



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la Escuela de Español Ixchel, Antigua Guatemala Sacatepéquez, Guatemala 2018

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Elaborado por:

Lisa Rocío Ramírez Sicán

Carnet: 14002592

Para optar al título de

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la asunción, Junio 2018

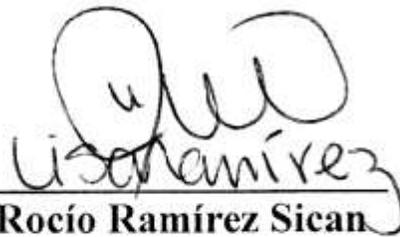
Guatemala 24 de abril de 2017

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE FOLLETO IMPRESO PARA DAR A CONOCER EL LENGUAJE COLOQUIAL GUATEMALTECO A ESTUDIANTES EXTRANJEROS DE NIVEL AVANZADO DE LA ESCUELA DE ESPAÑOL IXCHEL, ANTIGUA GUATEMALA SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2018.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Lisa Rocío Ramírez Sican
14002592



Licda. Claudia Ruíz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 11 de mayo de 2017

**Señorita:
Lisa Rocío Ramírez Sican
Presente**

Estimada Señorita Ramírez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE FOLLETO IMPRESO PARA DAR A CONOCER EL LENGUAJE COLOQUIAL GUATEMALTECO A ESTUDIANTES EXTRANJEROS DE NIVEL AVANZADO DE LA ESCUELA DE ESPAÑOL IXCHEL, ANTIGUA GUATEMALA SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2018.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, como asesora de su proyecto.

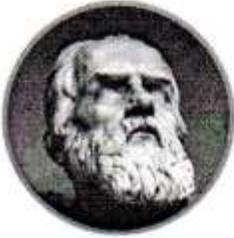
Sin otro particular, me suscribo de usted.

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, 27 de febrero de 2018

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE FOLLETO IMPRESO PARA DAR A CONOCER EL LENGUAJE COLOQUIAL GUATEMALTECO A ESTUDIANTES EXTRANJEROS DE NIVEL AVANZADO DE LA ESCUELA DE ESPAÑOL IXCHEL, ANTIGUA GUATEMALA SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: Lisa Rocío Ramírez Sican, con número de carné: 14002592, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Claudia Ruiz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 14 de marzo de 2018

**Señorita
Lisa Rocío Ramírez Sican
Presente**

Estimada Señorita Ramírez:

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, 05 de junio de 2018

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE FOLLETO IMPRESO PARA DAR A CONOCER EL LENGUAJE COLOQUIAL GUATEMALTECO A ESTUDIANTES EXTRANJEROS DE NIVEL AVANZADO DE LA ESCUELA DE ESPAÑOL IXCHEL, ANTIGUA GUATEMALA SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2018***, de la estudiante Lisa Rocío Ramírez Sican, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 15 de junio de 2018

**Señorita:
Lisa Rocío Ramírez Sican
Presente**

Estimada Señorita Ramírez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE FOLLETO IMPRESO PARA DAR A CONOCER EL LENGUAJE COLOQUIAL GUATEMALTECO A ESTUDIANTES EXTRANJEROS DE NIVEL AVANZADO DE LA ESCUELA DE ESPAÑOL IXCHEL, ANTIGUA GUATEMALA SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante: Lisa Rocío Ramírez Sican, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano**

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector:

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora general:

Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrector Administrativo:

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Secretario general:

Msc. Jorge Retolaza.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:

Msc. Leizer Kachler.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación:

Ms.C. Rualdo Anzueto,

Dedicatoria

A Dios, por darme la vida y regalarme todos mis dones y talentos para desarrollarlos de buena manera aquí en la tierra.

A mi Padre, por darme la oportunidad de estudiar y así superarme para llegar al éxito que todos esperamos tener en la vida. Le agradezco por todos sus consejos que siempre se resumen en tres cosas: Amor, caridad y justicia.

A mí querida mamá y hermanos, que han estado siempre apoyándome en todo y me han dado ánimos y consejos para continuar y construir mi felicidad con lo que me gusta hacer.

A mi asesora, Claudia Ruiz, por estar siempre al pendiente de mi proyecto de graduación y ayudarme a realizar el mismo.

A Universidad Galileo, por su aporte académico en mi formación profesional.

Resumen

A través del acercamiento con la escuela de español Ixchel, se identificó que no cuenta con un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros del nivel avanzado, por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la escuela de español Ixchel.

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 35 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó e ilustró un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado y se recomendó proporcionar el folleto a cada estudiante para vivir la gran experiencia de conocer, hablar y comprender al 100% el idioma español en Guatemala.

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

Índice

Capítulo I: Introducción

Introducción.....	1
-------------------	---

Capítulo II: Problemática

Problemática.....	2
2.1 Contexto.....	2
2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	3
2.3. Justificación.....	3
2.3.1. Magnitud.....	4
2.3.2. Vulnerabilidad.....	4
2.3.3. Trascendencia.....	4
2.3.4. Factibilidad.....	5

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1. Objetivo general.....	6
3.2. Objetivos específicos.....	6

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general cliente.....	7
--------------------------------------	---

4.2 Antecedentes.....	7
4.3 Misión.....	8
4.4 Visión.....	8
4.5 Datos de la escuela de español Ixchel.....	9
4.5 Datos de la escuela de español Ixchel.....	10
4.6 Datos del logotipo.....	11
4.7 Foda.....	11
4.8 Organigrama.....	12

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	13
5.2 Perfil demográfico.....	13
5.2 Perfil demográfico.....	14
5.2 Perfil demográfico.....	15
5.3 Perfil psicográfico.....	16
5.4 Perfil conductual.....	16

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 conceptos relacionados con el producto o servicio.....	17
--	----

6.1.1 Lenguaje.....	17
6.1. Cultura.....	17
6.1.3 Turismo.....	18
6.1.4 Escuela.....	18
6.1.5 Español.....	19
6.1.6 Idioma.....	20
6.1.7 Lenguaje coloquial.....	20
6.2 conceptos relacionados con comunicación y diseño.....	20
6.2.1 Conceptos relacionados con la comunicación.....	20
6.2.1.1 Comunicación.....	20
6.2.1.2 Principales autores de la comunicación.....	21
6.2.1.3 Tipos de comunicación.....	22
6.2.2 Conceptos relacionados con el diseño.....	23
6.2.2.1 Diseño.....	23
6.2.2.2 Diseño gráfico.....	23
6.2.2.3 Autores del diseño gráfico.....	24
6.2.2.3 Autores del diseño gráfico.....	25

6.2.2.4 Tipos de diseño.....	26
6.2.2.4 Tipos de diseño.....	27
6.2.2.5 Ilustración.....	28
6.2.2.6 Folleto.....	29
6.2.2.7 Impresión.....	29
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías, y tendencias.....	30
6.3.1 Ciencias.....	30
6.3.1.1 Semiología.....	30
6.3.1.2 Semiología de la imagen.....	30
6.3.1.3 Lingüística.....	30
6.3.1.4 Antropología.....	31
6.3.1.5 Sociología.....	31
6.3.2 Psicología.....	31
6.3.2.1 Psicología de la comunicación.....	31
6.3.2.2 Psicología del color.....	32
6.3.2.3 Psicología de la imagen.....	32

6.3.3 Pedagogía.....	32
6.3.4 Artes.....	33
6.3.4.1 Artes tipográficas.....	33
6.3.4.2 Dibujo.....	34
6.3.4.3 Dibujo vectorial.....	34
6.3.5 Teorías.....	34
6.3.5.1 Publicidad.....	34
6.3.5.2 Teoría del color.....	34
6.3.5.3 Teoría de Gestalt.....	35
6.3.6 Tendencias.....	35
6.3.6.1 Mano alzada.....	35

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	36
7.1.1 Comunicación.....	36
7.1.2 Tipos de comunicación.....	36
7.1.3 Diseño.....	36
7.1.4 Ilustración.....	3

7.1.5 Folleto impreso.....	37
7.1.6 Diagramación.....	37
7.1.7 Semiología.....	38
7.1.8 psicología del color.....	38
7.1.9 Pedagogía.....	38
7.1.10 Lingüística.....	38
7.1.11 Dibujo vectorial.....	39
7.2 Conceptualización.....	39
7.2.1 Método.....	39
7.2.1.1 Mapas mentales (Mind maps).....	39
7.2.1.1 Mapas mentales (Mind maps).....	40
7.2.1.2 Listado de atributos.....	41
7.2.2 Definición del concepto.....	42
7.3 Bocetaje.....	43
7.3.2 Tabla de requisitos.....	43
7.3.2 Tabla de requisitos.....	44
7.3.2 Tabla de requisitos.....	45

7.3.1 Bocetaje de diagramación	46
7.3.1 Bocetaje de diagramación	47
7.3.3 Bocetaje intermedio.....	48
7.3.3 Bocetaje intermedio.....	49
7.3.3 Bocetaje intermedio.....	50
7.3.4 Bocetaje a color.....	51
7.3.4 Bocetaje a color.....	52
7.3.5 Proceso de digitalización.....	53
7.3.5 Proceso de digitalización.....	54
7.4 Propuesta preliminar: personajes.....	55-58
7.5 Propuesta preliminar.....	59-63

Capítulo VIII: Validación Técnica

Validación técnica.....	64
8.1 población y muestreo.....	64
8.2 Método e instrumentos.....	65
8.2.1 Investigación cualitativa y cuantitativa.....	65
8.2.2 Entrevista.....	66

8.2.3 Opción múltiple.....	66
8.2.4 Encuesta.....	67-70
8.3 resultados e interpretación de resultados.....	71-82
8.4 Cambios en base a resultados.....	83
8.4.1 Cambio: portada.....	83
8.4.2 Cambio: introducción.....	84
8.4.3 Cambio penúltima página.....	85
8.4.4 Índice.....	86
8.4.5 Número de páginas.....	87
8.4.6 Cambio: contraportada	88

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Propuesta grafica final.....	89-93
------------------------------	-------

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1. Plan de costos de elaboración.....	94
10.2. Plan de costos de producción.....	94
10.3 plan de costos de reproducción.....	94
10.4 plan de costos de distribución.....	94

10.5 Margen de utilidad.....	95
10.6 IVA.....	95
10.7 Cuadro de resumen general de costos.....	95
Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones	
11.1 Conclusiones.....	96
11.2 Recomendaciones.....	97
Capítulo XII. Conocimiento general	
Conocimiento general	98
Capítulo XIII:. Referencias	
Referencias.....	99-103
Capítulo XIV: Anexos	
Anexos.....	104-105
14.1. Validación de encuestas.....	106-108

Capítulo I

Introducción

Capítulo I: Introducción

A través de la falta de material didáctico para la enseñanza del idioma español a estudiantes de nivel avanzado en la escuela de español Ixchel que se ubica en Antigua Guatemala, se emprendió un nuevo material didáctico, que será un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a los mismos estudiantes. Por lo anterior, se planteará el siguiente objetivo: Diseñar un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la escuela de español Ixchel. Con la ayuda del diseño y la ilustración se hará una gráfica animada con estilo de técnica vectorizada para entender mejor el sentido de la palabra coloquial a utilizar. Con la ayuda de la comunicación se usará una oración como ejemplo para la palabra coloquial.

El enfoque de la investigación será mixto, porque se utilizará el método cuantitativo y cualitativo. El primero cuantificará los resultados de la muestra, y el segundo evaluará el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicará a un promedio de 35 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

Se investigará términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo del folleto a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño.

En cuanto al folleto de lenguaje coloquial guatemalteco se imprimirá y se recomendará proporcionar el folleto a cada estudiante para vivir la gran experiencia de conocer, hablar y comprender al 100% el idioma español en Guatemala.

Capítulo II

Problemática

Capítulo II: Problemática

La escuela de español Ixchel tiene la capacidad de enseñar al cien por ciento el idioma español, pero se está hablando sólo de gramática. Actualmente los estudiantes extranjeros de nivel avanzado no se sienten satisfechos completamente porque ellos solo aprenden las reglas gramaticales y la mayoría se ha dado cuenta que quiere y necesita aprender el lenguaje coloquial guatemalteco, teniendo así una herramienta más para hablar y comprender mejor el lenguaje materno guatemalteco.

Lamentablemente la escuela de español Ixchel no cuenta con material didáctico donde se encuentra el lenguaje coloquial guatemalteco y esta es la razón donde nace la necesidad de diseñar un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes de nivel avanzado en Ixchel.

2.1 Contexto

Escuela de español Ixchel se fundó en el mes de mayo de 1999. Ixchel no fue otra escuela más de español en una ciudad donde ya existían docenas de escuelas sino más bien la meta fue ser la mejor escuela de español en Antigua Guatemala, al trabajar sólo con los mejores profesores del idioma español, al seleccionar así, a familias que pudieran dar acogida a los estudiantes y otros proveedores de servicios, y fue importante ofrecer una gama completa de servicios adicionales para que la estancia de los estudiantes extranjeros sea lo más agradable posible.

Los profesores reciben capacitación continua, lo que les permite mejorar sus conocimientos para la enseñanza de la lengua española y utilizar las últimas técnicas de la misma.

La escuela de español Ixchel fue también pionera en el desarrollo de cursos de español específicos para las diferentes carreras de profesionales, que permite estudiar exactamente el tipo de español que necesita el estudiante. En la actualidad se ha convertido en una de las escuelas de español más importantes de Antigua Guatemala. Cada año cientos de estudiantes estudian español en Ixchel y muchos otros toman clases de español en línea.

La escuela de español Ixchel se ha desarrollado y perfeccionado con la ayuda de sus propios materiales de clases, basados en una amplia gama de libros de gramática y ejercicios, pero que hace falta algo verdaderamente importante y es el conocimiento de las palabras más comunes y usadas en Guatemala, para que así el estudiante pueda vivir la gran experiencia del hablar y comprender el español como lo hacemos los guatemaltecos. Para esto, el Director de la escuela, Don Álvaro Ramírez, se contactó con mi persona, informándome así del problema existente y juntos llegamos a la solución de diseñar e ilustrar un folleto impreso que contenga las palabras más comunes en Guatemala, respondiendo así al lenguaje coloquial guatemalteco.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

La escuela de español Ixchel no cuenta con un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros del nivel avanzado.

2.3 Justificación

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

2.3.1 Magnitud.



2.3.2 Vulnerabilidad.

El problema que presenta la escuela de español Ixchel es la falta de un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco y permite que la escuela de español disminuya en su profesionalidad de enseñanza para estudiantes avanzados del idioma español.

2.3.3 Trascendencia.

Con la intervención del diseño y la comunicación se logrará diseñar un folleto impreso donde se manifieste el lenguaje coloquial guatemalteco y así tener más recursos para la enseñanza del español avanzado en estudiantes y ser totalmente profesionales en la enseñanza completa del idioma español en Guatemala.

2.3.4 Factibilidad.

Los recursos a utilizar para cumplir con el folleto impreso del lenguaje coloquial guatemalteco son:

- Programas de edición e ilustración, como Photoshop, Illustrator e Indesign.
- Diccionario para traducir al idioma inglés.

2.3.4.1 Recursos humanos. La escuela de español cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que desempeñan dentro de la misma.

2.3.4.2 Recursos organizacionales. El director de la escuela de español Ixchel, Álvaro Ramírez, autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos económicos. La escuela de español Ixchel cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos tecnológicos. La escuela de español Ixchel cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III

Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la Escuela de Español Ixchel.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo del folleto a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de un folleto de lenguaje coloquial guatemalteco, que será utilizado para el aprendizaje del grupo objetivo.

3.2.2 Recopilar información de la escuela de español Ixchel, a través de la entrevista que el cliente proporcione por medio del brief, para que sea integrado al diseño del folleto y facilite el aprendizaje del estudiante.

3.2.3 Ilustrar el lenguaje coloquial guatemalteco a través de la técnica de dibujo vectorial, para así comprender mejor las connotaciones de uso de cada palabra coloquial.

Capítulo IV

Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 información general del cliente

Nombre de la empresa: Escuela de español Ixchel

Dirección: 9na calle oriente #5 Antigua Guatemala.

Página web: www.ixchelschool.com

E-mail: info@ixchelspanishschool.com Teléfono: 7832-3440

Contacto: Álvaro Ramírez

Celular: 3400-7898

4.2 Antecedentes

Escuela de español Ixchel se fundó en el mes de mayo de 1999. Ixchel no fue otra escuela más de español en una ciudad donde ya existían docenas de escuelas sino más bien la meta fue ser la mejor escuela de español en Antigua Guatemala al trabajar sólo con los mejores profesores del idioma español, al seleccionar así a familias que pudieran dar acogida a los estudiantes y otros proveedores de servicios, al ofrecer una gama completa de servicios adicionales para que la estancia de los estudiantes sea lo más agradable. Ixchel se ha desarrollado y perfeccionado, tiene sus propios materiales de clase basados en una amplia gama de libros de gramática y ejercicios.

Los profesores reciben capacitación continua, lo que les permite mejorar sus conocimientos de la lengua española y utilizar las últimas técnicas de enseñanza. Ixchel Spanish School fue también pionera en el desarrollo de cursos específicos de carrera para profesionales, la que permite estudiar exactamente el tipo de español que necesita la persona estudiante.

En la actualidad se ha convertido en una de las escuelas de español más importantes de Antigua Guatemala. Cada año cientos de estudiantes estudian español en Ixchel y muchos otros toman clases de español a través de Skype.

4.3 Misión

Otorgar aprendizajes de calidad es nuestro mayor objetivo, apoyar y abrir un mundo de oportunidades a nuestros estudiantes, utilizando métodos innovadores que puedan ayudar a facilitar el aprendizaje del idioma español. En Ixchel estamos comprometidos y dedicados en proporcionar conocimientos lingüísticos que son imprescindibles para la mejor formación personal, académica y profesional, contamos con un equipo de profesionales nativos del idioma español que son altamente calificados y competitivos.

4.4 Visión

En Ixchel queremos ser reconocidos a nivel nacional, como una de las mejores instituciones del aprendizaje del idioma español, buscamos brindar enseñanza de calidad, que sea personalizada y especializada, al desarrollar así habilidades lingüísticas, descubriendo la cultura guatemalteca y cumplir con los más altos estándares de calidad, brindar así un servicio que este más allá de las expectativas de nuestros estudiantes. Utilizar métodos innovadores que estén a la vanguardia de los avances pedagógicos de acuerdo a una gran experiencia que nos respalda.

4.5 Datos de la escuela de español Ixchel

4.5.1 Delimitación geográfica: 9ª calle poniente #5, Antigua Guatemala.

4.5.2 Grupo objetivo de la escuela de español Ixchel.

- Perfil geográfico: Todos los países de habla no hispana.
- Perfil demográfico: Para mujeres y hombres entre las edades de 20 a 30 años, entre el rango económico de clase media hasta la clase alta.
- Perfil psicográfico: Todas las personas que tengan el interés de aprender el idioma español, ya sea por trabajo o pasatiempo.
- Perfil conductual: Personas que quieran aprender español en cualquier época del año.

4.5.3 Principal beneficio al grupo objetivo.

Conocer el lenguaje coloquial de Guatemala para así ellos poder usar las palabras más comunes adecuadamente en las distintas situaciones de su estancia en Guatemala o en su vida diaria.

4.5.3.1 Competencia. Actualmente no existe ningún folleto del lenguaje coloquial guatemalteco para ayuda del aprendizaje español y su estancia en Guatemala.

4.5.3.2 Posicionamiento. Ixchel definitivamente es reconocida por sus años de experiencia y actualmente está en la tercera posición entre las mejores escuelas de español en Antigua Guatemala.

4.5.3.3 Factores de diferencia. La escuela de español Ixchel ha desarrollado y perfeccionado su propio material de clase, basado en los diferentes niveles del idioma, tiene una amplia gama de libros de texto gramatical como de ejercicios y sus profesores reciben capacitación continua, lo que les permite mejorar su conocimiento del idioma español y utilizar las últimas técnicas de enseñanza.

4.5.3.4 Objetivo de mercadeo. Incrementar el profesionalismo de la escuela de español Ixchel, siendo original por ser la primera escuela de español que tiene su propio folleto del lenguaje coloquial para el aprendizaje del idioma español a los estudiantes avanzados.

4.5.3.5 Objetivo de comunicación. Es importante que los estudiantes avanzados sepan las palabras más comunes que usamos en Guatemala, y entendernos mejor.

4.5.3.6 Mensajes clave a comunicar. Manifestar palabras del lenguaje coloquial guatemalteco.

4.5.3.7 Estrategia de comunicación. Dar a conocer a través de un folleto impreso el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la Escuela de Español Ixchel, el que les servirá a comunicarse y entender el idioma español de mejor manera con hablantes hispanos.

4.5.3.8 Reto del diseño y trascendencia. Con la intervención del diseño y la comunicación se logrará realizar y presentar un folleto impreso donde se manifieste el lenguaje coloquial guatemalteco y así tener más recursos para la enseñanza del español avanzado en estudiantes y ser totalmente profesionales en la enseñanza completa del idioma español en Guatemala. Material por realizar: Folleto impreso

4.6 Datos del logotipo

Tipografía: **ChunkFive Roman**

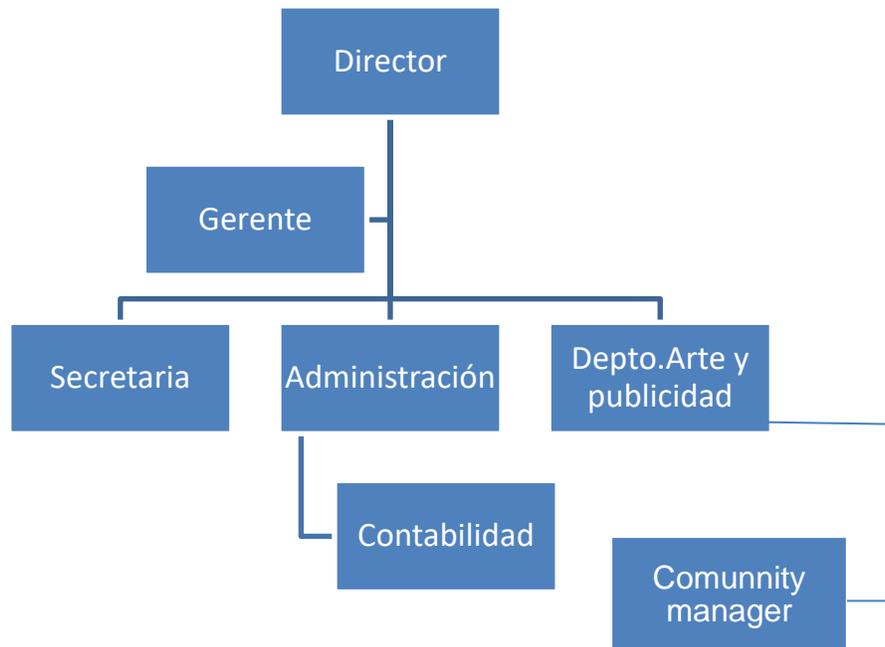
Forma: **Círculo** representa comunidad, amistad, amor, relaciones y unidad, infinitud, perfección.



4.7 FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none">1. Experiencia2. Conocimiento de la enseñanza del idioma español3. Buena ubicación	<ol style="list-style-type: none">1. Tecnología2. Clientes de diferentes lugares3. Iniciar más escuelas de español en diferentes lugares de Guatemala como en México.
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none">1. Renta de casa para la escuela de español2. Precio alto para las clases3. Violencia en Guatemala	<ol style="list-style-type: none">1. Competencias de otras escuelas de español en Antigua2. Precio bajo de la competencia3. Economía de otros países para viajar

4.8 Organigrama



Capítulo V
Definición de grupo
objetivo

Capítulo V: Definición de grupo objetivo

Se hace referencia al perfil del grupo objetivo al que va dirigido el diseño de folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco, básicamente el grupo objetivo son personas de Estados Unidos, quienes estudian en la escuela Ixchel el idioma español, para ser más específico son hombres y mujeres entre las edades de 18 a 32 años de edad, quienes están en un nivel avanzado de la gramática española.

5.1 Perfil geográfico: Ubicación: América del Norte, país: Estados Unidos, todo el territorio y estados.

- Región: Territorio de Estados Unidos.
- Área en total: 9,834 millones km²
- Población Estados Unidos: 323,1 millones de personas, población joven-adulta 100 millones de habitantes.
- Zona: Región noreste, medio oeste, sur y oeste
- Clima: Desértico, mediterráneo, subtropical húmedo, templado, continental húmedo, oceánico y clima tropical.

5.2 Perfil demográfico

- Nivel B-C
- Educación: Una licenciatura, doctorado o maestría.
- Desempeño: Empresario, ejecutivo, profesional, comerciante.
- Ingresos de: \$1,400 a \$2,000.

- Vivienda: Casa, departamento propio en su país.

(Temporal: viaje de turismo en Antigua Guatemala, renta casa o apartamento).

- Personal de servicio: 1-2 personas de tiempo medio/completo.
- Educación grupo: Hijos menores, colegios privados, mayores en universidad local.
- Posesiones: Autos de 1-2 asegurados contra todo riesgo.
- Bienes de comodidad: Celular cada miembro de la familia, T.V, equipos de audio, máquinas de lavar y secar, computadora, internet, electrodomésticos.
- Diversión: Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior.
- Servicios bancarios o financieros: 1-2 cuentas monetarias y de ahorro. Plazo fijo, seguros y cuentas en \$.

- Tabla del NSE

Educación	Una licenciatura, doctorado o maestría.
Desempeño	Empresario, ejecutivo, profesional, comerciante.
Ingreso mensual	\$1,400 a \$2,000.
Vivienda	Casa, departamento propio en su país. (Temporal: viaje de turismo en Antigua Guatemala, renta casa o apartamento).
Personal de servicio	1-2 personas de tiempo medio/completo.
Educación grupo	Hijos menores, colegios privados, mayores en Universidad local.
Posesiones	Autos de 1-2 asegurados contra todo riesgo.
Bienes de comodidad	Celular cada miembro de la familia, T.V, equipos de audio, máquinas de lavar y secar, computadora, internet, electrodomésticos.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior.
Servicios bancarios o financieros	1-2 cuentas monetarias y de ahorro. Plazo fijo, seguros y cuentas en \$.

Ver tabla de NSE en anexo III

5.3 Perfil psicográfico

El estilo de vida son personas activas, que quieran aprender el idioma español, ya sea por trabajo o por pasatiempo, con interés de conocer una nueva cultura y con ello el idioma español que se habla en Guatemala.

5.4 Perfil conductual

Cada año, miles de personas alrededor del mundo están interesadas en hablar español por trabajo o pasatiempo, y buscan escuelas de idiomas en Guatemala para estudiarlo, ya sea por clases presenciales o en línea. Esto quiere decir que no solo quieren aprender español como forma gramatical, sino también conocer la cultura guatemalteca que es muy extensa y en ella el lenguaje coloquial llama la atención. Eso responde a que el folleto impreso donde se da a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco es de gran ayuda para el cliente.

Capítulo VI

Marco teórico

Capítulo VI: marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Lenguaje. Conjunto de todos los signos, el lenguaje es lo que hace de los seres humanos el tipo particular de seres que son. Los seres humanos son seres lingüísticos, seres que viven en el lenguaje. El lenguaje es la clave para comprender los fenómenos humanos. (*Ontología del lenguaje, 2003*)

En el lenguaje una cosa es el sistema formado por el conjunto de palabras y otros signos lingüísticos, ósea la lengua, y otras son los distintos usos que cada cual hace de esos signos. A este uso le llamaremos habla. (*Lengua Nacional, 1972*)

El lenguaje se nos revela como uno de los datos más significativos que nos permiten investigar al ser humano y es una base idónea para formular hipótesis sobre ciertas características de la mente humana. El lenguaje es, tal vez el comportamiento humano más revelador y a través de él se ponen de manifiesto sus aspectos más interesantes. (*Enciclopedia Multitareas, S.F*)

6.1.2 Cultura. Cultivo en general, especialmente de las facultades humanas. Conjunto de conocimientos científicos, literarios y artísticos adquiridos. Conjunto de estructura social o religiosa y de manifestación intelectual o artística que caracteriza una sociedad. (*Larousse diccionario enciclopédico usual, 2007*)

Conjunto de conocimientos que posee una persona, conjunto de creencias, tradiciones y valores de una sociedad, conjunto de conocimientos logrados por la

humanidad, que, en un sentido amplio, incluye tanto los espirituales como los tecnológicos. *(Norma diccionario Lengua Española, 2008)*

6.1.3 Turismo. El turismo es una de las actividades del sector terciario, que ha adquirido mayor importancia en nuestros días. Según el destino y la finalidad con que se lleva a cabo, el turismo puede ser de playa, de montaña, cultural, deportivo, rural, y ecológico. El turismo revitaliza la economía de los lugares de destino y contribuye a los intercambios culturales, de costumbres, modos de vida, etc. En algunos lugares tiene carácter estacional de manera de que toda la actividad de un año se concentra en una época determinada, perjudicando a los empleados del sector que sufren el llamado paro estacional. *(Enciclopedia temática time life, 2007)*

Acción de viajar por distracción y recreo. Organización, desde el punto de vista técnico, financiero y cultural, de los medios que facilitan estos viajes. Industria que se ocupa de la satisfacción de las necesidades del turista, el turismo es un buen proveedor de divisas extranjeras. *(Larousse diccionario enciclopédico, 1992)*

6.1.4 Escuela. Establecimiento donde se da cualquier género de instrucción, la que se dedica a la formación de toda enseñanza. *(Larousse diccionario enciclopédico, 1992)*

Establecimiento donde se imparte la primera introducción institución colectiva de carácter público o privado donde se imparte cualquier género de instrucción. Establecimiento donde se cursan determinadas carreras, edificio donde se imparte cualquier tipo de enseñanza, método o sistema de enseñanza, enseñanza que se da o se adquiere. *(Larousse diccionario enciclopédico usual, 2007)*

6.1.5 Español. Lengua neolatina nacida en castilla y oficial en España y gran parte de américa. (*Larousse diccionario enciclopédico, 1992*)

El español es la tercera lengua internacional. En los últimos 10 años, la demanda de enseñanza de español en el mundo se ha duplicado.

Según el censo del año 1990, unos 22 millones de habitantes de Estados Unidos de América son de origen hispánico, lo que equivale al 8% y 9% por ciento del total de la población. El 61,7% del total de alumnos matriculados en una lengua extranjera, en la enseñanza secundaria, estudian español, y existen más de 2,000 departamentos universitarios en los que se enseña.

También se estudia español en la enseñanza media en países de la unión Europea, como Francia y Alemania. En Europa central y oriental la enseñanza de nuestro idioma ha aumentado considerablemente.

El número de estudiantes universitarios de español en Japón es superior a los 5 mil. En Filipinas, más de 2 millones de personas conservan el español como primera lengua, en Israel la comunidad Sefardí y los emigrantes de los países hispanoamericanos constituyen un porcentaje notable de la población.

El español es, por lo tanto, una lengua muy hablada y, cada vez, más estudiado. Ello favorece la creación de medios de comunicación cuya lengua sea el español.

La vitalidad de la lengua española se revela no solo en su difusión, sino también en la unidad que presenta. (*Enciclopedia Multitareas, S.F*)

6.1.6 Idioma. Lengua de un país, modo particular de hablar un grupo de personas.
(*Larousse diccionario enciclopédico, 1992*)

El idioma es el término en cierto modo equivalente a la lengua, en el sentido de sistema de signos lingüísticos al servicio de una comunidad de hablantes. (*Larousse diccionario enciclopédico usual, 2007*)

6.1.7 Lenguaje coloquial. Se le llama lenguaje coloquial al registro informal que se utiliza en la vida cotidiana. El español coloquial varía mucho en función de los dialectos geográficos del español. El español coloquial es una variante más de la lengua, es decir, no depende de la educación ni del nivel sociocultural del hablante, sino que cualquier hablante, en las circunstancias que favorecen la aparición de lo coloquial.

El español coloquial es una variedad fundamentalmente oral, si bien la aparición de medios como el chat o el correo electrónico ha favorecido el desarrollo de una comunicación coloquial escrita. La conversación es el lugar prototípico de uso del registro coloquial. (*El español coloquial, 1963*)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Comunicar significa compartir información entre un destinador y un destinatario. No es lo mismo la transmisión: esta no implica compartir, sino solamente transferir información. En este caso el destinatario asume

un papel meramente receptivo. Diferente es, así mismo, el proceso de comunicación, el cual se produce, por ejemplo, entre la interpretación de una obra musical y los oyentes o entre un cuadro pictórico y los espectadores. También debe distinguirse la mera estimulación, que solo busca provocar una reacción en el destinatario.

Para que exista comunicación se requiere, pues, la intención de poner en común un mensaje. Del estudio de la comunicación se ocupan varias disciplinas principalmente la semiótica, la cibernética, la lingüística y la lógica matemática. (*El manual de comunicación lingüística, 1997*)

La comunicación comprende el conjunto de medios e instalaciones que posibilitan el intercambio de información. A los medios tradicionales (correos, telégrafos, prensa escrita) se añadieron al principio del siglo xx, otros más avanzados técnicamente, como el teléfono y la radio, a los que más recientemente se sumarian los derivados de las aplicaciones de la electrónica, es decir la televisión, video, DVD, internet, correo electrónico, celulares etc. Sería difícil hoy entender la actividad económica, la política e incluso el ocio, sin estos medios que ofrecen la posibilidad de conocer de inmediato lo que ocurre en cualquier parte del planeta. (Enciclopedia temática time life, 2007) Ver esquema de comunicación en anexo I.

6.2.1.2 Principales autores de la comunicación. Richard Hoggart: su trabajo más conocido, *The Uses of Literacy* fue publicado en 1957, en el que defiende el valor de la cultura popular frente a la nueva cultura de masas, cuya principal expresión

aparece en los llamados medios populares y otras soluciones de las industrias culturales. Raymond Williams Autor de *Culture and Society 1780-1960* (1958), *The Long Revolution* (1960), *Keywords* (1976), *Communications* (1962), *Second Generation* (1964), Orwell (1971), *The Country and the City* (1973), *Television: Technology and Cultural Form* (1974). Edward P. Thompson comprometido políticamente con la izquierda y el pacifismo, en 1946 forma el grupo de Historiadores del partido comunista o grupo de Cambridge con Christopher Hill, Eric Hobsbawn, Rodney Hilton, Dona Torr y otros. Max Horkheimer en 1959, convertido ya en un profesor emérito, emigra a Lugano, donde continuara con su labor filosófica. Murió el 7 de julio de 1973 en Nurenberg. (Wong, 1994) (*El manual de comunicación lingüística, 1997*)

6.2.1.3 Tipos de comunicación.

La comunicación puede ser:

1. Cercana: por ejemplo, dos personas que charlan una junto a la otra.
2. Distante: por ejemplo, la que se establece por medio del teléfono o la radio.
3. Unidireccional: cuando el destinatario no tiene posibilidad de intercambiar mensajes con el destinador (por ejemplo, una carta circular o un periódico).
4. Bidireccional: cuando el destinador y destinatario puede existir un inmediato intercambio de mensajes (por ejemplo, la comunicación telefónica o la del radio aficionados).
5. Interindividual: cuando el alcance de los mensajes se reduce a un pequeño grupo de personas.

6. De difusión masiva: cuando el mensaje pueda alcanzar a gran cantidad de individuos. (*Manual de comunicación lingüística, 1997*)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Dibujo, Descripción o bosquejo de alguna cosa, confección de la tapa de un libro, de la ilustración del mismo, proyecto del aspecto exterior que ha de presentar un producto industrial destinado a la venta. Actividad creativa consistente en determinar las propiedades formales o las características exteriores de los objetos que se van a producir artística o industrialmente. (*Larousse diccionario enciclopédico, 1992*)

6.2.2.2 Diseño gráfico. Nombre que se da a la tipografía, a los carteles y en un sentido más amplio a la publicidad. (*Larousse diccionario enciclopédico, 1992*)

El diseño gráfico es una profesión cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados. Esta actividad ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas. También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, diseño de comunicación visual o diseño visual.

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. (*Fundamentos del diseño gráfico, 2001*)

6.2.2.3 Autores del diseño gráfico.

- **Cassandre.**

(1901 – 1968) Ucrania (de padres franceses, donde vivió toda su vida). Uno de los padres del cartelismo y del diseño gráfico moderno.

- **Paul Colin**

(1892–1985) *Francia*. Famoso por sus más de 1000 afiches. Actualmente junto a Cassandre y Jean Carlu y definieron el estilo gráfico francés.

- **Alfons Mucha**

(1860 – 1939) *Moravia, Imperio austríaco*. El máximo exponente del Art Nouveau. Su estilo influyó en toda una generación de pintores, artistas gráficos, dibujantes y diseñadores, llegando a personificar este nuevo estilo vanguardista. Inmortalizado en sus legendarios afiches para obras de teatro, continúa experimentando interés desde entonces, influyendo a varios artistas y diseñadores contemporáneos.

- **Gustav Klutssis**

(1895–1938) *Rusia*. Un diseñador gráfico pionero de la fotografía, el colage constructivista y sus numerosos afiches pro Leninistas-Stalinistas. Junto a su esposa Valentina Kulagina, entre otros, contribuyeron al desarrollo de una nueva identidad visual del socialismo soviético.

- **El Lissitzky**

(1890–1941) *Rusia*. Uno de los principales representantes del avant-garde ruso y el arte abstracto. Aparte de sus contribuciones al movimiento socialista y al movimiento Bauhaus.

- **Rodchenko**

(*San Petersburgo, 1891 – Moscú, 1956*). Revolucionó el mundo de la fotografía en medio la Revolución Rusa. Rodchenko se propuso liberar a la fotografía de todas las convenciones y puntos de vista comunes en la época, ya que él creía que para cambiar el mundo primero había que cambiar la forma de mirar el mundo.

- **Valentina Kulagina**

(*1902 -1987*) *Rusia*. A diferencia de su marido, Gustav Klutssis, ella destacaba por la inclusión de sus pinturas como punto focal en sus composiciones.

- **Max Bill**

(*1908-1994*) *Suiza*. Arquitecto, Diseñador Gráfico, Diseñador Tipográfico y Diseñador Industrial.

- **Herbert Matter**

(1907–1984) *Suiza*. Fotógrafo y diseñador gráfico famoso por su gran cantidad de afiches publicitarios. Pionero en la utilización fotográfica en afiches publicitarios. A diferencia de sus colegas contemporáneos, no fue un fundamentalista de toda ideología modernista. Su continua experimentación y las influencias de múltiples estilos anteriores, por ejemplo, su trabajo junto a Cassandre, le permitieron convertirse en uno de los más grandes cartelistas de la historia. (Historia del diseño gráfico, 2009)

- **Josef Müller Brockmann**

(1914–1996) Suiza. Uno de los padres de este nuevo movimiento artístico. Al igual que Max Bill también fue docente de la escuela de diseño HfG. En 1951 fundó la famosa revista New Graphic Design que luego revolucionaría el diseño gráfico.

- **Wim Crouwel**

(1928, Holanda). El Diseñador Gráfico más importante de toda la historia de Holanda. Si bien realizó todo tipo de trabajos y proyectos de distintas áreas como la publicitaria, editorial, branding e identidad corporativa, siempre será recordado como uno de los grandes genios de la Tipografía. Un amante del diseño modernista y uno de sus principales exponentes. (Historia del diseño gráfico, 2009)

6.2.2.4 Tipos de diseño

- **Diseño Universal**

El diseño universal es el diseño de productos y entornos de fácil uso para el mayor número de personas posible, sin la necesidad de adaptarlos o rediseñarlos de una forma especial. Los productos y construcciones universales son accesibles y usables por toda la población, aunque la misma tenga diferentes tipos de condiciones físicas.

- **Diseño Grafico**

El diseño gráfico es una forma de comunicación visual. Se ocupa de organizar imagen y texto para comunicar un mensaje. Puede aplicarse a muchos medios, ya sean impresos, digitales, audiovisuales...

- **Eco diseño**

Esto se refiere de los términos ambientales en el desarrollo de un producto, de tal manera que los impactos ambientales negativos se reduzcan substancialmente durante el ciclo de vida del producto. Diseño utilizando materiales de acabados no tóxicos y/o reciclables que reducen el impacto al medio ambiente ya personas que sufren de alergias, así como de acuerdo con las normas oficiales de seguridad.

- **Diseño industrial**

Es una disciplina que busca resolver las relaciones formales-funcionales de los objetos susceptibles de ser producidos industrialmente. Surgida como tal en el siglo XX, considerado al arquitecto Peter Behrens, como el primer diseñador industrial. Aplicación de una idea o técnica artística a una actividad o producto industrial

- **Diseño de evaluación**

Es el proceso a través del cual se adopta un conjunto de decisiones que justifican la elección de un enfoque, así como la de los procedimientos para realizar una evaluación.

- **Diseño web**

Actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web y páginas web. No es simplemente una aplicación del diseño convencional sobre Internet ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y vídeo. (Historia del diseño gráfico, 2009)

- **Diseño factorial**

Se manipulan dos o más variables de manera simultánea. Permite probar múltiples hipótesis en un solo experimento. Permite probar no sólo los efectos principales, sino también la interacción entre las variables manipuladas.

- **Diseño de circuitos**

El diseño de circuitos es la parte de la electrónica que estudia distintas metodologías con el fin de desarrollar un circuito electrónico, que puede ser tanto analógico como digital.

- **Diseño de páginas web**

El diseño de páginas web es una amplia área de aplicación del diseño gráfico en la cual se integran conocimientos propios del diseño como son la composición, el uso de color y la tipografía con conocimientos técnicos del medio como son el lenguaje HTML, así como conocimientos sobre usabilidad y estructura de un sitio web.

- **Diseño arquitectónico**

Se ocupa de todo lo relacionado con la proyección y la construcción de edificios y obras de ingeniería, ambientación y decoración de edificios, parques y jardines, y elementos urbanos. (El Manual del diseño, 2004)

6.2.2.5 Ilustración. Se denomina ilustración al dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro. Ilustración es una estampa, grabado o dibujo que adorna ó documenta un libro. Componente gráfico que complementa o realza un texto. Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras. Esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje, como las pinturas rupestres, y los mosaicos religiosos. Un buen punto de partida son los manuscritos medievales. Un aspecto importante de la ilustración es el uso de diseños bidimensionales, a diferencia de las imágenes pintorescas y espaciales que tratan de captar la tercera dimensión, otro significado de la ilustración es Fotografía, dibujo o lámina que se coloca en un texto o impreso para representar gráficamente lo expuesto, ejemplificarlo o hacer más atractivo el resultado (*Ilustrar lo sublime, 1996*)

6.2.2.6 Folleto. Los folletos son un medio de promoción excelente para cualquier empresa, ya que brindan información clave sobre una compañía, la representan desde sus componentes gráficos y se establece una relación directa entre la institución y el público. Decidir qué tipo de folletos realizar es una determinación importante, dado que condiciona el diseño en tanto cada tipo tiene reglas específicas de creación, los costos, los tiempos de desarrollo e impresión de los folletos, la forma de distribución y el efecto sobre el público. Por supuesto, lo ideal es contar con una folletería completa, es decir, con volantes, dípticos y trípticos, para poder aprovechar las ventajas y la complementariedad de estas piezas, reforzando al máximo la identidad corporativa. Sea cual sea el tipo de folleto elegido, debe tratarse de una pieza de gran atractivo visual, con capacidad comunicativa y representatividad corporativa. (Arens, William F, 2000).

6.2.2.7 Impresión. La impresión es la técnica para reproducir escritos e ilustraciones mediante la presión de una matriz sobre un tipo de soporte cualquiera, con intervención de la tinta que permite apreciar el resultado de tales operaciones, o sin ella (impresión en seco), con la presión suficiente para que pueda advertirse tal resultado. La impresión de un libro depende del molde o forma con que ha de imprimirse, de la máquina o prensa que ha de realizar la operación, del soporte que ha de recibir la huella impresa y del número de ejemplares que se quieran obtener. (Impresión, s/f)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 ciencias.

6.3.1.1 Semiología. Se ocupa del estudio científico de los signos, ósea que es la ciencia que estudia los diversos lenguajes. (Manual de comunicación lingüística, 1997)

6.3.1.2 Semiología de la imagen. Cuando hablamos de la semiología de la imagen nos evocamos al mensaje publicitario de una forma visual, (sus iconos), analizando e interpretando todos los elementos y el concepto que se quiere transmitir partiendo de la base en que un anuncio tiene su significado, el concepto, su característica es transmitir lo que no somos, y un significante que lo es la imagen.

El mensaje se compone en: Denotativo que es objetivo y Connotativo que va al subconsciente. Denotativo se refiere a que simple vista se logra identificar lo que nos quiere decir el mensaje y connotativo lleva más elementos y lleva tiempo para analizarlo y saber de qué es lo que está hablando la publicidad. (El camino el artista, 2011)

6.3.1.3 Lingüística. Es una ciencia que estudia el lenguaje, cuál es su estructura, como se adquiere, como se usa etc. Porque, aunque a menudo pensemos que el lenguaje es un simple instrumento de comunicación entre las personas, esta comunicación es muy compleja en sí misma. La lingüística intenta responder de modo científico a todas estas cuestiones. (*Enciclopedia multiareas, S.F*) La lingüística es el estudio científico del lenguaje articulado, en sus diversos elementos: fonético, fonológico, semántico, morfológico, sintáctico, psicológico. (*Manual de comunicación lingüística, 1997*)

6.3.1.4 Antropología. La palabra Antropología proviene de la combinación de los griegos: Anthropos (Hombre) y Logos (Conocimiento) por lo que determinamos que la antropología es la ciencia que estudia al hombre y su comportamiento en sociedad, tomando en cuenta cada una de las características de su evolución. La antropología describe cuán importante es la civilización, como se ha desarrollado el hombre en la historia, desde la prehistoria cuando eran nómadas y recorrían los lugares en búsqueda de seguridad y conocimiento hasta la era de la colonización, cuando comprendió que el asentamiento y la utilización de recursos propios de la tierra eran más factibles para el desarrollo de la vida humana. (*Giddens Anthony, 1991*)

6.3.1.5 Sociología. La Sociología es el estudio de la vida social humana, de los grupos y sociedades. Tiene como objetivo entender nuestro propio comportamiento como seres humanos. El ámbito de la sociología va desde el análisis de los encuentros efímeros entre individuos en la calle hasta la investigación de los procesos sociales globales. (*Giddens Anthony, 1991*)

6.3.1.6 Psicología. La psicología es una disciplina que, mediante un estudio científico, tiene como objetivo analizar y tratar de comprender los procesos mentales y del comportamiento de los seres humanos y sus interacciones con el ambiente físico y social. La psicología proviene del griego psico o psykhé, que significa alma, psique o actividad mental, y logía, que significa estudio o tratado, por tanto, psicología significa estudio o tratado del alma. (M. Dolors Girbau Massana, 2014)

6.3.1.6.1 Psicología de la comunicación. La psicología de la comunicación estudia la relación de comunicación con el individuo, a diferencia de la sociología que analiza el impacto de comunicación en la sociedad. (M. Dolors Gir Massana, 2014)

6.3.1.6.2 Psicología del color. La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en disciplinas como el diseño, la arquitectura, la moda, la señalética, la publicidad y el arte. (Psicología del color, 2004)

6.3.1.6.3 Psicología de la imagen. La Psicología de la Imagen estudia psicología teórica descriptiva de la conciencia y del comportamiento; y también hace 32 psicología práctica, utilizando para ello técnicas exploratorias y de trabajo sobre uno mismo. (Apuntes de psicología, 2006)

6.3.1.7 Pedagogía. La pedagogía tiene contenido propio, independiente de la especialidad que se enseña. Aparte de la metodología, función específica del habla, hay una pedagogía más amplia, más honda, de más vuelo, de aliento especulativo. Esa pedagogía es la que se define como teoría de las influencias formativas que una conciencia ejerce sobre otra. Eso es la pedagogía y en ello estriba lo eterno de la pedagogía. (*Juan José Arévalo*) (*Pedagogía, conceptos fundamentales, 1975*)

La palabra pedagogía se emplea en dos sentidos:

1. Para designar la educación educativa o instructiva, en cuyo caso la acepción del término no se aparta demasiado del que tiene en varios pasajes de los clásicos, griegos y latinos.
2. Para designar la teoría de esta acción. Nosotros tomamos en el segundo sentido, ósea la pedagogía como ciencia de la educación. (*Josef Gottler*) (*Pedagogía conceptos fundamentales, 1975*)

Pedagogía es la ciencia y el arte de educar al hombre para que cumpla su destino. (Rufino Blanco)

La pedagogía es una tecnología, una teoría científica de la técnica de la educación y de la instrucción. (*Ernesto Kier*) (*Pedagogía conceptos fundamentales, 1975*)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Artes tipográficas. Se denomina artes tipográficas a la tarea u oficio e industria que se ocupa de la elección y el uso de tipos de letras diseñadas con unidad de estilo para desarrollar una labor de impresión.

La cual hace referencia a elementos, letras, números y símbolos pertenecientes a un contenido impreso, ya sea en soporte físico o digital.

Es importante tener presente qué se quiere comunicar, porque ello definirá qué tipo es el más representativo para la intención buscada. (Diccionario de Tipografía y del Libro, 1991)

6.3.2.2 Dibujo. Cosa dibujada, arte que enseña la manera de dibujar, conjunto de las líneas y contornos que forman una figura, dibujos animados. (Larousse diccionario enciclopédico, 1992)

6.3.2.3 Dibujo vectorial. El término vectorial es usado regularmente en diseño para definir un tipo de gráficos de dos dimensiones producidas mediante un computador y un software especializado. Actualmente es la forma más utilizada para la producción de gráficos de calidad y bajo peso. (Técnicas de dibujo digital, 2010)

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Publicidad. La publicidad es una actividad humana que puede ser abordada desde distintos tipos de vista: como una forma de comunicación masiva, como una actividad comercial y como una profesión.

Estas tres formas de considerar la publicidad están estrechamente vinculadas y no se puede soslayar al momento de trazar su evolución. (*Medios de comunicación, 2008*)

6.3.3.2 Teoría del color. La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinando colores de luz o pigmento. La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo se produce el color negro. (*Psicología del color, 2004*)

6.3.3.3 Teoría de Gestalt. La teoría de la Gestalt, afirma que el hombre tiene una inquietud permanente y que es encontrar equilibrio a su entorno y “en su búsqueda de coherencia y de dominio, el hombre da sentido a lo que tiene, o más bien, a lo mucho que podría tener. Una Gestalt es un conjunto signifiante, no necesariamente por el mismo, sino más bien para sí mismo”.

La psicología Gestalt es una de las teorías más relevantes para la comunicación visual.

Ayuda a comprender cómo sucede el fenómeno de la percepción ya que ha aportado valiosos estudios y experimentos a este campo, recogiendo datos, buscando la significancia de los patterns visuales y descubriendo cómo el organismo humano ve y organiza el input visual y articula el output visual. (*El manual moderno, 1993*)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Mano alzada. Es la representación lograda sin la ayuda de instrumentos de dibujo. Solo el lápiz y la mano. Dibujo a mano alzada. Es la técnica que se emplea para expresar con inmediatez las ideas necesarias para la elaboración de una determinada pieza, objeto o proceso. (A mano alzada, 2013)

6.3.4.2 Diseño plano. consiste en eliminar o reducir todo tipo de decoración en un diseño de ilustración impresa o digital, o web para simplificar el mensaje y facilitar la funcionalidad se eliminan texturas, degradados, biselados, sombreados, basado en todo lo que no aporte valor al mensaje o información que se quiere transmitir al grupo objetivo. (A mano alzada, 2013)

Capítulo VII
Proceso de diseño y
propuesta preliminar

Capítulo VII: proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. La comunicación es la ciencia fundamental para la realización del folleto del lenguaje coloquial guatemalteco, ya que a través de ello la comunicación se está realizando a la hora de expresar en términos coloquiales la vida y la cultura en Guatemala. La comunicación aquí se basa en compartir información en este caso el lenguaje coloquial guatemalteco, a un destinatario que sería el estudiante de nivel avanzado de la escuela de español Ixchel.

7.1.2 Tipos de comunicación. Es importante realizar a través de la comunicación unidireccional “El folleto del lenguaje coloquial “guatemalteco”. Con su ayuda se estará expresando el contenido, el diseño y la ilustración de cada coloquial, para así entenderlo mejor y recordando siempre que el destinatario tendrá la información completa, que no necesita un intercambio de ideas, pues el lenguaje coloquial guatemalteco ya cuenta con su significado propio.

7.1.3 Diseño. La aplicación de diseño en el folleto de lenguaje coloquial guatemalteco es sumamente primordial y básico para la realización del mismo. A través del diseño se está confeccionando una buena estructura e imagen para dar a conocer su contenido tal y como se usa en Guatemala. El diseño es la imagen y la percepción del proyecto.

7.1.4 Ilustración. La ilustración es la herramienta perfecta para hacer una descripción exacta del momento o situación en que se utiliza el lenguaje coloquial guatemalteco. A través del dibujo o bosquejo se muestra determinado momento o situación de utilización. La mayoría de las personas suelen entender mejor cuándo en un texto existen gráficas o en este caso ilustraciones que de hecho hacen una mejor comprensión y percepción de la palabra coloquial.

7.1.5 Folleto impreso. El folleto impreso es la herramienta a la que se le puede llamar o se le puede decir el cuerpo del proyecto, a realizar. El folleto comunica el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes avanzados de la escuela de español Ixchel. Es indispensable tener una buena base de contenido en papel, pues esa es la mayor razón de la existencia del folleto impreso en dicho proyecto.

7.1.6 Diagramación. La diagramación es la estructura o son líneas imaginarias que ayudan a tener mejor visualización gráfica del folleto de lenguaje coloquial guatemalteco. La diagramación es importante para tener y manejar buen orden en cuanto al contenido, diseño y su ilustración. Sin la diagramación, el proyecto no sería entendible y no se estaría cumpliendo con el objetivo de la comunicación.

7.1.7 Semiología. Con la ayuda de la ciencia de semiología se está expresando y se está dando el significado de cada palabra coloquial, ayuda a que tenga un sentido lógico el mismo lenguaje y a que sobre todo sea funcional y entendible, no solo en el momento correcto, sino que lograr hacer que sea parte de la vida de la persona que está aprendiendo español y que quiera saber más sobre la cultura guatemalteca.

7.1.8 Psicología del color. La psicología del color es fundamental en el folleto del lenguaje coloquial guatemalteco, con su ayuda será más fácil entender el significado de cada palabra coloquial que se está utilizando. También ayudará a mantener la percepción exacta del lenguaje hablado a través del color y se estará de una forma más llamativa y comprensible.

7.1.9 Pedagogía. La pedagogía es una metodología de la enseñanza con la que es la ciencia que ayudará a realizar el folleto del lenguaje coloquial guatemalteco ya que a través de ella se está explicando y enseñando al mismo tiempo nuestro lenguaje a estudiantes avanzados de la escuela de español Ixchel.

7.1.10 Lingüística. La aplicación de la lingüística es primordial en el folleto de lenguaje coloquial guatemalteco, pues estudia nuestro lenguaje y en qué momento o situación poder utilizarlo. Cada elemento de la lingüística ayudará a tener mejor comprensión y tener mejor significado en cada palabra coloquial a utilizar.

7.1.11 Dibujo vectorial. El término vectorial es usado regularmente en diseño para definir un tipo de gráficos de dos dimensiones producidas mediante un computador y un software especializado. Actualmente es la forma más utilizada para la producción de gráficos de calidad y bajo peso.

7.1.12 Tendencia a mano alzada. Es la representación lograda sin la ayuda de instrumentos de dibujo. Solo el lápiz y la mano. Dibujo a mano alzada. Es la técnica que se emplea para expresar con inmediatez las ideas necesarias para la elaboración de una determinada pieza, objeto o proceso.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

7.2.1.1 Mapas mentales (Mind maps).

- **¿Qué es?**

Es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

- **¿Para qué?**

Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.

- **¿Cómo?**

Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:

Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual.

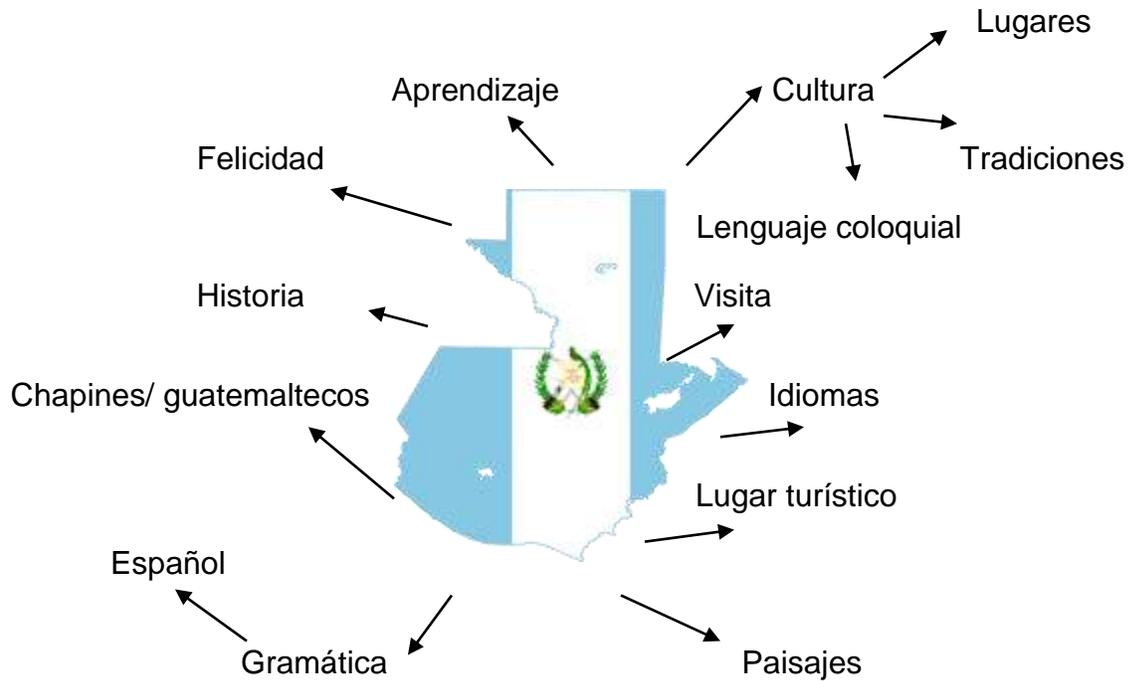
El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja. Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.

De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara. (*Mindmaister, Scott E.*

Plaskett, 2011)

Las ramificaciones forman una estructura nodal.

Los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés, belleza e individualidad.



7.2.1.2 Listado de atributos.

- **¿Qué es y para qué sirve?**

Es una técnica creada por R.P. Crawford, ideal para la generación de nuevos productos. También puede ser usada en la mejora de servicios o utilidades de productos ya existentes. *(Mindmaister, Scott E. Plaskett, 2011)*

- **¿Cómo?**

Para que esta técnica dé resultados, primero se debe realizar un listado de las características o de los atributos del producto o servicio que se quiere mejorar para, posteriormente, explorar nuevas vías que permitan cambiar la función o mejorar cada uno de esos atributos.

Primer paso: Hacer una lista de los atributos actuales o a crear.

Segundo paso: Cada uno de los atributos se analiza y se plantean preguntas sobre la forma en que se podrían mejorar.

Tercer paso: Las mejores ideas que hayan surgido en el paso 2 se seleccionan para su evaluación posterior. (Creatividad y marketing, Simon Majaro)

- | | | |
|---------------|---------------|---------------|
| • Lenguaje | • Lenguaje | • Chapín |
| • Cultura | coloquial | • Origen |
| • Palabras | • Chapinismo | • Dibujo |
| • Folleto | • Guatemala | • Expresiones |
| • Creatividad | • Bueno | • Informal |
| • Aprendizaje | • Interesante | • Gramática |
| • Estudio | • Leer | • Estudiante |
| • Español | • Conocer | • Turismo |
| • Idioma | • Avance | • Único |
| • Felicidad | • Tomar | |
| • Vida | • Agarrar | |

7.2.2 Definición del concepto.

- **“Agárrate de los chapinismos”** Agarrar: Este término significa tomar una cosa determinada como justificación o recurso para algo. En este caso el recurso a tomar sería el lenguaje coloquial, también llamado chapinismo. (*Mindmaister, Scott E. Plaskett, 2011*)

7.3 Bocetaje

7.3.1 Tabla de requisitos.

1. Portada.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía Kenzo negrita y comic sans	Llegar a comunicar El tema en el que estará basado el folleto.	Ilustrador: dos tipos de letras, título en negrilla y fuente Kenzo, subtítulo y texto: Comics Sans regular.	Dar conocimiento
Fondo de color Azul	Atraer visualmente al estudiante del idioma español, además el color azul significa Guatemala.	Ilustrador: paleta de colores fríos, entre ellos está el azul.	Impresión de cultura guatemalteca.

2. Contra portada.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía Kenzo/ negrita y comic sans	Invitar a las personas de otra lengua, no español, a aprender el español a través de la escuela de idiomas Ixchel.	Ilustrador: Dos tipos de letra, título negrilla Kenzo y link comics Sans regular.	Aprendizaje
Fondo de color azul	Atraer visualmente al estudiante del idioma español, además el color azul significa Guatemala.	Ilustrador: paleta de colores fríos, entre ellos está el azul.	Impresión de cultura guatemalteca.

3. Diseño 1.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía Kenzo y comic sans	Comunicar las palabra coloquial de Guatemala así también se da un ejemplo del momento a utilizarlo.	Ilustrador: dos tipos de letra, palabra coloquial en negrilla, fuente Kenzo y texto más ejemplo, Comics Sans regular.	Conocimiento y aprendizaje.
Ilustración	Hacer entendible el significado de la palabra coloquial, con un ejemplo real del momento a utilizarlo, como la ilustración transmite la amistad, a la cual refiere a cuates.	Dibujo a mano alzada, Ilustrador: dibujo digital, dibujo vectorial.	Aprendizaje
Color Amarillo #FEE50C Celeste # 67B5CC	Crear simplicidad, y atracción a la hora de aprender la palabra coloquial.	Ilustrador: Colores de paleta frios y amarillo.	Sencillez

4. Diseño 2.

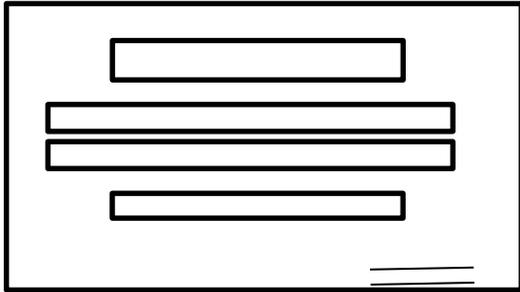
Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía Kenzo y comic sans	Comunicar las palabra coloquial de Guatemala así también se da un ejemplo del momento a utilizarlo.	Ilustrador: dos tipos de letra, palabra coloquial en negrilla, fuente Kenzo y texto más ejemplo, Comics Sans regular.	Conocimiento y aprendizaje.
Ilustración	Hacer entendible el significado de la palabra, con ejemplo real del momento a utilizarlo, cuando hay muchas personas, se habla de muchá.	Dibujo a mano alzada , Ilustrador: dibujo digital, dibujo vectorial.	Aprendizaje
Color Amarillo #FEE50C Celeste # 67B5CC	Crea simplicidad, y atracción a la hora de aprender la palabra.	Ilustrador: Colores de paleta fríos.	Dinamismo

5. Diseño 3.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
<p>Tipografía Kenzo y comic sans</p>	<p>Comunicar las palabra coloquial de Guatemala así también se da un ejemplo del momento a utilizarlo.</p>	<p>Ilustrador: dos tipos de letra, palabra coloquial en negrilla, fuente Kenzo y texto más ejemplo, Comics Sans regular.</p>	<p>Conocimiento y aprendizaje.</p>
<p>Ilustración</p>	<p>Hacer entendible el significado de la palabra coloquial, con un ejemplo real del momento a utilizarlo, en este caso pedir de favor viajar con la persona que va al mismo lugar que uno, se habla de jalón a alguna parte.</p>	<p>Dibujo a mano alzada, Ilustrador: dibujo digital, dibujo vectorial.</p>	<p>Aprendizaje</p>
<p>Color Amarillo #FEE50C Celeste # 67B5CC</p>	<p>Crear simplicidad, y atracción a la hora de aprender la palabra coloquial.</p>	<p>Ilustrador: Colores de paleta fríos.</p>	<p>Sencillez</p>

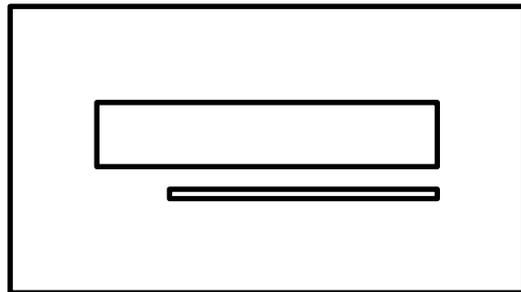
7.3.2 Bocetaje de diagramación

Portada

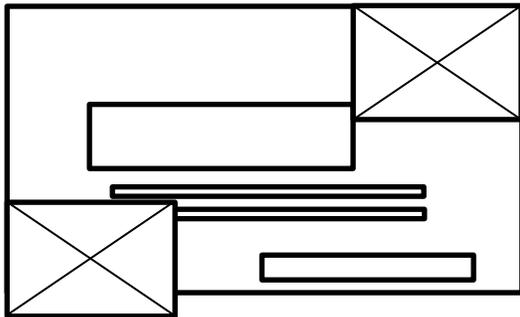


Diagramación 1

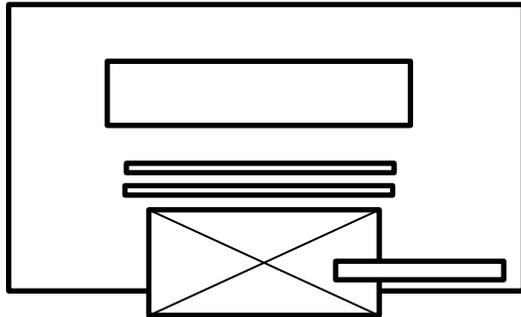
Contraportada



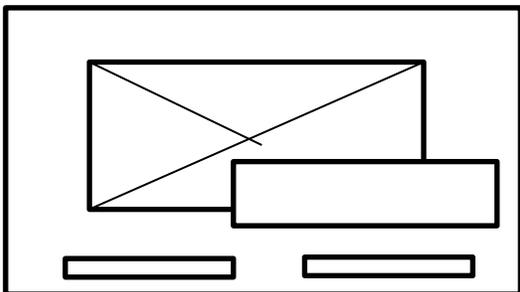
Diagramación 2



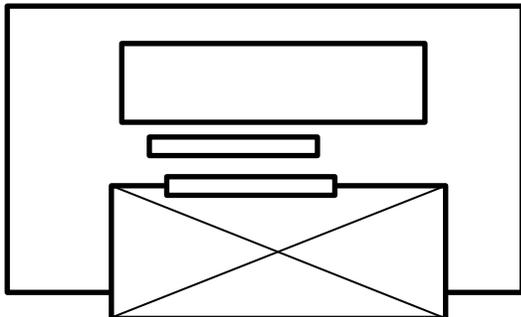
Diagramación 3



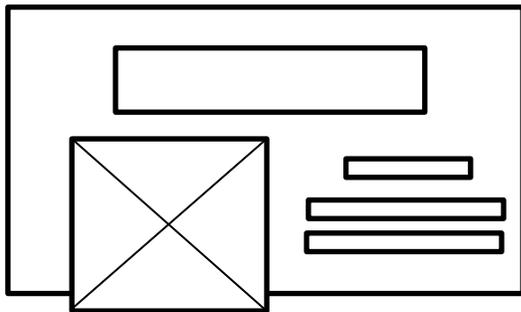
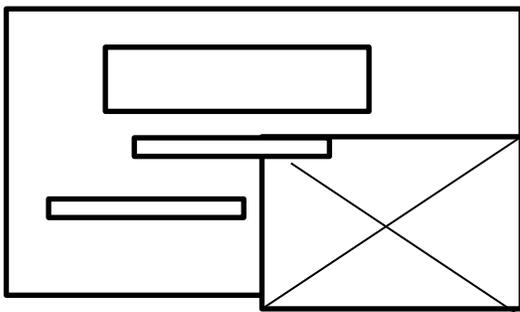
Diagramación 4



Diagramación 5

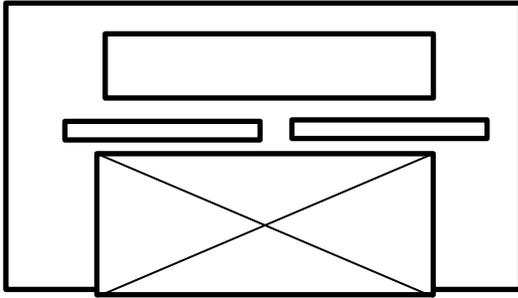


Diagramación 6

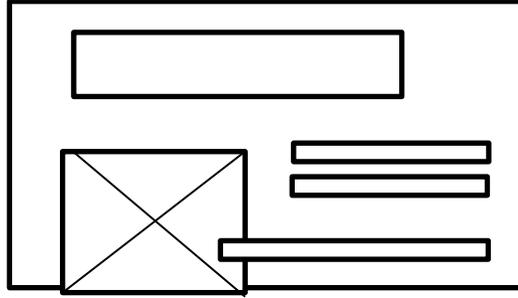


7.3.2 Bocetaje de diagramación

Diagramación 7



Diagramación 8



7.3.3 Bocetaje intermedio.

En todas las páginas se usarán las mismas medidas de 20.5cm x 12.5cm.



7.3.3 Bocetaje intermedio

En todas las páginas se usarán las mismas medidas de 20.5cm x 12.5cm.



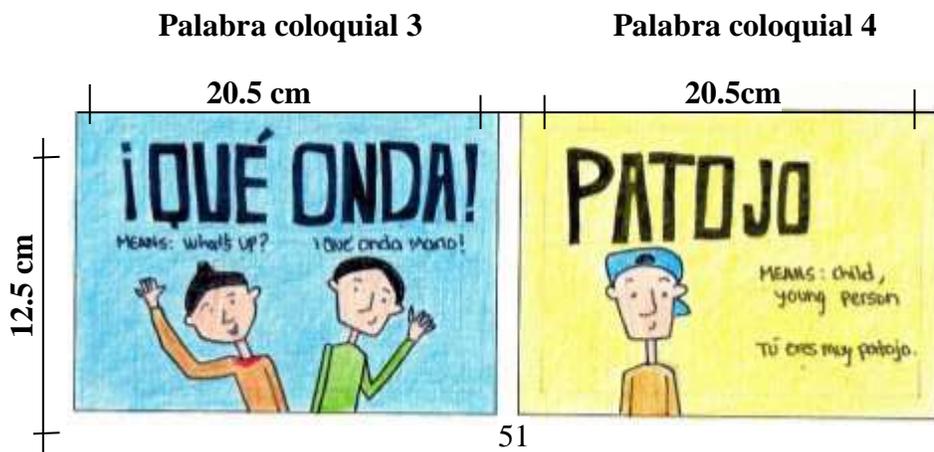
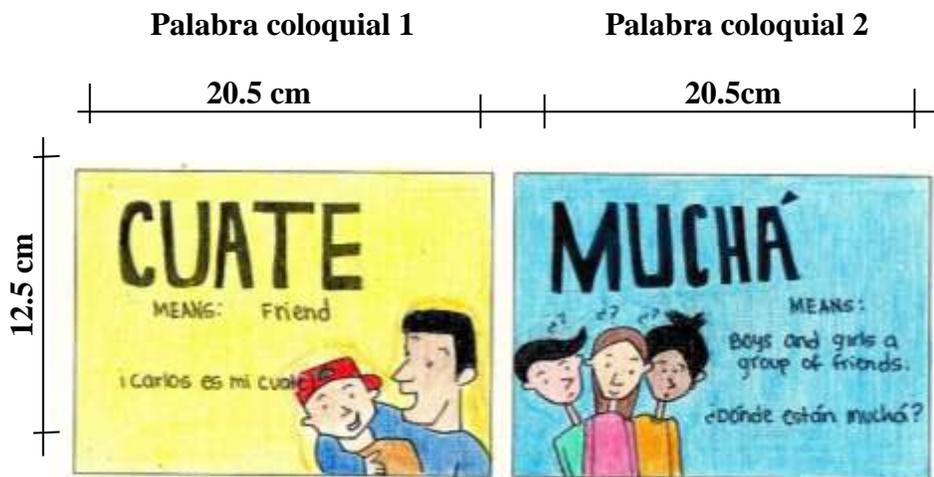
7.3.3 Bocetaje intermedio

En todas las páginas se usarán las mismas medidas de 20.5cm x 12.5cm.



7.3.4 Bocetaje a color.

En todas las páginas se usarán las mismas medidas de 20.5cm x 12.5cm.



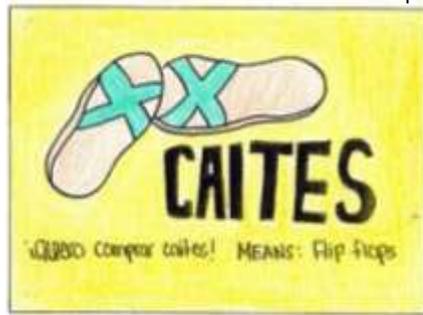
Palabra coloquial 5

Palabra coloquial 6

20.5 cm

20.5cm

12.5 cm



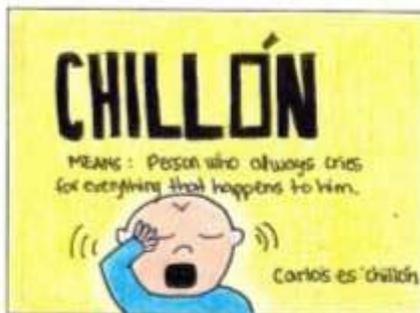
Palabra coloquial 7

Palabra coloquial 8

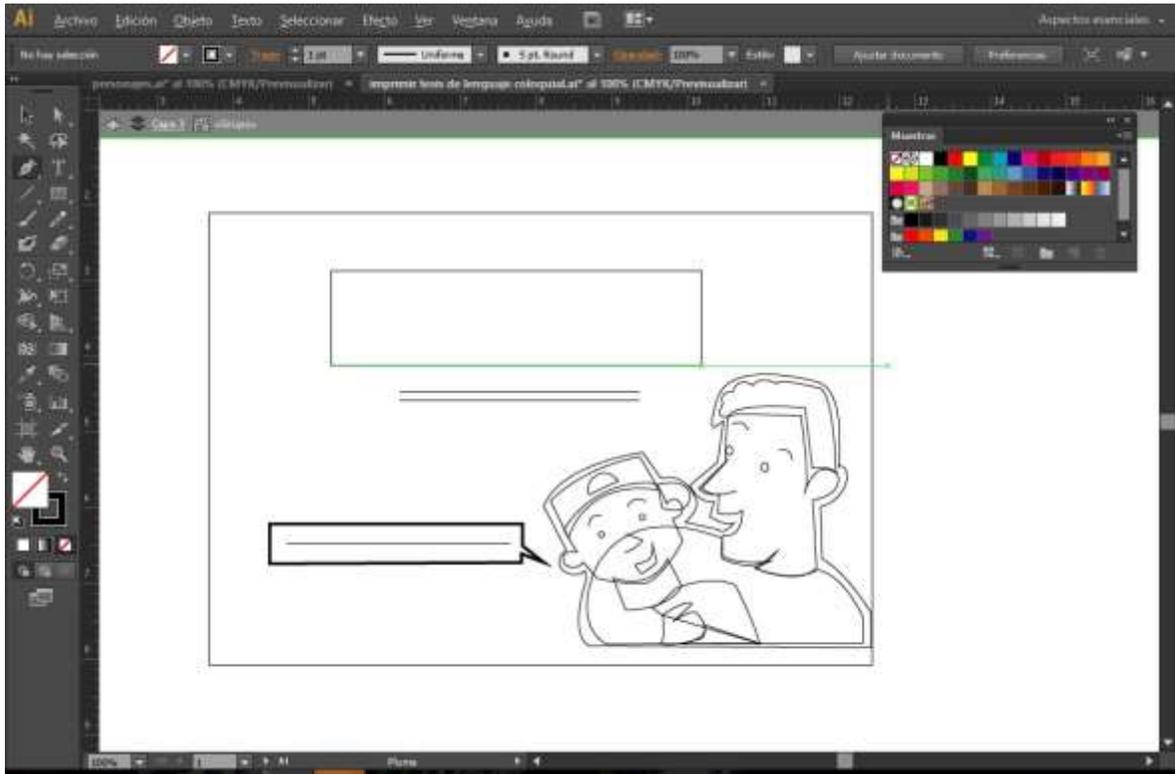
20.5 cm

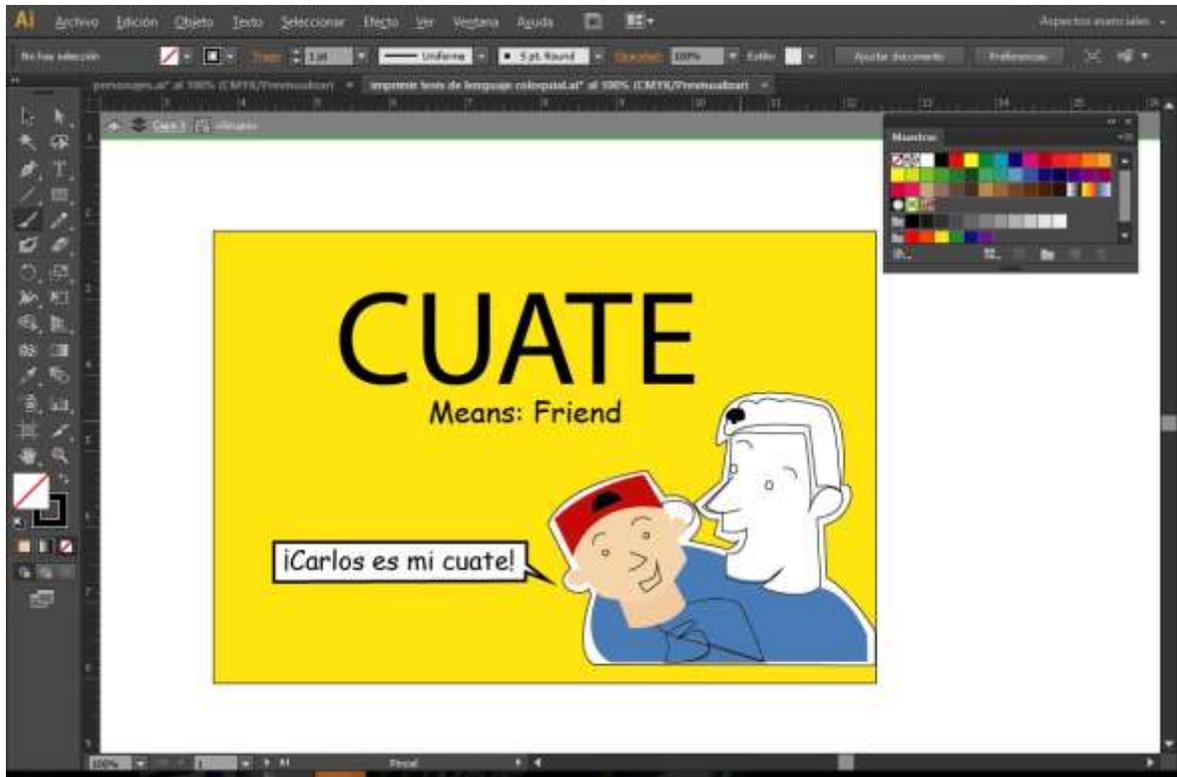
20.5cm

12.5 cm



7.3.5 Proceso de digitalización.





7.4 propuesta preliminar de personajes

Tipografía usada: Kenzo y Comic Sans Ms

Colores usados: Amarillo: #FEE510, Azul: #5EC0D9, Rojo: #FF0000, Anaranjado: #FEA520, Verde: #40AA54, Café: #7B5B0E, Rosa piel: #F5D19C, Gris: #333333, Negro: #000000, Verde: #6E931C, Celeste: #88CFE3, Fucsia: #DD58A9.

Personajes: Personaje gráficamente, nombre, edad, país de origen.

Personajes

Información.



Nombre: Marisa, edad: 18 años, Origen: guatemalteca, Rasgos: Tez morena, delgada y cabello de color negro, ocupación: estudiante, vestimenta: blusa amarilla.



Nombre: Mishco, edad: 2 años, raza: Maine coon, Rasgos: delgado y color café, es mimado y risueño.



Nombre: Marcos, edad: 25 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez café claro, delgado y cabello de color negro, ocupación: futbolista, vestimenta: camisa azul.



Nombre: Carlos, edad: 22 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez pálida, delgado y cabello de color negro, ocupación: deportista, vestimenta: camisa amarilla y gorra color rojo.

7.4 propuesta preliminar de personajes:

personajes

información



Nombre: Javier, edad: 20 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez café claro, delgado y cabello de color negro, ocupación: estudiante, vestimenta: camisa amarilla y gorra color azul.



Nombre: Luis, edad: 24 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez bronceada, delgado y cabello de color negro, ocupación: maestro de artes, vestimenta: camisa amarilla.



Nombre: Juan, edad: 15 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez café claro, delgado y cabello de color negro, ocupación: estudiante, vestimenta: camisa anaranjada.



Nombre: Pedro, edad: 25 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez café claro, cabello de color negro, ocupación: chef, vestimenta: camisa roja.



Nombre: Diego, edad: 1 año, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez pálida, gordo y cabello color café claro, vestimenta: suéter color celeste.

7.4 propuesta preliminar de personajes:

personajes

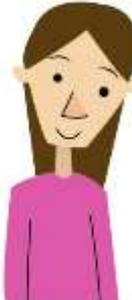
información



Nombre: Nery, edad: 26 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez blanca, delgado y cabello de color negro, ocupación: comunicador, vestimenta: camisa color verde.



Nombre: Kevin, edad: 17 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez morena, delgado y cabello de color negro, ocupación: estudiante, vestimenta: camisa color verde.



Nombre: María, edad: 18 años, Origen: guatemalteca, Rasgos: Tez pálida, delgada y cabello de color café, ocupación: estudiante, vestimenta: blusa color fucsia.



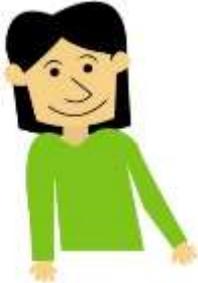
Nombre: Edgar, edad: 18 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez bronceada, delgado y cabello de color negro, ocupación: estudiante, vestimenta: camisa verde.



Nombre: Mauricio, edad: 25 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez blanca, delgado y cabello de color negro, ocupación: maestro, vestimenta: camisa de color verde.

7.4 propuesta preliminar de personajes:

personajes



Nombre: Luisa, edad: 18 años, Origen: guatemalteca, Rasgos: Tez morena, delgada y cabello de color negro, ocupación: estudiante, vestimenta: blusa verde.



Nombre: Antonio, edad: 19 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez pálida, delgado y cabello de color negro, ocupación: estudiante, vestimenta: camisa color anaranjado.



Nombre: Pablo, Andrés, Jorge, edad: 21, 22 y 20 años, Origen: guatemaltecos, Rasgos: Tez blanca, delgados y cabello de color negro, ocupación: estudiantes, vestimenta: smoking.



Nombre: Erick, edad: 26 años, Origen: guatemalteco, Rasgos: Tez morena, delgado y cabello de color negro, ocupación: repartidor de comida rápida, vestimenta: camisa color azul.

7.5 Propuesta preliminar

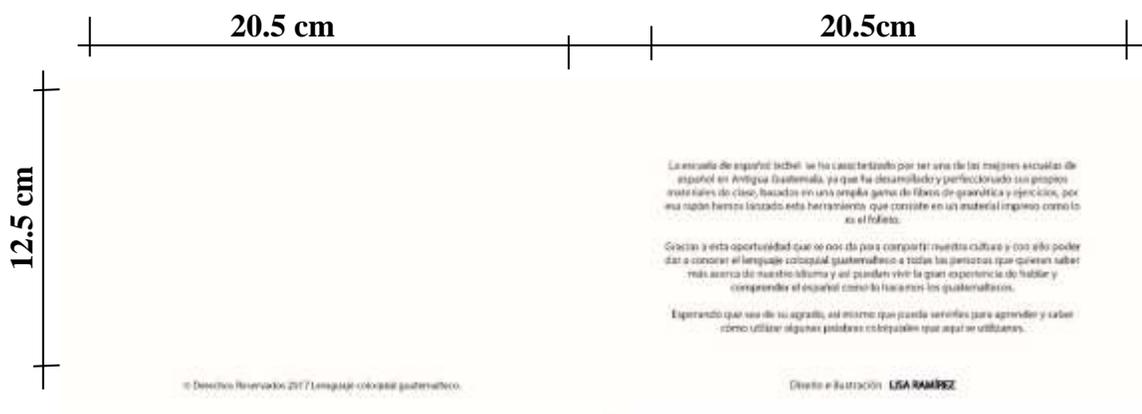
Contraportada

Portada



Hoja derecho de autor

Introducción



Palabra coloquial 1

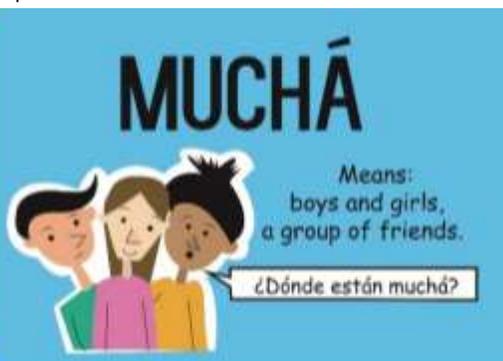
20.5 cm

12.5 cm



Palabra coloquial 2

20.5cm



Palabra coloquial 3

20.5 cm

12.5 cm



Palabra coloquial 4

20.5cm



Palabra coloquial 5

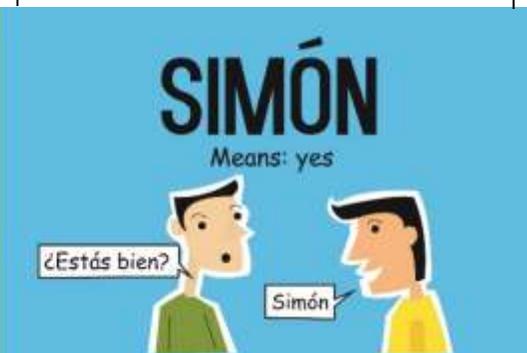
20.5 cm

12.5 cm



Palabra coloquial 6

20.5cm



Palabra coloquial 7

20.5 cm

12.5 cm

CHILLÓN

Means: Person who always cries for everything that happens to him.



Carlos es un niño chillón.

Palabra coloquial 8

20.5cm

JALÓN

Means: Take someone who goes to a similar destination.



Julio quiere jalón a su trabajo.

Palabra coloquial 9

20.5 cm

12.5 cm

AL CHILAZO

Means: Instant, quickly.



¡Al chilazo llevo la pizza!

Palabra coloquial 10

20.5cm

CASACA

Means: Lie.



¡Siempre dices casacas!

Nooo...

Palabra coloquial 11

20.5 cm

12.5 cm

COLA O

Means: Walking or ride.



¡Quiero un colazo en tu motocicleta!

Palabra coloquial 12

20.5cm

CHAMUSCA

Means: Soccer game.



¡Juguemos una chamusca!

Palabra coloquial 13

Palabra coloquial 14

20.5 cm

20.5cm

12.5 cm



Palabra coloquial 15

Palabra coloquial 16

20.5 cm

20.5cm

12.5 cm



Palabra coloquial 17

Palabra coloquial 18

20.5 cm

20.5cm

12.5 cm



Palabra coloquial 19

20.5 cm

12.5 cm

TRAIDO (A)
 Means: Boyfriend and girlfriend.
 Mario es mi traído.

Palabra coloquial 20

20.5cm

PURA LATA
 Means: Bad person.
 ¡Carlos es pura lata!

Palabra coloquial 21

20.5 cm

12.5 cm

¡Tengo mucho pisto!

PISTO
 Means: Money.

Palabra coloquial 22

20.5cm

CHIRMOLERO
 Means: A person who starts or spreads gossips.
 Las niñas son muy chirmoleras en la escuela.

Palabra coloquial 23

20.5 cm

12.5 cm

CALIDÁ
 Means: cute, pretty.
 ¡El color de tu blusa está bien calidá!

Palabra coloquial 24

20.5cm

SHUCO
 Means: dirty.
 Mis zapatos están muy shucos.

Capítulo VIII

Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

El proceso de validación consiste en evaluar cualitativamente y cuantitativamente la efectividad que presenta el material diseñado en función de dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto.

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

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

8.1 Población y muestreo

Cliente

Nombre	Puesto que desempeña	Años de experiencia
1. Álvaro Ramírez Gómez	Director	20
2. Paula Ramírez Sicán	Directora administrativa	4
3. Marleny González	Secretaria	8
4. Luis Carcúz	Maestro de español	20
5. Ana Pereira	Maestra de español	15

Experto profesional

Nombre	Título universitario
1. Ingrid Ordoñez	Mercadóloga
2. Alejandra Rodríguez	Educación / creativa
3. Karin Elizabeth Velázquez Mejía	Diseñadora Gráfica
4. Karla Yolanda López de Ayala	Educación / creativa
5. Mynor Vinicio Castillo Benítez	Comunicador

Grupo Objetivo: 25 personas

8.2 Método e instrumento

8.2.1 ¿Qué es una investigación cualitativa y cuantitativa?

El método de investigación cualitativo es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados.

El concepto de método cualitativo analiza el conjunto del discurso entre los sujetos y la relación de significado para ellos, según contextos culturales, ideológicos y sociológicos. Si hay una selección hecha en base a algún parámetro, ya no se considerará cualitativo.

Digamos que es el método de investigación cualitativa no descubre, sino que construye el conocimiento, gracias al comportamiento entre las personas implicadas y toda su conducta observable.

Mientras que los métodos cuantitativos aportan valores numéricos de encuestas, experimentos, entrevistas con respuestas concretas para realizar estudios estadísticos y ver cómo se comportan sus variables. Muy aplicado en el muestreo. Ibáñez, Jesús (1992).

8.2.2 ¿Qué es una entrevista?

La entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Como técnica de recogida de datos, está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador. Esta definición, demasiado genérica y poco operativa, incluye cualquier encuentro entre dos personas, un investigador y su entrevistado, en el que el investigador hace preguntas que pueden ir desde las encuestas de opinión o los cuestionarios, es decir, instrumentos altamente estructurados, y las entrevistas abiertas donde es posible, incluso, que el investigador sea preguntado e interpelado por el informante. Denzin y Lincoln (2005), p. 643, tomado de Vargas, 2012)

8.2.3 ¿Qué es una opción múltiple?

Las pruebas de opción múltiple pertenecen al grupo de pruebas estructuradas y de tipo escrito. Son preguntas y enunciados con varias posibles respuestas u opciones de las cuales una es la correcta y las restantes son verosímiles, o de las que todas son parcialmente correctas, pero sólo una de ellas es la más apropiada; en el primer caso, son llamadas de respuesta correcta y, en el segundo, de respuesta óptima. Este tipo de pruebas se utiliza para medir resultados de aprendizaje tanto simple como complejo.

8.3 Encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de ciencias de la comunicación

Licenciatura en comunicación y diseño

Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino

Edad:

Nombre: _____

Profesión: _____ **Puesto:** _____

Experto: _____ **Cliente:** _____ **Grupo Objetivo:** _____

Encuesta de validación de proyecto de tesis

Diseño de folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la Escuela de Español Ixchel, Guatemala, Guatemala 2018.

Antecedentes

La escuela de español Ixchel se caracteriza por ser una de las mejores escuelas de español en Antigua Guatemala, ya que ha desarrollado y perfeccionado sus propios materiales de clase, basados en una amplia gama de libros de gramática y ejercicios, pero es necesario ampliar el material con un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros del nivel avanzado.

Con el folleto de lenguaje coloquial el estudiante tendrá una herramienta más para que pueda vivir la gran experiencia del hablar y comprender el español como lo hacemos los guatemaltecos.

Instrucciones

Con base a la información anterior por favor observe la propuesta del material impreso y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.

Parte objetiva: (Marque con una X la respuesta)

1. ¿Considera usted que es importante el diseño de un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la Escuela de Español Ixchel?

Sí No

2. ¿Considera usted que es importante realizar una investigación con términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo del folleto a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de un folleto de lenguaje coloquial guatemalteco, el cual será utilizado para el aprendizaje del grupo objetivo?

Sí No

3. ¿Considera usted que es necesario recopilar información de la escuela de español Ixchel, para que sea integrado al diseño del folleto y facilite el aprendizaje del estudiante?

Sí No

4. ¿Cree usted que es importante hacer ilustraciones sobre el lenguaje coloquial guatemalteco a través de la técnica de dibujo vectorial, para así comprender mejor las distintas situaciones de uso de cada palabra coloquial?

Sí No

Parte semiológica: (circule la respuesta)

1. Creé usted que la tipografía (kenzo), utilizada en la portada del folleto comunica y da conocimiento sobre el tema que tratara

Sí No

2. Considera usted que el color azul utilizado como fondo en la portada y contraportada del folleto crea _____ de cultura guatemalteca por ser uno de los colores patrios:

impresión

poca impresión

nada de impresión

3. Creé usted que la tipografía (kenzo y comics Sans regular), utilizada en la contraportada del folleto comunica e invita al estudiante a aprender el idioma español.

Sí No

4. Considera usted que las tipografías utilizadas en las palabras coloquiales del folleto son _____ a la hora de transmitir su significado.

Legibles poco legibles nada legibles

5. Cree usted que el texto que se encuentra como ejemplo de cada ilustración es:

Comprensible Poco comprensible Nada comprensible

6. Considera usted que las ilustraciones presentadas en el folleto, mejoran el significado de la palabra coloquial al momento a utilizarlo

Sí No

7. Cree usted que las ilustraciones presentadas en el folleto son de

Importancia poca importancia nada de importancia

8. Considera usted que los colores utilizados de fondo y para las lustraciones dan un efecto de

Dinamismo poco dinamismo nada de dinamismo

9. Cree usted que los colores amarillo y azul, utilizados en el folleto le causan:

- atracción para aprender y memorizar el lenguaje coloquial
- poca atracción para aprender y memorizar el lenguaje coloquial
- nada de atracción para aprender y memorizar el lenguaje coloquial

10. Cree usted que la técnica de dibujo vectorial es una buena opción para utilizar en el folleto

Sí No

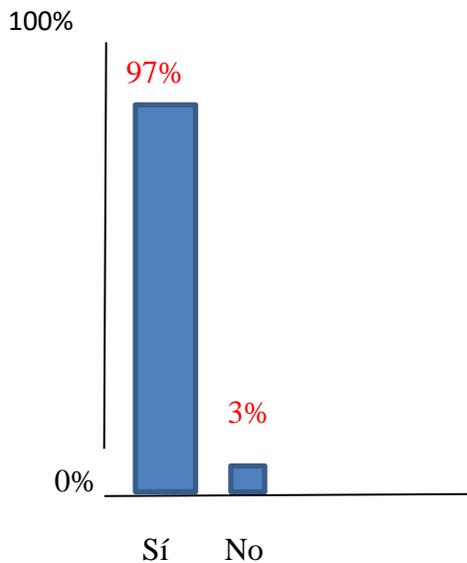
Parte operativa: (circule la respuesta)

1. Considera usted que la medida 8.5 X 5.5 pulgadas, utilizada en el folleto es:

8.3 Resultados e interpretación de resultados

8.3.1 Parte objetiva.

5. ¿Considera usted que es importante el diseño de un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la Escuela de Español Ixchel?



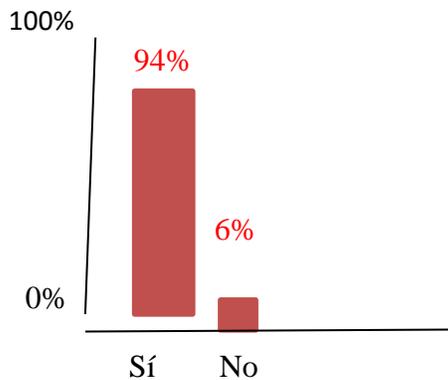
Interpretación

El 97% de los encuestados considera que es importante el diseño de un folleto impreso, para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la Escuela de Español Ixchel.

El 3% de los encuestados considera que no es importante el diseño de un folleto impreso, para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la Escuela de Español Ixchel.

Por lo tanto, se cumple el objetivo general de este proyecto.

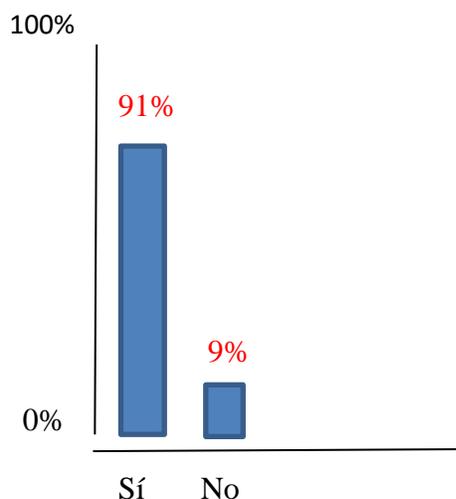
6. ¿Considera usted que es importante realizar una investigación con términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo del folleto a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de un folleto de lenguaje coloquial guatemalteco, el cual será utilizado para el aprendizaje del grupo objetivo?



Interpretación

El 94% de los encuestados considera que es importante realizar una investigación con términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo del folleto a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de un folleto de lenguaje coloquial guatemalteco, el cual será utilizado para el aprendizaje del grupo objetivo. El 6% de los encuestados considera que no es importante realizar una investigación con términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo del folleto a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de un folleto de lenguaje coloquial guatemalteco, el cual será utilizado para el aprendizaje del grupo objetivo. Por lo tanto, se cumple el primer objetivo específico de este proyecto.

7. ¿Considera usted que es necesario recopilar información de la escuela de español Ixchel, para que sea integrado al diseño del folleto y facilite el aprendizaje del estudiante?



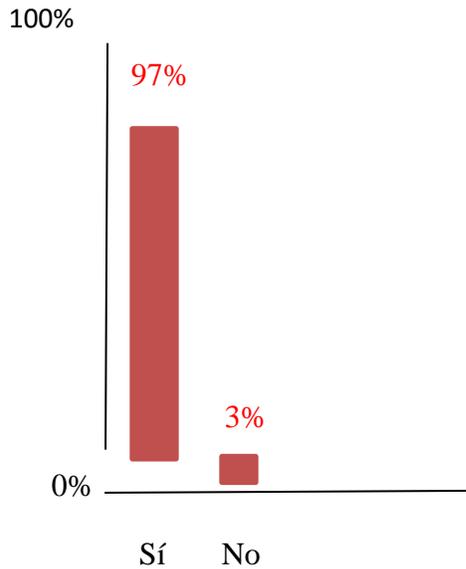
Interpretación

El 91% de los encuestados considera que es necesario recopilar información de la escuela de español Ixchel, para que sea integrado al diseño del folleto y facilite el aprendizaje del estudiante.

El 9% de los encuestados considera que no necesario recopilar información de la escuela de español Ixchel, para que sea integrado al diseño del folleto y facilite el aprendizaje del estudiante.

Por lo tanto, se cumple el segundo objetivo específico de este proyecto.

6. ¿Cree usted que es importante hacer ilustraciones sobre el lenguaje coloquial guatemalteco a través de la técnica de dibujo vectorial, para así comprender mejor las distintas situaciones de uso de cada palabra coloquial?



Interpretación

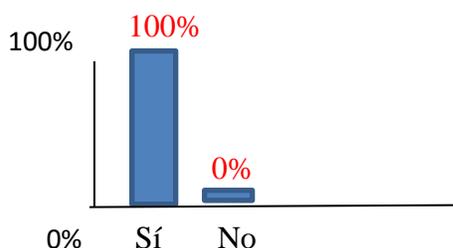
El 97% de los encuestados considera que es importante hacer ilustraciones sobre el lenguaje coloquial guatemalteco a través de la técnica de dibujo vectorial, para así comprender mejor las distintas situaciones de uso de cada palabra coloquial.

El 3% de los encuestados considera que no es importante hacer ilustraciones sobre el lenguaje coloquial guatemalteco a través de la técnica de dibujo vectorial, para así comprender mejor las distintas situaciones de uso de cada palabra coloquial.

Por lo tanto, se cumple el tercer objetivo específico de este proyecto.

8.3.2 Parte semiológica:

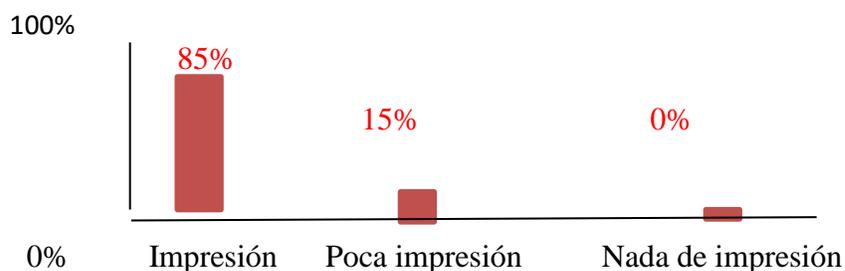
11. Creé usted que la tipografía (kenzo), utilizada en la portada del folleto comunica y da conocimiento sobre el tema que tratará.



Interpretación

El 100% de los encuestados, sí cree que la tipografía (kenzo), utilizada en la portada del folleto comunica y da conocimiento sobre el tema que tratará.

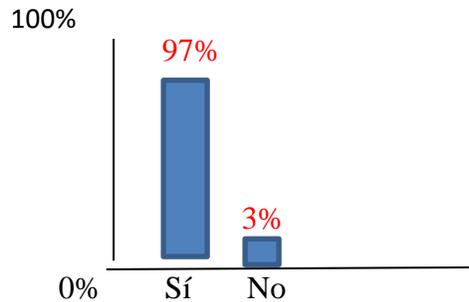
12. Considera usted que el color azul utilizado como fondo en la portada y contraportada del folleto crea impresión / poca impresión / nada de impresión de cultura guatemalteca por ser uno de los colores patrios.



Interpretación

El 85% de los encuestados considera que el color azul utilizado como fondo en la portada y contraportada del folleto crea impresión de cultura guatemalteca por ser un color patrio. El 15% considera que el color azul utilizado como fondo en la portada y contraportada del folleto crea poca impresión de cultura guatemalteca por ser un color patrio.

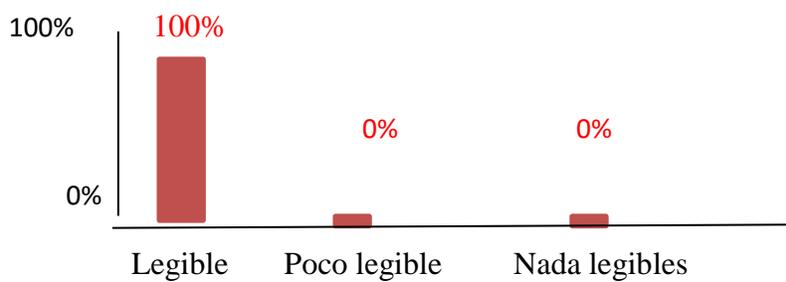
13. Creé usted que la tipografía (kenzo y comics Sans), utilizada en la contraportada del folleto comunica e invita al estudiante a aprender el idioma español.



Interpretación

El 97% de los encuestados cree que la tipografía (kenzo y comics Sans regular), utilizada en la contraportada del folleto comunica e invita al estudiante a aprender el idioma español. El 3% de los encuestados no cree que la tipografía (kenzo y comics Sans regular), utilizada en la contraportada del folleto comunica e invita al estudiante a aprender el idioma español.

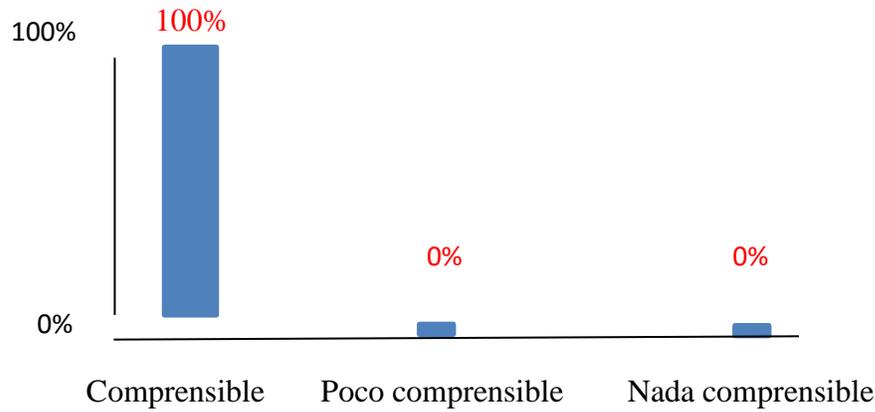
14. Considera usted que la tipografía utilizada en las palabras coloquiales del folleto son Legibles / poco legibles / nada legibles a la hora de transmitir su significado.



Interpretación

El 100% de los encuestados si considera que la tipografía utilizada en las palabras coloquiales del folleto son legibles a la hora de transmitir su significado.

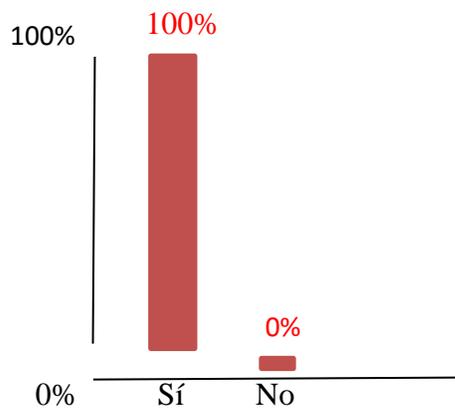
15. Cree usted que el texto que se encuentra como ejemplo de cada ilustración es:
comprensible / poco comprensible / nada comprensible.



Interpretación

El 100% de los encuestados sí cree que el texto que se encuentra como ejemplo de cada ilustración es comprensible.

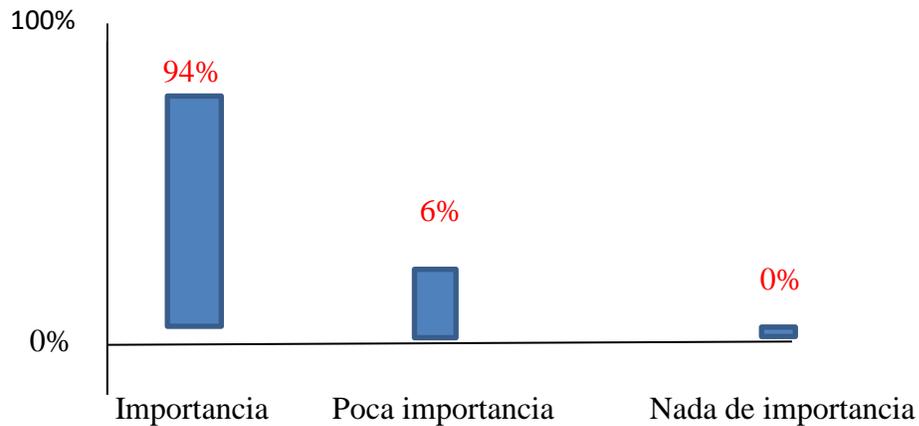
16. Considera usted que las ilustraciones presentadas en el folleto, mejoran el significado de la palabra coloquial al momento a utilizarlo.



Interpretación

El 100% de los encuestados sí considera que las ilustraciones presentadas en el folleto, mejoran el significado de la palabra coloquial al momento a utilizarlo.

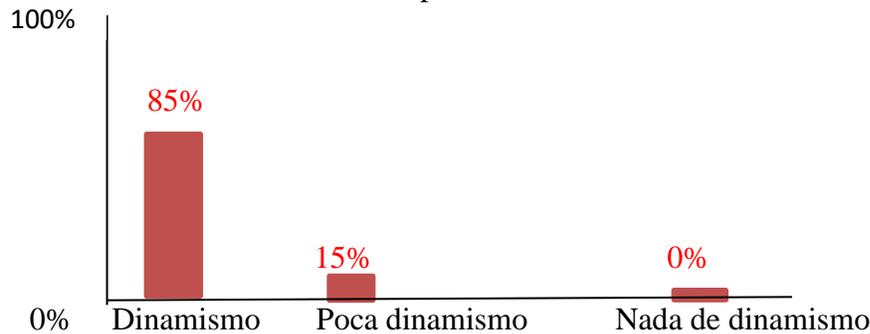
17. Cree usted que las ilustraciones presentadas en el folleto son de importancia / poca importancia / nada de importancia.



Interpretación

El 94% de los encuestados cree que las ilustraciones presentadas en el folleto son de importancia. El 6% de los encuestados no cree que las ilustraciones presentadas en el folleto son de importancia.

18. Considera usted que los colores utilizados de fondo y para las ilustraciones dan un efecto de dinamismo / poco dinamismo / nada de dinamismo.

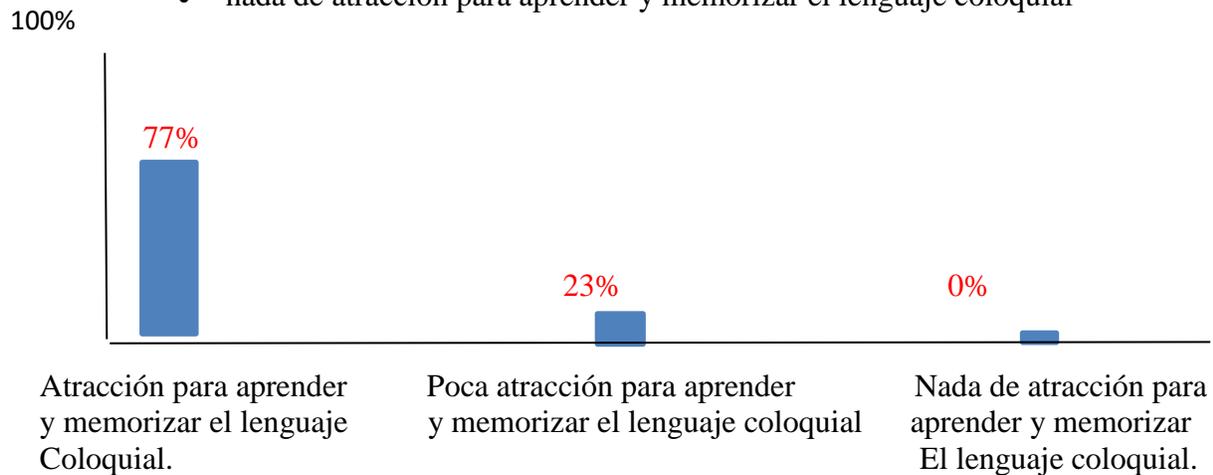


Interpretación

El 85% de los encuestados considera que los colores utilizados de fondo y para las ilustraciones dan un efecto de dinamismo y el 15% de los encuestados no considera que los colores utilizados de fondo y para las ilustraciones dan un efecto de dinamismo.

19. Cree usted que los colores amarillo y azul, utilizados en el folleto le causan:

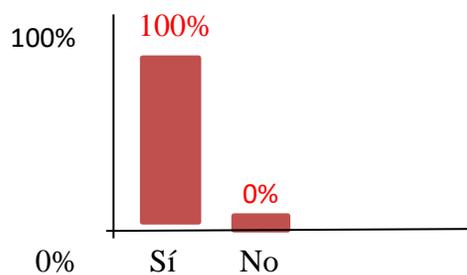
- atracción para aprender y memorizar el lenguaje coloquial
- poca atracción para aprender y memorizar el lenguaje coloquial
- nada de atracción para aprender y memorizar el lenguaje coloquial



Interpretación

El 77% de los encuestados cree que los colores amarillo y azul, utilizados en el folleto, le causan atracción para aprender y memorizar el lenguaje coloquial. El 23% de los encuestados cree que los colores amarillo y azul, utilizados en el folleto, le causan poca atracción para aprender y memorizar el lenguaje coloquial.

20. Cree usted que la técnica de dibujo vectorial es una buena opción para utilizar en el folleto.



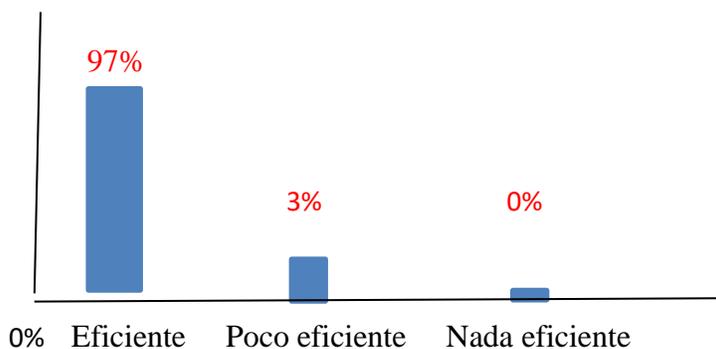
Interpretación

El 100% de los encuestados cree que la técnica de dibujo vectorial es buena opción para utilizar en el folleto.

Parte operativa:

7. Considera usted que la medida 8.5 X 5.5 pulgadas, utilizada en el folleto es:

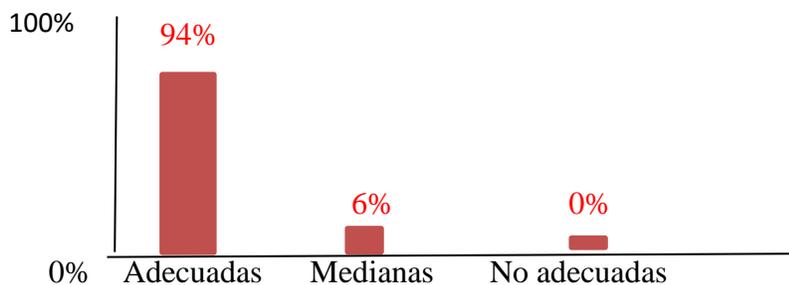
100% Eficiente / poco eficiente / nada eficiente.



Interpretación

El 97% de los encuestados considera que la medida 8.5 X 5.5 pulgadas, utilizada en el folleto, es eficiente. El 3% de los encuestados considera que la medida 8.5 X 5.5 pulgadas, utilizada en el folleto es poco eficiente.

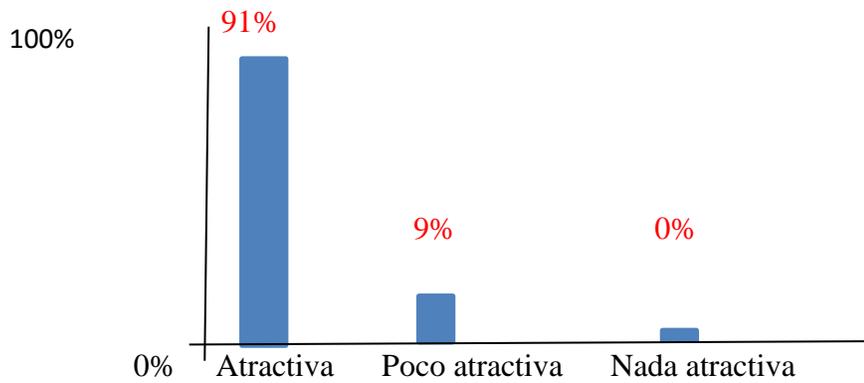
8. Creé usted que el tamaño de la tipografía utilizada en el título de las palabras coloquiales son: adecuadas / medianas / no adecuadas.



Interpretación

El 94% de los encuestados cree que el tamaño de la tipografía utilizada en el título de las palabras coloquiales es adecuado y el 6% de los encuestados cree que el tamaño de la tipografía utilizada en el título de las palabras coloquiales es mediana.

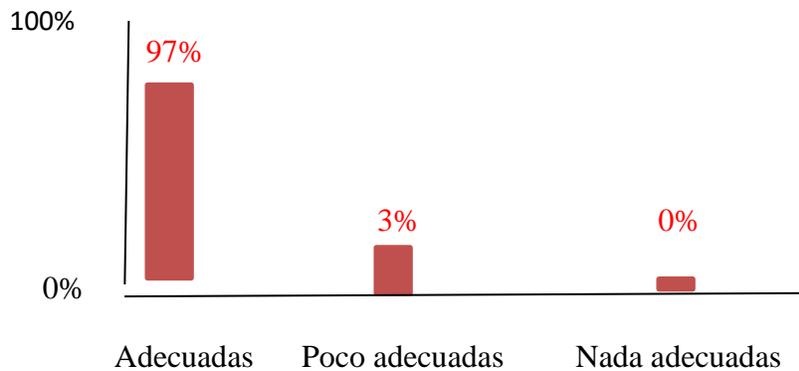
9. Considera usted que el tamaño de la tipografía en la portada y contraportada del folleto es: atractiva / poco atractiva / nada atractiva



Interpretación

El 91% de los encuestados considera que el tamaño de la tipografía en la portada y contraportada del folleto es atractiva. El 9% de los encuestados cree que el tamaño de la tipografía utilizada en el título de las palabras coloquiales es poco atractiva.

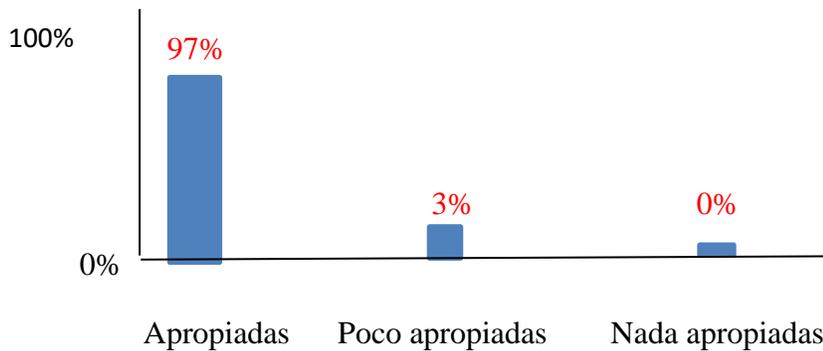
10. Cree usted que los diferentes tamaños de las ilustraciones son: adecuadas / poco adecuadas / nada adecuadas.



Interpretación

El 97% de los encuestados cree que los diferentes tamaños de las ilustraciones son adecuados y el 3% de los encuestados cree que los diferentes tamaños de las ilustraciones son poco adecuados. 81

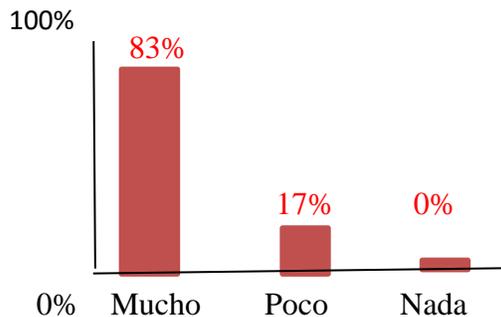
11. Según su criterio, la diagramación de textos e ilustraciones en el folleto son:
apropiadas / poco apropiadas / nada apropiadas.



Interpretación

El 97% de los encuestados cree que la diagramación de textos e ilustraciones en el folleto son apropiadas y el 3% de los encuestados cree que la diagramación de textos e ilustraciones en el folleto son poco apropiadas.

12. Considera usted que el eslogan “¡Agárrate del chapinismo!” escrita en la portada del folleto se apega al objetivo del proyecto.



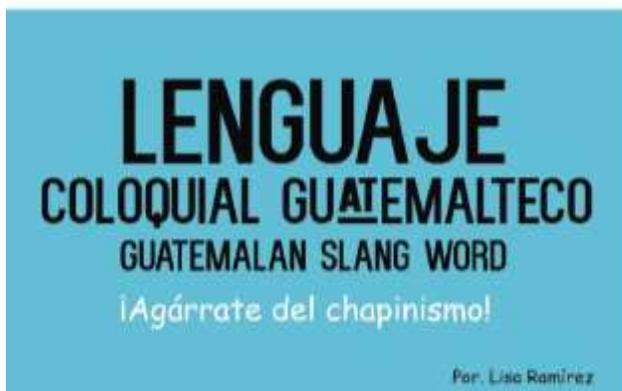
Interpretación

El 83% de los encuestados considera que el eslogan “¡Agárrate del chapinismo!”, escrita en la portada del folleto, se apega mucho al objetivo del proyecto y el 17% de los encuestados considera que el eslogan “¡Agárrate del chapinismo!” escrita en la portada del folleto se apega poco al objetivo del proyecto.

8.4 Cambios en base a los resultados

8.4.1 Portada

Antes



Después



1. Se agregó diseño con figuras geométricas alternadas, y de colores púrpura, amarillo, corinto y azul, la cual representa el diseño de figuras en trajes indígenas/mayas. Eso se hizo para reflejar más la identidad guatemalteca en la portada.

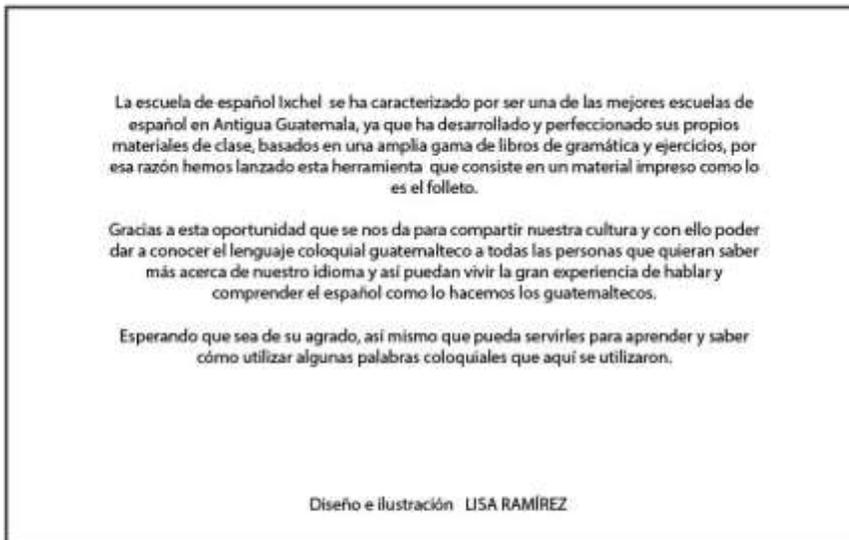
- Sugerido por Vinicio Castillo, licenciado en Ciencias de la Comunicación.

2. Se unió más la “J” a las demás letras en la palabra de lenguaje.

- Sugerido por la licenciada Alejandra Rodríguez.

8.4.2 Introducción

Antes



Después



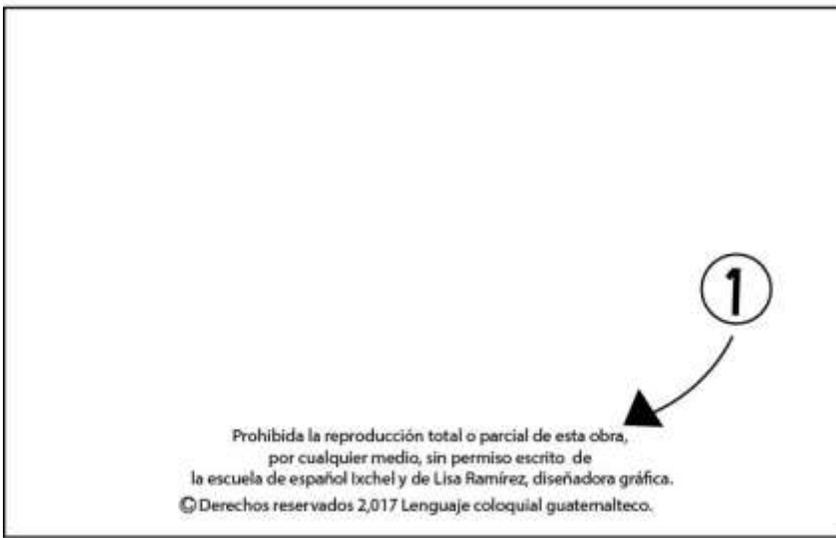
1. Se agregó en la introducción la información de autor, edición y fecha.
 - Sugerido por la licenciada Alejandra Rodríguez.

8.4.3 Penúltima página

Antes



Después



1. Se colocó más información de los derechos del folleto.
 - Sugirido por la licenciada Alejandra Rodríguez

8.4.4 Índice



1	Patajo	16	Pura lata
2	Chamusca	9	Chulo
3	Pisto	10	Casaca
4	Muchá	11	Chanclas
5	Chillón	12	Simón
6	Fachudo	13	Al chilazo
7	Traído	14	Colgado
8	Un cachito	15	Chiripa
		17	Órale
		18	Jalón
		19	Cuate
		20	Chirmolero
		21	Calidá
		22	Qué onda
		23	Colaso

1. Se agrego un índice
 - Sugerido por las licenciadas Alejandra Rodríguez y Karla López

8.4.5 Número de páginas



1. Se agregó el número de páginas.
 - Sugerido por las licenciadas: Alejandra Rodríguez y Karla López.

8.4.6 Contraportada

Antes



Después



1. Se agregó diseño con figuras geométricas alternadas, y de colores púrpura, amarillo, corinto y azul, la cual representa el diseño de figuras en trajes indígenas/mayas. Eso se hizo para reflejar más la identidad guatemalteca en la contraportada.

- Sugerido por Vinicio Castillo, licenciado en ciencias de la comunicación.

2. Se agregó contactos de Facebook y de Instagram de la escuela de español Ixchel.

- Sugerido por la licenciada Karla López.

Capítulo IX
Propuesta gráfica
final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Contraportada

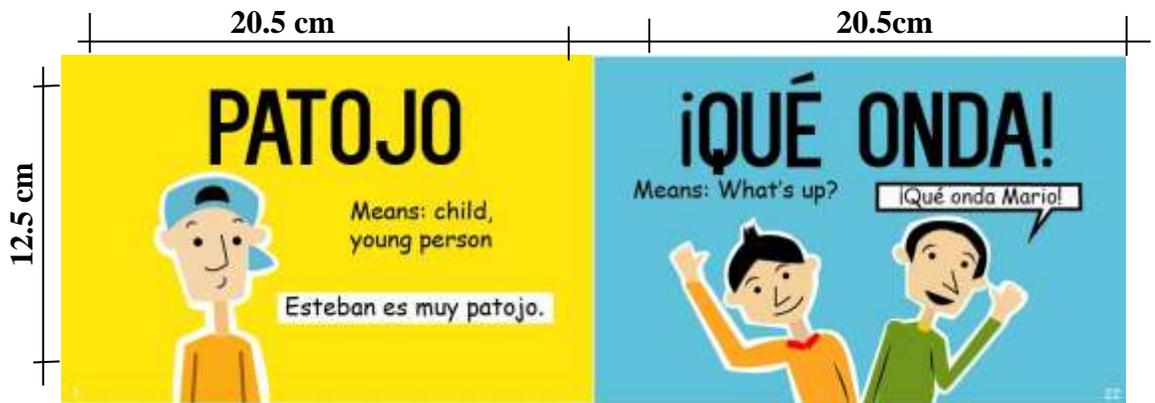
Portada



Introducción

Hoja derecho de autor





Página 3

Página 20

20.5 cm

20.5cm



Página 19

Página 4

20.5 cm

20.5cm



Página 5

Página 18

20.5 cm

20.5cm



Página 17

20.5 cm

Página 6

20.5cm

12.5 cm



Página 7

20.5 cm

Página 16

20.5cm

12.5 cm



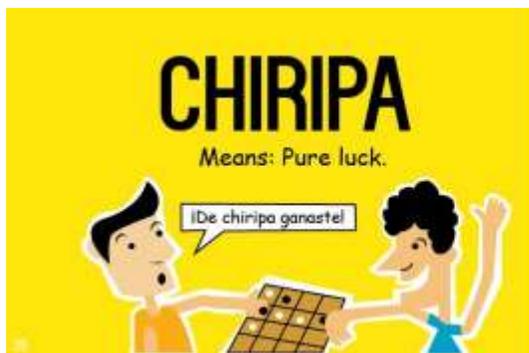
Página 15

20.5 cm

Página 8

20.5cm

12.5 cm



Página 9

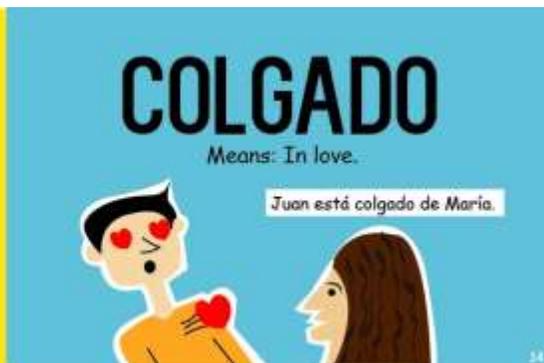
20.5 cm

12.5 cm



Página 14

20.5cm



Página 13

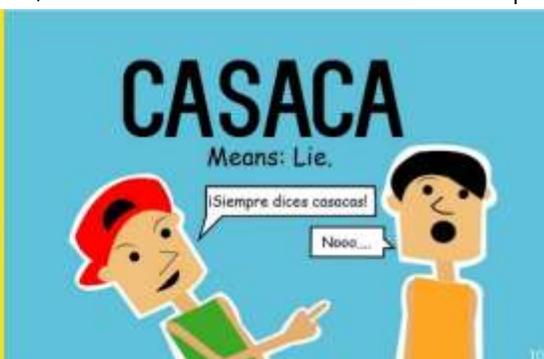
20.5 cm

12.5 cm



Página 10

20.5cm



Página 11

20.5 cm

12.5 cm



Página 12

20.5cm



Capítulo X
Producción,
reproducción y
distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

De 10 semanas, se elaboraron 2 días por semana, lo cual dio un total de 20 días trabajados. Se trabajaron 3 horas por día, el total fue de 6 horas por semana.

Total, de horas por 10 semanas: 60 horas

$$60 \text{ horas} \times Q25 = Q1,500$$

10.2 Plan de costos de producción

De 10 semanas, se elaboraron 3 días por semana, lo que dio un total de 30 días trabajados. Se trabajaron 4 horas por día, el total fue de 12 horas por semana.

Total de horas por 10 semanas: 120 horas

$$120 \text{ horas} \times Q25 = Q3,000$$

10.3 Plan de costos de reproducción

Cantidad	Servicio	Total
1	Folleto impreso/ full color	Q100
100	Folleto impreso/ full color	Q10,000

10.4 Plan de costos de distribución

La escuela de español Ixchel es la encargada de distribuir el folleto impreso a sus estudiantes.

10.5 Margen de utilidad

Total de gastos estimados Q4, 600 x 20% del margen de utilidad da un total de Q920

10.6 IVA

Total de gastos estimados Q4, 600 x 12% de IVA en Guatemala da un total de Q 552

10.7 Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q 1, 500
Plan de costos de producción	Q 3, 000
Plan de costos de reproducción	Q 10,000
Plan de costos de distribución	Q 0.00
Subtotal	Q 14, 500
Margen de utilidad 20%	Q 2,900
IVA	Q 1,740
Total	Q 19,140.00

Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

1. Se diseñó un folleto impreso para dar a conocer el lenguaje coloquial guatemalteco a estudiantes extranjeros de nivel avanzado de la Escuela de Español Ixchel.
2. Se investigaron los términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo del folleto a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de un folleto de lenguaje coloquial guatemalteco, el que será utilizado para el aprendizaje del grupo objetivo.
3. Se recopiló información de la escuela de español Ixchel, a través de la información que el cliente proporcionó por medio del brief, para que fuera integrado al diseño del folleto y así hacer más fácil el aprendizaje del estudiante.
4. Se ilustraron personajes que representan al lenguaje coloquial guatemalteco a través de la técnica de dibujo vectorial, para así comprender mejor las distintas situaciones de uso de cada palabra coloquial.

11.2 Recomendaciones

1. Imprimir los demás folletos como se presentó el folleto original, en papel de revista couché.
2. Agregar nuevas palabras coloquiales al próximo folleto, ya que en este solo se utilizaron algunas palabras.
3. Tener siempre la información de la escuela de español Ixchel dentro del folleto de lenguaje coloquial guatemalteco.
4. cambiar de ilustraciones cuando existan nuevas palabras en el siguiente folleto.
5. Utilizar los mismos colores y figuras que representan y dan identidad guatemalteca.
6. dejar siempre la información de redes sociales y página web en dicho folleto.

Capítulo XII

Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general



Capítulo XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

A

A mano alzada, (2013), Mano alzada, Santiago de Chile, editorial Cuarto propio.

D

Diccionario de Tipografía y del Libro, (1991), Artes tipográficas, Uruguay, editorial French & European Publications, Incorporated.

E

El manual del diseño, (2004), Tipos de Diseño, España, editorial Almuzara.

El español coloquial, (1963), Lenguaje coloquial, Madrid (España), editorial Gredos.

Enciclopedia multiareas, (S.F), Lingüística, Barcelona (España), editorial océano.

Enciclopedia multitareas, (s.f), Impresión, Barcelona (España), editorial océano.

Enciclopedia multitareas, (s.f), El español, Barcelona (España), editorial océano.

Enciclopedia multitareas, (s.f), Lenguaje, Barcelona (España), editorial océano.

Enciclopedia temática time life, (2007), Turismo, México D.F, editorial ediciones culturales internacionales.

Enciclopedia temática time life, (2007), Comunicación, México D.F, editorial ediciones culturales internacionales. 99

F

Fundamentos del diseño gráfico, (2001), Diseño gráfico, Buenos Aires (Argentina), Editorial Infinito.

G

Giddens Anthony, (1991), sociología, (3era edición), recuperado de http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/anthony_giddens_-_sociologia.pdf

H

Historia del diseño gráfico, (2009), Autores del Diseño gráfico, México, editorial Trillas.

I

Ilustración Grafica, (2011), Dolores Pascual y Paco Jiménez, recuperado de <http://www.pacogimenez.com/memoria-de-las-jornadas-sobre-ilustracion-grafica/>

Ilustrar lo sublime, (1996), Ilustración, País Vasco, editorial Universidad del País Vasco, Departamento de Dibujo

L

La entrevista (2005), Denzin y Lincoln, p. 643, recuperado de http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/recogida_datos/recogida_entrevista.pdf

La *Gestalt: una terapia*, (1993), Teoría de Gestalt, México, editorial El manual moderno.

La guerra incruenta entre cuantitativistas y cualitativistas, (1992), Ibañez Jesus, recuperado de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>

Larousse diccionario enciclopédico, (1992), Turismo, México D.F, editorial

Larousse.

Larousse diccionario enciclopédico, (1992), Idioma, México D.F, editorial Larousse.

Larousse diccionario enciclopédico usual, (2007), Idioma, México D.F, editorial ultra, S.A

de C.V

Larousse diccionario enciclopédico, (1992), Dibujo, México D.F, editorial Larousse.

Larousse diccionario enciclopédico, (1992), Diseño, México D.F, editorial Larousse.

Larousse diccionario enciclopédico, (1992), Diseño gráfico, México D.F, editorial Larousse.

Larousse diccionario enciclopédico, (1992), Escuela, México D.F, editorial Larousse.

Larousse diccionario enciclopédico usual, (2007), Escuela, México D.F, editorial ultra, S.A

de C.V

Larousse diccionario enciclopédico, (1992), español, México D.F, editorial Larousse.

Larousse diccionario enciclopédico usual, (2007), Cultura, México D.F, editorial ultra, S.A

de C.V

Lengua Nacional, (1972), Lenguaje, Madrid España, editorial educación Santillana.

Lengua y literatura, (1998), Comunicación, Ciudad de México, editorial el manual moderno.

M

Manual de comunicación lingüística, (1997), Autores de la comunicación, Guatemala (Centro américa), editorial Universitaria.

Manual de comunicación lingüística, (1997), Comunicación, Guatemala (Centro América), editorial Universitaria.

Manual de comunicación lingüística, (1997), Lingüística, Guatemala (Centro América), editorial Universitaria.

Manual de comunicación lingüística, (1997), Semiología, Guatemala (Centro américa), editorial Universitaria.

Manual de comunicación lingüística, (1997), Tipos de comunicación, Guatemala (Centro américa), editorial Universitaria.

Medios de comunicación, (2008), Publicidad, Santiago (Chile), editorial Santillana.

Modernización en el aprendizaje, (1994), Limusa, recuperado de <http://sitios.itesm.mx/va/calidadacademica/files/opcion.pdf>

N

Norma diccionario Lengua Española, (2008), Cultura, Chihuahua, Ciudad Juárez
(México), editorial Norma S.A

O

Ontología del lenguaje, (2003), Lenguaje, Chile.

P

Pedagogía conceptos fundamentales, (1975), Pedagogía, Guatemala (Centro américa),
editorial Serviprensa Centroamericana.

Psicología de la comunicación, (2014), M. Dolors Girbau Massana, recuperado de
<https://bloglibros.universia.es/wp-content/uploads/9788434418554-1.pdf>

Psicología del color, (2004), Psicología del color, Barcelona (España), editorial Gustavo
Gili.

Psicología del color, (2004), Teoría del color, Barcelona (España), editorial Gustavo Gili.

Psicología de la imagen, (2006), Apuntes de psicología, Madrid (España), editorial León
alado ediciones.

Publicidad. (2000), Folleto, Arens William F, México Df, recuperado de
http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/BV/S0401/Unidad%206/lec_66_Elfolleto.pdf.

S

Semiología de la imagen, (2011), El camino del artista, Buenos Aires (Argentina), editorial

Capítulo XIV

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

Anexo I: Esquema de Comunicación.



Lengua y literatura (1998)

Anexo II: Ejemplo de Ilustración



Dolores Pascual y Paco Jiménez, (2011)

Anexo III. Tabla de Nivel Socio Económico (NSE)

- Tabla del NSE

Educación	Una licenciatura, doctorado o maestría.
Desempeño	Empresario, ejecutivo, profesional, comerciante.
Ingreso mensual	\$1,400 a \$2,000.
Vivienda	Casa, departamento propio en su país. (Temporal: viaje de turismo en Antigua Guatemala, renta casa o apartamento).
Personal de servicio	1-2 personas de tiempo medio/completo.
Educación grupo	Hijos menores, colegios privados, mayores en Universidad local.
Posesiones	Autos de 1-2 asegurados contra todo riesgo.
Bienes de comodidad	Celular cada miembro de la familia, T.V, equipos de audio, máquinas de lavar y secar, computadora, internet, electrodomésticos.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior.
Servicios bancarios o financieros	1-2 cuentas monetarias y de ahorro. Plazo fijo, seguros y cuentas en \$.

Anexo IV. Validación de encuestas

Expertos

Facultad de la ciencia de la comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Alpandra Rodríguez

Profesión: Telecomunicaciones Puesto: Administración / Diseño

Experto: Cliente Grupo Objetivo



Facultad de la ciencia de la comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Karla Yolanda López de Ayala

Profesión: lic. en Comu. Puro Puesto: Profesora

Experto: Cliente Grupo Objetivo



Facultad de la ciencia de la comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Ingrid Ordóñez

Profesión: Marketing Puesto: Directora

Experto: Cliente Grupo Objetivo




Facultad de la ciencias de la comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Karin Elizabeth Velásquez Mejía

Profesión: Diseño gráfico Puesto: Pre-prints

Experto: Cliente Grupo Objetivo




Facultad de la ciencias de la comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Myose VICARIO Castillo Benitez

Profesión: Lic. en Ciencias de la Com. - Prensa

Experto: Cliente Grupo Objetivo



Cliente


Facultad de la ciencias de la comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Alvaro Ramírez

Profesión: Maestro Puesto: Director de escuela

Experto: Cliente Grupo Objetivo




Facultad de la ciencias de la comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Paula Mariana Riquelme Sierra

Profesión: Maestra Puesto: Docente Administrativa de Nivel

Experto: Cliente Grupo Objetivo




Galileo
 Facultad de la ciencias de la comunicación
 Licenciatura en comunicación y diseño
 Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Ana Beatriz Pereira Yuc
 Profesión: Profesora de Español Puesto: Maestra de Inicial
 Experto: Cliente Grupo Objetivo




Galileo
 Facultad de la ciencias de la comunicación
 Licenciatura en comunicación y diseño
 Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Madelin Noemi González García
 Profesión: Secretaria Puesto: _____
 Experto: Cliente Grupo Objetivo




Galileo
 Facultad de la ciencias de la comunicación
 Licenciatura en comunicación y diseño
 Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Luis Antonio García V.
 Profesión: Trabajador Puesto: Profesor de Inicial
 Experto: Cliente Grupo Objetivo

