 pm

Entiende a tu Cuerpo:

Al hacer ejercicio, es probable que te duelan los músculos, pero si sientes dolor en la cadera, espinilla, rodilla u otros músculos, es importante frenar, tomar antiinflamatorios y reposar.

Consejo para los **RUNNERS**

10.



Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús
EDICIÓN 5

23 Agosto 2014
3:00 pm

Descansar ayuda a Entrenar:

El descanso es importante, ya que le da al cuerpo el tiempo suficiente para recuperarse después de una sesión de ejercicio. Si no lo haces, te sentirás peor la siguiente vez que vayas a ejercitarte. Al inicio es importante tener, por lo menos, un día de descanso entre la rutina de ejercicios.

Consejo para los **RUNNERS**

Capítulo VIII

Validación Técnica

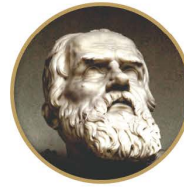
Capítulo VIII: Validación Técnica

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuanti 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 de diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a 25 número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 5 expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y Muestreo: Para realizar la validación de la propuesta preliminar presentada anteriormente, se utilizó una muestra de 30 personas. Esta muestra se dividió en 3 grupos: Los especialistas en comunicación y diseño (5 personas), el cliente (1 persona) y el grupo objetivo (24 personas) para sumar a un total de 30.

8.2 Método e Instrumento: El método que se utilizó para realizar la validación de la propuesta preliminar fue por medio de entrevistas cara a cara con la muestra, utilizando la encuesta como instrumento con preguntas cerradas de selección múltiple.



Validación de proyecto de graduación

Diseño de material publicitario para promocionar, a través de las redes sociales, la carrera de atletismo “Mi meta es Jesús” que realiza Radio Cultural TGN. Guatemala 2015

Llene según sus datos las siguientes casillas.

*Obligatorio

Género *

Maculino

Femenino

Su Nombre *

Segmento al que pertenece *

Grupo objetivo

Cliente actual

Experto

Profesión

ANTECEDENTES:

Radio Cultural TGN ha estado al servicio de la iglesia evangélica y del pueblo de Guatemala, transmitiendo Gratas Noticias desde el 6 de agosto de 1950. Como la primera emisora evangélica en el país, Radio Cultural TGN posee una gran audiencia tanto a nivel nacional como internacional, en donde se incluye todos los estratos sociales y educativos además de los Espirituales.

Durante el mes de agosto, como parte de las actividades de aniversario, la emisora realiza una carrera de atletismo denominada “Mi Meta es Jesús”, en la que fomentan la participación y la realización de actividad física a sus seguidores y oyentes en toda la República de Guatemala.

Hasta el momento, la emisora no ha realizado un material publicitario para promocionar la carrera de atletismo a través de sus redes sociales, únicamente lo han hecho por medio de spots grabados y transmitidos durante su programación diaria.

La creación de un material publicitario con información clara y precisa sobre el evento a desarrollar, permitirá a los interesados querer ser partícipes de la actividad, además como un valor agregado se les compartirá una serie de mensajes que aconsejen a los competidores

a tomar medidas para cuidar su preparación tanto física, emocional y alimentaria previo a la competencia.

INSTRUCCIONES

Con base a la información anterior, observe el diseño propuesto para para el sitio web y según su criterio responda las siguientes preguntas:

VALIDACION

Parte objetiva

1. ¿Considera usted necesario un material publicitario que dé a conocer la carrera de Atletismo “Mi meta es Jesús” que organiza Radio Cultural TGN?
 Si No
2. ¿Considera importante investigar sobre tendencias de diseño gráfico en redes sociales de organizaciones que se dedican a la realización de carreras de atletismo para aplicarlas en este diseño?
 Si No
3. ¿Considera usted que es necesario incluir un material que aconseje y prepare a los corredores para un evento deportivo?
 Si No

Parte semiológica

4. ¿Considera que el material publicitario es visualmente atractivo?
 Mucho Poco Nada
5. ¿Según su criterio, los colores utilizados en la propuesta de proyecto de graduación son adecuados para un material publicitario?
 Mucho Poco Nada
6. ¿Según su criterio, la tipografía es utilizada es?
 Muy Legible Poco Legible Nada Legible

7. ¿Según su criterio, el tipo de material fotográfico e ilustraciones utilizadas en la propuesta del material publicitario contribuye a dar credibilidad y confianza al mensaje?

- Mucho Poco Nada

8. ¿Según su criterio, la diagramación del material publicitario es?

- Muy Ordenada Poco Ordenada Nada Ordenada

Parte operativa

9. ¿Considera que la propuesta del material publicitario está diseñado y diagramado de manera intuitiva?

- Si No

10. ¿Considera que la información clave del evento es fácil de ubicar?

- Si No

11. ¿Considera que el material publicado en las redes sociales es fácil de reconocer?

- Si No

12. Considera que el contenido e información dentro de la propuesta del material publicitario son suficientes para la comprensión del lector?

- Si No

13. ¿Considera que el diseño de la propuesta del material publicitario es práctico, agradable para la vista y fácil de leer?

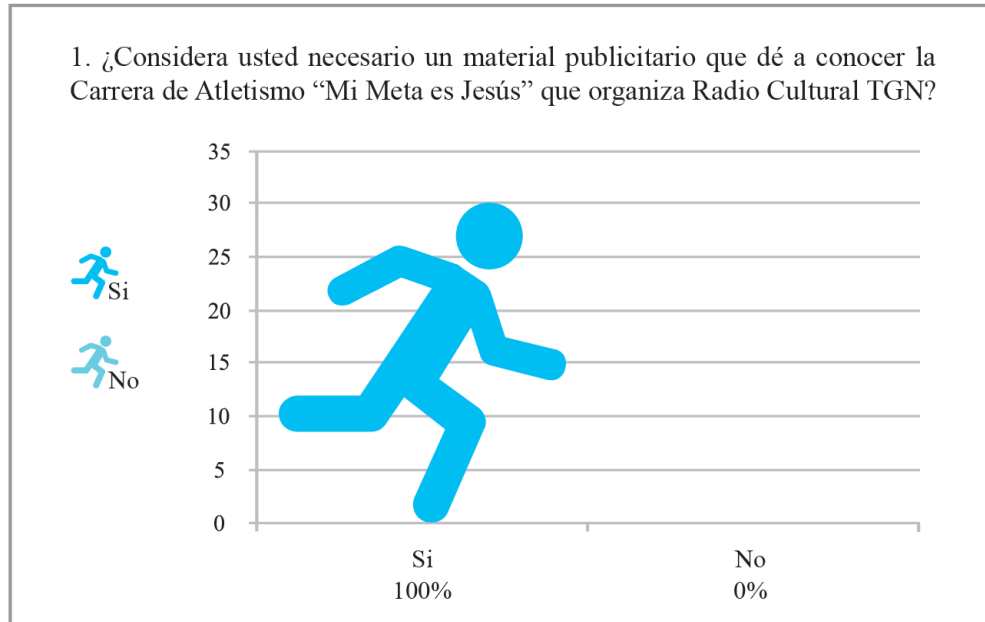
- Si No

OBSERVACIONES:

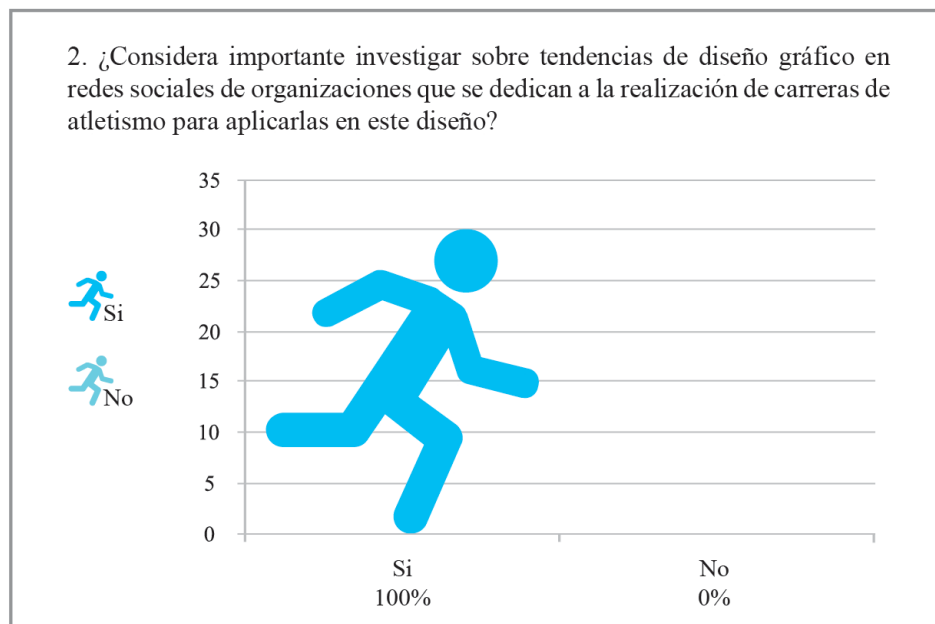
Muchas gracias por sus respuestas.

8.3 Resultados e Interpretación de Resultados:

Parte Objetiva:

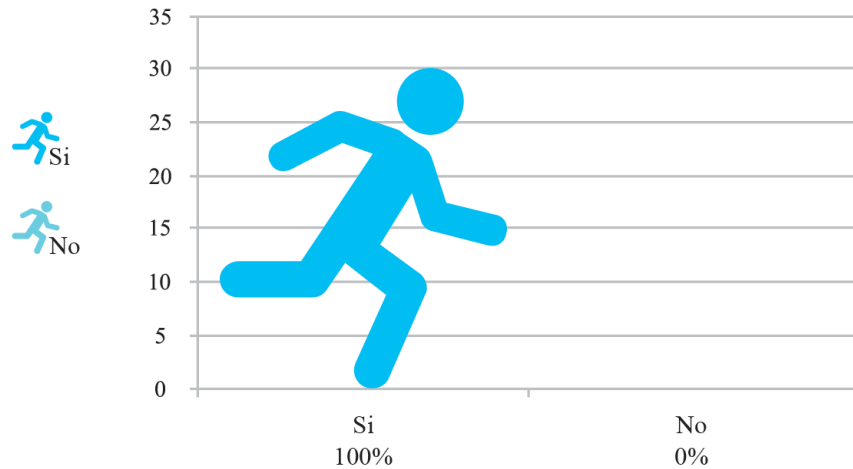


Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es necesario realizar un material publicitario que dé a conocer la Carrera de Atletismo “Mi Meta es Jesús”, que organiza la emisora Radio Cultural TGN.



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es necesario investigar sobre tendencias de diseño gráfico de actividades similares en las redes sociales para aplicarlas en este diseño.

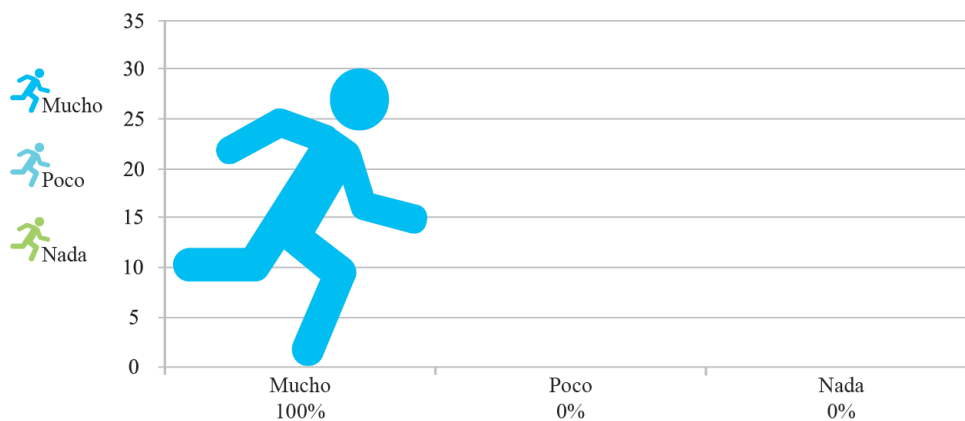
3. ¿Considera usted que es necesario incluir un material que aconseje y prepare a los corredores para un evento deportivo?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es necesario incluir un material que aconseje y prepare a los corredores para un evento deportivo.

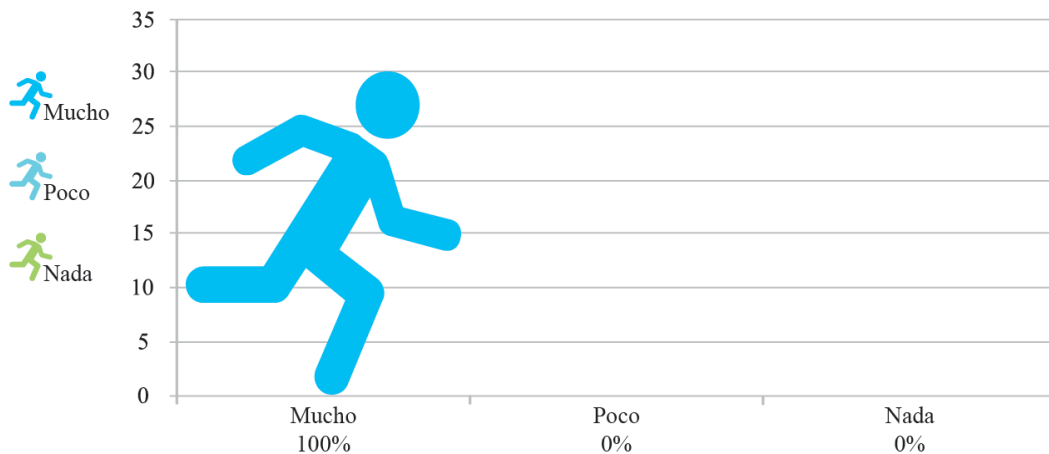
Parte Semiológica:

4. ¿Considera que el material publicitario es visualmente atractivo?



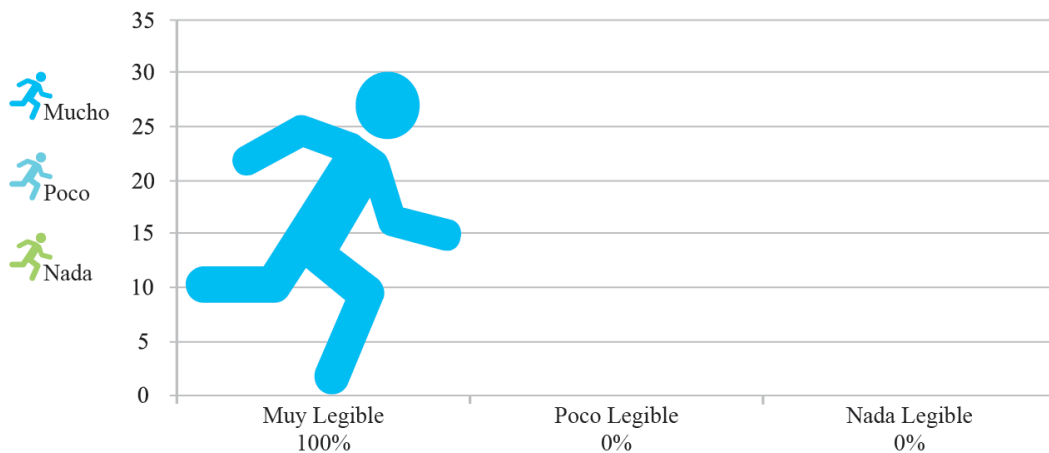
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el material publicitario es visualmente atractivo.

5. ¿Según su criterio, los colores utilizados en la propuesta de proyecto de graduación son adecuados para un material publicitario?



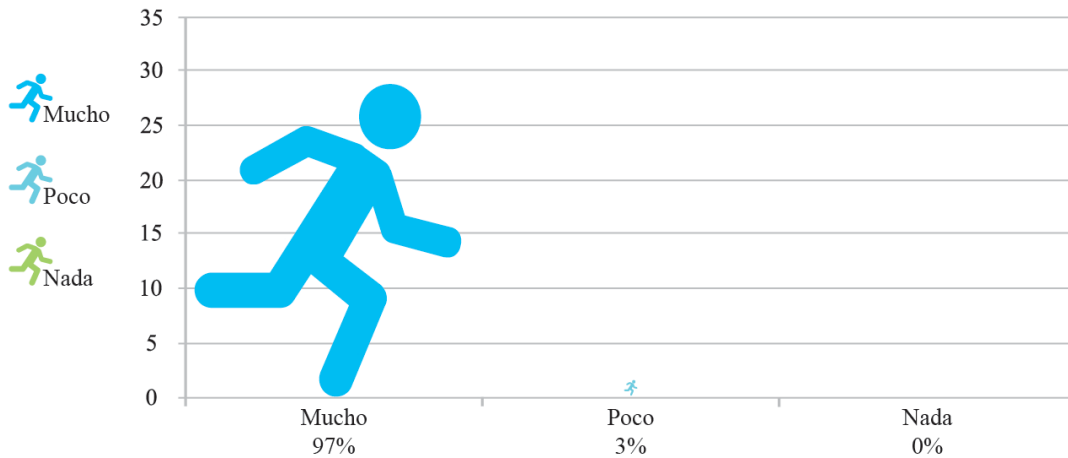
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que los colores utilizados en la propuesta de graduación son adecuados para un material publicitario.

6. ¿Según su criterio, la tipografía utilizada es?



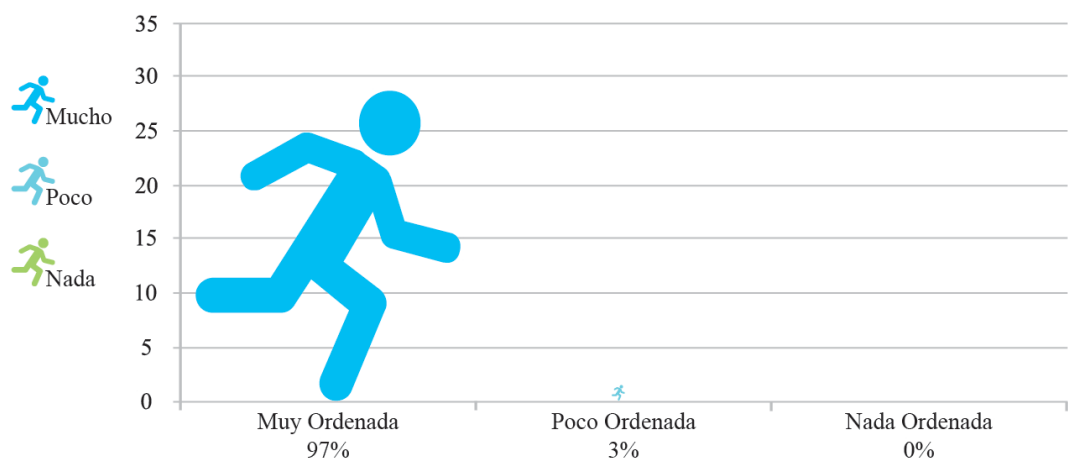
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en el material muy legible.

7. ¿Según su criterio, el tipo de material fotográfico e ilustraciones utilizadas en la propuesta del material publicitario contribuye a dar credibilidad y confianza al mensaje?



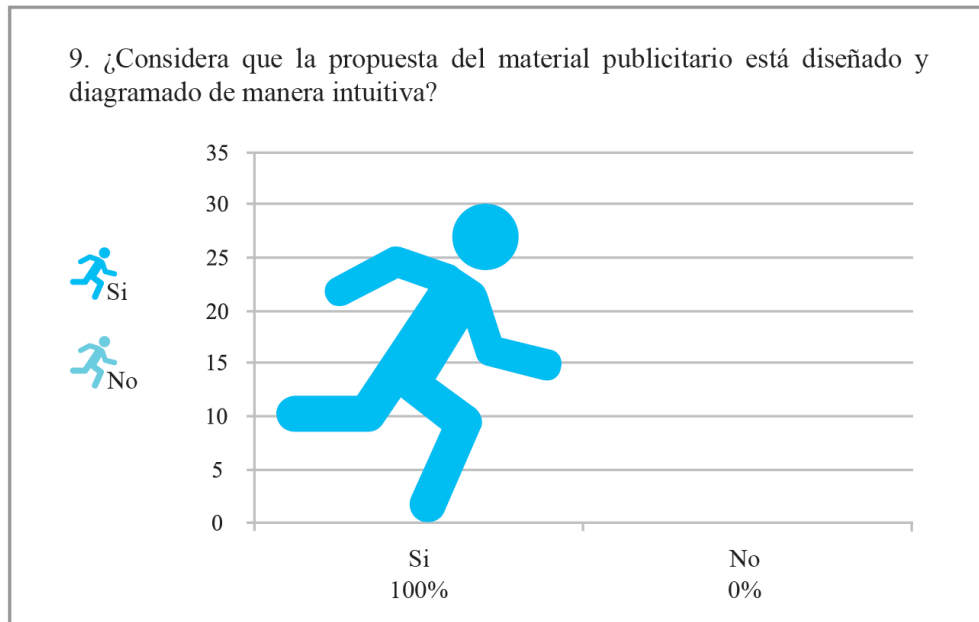
Interpretación: El 97% de los encuestados considera que el material fotográfico e ilustraciones utilizadas en la propuesta del material publicitario contribuye a dar credibilidad y confianza al mensaje. El 3% de los encuestados considera que da poca credibilidad y confianza al mensaje.

8. ¿Según su criterio, la diagramación del material publicitario es?

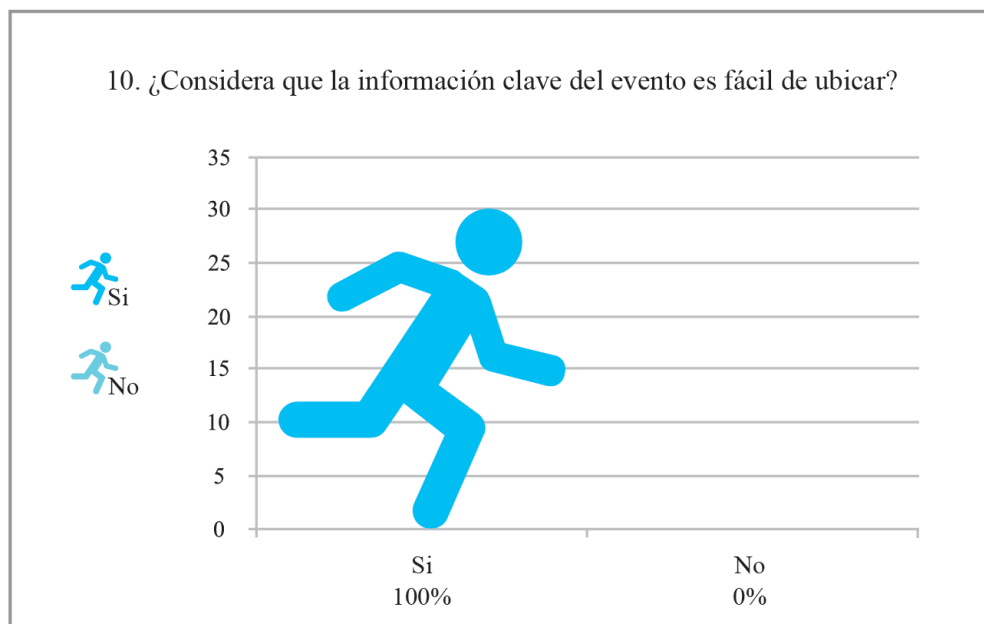


Interpretación: El 97% de los encuestados considera que la diagramación del material publicitario es muy ordenada. El 3% de los encuestados considera que la diagramación es poco ordenada.

Parte Operativa:

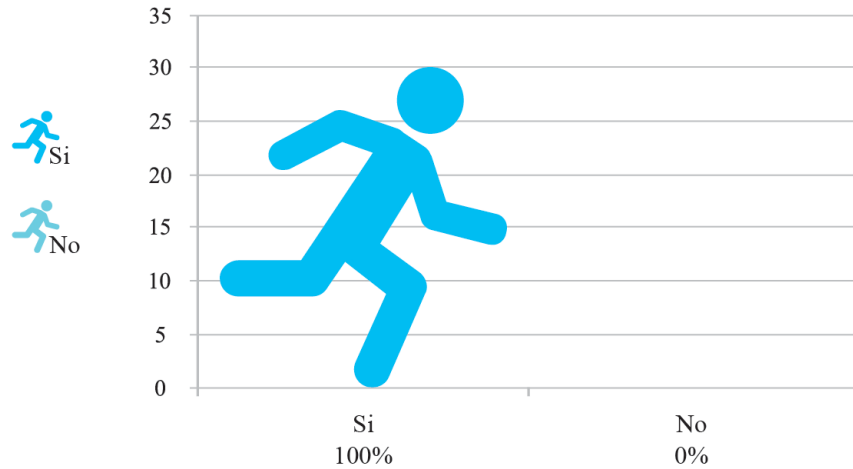


Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la propuesta del material publicitario está diseñado y diagramado de manera intuitiva.



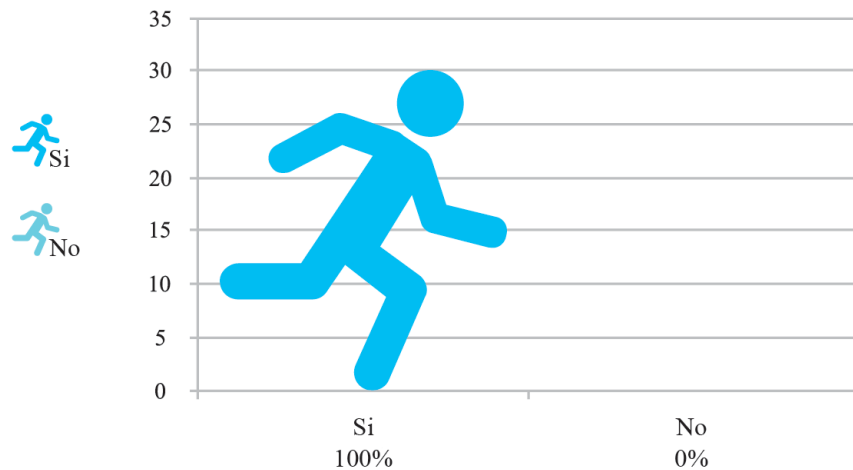
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la información clave del evento es fácil de identificar.

11. ¿Considera que el material publicado en las redes sociales es fácil de reconocer?



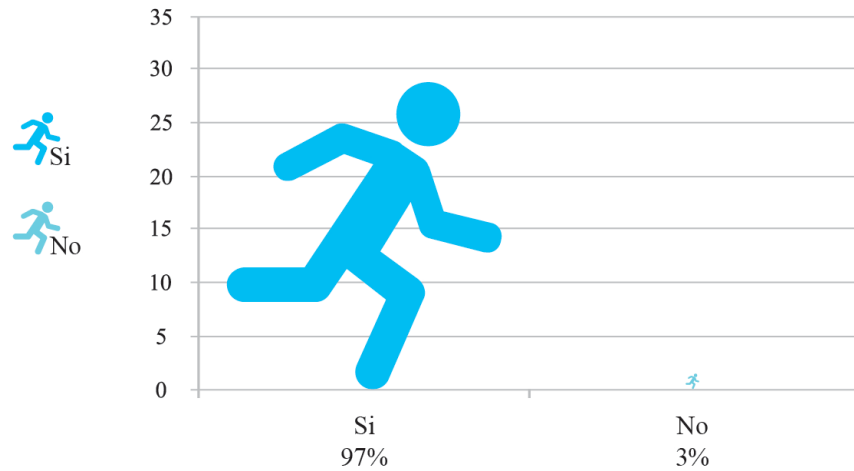
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el material publicitario en las redes sociales es fácil de reconocer.

12. ¿Considera que el contenido e información dentro de la propuesta del material publicitario son suficientes para la comprensión del lector?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el contenido e información dentro de la propuesta del material publicitario son suficientes para la comprensión del lector.

13. ¿Considera que el diseño de la propuesta del material publicitario es práctico, agradable para la vista y fácil de leer?



Interpretación: El 97% de los encuestados considera que el diseño de la propuesta del material publicitario es práctico, agradable para la vista y fácil de leer. El 3% opinó lo contrario.

8.4 Cambios en base a los resultados

A través del proceso de validación dirigido al cliente, grupo objetivo y expertos en comunicación y diseño, dedujeron realizar ciertos cambios para el pleno mejoramiento del material.

Cliente: Aprobó el diseño sin ninguna objeción y aceptó los cambios que surgieran del análisis de los expertos.

Grupo Objetivo: Le llamó mucho la atención el diseño del material y mencionaron que fue de su agrado; sin embargo, sugirieron reducir la opacidad del elemento decorativo para que destaque de la misma forma que la información.

Expertos en Comunicación y Diseño: Sugirieron realizar los siguientes cambios.

- **Imagotipo**

Antes:



Después:



Justificación:

A los recuadros del fondo se les realizó un pequeño giro hacia la derecha para igualar el peso y darle una sola dirección.

- Afiche para Redes Sociales (4 x 4 pulg.)

Antes:



Después:



Justificación:

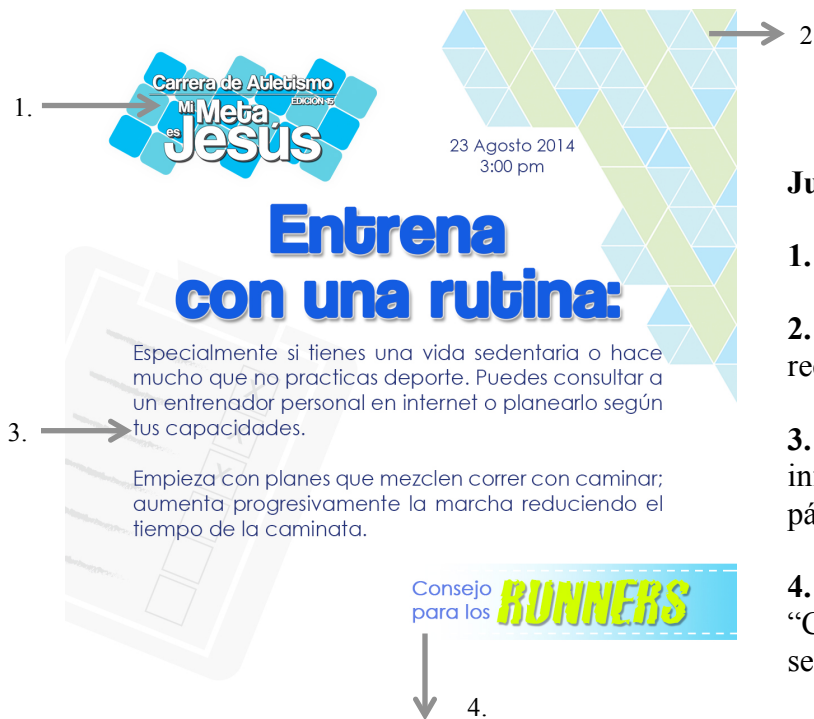
1. Se hizo la respectiva modificación del imatopipo.
2. Se cambio el color de la pleca por el color del recuadro mas oscuro que contiene el imatopipo para unificar los colores del afiche.

- Consejo Para los Runners (4 x 4 pulg.)

Antes:



Después:



Justificación

1. Se colocó el nuevo imatipo.
2. Se bajó la opacidad de los recuadros de fondo.
3. Se redujo la cantidad de información y se separó por párrafos para descansar la vista.
4. Se cambió el color de la frase “Consejo para los”, para que no se perdiera por el fondo blanco.

Capítulo IX

Propuesta Gráfica Final

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

- **Imagotipo:** Contiene el tipo de evento, el nombre y la edición de la carrera que se va a realizar. Servirá como la imagen visual y como distintivo del resto de carreras y se implementará en todos los materiales a desarrollar.



- **Afiche para redes sociales:** Tiene una medida de 4 x 4 pulg. (medidas estándar para las publicaciones de imágenes en el muro de fb). Contiene información sobre el evento (categorías, costo, día, hora, etc.), patrocinadores, el valor agregado que recibe a cambio del costo, las redes sociales e información de la emisora organizadora. Servirá para compartir con todos los seguidores en las redes sociales.



Carrera de Atletismo
EDICIÓN 15
es Mi Meta Jesús

EVENTO
Distancia: 11 Km
Sábado 23 Agosto - 3:00 pm
3a. Av. y 30 calle zona 3
(Frente a estudios de la Emisora)

CATEGORIAS
Libre Masculina
Libre Femenina
Master Masculina

INSCRIPCION
Q 60.00 del 28 de Julio al 15 de Agosto
Q 70.00 del 16 al 22 de Agosto
Q 80.00 el día del evento (Hasta las 13:00 hrs.)
Las inscripciones se realizarán en los Estudios de la Emisora.
Más información: carrera@radiocultural.com

Incluye Número, Chip, Certificado Digital
Playera, Medalla y Fotos Sociales

Síguenos:
f /RadioCulturalTGN
t @RadioCultural

Organizado Por:
RadioCultural TGN
La fe es por el oír... la palabra de Dios. Romanos 10:17
100.5 FM · 730 AM
www.radiocultural.com

Gracias al apoyo de:
BANRURAL ASEGURADORA RURAL
Imprimelo aqui.com
Compassion
VITAL FUERTE
ICE CREAM FACTORY
MARLON
MODALIDADES MODERNAS
Sociedad Bíblica de Guatemala
apreco

4 pulg.

4 pulg.

- **Mensajes para los Runners:** Publicados en fb. Poseen una medida de 4 x 4 pulg. (medidas para publicaciones de imágenes en el muro de fb). Son una serie de mensajes que aconsejan a los competidores a tomar medidas para cuidar su preparación tanto física, emocional y alimentaria previa a la competencia.

1.



4 pulg.

4 pulg.

Mensajes para los Runners:

2.

Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús

23 Agosto 2014
3:00 pm

Usa calzado adecuado para salir a correr:

Lo primero será conseguir el calzado adecuado. Elije una tienda deportiva donde te puedan aconsejar sobre el mejor calzado. Con esto lograras evitar gran parte de los problemas que se puedan derivar.

Consejo para los **RUNNERS**

4 pulg.

4 pulg.

3.

4 pulg.

Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús

23 Agosto 2014
3:00 pm

Usa vestimenta cómoda:

Si quieres salir a correr, debes buscar prendas cómodas que no sean 100% algodón, ya que este material retiene el sudor y provoca rozaduras e incluso llagas. Las fibras naturales como el bambú y sintéticas como el poliéster o lycra son las ideales.

Consejo para los **RUNNERS**

Mensajes para los Runners:

4.



Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús EDICIÓN 15

23 Agosto 2014
3:00 pm

Consigue Compañía:

Busca quien te acompañe en este objetivo, ya sea un compañero o en grupo, para que te animen y te apoyen pero nunca dejes de entrenar.

Consejo para los **RUNNERS**

Detailed description: This slide features a light blue and green geometric pattern on the right side. The main title 'Consigue Compañía:' is in large, bold, blue letters. Below it, a paragraph of text explains the importance of having a running partner. At the bottom right, there is a blue banner with the text 'Consejo para los RUNNERS' in white and yellow.

4 pulg.

4 pulg.

5.

4 pulg.



Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús EDICIÓN 15

23 Agosto 2014
3:00 pm

Entrena con una rutina:

Especialmente si tienes una vida sedentaria o hace mucho que no practicas deporte. Puedes consultar a un entrenador personal en internet o planearlo según tus capacidades.

Empieza con planes que mezclen correr con caminar; aumenta progresivamente la marcha reduciendo el tiempo de la caminata.

Consejo para los **RUNNERS**

Detailed description: This slide features a light blue and green geometric pattern on the right side. The main title 'Entrena con una rutina:' is in large, bold, blue letters. Below it, two paragraphs of text provide advice on creating a routine, especially for sedentary individuals. At the bottom right, there is a blue banner with the text 'Consejo para los RUNNERS' in white and yellow.

Mensajes para los Runners:

6.



Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús EDICIÓN 157

23 Agosto 2014
3:00 pm

Alimentación correcta:

- Lo ideal es comer una hora y media antes de realizar el ejercicio, entre 200 y 400 calorías de carbohidratos complejos y un poco de proteínas.
- De esta forma, tendrás energía y la comida ya habrá sido digerida. Buenos ejemplos son: el yogur con granola,
- pan inglés con mantequilla de maní o; medio sándwich y un banano. Come carbohidratos a los 40 minutos de haber finalizado el ejercicio.


Consejo para los **RUNNERS**

4 pulg.

4 pulg.

7.

4 pulg.



Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús EDICIÓN 157

23 Agosto 2014
3:00 pm

Beber agua:

Debes consumir agua antes, durante y después del ejercicio. A los 45 minutos de haber empezado a correr, también es recomendable que añadas una bebida isotónica para recuperar los electrolitos perdidos.

Consejo para los **RUNNERS**

Mensajes para los Runners:

8.

Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús EDICIÓN 157

23 Agosto 2014
3:00 pm

5 Calentamiento y Estiramiento:

Entrar en calor mediante estiramientos es importante para evitar lesiones. Con solo 5 minutos podemos aliviar la sensación de tensión. Al finalizar el ejercicio, estírate y haz un poco de relajación.

Consejo para los **RUNNERS**

4 pulg.

4 pulg.

9.

4 pulg.

Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús EDICIÓN 157

23 Agosto 2014
3:00 pm

Entiende a tu Cuerpo:

Al hacer ejercicio, es probable que te duelan los músculos, pero si sientes dolor en la cadera, espinilla, rodilla u otros músculos, es importante frenar, tomar antiinflamatorios y reposar.

Consejo para los **RUNNERS**

Mensajes para los Runners:

10.



Carrera de Atletismo
Mi Meta es Jesús

23 Agosto 2014
3:00 pm

Descansar ayuda a Entrenar:

El descanso es importante, ya que le da al cuerpo el tiempo suficiente para recuperarse después de una sesión de ejercicio. Si no lo haces, te sentirás peor la siguiente vez que vayas a ejercitarte. Al inicio es importante tener, por lo menos, un día de descanso entre la rutina de ejercicios.

Consejo para los **RUNNERS**

4 pulg.

4 pulg.

Capítulo X

Producción, Reproducción y Distribución

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

10.1 Plan de Costos de Elaboración:

Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Proceso Creativo y elaboración de la propuesta <ul style="list-style-type: none">• Se trabajo 3 días a la semana por 1 mes• Se laboraban 5 horas por día.	Q 60.00 (hora)	Q 3,600.00
Sub Total		Q 3,600.00
IVA		Q 462.00
Total		Q 4,032.00

10.2 Plan de Costos de Producción:

Descripción	Valor Total
Artes Finales	Q 3,000.00
Producción de Audio y Video	Q 0.00
Prototipos Virtuales	Q 500.00
Sub Total	Q 3,500.00
IVA	Q 420.00
Total	Q 3,920.00

10.3 Plan de Costos de Reproducción:

Descripción	Valor Total
Impresión: Litográfica, Offset, Serigrafía.	Q 0.00
Sub Total	Q0.00
IVA	-
Total	Q 0.00

10.4 Plan de Costos de Distribución:

Descripción	Valor Total
CD – Entrega de material	Q 15.00
Sub Total	Q 15.00
IVA	Q 1.80
Total	Q 16.80

10.5 Cuadro con Resumen General de Costos:

Descripción	Valor Total
Plan de Elaboración de Costos	Q 4,032.00
Plan de Costos de Producción	Q 3,920.00
Plan de Costos de Reproducción*	Q 0.00
Plan de Costos de Distribución	Q 16.80
Sumatoria Total	Q 7,968.80

* Para este proyecto y por ser un material digital, que será publicado en las redes sociales, no aplica el Plan de Costos de Reproducción.

Capítulo XI

Conclusiones y Recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones: Con base a lo realizado en el proyecto de graduación, se puede concluir de la siguiente manera:

- Se diseñó un material publicitario para promocionar, a través de las redes sociales, la carrera de atletismo “Mi Meta es Jesús” que realiza anualmente Radio Cultural TGN y que va dirigida a sus oyentes en toda la República de Guatemala.
- Se investigó, a través de referencias bibliográficas, acerca del diseño de materiales en libros e internet para desarrollarlo en el proyecto..
- Se recopiló información acerca de la problemática de comunicación y diseño en la publicidad anterior, lo cual ayudó a desarrollar y complementar el tema propuesto por el cliente.
- Se creó un imagotipo que contenía el tipo de evento, edición y nombre de la carrera. Éste, sirvió para implementarlo en el material publicitario desarrollado posteriormente.
- Se ilustraron las imágenes e íconos que se colocaron en el material publicitario, el cual logro darle nueva imagen, emotividad y realismo.
- Se elaboró un afiche publicitario, que se utilizó para promocionar el evento en las redes sociales de la emisora.
- Se desarrolló un material informativo digital, que aconsejó a los futuros participantes a cuidar su preparación tanto física, emocional y alimentaria previo a la competencia.

11.2 Recomendaciones: Según lo concluido anteriormente, se recomienda lo siguiente y se espera tomen en cuenta:

- Sobre el material publicitario desarrollado:
 1. Se recomienda manejarlo con cautela. Velar por su completa y correcta publicación para lograr la efectividad del mensaje y comunicación.
 2. Publicarlo en horarios pico, donde exista mayor movimiento de personas en las redes sociales para generar un mayor alcance.

- Sobre la problemática de comunicación y diseño:
 1. Con el tema de comunicación no existe problema alguno porque son expertos en el área, buscar y/o contratar a un diseñador gráfico para realizar futuros proyectos.

- Sobre el manejo de la publicidad:
 1. Consultar y pedir asesorías sobre cómo pueden diseñar sus futuras publicaciones y así mantiene a la vanguardia.

- Con el imagotipo:
 1. No cambiar los colores de los recuadros de fondo para mantener la combinación de la paleta de colores utilizada en los materiales.
 2. La tipografía se puede utilizar sin el fondo y aplicarlo en otros elementos.

- El tema de las ilustraciones e íconos:
 1. Se recomienda no utilizar fotos bajadas de internet, para evitar póstumos asuntos legales.
 2. Creatividad e ingenio para realizar los íconos, de forma que llame la atención de las personas y ayude a complementar el mensaje.

- Acerca del afiche publicitario:
 1. Se recomienda escribir una breve descripción que persuada a los seguidores al momento de su publicación.
 2. Interactuar constantemente con sus seguidores para fomentar la participación y lograr buena comunicación.

- Del material informativo:
 1. Al igual que con el afiche, se recomienda escribir una breve descripción que persuada a los futuros competidores para que se preparen y participen
 2. Se recomienda volverla campaña, en la que previo a la publicación de los mensajes, se haga una expectativa de lo que serán los “Consejos para los Runners”.

Capítulo XII

Conocimiento General

Capítulo XII: Conocimiento General

Visualización Gráfica

Realización del bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico. Permite tener una visualización de lo que será el diseño.



Semiología de la Imagen

Darle un completo significado a las imágenes e íconos utilizados en el material.



Psicología del Color

Analizar los efectos que tienen los colores en el comportamiento y percepción humana.



Fotografía

Permite plasmar recuerdos duraderos. Sirve como apoyo visual en el material. Ejemplifica y detalla el evento a realizar.

Software

Photoshop: Retoque de fotografías y algunas sombras.
Ilustrador: Manejo de vectores como íconos, piezas, tipografía, etc.

Comunicación

Parte fundamental para el diseño gráfico; facilita el envío de la información a los receptores y permite crear buenas relaciones entre el emisor y receptor.

Diseño Publicitario

Diseño y maquetación de publicaciones para las redes sociales. Se toma en cuenta: los materiales a desarrollar, el grupo objetivo, el medio a difundir y la competencia, para el desarrollo de la misma.

Capítulo XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

Libros de Consulta:

- Hauser, Arnold (1978). *Historia Social de la Literatura y el Arte* (14^a. Edición). Barcelona, España: Guadarrama, Punto Omega.
- Kane, J. (2012). *Manual de Tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Kotler Philip, C. D. (2000). *Dirección de Marketing* (1^{ra}. Edición). Prentice Hall Iberia. S.R.L.
- Morris, Charles G.; Maisto, Albert A. (2010). *Psicología* (13^a. Edición). Prentice Hall.
- Perera, Mamen (2012) *Gran Libro de Diseño Web*. Madrid España: Impresia Ibérica
- Santillana, S.A. (2006). Tipografía . En *Diccionario Santillana del Español* (pág. 802). Distrito Federal, Mexico: EDITORIAL SANTILLANA, S.A. DE C.V.
- Unna, J. d. (2000). *Manual de Diseño Editorial*. Distrito Federal, México: Editorial Santillana, S.A. de C.V.
- Willman, H. M. (2009). *Manual de Comunicación Oral*. México: Pearson Educación.

Páginas de Internet Consultadas:

- Alegsa, L. (2009). *ALEGSA.com.ar*. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>
- Álvarez, R. (3 de Febrero de 2012). Scribd. Recuperado el 9 de Julio de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/80424998/Historia-Del-Atletismo-en-Guatemala>
- Caballero, M. J. (Junio de 2012). *eHow en Español*. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de http://www.ehowenespanol.com/definicion-teoria-del-color-sobre_151644/
- Cancha Abierta. (s.f.). Recuperado el Junio de 2014, de <http://canchabierta.com/sitio/index.php/entry/calendario-de-competencias-de-atletismo-de-ruta-o-pedestres-2013>
- Definición ABC. (2007). *Definición ABC*. Recuperado el 4 de Agosto de 2014, de <http://www.definicionabc.com/ciencia/antropologia.php>
- Definicion.de. (2010). *Definición.de*. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://definicion.de/ilustracion/>
- Dibujos Infantiles. (2007). *Aprende a Dibujar: Dibujos Infantiles*. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://www.dibujosinfantiles.org/aprender-a-dibujar/concepto-de-dibujo.php>
- Editorial, D. (Mayo de 2006). *WordPress*. Recuperado el 19 de Julio de 2014, de <http://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>

- FotoNostra. (s.f.). *Fotonostra*. Recuperado el 10 de Julio de 2014, de <http://www.fotonostra.com/digital/redesociales.htm>
- Ilusión y Estudio. (2010). *Psicología del Color y Teoría del Color*. Recuperado el 20 de Julio de 2015, de: <http://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2014). Recuperado el Junio de 2014, de <http://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas/tema-indicadores>
- IUT, F. (28 de Febrero de 2012). *Diseño Gráfico*. Recuperado el 19 de Julio de 2014, de Blogspot: <http://disenograficoiut.blogspot.com/2012/02/diagramacion.html>
- López Sinning, I., & Suárez Martínez, H. E. (Julio de 2011). *Andragogía*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de Blogspot: <http://consultaandragogia.blogspot.com/p/definicion.html>
- Maratón Guate. (s.f.). Recuperado el Junio de 2014, de <http://www.maratonguate.com/paginas.asp?id=12032&clc=1512#.U7NjrBYuFXk>
- Ministerio de Educación. *Fundamentos de la Educación en Personas Adultas* (Vol. 3). España.
- Nieto, S. (30 de Abril de 2010). *SlideShare*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://es.slideshare.net/sjnietoc/la-semiotica-de-la-imagen-3958203>
- Olachea, O. (5 de Marzo de 2014). *PAREDO*. Recuperado el 26 de Julio de 2014, de <http://www.paredro.com/5-tendencias-de-diseno-grafico-para-no-perder-de-vista-en-el-2014/>

- Orozco, D. (1 de Marzo de 2011). *ConceptoDefinición.de*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://conceptodefinicion.de/sociologia/>
- Piérola, A. J. (10 de Septiembre de 2009). *Psicología de la Publicidad*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/>
- Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. (2014). *Sistema de Biblioteca*. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/metodos_tecnicas_investigacion.php
- Portocarrero, V. (Abril de 2010). *Diseño Publicitario Creativo*. Recuperado el 19 de Julio de 2014, de <http://designpublicitariocreativo.blogspot.com>
- Red Gráfica Latinoamérica. (Mayo de 2011). *Red Gráfica*. Recuperado el 18 de Julio de 2014, de <http://redgrafica.com/El-Material-P-O-P-y-su-utilidad>
- Rochín, J. (Agosto de 2012). *Teoría y Psicología*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://teoriaysicologia.blogspot.com/2012/08/definicion-e-historia-de-la-psicologia.html>
- Romero, A. M. (s.f.). *About.com*. Recuperado el 9 de Julio de 2014, de <http://deportes.about.com/od/Atletismo/a/Definici-On-Y-Nociones-B-Asicas-Del-Atletismo.htm>
- Thompson, I. (Diciembre de 2005). *PromonegocioS.net*. Recuperado el 9 de Julio de 2014, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>

- Ucm, B. (2000). *El Rincon del Vago*. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de http://html.rincondelvago.com/teoria-de-la-comunicacion_4.html
- Vásquez, E. (2010). *Que es Antropología*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de Monografías:
<http://www.monografias.com/trabajos14/infoantropolog/infoantropolog.shtml>
- Veronica. (20 de Marzo de 2012). *Sobreconceptos.com*. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://sobreconceptos.com/musica>
- Yanez, J. (2014). *Psicólogos en Línea 2014*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://psicologosenlinea.net/2146-psicologia-del-color-que-es-la-psicologia-del-color-los-colores-y-lo-que-representan.html>

Capítulo XIV

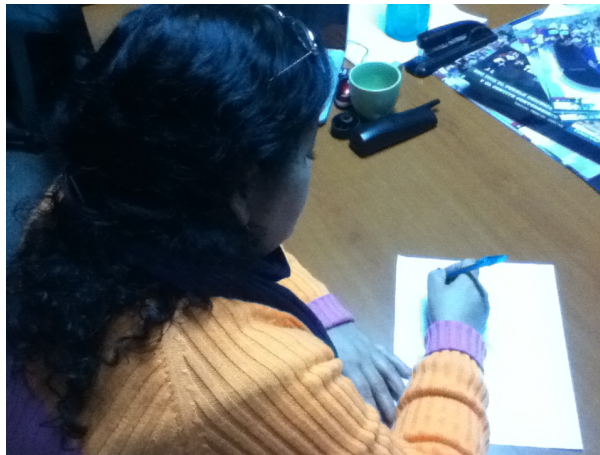
Anexos

Capítulo XIV: Anexos

Fotografía Expertos:



Fotografía Cliente:



Fotografía Grupo Objetivo:

