



**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de manual digital de protocolo y ceremonia para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle de Guatemala. Guatemala, Guatemala 2019.

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación  
Guatemala C.A.

**ELABORADO POR:**

María José Monterroso Santisteban

Carné: 08001401

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, marzo de 2019

Proyecto de graduación

Diseño de manual digital de protocolo y ceremonia para alinear los eventos que realiza la  
Universidad Del Valle de Guatemala. Guatemala, Guatemala 2019.

María José Monterroso Santisteban

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la comunicación

marzo, 2019

## **Autoridades**

Dr. Eduardo Suger Cofiño  
Rector

Dra. Mayra de Ramírez  
Vicerrectora general

Lic. Jean Paul Suger Castillo  
Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza  
Secretario general

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

Lic. Rualdo Anzueto, MSc.  
Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 09 de abril de 2012

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL DE PROTOCOLO Y CEREMONIA PARA ALINEAR LOS EVENTOS QUE REALIZA LA UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo solicito que el Mgtr. Arnulfo Guzmán sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



\_\_\_\_\_  
**María José Monterroso Santisteban**  
08001401



\_\_\_\_\_  
**Mgtr. Arnulfo Guzmán**  
Asesor  
Colegiado 7499



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 08 de mayo de 2012

**Señorita:**  
**María José Monterroso Santisteban**  
**Presente**

Estimada Señorita Monterroso:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL DE PROTOCOLO Y CEREMONIA PARA ALINEAR LOS EVENTOS QUE REALIZA LA UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo, se aprueba al Mgtr. Arnulfo Guzmán, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 08 de enero de 2019

**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 MANUAL DIGITAL DE PROTOCOLO Y CEREMONIA PARA ALINEAR LOS EVENTOS QUE REALIZA LA UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Presentado por la estudiante: María José Monterroso Santisteban, con número de carné: *08001401*, 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,



---

**Mgtr. Arnulfo Guzmán**  
**Asesor**  
**Colegiado 7499**



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 18 de febrero de 2019

**Señorita  
María José Monterroso Santisteban  
Presente**

Estimada Señorita Monterroso:

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, 26 de marzo de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MANUAL DIGITAL DE PROTOCOLO Y CEREMONIA PARA ALINEAR LOS EVENTOS QUE REALIZA LA UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.*** De la estudiante María José Monterroso Santisteban, 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, 26 de marzo de 2019

**Señorita:**  
**María José Monterroso Santisteban**  
**Presente**

Estimada Señorita Monterroso:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL DE PROTOCOLO Y CEREMONIA PARA ALINEAR LOS EVENTOS QUE REALIZA LA UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por la estudiante: María José Monterroso Santisteban, 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**

## **Dedicatoria**

A Dios

A mi familia

A mis compañeros

A mis catedráticos

A la Universidad

## **Resumen**

La Universidad Del Valle de Guatemala no cuenta con un manual digital de protocolo y ceremonia para alinear los eventos que realiza. Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un manual digital de protocolo y ceremonia para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle de Guatemala.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo, conformado por el Departamento de Relaciones Públicas y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue diseñar un manual digital de protocolo y ceremonia con el que se alinearán los eventos que realiza la Universidad Del Valle de Guatemala y se recomendó que dicho manual sea utilizado para alinear eventos llevados a cabo en la institución.

Para efectos legales únicamente la autora MARÍA JOSÉ MONTERROSO SANTISTEBAN es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

# Índice

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Capítulo I</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1 Introducción   | 1         |
| <b>Capítulo II: Problemática</b>   | <b>2</b>  |
| 2.1 Contexto   | 2         |
| 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño                               | 2         |
| 2.3 Justificación  | 2         |
| 2.3.1. Magnitud  | 3         |
| 2.3.2. Vulnerabilidad.   | 4         |
| 2.3.3. Trascendencia   | 4         |
| 2.3.4. Factibilidad  | 4         |
| <b>Capítulo III: Objetivos del diseño</b>                                | <b>6</b>  |
| 3.1 El objetivo general  | 6         |
| 3.2 Los objetivos específicos  | 6         |
| <b>Capítulo IV: Marco de referencia</b>                                  | <b>7</b>  |
| 4.1 Información general del cliente                                      | 7         |
| 4.1.2 Visión   | 7         |
| 4.1.3 Organigrama de la Universidad Del Valle de Guatemala               | 8         |
| 4.1.4 FODA   | 9         |
| 4.1.5 Antecedentes de diseño   | 9         |
| <b>Capítulo V: Definición del grupo objetivo</b>                         | <b>11</b> |
| 5.1 Perfil geográfico  | 11        |
| 5.2 Perfil demográfico   | 11        |
| 5.3 Perfil psicográfico  | 12        |
| 5.4 Perfil conductual  | 12        |
| <b>Capítulo VI: Marco teórico</b>  | <b>13</b> |
| 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio      | 13        |
| 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño | 16        |
| 6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias                     | 30        |
| <b>Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar</b>            | <b>46</b> |
| 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico            | 46        |
| 7.2 Conceptualización  | 49        |
| 7.3 Bocetaje   | 55        |
| 7.4 Propuesta preliminar   | 70        |

|   |            |
|---|------------|
| <b>Capítulo VIII: Validación técnica</b>                  | <b>73</b>  |
| 8.1 Población y muestreo                                  | 74         |
| 8.2 Método e instrumentos                                 | 76         |
| 8.3. Resultados e interpretación de resultados            | 79         |
| 8.4. Cambios en base a los resultados                     | 82         |
| <b>Capítulo IX Propuesta gráfica final</b>                | <b>83</b>  |
| <b>Capítulo X Producción, Reproducción y distribución</b> | <b>107</b> |
| 10.1. Plan de costos de elaboración                       | 107        |
| 10.2. Plan de costos de producción                        | 108        |
| 10.3. Plan de costos de reproducción                      | 108        |
| 10.4. Plan de costos de distribución                      | 108        |
| 10.5. Margen de utilidad                                  | 108        |
| 10.6. Cuadro con resumen general de costos                | 109        |
| <b>Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones</b>         | <b>110</b> |
| 11.1. Conclusiones  | 110        |
| 11.2. Recomendaciones                                     | 110        |
| <b>Capítulo XII Conocimiento general</b>                  | <b>111</b> |
| <b>Capítulo XIII Referencias</b>                          | <b>112</b> |
| <b>Capítulo XIV Anexos</b>                                | <b>119</b> |

# Capítulo I

## 1.1 Introducción

La Universidad del Valle de Guatemala ha ofrecido educación superior dedicada al desarrollo de las ciencias básicas y sociales, y a la resolución de los problemas educativos nacionales desde 1966 que inició operaciones. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un manual de protocolo y ceremonia para alinear los eventos que realiza. Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de manual de protocolo y ceremonia para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle de Guatemala.

Para crear el concepto creativo se usará el método creativo “DO-IT” y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación, se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

## **Capítulo II: Problemática**

### **2.1 Contexto**

La Universidad del Valle de Guatemala fue creada el año 1966 y actualmente se dedica principalmente a educación superior aplicando técnicas pedagógicas modernas que garantizan alta calidad educativa con elevados criterios cívicos y éticos.

La estudiante es Coordinadora de Protocolos y Eventos y ha notado la necesidad de tener una guía con lineamientos básicos para la realización de eventos protocolarios en la Universidad. El departamento brinda apoyo en la coordinación de eventos, sin embargo, debido a la cantidad de los mismos que se llevan a cabo a nivel institucional, es preciso la elaboración de un manual para uso interno.

### **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

La Universidad del Valle de Guatemala no cuenta con un manual de protocolo y ceremonia para alinear sus eventos.

### **2.3 Justificación**

Para sustentar las razones por que cuales 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.

En la República de Guatemala habitan 15,073,375 millones de personas y está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra el Departamento de Guatemala que en la actualidad acoge a 3,257,616 habitantes. Dentro de este departamento existen 14 universidades y entre ellas, se encuentra la Universidad del Valle de Guatemala que cuenta con aproximadamente 3,141 estudiantes inscritos en el Campus Central.



Gráfica de magnitud realizada por la estudiante María José Monterroso

Fuente: INE, Universidades.gt

### **2.3.2. Vulnerabilidad.**

Si la Universidad del Valle de Guatemala no realiza un manual de protocolo y ceremonial, se perderá la oportunidad de contar con una guía para la organización de eventos relacionados con protocolo, ceremonial e imagen institucional y, por lo tanto, no contribuirá al buen desarrollo de los eventos a los que deben hacer frente los departamentos de dicha institución.

### **2.3.3. Trascendencia.**

Al contar con un manual de protocolo y ceremonial, la Universidad del Valle de Guatemala tendrá un valioso instrumento que ayude a lograr objetivos tan importantes para toda institución como la competitividad, profesionalidad y excelencia. Este manual incluirá lineamientos que lograrán mejor desarrollo y realce de las actividades que se efectúan dentro de la Universidad.

### **2.3.4. Factibilidad.**

El proyecto de diseñar un manual de protocolo y ceremonial es factible, porque posee con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

**2.3.4.1 Recursos Humanos.** La Universidad del Valle de Guatemala tiene con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo en la organización de eventos y protocolo que se desempeña dentro de la organización.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** Las autoridades de la Universidad del Valle de Guatemala autorizan 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 Universidad del Valle de Guatemala cuenta actualmente con los recursos necesarios para la elaboración del manual en versión digital e impresa que posibilita la realización de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.** La Universidad del Valle de Guatemala posee con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador tiene con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Cámara fotográfica para la toma de fotografías que servirán de ejemplo
- Adobe Photoshop para la edición de fotografías
- Adobe InDesign para la diagramación del manual

## **Capítulo III: Objetivos del diseño**

### **3.1 El objetivo general**

Diseñar un manual digital de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad del Valle de Guatemala.

### **3.2 Los objetivos específicos**

**3.2.1** Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca del contenido y elementos de diseño para la creación del manual de protocolo y ceremonial.

**3.2.2** Recopilar toda la información necesaria de la Universidad del Valle de Guatemala para la creación del manual de protocolo y ceremonial.

**3.2.3** Fotografiar eventos para ejemplificar cada tema, para que los empleados de la institución comprendan de mejor manera el contenido del manual.

**3.2.4** Redactar el contenido del manual con base a las normas de protocolo y de la Universidad del Valle de Guatemala.

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

### **4.1 Información general del cliente**

La Universidad Del Valle de Guatemala fue creada el año 1966 por la Asociación del Colegio Americano de Guatemala (CAG) y actualmente se dedica a la educación superior al aplicar técnicas pedagógicas modernas que garantizan alta calidad educativa con elevados criterios cívicos y éticos.

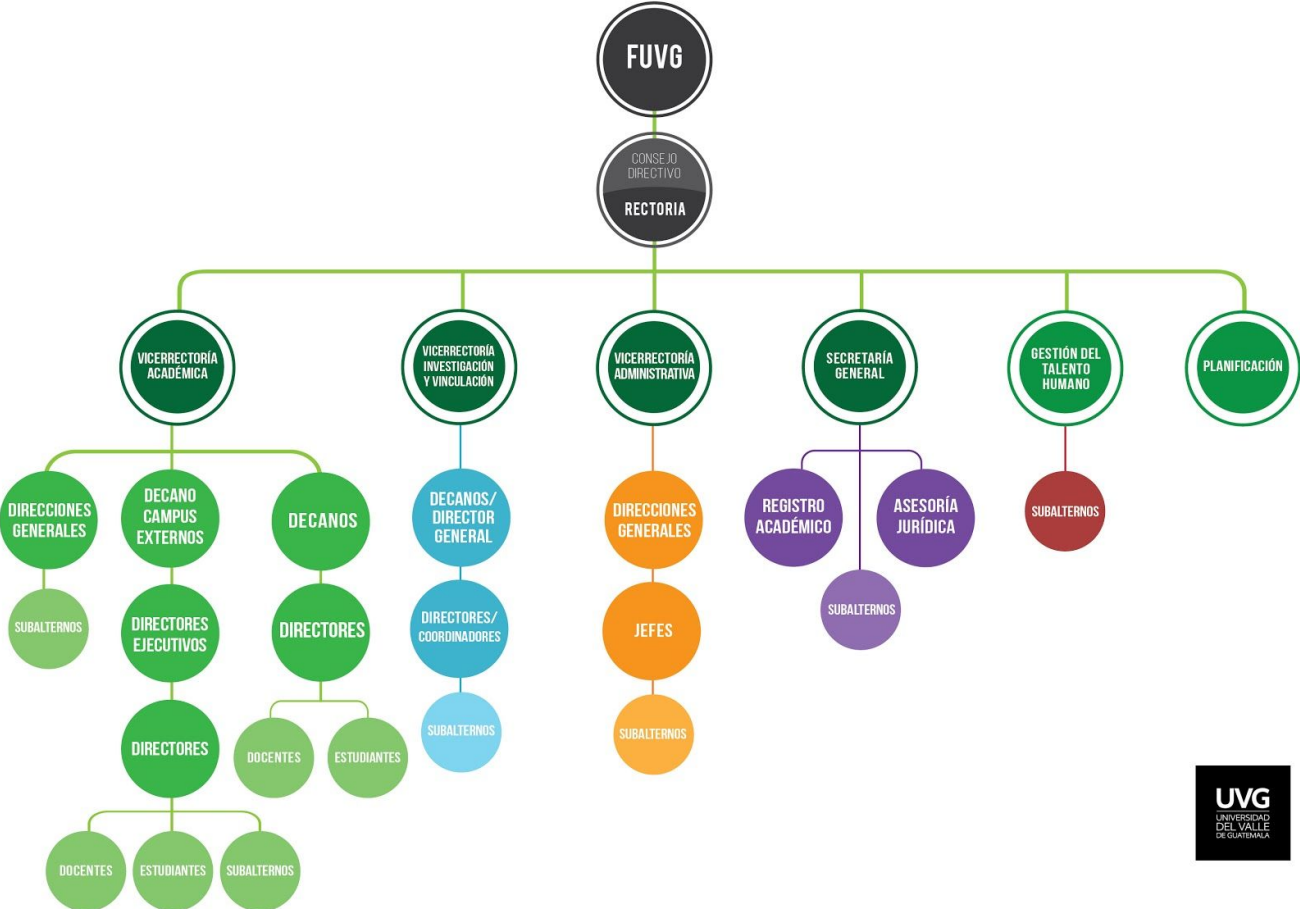
#### **4.1.1 Misión**

Desarrollar agentes de cambio que impacten a la sociedad, mediante experiencias educativas y de investigación centradas en las Ciencias y Tecnologías.

#### **4.1.2 Visión**

Entregar a Guatemala y al mundo personas ingeniosas y comprometidas.

### 4.1.3 Organigrama de la Universidad Del Valle de Guatemala



Ver organigrama en tamaño completo en anexo 1

#### 4.1.4 FODA

| FORTALEZAS   | OPORTUNIDADES  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>› Guía personalizada de acuerdo a requerimientos específicos de la institución.</li><li>› Fortalecimiento de la imagen de la Universidad.</li><li>› La Coordinación cuenta con 13 años de experiencia en la organización de eventos dentro de la institución.</li><li>› Apoyo personalizado en la organización de eventos.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>› Aporte valioso en la organización de eventos ya que será una guía fácil dependiendo el tipo de evento.</li><li>› Establecerá lineamientos según precedencia de autoridades e invitados externos.</li><li>› Al contar con el manual, el departamento organizador puede concentrarse en otros asuntos relacionados con el evento.</li><li>› Desarrollo y crecimiento de la Coordinación.</li></ul> |
| DEBILIDADES  | AMENAZAS   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>› Que al manual no se le dé la importancia necesaria.</li><li>› Que el personal no se entere de la existencia del manual.</li><li>› Que el personal desee realizar sus eventos a su propio estilo sin tomar en cuenta el manual.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>› Que el personal no acepte el apoyo de la Coordinación para la organización de sus eventos.</li><li>› Que no se respeten los lineamientos contenidos en el manual.</li></ul>  |

Tabla elaborada por la estudiante María José Monterroso Santisteban

#### 4.1.5 Antecedentes de diseño

La Universidad Del Valle de Guatemala cuenta con la siguiente línea visual que se utilizó para realizar el proyecto.

##### LOGOTIPO

##### LOGO CUADRADO Y SUS VERSIONES AUTORIZADAS



##### LOGO HORIZONTAL Y SUS VERSIONES AUTORIZADAS



## PALETA CROMÁTICA

### PALETA CROMÁTICA DE LA INSTITUCIÓN



#056545



#83bc41



#39b24a



#414042



## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 25 años en adelante, con un NSE Nivel Medio–Alto C1, quienes trabajen en áreas donde se requiere la organización de eventos.

### 5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo trabaja en la Universidad del Valle de Guatemala y realiza eventos en su área de trabajo. Puntualmente, el proyecto se realizará en el Campus Central de la Universidad, que se encuentra ubicado en la 18 avenida 11-98 zona 15 Vista Hermosa III.

### 5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres, de 25 años en adelante, con un NSE Nivel Medio–Alto C1 y contempla las siguientes características:

## Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Zona Metropolitana)

|                           | Nivel Alto AB (4.2%)  | Nivel Medio–Alto C1 (5.5%)   | Nivel Medio–Bajo C2 (32.5%)  | Nivel Bajo D (38.3%)  | Nivel Popular E (19.5%)  |
|---------------------------|---|--|--|---|--|
| <b>Ingresos mensuales</b> | Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes  | Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes  | Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.   | Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500  | Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100  |
| <b>Educación</b>          | La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados  | Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.   | Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.                                       | Secundaria incompleta o Primaria completa.  | Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.  |
| <b>Ocupación</b>          | Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc. | Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos. | Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.                    | El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar. | El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad. |
| <b>Vivienda</b>           | Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales  | Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.       | Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales. | Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas.  | Poseen viviendas precarias en zonas marginales.  |

## Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Zona Metropolitana)

|                            | Nivel Alto AB (4.2%)  | Nivel Medio–Alto C1 (5.5%)   | Nivel Medio–Bajo C2 (32.5%)   | Nivel Bajo D (38.3%)  | Nivel Popular E (19.5%)  |
|----------------------------|---|--|---|---|--|
| <b>Aparatos eléctricos</b> | Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica. | Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)                          | Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros. | Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico. | Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio. |
| <b>Servicio doméstico</b>  | 2 o más. Servicio doméstico   | 1 mínimo. Servicio doméstico   | 1 o no tiene servicio doméstico   | No  | No   |
| <b>Vehículos</b>           | Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)  | Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente   | Poseen vehículo de modelo no reciente.  | Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior    | No   |
| <b>Educación Hijos</b>     | Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.                                 | La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país. | Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.   | Sus hijos estudian en las escuelas públicas.  | No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.                          |
| <b>Viajes al Exterior</b>  | Frecuentemente viajan al extranjero.  | Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.                              | Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.  | Cuando viajan lo hacen al interior del país.  | No   |

Ver tabla completa de NSE en anexo 2

### 5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo son personas que trabajan en la Universidad del Valle de Guatemala, la mayoría con familia que disfruta de actividades recreativas, viajes al interior y extranjero. Usualmente viven en residenciales o condominios y poseen uno o dos vehículos. Realizan deportes, van al gimnasio, tienen pasatiempos como la lectura, el arte y compartir su tiempo con sus seres queridos y amigos.

### 5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo tiene la necesidad de diseñar un manual de protocolo y ceremonial debido a que en ocasiones los organizadores no conocen los elementos básicos del protocolo y de la Universidad. Además de implementar la alineación en la organización de los eventos instituciones para fortalecer competencias y crecimiento.

## **Capítulo VI: Marco teórico**

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

#### **6.1.1 Manual.**

(Literatura Segundo, 2014) Instrumento administrativo que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución; así como las instrucciones o acuerdos que se consideren necesarios para la ejecución del trabajo asignado al personal, teniendo como marco de referencia los objetivos de la institución.

#### **6.1.2 Protocolo.**

(RAE, 2018) Según el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, entre otros significados, protocolo es: La regla ceremonial diplomática o palatina establecida por decreto o por costumbre.

El Protocolo es un conjunto de normas y reglas de aceptación general que se observan en la práctica oficial. Está basado en el llamado principio de cortesía internacional. A todos aquellos que desarrollan su labor en el campo de las relaciones internacionales, le es indispensable el conocimiento de las reglas de protocolo para poder utilizarlas como método y técnica de su trabajo y así lograr que dichas relaciones se realicen en un ambiente moral y en condiciones que no entorpezcan su desarrollo.

Las buenas relaciones dentro y fuera de la empresa, pueden proporcionar una mayor productividad, al trabajar en un ambiente agradable y conforme. Eso se convierte de forma directa en una superior rentabilidad para la organización. Es importante recordar que las buenas maneras y el don de gentes no tienen fronteras.

### **6.1.3 Ceremonial.**

(Muñoz, 2004) El concepto moderno de ceremonial deriva del latín *caeremoniális* y hace referencia a la serie o conjunto de formalidades de cualquier acto público o solemne.

Es un conjunto de normas que reglamentan la relación entre autoridades en las ceremonias para asegurar que cada participante las prerrogativas a que tiene derecho.

Tanto el Protocolo como el Ceremonial son las herramientas que ayudarán a interactuar en entornos progresivamente eficientes y formativamente diversos como parte de la vida diaria.

### **6.1.4 Alinear.**

(RAE, 2018) Según el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, el significado de alinear es: Ajustar en línea dos o más elementos de un mecanismo para su correcto funcionamiento. Otro de los usos que presenta el término es para referir la vinculación con una determinada tendencia con alguna iniciativa. Este estado de cosas implicará que los mismos actúen en conjunto compartiendo la misma postura al respecto de un tema.

### **6.1.5 Lineamientos.**

(Definición de., 2018) Es el programa o plan de acción que rige a cualquier institución. De acuerdo a esta aceptación, se trata de un conjunto de medidas, normas y objetivos que deben respetarse dentro de una organización.

### **6.1.6 Eventos.**

(Definición de., 2018) El término evento proviene del latín eventus y, de acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE), tiene tres grandes usos. Un evento es un suceso de importancia que se encuentra programado. Dicho acontecimiento puede ser social, artístico o deportivo.

Tienen una dimensión formal, por lo que a menudo hay un cierto protocolo que debe respetarse para que luzca en todo su esplendor. Cada evento tiene varios niveles de participantes: los protagonistas, los invitados y aquellos que se interesan por él a través de un medio de comunicación.

### **6.1.7 Precedencia.**

(Martín, 2000) Es la norma que determina el orden de ubicación y el nombramiento de las personas según su importancia y cargo.

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

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

#### ***6.2.1.1 Concepto de comunicación.***

La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje y espera que ésta última de una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta. En otras palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado. (Martínez de Velasco A. y Nosnik A. 1998)

#### ***6.2.1.2 Esquema de comunicación.***

(Sánchez Uriel 2006), afirma que: “Un modelo es, en principio, una obra de ficción. Es una visión de lo real para comprender la realidad. Un modelo de comunicación puede ser una explicación de la interacción comunicativa en un fragmento del mundo real, o entre sujetos que pertenecen a él. A través de un modelo se puede estudiar un fragmento de mundo, asirlo, entenderlo. El modelo permite moldear, manipular, simular (...) Los modelos son flexibles, dinámicos.

Un modelo facilita la comprensión del todo desde la parte en estudio; pero entendida integralmente. Los modelos de comunicación permiten, pues, el estudio de la comunicación y su desarrollo entre los seres humanos y su construcción cultural (...) Los modelos de comunicación pretenden explicar la realidad de las interacciones comunicacionales, por supuesto, de un mundo ideal. Se propone el

estudio y desarrollo de la comunicación humana en contextos delimitados y concretos.

Un modelo de comunicación es una preocupación por la interacción. El sentido de la comunicación, sus medios, la relación entre emisor y receptor, el ambiente en el cual se desarrolla y los ruidos que la afectan; la trascendencia de dichas interacciones comunicativas para los seres humanos, las sociedades y sus organizaciones, son la razón para modelar la comunicación”.

### ***6.2.1.3 Principales autores de la comunicación.***

**Norbert Wiener.** (Columbia, Estados Unidos, 1894 - Estocolmo, 1964) Matemático estadounidense. Hijo de un profesor de lenguas eslavas emigrado a Harvard, fue un niño extremadamente precoz que a la temprana edad de 18 años obtuvo un doctorado de lógica matemática en Cambridge, Reino Unido. En 1919 el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) le propuso organizar y estructurar un departamento de matemáticas.

En la década de 1920 participó en el desarrollo de la teoría de los espacios vectoriales; más tarde orientaría su atención hacia las series y las transformadas de Fourier y la teoría de números. En este lugar, Wiener pudo desarrollarse como investigador y creador. Contribuyó de manera significativa a enriquecer el prestigio de este centro de cultura e investigación científica y tecnológica.

Su primer éxito en el campo de la investigación, fue el movimiento browniano, la integral de Fourier, el problema de Dirichlet, el análisis armónico y en los teoremas tauberianos, entre otros problemas. Con estos últimos trabajos, la

reputación de Wiener se consolidó definitivamente y le permitieron ganar el premio Bôcher en 1933.

En los años cuarenta elaboró los principios de la cibernética, teoría interdisciplinar centrada en el estudio de las interrelaciones entre máquina y ser humano y que en la actualidad se encuadra dentro del ámbito más general de la teoría de control, el automatismo y la programación de computadoras. En 1947 publicó el ensayo *Cibernética o control y comunicación en el animal y en la máquina*. Se jubiló en 1960 y murió en Estocolmo Suecia en 1964. Wiener es considerado uno de los grandes matemáticos del siglo XX.

**Warren Weaver** (Reedsburg, Wisconsin, Estados Unidos, 1894 - New Milford, 1978). (Comunicación, Sociedad y Cultura, Perfil biográfico y pensamiento @ BDN | Infoamérica, 2018) Su familia se mudó de Reedsburg a Madison, Wisconsin. Fue en el Madison que Weaver asistió a la escuela secundaria y también cuando entró en la Universidad de Wisconsin. Trabajó como docente en el Throop College de Pasadena y en el California Institute of Technology, antes de ingresar en la Universidad de Wisconsin, donde estudió y enseñó durante doce años.

Tuvo otros cargos como director de la División de Ciencias Naturales del Instituto Rockefeller, vicepresidente del Instituto Sloan-Kettering (de investigación sobre el cáncer), vicepresidente de la División de Ciencias Naturales y Médicas y presidente de la American Association for the Advancement of Science. Durante el tiempo que fue presidente del departamento de matemáticas, colaboró con Mason a



escribir la monografía *El campo electromagnético* que fue publicado por la University of Chicago Press en 1929.

Interesado en el estudio de los procesos técnicos de la comunicación durante los años de la guerra (criptografía, decodificación automática, etc.), en 1949 escribió con Claude E. Shannon *The Mathematical Theory of Communication*. Tuvo una gran importancia para la culminación y el asentamiento que para el funcionalismo fue la Teoría Matemática de la Comunicación de 1949, que hoy es mundialmente conocida por todos como la Teoría de la Información.

Fue un entusiasta en los beneficios para el desarrollo y progreso de la sociedad a través de la divulgación de la ciencia. Weaver recibió numerosos premios, entre ellos diversos doctorados “honoris causa” y diversas medallas como la británica por la "Cause of Freedom" (1948), la de oficial de la Legión de Honor en Francia (1951) y también recibió el premio Kalinga de la Unesco en 1964. Warren Weaver es conocido por ser el padre de la teoría de la información.

**Claude Elwood Shannon** (30 de abril de 1916-24 de febrero de 2001), James, I. (2009) Desde pequeño era aficionado a resolver complejos problemas matemáticos. Estudió en la Universidad de Michigan, donde se graduó en matemática e ingeniería eléctrica; en 1940 se doctoró en el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), donde ya había sobresalido por ser el primero en aplicar el álgebra de Boole a los circuitos lógicos. En 1941, en plena guerra mundial, ingresó en los laboratorios de

investigación de la Bell Telephone, centrándose en sistemas criptográficos de transmisión de información.

Shannon, C.E. y Weaver, W (1949) Trabajando en los laboratorios Bell, publicó "A Mathematical Theory of Communication" , un año más tarde, a partir del trabajo en común realizado con Warren Weaver, aparecerá "The Mathematical Theory of Communication", publicado esta vez por la Universidad de Illinois. Este proyecto resultó ser extremadamente útil, no sólo en el diseño de circuitos de computadoras y la tecnología de comunicaciones, sino que también ha hallado aplicaciones fecundas en campos tan diversos como la biología, la psicología, la fonética e incluso la semántica y la literatura.

También postuló el teorema del muestreo, que sostiene que una señal debe ser muestreada al doble de su frecuencia natural (o, en su defecto, al doble de la mayor de las frecuencias de dicha señal), para que no se produzca el fenómeno de aliasing o aparición de componentes frecuenciales no deseadas. En 1956 abandonó el trabajo en la Bell y se convirtió en miembro del cuerpo docente del MIT hasta su jubilación, en 1978.

**Herbert Marshall McLuhan** (21 de julio de 1911-Toronto, 31 de diciembre de 1980). Lance, Strate (2012) Hijo de una familia protestante de origen escocés-irlandés, cuando aún era un niño su familia se trasladó a Manitoba, donde obtuvo una licenciatura en letras y un máster en lengua inglesa.

A la edad de 31 años se doctoró en la Universidad de Cambridge en la cual fue docente y posteriormente en la Universidad de Wisconsin. Fue entonces cuando

influiría en McLuhan el New criticism y la pasión por el estudio de la comunicación, algo que le acompañaría durante toda su vida académica. McLuhan llegó a separar las edades de la humanidad a través de cuatro épocas: la edad acústica, la literaria, la de la impresión y la era electrónica.

McLuhan es el creador de numerosos conceptos hoy muy populares acerca de los medios de difusión masiva y la sociedad de la información, tales como la Galaxia Gutenberg, la Aldea global, la diferenciación entre medios fríos y calientes y la descripción de los medios de comunicación como extensiones de la persona. Sus estudios fueron pioneros en el ámbito de la información y de la comunicación y en la influencia de los nuevos medios y la tecnología en la sociedad moderna.

El pensamiento de McLuhan y sus teorías representan, en la actualidad, una referencia obligatoria en el estudio de las comunicaciones digitales, de Internet y en las perspectivas abiertas por la sociedad de la información.

**Umberto Eco** (Alessandria, Piamonte, Italia, 5 de enero de 1932 - Milán, Lombardía, Italia, 19 de febrero de 2016). (Página oficial Umberto Eco, 2018) Hijo de Giovanna Bisio y del contable Giulio Eco. Se doctoró en filosofía en la Universidad de Turín. Después de su doctorado, Eco trabajó como editor cultural para la RAI, la radiotelevisión italiana; y también comenzó a trabajar como profesor en las universidades de Turín y de Florencia antes de ejercer durante dos años en la de Milán. Fue en esos años cuando publicó sus importantes estudios de semiótica *Obra abierta* y *La estructura ausente*.

En 1980 alcanzó el éxito con su libro “El Nombre De La Rosa”, el cual logró una excelente crítica y popular gracias a su intriga ambientada en la época medieval. El libro sigue las pesquisas detectivescas de un monje franciscano en una abadía en la cual se ha cometido un crimen. Fue traducida a muchos idiomas y llevada al cine en 1986 por el director francés Jean-Jacques Annaud.

Escribió más obras y ensayos de los cuales habla sobre el convencimiento de que todo concepto filosófico, toda expresión artística y toda manifestación cultural, de cualquier tipo que sean, deben situarse en su ámbito histórico; y también de la necesidad de un método de análisis único, basado en la teoría semiótica, que permita interpretar cualquier fenómeno cultural como un acto de comunicación regido por códigos y, por lo tanto, al margen de cualquier interpretación idealista o metafísica.

#### ***6.2.1.4 Tipos de comunicación.***

Comunicación Interpersonal

Comunicación Masiva

Comunicación Organizacional

#### ***6.2.1.5 Desarrollo de teoría de comunicación, según cada proyecto.***

La comunicación organizacional cuando es estratégica se orienta a refundar o reconstruir la empresa día a día, definiendo con ello sentido con y para los que tienen que ver con ella y con la reconstitución de los principales factores

determinantes propios de una empresa: sus significados articulados y sus pautas de ordenamiento (Pérez, 2000).

Este tipo de comunicación puede ser interna, es decir, basado en relaciones dentro de la organización; o externa, dirigida a distintos públicos fuera de la organización. No obstante, los procesos no se limitan a ser informativos (emisor-mensaje-receptor) sino que también son comunicacionales, en los que se hace presente la retroalimentación o feedback.

Para Antezana (2005), la comunicación corporativa debe entenderse como "los procesos de información y comunicación de las empresas, en diversas áreas y con objetivos particulares, que son diseñados para transmitir una imagen estratégica a sus públicos objetivo". Si la organización es una empresa, la comunicación distingue tres sistemas:

**Operacionales:** se refiere a tareas u operaciones.

**Reglamentarios:** órdenes e instrucciones.

**Mantenimiento:** relaciones públicas, captación y publicidad.

Es importante resaltar la importancia de la relación individual frente a las relaciones grupales y la cooperación entre directivos y colaboradores. La efectividad y el buen rendimiento de una empresa dependen plenamente de una buena comunicación organizacional. Este tipo de comunicación estudia las formas más eficientes dentro de una empresa para alcanzar los objetivos esperados y proyectar una buena imagen empresarial al público externo.

En el terreno laboral, encontramos a la comunicación vertical la cual fluye ascendente o descendientemente dentro de una estructura organizacional que se da entre los directivos y colaboradores.

Para el uso de la comunicación organización se pueden emplear los siguientes canales de comunicación: teléfono, reuniones, correo electrónico, manuales, guías, etc. Los medios más eficaces para transmitir información son las reuniones y el teléfono, ya que permiten concentrar gran cantidad de información en un breve espacio de tiempo. El uso de correo electrónico o algún otro medio escrito, son apropiados cuando la tarea requiere una gran cantidad de información detallada y compleja. Es un tipo de lenguaje más preciso que los anteriores y a la vez más objetivo ya que no está sujeta a tantas distorsiones como la palabra hablada. También es muy útil cuando necesita crearse un registro de la información tratada.

La comunicación en la empresa es eje fundamental para la productividad porque una comunicación eficaz permite la optimización de las ventas de productos o servicios y permite que se construya un buen clima organizacional para los colaboradores, quienes además se sienten involucrados con la organización.

## ***6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.***

### ***6.2.2.1 Concepto de diseño.***

Gómez de Silva, (1998) Las palabras diseño parece provenir del latín, de ahí pasa al italiano y luego al español. En el breve diccionario etimológico de la lengua española, de Guido Gómez de Silva, encontramos la palabra definida como “traza o

delineación de un edificio o de un aparato”; italiano, disegno “disegno,dibujo”, de disegnare “dibujar; indicar”, del latín designare “indicar”.

Según el diccionario de la Real Academia Española, se define como “Trazo o delineación de un edificio o de una figura.” Según Alan Swann (1990), uno de los autores relacionados más estrechamente con el diseño, el diseño “consiste en resolver problemas de comunicación relativos a productos, conceptos, imágenes y organizaciones de forma original y precisa.” Para Swann "La finalidad del diseño gráfico es transmitir ideas, mensajes, afirmaciones visuales y, en ocasiones, estética pura".

De acuerdo con Joan Costa (2003) diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro, “El diseño hecho para los ojos constituye hoy el medio fundamental de la comunicación social. Su designio más noble es trabajar para mejorar el entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida, aportar informaciones y mejorar las cosas, difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura.”

El diseño se renueva constantemente y permanece en un cambio constante porque se realiza en función de las personas y de sus necesidades.

#### ***6.2.2.2 Concepto de diseño gráfico.***

McGraw, Kenneth O.,Wong, (1992) dice que el diseño gráfico debe “transportar un mensaje prefijado” además de dar la “mejor expresión visual de la esencia de algo”. El diseño gráfico tendría entonces su razón de ser y su fundamento en las interpretaciones que realiza el diseñador de los mensajes

prefijados lingüísticamente por el cliente. Los fundamentos del diseño no pueden ser establecidos desde las formas gráficas como lo ha hecho Wong y toda una tradición pedagógica.

Estos se establecen a partir de lo que Wittgenstein, L. (1988) llamó “juegos del lenguaje”. El diseño gráfico puede considerarse una forma de juego del lenguaje dado que origina lingüísticamente y tiene una finalidad lingüística, ya que el usuario final del producto de diseño debe poder interpretar lingüísticamente el mensaje prefijado del que partió el diseñador. Así, el diseñador gráfico interpreta las necesidades de comunicación de su cliente, pasándolas por un proceso de traducción que vierte el significado de los enunciados y palabras de origen en signos gráficos y lingüísticos.

### ***6.2.2.3 Principales autores del diseño gráfico.***

**Storm Thorgerson** (Potters Bar, Hertfordshire, Inglaterra, 28 de febrero de 1944 – 18 de abril de 2013) (Página oficial de Storm Thorgerson, 2018) inició su carrera en el famoso colectivo británico de diseño gráfico Hipgnosis, fundado en 1968 y que se hizo mundialmente conocido por la creación de innovadoras portadas de discos de música rock durante los años '70 como Black Sabbath, Pink Floyd, Genesis y Led Zeppelin. El grupo se separó en 1983, pero Thorgerson continuó trabajando para la música. La mayor parte de sus diseños se basan en el surrealismo y el mundo onírico. Os dejamos algunos ejemplos de su trabajo en solitario.

**Milton Glaser** (26 de junio de 1929, Bronx de Nueva York - ) (Página oficial de Milton Glaser, 2018) estudió en la High School of Music and Art y en la Cooper



Union Art School, formación que completó en la Academia de Bellas Artes de Bolonia con el pintor Giorgio Morandi, gracias a una beca Fulbright. En 1954 fundó The Pushpin Studio junto a Seymour Chwast y, tras 20 años de exitosa colaboración, en 1974 fundó Milton Glaser, Inc. donde ha producido una inmensa cantidad de trabajos en muchos campos del diseño.

Milton Glaser es creador de más de 300 carteles, entre los que destaca un sencillo perfil del cantante Bob Dylan, al que añadió un elemento gráfico muy novedoso en la forma y el color del cabello, inspirado en la tradición decorativa árabe. Esa obra se ha convertido en una de las imágenes más icónicas de los años 60.

**David Carson** (Corpus Christi, Texas, 1954). (Página oficial de David Carson, 2018) Conocido por su innovador diseño de revistas, además del uso de la tipografía experimental. Fue el director de arte de la revista Ray Gun, en la que empleó gran parte del estilo tipográfico y de diseño por el que es conocido. En particular, su estética ampliamente imitada definió la llamada “era de la tipografía del grunge”.

En 1995 fundó su propio estudio, David Carson Design, en la ciudad de Nueva York. Comenzó a atraer a clientes importantes de todo Estados Unidos. Carson trabajó para Pepsi Cola, Ray Ban (proyecto orbes), Nike, Microsoft, Budweiser, Giorgio Armani, NBC, American Airlines y Levi Strauss Jeans, y más tarde trabajó para una variedad de nuevos clientes, incluyendo AT & T Corporation, British Airways, Kodak, Lycra, Packard Bell, Sony, Suzuki, Toyota, Warner Bros.,

CNN, Cuervo Gold, Johnson AIDS Foundation, MTV Global, Prince, Quiksilver, Intel, Mercedes-Benz, MGM Studios y Nine Inch Nails. Carson es una de las figuras más destacadas del diseño contemporáneo.

**Nigel Holmes** ( 15 de Junio de 1942 - ) (Página oficial de Nigel Holmes, 2018) Inició su carrera en los años 70 como diseñador de revistas y diarios en Londres, pero en 1977 viajó a Nueva York para crear el departamento de gráficos de la revista Time. Se convirtió en uno de los precursores de la infografía moderna y 16 años después creó su propia empresa, Explanation Graphics. Hoy diseñador independiente (entre sus clientes están muchos de los mejores periódicos y revistas de Estados Unidos), autor de cinco libros, consultor de medios y conferenciante.

#### ***6.2.2.4 Tipos de diseño.***

***Diseño Arquitectónico:*** Proyectar espacios habitables para el ser humano: edificios, parques, plazas públicas, casas.

***Diseño de Espacios:*** Se ocupa de realizar proyectos de uso y adecuación de los espacio de acuerdo a necesidades específicas de su utilidad: comercial, habitacional, educativa, laboral.

***Diseño Industrial:*** Proyecta objetos de producción industrial para el uso humano desde una cuchara hasta la carrocería de un automóvil o el fuselaje de un avión, pasando por muebles, herramientas, artefactos.

***Diseño Gráfico:*** Reproducir mensajes visuales significantes: logotipos y marcas, carteles, revistas, portadas de libros, sitios web.

***Diseño de Moda:*** Proyectar y realizar prendas y accesorios para vestir: ropa, zapatos, joyería.

***Diseño Textil:*** Combinación de algunos métodos del Diseño Gráfico con algunos otros de Diseño Industrial y Diseño de Modas, consiste en concebir y configurar telas y patrones para la industria textil: estampados, hilados, bordados, fibras.

***Diseño Interactivo:*** Enfocado al diseño de interfaces digitales y software.

***Diseño editorial:*** Se enfoca al diseño, maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros.

#### ***6.2.2.5 Desarrollo de la teoría y elementos del diseño según cada proyecto.***

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.

De acuerdo con Andrew Haslam en su libro “Creación, diseño y producción de libros” (2007), “el diseño es una mezcla de decisiones racionales y conscientes que se pueden analizar y de otras subconscientes menos fáciles de definir, ya que surgen de la experiencia y la creatividad de cada diseñador”.

El éxito de una publicación se refleja no sólo en la calidad y cantidad de su contenido, sino en su relación con su forma y diseño, en la forma que es presentado. Los aspectos comunes del diseño editorial son: El formato, la retícula, la tipografía, el color y los elementos gráficos.

Todos estos elementos deben conjugarse en orden y armonía entre ellos mismos y con el contenido, dando como resultado una publicación única y con personalidad propia dentro de su género y del mercado. Si conseguimos la combinación perfecta entre forma y contenido, más fácil será conseguir una fiel comunidad de lectores y asegurar de este modo a la publicación una larga vida dentro del mundo editorial.

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

#### **6.3.1. Ciencias.**

##### ***6.3.1.1 Semiología.***

(Definición de. 2018) La semiología es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos. Puede decirse que la semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza).

Según Ostalé García, J. (2010), “la semiología o semiótica es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas, estudiando las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana. Aquí, se entiende por signo un objeto o evento presente que está en lugar de otro objeto o evento ausente, en virtud de un cierto código.”

Ferdinand de Saussure (1857-1913) fue uno de los principales teóricos del signo lingüístico, al definirlo como la asociación más importante en la

comunicación humana. Para Saussure, el signo está formado por un significante (una imagen acústica) y un significado (la idea principal que tenemos en mente respecto a cualquier palabra).

•***Semiología del discurso.***

Cada discurso debe estar basado un esquema que conduce a una acción concreta. Es una estrategia semiótica que intenta presentar el discurso del objeto como algo verdadero o real. Ofrece pinceladas de la realidad para que las personas o el público vea el reflejo de lo que se busca transmitir.

•***Semiología de la imagen.***

Entendemos por semiología de la imagen el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen. (Barthes, Roland, 1971)

**6.3.1.2 Sociología.**

La Real Academia Española, define la sociología es la ciencia social que se encarga del análisis científico de la estructura y funcionamiento de la sociedad humana o población regional. Estudia los fenómenos colectivos producidos por la actividad social de los seres humanos, dentro del contexto histórico-cultural en el que se encuentran inmersos. Esta ciencia existe desde mucho tiempo antes que se desarrollará como ciencia o que se delimitará su objeto de estudio.

Auguste Comte (Montpellier, 19 de enero de 1798 – París, 5 de septiembre de 1857), considerado el creador de la sociología, cuando presentó su Curso de Filosofía Positiva en 1838. La sociología se consolidó como una ciencia autónoma recién a mediados del siglo XIX. Ya avanzado el siglo XX, comenzaron a diferenciarse diferentes escuelas y corrientes dominantes.

(Definición de. 2018) La sociología puede ser estudiada a partir de distintos métodos: el cualitativo, consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos. ; el método cuantitativo, que se encarga de las variables que pueden ser representadas por valores numéricos (números) y que permiten buscar posibles relaciones a través del análisis estadístico; y el método comparativo, estudia la correlación que existe entre uno o más fenómenos que se cotejan.

### **6.3.1.3 Antropología.**

(Definición de. 2018) Es la ciencia que estudia al ser humano de una forma integral, de sus características físicas como animales y de su cultura, que es el rasgo único no biológico. Se dice que Georges-Louis Leclerc, en 1749, fue el primer estudioso en postular a la antropología como una disciplina independiente. Su desarrollo se asentó sobre dos posturas: el estudio de las diversas características físicas del ser humano y la comparación descriptiva de los distintos pueblos. No

obstante, otros muchos son los antropólogos que a lo largo de la historia han dejado su huella imborrable en esta disciplina que ahora nos ocupa.

En la actualidad, la antropología puede dividirse en cuatro subdisciplinas principales: la antropología social, la antropología biológica, la antropología lingüística y la arqueología.

#### ***6.3.1.4 Cibernética.***

Johnson, Matthew (junio de 2000) Es el estudio interdisciplinario de la estructura de los sistemas reguladores. En otras palabras, es la ciencia que estudia los flujos de energía estrechamente vinculados a la teoría de control y a la teoría de sistemas. La cibernética comprende un conjunto de muchas disciplinas que se bastan en regulaciones, aplicadas directamente al Control de los Sistemas, siendo aplicable no sólo a cuestiones físicas, sino también sociales, siendo aplicada principalmente a mediados del Siglo XX, donde se dio el desarrollo de las redes y comenzó a brindarse mayor importancia a la Computación.

#### ***6.3.1.5 Psicología.***

Según Platón la psicología es la causa de las distintas conductas de los sujetos que obedecen a los distintos tipos de alma que cada uno posee, es decir, su conducta se determina por la constitución de su alma. Sigmund Freud, Carl Jung y Jean Piaget son considerados como algunos de los psicólogos pioneros.

(Definición de. 2018) La psicología es la ciencia que se ocupa de la teoría y práctica del estudio de los aspectos sociales, biológicos y culturales del

comportamiento humano, tanto a nivel social como individual, así como también del funcionamiento y desarrollo de la mente humana.

Existen muchas otras corrientes psicológicas, como la psicología humanista, la psicobiología, la psicología fisiológica, el funcionalismo, el asociacionismo, el estructuralismo, dentro de la psicología básica, existe la psicología evolutiva, la psicología del aprendizaje, la psicología del arte, la psicopatología y la psicología de la personalidad, dentro de la psicología aplicada, existe la psicología clínica, la psicología infantil, la psicología educativa, la psicología social, la psicología del trabajo y de las organizaciones, la psicología de la salud, la psicología de la emergencia, la psicología comunitaria y la psicología forense.

**•Psicología de la comunicación.**

Para Fischhoff (2005) la Psicología de los medios emplea las teorías, conceptos y métodos de la Psicología para estudiar el impacto de los medios masivos sobre los individuos, grupos y culturas. Considera que es muy dinámica y recíproca la naturaleza de los medios y sus consumidores. Resume su criterio especificando que la Psicología de la Comunicación está relacionada con los parámetros sociales y psicológicos de la comunicación entre las personas, la cual está mediada por alguna tecnología.

De acuerdo con la especialista estadounidense Pamela Routledge la Psicología de la Comunicación es un campo muy dinámico que comprende al sistema de la comunicación en sus conjunto. Señala que el



campo de la Psicología de la Comunicación debe incluir el trabajo que se hace como el que necesita hacerse.

La Psicología de la Comunicación utiliza un conjunto de métodos y técnicas de investigación científica para conseguir la meta de acercarse al conocimiento de su objeto de estudio: La comunicación.

**•Psicología del color.**

Arranz, A. (2017) De acuerdo con la especialista en psicología, sociología y comunicación, Ainhoa Arranz, define la psicología del color como la ciencia que se encarga de investigar cómo nos afectan los colores. Los colores pueden cambiar nuestra percepción, alterar nuestros sentidos, emocionarnos, etc. Los colores tienen el poder de mejorar nuestra memoria y atención e incluso el poder de convencernos para que tomemos cierta decisión. Conocer el significado de los colores es clave para entender mejor nuestra conducta.

El área que hace más uso de la psicología del color es el mercadeo. Usualmente se cree que las decisiones que tomamos a la hora de comprar se basan en un análisis racional, pero en muchas ocasiones, nuestras emociones son las que deciden por nosotros. Los colores tienen el poder de cambiar nuestra percepción, alterar nuestros sentidos, emocionarnos, etc. Los colores pueden mejorar nuestra memoria y atención e incluso el poder de convencernos para que tomemos cierta decisión.

### **•Psicología de la imagen.**

Estudia psicología teórica descriptiva de la conciencia y del comportamiento; y también hace psicología práctica, utilizando para ello técnicas exploratorias y de trabajo sobre uno mismo. La psicología de la imagen estudia y a la vez controla los estímulos que emite una persona o una institución y como dichos estímulos forma una imagen del producto a un público específico. (Izquierdo, 2009)

En la actualidad una empresa puede llegar a ser aceptada públicamente no sólo por la calidad de sus productos o servicios, sino por la imagen que perciban de ella, por lo cual hoy en día la gran mayoría de las empresas se esfuerzan por crear una imagen que permita ser recordados con facilidad. Izquierdo, J. L. (2009)

***Según el tema de cada proyecto, se pueden incluir:***

#### **6.3.1.6 Pedagogía.**

El Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española, define la pedagogía como la ciencia que se ocupa de la educación y la enseñanza. Tiene como objetivo proporcionar guías para planificar, ejecutar y evaluar procesos de enseñanza y aprendizaje, aprovechando las aportaciones e influencias de diversas ciencias, como la psicología (del desarrollo, personalidad, superdotación, educativa, social), la sociología, la antropología, la filosofía, la historia y la medicina, entre otras. (Real Academia Española, 2018).

### **•Andragogía.**

Es el conjunto de técnicas de enseñanza orientadas a educar personas adultas. Bernard (1985) ve la Andragogía como una disciplina definida al mismo

tiempo como una ciencia y como un arte; una ciencia que trata los aspectos históricos, filosóficos, sociológicos, psicológicos y organizacionales de la educación de adultos; un arte ejercido en una práctica social que se evidencia gracias a todas las actividades educativas organizadas especialmente para el adulto.

Malcolm Knowles (1913-1997), es considerado como el padre de la educación de adultos. Introdujo la teoría de la Andragogía como el arte y la ciencia de ayudar a adultos a aprender. Consideraba que los adultos necesitan ser participantes activos en su propio aprendizaje.

#### ***6.3.1.7 Periodismo / Publicidad.***

En 1777, el filósofo alemán Georg Hamann ofreció a sus contemporáneos la primera definición de periodismo que decía: “Narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de recordar, impresos sin orden y coherencia especial”.

De acuerdo con el Diccionario de la lengua española la RAE, el periodismo es una actividad profesional que, en términos generales, consiste en la captación y tratamiento periódico de la información en cualquiera de sus formas y variedades. Aunque la base del plano periodístico es la noticia, también contempla otros elementos que pueden ser los géneros, como sucede con la crónica, la entrevista, la opinión y el reportaje.

Por eso, el periodismo puede tener un perfil informativo, ser de tipo interpretativo o explotar el ámbito de la opinión, por citar algunos ejemplos. Los distintos medios de comunicación, como los periódicos, la televisión, la radio o

Internet, hacen que el periodismo pueda ser gráfico, audiovisual, radiofónico o digital.

Hoy en día la publicidad tiene un papel importante ya que se utiliza para divulgar productos, servicios y marcas, con el objetivo de estimular las relaciones comerciales. La publicidad cuenta con un conjunto de estrategias orientadas a dar a conocer productos y servicios a la sociedad. Depende de los objetivos que una empresa establezca, se debe utilizar cierto tipo de publicidad. El plan de mercadeo es una de las fases estratégicas más importantes al crear una campaña de publicidad, ya que junto con a la medición, será la clave para tomar las decisiones más adecuadas para potenciar la imagen, notoriedad y ventas de la marca. (Milich, G. 2015)

#### ***6.3.1.8 Relaciones públicas.***

(Definición de. 2018) Se conoce como relaciones públicas a la ciencia que se encarga de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva.

Al igual que los sistemas o departamentos de inteligencia militares o gubernamentales, funcionan bajo la premisa de "mientras más información se posea, más acertadas serán las acciones y decisiones", es por esto que es fundamental para todo profesional de relaciones públicas el estar altamente informado de todo el acontecer que pueda estar vinculado directa o indirectamente a su organización o proyecto.

Es muy importante vincular las relaciones públicas con la dirección estratégica de las organizaciones de cualquier naturaleza, para lo cual parece necesario, por un lado, autorizar la entrada de la disciplina en la coalición dominante o informando directamente a la dirección ejecutiva de la organización y entender, por otro, que las relaciones públicas son una función de gestión separada de otras funciones de las organizaciones.

Para mejorar el posicionamiento de una empresa, las relaciones públicas deben tener en cuenta aspectos empresariales como: identidad, filosofía, cultura, imagen y reputación. Las relaciones públicas en una empresa ayudan de mejor manera a crear, vender, mantener y generar una imagen positiva de la organización ante diferentes públicos, bien sean estos internos o externos. Jiménez, Mario (2018)

#### ***6.3.1.9 Lingüística.***

La Lingüística es la disciplina científica que investiga el origen, la evolución y la estructura del lenguaje, a fin de deducir las leyes que rigen las lenguas (antiguas y modernas). Así, la Lingüística estudia las estructuras fundamentales del lenguaje humano, sus variaciones a través de todas las familias de lenguas (las cuales también identifica y clasifica) y las condiciones que hacen posible la comprensión y la comunicación por medio de la lengua natural.

Como toda ciencia, la Lingüística cuenta con propuestas teóricas, métodos de análisis y dominios de estudio que le son propios. No obstante, la Lingüística es una ciencia pluridisciplinaria, caracterizada por una gran riqueza epistemológica a la hora de abordar el fenómeno del lenguaje. Agüero Chaves, Arturo (1977)

#### **6.3.1.10 Política.**

(Definición de. 2018) Constituye una rama de las ciencias sociales que se ocupa de la actividad en virtud de la cual una sociedad libre, compuesta por personas libres, resuelve los problemas que le plantea su convivencia colectiva. La política es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos.

También puede definirse como una manera de ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad. La utilización del término ganó popularidad en el siglo V A.C., cuando Aristóteles desarrolló su obra titulada justamente “Política”.

#### **6.3.2. Artes.**

##### **6.3.2.1 fotografía.**

Según el Diccionario de la lengua española la RAE, es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debido a la acción de la luz. La fotografía captura imágenes de un instante único a partir de la combinación de diversos elementos como el encuadre, la composición, la iluminación y otros. Incluso, con la incorporación de la fotografía digital, ha nacido una nueva era en la producción de imágenes, que no sólo permite métodos más sofisticados de captura, sino también amplias posibilidades de edición y perfeccionamiento una vez almacenada la foto.

En la actualidad la fotografía se hace cada vez más necesaria en la creación de material publicitario, editorial, web entre otros. Es por ello, al conocimiento del proceso de construcción profesional de la imagen de una marca o un producto y a la

creación de un soporte editorial, es sumamente útil añadir competencias fotográficas con las que el diseñador gráfico puede convertirse en un creativo capaz de generar sus propias imágenes.

#### **6.3.2.2 Artes tipográficas.**

El tipógrafo Morison S. (1936) la definió como: “Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.”

La tipografía puede ser clave en la elaboración de diseño ya que al no usar la tipografía acorde a nuestro arte, éste podría significar dar otro contexto al mensaje que deseamos transmitir.. Por tanto, la necesidad de encontrar el tipo de letra que mejor represente un diseño es esencial, especialmente en un mundo donde las señales y las primeras impresiones lo son todo. El éxito de las tipografías de las marcas y medios más importantes del mundo, confirman su relevancia.

#### **6.3.2.3 Tipografía recortada**

La tipografía recortada era una tendencia importante para 2017 y se mantendrá así para 2018. El arte de borrar partes de las letras sin perder su legibilidad requiere mucha creatividad y profesionalismo. El efecto es 100% creativo y vale la pena el esfuerzo. (G-Tech Design, 2018)

#### **6.3.2.4 Pintura.**

(Definición de. 2018) La pintura es el arte que consiste en la representación gráfica a partir de la utilización de pigmentos y otras sustancias. Miguel Ángel,

Leonardo da Vinci, Rembrandt y Vincent van Gogh son algunos de los pintores artísticos más famosos de la historia.

Los géneros artísticos, además de clasificar las obras por temas, han sido la presentación artística a través de la historia de la pintura, que ha afectado también la técnica, las dimensiones, al estilo y a la expresión de las obras de arte. Las técnicas de pintura se dividen de acuerdo a cómo se diluyen y fijan los pigmentos en el soporte a pintar. En general, y en las técnicas a continuación expuestas, si los pigmentos no son solubles al aglutinante permanecen dispersos en él. (Calvon Serraller, Francisco 2005).

#### ***6.3.2.5 Ilustraciones dibujadas a mano***

Las ilustraciones personalizadas a mano están siempre en la onda de popularidad. Cada diseño es una obra de arte creada con mucho talento e imaginación. Esta es la razón por la cual las ilustraciones nunca pueden pasar de moda. Cuando se trata de diseño gráfico, las ilustraciones siempre traen una vibra especial y única a la pieza. En 2018, las ilustraciones se presentan en combinación con otras tendencias de diseño gráfico, como el espacio negativo, las estructuras en 3D, la tendencia "doble" y más. (G-Tech Design, 2018)

#### **6.3.3. Teorías.**

##### ***6.3.3.1 Teoría del color.***

(VIX 2018). La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos. El color es una sensación producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al



cerebro. La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas.

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 neutro. Los colores se clasifican en primarios, secundarios y terciarios.

La mezcla de los colores primarios de la luz, que son rojo, verde y azul (RGB, iniciales en inglés de los colores primarios), se realiza utilizando el sistema de color aditivo, también conocido como el modelo RGB o el espacio de color RGB. El círculo cromático suele presentarse como una rueda dividida en doce partes. Los colores orientados a la enseñanza artística utilizan un modelo de color basado en CMYK, que además de los tres colores primarios CMY incluyen negro y blanco como juego básico para el estudiante.

Las teorías modernas del uso del color determinan que sus propiedades son dos: matiz y luminosidad. El matiz tiene que ver con el tipo de color: tierra siena tostada, verde, negro titanio, blanco marfil, rosa, etc. La luminosidad es la cantidad de luz que cada color tiene y es posible de ser diferenciada en oposición a otros colores.

#### ***6.3.3.2 Teoría de la Gestalt.***

La psicología de la Gestalt (también psicología de la forma o psicología de la configuración) es una corriente de la psicología moderna, surgida en Alemania a principios del siglo XX, cuyos exponentes más reconocidos fueron los teóricos Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka y Kurt Lewin. El término Gestalt

proviene del alemán, fue introducido por primera vez por Cristian Von Ehrenfels y puede traducirse, aquí, como "forma", "figura", "configuración", "estructura" o "creación". (Brigas Hidalgo, A. 2012).

La psicología de la Gestalt se puede encuadrar dentro del marco más amplio de la psicología humanista, ya que pone énfasis en las vivencias subjetivas de cada persona, da importancia a aspectos positivos de la psicología tales como la autorrealización y la búsqueda de decisiones acertadas, y trabaja con una concepción del ser humano como agente capaz de desarrollarse de forma libre y autónoma.

Esto significa que no se centra en los aspectos negativos de la mente, tal y como ocurre con ciertos tipos de psicoanálisis, ni ciñe su objeto de estudio a la conducta observable de las personas, como pasa en el conductismo, se centra en la percepción visual. La teoría de la Gestalt es entonces muy importante para cualquier diseñador que quiere crear una comunicación simple, inmediata y original a la vez, a través de su arte. No se tiene que dejar nada al azar, todo contribuye al resultado y éxito. Tener en cuenta estos principios os puede ayudar a la hora de desarrollar vuestros exitosos proyectos. (Arranz, A. 2017)

#### ***6.3.3.3 Teorías del recorrido visual.***

(González Briones, E., 2008) De forma establecida por nuestro sistema de percepción visual, influenciados además por factores culturales, procedemos siempre a leer la información gráfica según un esquema direccional constante y

preestablecido. La lectura circular o envolvente, es el recorrido visual que se hace en el mismo sentido que las agujas del reloj. La lectura en "Z" es cuando la página se divide en dos mitades y se comienza a leer en cada una de ellas por la izquierda.

El objetivo mínimo del diseño es lograr que la información proporcionada se distribuya de forma que al ojo le resulte cómodo asimilarla. Infringir la “lógica visual” puede generar una organización confusa, pero todo depende del contexto. A veces es indispensable alterar las expectativas.

(Nielsen, J., 2006) Estas teorías del recorrido visual y la jerarquización y el orden que impone la vista hacia una escena visual fue aplicada por Jacob Nielsen a las páginas web. Para ello realizó en 2006 el estudio “F-Shaped Pattern For Reading Web Content” en el que analizó los movimientos de mirada de 232 usuarios.

#### **6.3.4. Tendencias.**

##### ***6.3.4.1 Minimalismo.***

(Definición de, 2018) El minimalismo es una corriente artística que sólo utiliza elementos mínimos y básicos. Por extensión, en el lenguaje cotidiano, se asocia el minimalismo a todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio. La intención del minimalismo, por lo tanto, es generar sentido a partir de lo mínimo. Esto requiere simplificar los elementos utilizados, apelando a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples.

El filósofo inglés Richard Wollheim (1923–2003) es señalado como el responsable de acuñar el concepto de minimalismo, en referencia a las obras del norteamericano Ad Reinhardt y el francés Marcel Duchamp.

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

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

**7.1.1 Comunicación.** En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la comunicación, así como las formas específicas de comunicación organizacional. La comunicación organizacional influye en el grupo objetivo brindándoles una guía que ofrezca lineamientos básicos para la realización de eventos protocolarios.

**7.1.2 Diseño.** Se diseñará un manual en versión impresa y electrónica que servirá de guía para el personal de la institución en la organización de eventos. Se utilizarán herramientas y elementos del diseño, tanto prácticos como conceptuales, para la elaboración del manual y de esta manera al usuario se le facilite y comprenda fácilmente.

**7.1.3 Semiología.** Se aplicará esta ciencia para que el proyecto tenga una recepción positiva, gracias a que la semiología nos ayudará a mejorar la percepción de la propuesta gráfica del manual y que los empleados comprendan el concepto que deseamos transmitir.

**7.1.4 Diagramación.** El proyecto será diagramado como un elemento editorial. Al tratarse de un manual institucional, se busca organizar el contenido textual y gráfico, mediante una incorporación balanceada y armoniosa.

**7.1.5 Tipografía.** Se utilizará la tipografía institucional descrito en el manual de uso interno. El cambio se hará únicamente en el tamaño y colores dependiendo del tipo de título, subtítulo o contenido textual.

**7.1.6 Teoría de color.** Para el proyecto se aplicarán reglas básicas en la mezcla de colores, para crear una combinación agradable en cada elemento del manual, cuidando la elección de los colores para no crear un choque emocional.

**7.1.7 Psicología del color.** Se utilizará este campo de la psicología para que el concepto que se desea transmitir llegue a nuestro grupo objetivo de manera asertiva y que cada elemento del manual sea comprendido con claridad, gracias al efecto que una buena elección de color puede darle a nuestro diseño.

**7.1.8 Psicología de la comunicación.** Para que este proyecto tenga la aceptación esperada, se buscará apoyo en esta rama de la psicología que nos ayudará a comunicar de manera acertada y precisa el contenido del manual a nuestro grupo objetivo.

**7.1.9 Deontología.** Entre los valores de la Institución, encontramos la ética y el respeto. Estos valores forman parte de un conjunto de deberes y principios de la deontología y servirán de guía moral para llevar a cabo este proyecto.

**7.1.10 Arte de la Fotografía.** A través de la fotografía se colocarán ejemplos según el tema en el manual. En la institución se tienen clasificados los eventos y el montaje del escenario, público, etc. no siempre es el mismo. Para que el lector comprenda mejor la logística según el tipo de evento, colocaremos fotografías guías de eventos reales en la institución.

**7.1.11 Teorías del diseño.** Para la elaboración de cualquier proyecto de diseño, es crucial desarrollar un concepto significativo y un proceso de inspiración. Se puede iniciar con una lluvia de ideas para definir un concepto sin importar su simplicidad, ya que se desea transmitir una idea clara y agradable a través de un diseño significativo.

**7.1.12 Tendencia de Minimalismo.** Se piensa aplicar el minimalismo en la elaboración del diseño de manual, ya que se busca reflejar simplicidad con el uso mínimo de elementos gráficos. Se desea que el manual tenga los elementos básicos pero esenciales y que no se vea sobrecargado.

## 7.2 Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el diseño de manual digital de protocolo y ceremonial, para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle de Guatemala.

**7.2.1 Método: Técnica creativa DO-IT.** Olson, Robert W. ( 1980) El método creativo “DO-IT” (traducido “Hágalo”) fue creada por Roger Olsen y se basa en los conceptos de definir, abrir, identificar y transformar.

*D-(define)=definir el problema*, el conflicto o la situación complicada a la que uno se enfrenta de la forma más precisa, exacta y concisa posible.

*O-(open)=abrir la mente*, para ser capaces de admitir el mayor número de soluciones posibles y evitar frenarse en la primera opción resolutive que surja.

*I-(identify)=identificar*, la solución óptima para la resolución del problema.

*T-(transform)=transformar*, la solución en una acción que resuelva el problema y reconduzca la situación.

Esto significa la necesidad de definir problemas, abrirse a muchas soluciones posibles, identificar la mejor solución y luego transformarlo en acción con eficacia.

El método DO-IT, funciona de la siguiente forma:

**Definir el problema.** Es necesario que el problema esté correctamente identificado. Se trata de definir el problema. Los pasos son:



- *Enfoque mental:* Se debe preguntar por qué el problema existe. Esto puede conducir a una más amplia declaración del problema. Dividir el problema en pequeños problemas para un mejor análisis.
- *Apretón mental:* Anotar al menos dos palabras del objetivo del problema. Seleccionar la combinación de las palabras que mejor representa el problema exacto que queremos solucionar. Usar esto para escribir una nueva exposición nueva, más óptima y eficaz del problema.
- *Estiramiento mental:* Catalogar los objetivos y criterios que la solución del problema ha de satisfacer. (Pensar en los obstáculos que deben ser vencidos.)

**Abrirse a soluciones.** Abrir la mente para considerar posibles soluciones. Catalogar cualquier idea que esté en la mente.

- *Sugerencias mentales:* Preguntar a otros compañeros de trabajo. Utilizar las posibles soluciones como promotores para nuestras propias ideas.
- *Sorpresa mental:* Enlistar ideas ridículas. Usarlas de una manera más razonable, esto puede impulsar, que una, o de la mezcla de varias, pueda surgir la solución.
- *Mente libre:* Estimular ideas frescas forzando semejanzas entre el problema y cosas que lógicamente no estén relacionadas con el problema. Anotar el nombre de un objeto físico, cuadro, planta o animal. Catalogar sus características detalladamente. Usar las características catalogadas para estimular ideas.

**Identificar soluciones.** Identificar la mejor solución al problema y modificarla hasta que esté lista para transformar la idea en acción.

- *Integración mental:* Repasar los objetivos y los criterios y seleccionar así la mejor de las ideas que surjan.
- *Refuerzo mental:* Catalogar los aspectos negativos de la idea. Intentar reducirlos.
- *Sinergia mental:* Exagerar lo peor y la mejor consecuencia potencial que podría ser resultado de la puesta en práctica de la solución.

**Transformar la idea en acción.**

Una vez identificado el problema y encontrada la mejor solución para él, llega el momento de implementar dicha solución, aunque antes es necesario fijar por escrito cuál es esa idea final y desarrollar un plan de acción para transformarla de forma efectiva. Este punto es importante para anticiparse a las limitaciones y los temores ante el cambio que puedan surgir o plantearse, ya que el ser humano tiende a permanecer en la zona de confort y pensar que más vale una mala solución conocida que dar paso a la incógnita que produce una solución innovadora.

Por otra parte, plasmando por escrito el plan de acción a tomar, se tendrán identificados los pasos del proceso de transformación, lo que servirá de guía.

Cómo llevar a cabo la técnica “Do it”. Lo primero es poner sobre la mesa toda la información que se tenga sobre el problema y anotarlo. Esto ayudará a definir mejor la situación y formar un compromiso. Se debe llevar el siguiente esquema:

**Definir el problema.**

- Junto al equipo de trabajo, hacer una serie de preguntas sobre el origen del problema. A través de este método de preguntas, se le dará la importancia que se merece al problema.
- Dividir el problema en partes más pequeñas para facilitar el enfoque de cada parte y evitar el estrés que provoca un problema grande. Al tener una subdivisión del problema, será fácil para el equipo ver claramente el problema principal y encontrar soluciones para las partes pequeñas.
- Para darle un nuevo enfoque, uno más positivo, al problema, el equipo describirá en pocas palabras el problema y luego formarán frases cortas para descubrir cuál de ellas define mejor la problemática.
- El equipo de trabajo creará una lista con los objetivos que se desean cumplir y métodos o criterios a seguir que puedan solucionar el problema, tomando en cuenta los obstáculos que puedan surgir con el desarrollo de dichos objetivos.
- Sintetizar de manera concisa el problema utilizando la menor cantidad posible de palabras.

### **Abrirse a soluciones.**

- El equipo debe generar la mayor cantidad de ideas que puedan ser posibles soluciones, sin evaluarlas. Cualquiera puede ser la solución cuando se tiene la mente abierta.
- Hacer un planteamiento de las ideas que puedan ser aplicadas y transformadas en la posible solución al problema.

### **Identificar soluciones.**

- Revisar los objetivos y métodos propuestos cuando se definió el problema.
- De todas ideas propuestas, elegir con el equipo de trabajo, la mejor idea.
- Considerar los aspectos negativos de la idea elegida.
- Valorar los aspectos negativos encontrados y buscar posibles modificaciones para reducir estos aspectos.

### **Transformar la idea en acción.**

- Fijar la idea final y desarrollar un plan de acción para transformarla en la solución efectiva al problema.
- Plasmar por escrito el plan de acción para identificar los pasos del proceso de transformación, lo que servirá con guía.

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado.

**7.2.2 Definición del concepto.** Para el diseño de manual de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle de Guatemala, se aplicó la técnica de creatividad titulada “DO-IT”. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- **Paso 1. Definir el problema.**

Se tuvo una reunión con el equipo de trabajo, a través del método de preguntas, se definió que el problema es que la institución no cuenta con un manual de protocolo y ceremonial. Dividieron el problema en varias partes: falta de guía para la organización de eventos, los departamentos no saben con quién abocarse, falta de conocimiento de recursos y personal, no conocer el orden de precedencia y colocación de banderas. Al tener claridad de los pequeños problemas, se pudo enlistar los objetivos que se desean lograr y métodos para lograrlos.

- **Paso 2. Abrirse a soluciones.**

El equipo de trabajo enlistó una serie de ideas de posibles soluciones y luego desechó aquellas que no podían realizarse.

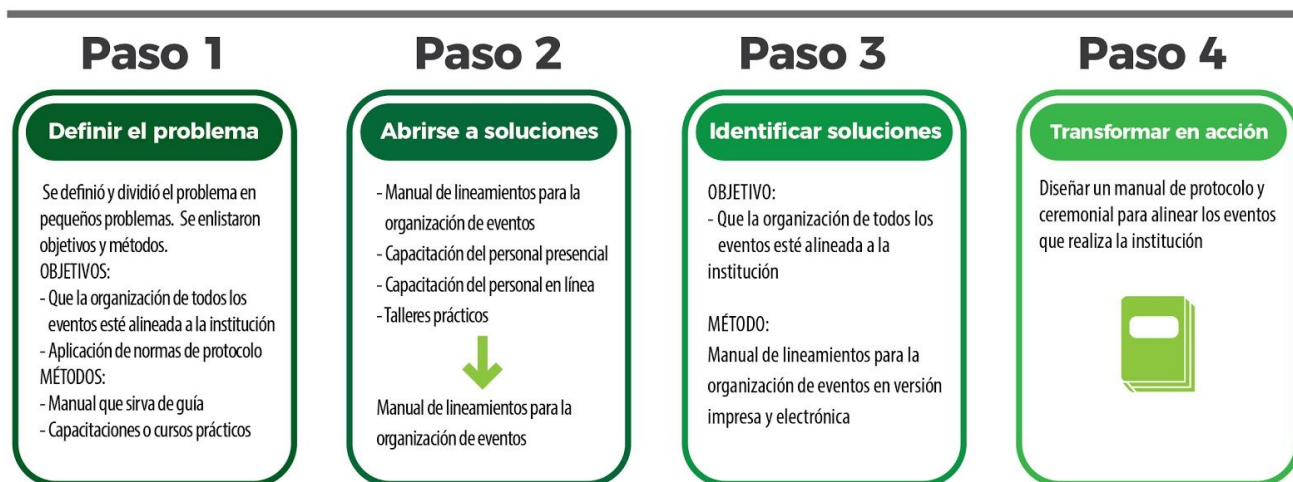
- **Paso 3. Identificar soluciones.**

Se analizaron los objetivos y métodos sugeridos y se escogió la mejor idea, aquella que fuera viable.

- **Paso 4. Transformar la idea en acción.**

Se aplican al proyecto los pasos de creatividad que se listaron anteriormente.

En la siguiente gráfica se describe paso a paso la aplicación de la técnica “DO-IT”.



Ver tabla completa de NSE en anexo 3

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“Alineamientos que reflejan la excelencia institucional”**.

De igual forma la frase funcionará como eslogan y se incluirá en el material presentado. Sin embargo, como la compañía ya cuenta con un eslogan, esta frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

### 7.3 Bocetaje

Con base en la frase “Alineamientos que reflejan la excelencia institucional” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

### 7.3.1 Tabla de requisitos.

| ELEMENTO GRÁFICO          | PROPÓSITO   | TÉCNICA   | EMOCIÓN                             |
|---------------------------|---|---|-------------------------------------|
| <b>Color</b>              | Utilizar colores institucionales para que el colaborador sienta armonía y familiaridad con la institución | Ilustrador: figuras geométricas utilizando colores institucionales (sólidos)        | Formalidad, elegancia, familiaridad |
| <b>Tipografía</b>         | Aplicar tipografía institucional para alinear el contenido textual del manual                             | Utilizar dos tipografías<br>Los subtítulos tendrán un recuadro que resalte el texto | Limpieza y en armonía               |
| <b>Fotografías</b>        | Ejemplificar la guía con fotografías de eventos reales  | Planos completos de imágenes en formatos .jpg                                       | Excelencia                          |
| <b>Diagramación</b>       | Alinear el diseño del manual con otros documentos oficiales la institución                                | División por temas para tener orden   | Limpieza, orden y en armonía        |
| <b>Elementos gráficos</b> | Que el diseño no sea plano y tenga un aspecto fresco e innovador  | Iconos vectoriales y elementos gráficos para variar el aspecto del contenido        | Innovación y moderno                |

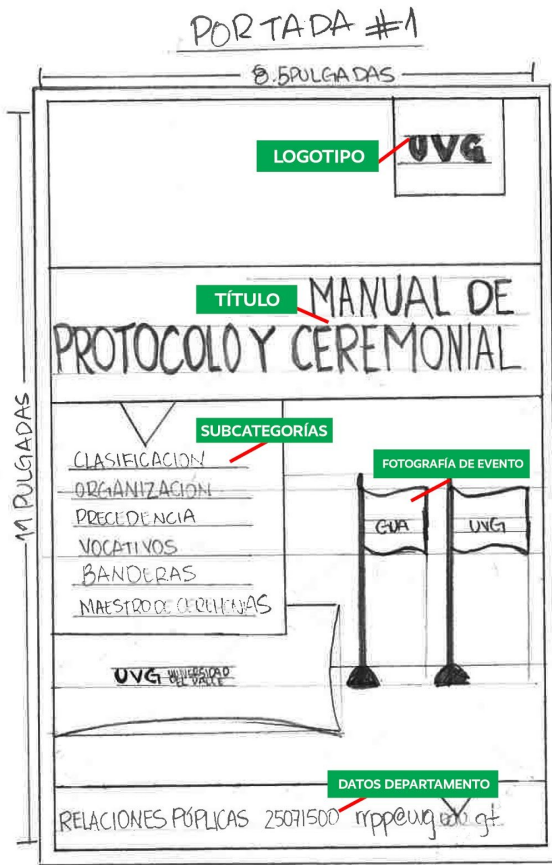
### 7.3.2 Bocetaje

#### Bocetaje Portada y contraportada

La propuesta de portada incluye el diseño minimalista similar a la línea gráfica de la institución. Se incluyó información básica como: logotipo, título y contacto. Se elaboraron dos propuestas, la primera incluye los temas descritos y la segunda no lleva este detalle.

Para el boceto de la contraportada, se utilizó menos información debido a que la portada y páginas internas ya llevan suficiente información del manual e institución.

**Propuesta Portada No. 1**

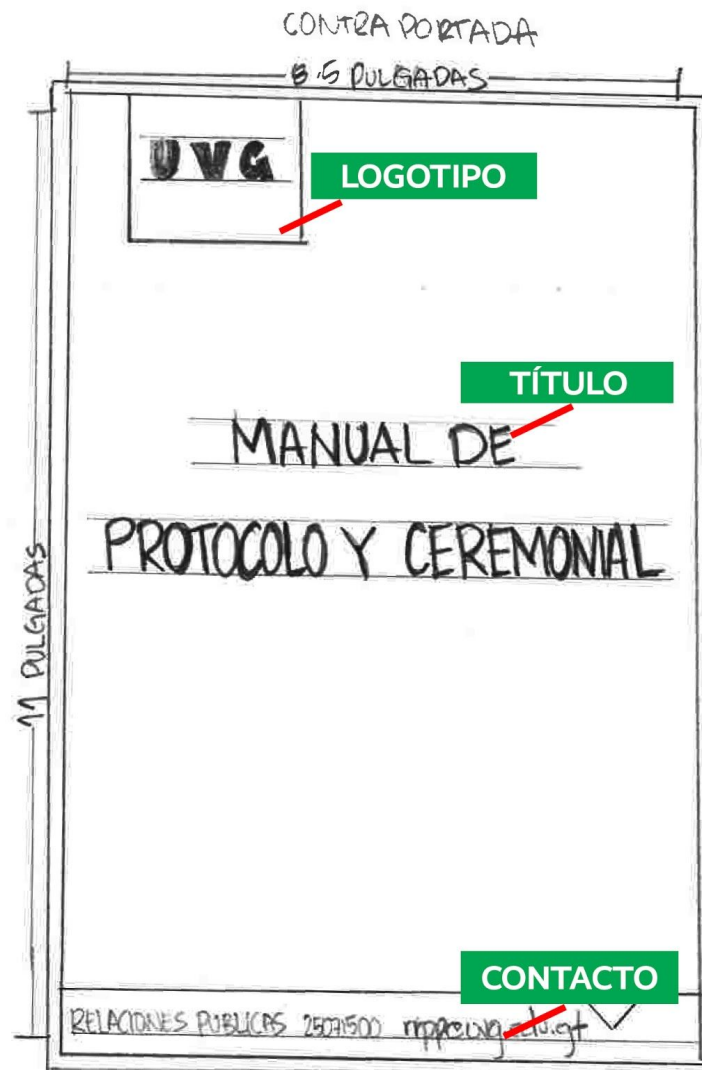


**Propuesta Portada No. 2**



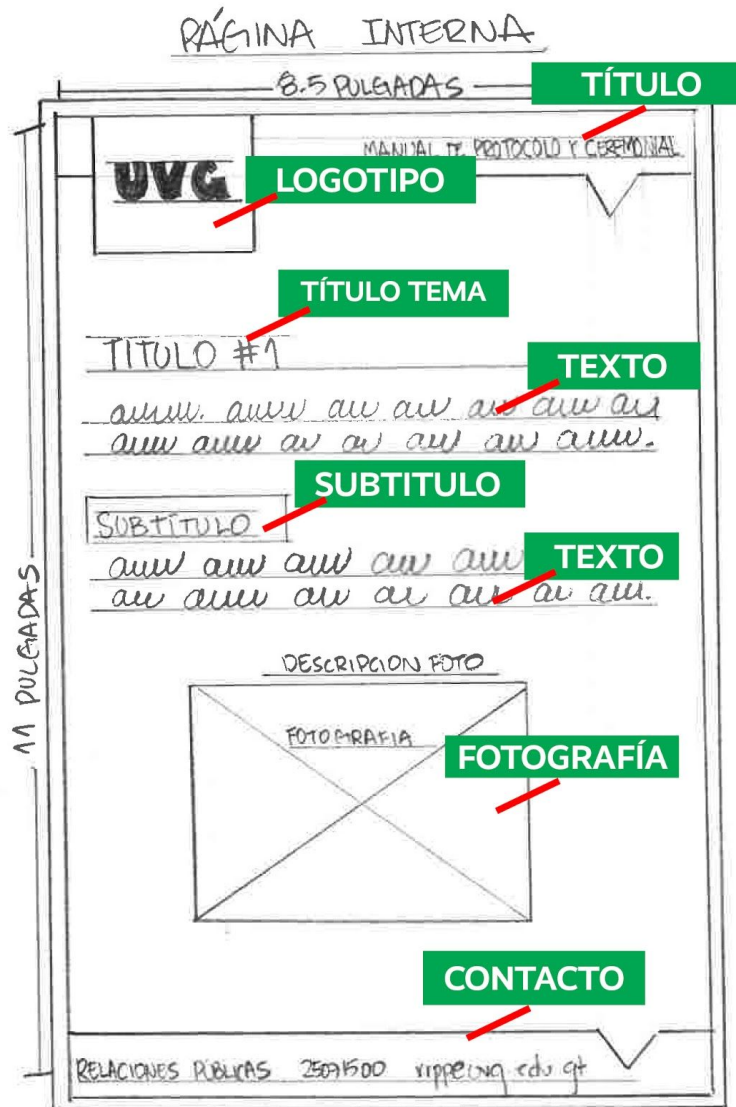


## Contraportada



## Bocetaje páginas internas:

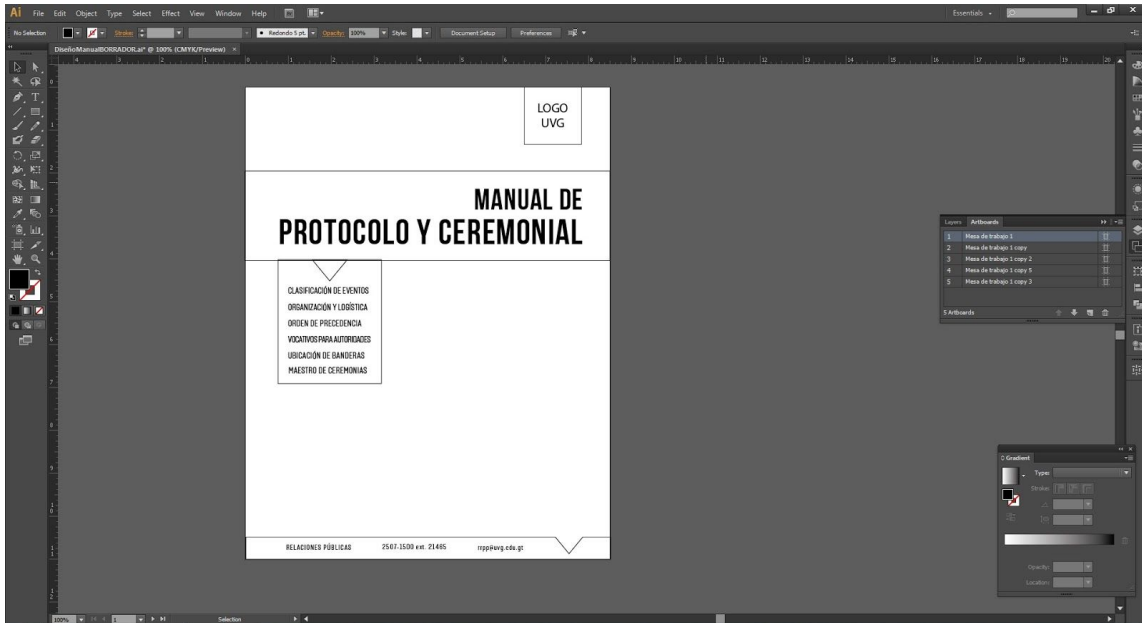
La diagramación de las páginas similares serán todas iguales. Se dividirán por temas pero el diseño será el mismo, el cual incluye: logotipo, título del tema, texto y algunas veces, fotografías o elementos gráficos de ejemplo.



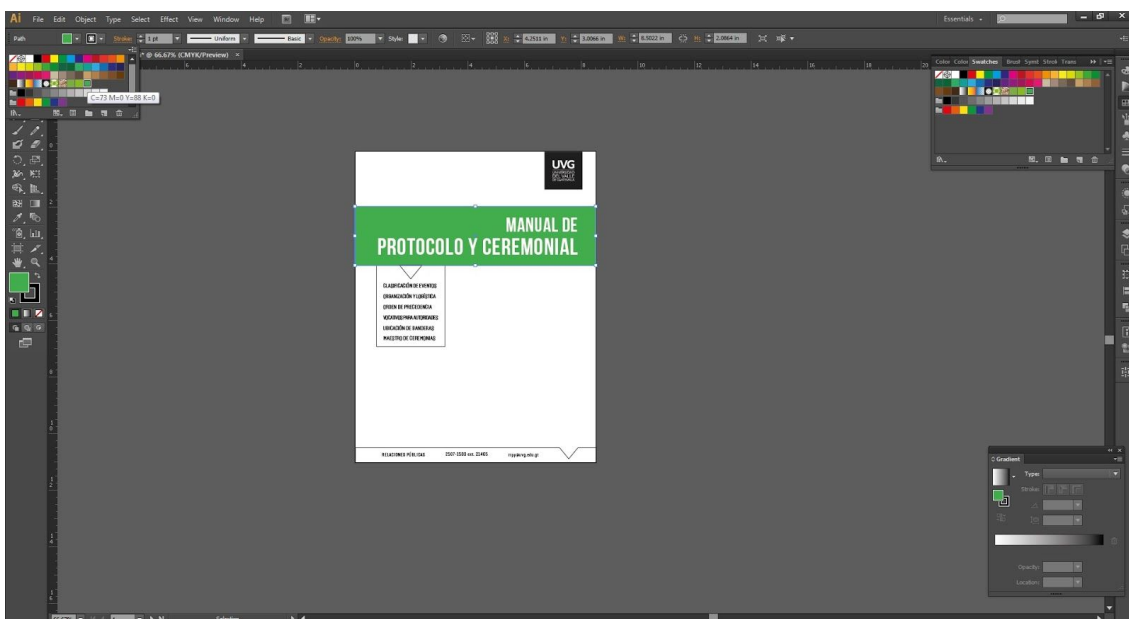
### 7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

Para la elaboración del proceso de los bocetos digitales, se incluyeron elementos de diseños que reflejarán el minimalismo que usa generalmente la institución. Se elaboraron dos propuestas de portada y a continuación se detalla el proceso del boceto.

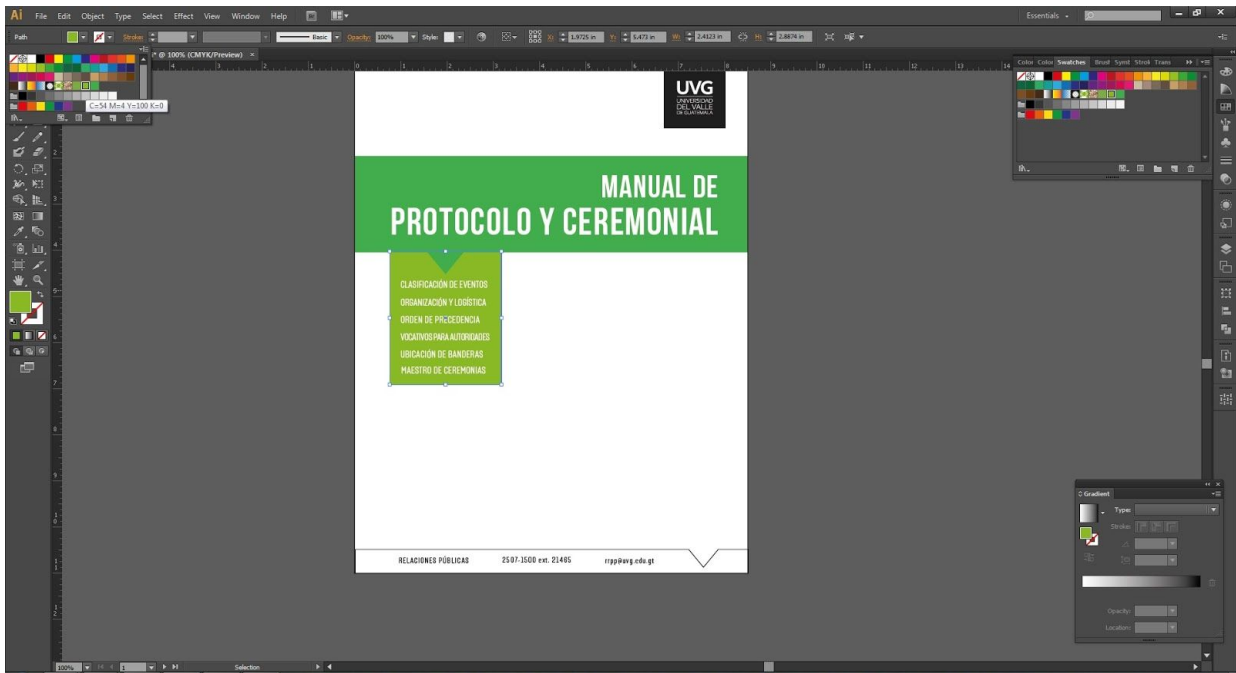
#### Propuesta Portada No. 1. Incluye cuadro verde limón con clasificación de temas.



#### Aplicación de logotipo institucional y paleta cromática institucional en elementos gráficos



Se agrega el cuadro verde limón donde se incluye la clasificación de temas del manual



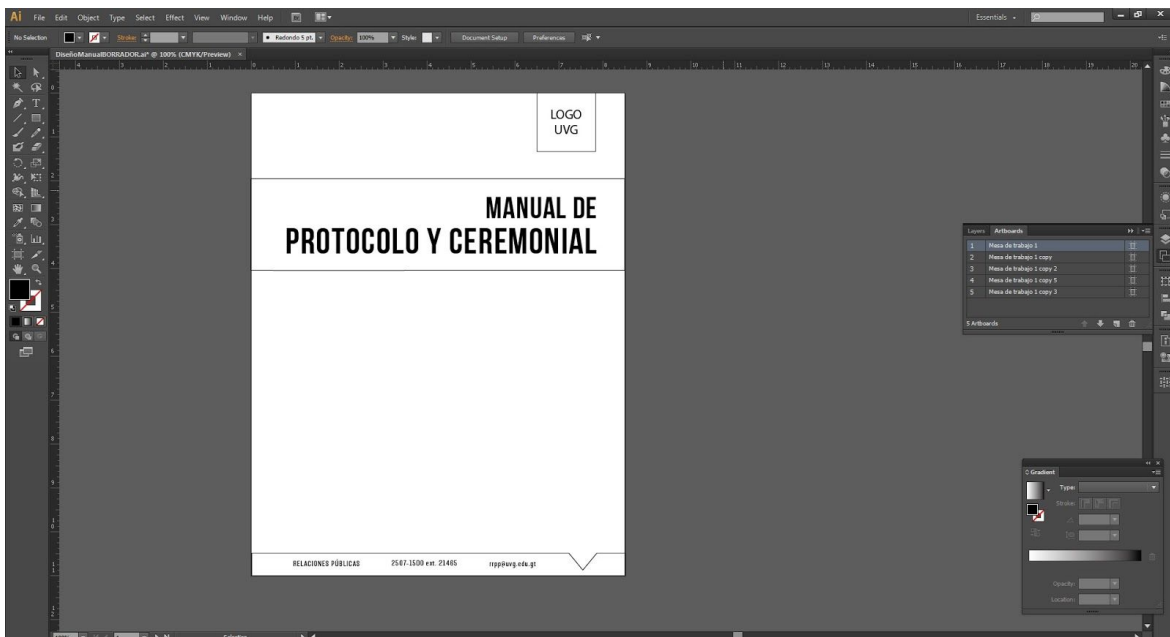
Colocación de foto de evento real y una capa oscura para oscurecer la imagen



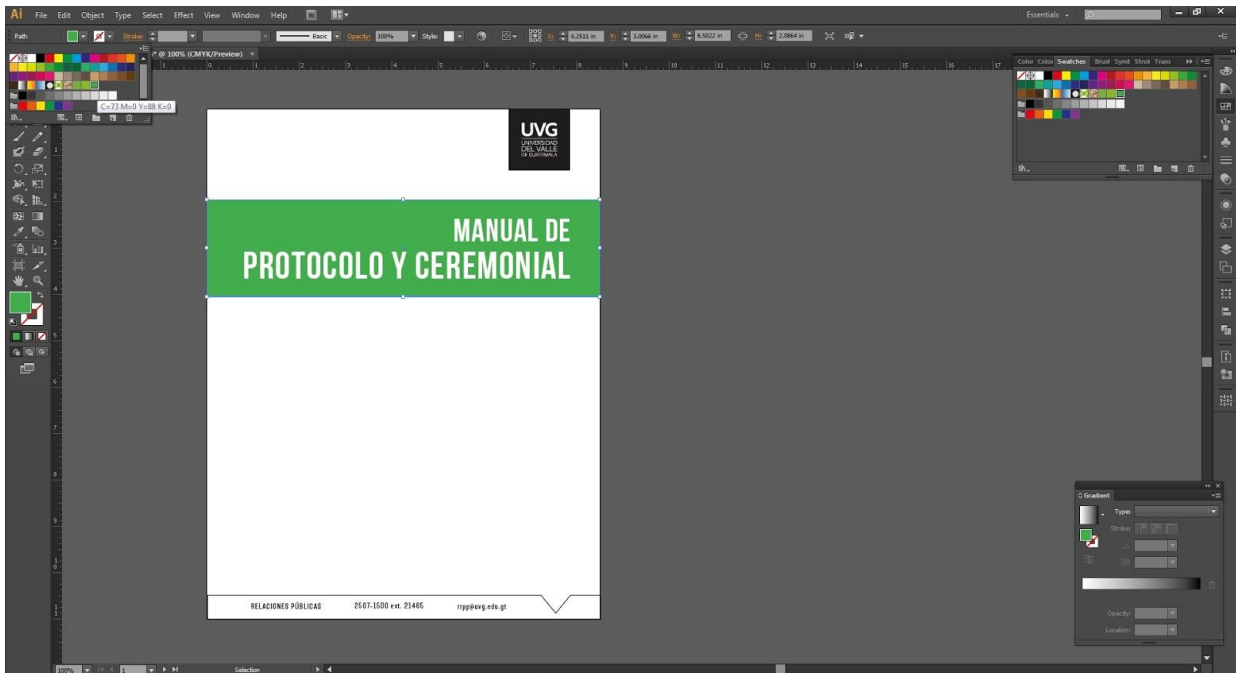
Se agregan los datos del cliente en la parte inferior en un rectángulo gris oscuro



**Propuesta Portada No. 2.** No incluye cuadro verde limón con clasificación de temas.



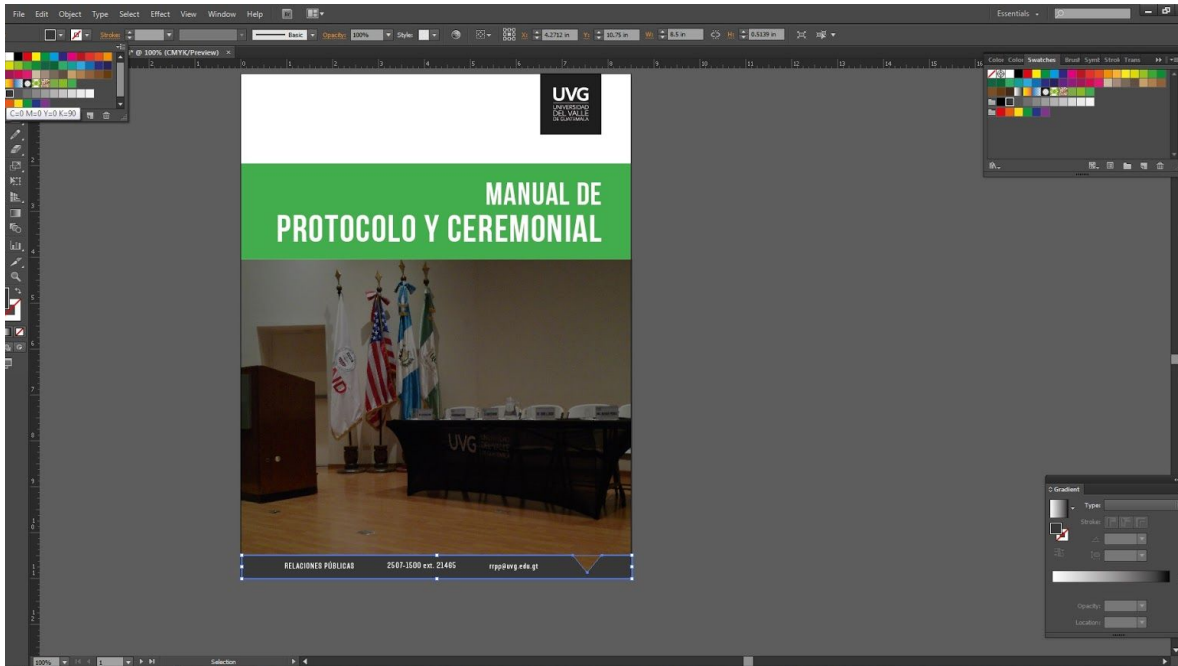
## Aplicación de logotipo institucional y paleta cromática institucional en elementos gráficos



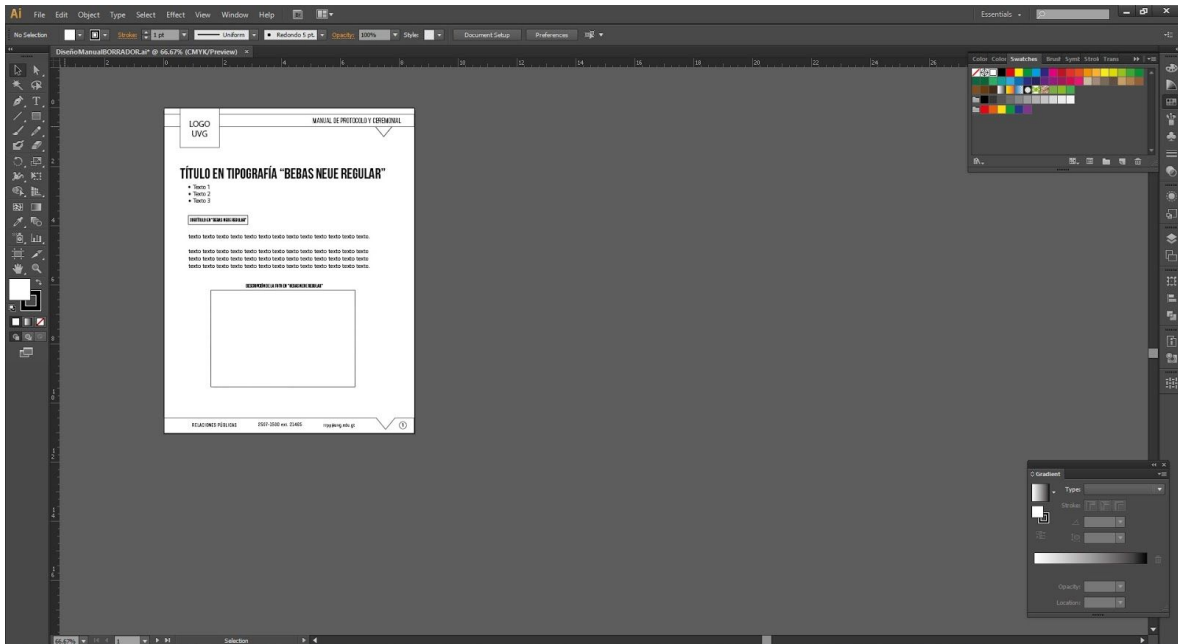
## Colocación de foto de evento real y una capa oscura para oscurecer la imagen



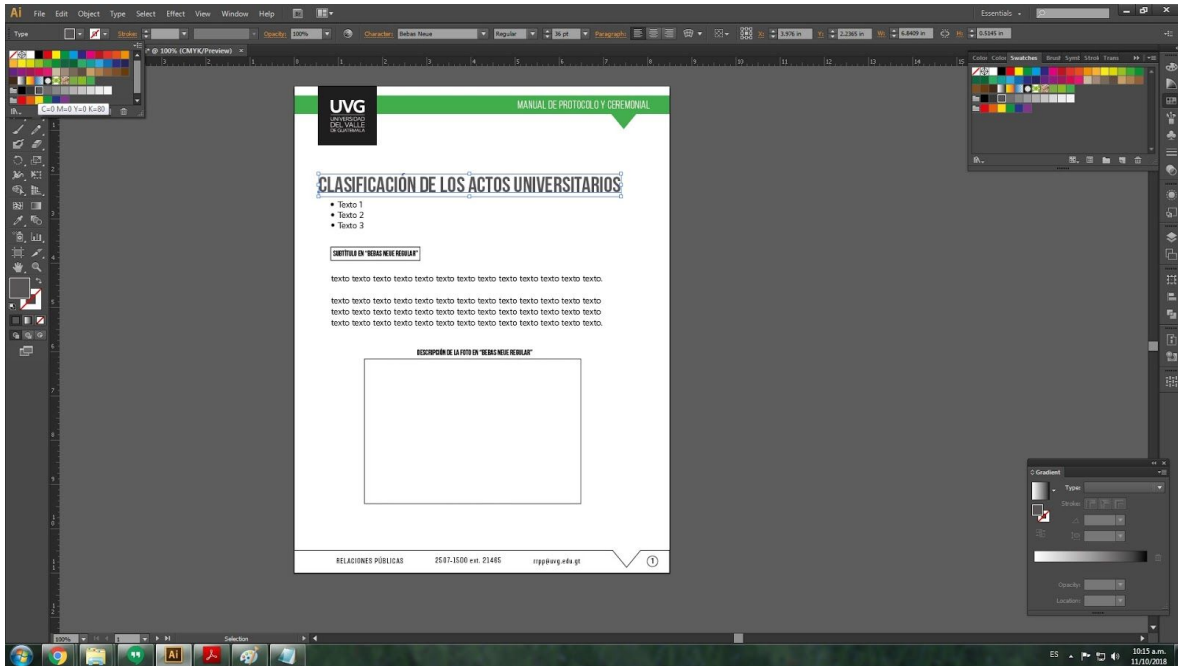
Se agregan los datos del cliente en la parte inferior en un rectángulo gris oscuro



## Propuesta página interna



Aplicación de logotipo institucional y de un rectángulo verde en la parte superior con el título de manual, que irá en todas las páginas internas.



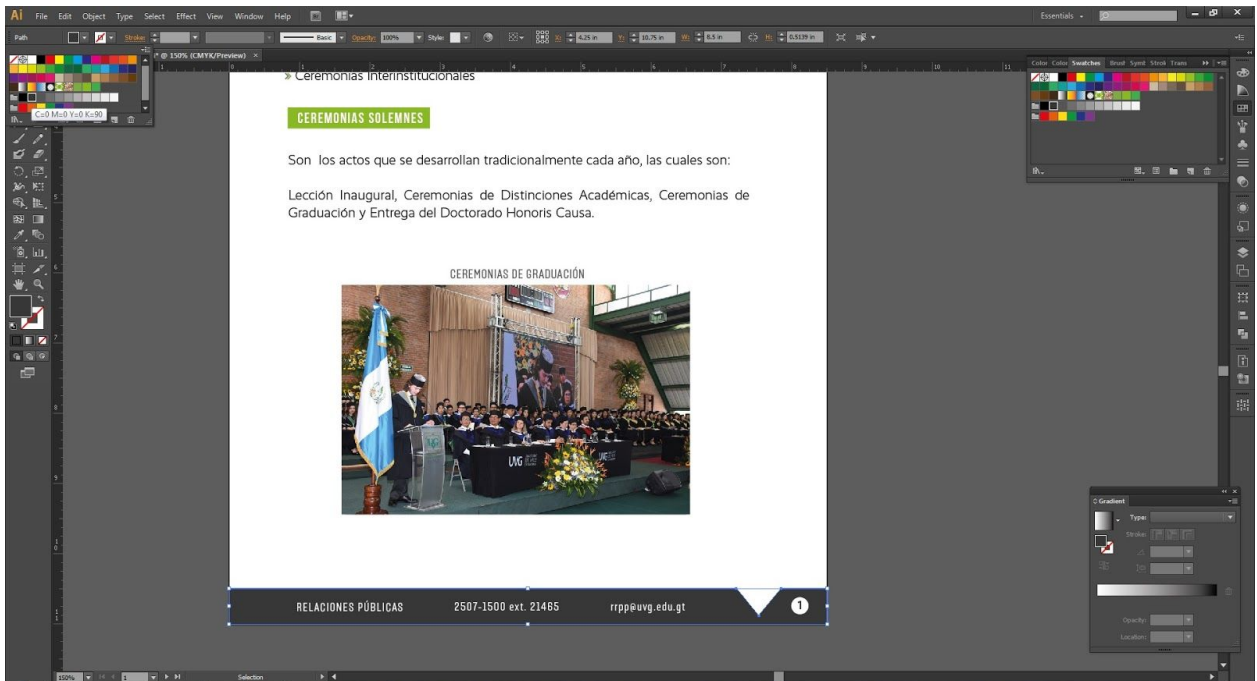
Se agrega el título y parte del contenido



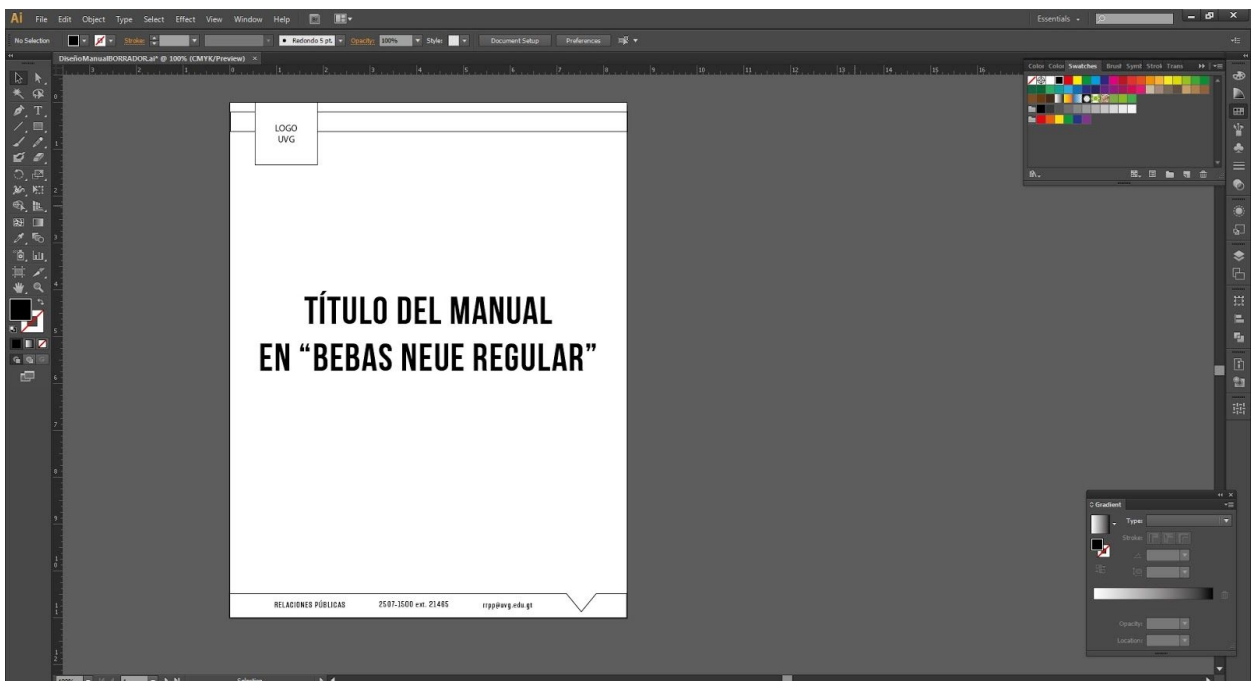




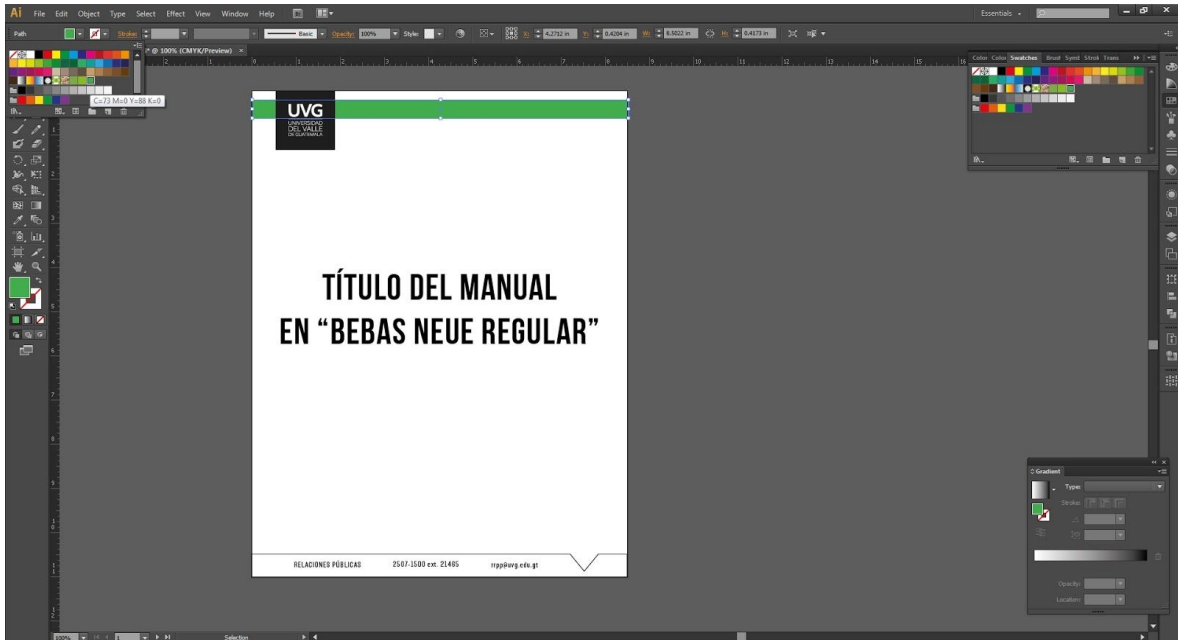
Se agregan los datos del cliente en la parte inferior en un rectángulo gris oscuro



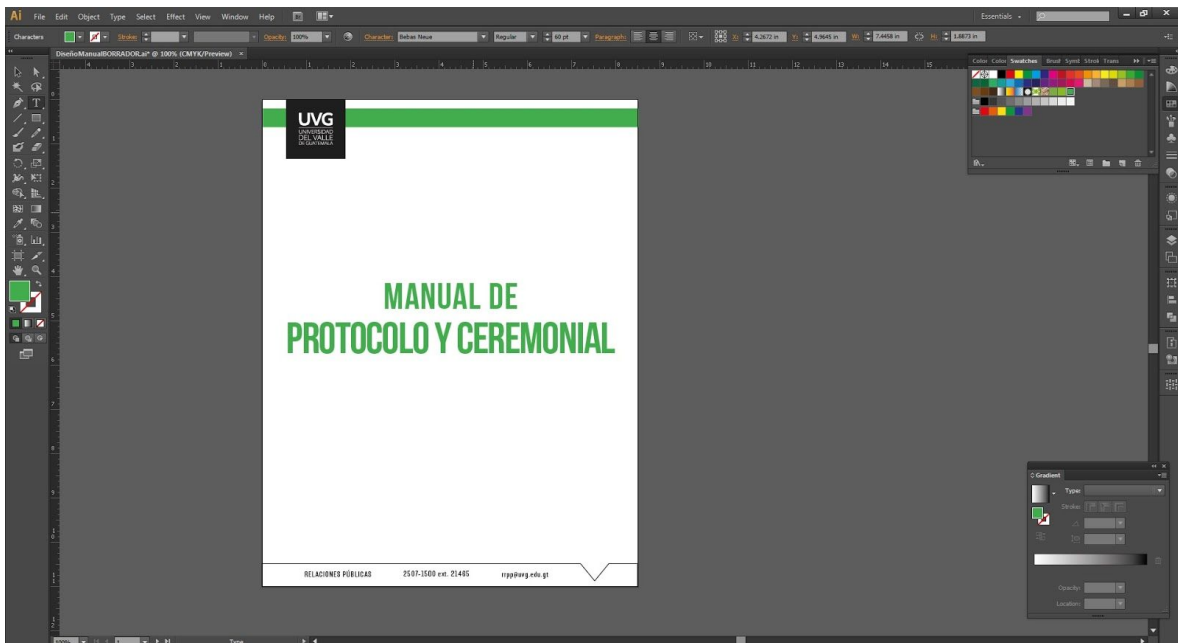
## Propuesta de Contraportada



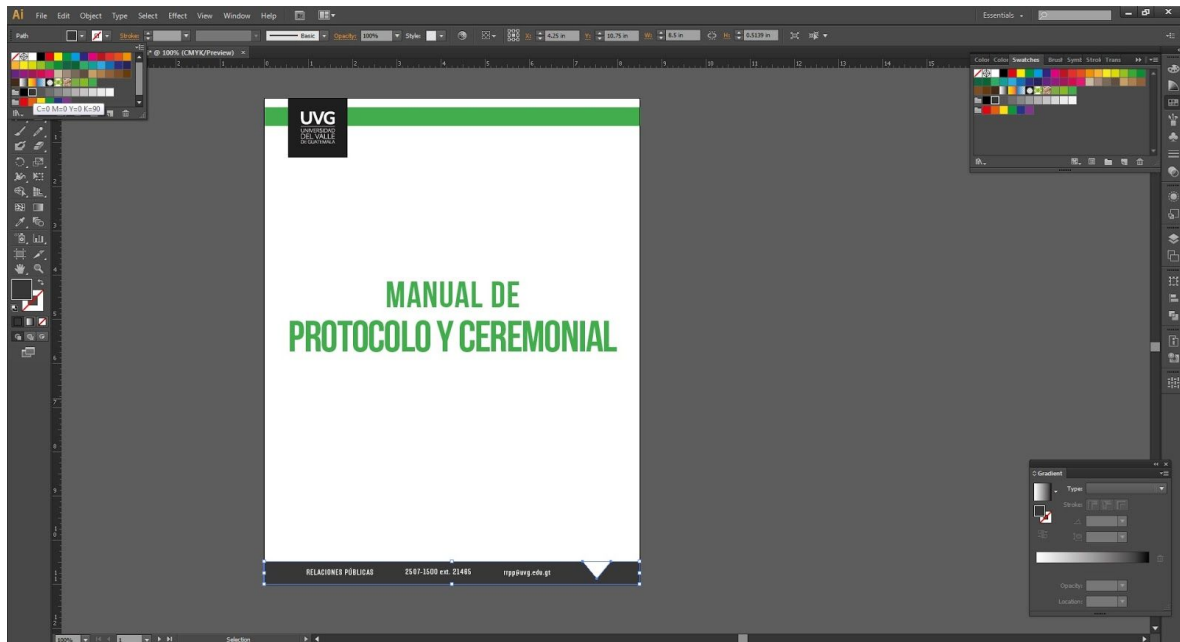
Aplicación de logotipo institucional y de un rectángulo verde en la parte superior sin texto



Se agrega el título en color verde y tipografía oficial



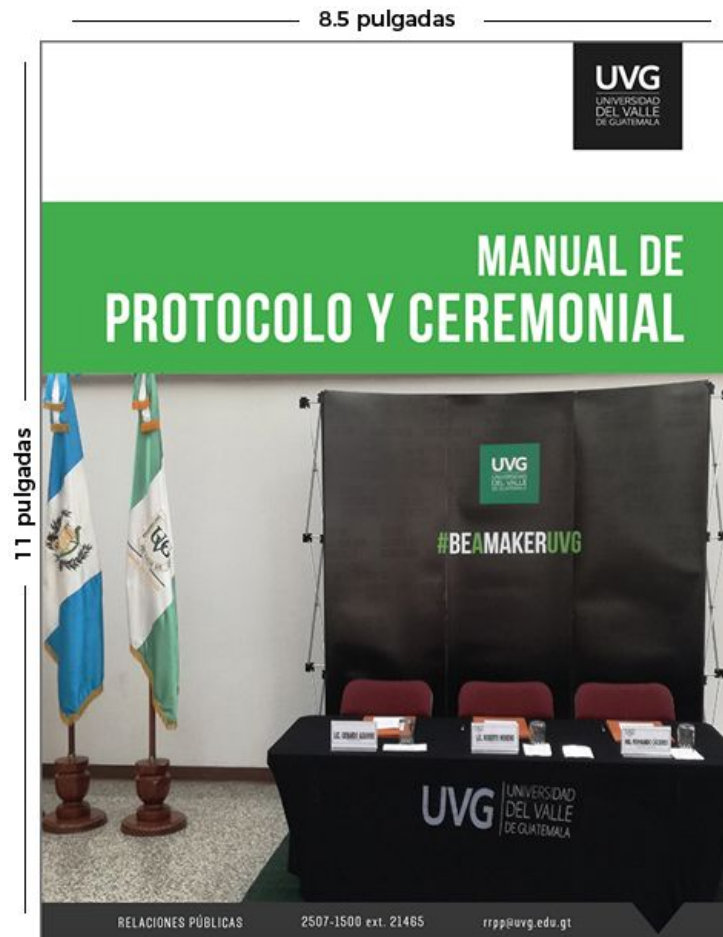
Se agregan los datos del cliente en la parte inferior en un rectángulo gris oscuro



## 7.4 Propuesta preliminar

A continuación se presenta la propuesta digital de la propuesta No. 2, que fue aprobada por el cliente.

### Propuesta de portada aprobada



**Logotipo:** versión autorizada en esquina superior derecha

**Tipografía:** *Título:* Bebas Neue en Regular y Bold. *Contacto:* Solid Condensed

**Fotografía:** Imagen proporcionada por el cliente, evento real de la institución

**Paleta cromática institucional:**



## Propuesta de página interna aprobada



**Logotipo:** versión autorizada en esquina superior izquierda

**Tamaño del documento:** carta (8.5 x 11 pulgadas)

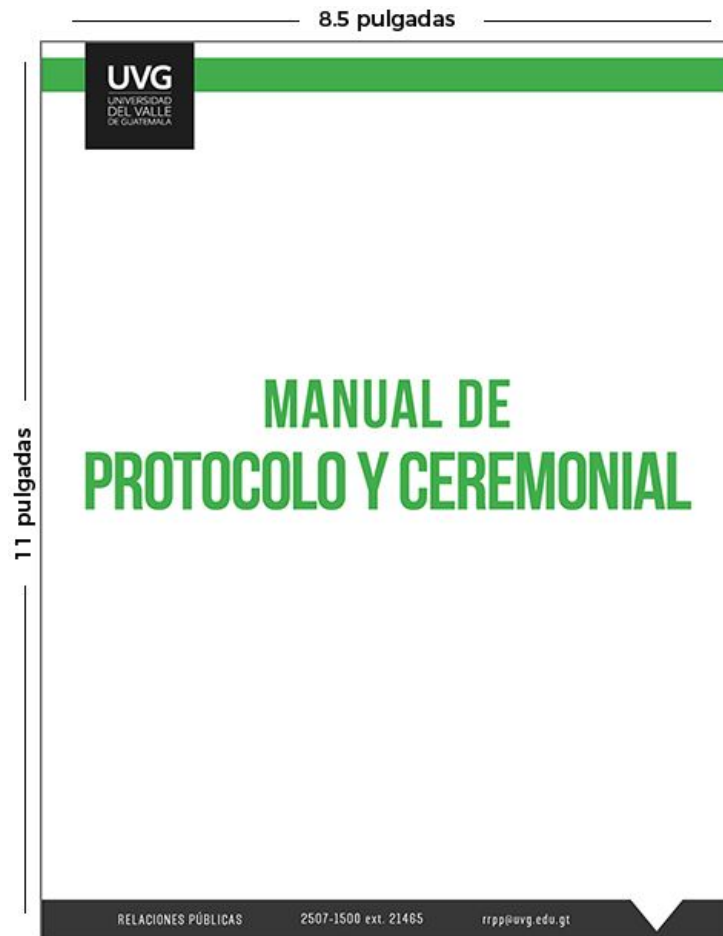
**Tipografía:** *Título:* Bebas Neue en Regular y Bold. *Contacto:* Solid Condensed  
*Contenido:* Realistic

**Fotografía:** Imágenes proporcionadas por el cliente, evento real de la institución

**Paleta cromática institucional:**



## Propuesta de contraportada aprobada



**Logotipo:** versión autorizada en esquina superior izquierda

**Tamaño del documento:** carta (8.5 x 11 pulgadas)

**Tipografía:** *Título:* Bebas Neue en Regular y Bold. *Contacto:* Solid Condensed

**Paleta cromática institucional:**



## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Al finalizar la propuesta preliminar del diseño de manual digital de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle de Guatemala, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ella se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

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

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a ocho (8) personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (6) expertos en el área de comunicación y diseño.



## 8.1 Población y muestreo

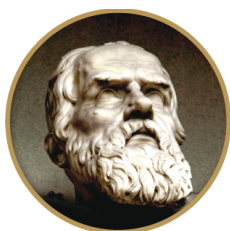
Las encuestas se realizaron a una muestra de 16 personas, divididas en tres grupos:

Cientes: Departamento de Relaciones Públicas: Rodrigo Valdés y Clarissa Rivera

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y organización de eventos. Ivy Contreras, Elba Mazariegos, Salvador Lorenzana, Manuel Arredondo, Lenin Marroquín y Gerber Barillas.

Grupo objetivo: Personal de la institución encargados de organizar eventos en su área de trabajo. Ligia Córdón, Claudia Godínez, Ana Lucía Orellana, Fernanda Samayoa, Edna Méndez, Patricia Muñoz, Alejandra Orellana y Olga Castellanos.

### 8.1.1 Encuesta de Validación



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

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

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

#### Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de manual de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle

---

**Antecedentes:**

La Universidad Del Valle de Guatemala fue creada el año 1966 por la Asociación del Colegio Americano de Guatemala (CAG) y actualmente se dedica a la educación superior aplicando técnicas pedagógicas modernas que garantizan alta calidad educativa con elevados criterios cívicos y éticos.

Al visitar la Universidad Del Valle de Guatemala observar que no cuenta con un manual de protocolo y ceremonia para alinear sus eventos. Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un manual de protocolo y ceremonial para dicha institución.

El objetivo de este proyecto, es diseñar un manual de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad del Valle de Guatemala.

**Instrucciones:**

Con base a lo anterior, observe la propuesta de portada, contraportada y página interior y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Semiológica:

1. ¿Considera adecuados a la Universidad Del Valle de Guatemala los colores propuestos en el diseño?

Muy adecuada \_\_\_ Poco adecuada \_\_\_ Nada adecuada \_\_\_

2. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada para el grupo objetivo de este proyecto, empleados que tienen a su cargo la organización de un evento en su área de trabajo?

Muy adecuada \_\_\_ Poco adecuada \_\_\_ Nada adecuada \_\_\_

3. ¿Las fotografías de la propuesta gráfica logran transmitirle el mensaje?

Muy comprensibles \_\_\_ Poco comprensibles \_\_\_ Nada comprensibles \_\_\_

Parte Operativa:

4. Considera que la tipografía utilizada en el diseño es de forma:

Muy legible \_\_\_ Poco legible \_\_\_ Nada legible \_\_\_

5. ¿Cree visible los elementos gráficos utilizados en la propuesta gráfica presentada?

Muy visible \_\_\_ Poco visible \_\_\_ Nada visible \_\_\_

6. Según su criterio ¿El tamaño físico de la propuesta es ideal para ser transportado, ver en dispositivos móviles u otro?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

---

---

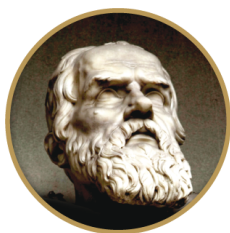
Ver encuesta en anexo #4

## **8.2 Método e instrumentos**

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

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

### 8.2.1. Modelo de la encuesta



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

(FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

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

#### Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de manual de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle

---

#### Antecedentes:

La Universidad Del Valle de Guatemala fue creada el año 1966 por la Asociación del Colegio Americano de Guatemala (CAG) y actualmente se dedica a la educación superior aplicando técnicas pedagógicas modernas que garantizan alta calidad educativa con elevados criterios cívicos y éticos.

Al visitar la Universidad Del Valle de Guatemala observar que no cuenta con un manual de protocolo y ceremonia para alinear sus eventos. Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un manual de protocolo y ceremonial para dicha institución.

El objetivo de este proyecto, es diseñar un manual de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad del Valle de Guatemala.

#### Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta de portada, contraportada y página interior y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

#### Parte Semiológica:

1. ¿Considera adecuados a la Universidad Del Valle de Guatemala los colores propuestos en el diseño?

Muy adecuada \_\_\_ Poco adecuada \_\_\_ Nada adecuada \_\_\_

2. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada para el grupo objetivo de este proyecto, empleados que tienen a su cargo la organización de un evento en su área de trabajo?

Muy adecuada \_\_\_ Poco adecuada \_\_\_ Nada adecuada \_\_\_

3. ¿Las fotografías de la propuesta gráfica logran transmitirle el mensaje?

Muy comprensibles \_\_\_ Poco comprensibles \_\_\_ Nada comprensibles \_\_\_

Parte Operativa:

4. Considera que la tipografía utilizada en el diseño es de forma:

Muy legible \_\_\_ Poco legible \_\_\_ Nada legible \_\_\_

5. ¿Cree visible los elementos gráficos utilizados en la propuesta gráfica presentada?

Muy visible \_\_\_ Poco visible \_\_\_ Nada visible \_\_\_

6. Según su criterio ¿El tamaño físico de la propuesta es ideal para ser transportado, ver en dispositivos móviles u otro?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

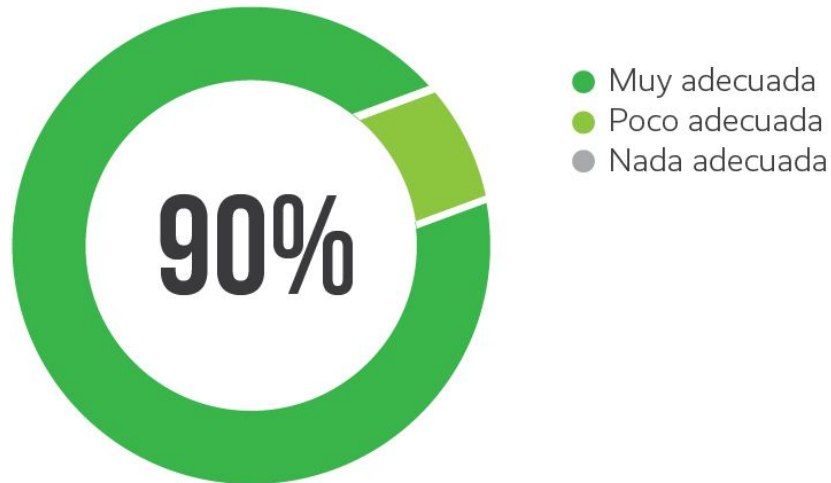
---

---

### 8.3. Resultados e interpretación de resultados

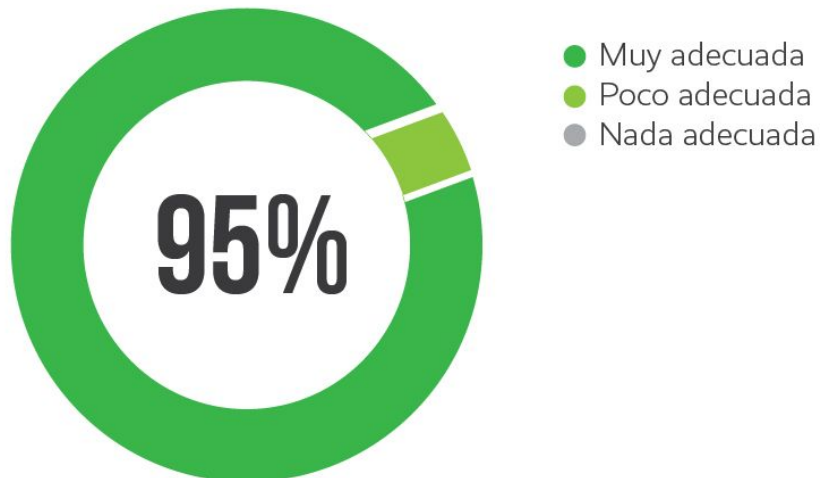
#### Parte Semiológica:

1. ¿Considera adecuados a la Universidad Del Valle de Guatemala los colores propuestos en el diseño?



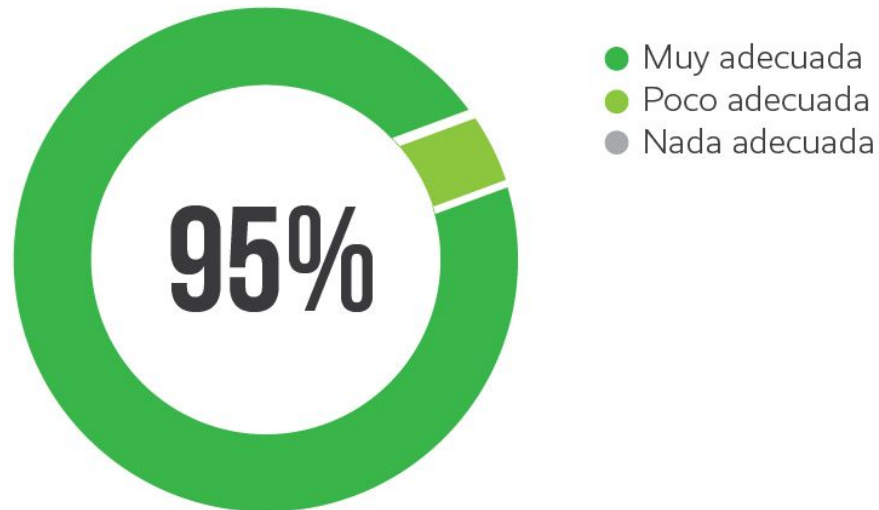
*Interpretación:* El 90% de los encuestados indicó que los colores eran muy adecuados en todo el contenido del manual. Por consiguiente, demuestra que a aplicación de la semiología en el diseño tuvo un resultado exitoso.

2. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada para el grupo objetivo de este proyecto, empleados que tienen a su cargo la organización de un evento en su área de trabajo?



*Interpretación:* El 95% de los encuestados indicó que la tipografía utilizada en el diseño del manual, era muy adecuada. Por consiguiente, demuestra que al utilizar la tipografía institucional el grupo objetivo se iba a sentir identificado.

3. ¿Las fotografías de la propuesta gráfica logran transmitirle el mensaje?



*Interpretación: El 95% de los encuestados indicó que el diseño gráfico del manual es muy adecuado para la institución. Por consiguiente, el uso de la línea gráfica institucional transmite el mensaje esperado.*

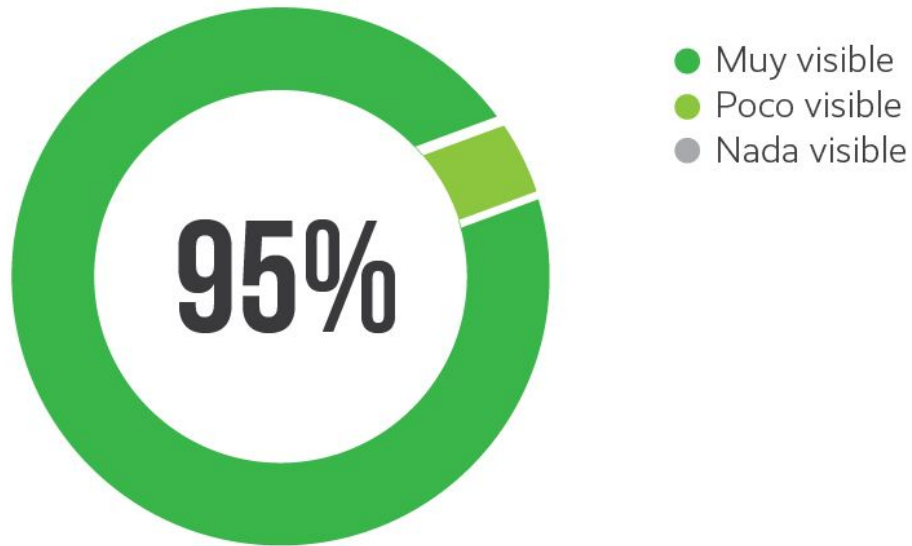
Parte Operativa:

4. Considera que la tipografía utilizada en el diseño es de forma:



*No hubo respuestas negativas a la pregunta (0%).*

5. ¿Cree visible los elementos gráficos utilizados en la propuesta gráfica presentada?



*Interpretación: El 95% de los encuestados indicó que los elementos gráficos utilizados en el diseño del manual, son muy adecuados en la propuesta gráfica presentada. Por consiguiente, los elementos gráficos transmiten el mensaje esperado.*

6. Según su criterio ¿El tamaño físico de la propuesta es ideal para ser transportado, ver en dispositivos móviles u otro?



*No hubo respuestas negativas a la pregunta (0%).*



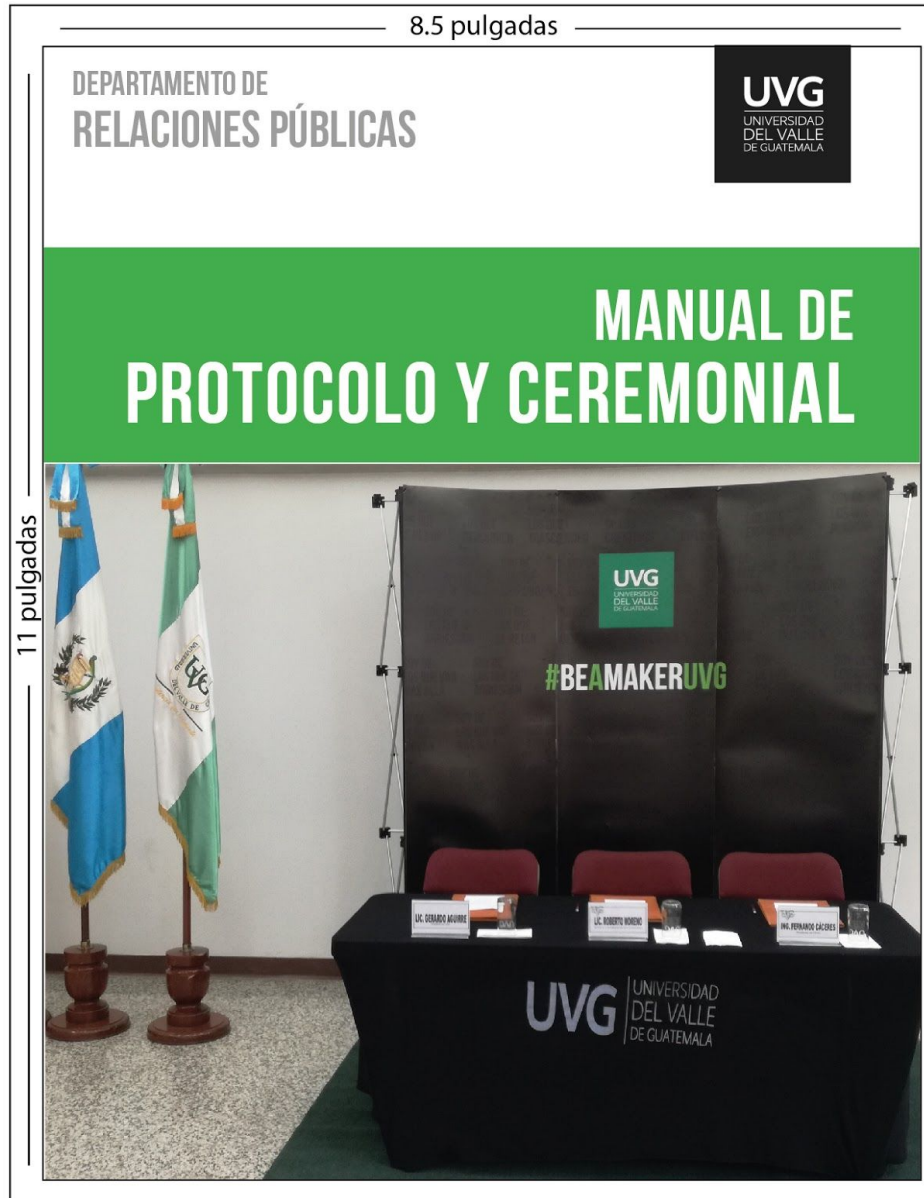
#### **8.4. Cambios en base a los resultados**

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Se sugirió cambiar la fotografía por una que tuviera únicamente banderas de Guatemala y UVG y no una donde aparecen banderas de instituciones invitadas.
- En la portada, se sugirió colocar el nombre del departamento para que resalte y dejar lo demás datos únicamente para las páginas internas.

## Capítulo IX Propuesta gráfica final

### Propuesta final de la portada



## Propuesta final de página interior

8.5 pulgadas

11 pulgadas

**UVG**  
UNIVERSIDAD  
DEL VALLE  
DE GUATEMALA

MANUAL DE PROTOCOLO Y CEREMONIAL

## CLASIFICACIÓN DE LOS ACTOS UNIVERSITARIOS

- » Ceremonias Solemnes
- » Ceremonias Institucionales
- » Ceremonias Interinstitucionales

**CEREMONIAS SOLEMNES**

Son los actos que se desarrollan tradicionalmente cada año, por ejemplo:

Lección Inaugural, Ceremonias de Distinciones Académicas, Ceremonias de Graduación y Entrega del Doctorado Honoris Causa.

CEREMONIAS DE GRADUACIÓN



DOCTORADO HONORIS CAUSA



RELACIONES PÚBLICAS 2507-1500 ext. 21465 rrp@uvg.edu.gt 1

## Páginas interiores que componen el manual

### Página 0. Índice. Dimensiones 8.5x11 pulgadas

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| Clasificación de los actos universitarios ..... | 1  |
| Ceremonias Solemnes .....                       | 1  |
| Ceremonias Institucionales .....                | 2  |
| Ceremonias Interinstitucionales .....           | 3  |
| Organización y Logística .....                  | 4  |
| Convocatoria interna o externa .....            | 5  |
| Arreglos del lugar .....                        | 5  |
| Requerimiento audiovisual .....                 | 6  |
| Parqueo .....                                   | 6  |
| Cobertura .....                                 | 6  |
| Protocolo .....                                 | 7  |
| Colocación de personas en mesa principal .....  | 7  |
| Orden de precedencia .....                      | 8  |
| Programa básico de ceremonias .....             | 12 |
| Lección Inaugural .....                         | 12 |
| Distinciones Académicas .....                   | 13 |
| Menciones Académicas .....                      | 14 |
| Actos de Graduación .....                       | 15 |
| Firmas de Convenios .....                       | 16 |
| Vocativos .....                                 | 17 |
| Ubicación de banderas .....                     | 19 |
| Maestro(a) de Ceremonias .....                  | 20 |

## CLASIFICACIÓN DE LOS ACTOS UNIVERSITARIOS

- » Ceremonias Solemnes
- » Ceremonias Institucionales
- » Ceremonias Interinstitucionales

### CEREMONIAS SOLEMNES

Son los actos que se desarrollan tradicionalmente cada año, las cuales son:

Lección Inaugural, Ceremonias de Distinciones Académicas, Ceremonias de Graduación y Entrega del Doctorado Honoris Causa.

#### CEREMONIAS DE GRADUACIÓN



### CEREMONIAS INSTITUCIONALES

Se refiere a eventos que involucran a toda la comunidad universitaria con instituciones externas y que se requieren de ciertas formalidades.

Podrían ser organizadas por unidades involucradas, por ejemplo:

Ceremonias de inauguración, entrega de becas, entrega de reconocimientos, presentación de libros, entre otros.

INAUGURACIÓN MAKERSPACE D-HIVE



### CEREMONIAS INTERINSTITUCIONALES

Son actividades que involucran a dos o más instituciones con el propósito de mantener y crear vínculos, la unidad organizativa es la Coordinación de Internacionalización, Rectoría y Decanatura o Unidad que gestione la actividad, entre ellas:

Firma de convenios o acuerdos, entrega de donaciones y visitas protocolares.

ENTREGA DE CARTAS DE ENTENDIMIENTO CON 7 INSTITUCIONES



## ORGANIZACIÓN Y LOGÍSTICA

Para la ejecución de un evento, previamente deberá tomarse en cuenta la fecha y hora de su realización, considerando los siguientes factores:

- ✓ Planificar en un plazo prudente, que permita cumplir con los procesos establecidos (2 meses mínimo, dependiendo de la complejidad del evento).
- ✓ Duplicidad de actividades en la misma fecha o en fechas próximas.
- ✓ La reserva oportuna de los espacios físicos, estacionamientos, equipo y mobiliario a utilizar.
- ✓ Consulta de disponibilidad de tiempo de la autoridad invitada, ya sea externa o interna, particularmente si se desea que haga uso de la palabra.
- ✓ Verificar la agenda de la autoridad máxima de la Universidad, Rector o Vicerrectores, cuya participación se estime sea obligatoria, necesaria o conveniente.



Una vez fijada la fecha, lugar y hora, el departamento encargado de dicha actividad, le corresponderá las siguientes responsabilidades:

### CONVOCATORIA INTERNA O EXTERNA

- ✓ Determinar el listado de invitados internos y externos.
- ✓ En caso de invitar a autoridades de gobierno (Presidente de la República, Ministros, Diputados, etc.) la invitación deberá ser suscrita por el Rector.
- ✓ El tiempo de envío de una invitación será de 15 días hábiles como mínimo, con el servicio de mensajería externo contratado por Dirección Administrativa.
- ✓ Confirmar participación de autoridades participantes.

### ARREGLOS DEL LUGAR

- ✓ Reserva de salón, auditorio o plaza para el evento.
- ✓ Los auditorios cuentan con: butacas, podio de madera, banderas de Guatemala y UVG. En caso el evento sea en algún salón o plaza, es necesario solicitar a Mantenimiento sillas para el público, tarima, podio y banderas.
- ✓ Si cuenta con el presupuesto, comprar dos o tres jardineras para el escenario o bien, solicitar a Mantenimiento arecas para decorar (sin costo).

## REQUERIMIENTO AUDIOVISUAL

- ✓ Los auditorios cuentan con: pantalla y proyector. En caso el evento sea en algún salón o plaza, es necesario solicitar:
  - » Micrófono para podio
  - » Micrófono inalámbrico
  - » Bocinas
  - » Proyector y pantalla
  - » Laptop

## PARQUEO

- ✓ Cuando el evento tendrá la presencia de invitados externos, es importante solicitar con por lo menos, 1 - 2 semanas parqueo en garita #8 o #9, de 1 a 20 parqueos. Cuando el evento es abierto al público se sugiere solicitar parqueo en garita #1, de 21 parqueos en adelante.
- ✓ Miembros de la Fundación y Consejo Directivo tiene acceso a la garita #8 sin previo aviso.

## COBERTURA

- ✓ Solicitar cobertura fotográfica y de video (si el evento lo requiere)
- ✓ Solicitar cobertura de RRSS

## PROTOCOLO

Es importante conocer sobre listados de autoridades, ordenen de banderas y criterios de precedencia en la organización de un evento, ya que ayudan a que nuestro evento tenga un desenvolvimiento exitoso.

El departamento de Relaciones Públicas apoya en la elaboración de protocolos, maestro de ceremonias, orden de banderas, colocación de mesa principal y personal de apoyo.

Cuando hay mesa principal en el escenario se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- » Manteles y acrílicos con nombre de autoridades participantes
- » Astas, bases y banderas
- » Vasos de vidrio, servilletas y pichel de agua

Dependiendo la magnitud del evento, se puede solicitar cobertura de medios. Se debe elaborar una nota de prensa 10 días previos al evento. El departamento de Relaciones Públicas apoya con el contacto con periodistas.

Otros requerimientos importantes son:

- » Contar con personal de apoyo para atender la recepción y ubicación de los invitados
- » Definir catering (coffee break, brunch, refacción, vino de honor, etc)
- » Rollups, mantas, mupies, etc

## COLOCACIÓN DE PERSONAS EN MESA PRINCIPAL

### ORDEN DE PRECEDENCIA

Es la ubicación que le corresponde a una autoridad o personalidad nacional o extranjera, de acuerdo a su cargo, en los distintos actos o ceremonias. Uno de los fines esenciales del protocolo es el establecimiento de normas de precedencia, que contribuyan a desarrollar la consideración y la deferencia que las personas merecen en su trato recíproco.

Es importante precisar que el ceremonial no jerarquiza, sólo las reconoce. Debido a que la costumbre atribuye a determinados lugares una importancia distinta, es necesario que ellos se distribuyan según sea la mayor o menor jerarquía de las personas que asisten a un evento, de este modo, se evitan inconvenientes o incidentes.

#### SOCIAL

- » Por género
- » Por edad
- » Por influencia moral en la comunidad

#### EMPRESARIAL

- » Conforme al organigrama administrativo

#### DE GOBIERNO LOCAL

- » Conforme el organigrama general del estado

#### DIPLOMÁTICA

- » Por antigüedad en el cargo
- » Por la fecha de toma de posesión

## COLOCACIÓN DE PERSONAS EN MESA PRINCIPAL

### ORDEN DE PRECEDENCIA

El lugar más importante es el centro, el segundo es la derecha de éste (izquierda del espectador), el tercero a la izquierda del centro y así sucesivamente, alternándose de derecha a izquierda.

### Ubicación de dos personas



El anfitrión siempre al centro

## COLOCACIÓN DE PERSONAS EN MESA PRINCIPAL

### ORDEN DE PRECEDENCIA

Si asisten solamente autoridades y miembros de la Comunidad UVG, el orden de precedencia se establecerá de acuerdo al organigrama interno, que será la siguiente:

1. Rector
2. Fundación de la Universidad
3. Vicerrectora Académica
4. Vicerrector Administrativo
5. Vicerrectora de Investigación y Vinculación
6. Consejo Directivo
7. Consejo Académico
8. Directores de departamento

### Consideraciones

Los invitados que hayan confirmado su asistencia a una ceremonia, se ubicarán de acuerdo al orden de precedencia y presidida por el Rector o quien lo represente y la máxima autoridad de la unidad organizadora.

Al asistir dos personas con el mismo cargo, la precedencia estará dada por su antigüedad.

Si asisten autoridades públicas, deben sentarse a la derecha del Rector o la máxima autoridad en representación de la Universidad del Valle y a la izquierda del Rector, la siguiente en autoridad de la Universidad.

De esta forma, la autoridad que preside el acto quedará ubicada en el centro de la fila.

## COLOCACIÓN DE PERSONAS EN MESA PRINCIPAL

### ORDEN DE PRECEDENCIA

#### **Ubicación de los invitados según el carácter de la ceremonia**

En ceremonias como firma de convenios o entrega de donaciones, los máximos representantes de las instituciones serán ubicados en la mesa principal, quedando el invitado principal a la derecha del Rector. Si fueran tres los firmantes, el Rector se ubicará al centro.

En las ceremonias donde concurra alguna autoridad de gobierno, acompañado de su esposa, ella se ubicará en la primera fila y se deberá asignar una persona para que la acompañe al inicio y al final del evento. Eso también aplica para aquellas personas que acompañen a dicha autoridad.

En ceremonias como firma de convenios o entrega de donaciones, los máximos representantes de las instituciones serán ubicados en la mesa principal, quedando el invitado principal a la derecha del Rector. Si fueran tres los firmantes, el Rector se ubicará al centro.

En las ceremonias donde concurra alguna autoridad de gobierno, acompañado de su esposa, ella se ubicará en la primera fila y se deberá asignar una persona para que la acompañe al inicio y al final del evento. Eso también aplica para aquellas personas que acompañen a dicha autoridad.

## PROGRAMA BÁSICO DE CEREMONIAS

### LECCIÓN INAUGURAL

- » Himno Nacional
- » Mensaje de Bienvenida, Rector  
Presentación de invitado especial (se acostumbra que la hace la persona que lo invita, es quien tiene relación con el tema de la conferencia)
- » Lección Inaugural (por invitado especial)
- » Cierre (cóctel o vino de honor)

#### Invitados

- » Autoridades UVG
- » Fiduciarios
- » Doctores Honoris Causa
- » Colegios Semilleros
- » Medios
- » Embajadas y Gobierno
- » Universidades (Rectores y vicerrectores)
- » Organizaciones y Fundaciones amigas
- » Juntas Directivas CAS y CAG

Envío de invitación por Comunidad UVG, RRSS y física



Lección Inaugural 2017, Hiroshi Amano Nagoya, Auditorio CAG



**DISTINCIONES ACADÉMICAS**

- » Himno Nacional
- » Mensaje de Bienvenida, Rector
- » Entrega de diplomas de Distinciones Académicas
- » Entrega de diplomas de Honor al Mérito
- » Cierre

**Invitados**

- » Autoridades UVG
- » Fiduciarios
- » Universidades (Rectores y vicerrectores)

Invitación física a invitados, estudiantes y familiares



Distinciones Académicas 2018, Estudiantes Honor al Mérito, Gimnasio CAG

**MENCIONES ACADÉMICAS**

- » Himno Nacional
- » Mensaje de Bienvenida, Decano
- » Entrega de diplomas
- » Cierre
- » Refrigerio

**Invitados**

- » Autoridades UVG
- » Fiduciarios

Invitación por email al estudiante y Autoridades UVG



Menciones Académicas Facultad de Ingeniería 2018, Auditorio I-100

**ACTOS DE GRADUACIÓN**

- » Himno Nacional
- » Mensaje de Bienvenida, Rector
- » Orador invitado
- » Imposición de birretes
- » Estudiante orador
- » Cierre

**Invitados**

- » Autoridades UVG
- » Fiduciarios
- » Doctores Honoris Causa
- » Universidades

Invitación física a invitados, estudiantes y familiares



Actos de Graduación 2018, Gimnasio CAG

**FIRMA DE CONVENIOS**

- » Palabras del Rector
- » Palabras del representante de la(s) otra(s) institución(es)
- » Firma del Convenio
- » Fotos oficiales
- » Refrigerio

**Invitados**

- » Autoridades UVG
- » Fiduciarios
- » Representantes de instituciones participantes

Envío por email a autoridades UVG e instituciones participantes



Firma de Convenio CDAG y COG, 2018 Vestíbulo I-201

## VOCATIVOS

Es la ubicación que le corresponde a una autoridad o personalidad nacional o extranjera, de acuerdo a su cargo, en los distintos actos o ceremonias. Uno de los fines esenciales del protocolo es el establecimiento de normas de precedencia, que contribuyan a desarrollar la consideración y la deferencia que las personas merecen en su trato recíproco.

Es importante precisar que el ceremonial no jerarquiza, sólo las reconoce. Debido a que la costumbre atribuye a determinados lugares una importancia distinta, es necesario que ellos se distribuyan según sea la mayor o menor jerarquía de las personas que asisten a un evento, de este modo, se evitan inconvenientes o incidentes.

Para su aplicación en los actos universitarios, deberá observarse lo siguiente:

En los discursos deberá mencionarse, a su inicio, como vocativo, a un número restringido de las autoridades presentes, mientras más extensa es la nómina de vocativo es más excluyente. No es procedente agregar el nombre y apellido de la autoridad mencionada. Cabe dirigirse a grupos colectivos de personas, por ejemplo: Miembros del Consejo Directivo y Académico, Miembros de la Fundación de la Universidad. Se menciona únicamente al Señor Rector (sin nombre).

Los vocativos no deben improvisarse, a fin de evitar, caer en omisiones que pueden resultar inexcusables.

Los vocativos son de uso exclusivo del orador, quien los utilizará en el rango de precedencia que corresponda para destacar y retribuir la asistencia de altas autoridades.

En aquellos casos en que determinada autoridad o personalidad tenga más de un cargo, corresponde utilizar siempre el vocativo de más alto rango que sea posible.

## VOCATIVOS

| AUTORIDAD                  | TRATO ESCRITO       | TRATO PERSONAL   |
|----------------------------|---------------------|------------------|
| Presidente de la República | Excelentísimo Señor | Señor Presidente |
| Ministros                  | Excelentísimo Señor | Señor Ministro   |
| Embajadores                | Excelentísimo Señor | Señor Embajador  |
| Alcalde                    | Señor Alcalde       | Señor Alcalde    |

## UBICACIÓN DE BANDERAS

En todos los actos universitarios deberán estar presentes, la bandera nacional y la institucional, la bandera de Guatemala deberá estar a la derecha del orador principal y la institucional, a la izquierda.

En caso que deban emplearse más de dos banderas se debe distinguir si el número de banderas es impar, la bandera de Guatemala ocupará el centro, seguida a su derecha por la institucional y a la izquierda la del país de origen del invitado. La bandera institucional no puede ser de menor tamaño que otras banderas que la acompañan, ni puede quedar izada a menor altura que las demás. Se sugiere que todas las banderas sean de las mismas dimensiones y es obligación que las astas sean de la misma altura y tengan el mismo tope.

Cuando se coloquen banderas de países visitantes, deberá tenerse en cuenta si el conjunto compone un número par o impar. En el primero de los casos se apelará al ordenamiento lineal. (Ver opción par) Se colocará la Bandera Nacional a la derecha (izquierda del público) junto a la bandera institucional y a partir de allí, siempre hacia la izquierda de la Bandera Nacional, por orden alfabético, se ubicarán las banderas extranjeras. (Ver opción impar)

## UBICACIÓN DE BANDERAS

La posición de las banderas puede ser las siguientes:

### Opción impar



FRANCIA - GUATEMALA - UVG

### Opción par



USA - GUATEMALA - INSTITUCIÓN INVITADA - UVG

## MAESTRO(A) DE CEREMONIAS

Es la persona encargada de leer el protocolo quien debe poseer ciertas características tales como:

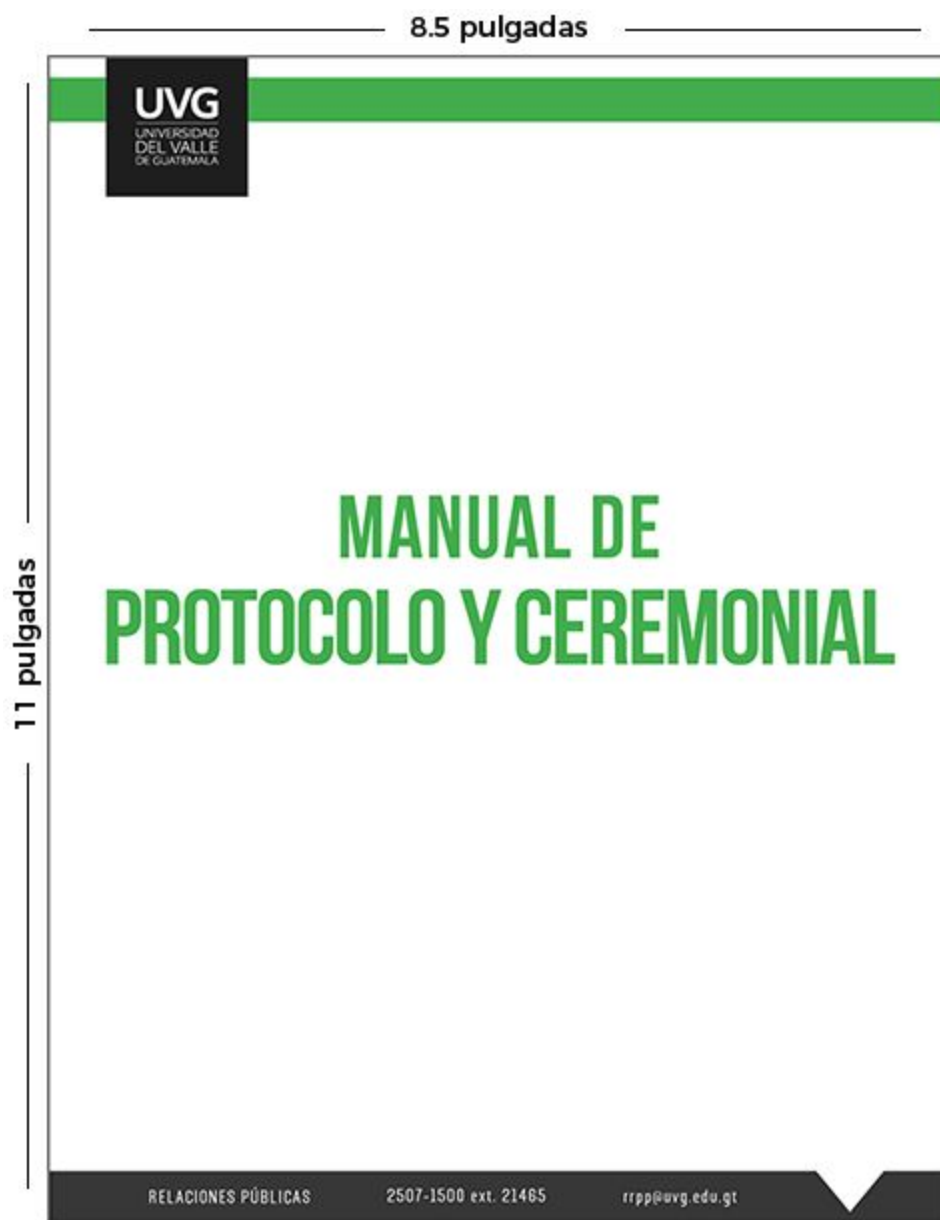
- ✔ Buena pronunciación y dicción
- ✔ Gesticulación acorde
- ✔ Vestimenta adecuada a la ocasión

El rol esencial del Maestro de Ceremonia es presentar a las autoridades que harán uso de la palabra, por lo tanto, no es principal actor. Dentro del aspecto formal, cabe considerar que:

- » Se debe pautar cada acción, movimiento o palabra, hay que evitar las improvisaciones.
- » El protocolo debe estar escrito con mayúscula y debe ser entregado al Maestro de Ceremonia el día anterior de la misma.
- » Antes de la ceremonia hay que revisar la confirmación de autoridades participantes, así se evita nombrar a aquellos que a última hora no asisten.
- » Hay que destinar un espacio físico para el Maestro de Ceremonia, el cual se debe ubicar al frente o a un costado del podio, evitando que sea un elemento distractor para el público.
- » Hay que revisar los micrófonos antes de las ceremonias y contemplar botella de agua para el Maestro de Ceremonias y los oradores de la ceremonia.



**Propuesta final de la contraportada**



## Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de manual de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle de Guatemala, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

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

### 10.1. Plan de costos de elaboración

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

| DESCRIPCIÓN   | SEMANAS | HORAS EMPLEADAS | COSTO         |
|---|---------|-----------------|---------------|
| Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente | 1       | 20              | Q500          |
| Recopilación de información   | 1       | 20              | Q500          |
| Bocetaje  | 1       | 10              | Q250          |
| Digitalización de bocetos y propuesta gráfica   | 2       | 30              | Q750          |
| Costos variables de operación (luz, internet)   |         |                 | Q500          |
| <b>Total de costos de elaboración</b>   |         |                 | <b>Q2,500</b> |

## 10.2. Plan de costos de producción

| DESCRIPCIÓN                           | SEMANAS | HORAS EMPLEADAS | COSTO       |
|---------------------------------------|---------|-----------------|-------------|
| Propuesta gráfica final               | 1       | 20              | Q500        |
| Artes finales del manual              | 1       | 10              | Q250        |
| <b>Total de costos de elaboración</b> |         |                 | <b>Q750</b> |

## 10.3. Plan de costos de reproducción

El proyecto se reproducirá de manera electrónica, se colocará en el repositorio de procesos (sección interna) de la Universidad del Valle de Guatemala, por lo tanto su reproducción no tendrá ningún costo.

## 10.4. Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que será ubicado en el repositorio de procesos (sección interna) de la Universidad del Valle de Guatemala. En esta sección se encuentran ubicados manuales de proceso de distintos temas que sirven de apoyo para los empleados de la institución.

## 10.5. Margen de utilidad

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

Costo total = Q3,250.00

Utilidad 20% = Q650.00

### 10.6. Cuadro con resumen general de costos

| DETALLE                        | TOTAL DE COSTO   |
|--------------------------------|------------------|
| Plan de costos de elaboración  | Q2,500.00        |
| Plan de costos de producción   | Q750.00          |
| Plan de costos de reproducción | Q0.00            |
| Plan de costos de distribución | Q0.00            |
| Margen de utilidad 20%         | Q650.00          |
| <b>Subtotal</b>                | <b>Q3,900.00</b> |
| <b>IVA</b>                     | <b>Q468.00</b>   |
| <b>Total</b>                   | <b>Q4,368.00</b> |

## **Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1. Conclusiones**

- Se diseñó un manual digital de protocolo y ceremonial para alinear eventos, dirigido a los empleados que organizan eventos en la Universidad Del Valle de Guatemala.
- Se investigaron a través del marco teórico, las referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de un manual de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle de Guatemala.
- A través de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para la creación de un manual de protocolo y ceremonial.
- Se fotografiaron eventos para ejemplificar cada tema para que los empleados de la institución comprendan de mejor manera el contenido del manual.
- Se redactó el contenido del manual con base a las normas de protocolo y de la Universidad del Valle de Guatemala.

### **11.2. Recomendaciones**

- Es necesario que el manual digital de protocolo y ceremonial sea utilizado para alinear eventos llevados a cabo en la Universidad Del Valle de Guatemala.
- Se recomienda a la Universidad Del Valle de Guatemala capacitar al personal de la institución para dar a conocer el manual.
- Se recomienda a la Universidad Del Valle de Guatemala subir el manual al repositorio de procesos (<https://www.uvg.edu.gt/procesos>) donde se encuentran alojados manuales de procesos y guías para los empleados de la institución.

## Capítulo XII Conocimiento general

### 12.1. Demostración de conocimientos

La aplicación de la comunicación organizacional fue fundamental desde el inicio de este proyecto debido a que se busca transmitir un mensaje estratégico al grupo objetivo. Si se cuenta con un buen sistema de comunicación, éste da un valor agregado y refleja una buena gestión en la institución.

Después de identificar la necesidad y definir la solución del problema, a través de la técnica “Do It”, se concluyó en diseñar de un manual, el cual con el apoyo de herramientas y de diseño, se transformó de hojas de texto a un manual con un diseño dinámico, elegante e innovador. Al aplicar la semiología de la imagen y psicología del color en el diseño del manual, se analizaron e interpretaron elementos gráficos que se desea transmitir para tener un resultado exitoso con el grupo objetivo.

A través de una serie de propuestas en boceto se formó una idea del diseño del manual el cual fue elaborado digitalmente para la aprobación del cliente. La técnica del bocetaje es una guía que plasma ideas antes de llegar al trabajo que logrará el resultado final.

Un elemento importante en la elaboración del diseño del manual, fue apoyarse en fotografías de los eventos que se llevan a cabo en la Universidad Del Valle de Guatemala. Al colocar una fotografía de referencia, el empleado puede comprender el contenido del manual, por ejemplo: conocimiento del lugar, colocación de banderas, arreglos florales, arreglo del escenario, etc.

## Capítulo XIII Referencias

### 13.1 Bibliografía

- Agüero Chaves, Arturo (1977). Origen y desarrollo de la lingüística. Ciudad Universitaria Rodrigo Facio: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Antezana, Miguel (2005). Apuntes para un comunicador corporativo, Comunicación N° 132. Centro Gumilla, Caracas, Venezuela.
- Barthes, Roland, (1971) Elementos de Semiología. Ed. A. Corazón, Madrid.
- Calvon Serraller, Francisco (2005). Los géneros de la pintura. Taurus, Madrid. ISBN 84-306-0517-7.
- Bernard, J. L. (1985). Hacia un modelo andragógico en el campo de la educación de adultos. revista de andragogía.
- Colin Hayes. Guía Completa de Pintura y Dibujo. Técnica y Materiales. Blume Ediciones.
- Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos. Bolivia: Colección Acosta
- Frascara, Jorge (2000) ¿Qué es el diseño gráfico? 2 Manual de diseño Twemlow, A. Editorial Gustavo Gili.
- Goldman, Eric (1948). Two-Way Street. Bellman Publishing Company. Relaciones Públicas
- Haslam, A. (2013) “Creación, diseño y producción de libros“ Editorial: BLUME ISBN: 9788498011463.
- Heller, Eva (2004). Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Ed. Gustavo Gili.

- James, I. (2009). «Claude Elwood Shannon 30 April 1916 -- 24 February 2001». Biographical Memoirs of Fellows of the Royal Society.
- Johnson, Matthew (junio de 2000). Archaeological Theory. An Introduction (Josep Ballart, trad.) Lectura sobre Cibernética, Barcelona: Editorial Airel, Sociedad Anónima. ISBN 8434466236.
- Lance, Strate (2012) El medio y el mensaje de McLuhan. Revista Infoamérica.
- Martínez, A., y Nosnik, A. (1998) Comunicación Organizacional Práctica. Manual Gerencial. México DF, México: Editorial Trillas.
- McGraw, Kenneth O., Wong, (1992) A common language effect size statistic. S. P. Psychological Bulletin, Vol 111(2)
- Méndez Rubio, Antonio (2004). Perspectivas sobre comunicación. Universidad de Valencia. (84-370-5854-6
- Nielsen, J., (2006) Estudio “F-Shapped Pattern For Reading Web Content”
- Olson, Robert W. ( 1980) The Art of Creative Thinking and published by Perennial Library (ISBN 0-06-097051-0).
- Renfrew, Colin; Bahn, Paul (1998). «Introducción: La Naturaleza y los Propósitos de la Arqueología». Madrid. ISBN 8446002345.
- Sánchez, Uriel (2006: 21-22,44) libro Modelos y Esquemas de Comunicación: algunos acercamientos.
- Shannon, C.E. y Weaver, W (1949). The Mathematical Theory of Communication. University of Illinois
- Swann, A. (1990). Bases del diseño gráfico. Barcelona: Gustavo Gili.



- Wittgenstein, L. (1988), Las Investigaciones filosóficas, "Philoso-phische Untersuchungen", traducción de A. G. Suárez y U. Moulines, en: G. E. M. Anscombe y R. Rhees (eds.), México D.F. UNAM.
  - Zappaterra, Yolanda (2008). Diseño Editorial Periódicos y Revistas (Primera edición). Barcelona, España: Gustavo Gil, SL. ISBN 978-84-252-2148-4.
  - Zhao, Jensen. (2007). Encyclopedia of Business, 2ª ed. De findarticles.com.
- Relaciones Públicas

### 13.2 Biblio web

- Arranz, A. (2017) artículo “Psicología del color: Cómo nos afectan los colores y qué significa cada uno” Recuperado de:  
<https://blog.cognifit.com/es/psicologia-del-color-significado-colores/>
- Brigas Hidalgo, A. (2012). Psicología. Una ciencia con sentido humano. México: Esfinge. Artículo electrónico “Gestalt: Qué es, características, sus leyes y principales aplicaciones” Recuperado de: <https://blog.cognifit.com/es/gestalt/>
- Carson, David, Recuperado de: <http://www.davidcarsondesign.com>
- Chacón, P. (2012) La Andragogía como disciplina propulsora de conocimiento en la educación superior. Centro de Estudios Generales. Universidad Nacional Heredia, Costa Rica, Revista Electrónica Educare Vol. 16, N° 1, [15-26], ISSN 1409-4258. Recuperado de: <http://www.una.ac.cr/educare>
- Comunicación, Sociedad y Cultura, Perfil biográfico y pensamiento @ BDN | Infoamérica, Warren Weaver. Recuperado de:  
<http://www.infoamerica.org/teoria/weaver1.htm>

- Fischhoff, S. (2005) Media Psychology: A Personal Essay in Definition and Purview. Recuperado de:  
<http://www.apa.org/divisions/div46/images/MEDIADEF.pdf>
- Glaser, Milton, Recuperado de: <http://www.miltonglaser.com>
- Gómez de Silva, Guido (1998) Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Española, Editorial S.L. Fondo De Cultura Económica de España ISBN: 9789681655433.
- González Briones, Elena; Bernabeu Morón, Natalia. El periódico. España, 2008, Teorías del recorrido visual. Recuperado de:  
<http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/las-tapas-y-su-recorrido-visual>
- Holmes, Nigel, Recuperado de: [www.nigelholmes.com](http://www.nigelholmes.com)
- Izquierdo, J. L. (2009). Psicología de la imagen, Recuperado de:  
<http://jorge-imagology.blogspot.mx/2009/12/la-palabra-imagologia-parte-de-la-raiz.html>
- Morison, Stanley (1936). First Principles of Typography [Principios fundamentales de la tipografía]. Keepsake of the Columbiad Club (6). Macmillan. Recuperado de:  
<https://books.google.es/books?id=1yYVAAAAIAAJ>
- Milich, G. (2015) Artículo “¿Qué es publicidad? Lo que necesitas saber del concepto” Revista digital Marketing de Contenidos. Recuperado de:  
<https://marketingdecontenidos.com/publicidad/>
- Ostalé García, J. (2010) ¿Semiótica o Semiología? Algo más que una cuestión terminológica, Recuperado de:

[https://www.academia.edu/3154826/\\_Semi%C3%B3tica\\_o\\_Semiolog%C3%ADa\\_Algo\\_m%C3%A1s\\_que\\_una\\_cuesti%C3%B3n\\_terminol%C3%B3gica](https://www.academia.edu/3154826/_Semi%C3%B3tica_o_Semiolog%C3%ADa_Algo_m%C3%A1s_que_una_cuesti%C3%B3n_terminol%C3%B3gica)

- Parra, C. (2016) Artículo “El ADN de las Relaciones Públicas” Revista digital Marketing de Contenidos, Recuperado de:  
<https://marketingdecontenidos.com/relaciones-publicas/>
- Pérez Castillo, Juan Guillermo, (2000), “La aplicación de modelos de comunicación en las organizaciones” en Rebeil Corella María Antonieta y Celia Ruiz Sandoval Reséndiz (Coordinadoras), El poder de la comunicación en las organizaciones. México: Plaza y Valdés editores / Universidad Iberoamericana, (93-124)  
Recuperado de:  
<http://www.ucla.edu/ve/dac/revistateacs/articulos/Rev1-Art1-Soria.pdf>
- Routledge, P. (s/d) What is Media Psychology? The Media Psychology Research Center. Recuperado de: [http://mprcenter.org/?page\\_id=16](http://mprcenter.org/?page_id=16)
- Storm Thorgerson, Recuperado de: <https://www.stormstudiosdesign.com/resume/>

### 13.3 e-grafía

- Adobe Indesign. Recuperado de:
- [https://www.adobe.com/products/indesign.html?gclid=EAiaIQobChMIpKGkpIS73QIVB1gNCh2euwAbEAAYASAAEgLM-vD\\_BwE&sdid=JRSIH&mv=search&ef\\_id=W5qksAAAALabbFME:20180914173648:s](https://www.adobe.com/products/indesign.html?gclid=EAiaIQobChMIpKGkpIS73QIVB1gNCh2euwAbEAAYASAAEgLM-vD_BwE&sdid=JRSIH&mv=search&ef_id=W5qksAAAALabbFME:20180914173648:s)
- Biblioteca UCM. (10 de agosto del 2018) Recuperado de:  
<https://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/3/S3030401.pdf>
- Definición. (1 de agosto del 2018). Recuperado de: <https://definicion.mx/evento/>

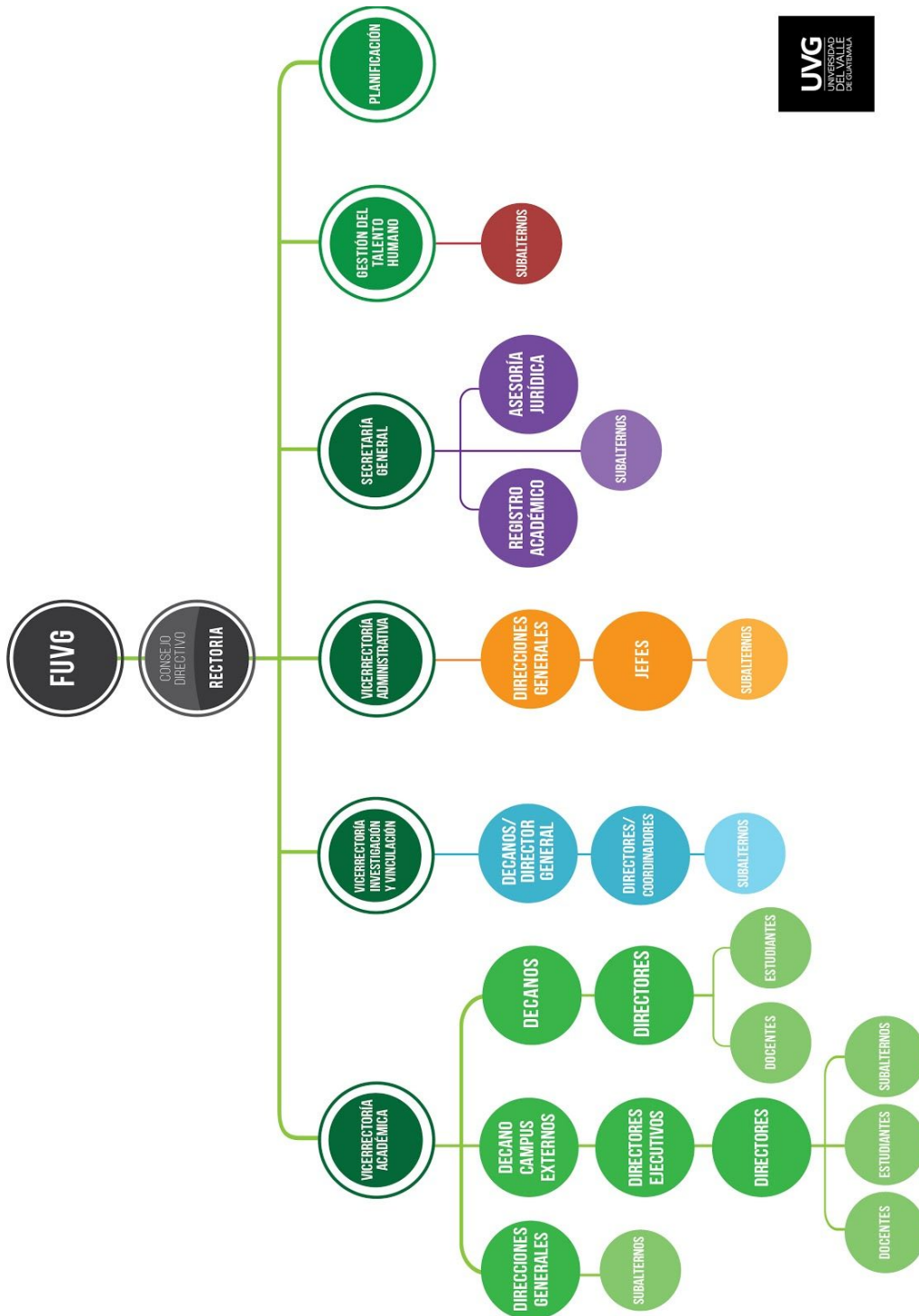
- Definición de. (1 de agosto del 2018). Recuperado de:  
<https://definicion.de/lineamiento/>
- Definición de. (14 de septiembre del 2018). Recuperado de:  
<https://definicion.de/sociologia>
- Definición de. (14 de septiembre del 2018). Recuperado de:  
<https://definicion.de/psicologia/>
- Definición de. (14 de septiembre del 2018). Recuperado de:  
<https://definicion.de/semiologia/>
- Diccionario de la lengua española. (14 de septiembre del 2018). Recuperado de:  
<http://lema.rae.es/drae/?val=pedagog%C3%ADa>
- Diccionario de la lengua española. (14 de septiembre del 2018). Recuperado de:  
<http://dle.rae.es/?id=SdXSbMM>
- EcuRed. (1 de agosto del 2018) Recuperado de: <https://www.ecured.cu/Protocolo>
- G-Tech Design. (17 de septiembre del 2018). Recuperado de:  
<http://gtechdesign.net/es/blog/tendencias-diseno-grafico-2018>
- Instituto Nacional de Estadística de Guatemala INE, (1 de agosto del 2018).  
Recuperado de:  
<https://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas/caracterizacion-estadistica>
- Jiménez, Mario (2018) ¿Qué son las Relaciones Públicas? Recuperado de:  
<http://prgarage.es/las-relaciones-publicas>
- Las matemáticas del XX. (27 de agosto del 2018). Recuperado de:  
<http://www.sinewton.org/numeros/numeros/43-44/Articulo64.pdf>

- Literatura segundo. (1 de agosto del 2018) Recuperado de: <http://literaturasegundo26.blogspot.com/2014/03/los-manuales.html>
- Manual de Procedimientos. (1 de agosto del 2018). Recuperado de: [http://concursos2015.cancilleria.gob.ar/userfiles/Manual-Direcci%C3%B3n\\_Nacional\\_de\\_Ceremonial.pdf](http://concursos2015.cancilleria.gob.ar/userfiles/Manual-Direcci%C3%B3n_Nacional_de_Ceremonial.pdf)
- Milton Glaser. (13 de septiembre del 2018). Recuperado de: <http://www.miltonglaser.com/>
- Nigel Holmes Webpage. (13 de septiembre del 2018). Recuperado de: [www.nigelholmes.com](http://www.nigelholmes.com)
- OPTUS. (18 de septiembre del 2018). Recuperado de: [http://members.optusnet.com.au/charles57/Creative/Techniques/do\\_it.htm](http://members.optusnet.com.au/charles57/Creative/Techniques/do_it.htm)
- Página web Sistemas. (14 de septiembre del 2018). Recuperado de: <https://sistemas.com/cibernetica.php>
- Palabra Clave. (1 de septiembre del 2018). Recuperado de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1>
- Protocolo. (1 de agosto del 2018). Recuperado de: <https://www.protocolo.org/modelos/manual/protocolo-universidad-tecnologica-pereira/10-el-protocolo-en-el-mundo-moderno.html>
- Revista Latina de Comunicación Social. (1 de septiembre del 2018). Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/069/paper/octavio-islas.html>
- Real Academia Española, 2018 Recuperado de: <https://dle.rae.es/>

- Storm Thorgerson. (13 de septiembre del 2018). Recuperado de: [www.stormthorgerson.com](http://www.stormthorgerson.com)
- Umberto Eco. (1 de septiembre del 2018). Recuperado de: <http://www.umbertoeco.com/en/umberto-eco-biography.html>
- Universidades.gt (1 de agosto del 2018). Recuperado de: <https://universidades.gt/>
- VISO Comunicación y Mercadotecnia. Tipos de diseño. Recuperado de: <https://www.visocym.com/2015/06/10/diferentes-tipos-de-dise%C3%B1o-y-sus-categorias/>
- VIX. (17 de septiembre del 2018). Recuperado de: <https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>

# Capítulo XIV Anexos

## Anexo I



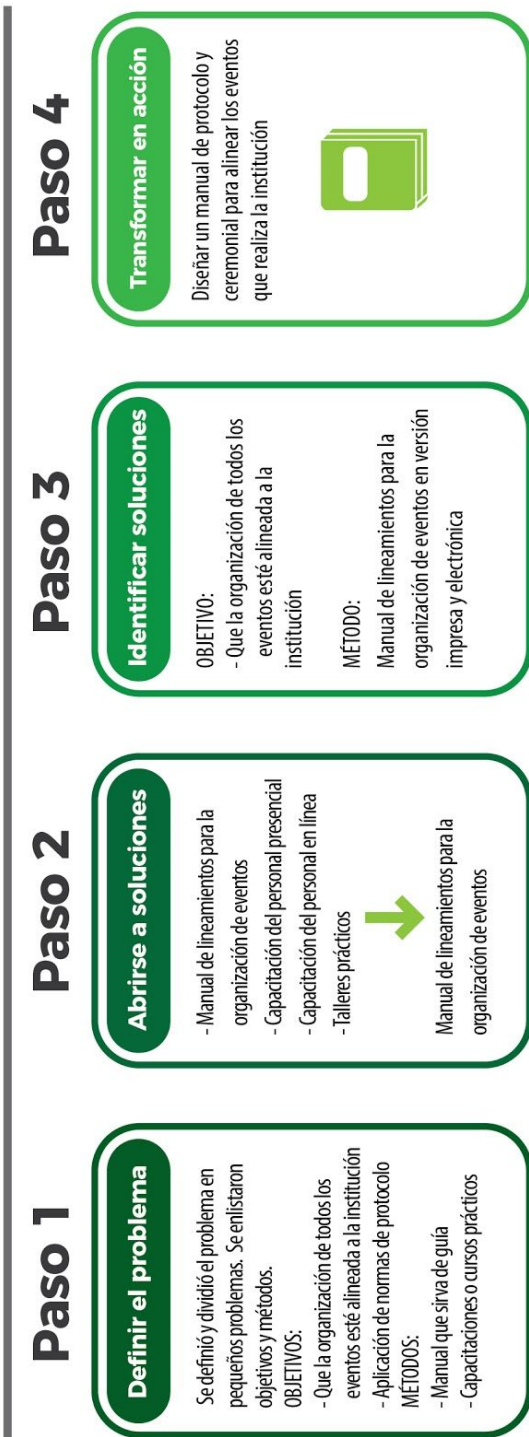
## Anexo II

# Definición de Niveles Socio Económicos

## (Áreas Urbanas, Zona Metropolitana)

|                            | Nivel Alto AB (4.2%)  | Nivel Medio–Alto C1 (5.5%)   | Nivel Medio–Bajo C2 (32.5%)   | Nivel Bajo D (38.3%)  | Nivel Popular E (19.5%)  |
|----------------------------|---|--|---|---|--|
| <b>Ingresos mensuales</b>  | Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes  | Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes  | Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.  | Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500  | Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100  |
| <b>Educación</b>           | La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados  | Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.   | Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.  | Secundaria incompleta o Primaria completa.  | Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.  |
| <b>Ocupación</b>           | Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.   | Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos. | Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.                                     | El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar. | El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad. |
| <b>Vivienda</b>            | Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales  | Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.       | Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.                  | Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas.  | Poseen viviendas precarias en zonas marginales.  |
|                            | Nivel Alto AB (4.2%)  | Nivel Medio–Alto C1 (5.5%)   | Nivel Medio–Bajo C2 (32.5%)   | Nivel Bajo D (38.3%)  | Nivel Popular E (19.5%)  |
| <b>Aparatos eléctricos</b> | Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica. | Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)                          | Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros. | Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.   | Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.   |
| <b>Servicio domestico</b>  | 2 o más. Servicio domestico   | 1 mínimo. Servicio domestico   | 1 o no tiene servicio domestico   | No  | No   |
| <b>Vehiculos</b>           | Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)  | Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente   | Poseen vehículo de modelo no reciente.  | Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior  | No   |
| <b>Educación Hijos</b>     | Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.                                 | La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país. | Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.   | Sus hijos estudian en las escuelas públicas.  | No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.  |
| <b>Viajes al Exterior</b>  | Frecuentemente viajan al extranjero.  | Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.                              | Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.  | Cuando viajan lo hacen al interior del país.  | No   |





## Anexo IV



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación  
(FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de Graduación

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

### Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de manual de protocolo y ceremonial para alinear los eventos que realiza la Universidad Del Valle

#### Antecedentes:

La Universidad Del Valle de Guatemala fue creada el año 1966 por la Asociación del Colegio Americano de Guatemala (CAG) y actualmente se dedica a la educación superior aplicando técnicas pedagógicas modernas que garantizan alta calidad educativa con elevados criterios cívicos y éticos.

Al visitar la Universidad Del Valle de Guatemala observar que no cuenta con un manual de protocolo y ceremonia para alinear sus eventos. Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un manual de protocolo y ceremonial para dicha institución.

#### Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta de portada, contraportada y página interior y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios en blanco.

#### Parte Semiológica:

1. ¿Considera adecuados a la Universidad Del Valle de Guatemala los colores propuestos en el diseño?

Muy adecuada \_\_\_ Poco adecuada \_\_\_ Nada adecuada \_\_\_

2. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada para el grupo objetivo de este proyecto, empleados que tienen a su cargo la organización de un evento en su área de trabajo?

Muy adecuada \_\_\_ Poco adecuada \_\_\_ Nada adecuada \_\_\_

3. ¿Las fotografías de la propuesta gráfica logran transmitirle el mensaje?

Muy comprensibles \_\_\_ Poco comprensibles \_\_\_ Nada comprensibles \_\_\_

#### Parte Operativa:

4. Considera que la tipografía utilizada en el diseño es de forma:

Muy legible \_\_\_ Poco legible \_\_\_ Nada legible \_\_\_

5. ¿Cree visible los elementos gráficos utilizados en la propuesta gráfica presentada?

Muy visible \_\_\_ Poco visible \_\_\_ Nada visible \_\_\_

6. Según su criterio ¿El tamaño físico de la propuesta es ideal para ser transportado, ver en dispositivos móviles u otro?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

---

---