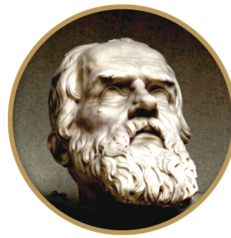




Facultad de Ciencias  
de la Comunicación



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**UNIVERSIDAD GALILEO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

Diagramación de revista impresa para conmemorar con la comunidad  
guatemalteca los treinta y cinco años del Sistema de Comunicación  
Adventista. Guatemala, Guatemala, 2014.

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

**Guatemala, C.A.**

ELABORADO POR:

Carlos José Rodas Aguallo

08001134

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, miércoles, 14 de mayo del 2014

Guatemala 05 de junio de 2012

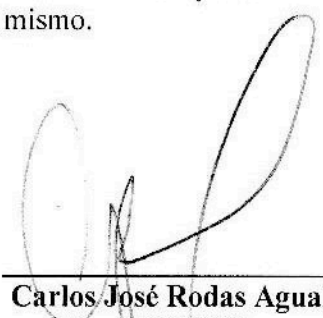
Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:

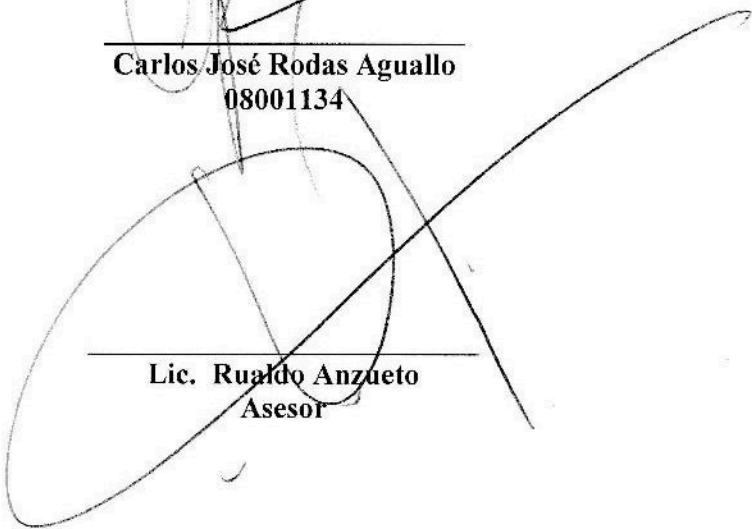
**DIAGRAMA DE REVISTA IMPRESA PARA CONMEMORAR CON LA  
COMUNIDAD GUATEMALTECA LOS TREINTA Y CINCO AÑOS DEL  
SISTEMA DE COMUNICACIÓN ADVENTISTA. GUATEMALA,  
GUATEMALA 2014.** Así mismo solicito que el Lic. Rualdo Anzueto, sea quién me  
asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



---

Carlos José Rodas Aguillo  
08001134



---

Lic. Rualdo Anzueto  
Asesor





**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señor  
Carlos José Rodas Aguallo  
Presente**

Estimada Señor Rodas:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DIAGRAMA DE REVISTA IMPRESA PARA CONMEMORAR CON LA COMUNIDAD GUATEMALTECA LOS TREINTA Y CINCO AÑOS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN ADVENTISTA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba al Lic. Rualdo Anzueto, 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 2014**

**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: **DIAGRAMA DE REVISTA IMPRESA PARA CONMEMORAR CON LA COMUNIDAD GUATEMALTECA LOS TREINTA Y CINCO AÑOS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN ADVENTISTA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Carlos José Rodas Aguallo, con número de carné: 08001134, 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,



---

**Lic. Rualdo Anzueto**  
**Asesor**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 27 de octubre de 2014**

**Señor  
Carlos José Rodas Aguallo  
Presente**

Estimado señor Rodas:

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, 12 de enero de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DIAGRAMA DE REVISTA IMPRESA PARA CONMEMORAR CON LA COMUNIDAD GUATEMALTECA LOS TREINTA Y CINCO AÑOS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN ADVENTISTA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014**, del estudiante Carlos José Rodas Aguallo, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente,



Lic. Edgar Lizardo Popres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 23 de enero de 2015

**Señor**  
**Carlos José Rodas Aguallo**  
**Presente**

Estimado Señor Rodas:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DIAGRAMA DE REVISTA IMPRESA PARA CONMEMORAR CON LA COMUNIDAD GUATEMALTECA LOS TREINTA Y CINCO AÑOS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN ADVENTISTA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Carlos José Rodas Aguallo, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado 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

**Licda. Mayra de Ramírez**

Vicerrectora

**Lic. Jean Paul Suger Castillo**

Vicerrector Administrativo

**Lic. Jorge Retolaza**

Secretario

**Lic. Leizer Kachler**

Decano Facultad Ciencias de la Comunicación

**Lic. Rualdo Anzueto**

Vicedecano Facultad Ciencias de la Comunicación

# DEDICATORIA



### **A Dios**

Por haberme regalado la salud, y el privilegio de estar en este punto de mi vida en el que concluiré un ciclo y todo sea para gloria y honra de su Nombre.

### **A mi padre, Jacob Misael Rodas de León**

Por su ejemplo de superación y de perseverancia. Por mostrarme que las metas son alcanzables y que con trabajo y esfuerzo se pueden lograr grandes cosas y formar proyectos que se convierten en estándares de superación.

### **A mi madre, María Elena Aguallo Vargas**

Por haberme apoyado en todo momento y no solo tras la realización y finalización de este ciclo universitario sino desde que estaba en su vientre. Así también por su ejemplo de perseverancia.

### **A, Mayra Janeth Galdámez Roca**

Por ser la mujer con la que estoy compartiendo la alegría de tener una hermosa familia, y la que ha estado conmigo al culminar este proyecto con el fin de superarnos como pareja, familia y profesionalmente.

### **A mi hija, Khristen Andrea Rodas Galdámez**

A mi beba, que ha llenado mi vida de alegría y me ha motivado para cada día ser mejor.

**A, Khristopher Alfonso Galdámez Roca**

Un niño muy especial de 5 años que ha pasado a formar parte de mi vida y junto con su hermanita Khristen Rodas me inspiran a ser cada día mejor para ellos.

**A mis amigos**

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos siendo amigos: Jorge Corzo, Grethel Villate, Sophie Corado

¡Gracias a ustedes!

# RESUMEN

## **Resumen.**

La Iglesia Adventista del Séptimo Día, cuenta con una Emisora de Radio, denominada como Sistema de Comunicación Adventista. Dicha estación conlleva a su existencia 35 años trasmitiendo por medio de la locución en Guatemala, una palabra de fe y esperanza.

Motivo por el que se dispuso la creación de realizar una revista alegórica para celebrar su aniversario. Durante el proceso de estudio de investigación fue necesario realizar entrevistas con el cliente para efectuar y establecer el contenido fotográfico para crear un contenido de interés y llamativo para los lectores de la revista.

La revista será repartida por medio del Sistema de Comunicación Adventista, en el año 2013 que formará parte de la campaña de Alabanza y Gratitud motivo por el que fue necesario manejar una línea de diseño de la radiodifusora y su imagen corporativa relacionada con el resto de la campaña.

# ÍNDICE

# ÍNDICE

## CAPÍTULO I

1.- Introducción.....	1
2.- Tema.....	1

## CAPÍTULO II

Problemática.....	2
-------------------	---

## CAPÍTULO III

Objetivos del Diseño .....	5
----------------------------	---

## CAPÍTULO IV

Información General del Cliente.....	6
4.1 Información general del Cliente.....	6

## CAPÍTULO V

Definición del Grupo Objetivo .....	8
-------------------------------------	---

## CAPÍTULO VI

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio .....	11
6.2 Conceptos Relacionados con el Diseño.....	18
6.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	49
6.3.3.- Teorías.....	62
6.3.3.1.- Minimalismo.....	62

## CAPÍTULO VII

7.1 Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	63
7.1.1 Aplicación de la información en el marco teórico.....	63

7.1.2.- Aplicación de las ciencias auxiliares teorías y tendencias	63
7.2 Conceptualización.....	67
7.2.1.- Método.....	68
7.2.2.- Definición del concepto.....	68
7.2.3.- Bocetaje.....	70
7.2.4.- Propuesta Preliminar .....	72
CAPÍTULO VIII	
Validación Técnica.....	83
CAPÍTULO IX	
Propuesta gráfica final .....	95
CAPÍTULO X	
10.1 Plan de costos de elaboración.....	109
CAPÍTULO XI	
11.1 Conclusiones.....	112
11.2 Recomendaciones.....	112
CAPÍTULO XII	
Conocimiento Adquirido .....	114
CAPÍTULO XIII	
Referencias.....	118
CAPÍTULO XIV	
Anexos.....	

# Capítulo I



## **Capítulo I**

### **Capítulo I – Introducción**

El Sistema de Comunicación Adventista -SISAC-, es dedicado a la comunicación radial al difundir la palabra de Dios en Guatemala.

En el año 2013 cumple 35 años de difundir la palabra de Dios y en el afán de su crecimiento se ha dispuesto la creación de una revista conmemorativa, en la que se dará a conocer la historia de la radio, y cómo ha ido evolucionando en los últimos años.

El contenido de la revista fue diseñado para atraer la atención de los lectores aplicando, fotografías, diagramaciones, colores y tipografías sumada a la información y elementos a los que se han conjugado para no perder la identidad de la radio y llamar la atención de los lectores.

#### **2.- Tema**

Diagramación de revista impresa para conmemorar con la comunidad guatemalteca los 35 años del Sistema de Comunicación Adventista.

Iglesia Adventista del Séptimo Día.

Guatemala, Guatemala 2012

# Capítulo II

## **Capítulo II**

### **Capítulo II - Problemática**

#### **2.0 Problemática**

El Sistema de Comunicación Adventista -SISAC- es una entidad dedicada a difundir la palabra de Dios, que cumplirá 35 años de emisión en Guatemala; a la fecha no cuenta con información escrita para dar a conocer su conmemoración del aniversario radial.

Para dar a conocer su historia y la trayectoria de la conmemoración de los 35 años de la radio y que los fieles y demás personas interesadas conozcan la trayectoria forjada por los primeros que fundaron la emisora Adventista en Guatemala, se ha planificado realizar un medio escrito, que consiste en una revista para informar la historia de las generaciones.

#### **2.1 Contexto**

En la reunión efectuada con el Gerente General del Sistema de Comunicación Adventista de Guatemala -SISAC- se llega a la conclusión que no cuenta con un medio masivo para difundir la conmemoración de los 35 años de estar en el país. Por ello se toma la decisión de crear una revista con la que se llegara de una manera masiva a los simpatizantes de la Iglesia Adventista en Guatemala.

#### **2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.**

El Sistema de Comunicación Adventista no cuenta con un medio grafico de comunicación masiva para darse a conocer, es por ello que se trabajará en el diseño de una revista gráfica

en la que se dará a conocer la conmemoración de los 35 años de comunicación en Guatemala.

## **2.3 Justificación**

Es importante que cada persona conozca la trayectoria de la historia para construir un mejor futuro y la radio adventista en Guatemala llega a sus 35 años de emisión, se ha provisto la creación de una revista con la que se inculcará la historia de sistemas de comunicación adventista.

### **2.3.1 magnitud**

Guatemala cuenta con una superficie de 108,889 km<sup>2</sup> y con una población de 14,361,666 habitantes aproximadamente, según el Instituto Nacional de Estadística. La ciudad capital tiene una superficie de 996 km<sup>2</sup> y una población de 3,103,685 habitantes, aproximadamente.

En Guatemala existen tres sedes principales de la Iglesia Adventista del Séptimo día ubicadas en las zonas 1, 3 y 15 de la ciudad capital. También cuenta con tres instituciones que son las siguientes: Unión de Guatemala, División Interamericana y Asociación General de los Adventistas del Séptimo Día. Cuenta con el Sistema de comunicación Adventista, que tiene tres emisoras radiales, las que son: Nuevo Tiempo, Unión Radio y Orión estéreo, y una Universidad Unadeca, que está ubicada en Costa Rica.

### **2.3.2 Vulnerabilidad**

Se desconoce sobre el funcionamiento de la radio y sobre los programas que se transmiten en ella, ya que el Sistema de Comunicación Adventista lleva 35 años de emisión en Guatemala, y la gente no conoce sobre su historia, ni se entera sobre las actividades a realizar en el año.

### **2.3.3 Transcendencia**

Con la creación de la revista conmemorativa de los 35 del Sistema de Comunicación Adventista en Guatemala, se prevalece dar a conocer la historia desde sus inicios, permitiéndole a las personas informarse de la importancia de conocer sobre la radio.

### **2.3.4 Factibilidad**

El Proyecto es factible, ya que se cuenta con el Sistema de Comunicación Adventista, que posee los recursos necesarios de comunicación y monetarios para efectuar la realización de la revista conmemorativa, ya que se cuenta con las herramientas necesarias: económicas, gráficas, auditivas y audiovisuales, para instalar los anuncios y los recursos tecnológicos del equipo y el software de última generación para la realización y presentación de los anuncios.

Los recursos humanos porque se cuenta con personal altamente calificado para llenar la revista con contenido de interés.

Los recursos económicos porque tiene el financiamiento interno, así también se cuenta con el patrocinio de empresas interesadas en aparecer en la revista conmemorativa.

# Capítulo III

## **Capítulo III**

### **Capítulo III Objetivos del Diseño**

#### **Objetivo General**

1.- Diagramar una revista impresa para conmemorar con la comunidad guatemalteca los 35 años del Sistema de Comunicación Adventista.

#### **Objetivos Específicos**

2.- Investigar acerca de la elaboración y el proceso de impresión de revistas gráficas para la elaboración de la revista conmemorativa.

3.- Recopilar datos de información acerca de la conmemoración de los 35 años del Sistema de Comunicación Adventista.

4.- Fotografíar actividades relevantes que se efectuarán para incluirlas en la diagramación de la revista conmemorativa.

5.- Editar referencias fotográficas proporcionadas por el cliente, para incluirlas en el contenido de la revista.

# Capítulo IV



## **Capítulo IV**

### **Capítulo IV Marco de Referencia**

#### **4.1 Información general del Cliente.**

8ta. avenida 0-75 Vista Hermosa ciudad de Guatemala.

Teléfono: 23692504

#### **4.2 Historia.**

Unión Radio desde sus inicios se ha dedicado a trabajar al llevar su mensaje de esperanza, el mensaje de salvación desde 1978.

Por 35 años la emisora se ha hecho del mandato de predicar el evangelio a través de su señal a todos los oyentes, y desde la mañana hasta el anochecer busca atraer con su variada programación al público con la Palabra Viva de Dios, en cada una de sus facetas: su gran amor, su compasión, la bondad y la humildad de Nuestro Salvador.

Hace tres años se unió a la red más grande de emisoras de Sur América: ¡Nuevo Tiempo! a partir de entonces surgió la Radio Nuevo Tiempo, en la ciudad capital a través de la estación 105.7 FM y Unión Radio, así también como en el cuadrante a través del 1330 AM y sus repetidoras en FM que se escucha en toda Guatemala.

#### **4.3 Visión.**

Ser el ministerio de comunicación que lleva el mensaje de los eventos finales, dándole la oportunidad de salvación a todo el mundo.

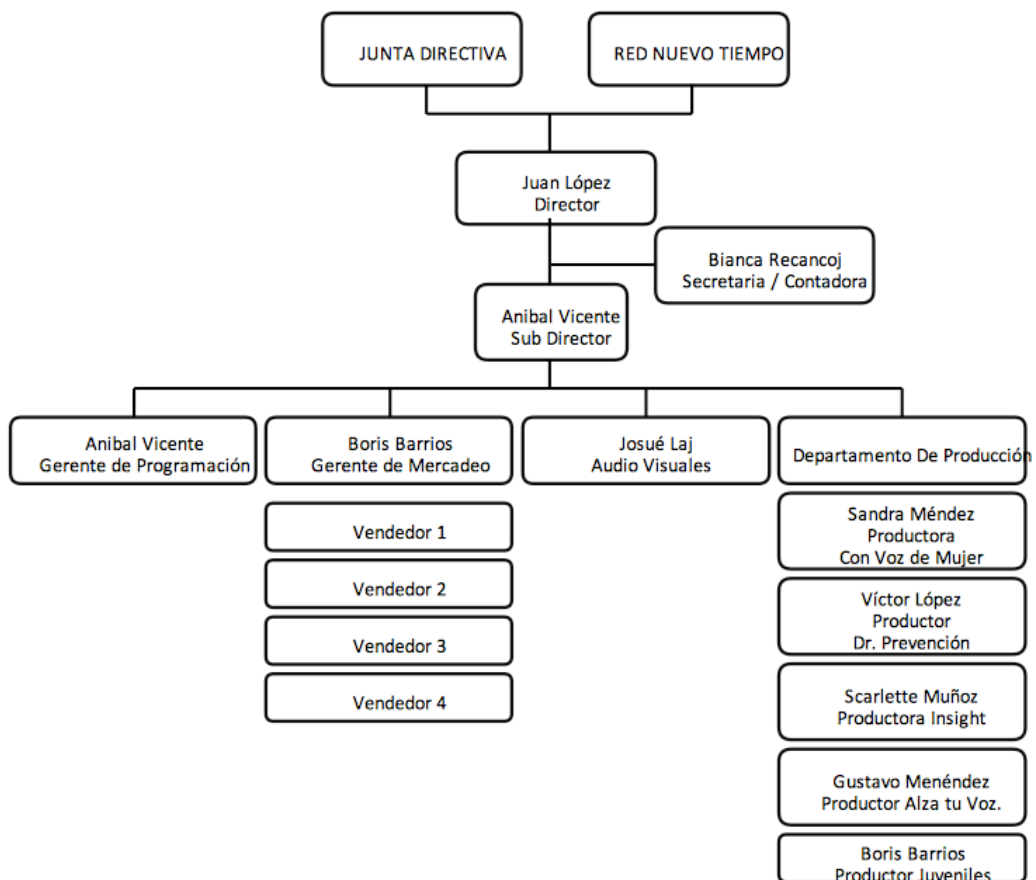
#### 4.4 Misión

Utilizar todos los medios de comunicación a través del canto, predicación y recursos tecnológicos, para advertir y preparar a todos para el glorioso advenimiento de nuestro señor Jesucristo.

#### 4.5 Valores

Liderando con integridad, la dedicación, la honestidad y el amor de Jesús para terminar su obra.

#### 4.6 Organigrama



# Capítulo V

## **Capítulo V**

### **Capítulo V - Definición del grupo objetivo**

El proyecto va dirigido a las necesidad de un grupo objetivo en el que hay gran variedad de personas, entre ellas se encuentran las que escuchan las radios de Sistema de Comunicación Adventista y las que asisten a la iglesia adventista del séptimo día personas que asisten a la iglesia de manera regular y escuchan la radio con edades de 17 a 50 años.

#### **5.1 Perfil geográfico**

Nombre oficial República de Guatemala, cuenta con una superficie de 108.889 km<sup>2</sup>, con 14.655.189 habitantes. La capital es Guatemala y su forma de gobierno es una República unitaria presidencialista. Su lengua oficial es el español y cuenta con distintas lenguas siendo los idiomas oficiales Maya, garífuna y el xinca. Su moneda es el Quetzal. Limita al Norte y Oeste con México, al Noreste con Belice, al Este con el mar Caribe y Honduras, al Sureste con El Salvador, y al Sur con el Océano Pacífico. Tiene cinco puertos principales que son: Puerto Barrios, Santo Tomás de Castilla; Matías de Gálvez en el Atlántico; Puerto Quetzal y Champerico en el Pacífico: Guatemala se divide políticamente en 22 departamentos. Está, asentada en plena región intertropical, tiene un clima cálido y húmedo en el que se dan notables variaciones climáticas, debido a sus cambios de altitud y a la orientación de su relieve. Cabe distinguir tres grandes regiones: de climas cálidos (hasta los 1,000m de altitud), las tierras templadas (1,000-2,000 m) y el clima frío (por encima de 2,000 m).

El relieve está dominado por la presencia de un elevado sistema montañoso que atraviesa el sector occidental del país, desde México hasta el Salvador.

En Guatemala se encuentra ubicado el volcán de Tajumulco, con 4,220 metros de altitud, el mayor de toda Centroamérica. El río Motagua es el más largo del país, con 400 km de longitud registra un elevado crecimiento demográfico, con una de las mayores tasas de natalidad de la zona, sólo superada por Nicaragua. Su distribución geográfica es muy irregular, contrastan las densidades de las cuencas altas del oeste (más de 200 hab. /Km2) con las del Petén (6 hab. / Km2), las de los llanos caribeños o las que existen junto al lago de Izabal (prácticamente sin población). Un alto porcentaje de los habitantes del país pertenece a grupos etnolingüísticas mayas que conservan la herencia cultural de sus ancestros, también hay mestizos, además de los habitantes de la costa caribeña, que mantienen sus raíces afro caribeñas.

## **5.2 Perfil demográfico**

### **Nivel socioeconómico**

Bajo (C-, C, C+), Medio (B-, B, B+) y Alto (A-, A).

### **Ingresos**

Ingresos familiares promedio mensual entre Q.2,500.00 a Q.300,000.00.

### **Educación**

Sus estudios pueden ser desde educación primaria, secundaria, básicos, diversificado y universitarios. Pueden tener también otros estudios como diplomados o carreras técnicas también maestrías y doctorados. Los estudios pueden ser realizados en instituciones públicas y/o privadas en cualquier departamento del país o fuera de él.

### **Ciclo de vida**

Dicha revista va dirigida a los guatemaltecos de la comunidad adventista.

### **Vivienda**

Habitan en distintos puntos de la ciudad capital y dentro de los departamentos de Guatemala.

### **Vehículos**

Utilizan transporte vehicular automóvil, motocicleta.

## **5.3 Perfil psicográfico**

Consiste en hombres y mujeres previsoras, visionarias, triunfadoras que poseen el hábito de congregarse frecuentemente en Ministerios de la iglesia Adventista del Séptimo Día y forman parte de los miembros activos de la iglesia. Dentro de sus actividades de recreación, practican el deportes, viajes al interior o exterior del país, visitan centros comerciales, van al cine, asisten a parques, celebraciones familiares y/o de amistad. También realizan otras actividades sanas y de grata convivencia entre amigos o familiares. Sus costumbres están relacionadas con las pertenecientes a la religión cristiana evangélica y a las de la ciudad capital de Guatemala.

## **5.4 Perfil Conductual**

Los hombres y mujeres se identifican con valores, propósitos, visión y misión de la iglesia Adventista del séptimo día y se refiere como un miembro activo y apoyador de sus actividades y creencias del ministerio, con la creación de la revista es dar a conocer los valores la visión y misión del sistema de comunicación adventista.

# Capítulo VI

## **Capítulo VI**

### **Capítulo VI marco teórico**

#### **6.1 Conceptos relacionados con el producto o servicio**

##### **6.1.1 Dios**

Dios es el nombre que se le da en español a un ser supremo omnipotente y personal en religiones teístas y deístas (y otros sistemas de creencias) quien es: o bien la única deidad, en el monoteísmo, o la deidad principal, en algunas formas de politeísmo, como en el henoteísmo.

##### **6.1.2 Jesucristo**

La palabra Jesús es la forma latina del griego Lesous, que a su vez es la transcripción del hebreo jeshua o Joshua o también jehosua, que significa \*Jahveh es salvación\*. El nombre griego está relacionado con el verbo sanar. Jesucristo es un termino instituido por los apóstoles, después de la resurrección de Jesús como abreviatura y unión de las dos entidades de Jesús de Nazaret = Jesús hombre + Cristo ungido, mesías.

La palabra Cristo, Christos, equivalente al griego para la palabra hebrea Mesías, significa “ungido”. De acuerdo con la antigua ley, los sacerdotes, los reyes y los profetas debían ser ungidos para sus respectivos oficios, ahora el cristo, o el Mesías, reunía estas tres dignidades en su persona. Luego de la resurrección el título se convirtió gradualmente en nombre propio, y la expresión Jesucristo o cristo Jesús se convirtió en una sola designación



### **6.1.3 Espíritu Santo**

El Espíritu Santo es la tercera persona de la trinidad, como persona, aunque es distinta del padre y del hijo. Es también inseparable de ellos, siendo Dios como ellos, él posee con ellos una misma naturaleza o esencia divina.

Procede de Dios padre y es enviado para que este, con los discípulos y todos los que han de creer, es enviado por Dios hijo como consolador, abogado, mediador o defensor, se hizo presente por primera vez a los apóstoles el día del pentecostés, manifestándose por dones dados por Dios a los que creyeran en él.

### **6.1.4 reino de Dios o reino de los Cielos**

En las enseñanzas bíblicas encontramos que el trono de Dios está en el reino de los cielos. Se debe tener en cuenta que la palabra reino, significa gobierno, por lo tanto significa no solamente el actual reino como el dominio del rey, sino a Dios como gobernante de un reino teocrático y quien vengará cualquier negligencia de todos los reyes.

En el nuevo testamento la repentina llegada del reino es el tema que se hablaba, hacer penitencia porque el reino de los cielos está próximo, dice Juan el Bautista y las palabras de Cristo al pueblo no hacen sino repetir este mensaje. En palabras de Cristo, el reino significa no solo la meta a la que se debe tener, el lugar o un estado de animo, significa una influencia dentro de cada una de las personas para que sean uno con Él y tener sus ideales.

### **6.1.5 Religión**

Complejo de relaciones que unen el hombre a Dios y deberes que de ello se derivan. La universalidad del sentimiento religioso, nacido con el hombre, es un hecho histórico evidente, que ha llevado a muchos autores a postular un monoteísmo primitivo del cual proceden las formas animistas, fetichistas y politeístas que perduran en algunas sociedades. El proceso engloba desde la magia a las primeras concreciones verdaderamente religiosas, en que la divinidad una o múltiple aparece netamente objetivada, con lo que se manifiestan entonces las primeras formas definidas de adoración y culto con su enorme influencia en la plasmación de las colectividades humanas y en la evolución de los pueblos. Las civilizaciones vincularon a sus dioses, en general humanizados (antropomorfismo), toda su filosofía acerca del mundo y los fenómenos naturales y morales. Las principales religiones actuales son: cristianismo, islamismo, hinduismo, confucionismo, budismo, sintoísmo, taoísmo, judaísmo y mazdeísmo. El estudio de las religiones como fenómeno humano natural constituye una ciencia, que según se las considere en su aspecto histórico, social o psicológico, se denomina historia, sociología o psicología de las religiones.

### **6.1.6 Iglesia Adventista**

El término iglesia es el nombre empleado para traducir el griego ekklesia, término con el que los autores del Nuevo Testamento designan a la sociedad fundada por Jesucristo.

La Iglesia Adventista es una denominación cristiana protestante, distinguida por su devoción al día sábado, que es el séptimo día de la semana, el día de reposo (Shabbath) y por el énfasis en la segunda venida de Jesucristo a la tierra.

Esta denominación surgió de movimiento militarista en los Estados Unidos, y fue establecida oficialmente en 1863, Gran parte de la teología de la Iglesia Adventista corresponde a las enseñanzas evangélicas, tales como la de la Deidad (Dios Padre, Dios Hijo, Dios Espíritu Santo), el estado inconsciente de los muertos y la doctrina de un «juicio investigador». La iglesia es también conocida por su énfasis en la alimentación, la salud y el respeto por los animales que es la ordenada por Dios desde el principio de la creación (Génesis 1:29), sus doctrinas, que están completamente basadas en la Biblia, su promoción de la libertad religiosa, y sus principios y estilo de vida que los diferencia.

La iglesia mundial se rige de manera democrática; esto significa que sus miembros escogen delegados cada cinco años para la elección de nuevos líderes, quienes forman la «Asociación General», con regiones más pequeñas administradas por divisiones, uniones, misiones/asociaciones y distritos. Actualmente cuenta con una membresía de más de 17 millones de personas, tiene una presencia misionera en más de 200 países y territorios y se diversifica étnica y culturalmente. La iglesia administra numerosas escuelas, universidades, hospitales, clínicas, institutos y casas editoriales en todo el mundo, así como una destacada organización humanitaria conocida como la ADRA, la Agencia Adventista de Desarrollo y Recursos Asistenciales.

### **6.1.7 Adventista**

En general es el término que se refiere a todo miembro de la Iglesia Adventista.

### **6.1.8 La palabra de Dios**

La palabra de Dios es todo aquello que representa el deseo de Él, para llegar a conocer sus mandatos.

La Sagrada Escritura es la palabra de Dios, escrita por hombres inspirada por él a través de su Espíritu Santo, quien daba a los escritores lo que debían plasmar, ya que él ha prometido estar con cada uno de sus fieles hasta los últimos día del mundo.

### **6.1.9 alabanza**

Expresarse bien de alguien, de sus cualidades, de lo que ha hecho, quien alaba demuestra que observa el bien que hay y la aprobación interna a lo que alaba.

En la iglesia se alaba a Dios, sus obras y sus atributos. Se alaba aquello que no se ve pero se cree que es real porque se ha manifestado a cada uno de los fieles haciendo brotar de sus labios alabanzas y cánticos de adoración.

### **6.1.10 evangelio/evangelizar**

Evangelizar según la biblia es dar una buena noticia a todo aquel que aún no la ha escuchado para que a través de esta sea salvada su alma, al creer en la palabra de nuestro Señor Jesucristo.

El evangelio etimológicamente, buena nueva, buena noticia. Esta habla sobre los pasos que dio nuestro Señor Jesucristo en la tierra y que se necesita para ser salvo.

### **6.1.11 Radio**

Es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet. La radiocomunicación es la tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación (de su frecuencia o amplitud) de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse a través del vacío.

Una onda de radio se origina cuando una partícula cargada (por ejemplo, un electrón) se excita a una frecuencia situada en la zona de radiofrecuencia (RF) del espectro electromagnético. Cuando la onda de radio actúa sobre un conductor eléctrico (la antena), induce en un movimiento de la carga eléctrica (corriente eléctrica) que puede ser transformado en señales de audio u otro tipo de señales portadoras de información.

Es difícil atribuir la invención de la radio a una única persona. En diferentes países se reconoce la paternidad en clave local: Aleksandr Stepánovich Popov hizo sus primeras demostraciones en San Petersburgo, Rusia; Nikola Tesla en San Luis (Misuri); Guillermo Marconi en Italia el comandante Julio Cervera en España.

En 1873 el físico escocés James Clerk Maxwell, formuló la teoría de las ondas electromagnéticas, que son la base de la radio. En 1887 el físico alemán Heinrich Hertz descubrió las ondas de radio, y en 1894 Nikola Tesla hizo su primera demostración en público de una transmisión de radio. Al poco tiempo, en 1895, el italiano Guillermo Marconi construyó el primer sistema de radio, logrando en 1901 enviar señales a la otra

orilla del Atlántico, pero como lo hizo con patentes de Tesla, se le atribuye el trabajo a este último.

El español Julio Cervera, que trabajó tres meses en 1898 en el laboratorio privado de Marconi es, según investigaciones realizadas por un profesor de la Universidad de Navarra, el inventor de la radio: Marconi inventó antes de Cervera la telegrafía sin hilos, pero no trabajó en la radio hasta 1913, mientras Cervera fue quien resolvió los problemas de la telefonía sin hilos, lo que conocemos hoy día como radio, al transmitir la voz humana -y no señales- sin hilos entre Alicante e Ibiza en 1902, y llegó a registrar la patente en cuatro países: España, Inglaterra, Alemania y Bélgica.

#### **6.1.12 Frecuencia FM**

La frecuencia modulada (FM) o modulación de frecuencia es una modulación angular que transmite información a través de una onda portadora variando su frecuencia. En aplicaciones analógicas, la frecuencia instantánea de la señal modulada es proporcional al valor instantáneo de la señal moduladora. Datos digitales pueden ser enviados por el desplazamiento de la onda de frecuencia entre un conjunto de valores discretos, una modulación conocida como FSK.

#### **6.1.13 Frecuencia AM**

La modulación de amplitud (AM) es una técnica utilizada en la comunicación electrónica, más comúnmente para la transmisión de información a través de una onda portadora de radio. La modulación en amplitud (AM) funciona mediante la variación de la amplitud de la señal transmitida en relación con la información que se envía. Contrastando esta con la

modulación de frecuencia, en la que se varía la frecuencia, y la modulación de fase, en la que se varía la fase. A mediados de la década de 1870, una forma de modulación de amplitud, inicialmente llamada "corrientes ondulatorias"-fue el primer método para enviar con éxito, audio a través de líneas telefónicas con una aceptable calidad.

## **6.2 Conceptos Fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación.**

#### **6.2.1 Comunicación**

Acción y efecto de comunicar o comunicarse. Trato entre dos personas. Conducto de unión entre ciertas cosas. Papel escrito en que se comunica algo en forma oficial. Es un medio del que dos o mas personas pueden intercambiar frases a través de un proceso en el que se ven relacionados el emisor, que es la persona que envía el mensaje, el receptor que es la persona que lo recibe y que a su vez se vuelve emisor, quien manda a través de un canal por medio de códigos.

##### **6.2.1.1.1 Emisor**

Es también llamado Comunicador; es quien emite el mensaje. El mensaje es en gran medida del emisor, ya que depende de cómo lo envié, el receptor podrá descifrarlo con mayor facilidad.

##### **6.2.1.1.2 Codificación**

Es la transformación de la formulación de un mensaje determinado, es unir todos los datos del mensaje por medio de un código.

#### **6.2.1.1.3 Receptor**

Se le llama también Perceptor, y es quien recibe el mensaje enviado por el emisor, puede ser individual o grupal. Se encarga de captar, almacenar, analizar, sintetizar y dar una respuesta a los mensajes que recibe. Un mensaje enviado corresponderá a una cadena insospechada de receptores y puede dar lugar a la tergiversación o pérdida de referencialidad original del mensaje, lo que se conoce como rumor.

#### **6.2.1.1.4 Decodificación**

Se separa el mensaje que envía el emisor, en todas sus partes, para que el receptor lo analice, sintetice e interprete.

#### **6.2.1.1.5 Mensaje**

Es el que el emisor estructura y llega a los sentidos del receptor, que solo se produce si responde a un determinado código.

Todos los mensajes deben tener claridad para entenderse, pero los escritos deben ser estructurados siguiendo normas de racionalidad para que se establezca campo común entre emisores y receptores.

#### **6.2.1.1.6 Canal**

Se puede definir como el medio por el que se transmiten los mensajes. También es conocido como medio. Los canales o medios de comunicación son diversos y dependen de las circunstancias y necesidades de la humanidad. Han existido desde señales de humo, los silbidos, la radio, la televisión y ahora Internet, a través de las computadoras.



#### **6.2.1.1.7 Código**

Es un conjunto estructurado de signos, con base en leyes propias, utilizado para la elaboración de mensajes. Al decir “estructurado con las bases en leyes propias”, quiere decir que debe cumplir con ciertas normas que socialmente se le han establecido.

#### **6.2.1.1.8 Contexto**

Este es el marco socioeconómico y cultural donde se difunden los mensajes en determinado periodo histórico.

#### **6.2.1.1.9 Retorno**

Este es el proceso de respuesta a los mensajes recibidos. Se le conoce también como retroalimentación o feed-back.

#### **6.2.1.2 División de los códigos**

Para entenderlos mejor, Sagastume (2000) escribe que los códigos son imágenes, señales, colores y signos que utilizamos para elaborar mensajes, estos se agrupan de manera socializada y estructurada, para transmitir ideas. Se dividen en Códigos Lingüísticos, paralingüísticos y No Lingüísticos.

Los códigos lingüísticos, el hombre para expresar sus ideas hace uso del lenguaje:

A.- Oral o hablado (el lenguaje articulado)

B.- Escrito o gráfico (es el que emplea signos en este caso el alfabeto)

Los códigos paralingüísticos son los que acompañan las expresiones lingüísticas, por ejemplo: los gestos y el tono de la voz.

Los códigos no lingüísticos son los que emplean iconos, señales, mímica, gestos y emblemas.

### **6.2.1.2 1 Códigos lingüísticos**

Son todos los mensajes verbales, escritos y orales que encontramos en todo nuestro alrededor.

#### **A.- Lingüística**

Sagastume (2000) nos describe que lingüística es la ciencia que nos enseña la forma adecuada de comunicación e sociedad; a raíz del surgimiento de ella, nace también los códigos lingüísticos, las palabras y sus significados.

#### **B.- Códigos Icónicos**

Los iconos son signos que hacen referencia a un objeto real, estos signos tienen características especiales que se utilizan para transmitir mensaje y para que a través de ellos los receptores interpreten de mejor manera los mismos.

A través de ellos se pueden manifestar ideas o pensamientos, el objetivo es hacer una representación de la realidad para mejorar su comprensión.

Desde el punto de vista publicitario son todas las imágenes y figuras que complementan un mensaje y que se pueden visualizar en portadas de un producto “x”. La función de estas es atraer la atención de las personas y al mismo tiempo despertar en ellas el interés de consumir dicho producto. Los medios de comunicación audiovisual, fotografías, figuras e imágenes en general son esa forma de comunicación icónica que existe.

#### **6.2.1.2.2 Códigos cromáticos**

Son los colores y la adecuada utilización de los mismos, ya que cada color produce sensaciones, significaciones y tienen diferentes efectos. Este tipo de código también es utilizado en publicidad, para la presentación de productos y con ellos se busca una poderosa atracción y combinación de elementos que conforman un mensaje.

La combinación de los colores tiene que ser uniforme para lograr el objetivo que se persigue, y que el mensaje que se transmite sea complementario a las demás partes del mismo. Hay que recordar que los colores influyen sobre las personas y causan efectos, interfieren en la vida de los seres humanos, muchas veces despertando muchas emociones, entre las que podemos mencionar: alegría, tristeza, frío, calor, presión, enojo, entre otras. Tienen además fuerza simbólica y relación definida con nuestras actividades y sentimientos.

#### **6.2.1.3 Funciones de la comunicación**

Las funciones de la comunicación son las siguientes:

#### **6.2.1.3.1 Informativa**

Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como la información de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor al aportar nueva información.

#### **6.2.1.3.2 Afectivo - valorativa**

El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.

#### **6.2.1.3.3 Reguladora**

Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas respecto de sus semejantes. De la capacidad autor reguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo. Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

#### **6.2.1.3.4 Control**

La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control, además, se da en la comunicación informal.

#### **6.2.1.3.5 Motivación**

Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.

#### **6.2.1.3.6 Expresión emocional**

Gran parte de los empleados observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones, es decir sentimientos.

#### **6.2.1.3.7 Cooperación**

La comunicación se constituye como ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar.

#### **6.2.1.4 Proceso Creativo/Comunicación**

Aguirre (2007) describe que todas las formas de diseño implican un doble proceso: internamente, un desarrollo creativo y externamente, un desarrollo comunicacional.

El diseñador viene a ser una especie de intermediario, toma las ideas de cierto problema o circunstancia, las desarrolla creativamente y las transmite a las demás personas, al cumplir con un objetivo comunicacional, de manera gráfica.

Este proceso creativo y de comunicación, que es el diseño gráfico, puede tener diferentes finalidades, como puede ser informarnos, motivarnos, educarnos, etc. Los diseñadores gráficos son comunicadores sociales, que logran con creatividad, experiencia, lógica y una formación básica. Transformar simples ideas e imágenes, en mensajes claros con finalidades específicas.

En lo que respecta a la comunicación externa de carácter comercial, la consecución de los objetivos anteriormente señalados es necesaria para que esa acción comercial se haga efectiva. En el terreno comercial también podemos encontrar que la comunicación tiene dos objetivos principales:

A.- Que los distintos públicos conozcan la identidad de la empresa, su filosofía, su cultura, sus productos y servicios.

B.- Que los clientes, los consumidores finales y los intermediarios prefieran adquirir dichos productos o servicios en lugar de los de la competencia. De esta forma, la empresa incrementará sus ventas y su participación en el mercado.

#### **6.2.1.4.1 Informar y comunicar**

Se puede entender esta función sobre la empresa, sobre sus productos o sobre las garantías y servicios postventa. Los objetivos de esta función pretenden:

1. Informar sobre la imagen global de la empresa.

2. Informar sobre la imagen de marca de los productos.
3. Neutralizar las acciones de comunicación comercial de la competencia.
4. Facilitar las acciones de los otros medios que utilice la empresa dentro de su mix de marketing.

#### **6.2.1.4.2 Inducir a la compra**

Los objetivos que se pueden conseguir son:

- A.- Orientar y conseguir que se adquieran los productos de la empresa por parte de los clientes de la competencia, así como por parte de futuros consumidores potenciales.
- B.- Persuadir al cliente de que las ofertas de los productos que se ofrecen son superiores en características, prestaciones, garantías, a las de los competidores.
- C.- Demostrar con información y argumentos cómo cubren estos productos las necesidades del comprador.
- D.- Cambiar en los consumidores la percepción que tengan formada respecto a las cualidades y atributos de los productos.

#### **6.2.1.4.3 Fidelidad del cliente**

Se intenta:

- A.- Crear una imagen de marca perdurable en la mente de los consumidores.
- B.- Crear fidelidad hacia la imagen comercial de la empresa o establecimiento.
- C.- Recordar al cliente donde puede adquirir los productos.
- D.- Establecer periódicamente incentivos promocionales en los productos para una repetición de compra.

E.- Asegurar, a través de mensajes constantes, que la empresa garantiza los productos adquiridos.

#### **6.2.1.5 Comunicación comercial**

Los objetivos que persigue toda empresa en sus planes de comunicación son principalmente dos: La creación de una imagen positiva y la creación de un clima adecuado, tanto interna como externamente.

En lo que respecta a la comunicación externa de carácter comercial, la consecución de los objetivos anteriormente señalados es necesaria para que esa acción comercial se haga efectiva. En el terreno comercial, también podemos encontrar que la comunicación tiene dos objetivos principales:

A.- Que los distintos públicos conozcan la identidad de la empresa, su filosofía, su cultura, sus productos y servicios.

B.- Que los clientes, los consumidores finales y los intermediarios prefieran adquirir dichos productos o servicios en lugar de los de la competencia. De esta forma, la empresa incrementará sus ventas y su participación en el mercado.

#### **6.2.1.6 Comunicación Visual**

El hombre, siendo el receptor de mensajes, utiliza sus 5 sentidos para obtener información. Cada sentido tiene su propia función y tiene tan sólo un porcentaje relativo de efectividad: el gusto, el olfato, el tacto y el oído, en conjunto, consiguen el 20% de información, mientras que a través de la vista se capta el 80% restante, de acuerdo con De la Torre (2000).



También menciona que todo aquello que capta nuestra vista se conoce como información visual y que se divide en dos grupos: casual e intencional. Un ejemplo de información casual es un trueno que al sonar nos indica que se acerca una tormenta. Ese mensaje lo envía la naturaleza sin ser intencionalmente humano; mientras que, un signo de alto en la esquina de una calle es un ejemplo de información intencional pues fue colocada por el hombre con el objetivo de indicar que debe detenerse antes de cruzar hacia la siguiente calle.

Según De la Torre (2000):

*“La comunicación intencional forma parte del estudio de la semiótica de los gráficos, dentro del área de los diversos tipos de información visual práctica”.*

Por otro lado, cuando se habla de comunicación visual, también interviene el proceso de la comunicación y el uso de sus elementos.

Estos tres elementos son el emisor, el mensaje y el receptor. Munari (2000) menciona que en el caso de la comunicación, visual el emisor será un gráfico o imagen y el mensaje será el significado de esa imagen. Por lo general el receptor de estos mensajes está dentro de un ambiente lleno de interferencias que pueden alterar e incluso anular un mensaje. Dentro de algunas interferencias visuales se encuentran la falta o exceso de luz, acción de fenómenos naturales, mal uso o colocación del elemento emisor, falta de claridad del gráfico y contaminación visual.

Por ello es importante saber analizar el contexto de la comunicación cuando se diseñan los mensajes visuales. Por ejemplo, si se coloca una valla o rótulo en un área contaminada visualmente con exceso de vallas y rótulos, este gráfico será difícil de diferenciar, no tendrá la atención debida, pues el receptor tendrá un tiempo corto para separar visualmente cada mensaje. Por otro lado, el receptor también puede tener filtros que pueden ser obstáculos para esta información.

Munari (2000) también presenta 3 tipos de filtros: sensoriales, operativos y culturales. Los filtros sensoriales son aquellos que quedarán anulados por discapacidades físicas. Por ejemplo, una persona con sordera no podrá apreciar el mensaje completo de un audiovisual, o una persona daltónica no diferenciará los colores correctamente y el mensaje no será el mismo. Los filtros operativos son los relacionados a las características específicas del grupo objetivo, es decir, únicamente el grupo objetivo de un mensaje logrará entender un aviso claramente, por ejemplo, un niño y un adulto analizan los mensajes de distinta manera. Y por último, los filtros culturales o aquellos que se presentan cuando el receptor deja pasar sólo los mensajes que él reconoce porque forman parte de su universo cultural. Por ejemplo, muchos occidentales no reconocen la música oriental como música porque no corresponde a sus normas culturales.

#### **6.2.1.7 Comunicación persuasiva**

Es una herramienta de comunicación útil para transformar ideas, creencias, actitudes y, en el mejor de los casos, comportamientos. A menudo tiene mala fama (ya que se confunde con la manipulación, es decir, el uso de artimañas para convencer al otro de que haga algo en contra de sus intereses) pero en realidad, estamos rodeados de mensajes persuasivos. Se

utiliza en los discursos políticos, en los medios de comunicación, para enamorar; la utilizan los grupos religiosos, los ecologistas, los vendedores e, incluso, los psicólogos.

Las técnicas de persuasión se dividen en dos grupos: las racionales y las emocionales. Algunas técnicas racionales serían la argumentación, la lógica, la retórica, el método científico y la evidencia. Algunas técnicas emocionales serían la publicidad, la fe, la imaginación, la propaganda, la seducción, la culpa y la lástima.

Con ello vemos que utilizamos la persuasión en muchas más ocasiones de las que habíamos previsto ¿verdad?. Por ejemplo, persuadimos a nuestros hijos para que aprendan las normas sociales. O persuadimos a la persona que nos gusta para que se enamore de nosotros. Quizá persuadimos al jefe sobre la eficacia de nuestro trabajo. Y también persuadimos a nuestra pareja para que nos acompañe a ver una película romántica el sábado por la tarde.

Para persuadir necesitamos fijar un objetivo que sea asequible mediante la comunicación. Eso significa planificar los argumentos ofreciendo una perspectiva que el interlocutor no había tenido en cuenta. Por ello, los buenos persuasores buscan siempre un resultado final en el que los dos ganen. Aquí reside la magia.

Un mensaje efectivo es aquel que transmite eficazmente la intención comunicativa. Para ello debemos sincronizar tres piezas claves en la comunicación: el mensaje verbal, el mensaje no verbal y las emociones que se ponen en juego. El mensaje verbal sigue un recorrido desde el emisor hasta el receptor con tantas interferencias que siempre me sorprende que consigamos entendernos. Está lo que debería decir, lo que quería decir, lo

que creía haber dicho, lo que callé, lo que realmente dije, lo que el otro escuchó, lo que entendió, lo que pensó que yo quería decir y lo que estaba esperando que dijera.

Para persuadir con el mensaje no verbal, es decir, mediante el tono, la postura, los gestos, la expresión facial, la mirada, las pausas... éste tiene que coincidir con el contenido del mensaje verbal porque nos fiamos más de la comunicación no verbal que del mensaje literal. Por ejemplo, si pedimos indicaciones sobre una dirección a un transeúnte, y nos dice que giremos a la derecha pero señala con su mano hacia la izquierda ¿qué cree que hará la mayoría de la gente cuando llegue al próximo cruce? ¡Girarán hacia la izquierda!.

Y es a través, también, de la comunicación no verbal que transmitimos nuestras emociones. Por ejemplo, buscar el contacto visual con el otro inclinando el cuerpo ligeramente hacia delante, señala que esperas impaciente su respuesta, y suele ser un buen indicador de que te interesas por tu interlocutor. Fruncir la frente cuando el otro responde indica que no estás de acuerdo con su argumento. Por ello, para persuadir al otro, es importante que tu posición sea relajada, que respete los turnos sin interrupciones, que asienta, que interroga con la mirada, que sonríe...

Persuadir es un arte porque tiene en cuenta, tanto lo que tú quieres transmitir como lo que tu interlocutor está recibiendo, sus respuestas, sus sentimientos y sus intereses. Es la base de cualquier negociación y permite la conexión emocional entre dos personas, imprescindible para crear un buen vínculo.

## **6.2.2 Diseño**

A fin de entender que es el diseño, es necesario primero remitirse al origen etimológico del mismo. La palabra diseño viene del italiano disagner, que significa dibujar, que a su vez se deriva del latín designare, que evoca: marcar, trazar, ordenar y disponer. Al contrario de la palabra latina designare, también proviene del término: signa que se refiere a seña.

### **6.2.2.1 Diseño definición**

Según el diccionario de la real academia el diseño se define como:

- Trazo o delineación de un edificio o de una figura.
- Proyecto, plan.
- Concepción original de un objeto u obra destinados ala producción en serie.
- Forma de cada uno de los objetos..
- Descripción o bosquejo verbal de algo.
- Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

### **6.2.2.2 Diseño gráfico**

Es una profesión cuya actividad es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. Esta es la actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos. También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, debido a que algunos asocian la palabra gráfico únicamente a la industria gráfica, y entienden que

los mensajes visuales se canalizan a través de muchos medios de comunicación, y no sólo los impresos.

Dado el crecimiento veloz y masivo en el intercambio de información, la demanda de diseñadores gráficos es mayor que nunca, particularmente a causa del desarrollo de nuevas tecnologías y de la necesidad de prestar atención a los factores humanos que escapan a la competencia de los ingenieros que las desarrollan.

Algunas clasificaciones difundidas del diseño gráfico son: el diseño gráfico publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño web, el diseño de envase, el diseño tipográfico, la cartelera, la señalética y el llamado diseño multimedia, entre otros.

La definición de la profesión del diseñador gráfico es más bien reciente, en lo que refiere su preparación, su actividad y sus objetivos. Aunque no existe consenso acerca de la fecha exacta en la que nació el diseño gráfico, algunos lo datan durante el período de entre guerra. Otros entienden que comienza a identificarse como tal para finales del siglo XIX.

Puede argumentarse que comunicaciones gráficas con propósitos específicos tienen su origen en las pinturas rupestres del Paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio a. de C. Pero las diferencias de métodos de trabajo, ciencias auxiliares y formación requerida son tales que no es posible identificar con claridad al diseñador gráfico actual con el hombre de la prehistoria, con el xilógrafo del siglo XV o con el litógrafo de 1890.

La diversidad de opiniones responde a que algunos consideran como producto del diseño gráfico a toda manifestación gráfica y otros solamente a aquellas que surgen como resultado de la aplicación de un modelo de producción industrial; es decir, aquellas manifestaciones visuales que han sido "proyectadas" contemplando necesidades de diversos tipos: productivas, simbólicas, ergonómicas, contextuales, etc.

### **6.2.2.3 Diseño Editorial**

El diseño editorial debe moldearse de acuerdo al mercado y a lo que se quiere comunicar; no es lo mismo entregarle una revista especializada para niños a un adulto mayor, el cual quiere leer su periódico o una revista de temas políticos. El contenido define el diseño a realizar y su enfoque define todo un complejo sistema de tendencias de diseño tales como: Estilo gráfico informativo; -Art nouveau, Pop art; entre muchas otras.

El diseño editorial o la "maquetación" incluyen muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos. La comprensión de los términos usados en la maquetación puede fomentar la articulación de ideas creativas entre los diseñadores, los clientes que realizan el encargo, los impresores y demás profesionales que también participan en la producción del diseño. El conocimiento y uso de términos industriales estándar minimiza el riesgo de malentendidos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas de libros, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de

productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo.

El diseño editorial es una de las ramas más completas en el diseño gráfico, requiere no solamente de buena dosis de creatividad, sino también de aplicar el idioma correctamente, utilizar los programas apropiados y conocer los pormenores de la producción, entre otras cosas. Se trate de un folleto o un libro de arte, resulta básico conocer las reglas, dominarlas y aplicarlas. Con base a experiencias ajenas y propias, se presentan aquí diez de ellas, sin pretender englobarlas a todas. Apenas recalcando algunas que son de suma importancia y muchas veces no se toman tanto en cuenta.

#### **6.2.2.4 Pasos para Diseño Editorial**

##### **6.2.2.4.1 Analizar la lectura de lo que se diseña**

Parecerá muy obvio, pero es fácil detectar cuando se diseña un texto sin conocer la parte sensible de la información. En publicaciones cortas como folletos o revistas, leer los textos nos permitirá saber dónde cortar columnas, hacer tablas o apostilas, entender el lugar donde deben ser colocadas para dar dinamismo y orden de lectura. Lo mismo aplica en libros que no sean de texto corrido (como libros de arte, por ejemplo) y que en lo posible se empata o complementa el contenido con la parte gráfica.

Además, leer el texto nos permitirá adentrarnos en el tema de lo que diseñamos y podremos tomar decisiones creativas que incluso puedan llegar a ajustar los textos en pro de una comunicación más efectiva.



#### **6.2.2.4.2 Trabajar con letra pequeña**

Si se aplica un diseño en un tamaño carta, seguramente despliegues la hoja de tal forma que se acople al tamaño del monitor. Entonces, cuando comienzas a usar tipografía dejas el tamaño que viene por omisión —que es de 12 puntos— porque lo alcanzas a leer perfectamente. Sin embargo, al imprimir el diseño te das cuenta de que la tipografía es grande. Este tema es muy recurrente en cuestiones de producción. Una letra demasiado grande no solo ocupa mucho espacio sino que reduce el ancho de las columnas provocando que surjan balazos en la mancha tipográfica, muy difíciles de maniobrar, además de minimizar la libertad de aplicación de otros elementos en la misma página.

Lo más recomendable es, una vez seleccionada la tipografía a utilizar, imprimir una hoja con párrafos compuestos en diferentes tamaños (de 6 a 12 puntos, y luego de 14, 16, 18, 21, 24 y 36 para los títulos, subtítulos y balazos). Puedes hacer el mismo ejercicio con distintas interlíneas para entender cómo se comporta la mancha en cada combinación de fuente-tamaño-espaciado.

El tamaño de 12 puntos se usa en libros de texto infantiles y de texto corrido; para libros con textos cortos puede usarse en una escala de 9 a 11 puntos y para folletería y revistas los tamaños son mucho más pequeños, a veces desde los 7 hasta los 10 puntos, siendo 9 el más común. El tamaño de la tipografía varía según qué fuente se utilice. Una misma letra en Helvetica o Garamond puede presentar enorme diferencia, como puede verse a continuación.

#### **6.2.2.4.3 Trabajar archivos en formato editable guardando el archivó original**

Un caso típico: el proyecto está un día atrasado porque le han hecho correcciones de último momento y la imprenta no deja de llamar presionándote para que lo entregues a producción. Una vez aprobado comienzas a convertirlo en original mecánico, le pones los rebases, revisas los tamaños y resolución de las imágenes, terminas los folios y lo envías a producción en menos de media hora. Cuando sale impreso te das cuenta que hay elementos a los que se te pasó aplicar los rebases.

Eso es un problema grande que tiene muchas explicaciones no tanto relacionadas con tus conocimientos sobre cómo armar un original mecánico. En general es consecuencia de trabajar con el tiempo encima y la presión constante de tu cliente y de la imprenta. Pocas veces tenemos oportunidad de dar una última revisión suficientemente consciente, porque además hemos visto demasiado el proyecto y por lo mismo, los errores no saltan fácilmente a nuestra vista.

El mejor consejo para esto es que desde el principio trates tu archivo final como si ya estuvieras armando un original mecánico. Dedícate a hacer los rebases correspondientes y a revisar las imágenes desde que comienzas a aplicar el diseño, de esta forma reduces considerablemente el margen de error producido por la presión el día de la entrega.

#### **6.2.2.4.5 Mantener un solo estilo**

Este es un descuido recurrente, especialmente cuando manejas textos independientes o que se encuentran separados por imágenes de forma reiterativa. Para lograr mantener un estilo

único es necesario realizar un planteamiento claro del diseño antes de ejecutarlo. Seleccionar la tipografía cuidadosamente y el formato de los textos: tamaño, interlínea, alineación, si llevará cortes de palabra, kerning y tracking. También es importante que plantees el espacio entre párrafos y lo combines con sangrías (excepto en el primer párrafo del texto, que nunca debe llevar). Si usas un espacio grande, entonces suprime las sangrías y si no dejas espacios entre párrafos, entonces sí colócalas, preferentemente de un cuadratín, es decir, del mismo tamaño de la tipografía que estás usando. El secreto es la constancia en todos estos aspectos a lo largo de tu publicación.

Además, una de las cosas que recomiendo es minimizar el número de fuentes. Realmente puedes plantear el diseño de una revista trabajando con una sola fuente —con sus respectivas variantes— y cambiarla en los títulos, subtítulos, balazos, tablas y textos alternos. Dicho en otras palabras, puedes hacer una publicación usando solo Frutiger, por ejemplo, y que no se sienta repetitivo o aburrido, solo es cuestión de creatividad.

Cuida igualmente el ancho de las columnas. Aunque las cajas de textos sean móviles, el ancho de una columna te ayudará a dar uniformidad al diseño.

#### **6.2.2.4.6 Cuidar la ortografía**

Siempre se ha dicho que un diseñador serio sabe de ortografía. Si la tuya es mala siempre estarás expuesto a correcciones vergonzosas. Y, peor aún, si no hay alguien que revise tus trabajos antes de producirlos, a la vergüenza se sumarán problemas graves con tus clientes así como críticas brutales de los usuarios finales. Un diseñador no puede darse el lujo de tener mala ortografía, de no conocer las reglas más elementales del español así como los

estilos de redacción. ¿Cómo puedes mejorar tu ortografía? Lo mejor es leyendo, es la forma más rápida e intuitiva. Un curso de ortografía te servirá para resolver situaciones muy complicadas. Además siempre es importante tengas tu diccionario a la mano o bien, un acceso directo a algún diccionario en línea, como el de la Real Academia Española.

#### **6.2.2.4.7 Usa el programa correcto**

Importar imágenes en Illustrator 88 era una misión imposible, lo mismo escribir texto en Photoshop 3.0 o hacer una imagen vectorizada en QuarkXPress o PageMaker. Con el paso del tiempo los programas se han robado ideas entre sí y comparten ya muchas herramientas comunes, de tal forma que cada día se vuelve más fácil independizarse de los demás programas para ejecutar ciertas tareas sencillas. Aun así, cada uno conserva en su base de trabajo elementos que lo definen y especializan para hacer determinadas tareas.

Es muy importante la decisión del programa a utilizar para ejecutar cualquier diseño. Un folleto de cuatro páginas se puede hacer en Illustrator o InDesign. Si no hay demasiados textos o imágenes nos inclinaremos por el que mejor dominemos, pero si son 12 páginas, con muchos textos y fotos en alta resolución, hacerlo en Illustrator tendrá como consecuencia un archivo muy grande, lento y más dificultad para darle salida en pre prensa. Mucho peor aún si lo hacemos en un solo lienzo utilizando una capa o layer diferente para cada página (los layers no sirven para eso).

Utilizar el programa correcto es importante para trabajar más rápido, con mayor facilidad y reducir errores y complicaciones de producción. En diseño editorial no hay muchas opciones: InDesign o QuarkXPress para publicaciones que impliquen manejo de texto y muchas imágenes, Illustrator o CorelDraw! para productos editoriales pequeños como

folletos en formato tríptico, por ejemplo, carteles o papelería, además de desarrollo de ilustraciones a base de vectores y Photoshop para imágenes con base en píxeles, como carteles, folletos de una sola cara y que no impliquen demasiadas cajas de texto.

#### **6.2.2.4.8 Bocetar**

Llevamos más de 20 años diseñando en computadoras, lo cual implica que las nuevas generaciones se van alejando poco a poco de los sistemas tradicionales de diseño. Actualmente en todas las universidades del mundo se hace la aclaración que las computadoras son la herramienta para la ejecución de ideas que nacen de nuestra mente, sin embargo, en la realidad es muy complicado desligarse de esta concepción. Cada vez son menos los estudiantes que bocetan antes de sentarse frente al ordenador, lo cual denigra la labor del diseño como una industria.

Bocetar tiene la ventaja de la ocasión: detener el auto en cualquier lado para plasmar una idea en una libreta o bien, experimentar rápidamente ideas o conceptos, además de que nos ayuda a diseñar sin la predisposición de una herramienta concebida en cualquier programa.

#### **6.2.2.4.9 Cuida las manchas tipográficas**

La Biblia de Gutenberg, el primer libro impreso, tenía como característica una marcha tipográfica uniforme y muy estética. Con el paso del tiempo los tipos de letra se han adelgazado y limpiado. Los pesados y complicados remates se convirtieron en patines, que cada vez se hicieron más discretos hasta que hoy han desaparecido en más de la mitad de las fuentes existentes. Con ello, crear una mancha tipográfica efectiva se ha vuelto más

difícil, ya que especialmente en las composiciones justificadas a ambos lados se tienden a abrir espacios que perforan la mancha tipográfica.

Controlarlos implica un conocimiento y sensibilidad especial sobre la tipografía. Saber ajustar el espacio entre palabras, el interletraje y los guiones para partir palabras implica un trabajo crítico. Cada vez más se adopta la justificación a la izquierda para evitar estos defectos, especialmente por la movilidad que implican los textos en internet. Sin embargo, es necesario siempre dominar este arte.

#### **6.2.2.4.10 No usar copy/paste**

Tanto Illustrator como InDesign tienen dos formas de importar imágenes: la primera es como un liga, es decir, colocar un previo de la imagen para que se pueda visualizar en el documento, pero que forzosamente está ligada al archivo de la imagen original y la otra, que cada vez usan más los estudiantes y contemporáneos, que es seleccionar la imagen en Photoshop y transportarla al documento con copiar/pegar, o copy/paste, como se le conoce comúnmente.

En un principio resulta muy cómodo, pero si se debe regresar al programa original para hacer algún retoque o corrección eso ya no es posible. Solo repitiendo la misma acción, lo cual va en detrimento de la calidad de la imagen. Esto hace que el proceso de pre prensa se complique, ya que no se puede comprobar la resolución correcta de las imágenes a través de los sistemas que alertan cuando hay un error (como Preflight).

Finalmente, usar este método delata la falta de cuidado en detalles como manejo del color, puntos por pulgadas (dpi) y formato de color. Como lo explicamos en el punto 3, hacer de nuestro original un original mecánico es importante desde un principio.

#### **6.2.2.4.11 Jerarquización**

El diseño editorial podemos llevarlo a dos niveles distintos: el primero es para llamar la atención del lector e interesarlo en el tema, y el segundo para dar confort y dinamismo a la lectura. No siempre van juntos. En un artículo de una revista, por ejemplo, existen casi siempre tres niveles de lectura:

- El primero es la portada del artículo, que por lo general se compone por el título y una imagen.
- En segundo lugar está la introducción al texto, así como los demás regados por todo el artículo.

#### **6.2.2.4.12 El texto general**

La finalidad de esto es que primero descubrimos al lector cuando hojea la revista. Si la imagen y el título le son atractivos, automáticamente pasará al segundo nivel que es leer los balazos del artículo. Hasta este punto el diseño editorial se comporta como publicidad, en el sentido que podemos jugar con los textos, colores, alineaciones, imágenes y más. Finalmente, si al lector le sigue interesando el tema, pasará al tercer y último nivel, que es permitir que la lectura del contenido se pueda desarrollar con comodidad. Aquí el diseño editorial se torna más formal en todas sus reglas y normas, ya que no es necesario seguir llamando la atención del lector.

Este ejemplo ilustra que el diseño editorial se compone por diferentes niveles de lectura. Saber encontrarlo y dominar cada nivel, da como resultado un diseño editorial exitoso.

#### **6.2.2.4.13 Aplicar correctamente la tipografía**

Un buen diseñador sabe usar la tipografía. A casi todos los diseñadores les gusta pero realmente no todos tienen esa sensibilidad para seleccionar y aplicar la fuente correcta. Habrá que imprimirla, de ver cómo funciona con el sustrato final, probar con interlíneas, con inter letras y con los diferentes pesos y estilos que ofrece. No quise cerrar esta nota sin incluir esta regla, aunque rompa el nombre del artículo.

Seguramente esta reflexión arrojará una serie de nuevas reglas o énfasis en las más básicas.

#### **6.2.2.5 Elementos del diseño aplicados a una pieza editorial**

##### **6.2.2.5.1 forma**

La forma de los objetos y las cosas es muy importante, ya que estas llaman la atención del receptor. Es un elemento esencial en diseño ya que este puede ser crucial para el éxito de una publicación.

##### **6.2.2.5.2 Disposición de formas**

Las formas pueden mantener el interés del lector, también se pueden utilizar para romper hacia arriba una página con demasiado texto.



### **6.2.2.5.3 Contraste**

El contraste actúa a través de la atracción o excitación del público observador, mediante la combinación diferentes intensidades o niveles de contraste, en el color, el tamaño, la textura, etc. Pueden proporcionar mayor significado a una composición.

El contraste de tono se basa en la utilización de tonos muy contrastados, la combinación de claro-oscuro, el mayor peso lo tendrá el elemento con mayor oscuridad. Para que este perdiera protagonismo en el diseño, tendríamos que disminuir la intensidad del tono y redimensionarlo, después, para que no perdiese equilibrio en la composición. Este tipo de contraste es uno de los más utilizados en composiciones gráficas.

### **6.2.2.5.4 El contraste de colores**

El tono es una de las dimensiones del color más importantes. El contraste más efectivo se obtiene combinando los diferentes tonos. El contraste creado entre dos colores será mayor cuanto más alejados se encuentren del círculo cromático. Los colores opuestos contrastan mucho más, mientras que los análogos apenas lo hacen, perdiendo importancia visual ambos.

### **6.2.2.5.5 Balance**

Dentro de las técnicas visuales, encontramos una que es esencial ya que se basa en el funcionamiento de la percepción, y en la necesidad de equilibrio humano, que es manifestada tanto en diseño como en la relación ante una declaración visual, en el balance existe un centro de gravedad a medio camino entre dos pesos.

#### **6.2.2.5.6 proporciones**

Lo primero que tendremos que determinar a la hora de comenzar a realizar nuestro boceto es el área gráfica que vamos a utilizar. Una opción de dicha forma es utilizarla horizontalmente, aunque los avances en los sistemas de producción nos permiten actualmente plantearnos cualquier forma y tamaño para nuestro diseño. La proporción es un concepto, que al igual que los vistos anteriormente, no podemos olvidar a la hora de diseñar.

Lo primero que debemos establecer es, qué parte del área de diseño deben ocupar los elementos, y por el contrario, qué espacios quedarán ausentes de elementos. Una vez determinadas las áreas de diseño que vamos a ocupar con las líneas (títulos, textos) y las formas (fotografías, ilustraciones, gráficos), podemos combinar estos elementos dentro de un mismo espacio para crear composiciones alternativas. Una vez más, recordaremos que cada elemento tiene una función determinada dentro de la composición, por tanto la elección de su tamaño, forma, o dimensión que tiene dentro del área de diseño son conceptos fundamentales a la hora de realizar nuestro trabajo. De todos es sabido que las formas pequeñas tienen menor peso visual que las mas grandes. Pero si además la forma de la figura no es regular, su peso aumenta notablemente.

#### **6.2.2.5.7 Armonía**

La armonía es un equilibrio de los elementos diversos en una totalidad que es perceptible visualmente, de manera que los elementos se perciben como una composición agradable ala vista, el balance de los elementos produce la sensación de bienestar.

#### **6.2.2.5.8 Movimiento**

Esta es una propiedad muy importante, que aporta connotaciones de dinamismo y fuerza. En las obras gráficas puras no existe movimiento real, pero sí se encuentra implícito en ciertos elementos y se puede conseguir con ciertas técnicas que engañan al ojo humano (diseño cinético, pintura cinética) o representando elementos que sí lo tienen en el mundo real.

#### **6.2.2.5.9 Retícula**

La cuadrícula tipográfica sirve para organizar los elementos tipográficos y pictóricos de una página y unificar todas las partes del diseño.

La complejidad y la configuración de las cuadrículas dependen de la naturaleza de la información que se debe incorporar y de las propiedades físicas de los elementos tipográficos. Las cuadrículas tipográficas estándar poseen líneas de contorno, módulos cuadrículados, columnas de texto, medianiles (espacio en blanco entre dos columnas de texto) y márgenes.

El principio básico que deberemos tener en cuenta cuando comenzamos con el diseño de una retícula es comenzar a trabajar con los elementos más pequeños y a partir de allí hacer una progresión ascendente y congruente. Así deberemos establecerlo a partir del interlineado (o espacio entre líneas = suma entre el cuerpo y la interlínea) del tipo más pequeño que utilizemos en nuestro diseño.

## **Partes de la retícula editorial**

Margen superior o cabecera

Margen inferior o pie

Margen de lomo

Margen de corte o de falda

La elección de los márgenes es muy importante por varias cuestiones:

En primer lugar es el encuadre donde se ubicará la mancha editorial, en ese encuadre diseñaremos los textos y las imágenes.

En segundo lugar los márgenes también hablan sobre la calidad de la pieza, ya sea un libro una revista, un folleto.

Ejemplos:

1. Si se debe editar un libro de bolsillo o de bajo costo los márgenes a utilizar serán pequeños, dando el mayor lugar a la mancha, así también tendrá que ver la calidad del papel que se utilizará, el tamaño de la tipografía, el espacio de interlineado, la cantidad de palabras por páginas, la calidad de fuentes a manejar, seguramente el encuadernado sea pegado, las tapas de una cartulina de bajo gramaje.

2. Editando un libro de gran nivel los niveles cambian, los márgenes son cuidados donde los márgenes de corte son amplios dando al lector comodidad para apoyar dedos, los márgenes de lomo estarán medidos para que la apertura del libro sea cómoda. La mancha tendrá un buen interlineado, apoyando la continuidad del lectura, la tipografía a utilizar será de excelente calidad, tapas duras, letra doradas.

#### **6.2.2.5.10 Tipos de Publicación**

##### **6.2.2.5.10.1 Libro**

Es un impreso encuadernado que se desarrolla extensamente en un tema acorde con sus título.

##### **6.2.2.5.10.2 Revista**

Son publicaciones periódicas, interesadas en un tema en particular y dan cabida a un serie de textos similares, se calcifica en volúmenes, que corresponden numéricamente de la primera impresión a la última, tiene un interés primeramente económico y usualmente se encuentra financiada por publicidad externa.

##### **6.2.2.5.10.3 Periódico**

Es un boletín no institucional que aparece regularmente y contiene notas de índole general sobre lo que sucede en un área geográfica del conocimiento.

##### **6.2.2.6.10.4 Boletín**

Son publicaciones periódicas que buscan informar a los integrantes de una comunidad, institución, corporación, empresa, partido o grupo acerca de sucesos y opiniones transcendentales.

##### **6.2.2.2.10.5 Catalogo**

Es una recopilación de productos, personas, cosas, etc. y tiene escritas las características del objeto mostrado, medidas, colores, materiales, precio, y está hecho a base de fotografías que lo ilustren.

### **6.2.2,6 Diagramación**

Consiste en tratar de equilibrar elementos a través de las páginas; organizar las masas de texto, las ilustraciones, los espacios en blanco, los títulos y las fotografías, procurando encontrar la armonía de las partes con el todo. Podemos resumirlo esencialmente, en el orden y la dirección que retoma la vista cuando apreciamos un documento impreso: Si los elementos aparecen ante nosotros como un verdadero caos gráfico, sencillamente se obvia la lectura. Si por el contrario, faltan elementos que unifiquen la armonía del impreso, nos quedará una vaga idea y poco concisa, de lo que deseaba comunicar su emisor.

## **6.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias**

### **6.3.1 Ciencias Auxiliares.**

“Conjunto de disciplinas académicas que estudian el origen y el desarrollo de la sociedad, de las instituciones y las relaciones e ideas que configuran la vida social.” Gutiérrez (2004).

#### **6.3.1.1 Sociología**

Estudio de los fenómenos socioculturales que surgen de la interacción entre los individuos y entre los individuos y el medio. Ciencia que estudia el desarrollo, la estructura y la función de la sociedad. Otras disciplinas de las ciencias sociales (economía, ciencias políticas, antropología y psicología) también estudian temas que caen dentro del ámbito de la sociología. Los sociólogos estudian las formas en que las estructuras sociales, las instituciones (clase social, familia, comunidad y poder) y los problemas sociales (delito) influyen en la sociedad. La sociología se basa en la idea de que los seres humanos no actúan en base a sus propias decisiones individuales, sino de acuerdo con influencias

culturales e históricas y según los deseos y expectativas de la comunidad en la que se encuentran. Así, el concepto básico de sociología es la interacción social o la respuesta entre individuos, ya que esta interacción es el punto de partida para cualquier relación en una sociedad. Los sociólogos que estudian los detalles de las interacciones de la vida cotidiana reciben el nombre de micro sociólogos y los que se ocupan de los patrones de relación entre sectores sociales más amplios (el Estado, la economía e incluso las relaciones internacionales) reciben el nombre de macro sociólogos.

### **6.3.1.2 Antropología**

Ciencia que estudia las características físico-biológicas y socioculturales de las sociedades humanas, así como el complejo de sus producciones técnicas y artísticas comunitarias, sus creencias espirituales, y sus relaciones con su entorno humano y natural, desde una perspectiva tanto sincrónica como diacrónica, y atendiendo a las cuestiones de sus orígenes, evolución, estructura, significado y función.

La antropología y sus estudios disciplinares (etnografía y etnología)

El significado, las relaciones e interferencias de los conceptos "antropología", "etnografía" y "etnología" han dado origen a innumerables reflexiones teóricas y debates de los especialistas. También sus posibles subcategorizaciones, en ramas como "antropología física o biológica", "cultural", "social", "filosófica", "criminal", "pedagógica", "médica", "urbana", etc., han causado y siguen causando controversia entre los críticos. En la actualidad, la concepción más extendida a nivel internacional es la que considera la etnografía y la etnología como estudios disciplinares englobados dentro de la ciencia antropológica general, de acuerdo con las siguientes definiciones.

### **6.3.1.3 Psicología**

Es la ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales, trata de describir y aplicar todos los aspectos del pensamiento, de los sentimientos y de las percepciones y de las acciones humanas.

La Psicología surge como una ciencia cuando encuentra en el hombre un objeto de conocimiento como la conducta, que puede ser observable y medible y llegar a conocerse de manera objetiva, como exige el rigor científico.

El comportamiento del hombre es lo único que se puede observar y medir con instrumentos específicos y es lo que permite evaluar las capacidades y atributos de las personas y su relación entre ellas.

### **6.3.1.4 Psicología del color.**

Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.



## **Rojo**

Es un color que parece salir al encuentro, adecuado para expresar la alegría entusiasta y comunicativa. Es el más excitante de los colores, puede significar: pasión, emoción, acción, agresividad, peligro.

## **Azul**

Es un color reservado y que parece se aleja. puede expresar: confianza, reserva, armonía, afecto, amistad, fidelidad, amor.

## **Verde**

Reservado y esplendoroso. Es el resultado del acorde armónico entre el cielo -azul- y el sol -amarillo- . Es el color de la esperanza. Y puede expresar: naturaleza, juventud, deseo, descanso, equilibrio.

## **Amarillo**

Irradia siempre en todas partes y sobre toda las cosas, es el color de la luz y puede significar: egoísmo, celos, envidia, odio, adolescencia, risa, placer.

## **Anaranjado**

Es el color del fuego flameante, ha sido escogido como señal de precaución. Puede significar: regocijo, fiesta, placer, aurora, presencia de sol.

## **Rosa**

El dicho popular: "Lo ves todo de color de rosa", refleja fielmente su significado: ingenuidad, bondad, ternura, buen sentimiento, ausencia de todo mal.

## **Violeta**

Es el color que indica ausencia de tensión. Puede significar: calma, autocontrol, dignidad, aristocracia y también violencia, agresión premeditada, engaño.

## **Blanco**

Es la luz que se difunde (no color). Expresa la idea de: inocencia, paz, infancia, divinidad, estabilidad absoluta, calma, armonía. Para los orientales es el color que indica la muerte.

## **Negro**

Es lo opuesto a la luz, concentra todo en sí mismo, es el color de la disolución, de la separación, de la tristeza. Puede determinar todo lo que está escondido y velado: muerte, asesinato, noche. También tiene sensaciones positivas como: seriedad, nobleza y pesar.

## **Gris**

Es el color que iguala todas las cosas y que deja a cada color sus características propias sin influir en ellas, puede expresar: desconsuelo, aburrimiento, pasado, vejez, indeterminación, desánimo.

### **6.3.1.5 Teología**

La teología, del griego: θεος theos 'Dios' y λογος logos: 'estudio, razonamiento', significando 'el estudio de Dios' y, por ende, el estudio de las cosas o hechos relacionados con Dios, es el estudio y conjunto de conocimientos acerca de la divinidad.

Este término fue usado por primera vez por Platón, en La República, para referirse a la comprensión de la naturaleza divina por medio de la razón, en oposición a la comprensión literaria propia de sus poetas coetáneos. Más tarde, Aristóteles empleó el término en numerosas ocasiones con dos significados:

Teología al principio como denominación del pensamiento mitológico inmediatamente previo a la filosofía, en un sentido peyorativo, y sobre todo usado para llamar teólogos a los pensadores antiguos no-filósofos (como Hesíodo y Ferécides de Siros).

Teología como la rama fundamental y más importante de la Filosofía, también llamada filosofía primera o estudio de los primeros principios, más tarde llamada Metafísica por sus seguidores y que para distinguirla del estudio del ser creado por Dios, nace la filosofía teológica que se la denomina también teodicea o teología filosófica.

### **6.3.1.6 Semiología**

Es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos.

Puede decirse que la semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos, vinculados a la semántica y la escritura.

La semiología señala que el signo lingüístico tiene cuatro características fundamentales, que son la arbitrariedad, la linealidad, la inmutabilidad y la mutabilidad.

### **6.3.1.7 Semiología de la imagen**

La semiología es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas. La semiología de la imagen se puede entender como un auxiliar en la reflexión pura, un instrumento para el análisis, o bien un apoyo para consideraciones socio antropológicas de las imágenes que usamos diariamente.

## **6.3.2 Artes.**

### **6.3.2.1 Fotografía**

Fotografía editorial es la creación bajo los parámetros de un tema preciso, único y enfocado a una imagen planeada, ya que nadie puede especializarse en este ámbito, pues cada libro, revista, enciclopedia... requiere de imágenes tan diferentes unas entre otras, bancos de imágenes son muy útiles para ciertos casos. Accidentalmente alguien tiene una fotografía que sirve para ilustrar una portada o cualquier otra parte.

Es imposible tener fotografías de todos los temas, así es que intentamos adaptarnos a tus necesidades e ir tras la fotografía que requieres.

Fotografías al aire libre, en estudio con luz controlada, con luz natural, en movimiento,

congeladas, distorsionadas, con colores saturados, en blanco y negro, de naturaleza, científicas, cotidianas, urbanas, complejas, sencillas, demostrativas, con modelo, sorprendidas, deportivas, planeadas, experimentales, con ropa, al desnudo, luz suave, luz dura, a contraluz, persona, famosa, no famosa, alimento, objeto, animal, planta, paisaje, construcción... y un sin fin de elementos, técnicas y maneras que forman una idea específica para lo que buscas.

#### **6.3.2.1.2 Historia de la Fotografía**

Según Sierra Puparelli, Vicente, la fotografía en el aula es la invención de la técnica fotográfica, es el resultado de la combinación de diversos descubrimientos técnicos. Entre los precursores se encuentran el filósofo chino Mo Di, los griegos Aristóteles y Euclides que describieron una cámara oscura en los siglos V y IV AC; el matemático bizantino Antemio de Tralles que en el siglo VI utilizó una forma de cámara oscura en sus experimentos; y cuatro siglos después, el matemático árabe Alhacén hizo un claro y profundo estudio acerca de la cámara oscura y la proyección estenopeica. En el campo de la química, San Alberto Magno descubrió las propiedades del nitrato de plata, y Georges Fabricius (1516–1571) las del cloruro de plata. En 1568, Daniele Barbaro describió el mecanismo de un diafragma, y en 1694, Wilhelm Homberg describió el efecto fotoquímico que producía el oscurecimiento de algunos materiales en presencia de la luz. Los artistas ya empleaban la cámara oscura como un recurso para reproducir imágenes y en la L'Encyclopédie de 1751 se describen diferentes tipos que podían utilizarse.

El primer procedimiento fotográfico fue el fotograbado, descubierto por Joseph Nicéphore Niépce en la década de 1820. En 1826 consiguió su primera imagen (positivo directo) permanente: una vista desde su ventana en Le Gras; utilizando una cámara oscura y como

material sensible a la luz una mezcla de betún de Judea. El tiempo de exposición necesario para obtener estas imágenes era muy largo: varias horas en un día soleado. En su búsqueda por un método más efectivo, se asoció con Louis Daguerre y experimentaron con compuestos de plata, fundamentándose en un estudio previo de Johann Heinrich Schulze de 1816, donde mostraba que una mezcla de plata y tiza se oscurecía con la exposición a la luz. Tras la muerte de Niépce en 1833, Daguerre continuó trabajando en solitario, desarrollando en 1837 el proceso conocido como daguerrotipo, y difundiéndolo al mundo en 1839. Los estudios de Niépce permanecieron ocultos hasta años después; como consecuencia algunos historiadores consideran el año 1839 como el año cero de la fotografía propiamente dicha.

La fotografía nace en un momento de tránsito de la sociedad pre-industrial a la sociedad industrial, favorecida por las innovaciones técnicas de la época. También influye en su nacimiento la filosofía positivista, que establece que cada elemento de la Naturaleza debe ser probado empíricamente. La burguesía es la clase social dominante del momento, que utiliza el retrato como instrumento de autorrepresentación, y afirmación de su ascenso social.

El daguerrotipo consiste en la obtención de una imagen sobre una superficie de plata pulida. Para economizar, lo normal era que las placas fueran de cobre plateado, pues sólo era necesario disponer de una cara plateada. La imagen se revelaba con vapores de mercurio, apareciendo en la cara plateada de la placa, que previamente se había sensibilizado con vapores de yodo. Pero era un procedimiento caro, y el equipo pesado, y

precisaba de un tiempo de exposición alto, de varios minutos, al principio. Además los vapores de mercurio eran realmente dañinos para la salud.

En 1840, William Henry Fox Talbot desarrolla un sistema negativo-positivo, en otro procedimiento llamado calotipo. Consistía en obtener un negativo de papel, que luego por contacto era positivado sobre otra hoja de papel. El papel se humedecía en una solución ácida de nitrato de plata, antes y después de la exposición y antes de ser fijada. Supuso el invento de la copia fotográfica, ya que un único negativo podía dar lugar a varios positivos.

En 1842, el astrónomo y químico inglés Sir John Frederick William Herschel, introduce el proceso llamado cianotipia. También fue el primero en aplicar los términos "positivo" y "negativo" a las imágenes fotográficas. En 1819, Herschel descubrió el poder solvente del hiposulfito de sodio en torno a las sales de plata insolubles, estableciendo un precedente a su utilización como un agente fijador en la fotografía. Informó a Talbot y Daguerre de su descubrimiento en 1839 y que éste podía ser utilizado para fijar imágenes de un modo permanente. Hizo el primer negativo de cristal a finales de 1839.

Para mejorar la nitidez de las imágenes, evitando las rugosidades del papel, en 1850 Blanquart Evrard emplea el papel de albúmina. En estas copias a la albúmina, las fibras del papel están recubiertas con una capa de albúmina de huevo. Luego este papel se sensibilizaba en nitrato de plata.

En 1851, Gustave Le Gray presenta el nuevo procedimiento fotográfico del colodión húmedo. El colodión se vierte líquido sobre las placas de vidrio, muy limpias. A

continuación las placas se sensibilizan en un tanque con nitrato de plata, y se cargan en los chasis. Permite la obtención de imágenes negativas muy nítidas. Se llama "colodión húmedo" porque la placa ha de permanecer húmeda durante todo el procedimiento de toma y revelado de las imágenes. Esto suponía que los fotógrafos tenían que llevar consigo un laboratorio fotográfico portátil, a fin de preparar la placa antes de la toma y proceder a revelarla inmediatamente. Se generalizó así el uso de tiendas de campaña y carromatos reconvertidos en laboratorios para los fotógrafos de viajes que trabajaban en el exterior.

A partir de 1855, triunfa el colodión, el procedimiento más usado del mundo hasta 1880. Entre los fotógrafos más importantes que trabajaron en España, en este periodo, empleando los negativos de vidrio al colodión, hay que citar al británico Charles Clifford, al francés J. Laurent, y al español José Martínez Sánchez.<sup>14</sup> En 1861 el científico escocés James Clerk Maxwell, mejor conocido por su teoría electromagnética, desarrolla un método para producir fotografías en color mediante la superposición de filtros de color rojo, azul, amarillo; obteniendo de esa forma la primera fotografía cromática permanente. En 1871 nace el procedimiento de las placas secas al gelatino-bromuro, que supone el empleo de una placa de vidrio sobre la que se extiende una solución de bromuro, agua y gelatina sensibilizada con nitrato de plata; que ya no necesita mantener húmeda la placa en todo momento. Se rebaja el tiempo de exposición a un cuarto de segundo, lo que permite posteriormente acercarse al concepto de instantánea fotográfica. Pero las placas al gelatino-bromuro solamente triunfaron después de 1880.



En 1888, George Eastman lanza la cámara Kódak. Su gran éxito comercial fue la introducción en el mercado del carrete de película fotográfica, lo que provocó la progresiva sustitución de las placas de vidrio.

En 1907 la fábrica Lumière comercializa la fotografía en color. Son diapositivas o transparencias en vidrio, conocidas como placas autocromas o Autochrome.

En 1931 se inventa el flash electrónico, que se utiliza sobre todo cuando la luz existente no es suficiente para tomar la fotografía con una exposición determinada. El flash es una fuente de luz intensa y dura, que generalmente abarca poco espacio y es transportable.

En 1948 nace la fotografía instantánea de Polaroid: una cámara que revelaba y positivaba la imagen en tan solo 60 segundos.

Finalmente, en 1990, comienza la digitalización del ámbito fotográfico: las imágenes son capturadas por un sensor electrónico que dispone de múltiples unidades fotosensibles y desde allí se archivan en otro elemento electrónico que constituye la memoria.

### **6.3.3 Teorías.**

#### **6.3.3.1 Minimalismo**

El término minimalista, en su ámbito más general, se refiere a cualquier cosa que haya sido reducida a lo esencial, despojada de elementos sobrantes. Es una traducción transliterar del inglés *minimalist*, que significa *minimista*, o sea, que utiliza lo mínimo (*minimal* en inglés).

Es la tendencia a reducir a lo esencial. Se aplica también a los grupos o individuos que

practican el ascetismo y que reducen sus pertenencias físicas y necesidades al mínimo, es también el significado a simplificar todo a lo mínimo. Este significado queda más claro si se explica que minimalismo en realidad quiere decir mini mismo. El término “minimal” fue utilizado por primera vez por el filósofo británico Richard Wollheim en 1965, para referirse a las pinturas de Ad Reinhardt y a otros objetos de muy alto contenido intelectual pero de bajo contenido formal o de manufactura, como los de Marcel Duchamp.

#### **6.3.3.1.1 Cultura**

Como movimiento artístico, se identifica con un desarrollo del arte occidental posterior a la Segunda Guerra Mundial, iniciado en el año 1960. Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), el minimalismo es una corriente artística que utiliza elementos mínimos y básicos, como colores puros, formas geométricas simples, tejidos naturales, etc.

#### **6.3.3.1.2 Características**

- Abstracción.
- Economía de lenguaje y medios.
- Producción y estandarización industrial.
- Uso literal de los materiales.
- Austeridad con ausencia de ornamentos.
- Purismo estructural y funcional.
- Orden.
- Geometría elemental rectilínea.
- Precisión en los acabados.
- Reducción y síntesis.

- Sencillez.
- Concentración.
- Protagonismo de las fachadas.
- Desmaterialización.
- Escultura y Pintura minimalista

El minimalismo se desarrolló en el campo de la escultura cuyos representantes principales son, Donald Judd, Sol LeWitt, Carl Andre, Dan Flavin y Robert Morris. La pintura minimalista tiene influencias del constructivismo y sobre todo del planteamiento reduccionista de Ad Reinhardt. Algunos pintores son: Robert Ryman, Robert Mangold, Agnes Martin.

#### **6.3.3.1.3 Diseño minimalista**

El término minimalismo también se utiliza para describir una tendencia en el diseño y la arquitectura, donde el sujeto se reduce a sus elementos necesarios. El diseño minimalista ha sido muy influenciada por el diseño tradicional japonés y la arquitectura. Además, los trabajos de los artistas de De Stijl es una importante fuente de referencia para este tipo de trabajo. De Stijl ha ampliado las ideas que se podría expresar mediante el uso de elementos básicos tales como líneas y planos organizada de manera muy particular.

Se puede igualmente hablar de una arquitectura minimalista visible en la obra de, por ejemplo: John Pawson, Souto de Moura, Tadao Ando, Hiroshi Naito o Rudi Ricciotti.

# Capítulo VII

## **Capítulo VII**

### **Capítulo VII. Proceso de diseño y propuesta preliminar**

#### **7.1 Aplicación de información obtenida en el Marco Teórico.**

Con la información del marco teórico recopilada y vistas las ciencias que se usarán, se puede iniciar el proceso de la realización del proyecto final.

#### **Aplicación de la comunicación en la elaboración de una revista conmemorativa.**

En la elaboración de una revista conmemorativa para una iglesia adventista es indispensable tener eficiente comunicación, ya que va dirigido para parte específica de la población. Es necesario buscar un lenguaje que sea claro y específico para el grupo objetivo.

Es importante transmitir una adecuada comunicación, en este caso será visual. Se necesita enviar un mensaje claro y conciso, para que la revista cumpla su cometido, que es el de informar sobre la radio en Guatemala.

Con las ciencias obtenidas se trabaja la teología, ya que al ser una institución religiosa adventista se necesita tener conocimientos de la biblia y enseñanzas para no faltar el respeto de lo que se publicará. Se trabajará Historia como ciencia, ya que la revista será para conmemorar los 35 años, será una de las ciencias que mas abarcará al ser revista histórica y mostrar a los fieles la evolución de la radio con el pasar de los tiempos. Psicología del color, diagramación y proporciones son elementos importantes al momento de elaborar el proyecto, ya que con se busca obtener aceptación de la revista gráfica, al trabajar con los

colores y su psicología y la colocación de los elementos se puede trabajar un elemento gráfico que sea agradable a la vista de los usuarios

### **Aplicación de la antropología en la elaboración de una revista conmemorativa.**

La revista gráfica se enfoca más en la antropología social y cultural, ya que estudia el comportamiento humano, su cultura y las relaciones sociales. Por eso, primero se debe analizar el grupo objetivo para enfocarnos en ellos y realizar un elemento gráfico que impacte y sea llamativo para cumplir su cometido.

### **Aplicación de la semiología en la elaboración de la revista conmemorativa.**

La humanidad se comunica diariamente mediante el uso de la lengua, de manera oral y/o escrita. También existe la comunicación mediante los gestos, e incluso el silencio. Estos son los códigos y lenguajes que regulan las relaciones tanto de tránsito, comerciales o interpersonales, y la semiología es la ciencia que estudia estos procesos de comunicación.

Es muy importante el uso de la semiología en una revista gráfica, ya que es una base no solo de la revista en sí no de la denominación a la que pertenece la revista, ya que representará lo que la revista significa para la denominación adventista.

La Iglesia Adventista, como entidad religiosa, maneja signos que abarcan fenómenos heterogéneos que tienen algo en común, al ser portadores de una información o de un valor significativo. La semiología será un punto clave en la revista gráfica, pues a través del conocimiento de los signos, símbolos y códigos, hallamos la mejor forma de comunicar.

En resumen, se puede descartar la semiología como la ciencia que determina la investigación y la elaboración del producto, en donde la unidad mínima para la creación y posicionamiento de un argumento es el lenguaje verbal y no verbal.

### **Aplicación de la semiología de la imagen en la elaboración de una revista conmemorativa.**

La semiología de la imagen es muy importante en la creación de una revista gráfica, ya que nos permitirá transmitir a través de imágenes, fotografías y textos debidamente diagramados y distribuidos, el mensaje que queremos que llegue a nuestro grupo objetivo.

### **Aplicación de la teoría de la forma en la elaboración de una revista conmemorativa.**

Las formas, líneas y curvas que implementarán los elementos visuales de la revista gráfica, tienen una forma destinada de acuerdo al requerimiento que se tenga que diagramar para la armonía de los elementos en la revista.

### **Aplicación de la Psicología en la elaboración de una revista conmemorativa**

La psicología estudia la conducta humana y sus procesos mentales, incluyendo los procesos internos de los individuos y las influencias que producen su entorno físico y social. Con esta revista gráfica se pretende aplicar una reacción psicológica en la que los lectores se sientan más cómodos con la radio al saber la trayectoria de la misma y conocer más sobre quiénes son y su historia.

### **Aplicación de la Psicología del color en la elaboración de una revista conmemorativa.**

En la realización de la revista gráfica, es necesario determinar los colores a utilizar, esto dependerá la atracción visual, el color es una pieza clave para la comunicación, posee la virtud de designar y dotar de significado las cosas.

El color ha tenido influencia psicológica desde tiempos muy remotos, circunstancia que se expresaba simbólicamente.

Aristóteles fue uno de los primeros que estudió las propiedades del color, quien los describió como colores básicos, relacionados con la tierra, el agua, el cielo y el fuego. La psicología de los colores fue estudiada por grandes maestros con el pasar de los tiempos como Goethe y Kandinsky.

Cada color posee una expresión diferente y específica. Los colores cálidos se consideran estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos, deprimentes.

### **Aplicación de la sociología en la elaboración de una revista conmemorativa**

La revista gráfica va dirigida a una denominación religiosa (adventistas). Es muy importante que se aplique la sociología por ser una ciencia que estudia el comportamiento humano y las relaciones con los demás individuos.



## **Aplicación de la teología en la elaboración de una revista conmemorativa.**

La teología es la ciencia que estudia la redundancia de Dios, de sus atributos y perfecciones, al realizar una revista para una denominación religiosa es necesaria la aplicación de la misma de forma esencial, ya que la revista va dirigida para personas que tienen su fe en Dios.

### **7.2 Conceptualización**

#### **El porqué de las cosas (la brújula)**

¿Qué es?

Técnica de generación de ideas. La invento Arthur Van Goundy (Techniques of Structured Problem Solving, Van Rheinhold, 1998). Principalmente utiliza los porque como pregunta.

¿Para qué?

Sirve para orientar nuestro objetivo creativo pero no ofrece soluciones.

¿Cómo?

- Se define el objetivo creativo.
- Nos preguntamos “¿por qué?” con cada respuesta que demos.
- Respondemos a todas los porqué y preguntamos más “¿por qué?”.

Aplicación de la técnica la Brújula se inicia con una frase que es crucial para la realización de la revista gráfica “¿Por qué es necesaria la revista conmemorativa?” partiendo de esta interrogante se trabajó el concepto.

#### **¿Por qué es necesaria la revista conmemorativa?**

Para dar a conocer la conmemoración de sistemas de comunicación adventista en Guatemala.

### **¿Por qué?**

Es necesario que nuestro grupo objetivo conozca la trayectoria de sistemas de comunicación adventista.

### **¿Por qué?**

Para que así estén informados de lo que ha acontecido en la historia de sistemas de comunicación adventista en Guatemala.

### **¿Por qué?**

Es necesario conocer el pasado para mejorar el futuro y no cometer los errores de antaño.

### **¿Por qué?**

Dando a conocer la historia de sistema de comunicación adventista, también se recuerdan momentos claves del pasado

### **¿Por qué?**

Es necesario regresar al origen y principio de las cosas

### **¿Por qué?**

Si conocemos la historia, somos mejor en lo que hacemos

### **¿Por qué?**

Es necesario recordar el pasado

Usando el método de Brújula se escoge que el concepto más cercano a lo que representa la revista y el contenido es: Viendo el Pasado para mejorar el futuro.

## **7.2.2 Definición del concepto**

Usando el método de brújula se consiguió filtrar propuestas creativas y partiendo de ello se escogió la propuesta mas cercana al concepto y al contenido de la revista gráfica.

## **Recordar el pasado.**

Se elige esta frase, ya que la revista gráfica contiene mucha información histórica, con la que se representa la trayectoria de sistema de comunicación adventista.

### **7.3 Bocetaje**

A continuación se presentarán las propuestas preliminares de la diagramación de la revista realizadas en bocetos, se presentará desde el tamaño de la revista y de los diferentes artículos.

#### **7.3.1 Boceto tamaño de la revista**

Las dimensiones de la revista serán de 11 pulgadas de alto por 17 pulgadas de ancho, dividida en dos secciones, de 8.5 pulgadas cada página

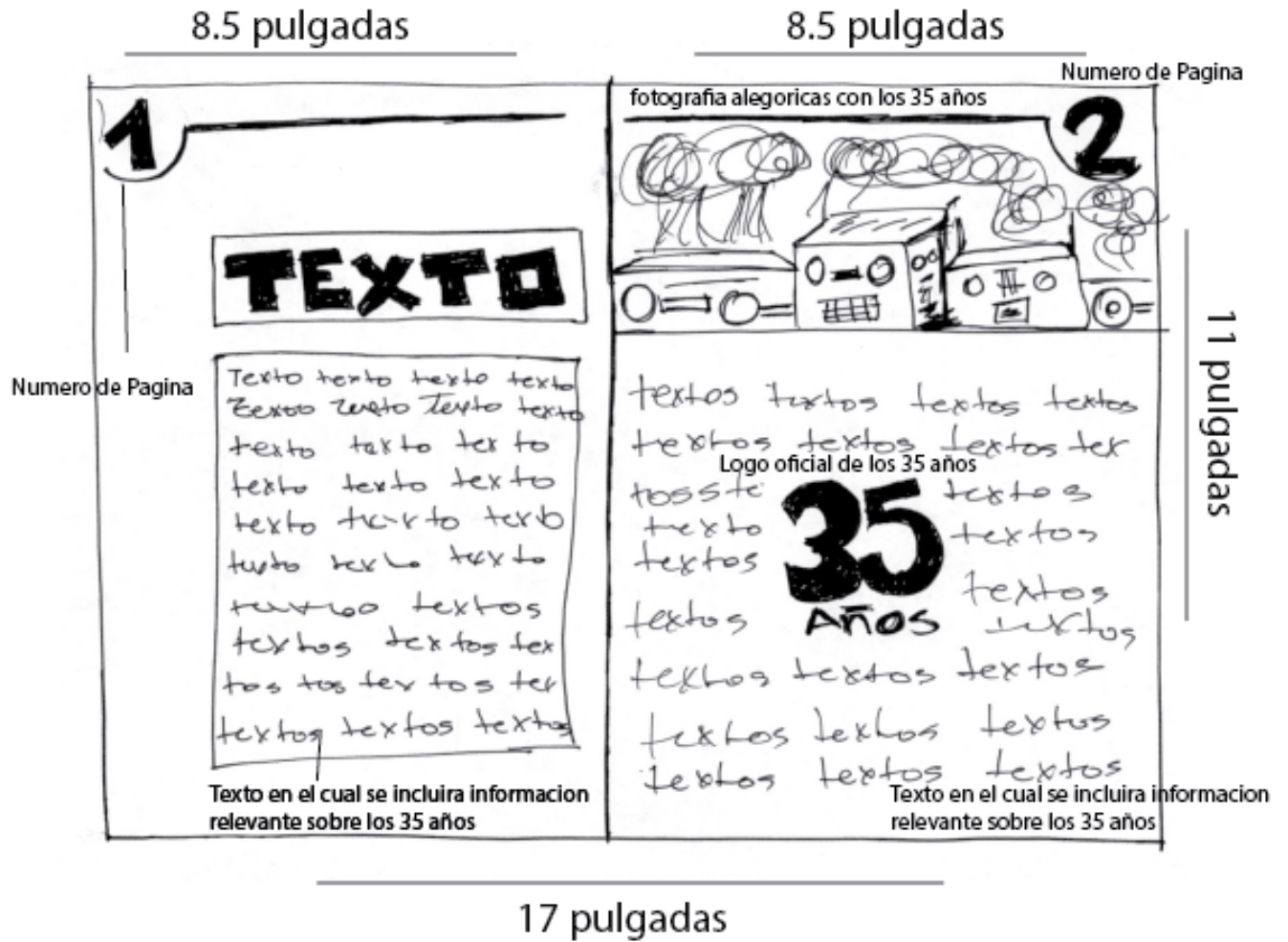
#### **Boceto de la revista**

La integración de fotografías a la revista conmemorativa será algo nuevo para el concepto que se ha ido trabajando en la radio en los últimos años.

Minimalismo: Un trabajo ordenado y sencillo para su fácil comprensión y sea recordado con facilidad.

Diagramación: Será sencillo para su fácil comprensión creando un concepto innovador y llamativo para el lector.

Boceto de páginas interiores de revista.

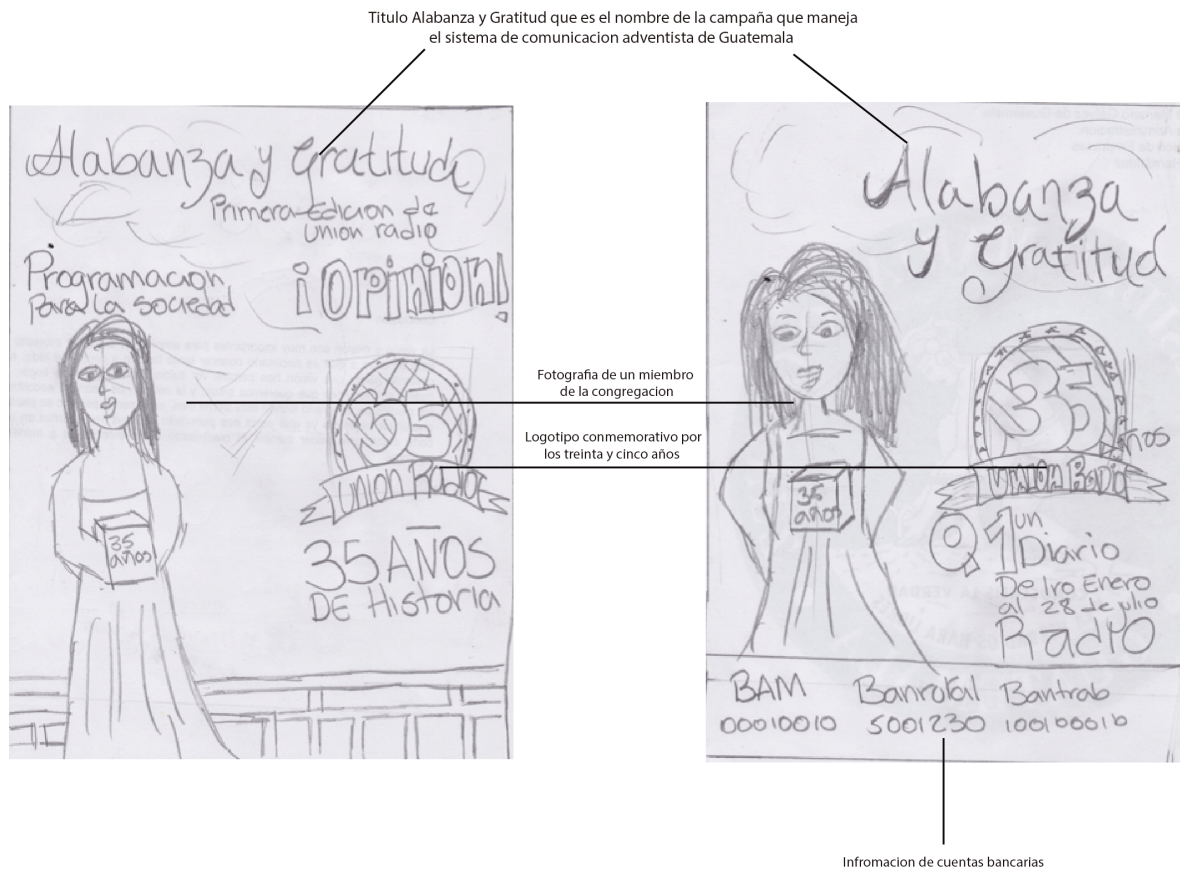


## Portada de revista

Se integra fotografía en la revista gráfica para innovar el concepto con el que la radio ha trabajado en los últimos años.

Informativa contendrá información de los eventos de la radio, un espacio de opinión.

Es un trabajo ordenado para no saturar la vista y que sea agradable al lector,



## 7.4 Propuesta Preliminar

De portada de revista



### Justificación del diseño

Como color principal podemos observar el color celeste debido a que es representativo y muy utilizado en lá Iglesia Adventista Por medio del que representan al Espíritu Santo.

Según estudios de psicología demuestran que el color celeste tiene un impacto a nivel personal y su significado es sabiduría, fidelidad, verdad, paz, quietud, espacio y descanso.

La diagramación fue elegida a través de un estudio y análisis tomando en cuenta que es fácil para la lectura de la persona marcando un comienzo y final sin mezclarse. Va en armonía con el color y fotografías creando un diseño adecuado para la iglesia. Se han utilizado 3 bloques de texto y un pequeño resalte de información en el que se va tomando una sintonía adecuada.

El tipo de letra que se utilizo es Calibri por motivo que es una tipografía seria, que genera el respeto necesario para los temas a tratar en dicha revista.

Las fotografías son de la Iglesia Adventista y sistemas de comunicación adventistas y se han colocado con el fin de capturar la atención del lector y puedan observar la iglesia y crear un enlace psicológico entre lo que se lee y lo que representa.

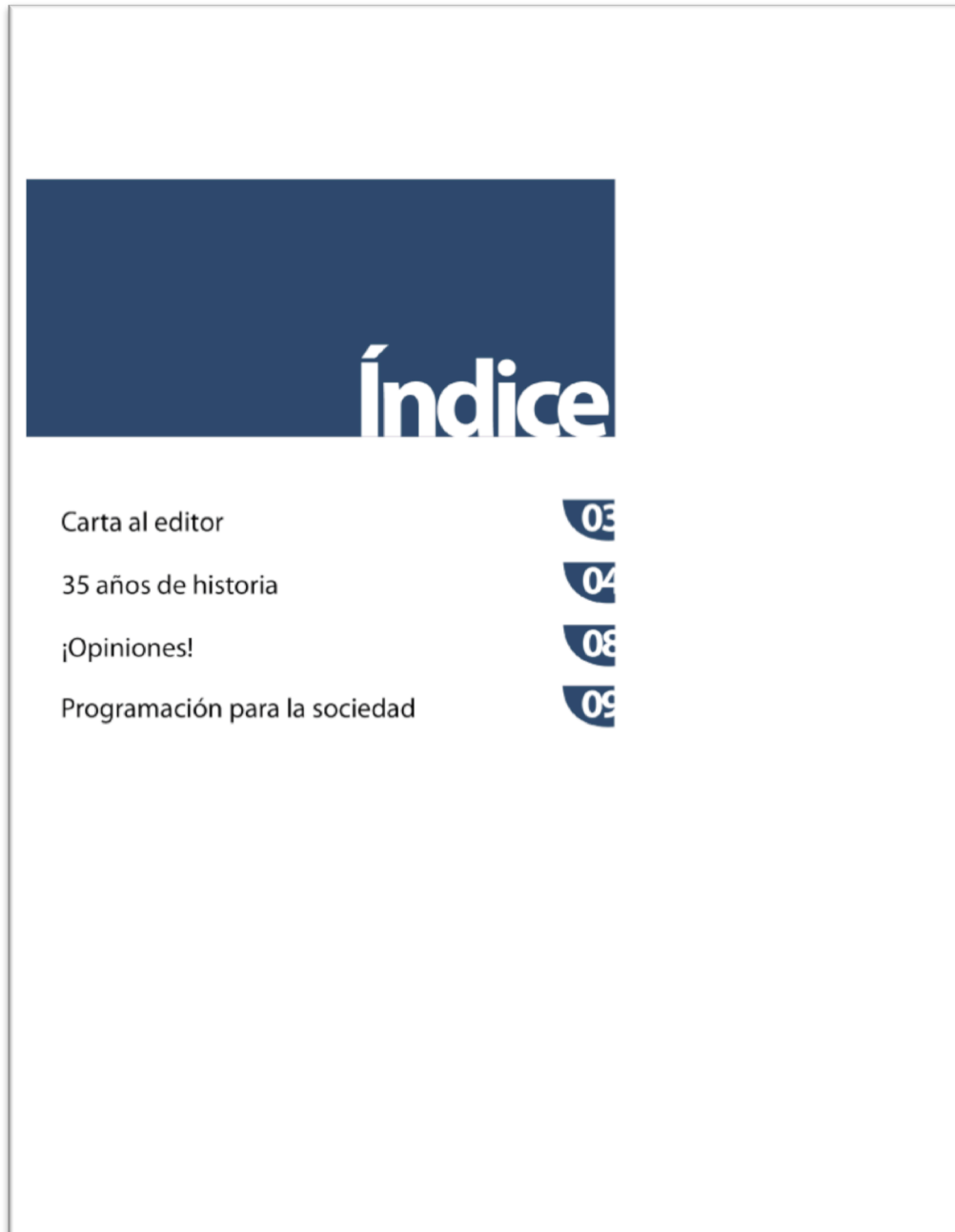
## 7.4 Propuesta Preliminar hoja interior



En la Carta del editor se utilizará el espacio para que el director de la radio dé su opinión sobre temas que tengan que ver con la Radio y sus espacios radiales. En él también se mencionara sobre el caminar de la iglesia y la radio adventista en Guatemala. El diseño es simple para que el lector pueda leer de manera cómoda.



## 7.4 Propuesta Preliminar índice



The image shows a preliminary index layout. At the top, there is a dark blue rectangular header with the word "Índice" written in white, bold, sans-serif font. Below the header, the index items are listed in a clean, modern style. Each item consists of a text label on the left and a page number on the right, which is partially enclosed by a dark blue semi-circular graphic element.

Carta al editor	03
35 años de historia	04
¡Opiniones!	08
Programación para la sociedad	09


### Justificación del Diseño

En esta página se colocará el índice de la revista para que quien la lea pueda ubicar su artículo favorito de la manera más rápida.

## 7.4 Propuesta Preliminar página 04

04

**35**  
**AÑOS DE**  
**HISTORIA**



Unión Radio es la primera emisora de la Iglesia Adventista en Latinoamérica. Son los pastores Roberto Folkemberg y Esteban López Porras y un grupo de laicos visionarios y consistentes del cumplimiento de la misión y bajo la dirección de AWR (Radio Mundial Adventista) quienes dan un gran paso en Guatemala hacia la predicación del evangelio a través de la radio.

Es así como surge el Sistema de Emisoras Unión Radio, formada por 5 frecuencias, una de FM y una de AM y tres de onda corta.

En 1978 Unión Radio sale al aire con sus equipos e instalaciones, todas las instalaciones y los equipos profesionales y a la altura de las grandes emisoras de esa época.

Distintas personalidades de Guatemala fueron invitadas y asistieron a la gran inauguración. Entre ellas el Presidente Lucas Romeo García y su gabinete, periodistas, dueños y representantes de otros medios de comunicación.

No somos una emisora comercial. Nuestro sostenimiento proviene de donaciones de entidades y personas que ven un medio como este, en oportunidad de contribuir para una Guatemala mejor.

Las palabras alusivas al acto y a la oración seguido por el lanzamiento de dos globos, fue el acto inaugural que marco el inicio de lo que hoy se conoce como Sistema de Emisoras Unión Radio, la emisora de la Iglesia Adventista de Guatemala.

Es así como desde 1978 Unión Radio se ha mantenido en el aire, durante 24 años hemos madurado en muchas cosas al respecto a la manera en que se debe predicar el evangelio a través de un Medio de Comunicación Adventista. Se inicio con una programación de un 80% secular y 40% cristiana, la frecuencia de FM siempre ha tenido la programación que las dos estaciones de AM y OC retransmitían en ciertos horarios.

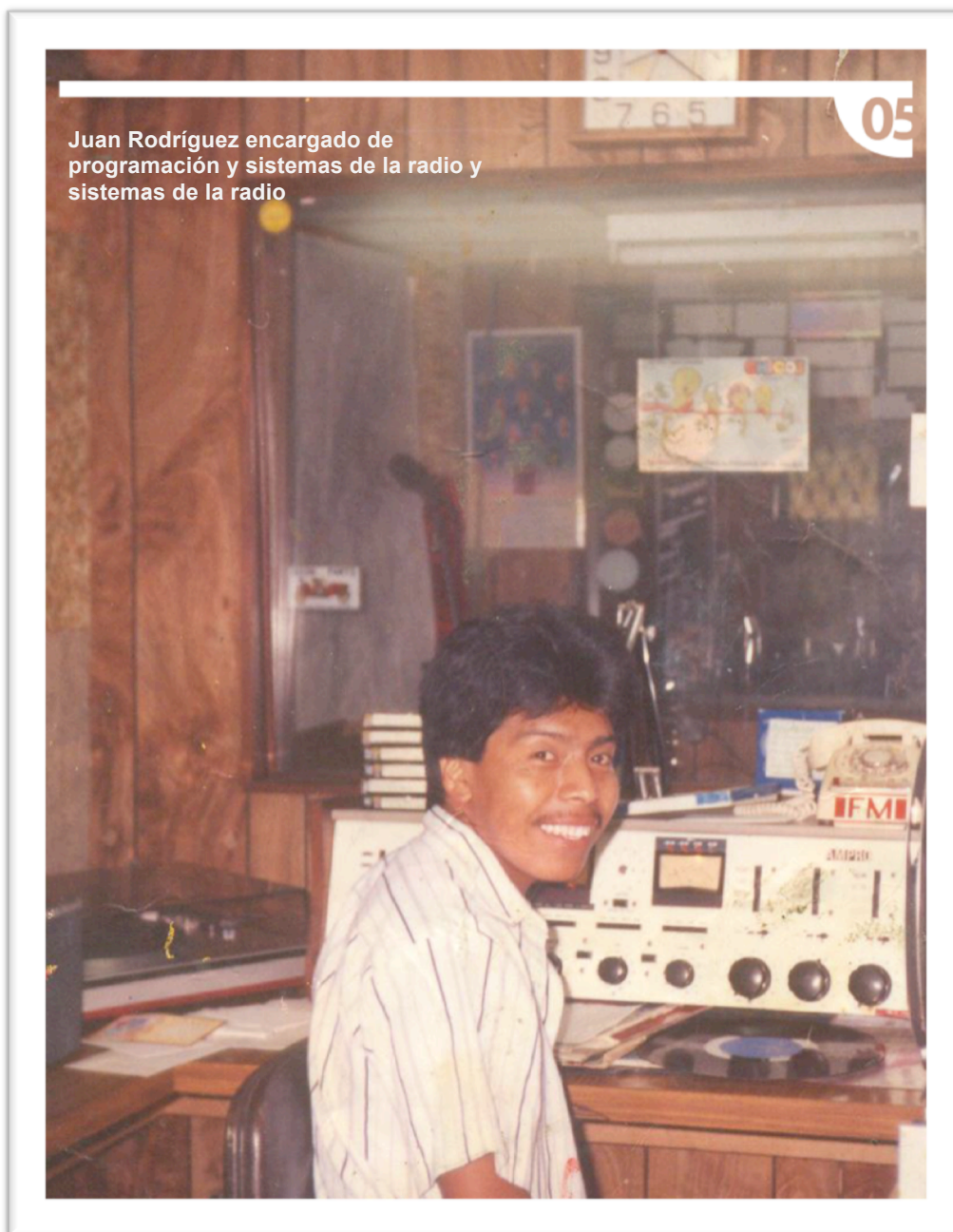
Se inicio con una programación de un 80% secular y 40% cristiana, la frecuencia de FM siempre ha tenido la programación que las dos estaciones de AM y OC retransmitían en ciertos horarios. La frecuencia de AM en programación independiente transmitía programas y anuncios comerciales que ayudaban al sostenimiento del Sistema de Emisoras.

### Justificación del diseño

Se resalta el 35 para captar la atención del lector, ya que esta revista es para conmemorar los años de la radio en Guatemala.

Las fotografías son utilizadas para atraer la atención del lector y tener armonía con la información que se da a conocer sobre la Historia de la Radio.

## 7.4 Propuesta Preliminar página 05



### **Justificación del diseño**

En las páginas 05 y 06 de la revista, es mas grafica con el fin de que sea interesante, las fotografias son de La Iglesia Adventista y sistemas de comunicación adventistas. Se han colocado con el fin de capturar la atención del lector y puedan observar la iglesia y crear un enlace psicológico entre lo que se lee y lo que representa.

## 7.4 Propuesta Preliminar página 06



### Justificación del diseño

En la página número 6 se muestra el mantenimiento de las antenas repetidoras, ya que es necesario para el adecuado funcionamiento de la radio.



## 7.4 Propuesta Preliminar página 08

**08**

### TEXTO FALSO

Esto era mínimo, nunca llego a representar un ingreso suficientemente grande.

Onda corta transmitía ocho horas diarias, cuatro en la mañana y cuatro en la noche, de 5:00 AM a 9:00 AM y de 5:00 PM a 9:00 PM, con reportes que llegaban de todas partes del mundo.

Unión Radio trabajo durante 15 años aproximadamente de esta manera, los nuevos retos del departamento de comunicación y AWR de la Conferencia General ante el cumplimiento de la Misión y el uso de los medios, propicio que en cada campo local, por lo menos en Latinoamérica surgieran nuevas emisoras.



### TEXTO FALSO

Esto era mínimo, nunca llego a representar un ingreso suficientemente grande.

Onda corta transmitía ocho horas diarias, cuatro en la mañana y cuatro en la noche, de 5:00 AM a 9:00 AM y de 5:00 PM a 9:00 PM, con reportes que llegaban de todas partes del mundo.

Unión Radio trabajo durante 15 años aproximadamente de esta manera, los nuevos retos del departamento de comunicación y AWR de la Conferencia General ante el cumplimiento de la Misión y el uso de los medios, propicio que en cada campo local, por lo menos en Latinoamérica surgieran nuevas emisoras.

### TEXTO FALSO

Esto era mínimo, nunca llego a representar un ingreso suficientemente grande.

Onda corta transmitía ocho horas diarias, cuatro en la mañana y cuatro en la noche, de 5:00 AM a 9:00 AM y de 5:00 PM a 9:00 PM, con reportes que llegaban de todas partes del mundo.

Unión Radio trabajo durante 15 años aproximadamente de esta manera, los nuevos retos del departamento de comunicación y AWR de la Conferencia General ante el cumplimiento de la Misión y el uso de los medios, propicio que en cada campo local, por lo menos en Latinoamérica surgieran nuevas emisoras.

### TEXTO FALSO

Esto era mínimo, nunca llego a representar un ingreso suficientemente grande.

Onda corta transmitía ocho horas diarias, cuatro en la mañana y cuatro en la noche, de 5:00 AM a 9:00 AM y de 5:00 PM a 9:00 PM, con reportes que llegaban de todas partes del mundo.

Unión Radio trabajo durante 15 años aproximadamente de esta manera, los nuevos retos del departamento de comunicación y AWR de la Conferencia General ante el cumplimiento de la Misión y el uso de los medios, propicio que en cada campo local, por lo menos en Latinoamérica surgieran nuevas emisoras.

### Justificación del Diseño

En esta sección de la revista irán palabras de personajes destacados de la radio, en una diagramación sencilla y llamativa al lector de mucho interés, al ser personas importantes en la radio.

## 7.4 Propuesta Preliminar página 09

# Programación para la Sociedad

09

La programación de Unión Radio está compuesta por los espacios dedicados a los niños, a la juventud, la familia, programas al servicio de la comunidad.

Nuestro aporte a la sociedad guatemalteca como medio de comunicación es el de contribuir para que los guatemaltecos vivamos en paz, luchemos para erradicar la violencia, nuestros programas dirigidos a los niños, jóvenes y a la familia estén encaminados a fomentar la unidad en la familia, mientras



nuestras familias estén unidas y fortalecidas por los lazos de amor real que viene de una relación con Dios, que será la base para que nuestra sociedad sea sana en los diferentes aspectos de la vida en nuestro país.

En el área de la Juventud, Unión Radio patrocina a través de sus programas actividades deportivas, seminarios para capacitar a la juventud e informarles de los daños de las drogas, el tabaco, el alcohol y las ventajas de una vida sana y libre de toda sustancia que afecte el organismo del ser humano.

En cualquier desastre natural que afecte a la sociedad guatemalteca, Unión Radio esta presenta a través de radio maraton, tal es el caso del Huracán Mitch y el huracán Iris en donde se envió ayuda a los damnificados a través de ADRA (Agencia de Desarrollo y Recursos Asistenciales).

Los niños también tienen un lugar en Unión Radio, Personajes con el tío Daniel y la tía Elena, orientan a los niños a ser buenos ciudadanos respetando a sus padres, familiares, semejantes y a sus autoridades.

---

## SURGIDOS ANTE LA NECESIDAD

Unión Radio surge ante la necesidad de medios que además de entretener personas, las orienta y les informa de cómo vivir mejor y desarrollar aptitudes que les ayude a encontrarle sentido a la vida.

Unión Radio es el ejemplo de un medio alternativo ante la gama de emisoras que ofrecen entretenimiento y diversión olvidándose de que el ser humano necesita ir más allá de escuchar y ver a su alrededor, siendo parte de la sociedad. Consciente de su papel como ciudadano activo, dinámico y participativo.

### Justificación del diseño

En la página 9 se muestra una sección donde se especifica sobre la programación de la radio y el porqué de la misma, usando una diagramación diferente para mantener la atención del lector.

#### 7.4 Propuesta Preliminar página 10



#### Justificación del diseño

En la página 10 se utiliza una fotografía de los radios y transmisores que se han usado a través del tiempo, con el fin de que sean conocidos.



## 7.4 Propuesta Preliminar contra portada

Alabanza  
y Gratitud

35 Años  
UNIÓN RADIO

Un Quetzal  
**Diario**  
Del 1ro. de enero  
al 28 de julio  
para tu  
**Radio**

Entrégalo en tu iglesia  
o deposítalo en nuestras  
cuentas bancarias.

**BAM**  
BANCO AGROMERCANTIL  
30-2008066-4 LA MISION DE GUATEMALA

**BANRURAL**  
UNION RADIO  
3-402-03236-6

**Bantrab**  
LA MISION DE GUATEMALA  
101-037484-8

**BANCO GUATEMALA**  
UNION RADIO  
018-0080575-4

### Justificación del diseño

La contra portada de la revista se basa en la utilización de elementos afines a la Radio Adventista, se muestra una joven con una alcancía.



# Capítulo VIII

## **Capítulo VIII**

### **Capítulo VIII Validación técnica**

Después de la realización de la propuesta inicial de la revista impresa para sistema de comunicación adventista, es necesario verificar que lo que se diseñó tiene fundamentos y es aceptado por el público. Para esto se procedió a establecer dentro de un proceso de diseño una forma de evaluar el rendimiento de logro obtenido en la revista. Se implementó un instrumento de validación, enfocado en tres áreas de la Comunicación y el Diseño.

- Visualizar logros respecto de los objetivos planteados en el proyecto.
- Verificar la eficiencia de los elementos del diseño.
- Verificar que el material sea legible, práctico y fácil de entender al usarlo.

Para la validación del proyecto fue necesario establecer parámetros de referencia en cuanto a la implementación y eficiencia del proyecto con esto verificar el logro de los objetivos planteados, así como los cambios que puedan surgir para mejorar el proyecto.

El número total de encuestados para este proyecto fue de 20 personas. A continuación se detalla quienes fueron partes de esta validación.

#### **8.1 Población y muestreo**

Para que la validación del proyecto fuera efectiva, se acudió a recolectar información de los tres grupos poblacionales importante para la validación.

**Clientes: Dirigentes del sistema de Comunicación adventista de Guatemala.**

Son las personas encargadas de administrar y dirigir el sistema de comunicación adventista.

Perfil de los dirigentes encuestados.

- Sus edades oscilan entre 25 y 60 años.
- Son autoridades del sistema de comunicación adventista.
- Tienen liderazgo y conocimiento adventista.

Número de entrevistados 5 personas.

**Grupo objetivo: integrantes de la Iglesia Adventista e integrantes de la radio adventista de Guatemala.**

Son personas que asisten a la Iglesia Adventista de Guatemala y que laboran en la radio de Guatemala.

Perfil de integrantes de la Iglesia Adventista de Guatemala y de sistema de comunicación adventista.

- Sus edades oscilan entre los 15 a 60 años.
- Son personas que asisten a la Iglesia Adventista de Guatemala, con el fin de aprender mas sobre la palabra de Dios, así también son fieles a la radio del sistema de comunicación adventista.

Numero de entrevistados: 10 personas.

Especialistas en Comunicación y Diseño de la carrera de licenciatura en Comunicación y Diseño.

Los especialistas en Comunicación y Diseño aportaron un valor significativo en la parte semiológica y operativa de la validación del proyecto, asimismo, proporcionar información útil para la correcta implementación de la revista conmemorativa.

Perfil de especialistas en Comunicación y Diseño.

- Sus edades oscilan entre los 21 y 50 años.
- Son profesionales en el área de comunicación y Diseño.
- Son catedráticos universitarios, y/o trabajan en los medios.

Numero de entrevistados: 5 personas.

## **8.2 Método e instrumentos:**

Para validar el proyecto se implementó un método e instrumento investigativo que permitió reunir información sobre la eficiencia de la revista conmemorativa impresa y verificar si cumplía los objetivos.

### **8.2.1 Método: Focus group**

Un Focus Group es una técnica de recolección de datos, ampliamente utilizada por los investigadores a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado. También puede realizarse para investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema particular.

Dentro de las características generales de un focus group, se puede señalar que se trata de una entrevista grupal en la que todos los entrevistados se encuentran en un mismo momento, dan su opinión y conversan entre sí sobre el producto en cuestión.

### **8.2.1 Instrumento: encuesta**

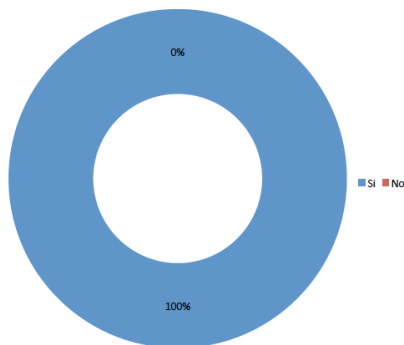
La encuesta es una técnica cualitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa, de un colectivo mas amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana. Se utilizan procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

La encuesta es un instrumento simple y que responde a los resultados evaluativos del rendimiento objetivo, semiológico y operativo de la guía ilustrada impresa. Se basa en doce preguntas que segmentan tres áreas.

- La parte objetiva: Responde a los objetivos generales y específicos del proyecto.
- La parte semiológica: Está constituida por el conjunto de elementos visuales interactivos que transmiten mensaje y la idea del concepto creativo que incluyen: (colores, tipografía, ilustraciones, imágenes, formas, estilos y movimientos).
- La parte operativa: Es la que se encarga de verificar que la guía ilustrada sea funcional, práctica y fácil de interpretar.

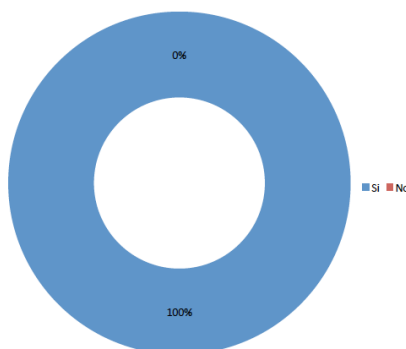
### 8.3 Resultados e interpretación de resultados:

1) ¿Considera que la información recopilada en la revista conmemorativa marca importancia para usted?



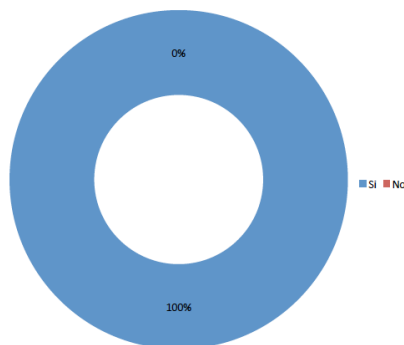
El 100% de las personas encuestadas considera importante la recopilación de historia para la elaboración de la revista de Sistema de Comunicación Adventista.

2) ¿Considera necesaria la realización de una revista conmemorativa para la radio de comunicación adventista?



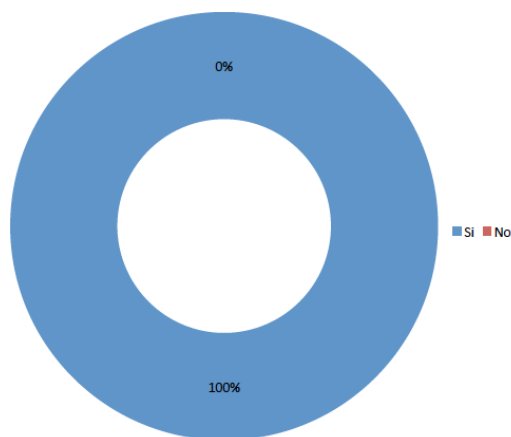
El 100% de las personas encuestadas considera que la información histórica recopilada en la revista conmemorativa marca importancia para ellos.

3) ¿Considera que las fotografías utilizadas en la elaboración del proyecto son adecuadas?



El 100% de las personas encuestadas considera necesaria la diagramación de una revista conmemorativa para el sistema de comunicación adventista.

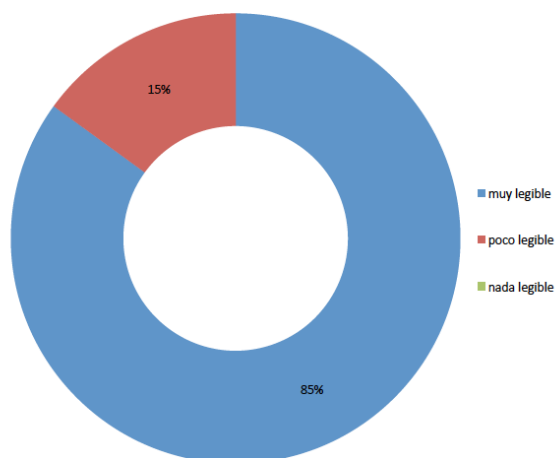
4) ¿Considera usted necesario la toma de fotografías para la elaboración del proyecto?



El 100% de las personas encuestadas considera que es necesario tomar fotografías para incluirlas en el proyecto de la revista conmemorativa para sistema de comunicación adventista.

### 5) ¿Considera que la diagramación de textos es?

---

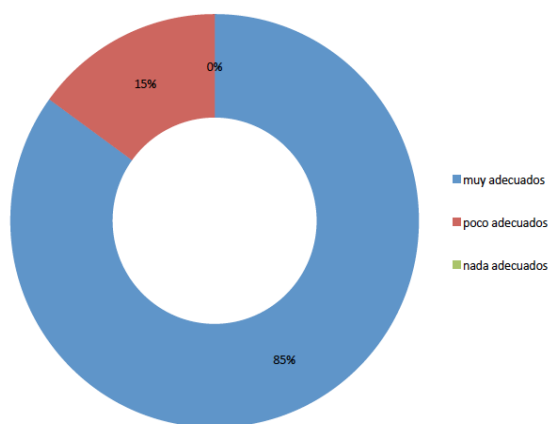


---

El 85% de las personas encuestadas considera que la diagramación de los textos es legible, el 15% considera que es poco legible y el 0% considera que no es nada legible.

### 6) ¿Considera que los elementos gráficos son?

---



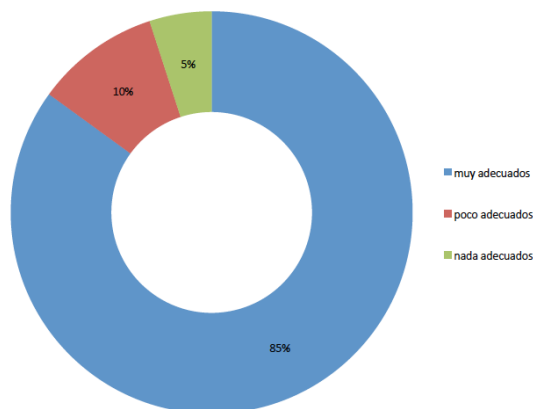
---

El 85% de las personas encuestadas considera que los elementos gráficos de la revista son adecuados, el 15% considera que son poco adecuado y el 5% considera, son nada adecuados.



**7) ¿Considera que las fotografías incluidas en la revista conmemorativa son?**

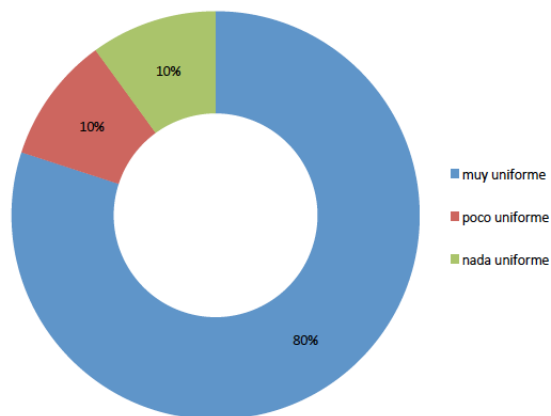
---



El 85% de las personas encuestadas considera que las fotografías incluidas de la revista son adecuadas, el 15% considera que son poco adecuados y el 0% considera son nada adecuados.

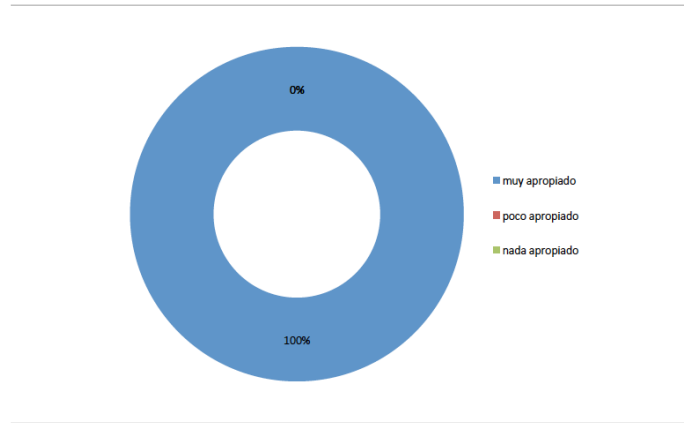
**8) ¿Considera que el diseño realizado en la revista es acorde ala campaña alabanza y gratitud?**

---



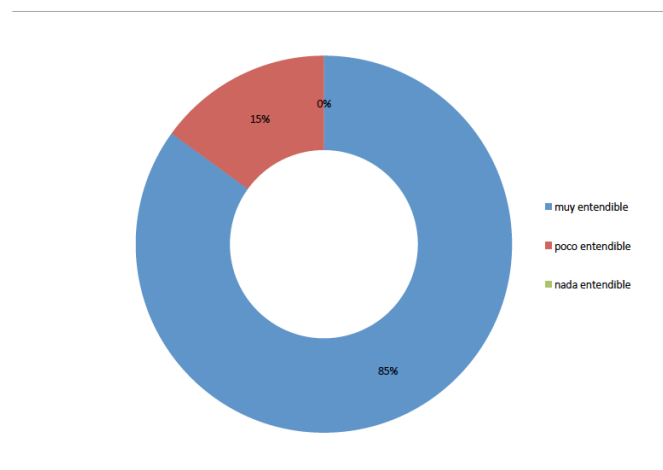
El 80% de las personas considera que la identidad corporativa de sistema de comunicación adventista es uniforme a los colores que no se pierde de donde pertenece la revista, el 10% considera que es poco uniforme, y 10% es nada uniforme.

**9) ¿Considera que el tamaño de la revista conmemorativa es?**



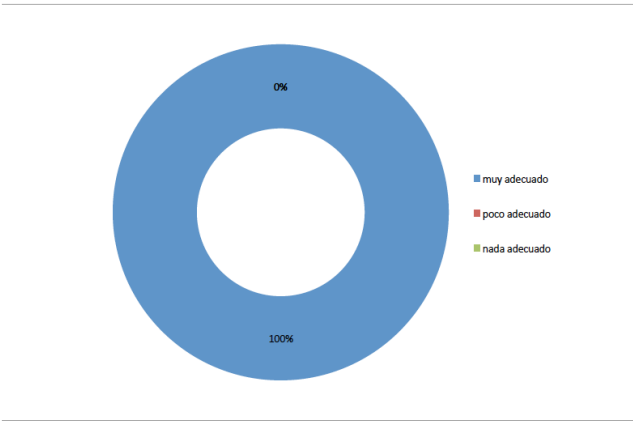
El 100% de las personas encuestadas considera que el tamaño de la revista conmemorativa es muy apropiado.

**10) ¿Considera que la diagramación de la revista conmemorativa es?**



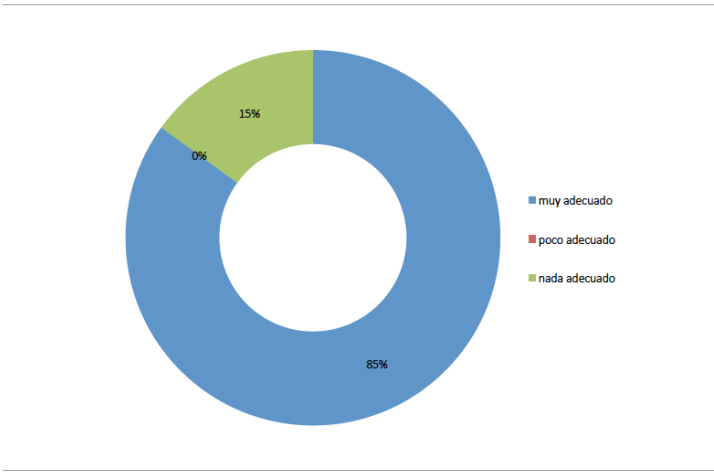
El 85% de las personas encuestadas considera que la diagramación de la revista es muy entendible y el 15% considera que es poco entendible.

**11) ¿Considera que el papel utilizado para la impresión de la revista conmemorativa es?**



El 100% de las personas encuestadas considera muy adecuado el papel utilizado para la impresión de la revista conmemorativa.

**12) ¿Considera que el numero de paginas para la revista conmemorativa son?**



El 85% de las personas encuestadas considera muy adecuado el número de páginas que contendrá la revista conmemorativa.

### 8.3.1 Cambio en base a los resultados.

Según las observaciones del cliente, se cambió la portada y se agregó una página con noticias sobre la radio.

A continuación los cambios efectuados en la portada y la página agregada con la noticia sobre la radio.

Antes: Julio 2012



Después: Septiembre 2012



En base a las observaciones del cliente que, queriendo tener mas comunión con la campaña “alabanza y gracitudo”, se rediseñó la portada al usar, fotografías alegóricas a la campaña, las que serán usadas durante el año 2013.

### 8.3.1 Cambio en base a los resultados.

**11**

## Millones escuchan Mensaje Adventista en el Sur Occidente de Guatemala

ciudad de Guatemala, Gustavo Menéndez Guerra. Nuevos Transmisores de Radio, llegan a millones en el Sur Occidente de Guatemala y Sur de México.

La inversión en este proyecto, sobrepasa los Q.3, 000,000.00 de quetzales. Los cuales se invirtieron para la adquisición de la frecuencia, compra de transmisores e infraestructura. La Unión Mexicana del Sur, donó \$25,000 para la adquisición de uno de los transmisores que beneficia a la región del Soconusco.

Los administradores de la Unión Guatemalteca de la Iglesia Adventista, Pastores Guenther García y Ramiro Hernández junto con la administración de la Misión del Sur, Pr. Irving Calderón, presidente y el Sr. Himer Galicia, tesorero realizaron el corte de la cinta simbólica, el 14 de julio en Malacatan San Marcos.

La hermandad de las misiones Sur y Occidental de la Iglesia Adventista, agradecieron y expresaron su gozo por la cobertura de Unión Radio en esta región de Guatemala y mostraron su deseo de apoyar este ministerio radial con sus ofrendas, para que el Sistema de Comunicación Adventista siga creciendo en toda Guatemala.

Con parte de la ofrenda recogida durante la semana de "Alabanza y Gratitude 2012" se pagará el 50% del valor de la frecuencia que aún se debe. Y se iniciará el proceso para adquirir otra frecuencia radial para otra región del país, proyecto que espera verse concluido en julio del 2013.

Gracias al apoyo de los oyentes, miembros de iglesia, campos locales, y Unión Guatemalteca, el Sistema de Comunicación Adventista ha iniciado un proceso de crecimiento que la ha llevado a tener cobertura en el nororiente a través de la frecuencia 105.7 que está en funcionamiento desde finales del año 2009, para los departamentos de Peten, parte de las Verapaces e Izabal



**Nuevos Transmisores**  
cubrirán parte del estado  
**de Chiapas Mexico**

En abril del 2011, se adquirió la frecuencia El 101.5 fm para el departamento de San Marcos, que transmite desde el cerro Ixtagel, en Malacatan San Marcos para el suroccidente.

En base a las observaciones del cliente, se agregó una página con una noticia sobre la radio, la página estaba abierta a publicidad pero por decisión del cliente fue cambiada y usada para noticia alegórica.

# Capítulo IX

## Capítulo IX

### Capítulo IX Propuesta Gráfica Final

Con base en los hallazgos encontrados en la etapa de validación, fue necesario realizar ciertos cambios en el diseño y contenido de la revista conmemorativa. A continuación se presenta la propuesta gráfica final de la revista conmemorativa.

#### 9.1.1 revista conmemorativa: Portada



### **9.1.1.1 Fundamentación revista conmemorativa portada.**

En el diseño editorial, la portada juega un elemento muy importante porque brinda la primera impresión que la persona tendrá del material en rigor. Por tanto, es muy importante diseñar una portada con elementos atractivos, que representen el contenido, además vaya de acuerdo a la imagen con que se trabajará el material entero.

La portada en cuestión está diseñada con los colores representativos de la Iglesia Adventista de Guatemala predominando el azul, siendo este color muy elegante a su vez permitiéndonos dar esa imagen de seriedad que se busca, En la portada se utiliza una fotografía que va amarrada con la campaña que se efectuará en el 2013 Alabanza y Gracitud haciendo al hacer el énfasis en los 35 años en Guatemala.



### 9.1.1 Revista Conmemorativa: Índice



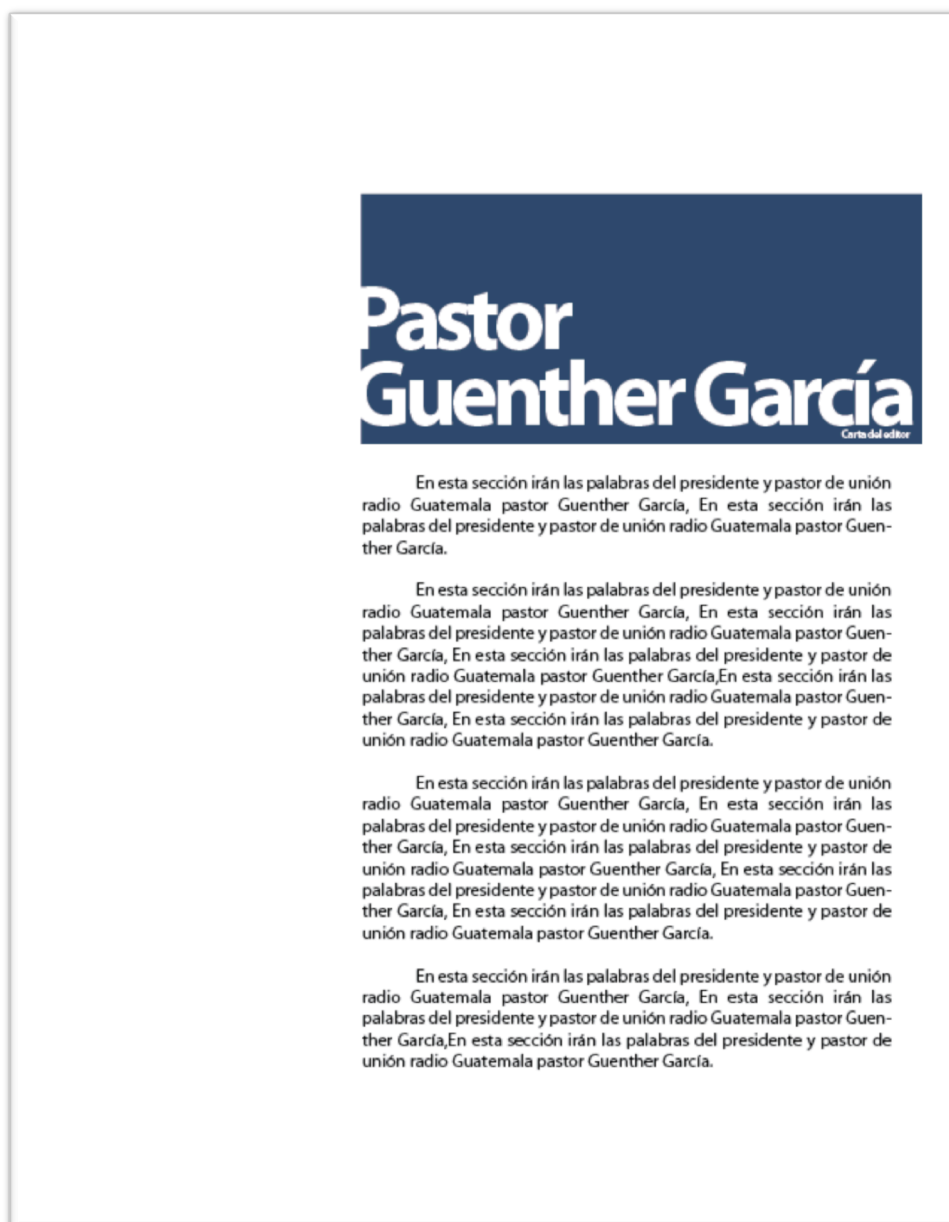
The image shows the cover of a commemorative magazine index. It features a dark blue rectangular area at the top with the word "Índice" in white, bold, sans-serif font. Below this, the table of contents is listed with corresponding page numbers in a dark blue, semi-circular graphic element.

Carta al editor	03
35 años de historia	04
¡Opiniones!	07
¡Opiniones!	08
Programación para la sociedad	09
¡Opiniones!	10

#### 9.1.1.1 Fundamentación revista conmemorativa índice.

Como en toda revista es necesario incluir el índice, ya que nos permite ver el contenido de la revista, e ir de manera más directa a la página que se desea.

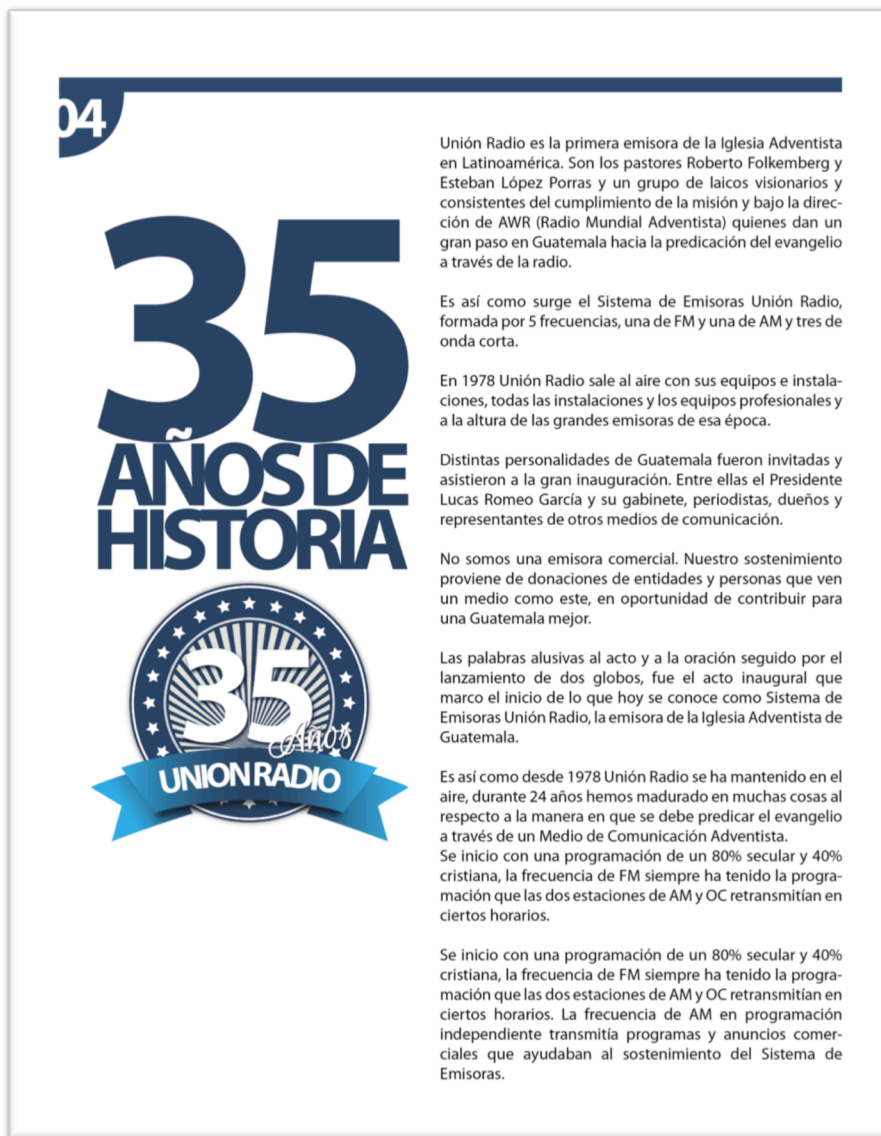
## 9.1.1 Revista conmemorativa: palabras de introducción a cargo del Pastor Guenther García.



### 9.1.1.1 Fundamentación revista conmemorativa nota editorial.

Para la nota editorial se ha decidido con el cliente incluir las palabras del pastor Guenther García siendo este el Presidente de Unión Radio. Da sus palabras de agradecimiento, tanto a Dios como a la gente que ha estado a su alrededor, para el crecimiento del sistema de comunicación adventista en Guatemala.

### 9.1.1 Revista Conmemorativa: pagina 4, historia

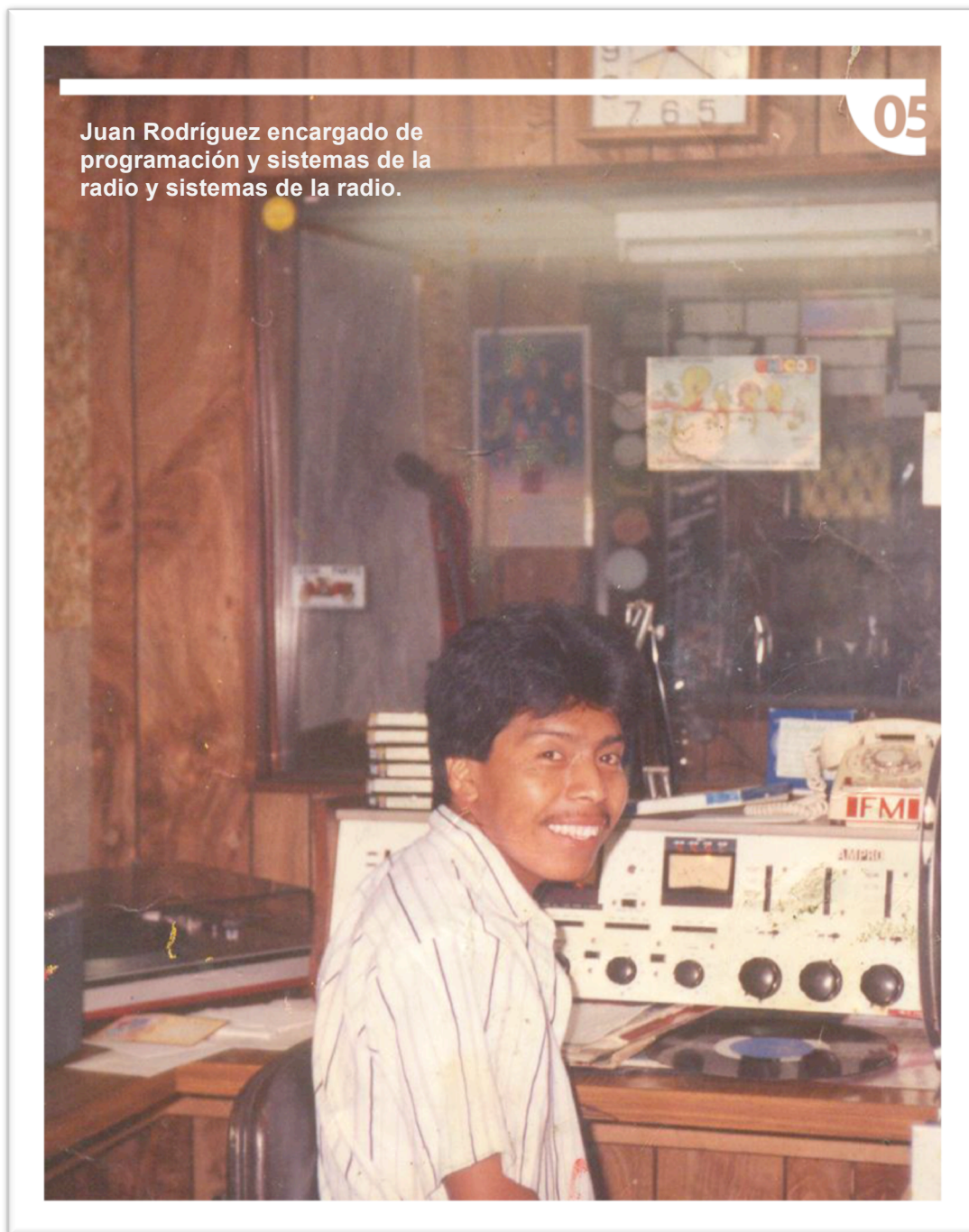


#### 9.1.1.1 Fundamentación revista conmemorativa diagramación interior.

La revista en su interior cuenta con fotografías que son históricas y han estado en sus archivos desde hace años. La diagramación es uniforme ya que queremos denotar formalidad y seriedad al ser una revista conmemorativa. Se ha usado el color azul como referencia al ser el color representativo de la comunidad adventista, llevando uniformidad en todos los materiales de la radio.

El número de la página ha sido colocado de manera estética y a su vez dinámica, para que el lector no se pierda de página en página. Han sido colocadas en las esquinas de las mismas.

**9.1.1 Revista Conmemorativa: página 5 Historia.**





### 9.1.1 Revista Conmemorativa: página 6 Historia.



**9.1.1 Revista Conmemorativa: página 7 Historia.**



## 9.1.1 Revista Conmemorativa: página 8 Opiniones

08

### Lic. Juan Lopez

En esta sección irán las palabras del director de unión radio Guatemala Lic. Juan López, las fotografías son muestras serán remplazadas al momento de reunir alas personas que actualmente se encuentran de viaje.

En esta sección irán las palabras del director de unión radio Guatemala Lic. Juan López, las fotografías son muestras serán remplazadas al momento de reunir alas personas que actualmente se encuentran de viaje.

En esta sección irán las palabras del director de unión radio Guatemala Lic. Juan López, las fotografías son muestras serán remplazadas al



### Adolfo xol pa

En esta sección irán las palabras del presidente de unión norte de unión radio Guatemala, Adolfo xol pa, las fotografías son muestras serán remplazadas al momento de reunir alas personas que actualmente se encuentran de viaje.

Onda corta transmitía ocho horas diarias, cuatro en la mañana y cuatro en la noche, de 5:00 AM a 9:00 AM y de 5:00 PM a 9:00 PM, con reportes que llegaban de todas partes del mundo.

En esta sección irán las palabras del presidente de unión norte de unión radio Guatemala, Adolfo xol pa, las fotografías son muestras serán remplazadas al momento de reunir alas personas que actualmente se encuentran de viaje.n cada

### Gustavo Meléndez

En esta sección irán las palabras del director departamental de comunicación de unión radio Guatemala, Gustavo Meléndez las fotografías son muestras serán remplazadas al momento de reunir alas personas que actualmente se encuentran de viaje.

En esta sección irán las palabras del director departamental de comunicación de unión radio Guatemala, Gustavo Meléndez las fotografías son muestras serán remplazadas al momento de reunir alas personas que actualmente se encuentran de viaje.

En esta sección irán las palabras del director



### Irvin Calderon

En esta sección irán las palabras del presidente de misión sur unión radio Guatemala, Irvin Calderón, las fotografías son muestras serán remplazadas al momento de reunir alas personas que actualmente se encuentran de viaje.

En esta sección irán las palabras del presidente de misión sur unión radio Guatemala, Irvin Calderón, las fotografías son muestras serán remplazadas al momento de reunir alas personas que actualmente se encuentran de viaje.Misión y el uso de los medios, propicio que en cada campo local, por lo menos en Latinoamérica surgieran nuevas emisoras.



# Programación para la Sociedad

09

La programación de Unión Radio está compuesta por los espacios dedicados a los niños, a la juventud, la familia, programas al servicio de la comunidad.

Nuestro aporte a la sociedad guatemalteca como medio de comunicación es el de contribuir para que los guatemaltecos vivamos en paz, luchemos para erradicar la violencia, nuestros programas dirigidos a los niños, jóvenes y a la familia estén encaminados a fomentar la unidad en la familia, mientras



nuestras familias estén unidas y fortalecidas por los lazos de amor real que viene de una relación con Dios, que será la base para que nuestra sociedad sea sana en los diferentes aspectos de la vida en nuestro país.

En el área de la Juventud, Unión Radio patrocina a través de sus programas actividades deportivas, seminarios para capacitar a la juventud e informarles de los daños de las drogas, el tabaco, el alcohol y las ventajas de una vida sana y libre de toda sustancia que afecte el organismo del ser humano.

En cualquier desastre natural que afecte a la sociedad guatemalteca, Unión Radio esta presenta a través de radio maratonones, tal es el caso del Huracán Mitch y el huracán Iris en donde se envió ayuda a los damnificados a través de ADRA (Agencia de Desarrollo y Recursos Asistenciales).

Los niños también tienen un lugar en Unión Radio, Personajes con el tío Daniel y la tía Elena, orientan a los niños a ser buenos ciudadanos respetando a sus padres, familiares, semejantes y a sus autoridades.

## SURGIDOS ANTE LA NECESIDAD

Unión Radio surge ante la necesidad de medios que además de entretener personas, las orienta y les informa de cómo vivir mejor y desarrollar aptitudes que les ayude a encontrarle sentido a la vida.

Unión Radio es el ejemplo de un medio alternativo ante la gama de emisoras que ofrecen entretenimiento y diversión olvidándose de que el ser humano necesita ir más allá de escuchar y ver a su alrededor, siendo parte de la sociedad. Consciente de su papel como ciudadano activo, dinámico y participativo.

9.1.1 Revista Conmemorativa: página 10 Publicidad mensaje de la radio.



***¡Ser el ministerio de comunicación que lleva el mensaje de los eventos finales, dándole la oportunidad de salvación a todo el mundo!***

**UNIONRADIO** 35 años

**SISTEMA DE COMUNICACION ADVENTISTA**

The advertisement features a collection of vintage radio equipment, including a large green speaker, a black receiver, a silver receiver, and a green transmitter, arranged on a mossy forest floor. The background is a dense forest with large trees. The text is centered in a semi-transparent box, and the logos are positioned at the bottom corners.

## Millones escuchan Mensaje Adventista en el Sur Occidente de Guatemala

ciudad de Guatemala, Gustavo Menéndez Guerra. Nuevos Transmisores de Radio, llegan a millones en el Sur Occidente de Guatemala y Sur de México.

El pastor Guenther García, presidente de la Unión Guatemalteca cortó la cinta simbólica que oficializo la puesta en marcha de dos nuevos transmisores de 5 kw y 3.5 Kw para las repetidoras de la región Sur occidente de Guatemala, alcanzando a más de 2 millones de personas.



La inversión en este proyecto, sobrepasa los Q.3, 000,000.00 de quetzales. Los cuales se invirtieron para la adquisición de la frecuencia, compra de transmisores e infraestructura. La Unión Mexicana del Sur, donó \$25,000 para la adquisición de uno de los transmisores que beneficia a la región del Soconusco.

Los administradores de la Unión Guatemalteca de la Iglesia Adventista, Pastores Guenther García y Ramiro Hernández junto con la administración de la Misión del Sur, Pr. Irving Calderón, presidente y el Sr. Himer Galicia, tesorero realizaron el corte de la cinta simbólica, el 14 de julio en Malacatan San Marcos.

La hermandad de las misiones Sur y Occidental de la Iglesia Adventista, agradecieron y expresaron su gozo por la cobertura de Unión Radio en esta región de Guatemala y mostraron su deseo de apoyar este ministerio radial con sus ofrendas, para que el Sistema de Comunicación Adventista siga creciendo en toda Guatemala.

Con parte de la ofrenda recogida durante la semana de "Alabanza y Gratitud 2012" se pagará el 50% del valor de la frecuencia que aún se debe. Y se iniciará el proceso para adquirir otra frecuencia radial para otra región del país, proyecto que espera verse concluido en julio del 2013.

Gracias al apoyo de los oyentes, miembros de iglesia, campos locales, y Unión Guatemalteca, el Sistema de Comunicación Adventista ha iniciado un proceso de crecimiento que la ha llevado a tener cobertura en el nororiente a través de la frecuencia 105.7 que está en funcionamiento desde finales del año 2009, para los departamentos de Peten, parte de las Verapaces e Izabal

Nuevos  
Transmisores  
cubrirán parte del estado  
de Chiapas Mexico

En abril del 2011, se adquirió la frecuencia El 101.5 fm para el departamento de San Marcos, que transmite desde el cerro Ixtagel, en Malacatan San Marcos para el suroccidente.



9.1.1 Revista Conmemorativa: página 12 Contraportada.



# Alabanza y Gratitud



**Q1** Un Quetzal  
**Diario**  
Del 1ro. de enero  
al 28 de julio  
para tu  
**Radio**

Entrégalo en tu iglesia  
o deposítalo en nuestras  
cuentas bancarias.

 BANCO AGROMERCANTIL	 BANRURAL	 Bantrab	 BANCO G&I CONTINENTAL
30-2008066-4 LA MISION DE GUATEMALA	3-402-03236-6 UNION RADIO	101-037484-8 LA MISION DE GUATEMALA	018-0080575-4 UNION RADIO

# Capítulo X

## **Capítulo X**

### **Capítulo X Producción, Reproducción y Distribución**

A continuación se especifican todos los requerimientos, económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta: medios impresos, audiovisuales, virtuales, alternativas, cantidades y costos de producción del material presentado.

#### **10.1 Plan de cotos de elaboración:**

La pieza elaborada de la revista conmemorativa para el sistema de comunicación adventista, debe ser impreso en papel cauche de 80 gramos.

La preparación del marco teórico y metodológico consistió en recopilar información teórica para sustentar las técnicas, conceptos del diseño y la comunicación útiles para el desarrollo eficaz de la Revista Conmemorativa del sistema de comunicación adventista, que tardo un tiempo de seis semanas.

El Bocetaje y la metodología del diseño consistió en realizar bocetos preliminares presentados al cliente y los expertos para la aprobación del concepto del diseño inicial que buscaba satisfacer las necesidades del grupo objetivo; tardo de 4 semanas.

- Total de semanas trabajadas 9.
- Total de días trabajados 45 (5 días por la semana).
- Total de horas trabajadas 360 (8 horas diarias).

Para obtener los costos por la elaboración de la revista conmemorativa, es necesario tomar un estándar de costos que se manejan en el mercado actual, que se basa en la hora de

trabajo de un diseñador grafico, cuyo salario promedio mensual asciende a los Q5, 000.00; el pago por día del trabajo promedio es de Q240.00, lo que es Q31.25 por hora.

El precio de las horas trabajadas de diseño gráfico son  $360 \times Q31.25 = Q11, 250.00$  mas costos operativos, impuestos de prueba, energía eléctrica, internet, transporte: Q2, 000.00.

El costo total de la producción de la revista conmemorativa por sus 35 años para el sistema de comunicación adventista, asciende a: Q13,250.00.

## **10.2 Plan de costos de producción**

A continuación se describen los parámetros y recursos que fueron necesarios para la producción de la creación de la revista conmemorativa para el sistema de comunicación adventista de Guatemala como un producto final en formato digital.

En esta etapa se digitalizaron los bocetos, se maqueta la diagramación y la edición de los textos a usar, se tomaron fotografías para la portada de la revista, se elaboran los artes finales y se valido la propuesta, durante un tiempo de 10 semanas

- Total de semana: 10.
- Total de días trabajados: 55 (5 días por semana).
- Total de horas trabajadas: 440 (8 horas diarias).

Para obtener los costos por la elaboración de la revista conmemorativa es necesario tomar un estándar de costos que se manejan en el mercado actual, este se basa en la hora de trabajo de un diseñador grafico cuyo salario promedio mensual asciende a los Q5, 000.00; el pago por día del trabajo promedio es de Q240.00, lo que es Q31.25 por hora.

El precio de las horas trabajadas de diseño gráfico son 440 hrs. x Q31.25 = Q13, 750.00  
mas costos operativos, impuestos de prueba, energía eléctrica, internet, transporte:  
Q.2,000.00.

El costo total de la producción de la revista conmemorativa por sus 35 años para el Sistema  
de Comunicación Adventista, asciende a: Q15, 750.00.

### **10.3 plan de costos de Reproducción**

Cotización de costos para impresión de la revista conmemorativa.

Las dimensiones de la revista serán de 11 pulgadas de alto por 17 pulgadas de ancho, dividida  
en dos secciones de 8.5 pulgadas cada página.

Cuenta con 10 páginas full color

Según la cotización de policolor, la reproducción de 500 ejemplares tiene un costo de  
Q 3,800.00 y de 1000 ejemplares Q 4,900.00

Costo total de producción de revista conmemorativa

500 ejemplares = Q 19,580.00

1000 ejemplares = Q 20,650.00

Se le entregarán los artes finales al cliente para la reproducción del mismo.



# Capítulo XI

## **Capítulo XI**

### **Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones**

#### **11.1 Conclusiones**

- Se diagramó una revista conmemorativa para conmemorar con la comunidad guatemalteca los 35 años del Sistema de Comunicación Adventista.
- Se investigó sobre técnicas para la elaboración de revistas conmemorativa.
- Se recopiló información sobre la historia del sistema de comunicación adventista en Guatemala para poder incluir en la revista conmemorativa.
- Se realizó una sección de fotografías para la realización de la revista conmemorativa.

## 11.2 Recomendaciones

- Distribuir el material en todo el país para dar a conocer su historia en Guatemala.
- Informar a la gente sobre la historia de iglesia con mayor frecuencia utilizando este medio, como es la revista.
- La utilización de más simpleza a la hora de realizar sus trabajos gráficos.

# Capítulo XII

## Capítulo XII

### Capítulo XII Conocimiento general



## Lenguaje y Gramática

Cuando se aplican los fundamentos ideales para el proceso de comunicación hace que esta se vuelva efectiva en los distintos ámbitos. Haciendo que el lenguaje sea el ideal y sea entendible para las personas a las cuales nos dirigimos.

En el diseño de la revista fue necesario para que el contenido de la revista fuera el ideal y fuera claro para explicar la historia de la radio.

## Interpretación de Textos.

Con la interpretación de textos, se busca estructurar y aplicar las técnicas de interpretación de textos para concebir, ordenar y expresar el contenido de los documentos. Además tendrá la capacidad de entender la información que se contiene en el texto.

En el diseño de la revista fue necesario para ser claros con las ideas y como colocar los textos al momento de ordenar los diferentes artículos.



## Photoshop

Es un programa el cual es útil para la edición de fotografías, imágenes, textos, píxeles entre otras herramientas el programa contiene varias herramientas útiles para el proceso de diseño gráfico a si también se puede aplicar elementos básicos en el desarrollo de proyectos.

En la revista fue necesario la utilización de photoshop para el retoque de fotografías.

## Ilustrador

Este es un programa útil ya que se trabajan con vectores, se puede manejar textos de una manera mas sencilla y agrandar o minimizar los textos y/o vectores sin que se lleguen a dañar o pixelear es una herramienta, indispensable para el uso del diseño gráfico.

En la revista fue necesaria la utilización del programa para la diagramación de textos y la conjugación con las imágenes.

## Indesign

Es un programa de maquetación versátil que le ofrece un control de píxeles perfecto sobre el diseño y la tipografía.

En la creación de la revista fue necesaria la utilización del programa para la maquetación de la revista y poder mandar a impresión la misma.



## Diseño Editorial

Este diseño es útil para el desarrollo y la habilidad de la diagramación y maquetación, y la manera de distribución de los elementos gráficos en un espacio físico o virtual.

Para el diseño de la revista fue de suma importancia este conocimiento adquirido ya que se puede diagramar de una manera ordenada y vistosa así como agradable a la vista.


---

## Relaciones Públicas.

Esta nos permite crear buenas relaciones con el cliente y nos permite mantener una buena imagen de la empresa a la cual se laborea a si también, hay maneras para mejorar la imagen de una marca decaída y a si fortalecer su imagen y la credibilidad de manera diplomática.

Fue necesario ya que se debía mantener una buena relación con el cliente para ir junto a él diseñando la revista y su proceso.

---



Formación  
Profesional

## Fotografía

Se utiliza la fotografía tanto en el ámbito técnico como en el ámbito artístico y se aplica el conocimiento al diseño a través de la expresión personal y de comunicación profesional.

Fue necesario el uso de este conocimiento no solo para el uso de fotografías en la revista, si no para poder conjugarlas con los elementos.



## Pre prensa y reproducción

Se analiza y estructura los elementos para aplicarlos en los distintos instrumentos que ofrece la pre prensa en casos concretos

Se aplica para el paso final de la revista al momento de volverla a imprimir.



### Informativa

La comunicación se establece como un proceso que es muy ordenado que permita informar, educar, entretener y persuadir. Permitiendo transmitir a la sociedad, los eventos y las ideas que se establecen como objetivo de una estrategia de comunicación.

Al diseñar la revista este tipo de comunicación fue importante ya que lo que se quiere es instruir sobre la historia de la radio esta nos permite persuadir a las personas a que se instruyan.

### Corporativa

Esta comunicación nos es útil para comprender la identidad y la imagen corporativa de una empresa ya que hoy en día es algo de suma importancia para las grandes organizaciones tanto públicas como privadas.

Al diseñar la revista fue necesario mantener una línea de diseño con la cual se trabajó con el cliente para que la revista sea identificada y que proviene de la misma campaña en curso.

### Intercultural

Esta comunicación nos sirve para poder romper las fronteras entre las culturas y poder llegar de una mejor manera hacia esas organizaciones y/o personas, para poder analizar sus orígenes.

Al diseñar una revista conmemorativa de los 35 años fue necesario investigar sobre la religión adventista, para que a sí el material gráfico sea de su agrado y no se lleguen a cometer malos entendidos.

### Técnicas de investigación.

Esta nos permite el uso del método científico con el cual se busca innovar y mejorar las elaboraciones de propuestas originales relacionadas con la comunicación a través del diseño.

Al diseñar la revista fue necesario los métodos de investigación para crear algo que agradara al cliente que fuera más moderno pero respetando la historia y la elegancia que desean mostrar.



### Sociología

Es útil ya que se encarga de las disciplinas sociales y la relación del estudio en la comunicación y los mensajes audiovisuales.

En el diseño de la revista fue necesario para identificar las disciplinas sociales dentro del sistema de comunicación adventista.



# Capítulo XIII

## Capítulo XIII

### Capítulo XIII Referencias

#### 12.2 Referencia de libros

- Anda Gutiérrez, Cuahatemoc, Introducción a las ciencias sociales 3ra. Edición, S.A. 2004 México.
- Bastardas Boada. Albert (1995) Comunicación humana (51, pp. 78-80).
- Comunicación extraído el 2 de marzo del 2012 desde: BASTARDAS BOADA, Albert (1995). *Comunicación humana y paradigmas holísticos*. CLAVES de razón práctica, 51, pp. 78-80.
- Cabrero, Julio (2001). Tecnología educativa, diseño y utilización de medios para la enseñanza. Espala Paidós.
- Semiología de la imagen extraído el 30 de marzo del 2012 desde: Eco, Humberto y Sebeok, Thomas A. (1989) : El signo de los tres. Dupin, Holmes, Peirce, Barcelona, Lumen. pp. 50 .
- Eco, Humberto (1986): La estructura ausente, Barcelona, Lumen. Pp. 51.
- Mc lean, Ruari (1987) manual de tipografía.

- Moreno mora, Víctor Manuel. Psicología del color y la forma pp. 26-33  
Universidad Rey Juan Carlos.
- Murphy, John y Rowe Michael. ¿Qué son las marcas y logotipos? Y tipos logotipos,  
como diseñar marcas.
- Sanz, Juan Carlos (1996). El libro de la imagen. Alianza, Madrid. ISBN.
- Frascara, Jorge (2000). Diseño Gráfico y Comunicación (Séptima edición).  
Ediciones Infinito. ISBN.
- Airey, David. Logo Design Love, (Amor por el Diseño de Logos), Editorial New  
Riders. Anda Gutiérrez, Cuauhtémoc, Introducción a las Ciencias Sociales. 3ra.  
Edición, Limosa 2004. México, <http://goo.gl/Hwkhp>.
- Añaños, Elena, Santiago Estaún, Daniel Tena, M. Teresa Mas, y Anna Valli.  
<http://goo.gl/yUIig>, Año 2008.
- Arellano, J. y Santoyo, M. Investigar con Mapas Conceptuales – Proceso  
Metodológicos. “Mapas Conceptuales”. Narcea, S. A. Madrid, España Año 2009.
- Benassini, Marcela, Introducción a la Investigación de mercados, <http://goo.gl/RJrrs>, Año 2001.
- Corbin, Alain. Historia del Cristianismo, 1a. Edición. Editorial Ariel 2008,  
<http://goo.gl/TF3IC>, Año 2008.

- De la Torre. El lenguaje de los Símbolos Gráficos. Bases de la Semiótica General. Grupo Noriega Editores. México, D.F., Año 2000.
- Figueroa, Romero. Como hacer Publicidad: Un enfoque teórico-Practico, 1ª Edición, Addison Wesley Longman de México, 1999 <http://goo.gl/y0gcX>, Año 1999.
- Franco, Carlos. Color Digital. Hablando en Color. Litografía Cifga, Guatemala. Año 2003.
- Ind, Nicholas, La Imagen corporativa (PDF Online), Programa de Identidad Corporativa. Ediciones Díaz Santos, S. A. Madrid España, 1992 <http://goo.gl/KKe73>, Año 2010.
- Jordi Alberich Pascual, Jordi, Grafismo multimedia/comunicación, diseño, estética., <http://goo.gl/DEKBB>, Año 2010.
- Laing, John y Blume Hermann, Haga Usted Mismo su Diseño Grafico, Breve Historia del Diseño Grafico, <http://goo.gl/4ZFoo>.
- Meggs, Philip B., Prólogo: La Evolución de la Comunicación Grafica, Historia del Diseño Grafico. Editorial Trillas, S. A. de C. V. Año 1991. Págs. 34-39 y 41-43.
- Müller-Brockmann, Josef, Sistemas Reticular en la Imagen de Empresa, Sistemas de Retículas, Ediciones Gilli, S. A. de C. V. Año 1982. Paginas 10-13 y 133-135.

- Munari, Bruno. Comunicación Visual, Diseño y Comunicación Visual, 3a. Editorial Gustavo Gilli, S. A. 13aHttp: //goo.gl/TD8kB, Año 2010.
- Semiología de la imagen extraído el 30 de mayo del 2012 desde <http://signoimagen.blogspot.com/>.
- Información sobre antropología y sus diferencias entre arqueología extraída el 15 de agosto del 2012 desde [http://www.proyectosalohogar.com/Enciclopedia/NE\\_antropologia.htm](http://www.proyectosalohogar.com/Enciclopedia/NE_antropologia.htm).
- Que es la Retícula Tipográfica y como trabajar con ella extraída el 15 de agosto del 2012 desde <http://www.webnova.com.ar/articulo.php?recurso=23>.
- Partes de la grilla o retícula editorial extraída el 30 de agosto del 2012 desde <http://www.delyrarte.com.ar/sitio/disedi2.htm>.
- El contraste de tono extraída el 30 de agosto del 2012 desde <http://www.fotonostra.com/grafico/contrastestono.htm>.
- Contraste del color extraída el 30 de agosto del 2012 desde.
- <http://es.scribd.com/doc/15485427/Conceptos-Basicos-de-Diseño>.
- Contraste de colores extraído el 30 de agosto del 2012 desde <http://www.fotonostra.com/grafico/contrastestono.htm>.
- Comunicación extraído el 2 de marzo del 2012 desde <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>.

# Capítulo XIV

## Capítulo XIV

### Capítulo XIV Anexos

#### Validación del material gráfico

La validación fue realizada en varios sectores de la capital, a si también con un pequeño grupo de estudiantes que son fieles al sistema de comunicación adventista por su devoción, grupo objetivo, son todas aquellas personas que pertenecen a la iglesia adventista del séptimo día.

Expertos, alumnos y catedráticos de la universidad galileo y licenciados en diseño grafico, marketing y publicidad egresados de la universidad Rafael Landívar de Guatemala.





Boris Barrios

Cliente/ CEO marketing sistema de comunicación adventista



Lic. Juan López





Grethel Villate, estudiante en, Diseño Gráfico.

Especialista en, Relaciones Públicas.