



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

ANÁLISIS, ELABORACIÓN Y VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DE CAMPAÑA
INFORMATIVA SOBRE LA FALTA DE CONOCIMIENTO DEL RACISMO, DIRIGIDO
A INDÍGENAS DE 25-35 AÑOS, EN EL ÁREA DE FRAIJANES, GUATEMALA

NICOLLE MARIE DEDET ARDÓN

Guatemala, julio de 2023



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

**ANÁLISIS, ELABORACIÓN Y VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DE CAMPAÑA
INFORMATIVA SOBRE LA FALTA DE CONOCIMIENTO DEL RACISMO,
DIRIGIDO A INDÍGENAS DE 25-35 AÑOS, EN EL ÁREA
DE FRAIJANES, GUATEMALA**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado al Consejo de Facultad de
Arquitectura y Diseño

por

NICOLLE MARIE DEDET ARDÓN

Al conferírsele el título de

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

Guatemala, julio de 2023

Guatemala, 3 de noviembre de 2022

Señores
Consejo de Facultad de
Arquitectura y Diseño
Universidad del Istmo
Presente

Estimados Señores:

Hago de su conocimiento que he asesorado a la estudiante **Nicolle Marie Dedet Ardon**, de la Licenciatura en Diseño Gráfico, de esta Facultad, quien se identifica con el número de campus 00000001022 y que presenta el Proyecto de Graduación titulado "ANÁLISIS, ELABORACIÓN Y VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DE CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE LA FALTA DE CONOCIMIENTO DEL RACISMO, DIRIGIDO A INDÍGENAS DE 25-35 AÑOS EN EL ÁREA DE FRAIJANES, GUATEMALA."

Me permito informarles que la citada estudiante ha completado el Proyecto de Graduación a mi entera satisfacción, por lo que doy un dictamen favorable del mismo.

Sin otro particular, me suscribo de ustedes.

Atentamente,



Mgr. María Eugenia Ramos Betancourt
Asesor de Proyecto de Graduación



UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

Guatemala, 12 de abril de 2023

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA
Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el Trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **NICOLLE MARIE DEDET ARDÓN**, la impresión de su proyecto de graduación, titulado:

“ANÁLISIS, ELABORACIÓN Y VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DE CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE LA FALTA DE CONOCIMIENTO DEL RACISMO, DIRIGIDO A INDÍGENAS DE 25-35 AÑOS, EN EL ÁREA DE FRAIJANES, GUATEMALA”

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Arq. Ana María Cruz de García
Decana Facultad de Arquitectura y Diseño

Índice

Resumen	I
Presentación	II
Introducción	III
1. Marco Situacional.....	1
1.1 Área geográfica.....	1
1.2 Cultura.....	3
1.3 Clima.....	4
1.4 Economía Guatemala.....	5
1.5 Delimitación Geográfica: Fraijanes.....	6
1.6 Historia.....	9
1.7 Población.....	10
1.8 Condiciones antropológicas.....	11
1.9 Economía Fraijanes.....	12
1.10 Instituciones relacionadas.....	12
2. Marco Teórico.....	16
2.1 La Discriminación.....	16
2.1.1 Tipos de discriminación.....	19
2.1.2 Discriminación racial.....	21
2.1.3 Víctimas.....	24
2.1.4 Causas.....	26
2.1.5 Consecuencias.....	27
2.1.6 Formas de discriminar.....	28
2.1.7 Leyes.....	30
2.1.8 Consentimiento.....	33
2.1.9 Educación.....	33
2.1.10 Igualdad.....	34
2.1.11 Pueblos y comunidades Indígenas.....	34
2.2 Referentes de diseño relacionados con el tema	37
2.2.1 Nike.....	37
2.2.2 P&G.....	38

2.2.3 Australian Human Rights Commission.....	39
3. Marco Metodológico.....	40
3.1 Método.....	40
3.2 Poblaciones.....	40
3.2.1 Población 1: Abogados.....	40
3.2.2 Población 2: Víctimas de racismo.....	40
3.2.3 Población 3: Instituciones.....	40
3.3 Muestras.....	41
3.3.1 Muestra Población abogados.....	41
3.3.2 Muestra Población víctimas.....	41
3.3.3 Muestras Población instituciones.....	41
3.4 Instrumentos.....	41
3.4.1 Entrevista abogados.....	41
3.4.2 Encuesta víctimas.....	42
3.4.3 Encuesta instituciones.....	43
3.5 Procedimiento.....	44
3.5.1 Procedimiento abogados.....	44
3.5.2 Procedimiento para víctimas.....	44
3.5.3 Procedimiento para instituciones.....	44
4. Presentación y Análisis de Resultados.....	45
4.1 Respuestas abogados.....	45
4.2 Resultados instituciones.....	48
4.3 Resultados víctimas.....	53
5. Problema y Objetivos.....	61
5.1 Problema.....	61
5.2 Objetivos.....	61
5.3 Definición del grupo objetivo.....	62
5.3.1 Descripción geográfica.....	62
5.3.2 Descripción demográfica.....	62
5.3.3 Descripción antropológica.....	63
5.3.4 Cultura visual.....	63
5.4 Posibles Clientes.....	63

5.4.1 ONU de Guatemala	63
5.4.1.1 Identidad gráfica actual de la ONU.....	64
5.4.1.2 Posicionamiento.....	65
5.4.1.3 Recursos financieros.....	65
5.4.1.4 Áreas de cobertura.....	65
5.4.2 CODIRSA	65
5.4.1.1 Identidad gráfica actual CODIRSA	66
5.4.1.2 Posicionamiento.....	67
5.4.1.3 Recursos financieros.....	67
5.4.1.4 Áreas de cobertura.....	67
5.4.2 PDH	67
5.4.1.1 Identidad gráfica actual PDH.....	68
5.4.1.2 Posicionamiento.....	69
5.4.1.3 Recursos financieros.....	69
5.4.1.4 Áreas de cobertura.....	69
5.5 Propuesta de diseño.....	70
5.5.1 Insight.....	70
5.5.2 Conceptualización.....	71
5.5.2.1 Técnica 1: Collage de historia.....	71
5.5.2.2 Técnica 2: Free Writing.....	73
5.5.2.3 Técnica 3: Mapa Mental.....	74
5.5.2.4 Concepto final.....	76
5.5.3 Descripción de propuesta gráfica.....	76
5.5.3.1 Tipo de material gráfico.....	76
5.5.3.2 Descripción e implementación de piezas.....	77
5.5.4 Descripción del mensaje.....	82
5.5.4.1 Contenido gráfico.....	82
5.5.4.2 Tono de comunicación.....	89
6. Desarrollo de la Propuesta	90
6.1 Proceso de bocetaje	90
6.1.1 Paleta de colores	90
6.1.2 Tipografía	93
6.1.3 Identificador de campaña	95
6.1.4 Bocetaje de piezas	98

6.1.4.1	Pósteres Informativos	98
6.1.4.2	Volantes con frases	101
6.1.4.3	Folleto Auto encuesta	105
6.1.4.4	Mupi	107
6.1.4.5	Volante periódico	110
6.1.4.6	Folleto informativo	112
6.1.5	Calendarización y estrategias de piezas	114
6.2	Validación	115
6.2.1	Observaciones de expertos	115
6.2.2	Identificador de campaña	116
6.2.3	Línea gráfica	116
6.2.4	Concepto	116
6.2.5	Tipografía	117
6.2.6	Diagramación	117
6.2.7	Contenido	117
6.2.8	Objetivos de campaña	117
6.2.9	Solución de la problemática	117
6.2.10	Medios	118
6.2.11	Cambios realizados.....	119
6.2.11.1	Pósteres informativos	119
6.2.11.2	Volantes con frases	120
6.2.11.3	Folleto Informativo	121
6.2.11.4	Mupis.....	122
6.3	Propuesta Final	123
6.3.1	Paleta de Color.....	123
6.3.2	Tipografía	123
6.3.3	Identificador de Campaña.....	124
6.3.4	Posters	125
6.3.5	Volantes.....	127
6.3.6	Folleto Informativo	131
6.3.7	Ilustraciones	133
6.3.8	Mupis	134
6.4	Calendarización	136
6.4.1	Calendarización Posters.....	136

6.4.2 Calendarización Volantes	136
6.4.3 Calendarización Folletos	137
6.4.4 Calendarización Mupis	138
7. Producción y reproducción	139
7.1 Estrategia de implementación de medios	139
7.1.1 Técnicas de reproducción	139
7.2 Presupuesto de diseño e implementación.....	140
7.2.1 Cotización de diseño.....	140
7.2.2 Cotización de Mupis.....	140
7.2.3 Cotización de Posters.....	142
7.2.4 Cotización de Volantes.....	143
7.3 Artes Finales.....	144
8. Conclusiones.....	147
9. Recomendaciones.....	148

Figura No.6. ¿Cuántos casos de discriminación reportan al mes en Guatemala.....	61
Figura No. 7. ¿Cree que es necesario educar a la población guatemalteca?.....	61
Figura No. 8. ¿Cree que es un problema que preocupa a la población?.....	62
Figura No.9. ¿Considera que crea una barrera para el desarrollo humano?.....	62
Figura No. 10. ¿Conoce usted alguna institución que incluya a los indígenas y que luche con la discriminación?.....	63
Figura No.11. Indique el nombre de una institución que trabaje contra la discriminación y el racismo	63
Figura No. 12. ¿Considera que en un futuro tendremos un país sin racismo?.....	64
Figura No. 13. ¿Considera relevante el rol suyo dentro de la institución para combatir los casos de discriminación?	64
Figura No. 14. ¿Ha notado un cambio positivo en los últimos 2 años sobre la inclusión en los pueblos indígenas?	65
Figura No. 15. ¿Te han prohibido el ingreso a algún establecimiento?.....	65
Figura No. 16. ¿Sientes que alguna vez te hicieron de menos?.....	66
Figura no. 17. ¿Te han tratado diferente?.....	66
Figura No. 18. ¿Te han dicho que no puedes comprar productos en algún lugar?.....	67
Figura No. 19. ¿Quisieras que se hiciera algo al respecto?.....	67
Figura No. 20. ¿Conoces a alguien que haya sido víctima de discriminación racial?.....	68
Figura No. 21. ¿Sabes sobre leyes o mecanismos que protejan de este tipo de discriminación?.....	68
Figura No. 22. ¿Conoces instituciones ante las cuales puedes ir a plantear una denuncia?.....	69
Figura No. 23. ¿Confías en las entidades que los defienden?.....	69
Figura No. 23. ¿Te molesta la discriminación?.....	70

Resumen

El siguiente trabajo de investigación es acerca del racismo que sufren los indígenas, encontrando como problema de investigación un promedio de más de 30 casos al mes en Guatemala. Para lo que se realizó una investigación teórica, de la cual se obtuvo evidencia del problema y conceptos básicos para su comprensión. Posteriormente la investigación fue deductiva para el cumplimiento de los objetivos, habiéndose obtenido una opinión acerca del tema, realizando encuestas y entrevistas con preguntas abiertas y cerradas, lo que permitió ampliar la información anteriormente recolectada. Todo esto para llegar a conclusiones y recomendaciones que dieron como resultado la necesidad de educar a la población indígena sobre las leyes y sus derechos, así como a la población guatemalteca, que comprenda que es un tema que alerta y al cual se le tendría que poner más atención de ahora en adelante.

Presentación

El presente trabajo de investigación introduce a la problemática del racismo contra los indígenas, a nivel guatemalteco. Planteando, así como problema, un porcentaje de personas habitantes del municipio de Fraijanes, ya que después de hacer una investigación sobre la problemática a nivel nacional, se decidió tomar este sector para evaluar la percepción de los habitantes. En esta parte, también se plantearon objetivos de investigación, posteriormente la información teórica complementa con conceptos básicos sobre el tema, información que fue importante para comprender mejor la problemática. De la misma manera, se realizaron entrevistas y encuestas con expertos y víctimas con respecto al tema, lo cual fue clave para la ampliación de la información, esto llevó a un análisis y resultados que determinaron puntos clave en la investigación. Finalmente se llegó a conclusiones y recomendaciones con base en los objetivos planteados.

Introducción

El racismo es un tipo de discriminación, cuando una persona siente odio, diferencia hacia un grupo de personas o una persona solo por tener cualidades diferentes. La discriminación e incluso discriminación étnico racial, ha estado presente todo el tiempo. Desde el inicio de la historia, se puede observar que se diferencia a unas personas de otras; se les daba un trato distinto a unas personas usualmente por ser de diferente raza. A esta diferenciación, específicamente a aquella que tiene como base lo que comprende el aspecto físico y socioeconómico de la persona, se le conoce como racismo. Esto se observa a nivel mundial, personas especializadas lo han categorizado bajo el término “racialización de las relaciones de clase”. Haciendo referencia a los “procesos de estigmatización y desacreditación, basados en cuestiones ‘étnico’ sociales vinculadas con relaciones de poder particular” (Leguizamón, 2019).

En este caso, para poder comprender la causa e historia del racismo en Guatemala, resulta pertinente dar a conocer la trayectoria que ha sufrido el pueblo latinoamericano. En el contexto de Latinoamérica, si se traza la palabra “raza”, se puede hacer el recorrido histórico desde antes de la colonización hasta la actualidad, en donde se hace alusión a rasgos biológicos. Es decir, al identificar “razas” lo que se está haciendo es separar a las personas por medio de las diferencias en color de piel, cultura, y demás que son característicos de un grupo determinado; de tal manera que se haga evidente que no todas las personas poseen esas características. Ahora bien, resulta pertinente hacer la salvedad de que, aunque no se está hablando de etnicidad, resulta imposible hablar de raza sin mencionar la etnia. No obstante, la etnia va más relacionada con aquellas características no biológicas; pero resultan inseparables las características no biológicas de las

biológicas, ya que las segundas suelen atribuirse a una raza en específico (Hopenhayn y Bello, 2001).

Según Hopenhayn & Bello, en su publicación para las Naciones Unidas, titulada *Discriminación étnico-racial y xenofobia en América Latina y el Caribe* (2001), describen la introducción de este fenómeno en la región. Para empezar, se debe situar el contexto en el siglo XVI donde se daba recién la práctica de descubrimiento, conquista y colonización de América por parte de los europeos. Como resultado de esto, se introdujo en la región la idea de una raza superior o dominante sobre una dominada. Esto tomaba como base la idea de superioridad europea, debido al aparente estado primitivo de los pueblos indígenas. Sin embargo, la verdadera separación se da durante el periodo de la Ilustración. Dentro de este movimiento, se da la clasificación de la raza humana como un todo dentro de “especies” y “subespecies”, por medio de las características físicas y biológicas, acompañadas de elementos étnicos atribuidos a un grupo específico, raza.

De la misma forma, siguiendo con la historia de esta clasificación racial, Pete Wade (1997) en su escrito *Race and ethnicity in Latin America*, establece que la idea de racialización no acaba con la abolición de la esclavitud.

Actualmente en Guatemala se lucha día a día contra el racismo social, el cual es el desafío de diferentes opiniones y pensamientos. Se desprecian a las personas que son de distinto rango económico, si son de clase media o baja, ya que ellos tienen una manera diferente de vivir en comparación a las demás personas, ofenden a los que tienen distintas labores o de qué trabajan para llevar sustento a sus casas e incluso por sus creencias e ideologías.

Al tomar en cuenta la historia, se define como problema de investigación el racismo y exclusión contra los indígenas en Guatemala e incluso actualmente

existen 154 denuncias de exclusión contra esta cultura tan enriquecedora del país que va aumentando alarmantemente.

Para que la investigación se logre desarrollar, se debe tener en cuenta los siguientes objetivos:

- Investigar lo que significa el racismo.
- Investigar los derechos humanos que tienen las personas
- Conocer sobre entidades que estén atendiendo las necesidades que las víctimas necesitan.
- Investigar las razones por las cuales se da el racismo, así mismo, explicar las causas y consecuencias.

La investigación es importante de realizar debido a que la población guatemalteca no considera importante este tema, se piensa que es algo normal excluir y faltarles el respeto a las demás personas, sin embargo, esto dará la oportunidad de investigar más a profundidad para evaluar el origen de la discriminación racial de Guatemala.

Este mensaje va principalmente para personas que ya son capaces de distinguir el bien del mal, que les guste explorar y aprender, guatemaltecos que se preocupan por un futuro diferente y que Guatemala salga adelante, personas que quieran un cambio.

Esta investigación se realizará con el propósito de obtener una imagen más clara y real sobre la problemática que sufre Guatemala, además de servir para la realización de piezas gráficas que se harán en el año 2022, como proyecto de graduación.

1. Marco Situacional

1.1 Área Geográfica

Actualmente Guatemala cuenta con diversidad étnica y cultural que la posiciona como nación pluricultural. Esta diversidad étnica está marcada en cuatro pueblos que conviven en el territorio nacional, estos pueblos son: maya, garífuna, ladino y xinca. La discriminación es el fenómeno social que se manifiesta en todo el mundo, y Guatemala no es la excepción. Debido a que dentro de todos los departamentos y municipios guatemaltecos se desarrollan altos índices de discriminación. Es preciso mencionar que la discriminación afecta a toda la población nacional, sin embargo, los pueblos indígenas son los más vulnerables y atacados.

Los “Principales Resultados Censo 2018” derivados del XII Censo Nacional de Población y VII de Vivienda, brinda datos precisos acerca de la evolución del pueblo indígena en Guatemala. Puesto que el censo de 2002 detalla que 4,411,964 personas equivalen al 39.3% de la población total se identifica como maya. Mientras que, en el censo de 2018, la población maya ascendió a los 6,207,503 habitantes, lo cual es equivalente al 41.7% de toda Guatemala. En cuanto a la Ciudad de Guatemala, Plaza Pública (2012) señaló un total de 293,757 personas identificadas como parte de la comunidad maya.

Ahora bien, el municipio de Fraijanes cuenta con 1157 personas auto identificadas como mayas, esto según datos de Pezzarossi (2012). Las estadísticas e índices poblacionales demuestran que la cultura maya está distribuida de forma significativa en todo el territorio nacional. A pesar de la alta presencia de la comunidad maya en Guatemala, la discriminación, racismo y exclusión son fenómenos manifestados de forma constante.

Los pueblos indígenas están protegidos por las Naciones Unidas, a través de la “Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas”, la cual se realizó en marzo de 2008. Esta declaración reconoce que los indígenas tienen los mismos derechos que los pobladores de otras etnias, estos derechos son en materia de educación, salud, bienestar, libertad, desarrollo profesional y otras áreas importantes. Es preciso destacar que la Organización de las Naciones Unidas, busca empoderar a los pueblos indígenas mediante el reconocimiento de todos los derechos inherentes a las personas.

Por otro lado, la ONU también considera y expone derechos especiales y específicos para los pueblos indígenas. Ejemplo de esto, es el artículo 2 de la declaración antes mencionada, el cual expone que los indígenas tienen derecho a la igualdad social y a no ser vulnerados mediante actos de discriminación u otras actividades en contra de la identidad etnológica. Sin embargo, estos derechos reconocidos a nivel mundial son violentados constantemente.

En el contexto nacional la exclusión y discriminación se manifiesta en los diversos ámbitos o actividades sociales. Es decir, los indígenas sufren exclusión desde etapas tempranas, como el curso escolar, hasta etapas adultas como el desarrollo profesional en el mercado laboral. Mientras que, el racismo que sufren los indígenas está marcado por ataques provenientes de otras culturas que se consideran superiores en aspectos físicos, mentales u otros. En resumen, los pueblos indígenas se desarrollan en ambientes negativos, poco agradables e irrespetuosos hacia la identidad o costumbres.

Entre los diversos fenómenos de exclusión y racismo desarrollados en Guatemala, destaca el de las elecciones generales de 2019. En este acontecimiento se evidenció que los indígenas no consideran la aceptación social en la búsqueda de

puestos gubernativos. Puesto que hubo escasa postulación por parte de los ciudadanos indígenas en el proceso electoral por la búsqueda de la presidencia y vicepresidencia de Guatemala, así como, puestos municipales o al Congreso de la República de Guatemala.

Otro hecho marcado en Guatemala y relacionado al ámbito político es el que protagonizó Telma Cabrera al posicionarse como cuarta candidata más votada en las elecciones presidenciales de 2019. Lo cual, a pesar de estar alejado de la segunda vuelta electoral, es hasta el momento el mayor logro electoral de los pueblos indígenas. Este hecho denota la exclusión y racismo que sufre el pueblo indígena, puesto que los principales análisis señalan la etnia e identidad como los factores que desfavorecen a la candidata en la aceptación social (IWGIA, 2020).

El Estado de Guatemala debe garantizar que todos los ciudadanos gocen de bienestar e integridad en las diversas facetas humanas; sin embargo, la erradicación del racismo, exclusión de los pueblos indígenas y otros factores que impiden el progreso igualitario e inclusivo, no ha sido interés primordial. Según Romero y Orantes (2018), esta falta de interés se evidencia en los pocos esfuerzos en la Agenda de Paz y en la falta de políticas orientadas a eliminar: “la pobreza, impulsar modelos de desarrollo y la pobreza y exclusión social, política y económica de los Pueblos Indígenas y crear condiciones para avanzar el ejercicio de los derechos de los pueblos indígenas y de la ciudadanía en general” (p. 41).

1.2 Cultura

De acuerdo con la Oficina de la -UNESCO- de Guatemala (s.):

Guatemala es un país multicultural, plurilingüe y multiétnico. Esta extraordinaria riqueza cultural se ve reflejada en los 25 idiomas (22 mayas, el

idioma garífuna, idioma xinca y el español) que forma parte de la identidad de este país Centroamericano.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Oficina de la -UNESCO-, sobre Guatemala plantea que, una de las principales fortalezas que posee el país se encuentra en su cultura, la cual aporta el 7.26% al PIB de Guatemala y de aquí se imparte la importancia de la diversidad de las industrias culturales y creativas y cómo puede ser un patrimonio cultural, tangible e intangible, mencionando los grandes famosos como: La Antigua Guatemala, el Parque arqueológico, las Ruinas de Quiriguá y el Parque Nacional Tikal, que es la manifestación artística que posee el país tanto naturales como culturales.

1.3 Clima

Según FUNCAGUA (2020)

El clima de Guatemala se origina a partir de los fenómenos que se generan por efecto de la circulación general de la atmósfera, la influencia oceánica, y este va adquiriendo características particulares, por la posición geográfica y la topografía del país.

Las cuatro estaciones que normalmente se marcan en el hemisferio Norte, no se marcan en Guatemala. En su lugar, se marcan dos épocas particulares, siendo estas: La época lluviosa (mayo a octubre) y seca (noviembre a abril).

El ciclo lluvioso se produce cuando se establece el régimen de los vientos Alisios del Nordeste, y subsecuentemente la zona de convergencia Intertropical (ZCTI) se aproxima a nuestras latitudes, se desprende sistemas nubosos desde la costa africana y son trasladadas por los vientos alisios que adquieren mayor

componente del Este (Ondas del Este), a su paso estas ondas del Este van generando lluvia y algunas veces adquieren un componente de vorticidad, convirtiéndolas en ciclones tropicales, este fenómeno genera una gran cantidad de lluvia durante su paso.

Los climas de Guatemala son bastante variados, sin embargo, no existen las temperaturas extremas, gracias a eso es conocido como “El País de la Eterna Primavera”, por estar ubicados geográficamente en una zona tropical, no existen las cuatro estaciones del año a diferencia de otros países. En los lugares donde la altitud es más alta el clima puede ser más frío y donde la altitud es más baja el clima puede llegar a ser más cálido.

Las temperaturas varían entre los 12 hasta los 29 grados centígrados.

Las lluvias en Guatemala están de mayo a octubre con algunos días soleados, sin embargo, los meses más fríos se presentan en diciembre y enero, donde se pueden apreciar celajes en las nubes.

1.4 Economía de Guatemala

De acuerdo con la expansión (2021):

Guatemala es la economía número 71 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2019 fue de 18.215 millones de euros, con una deuda del 26,59% del PIB. Su deuda per cápita es de 1.034€ euros por habitante. La última tasa de variación anual del IPC publicada en Guatemala, es de junio de 2021 y fue del 3,9%.

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Guatemala, en 2019, fue de 3.890€ euros, con lo que ocupa el puesto 110 de la

tabla, así pues, sus ciudadanos tienen, según este parámetro, un nivel de vida muy bajo en relación con el resto de los 196 países del ranking de PIB per cápita. El Índice de Desarrollo Humano o -IDH-, que elabora la Organización de las Naciones Unidas, informa que los guatemaltecos tienen una mala calidad de vida, ya que la percepción y el alto nivel de corrupción en Guatemala es muy alta.

1.5 Delimitación geográfica: Fraijanes

Los límites de Fraijanes se miden en colindancias con las áreas cercanas al municipio. Estas colindancias son con los municipios ubicados al Norte, Sur, Este y Oeste de Guatemala. La colindancia al Norte es con el municipio de Santa Catarina Pinula, Guatemala. La colindancia al Oeste es con Villa Canales y Santa Catarina Pinula pertenecientes al departamento de Guatemala. La colindancia al Sur es con Barberena y Santa Cruz Naranjo pertenecientes al departamento de Santa Rosa, y también Villa Canales que pertenece al departamento de Guatemala. Y la colindancia al Este es con San José Pinula, municipio del departamento de Guatemala, y con Santa Cruz Naranjo y Barberena, municipios del departamento de Santa Rosa.

Figura No. 1

Ubicación de Fraijanes

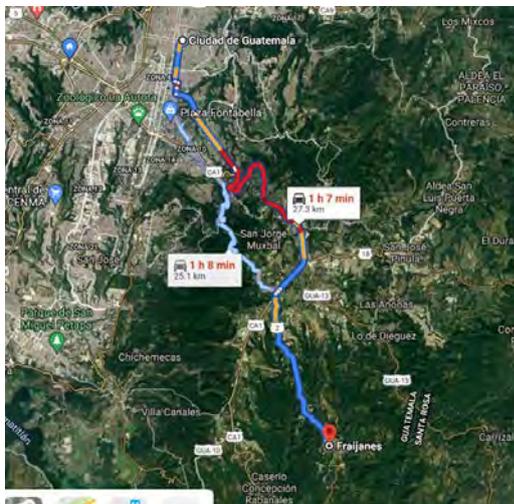


Fuente: Departamento de Análisis e Investigación Socio-Delictual (2017). Política Pública Municipal para la Prevención de la Violencia y el Delito. <https://upcv.gob.gt/wp-content/uploads/2020/01/0113->

La accesibilidad a Fraijanes es por la carretera hacia El Salvador, específicamente la Pan-American Highway CA-1, la cual conecta con el municipio de Santa Catarina Pinula. Esta ruta tiene un recorrido de 27.3 kilómetros desde la ciudad de Guatemala. El tiempo estimado de llegada ronda entre los 51 minutos (sin tráfico) y la hora con 7 minutos o más (con tráfico), tomando como punto de partida la Ciudad de Guatemala. Es preciso mencionar que el acceso también puede ser por la carretera a Fraijanes RN-2, la cual reduce la distancia a 25.1 kilómetros.

Figura No. 2

Accesibilidad



Fuente: elaboración propia, 2021.

La caracterización físico natural de Fraijanes se expone en 4 áreas principales, las cuales son los suelos, hidrografía, clima y flora/fauna. Los suelos que posee Fraijanes forman parte de la altiplanicie central, los cuales suelen estar a mediana altitud y constante contacto con materias volcánicas. Estos suelos son de carácter profundo y poco profundo; sin embargo, todos están sobre materias de tipo volcánicas.

Por otro lado, la fauna y flora que presenta Fraijanes es limitada y está en proceso de disminución, tanto en animales como en vegetación. La fauna de Fraijanes puede resumirse en pájaros de diversas especies y animales domésticos a cargo de pobladores, esto sin descartar la inusual presencia de animales de tipo salvaje en las zonas boscosas del municipio. Mientras que la vegetación o flora de Fraijanes se basa en pinos, cipreses, cedros, palos colorados, cujes, grabileos, aliso y chicharros. Esta vegetación está distribuida en los múltiples caseríos y pueblo de Fraijanes.

La hidrografía de Fraijanes está basada en el río Las Cañas, río Aguacapa y río Fraijanes, los cuales son considerados como los más importantes. Este conjunto de ríos se complementa con el río Los Encuentros, río El Chocolate, río El Retiro, río Rustrián, río Los Verdes, río Lo de Diéguez. Es importante mencionar al riachuelo Del Cerrito y al riachuelo El Maguey como parte de la hidrografía de Fraijanes. Los cuerpos de agua presentes en Fraijanes también son las quebradas, y actualmente existen: la quebrada Honda, quebrada El Faro, quebrada La cuchilla, quebrada La Perla, quebrada El Naranjo, entre otras.

El clima de Fraijanes es considerado como templado, esto debido a que en la temporada de noviembre a abril (época seca) la temperatura oscila entre los 9.00 grados y los 30.90 grados centígrados. Esta temperatura es la que se manifiesta durante el año. Ahora bien, el promedio de precipitación pluvial al año es de 1,282.6 milímetros. Sin embargo, el clima de Fraijanes no es pétreo, puesto que existen zonas en las que se manifiesta el clima templado, pero también existen áreas que presentan climas de tipo semicálido. Esta diferencia climática está registrada por Thornthwaite, el cual es el sistema climatológico ocupado en la zona.

Las condiciones antropológicas de Fraijanes suelen percibir pequeños cambios o evoluciones, sin embargo, la esencia siempre es la diversidad cultural que se refleja en las prácticas, costumbres y formas de vivir de la comunidad. Es preciso mencionar que la etnia ladina sobresale en esta diversidad cultural. La celebración que más destaca en Fraijanes es la que se realiza entre el 1 y 4 de febrero. Esta tradición se lleva a cabo en honor a la abundancia manifestada durante la cosecha de café. Otra celebración importante en Fraijanes es durante el mes de julio en conmemoración del Sacratísimo Corazón de Jesús. La conmemoración es organizada y alentada principalmente por la iglesia católica.

Actualmente, en Fraijanes conviven las cuatro etnias principales de Guatemala y estas llevan a cabo tradiciones, valores y otros aspectos propios de la cultura. Sin embargo, el municipio de Fraijanes cuenta con tradiciones y costumbres propias, tal como lo es el caso de los desfiles equinos. A esta serie de costumbres se suman las carreras de caballos y la construcción de palenques en las zonas dedicadas a peleas entre animales (gallos).

1.6 Historia

De acuerdo con la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, El complejo Municipal en Fraijanes de Guatemala (Marlon Omar Monterroso Jiménez, 2013):

Los Canajes, al sur de la Capital y los que poseyó hasta el año de 1,918, en que se ausentó del país. La tercera orden Franciscana ocupa luego los terrenos que el Estado expropió en el año de 1,829. Años más tarde la propiedad pasa a manos de la Sra. Rudencia Fraijanes. A su fallecimiento, los herederos de don Antonio de Lara y su hermana doña Trinidad reclamaron en 1,834 la hacienda correspondiéndole al primero el Cerrito y la Montaña, y a la

segunda Los Guajes y Rabanales, de acuerdo entre las dos partes y divididos por el Río Aguacapa, de acuerdo con un documento de tierras del año de 1,837. Ya con el nombre de Fraijanes doña Trinidad de Lara vendió lo que le correspondía al Sr. Buenaventura Sambus, con una extensión de 42 caballerías y 135 cuerdas. El mapa del terreno, levantado en el año de 1,841, representa a la propiedad como Fraijanes o Los Guajes.

En cuanto al nombre de Fraijanes y como se conoce ahora se le otorgó en:

El Acuerdo del 6 de agosto de 1886 dispuso distribuir la hacienda entre los milicianos del batallón Canales, lo que llevó a cabo conforme el acta levantada en la aldea Fraijanes el 10 de noviembre de ese año, en presencia del Comisionado del Gobierno y del Ingeniero Don Mariano Gallardo, reservándose varios lotes para oficinas públicas, iglesia, escuela y cementerio, así como terrenos comunales.

1.7 Población

Según el documento de Política Pública del Municipio de Fraijanes, Departamento de Guatemala (2017-2020) indica que:

De la totalidad de habitantes para el año 2017, el municipio de Fraijanes cuenta con una población eminentemente adulta ya que el 38% está comprendido por personas de 30 a 64 años, un 25% está integrado por el rango de 0 a 12 años, un 10% está comprendido entre las edades 13 a 17 años, con el 21% se tienen a los que poseen edades que oscilan entre 18 a 29 años, por lo que se puede determinar que la población de este municipio en su mayoría son adultos; y siendo minoritario el grupo de adultos mayores, el cual concentra tan sólo un 6%.

Fraijanes pertenece a la república de Guatemala, y pertenece al departamento de Guatemala, siendo uno de sus 340 municipios.

Según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística INE:

Para el año 2015 la población era de 49,012 habitantes, mientras para el año 2025 será de 67,353 aproximadamente (Plan de Desarrollo Fraijanes Guatemala, 2010).

1.8 Condiciones Antropológicas

La CODISRA es la organización del organismo ejecutivo que se encarga de observar y analizar los tratados relacionados con los derechos de los pueblos indígenas y la discriminación racial. La misión de la organización es asesorar a las instituciones públicas y privadas a formular políticas que beneficien a los pueblos indígenas. Además, la visión de la organización es aportar a la erradicación de la discriminación y el racismo contra los pueblos indígenas, contribuyendo así con la creación del estado plural y equitativo. Por otro lado, la institución cuenta con valores algunos de estos son: responsabilidad, objetividad, transparencia, integridad, credibilidad, entre otros.

El racismo y la discriminación que existe contra los pueblos originarios de Guatemala está en niveles muy altos. Por esto, CODISRA propone diversas estrategias, programas y acciones que aportan a la erradicación de la discriminación y el racismo de los pueblos indígenas. Es importante mencionar que estos beneficios que brinda la organización permiten el desarrollo pleno de las personas. La organización proporciona información relativa a las autoridades correspondientes para que puedan tomar las acciones necesarias.

1.9 Economía Fraijanes

La economía de Fraijanes se basa principalmente en actividades comerciales y agropecuarias, como el cultivo del maíz blanco, maíz de color, frijol, café, berro y güisquil, 41 productores cuentan con ayuda técnica, crediticia y asistencia para la comercialización que proviene del Banco de desarrollo Rural, MAGA y Cooperativa. En el municipio hay crianza de ganado vacuno, aves y cerdos, a pequeña y mediana escala, (Plan de Desarrollo Fraijanes, 2010)

La agricultura de subsistencia son productos como el banano, mango y aguacate, siendo principalmente por la ayuda de la mujer e incluso en la elaboración del barro ya que otro grupo de habitantes se dedica a la agricultura y el comercio.

1.10 Instituciones Relacionadas

Las instituciones relacionadas con el racismo y exclusión de los indígenas en Guatemala son: la Comisión Presidencial Contra la Discriminación y el Racismo Contra los Pueblos Indígenas en Guatemala, la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, el Informe Nacional de Desarrollo Humano, y el Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas (IWGIA). Estas instituciones trabajan en el estudio y combate contra el racismo, discriminación y exclusión de los pueblos indígenas.

La CODISRA es la organización del organismo ejecutivo que se encarga de observar y analizar los tratados relacionados con los derechos de los pueblos indígenas y la discriminación racial. La misión de la organización es asesorar a las instituciones públicas y privadas a formular políticas que beneficien a los pueblos indígenas. Además, la visión de la organización es aportar a la erradicación de la discriminación y el racismo contra los pueblos indígenas, contribuyendo así con la

creación del estado plural y equitativo. Por otro lado, la institución cuenta con valores algunos de estos son: responsabilidad, objetividad, transparencia, integridad, credibilidad, entre otros.

El racismo y la discriminación que existe contra los pueblos originarios de Guatemala está en niveles muy altos. Por esto, CODISRA propone diversas estrategias, programas y acciones que aportan a la erradicación de la discriminación y el racismo de los pueblos indígenas. Es importante mencionar que estos beneficios que brinda la organización permiten el desarrollo pleno de las personas. La organización proporciona información relativa a las autoridades correspondientes para que puedan tomar las acciones correspondientes.

La OHCHR tiene como visión general participar en el compromiso del mundo para la promoción y protección de todas las personas. Esta organización desempeña diferentes funciones importantes para mantener los derechos humanos y libres. Algunas de las principales funciones son: ayudar a empoderar a las personas, programas de las Naciones Unidas, apoyar a los gobiernos, promocionar y proteger todos los derechos humanos, estas funciones van enlazadas con la misión y visión de la organización.

La visión es la creación de diversas estrategias efectivas y duraderas para garantizar los derechos humanos de las personas de todo el mundo. La misión de la organización de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas es centrar la atención en las personas que corren peligro y son vulnerables en los diferentes contextos, además de medir la efectividad de las estrategias que se aplican en cada país. Esta organización atiende las distintas problemáticas que se presentan a nivel mundial con respecto a los derechos humanos.

El Informe Nacional de Desarrollo Humano es el documento donde se plasman temáticas de desarrollo humano. Este informe es creado e impulsado por instituciones nacionales que aportan datos para comparar con los análisis mundiales. Los informes nacionales de Guatemala contienen la situación real que atraviesa el país en temas relacionados con el desarrollo humano. El contenido de los informes son estrategias, estadísticas, análisis, comparaciones, herramientas políticas, entre otras secciones.

Es importante mencionar que el Informe Nacional de Desarrollo Humano se ha realizado en Guatemala durante 15 años. Esto ha permitido llevar el control de los avances que se obtienen al implementar programas de beneficio para la población, sobre todo en el desarrollo de los pueblos indígenas de Guatemala. A través de estos informes se ha logrado crear alianzas con colectivos sociales y universitarios, esto permite alcanzar el desarrollo pleno de las personas en la sociedad. En Guatemala es importante lograr la inclusión y reconocimiento de los pueblos originarios.

La organización IWGIA se encarga de promover, proteger y defender los derechos de los pueblos originarios. La organización desde 1968 ha apoyado a diversas comunidades indígenas a promover sus derechos humanos y culturales que poseen. Esta organización tiene como misión trabajar por alzar las voces de las comunidades de los pueblos indígenas y crear un mejor mundo. La visión es asegurar la calidad de vida de la población indígena en todo el mundo, además de erradicar la discriminación racial que existe.

Esta organización trabaja de forma global monitoreando la situación de los pueblos indígenas de los diferentes países. Se realizan informes anuales para verificar los índices de incremento en la discriminación y el racismo de todo el

mundo. Además, de documentar y capacitar a las personas para fomentar el cambio duradero. Los cambios se realizan desde las comunidades cercanas a la población indígena. La función principal de la organización es acompañar a las poblaciones indígenas a desarrollarse plenamente en la sociedad.

El Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas opera a través de donaciones de miembros, personas, organizaciones, que deseen aportar al cambio. Estas donaciones pueden ser únicas, mensuales o convirtiéndose en miembro de la organización. Otra forma de apoyo es a través de redes sociales, esto se realiza compartiendo las noticias, publicaciones, historias para dar a conocer las injusticias que vive la población indígena. Dentro de esta opción está la suscripción a los boletines, actualizaciones, noticias, entre otras.

2. Marco Teórico

2.1. La discriminación

La discriminación es entendida como la diferenciación, separación o distinción de elementos o individuos. En el ámbito social, la discriminación se manifiesta con el trato indiferente hacia personas o agrupaciones, esto principalmente por características personales como la raza, creencias religiosas, identificación cultural, orientaciones políticas, aspecto físico, entre otras. Actualmente, la discriminación es considerada como parte de los problemas sociales que afectan el desarrollo íntegro de las personas.

Es importante mencionar que la discriminación posee dos acepciones principales, las cuales se diferencian por el ámbito de aplicación. La primera acepción de discriminación no posee ninguna connotación negativa, es decir, la discriminación se entiende simplemente como la acción de separar. La ejemplificación de la acepción neutral de discriminación es cuando en el proceso de investigación se separan y descartan aquellos datos irrelevantes para el estudio. Mientras que la segunda acepción se refiere específicamente a personas y conlleva negatividad; Carbonell, Rodríguez, García y Gutiérrez (2007) exponen que:

Por ejemplo, una persona discrimina a otra, en este segundo sentido lexical, cuando la considera inferior por ser afrodescendiente o por ser indígena, o por tener alguna discapacidad. Así, discriminar es tratar a otro u otros como inferiores, y esto debido a alguna característica o atributo que no resulta agradable para quien discrimina: el color de la piel, la forma de pensar, el sexo, su discapacidad, etc. (p. 62)

El alcance de la discriminación es a nivel mundial, puesto que en todos los países o regiones conviven culturas diferentes, las cuales tienden a generar ambientes de discriminación constante. El impacto e incidencia de la discriminación ha propiciado el surgimiento de instituciones que buscan contrarrestar el fenómeno. Entre estas instituciones está la Organización de las Naciones Unidas, la cual fomenta la no discriminación e igualdad. Ahora bien, en Guatemala se establece la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos y la Comisión Presidencial Contra la Discriminación y el Racismo Contra los Pueblos Indígenas en Guatemala (Diskrimineringsombudsmannen, 2018).

La creación de instituciones en contra de las diferentes formas de discriminación ha sido acompañada con reformas legislativas o creaciones de leyes que regulan la discriminación. Estas acciones por parte de los estados han sido ejecutadas bajo la consideración de que la discriminación frena el desarrollo de la sociedad. Actualmente, existen múltiples formas de discriminación que van desde aspectos personales como la edad, género y aspecto físico, hasta aspectos sociales como capacidad económica, clase social e identificación cultural. Sin embargo, entre estas formas de discriminación destaca aquella que se desarrolla por la etnia e identificación cultural y por ende afecta principalmente a los pueblos indígenas.

Los ámbitos de discriminación que más afectan a las personas son el ámbito educativo y el ámbito laboral. Esto debido a que la discriminación en dichos ámbitos impide la correcta formación educativa y el íntegro desarrollo profesional. En gran parte de los casos de discriminación escolar, el resultado es la deserción estudiantil o el bajo rendimiento académico, esto sin olvidar el limitado desarrollo social. Por otro lado, la discriminación laboral es considerada de carácter grave, puesto que genera: "... desperdicio de talentos, con efectos negativos para la productividad y el

crecimiento económico. La discriminación genera desigualdades socioeconómicas que perjudican la cohesión social y la solidaridad y que dificultan la disminución de la pobreza” (Oficina Internacional del Trabajo, s.f., p. 1).

Los casos de discriminación son constantes dentro de las sociedades y Guatemala no es la excepción. Este fenómeno mantiene relevancia en el territorio nacional al punto de que se han desarrollado múltiples investigaciones y campañas que buscan entender y combatir la discriminación. Entre estas investigaciones destaca la realizada por Chirix y Sajbin en 2019, la cual obtuvo el aval de las Naciones Unidas, así como de CEPAL y fue titulada: “Estudio sobre racismo, discriminación y brechas de desigualdad en Guatemala”.

Por otro lado, los elementos que se interrelacionan en la discriminación son diversos y provienen de diferentes sujetos. Es por esto, que la discriminación es considerada parte de los problemas sociales más complejos. La complejidad de la discriminación complica la respuesta por parte de las autoridades (UNFPA, 2018).

Es importante mencionar que existen formas de discriminación que no deben entenderse como actos negativos o inmorales, ejemplo de esto, es cuando en los puestos laborales se descartan a todos los aspirantes que no cumplan los requisitos del puesto al que están aspirando. En estos casos no existe discriminación negativa, puesto que las empresas solo buscan la captación de trabajadores productivos. Por el contrario, existen casos que, sí violentan el derecho de igualdad de las personas, y estos pueden ser objeto de denuncia.

La Comisión Nacional de los Derechos Humanos (2012) aclara lo antes mencionado de la siguiente forma:

Se discrimina cuando, con base en alguna distinción injustificada y arbitraria relacionada con las características de una persona o su pertenencia a algún grupo específico (como alguno de los criterios prohibidos), se realizan actos o conductas que niegan a las personas la igualdad de trato, produciéndoles un daño que puede traducirse en la anulación o restricción del goce de sus derechos humanos. (p. 6)

2.1.1. Tipos de discriminación

La discriminación se puede dar desde distintos ejes de la sociedad, que impiden el pleno desarrollo personal y profesional de las personas. Las víctimas pueden recibir sólo uno de los tipos de discriminación y también la mezcla de varios, esto depende de las acciones discriminatorias que reciba. Este trato excluyente y violento que realizan las personas hacia otras impide el desarrollo de la sociedad, además de afectar de forma física, psicológica y emocional a la persona que lo recibe. Los derechos humanos fueron creados para proteger a las personas sin importar su religión, raza, sexo, cultura, entre otras características. Tal como lo expone, Significados (2021): “toda forma de discriminación es una actitud contraria al principio universal de los derechos humanos que consagra la igualdad de todas las personas ante la ley”.

Distintos expertos concuerdan que la discriminación puede darse de forma directa e indirecta. Debido a que las personas muchas veces no conocen el trasfondo o daño que provocan los comentarios que realizan, por esto, dar a conocer las conductas discriminatorias marcará el inicio para la mejora de la sociedad. En la discriminación directa se hacen comentarios hirientes para afectar a la otra persona por la vestimenta, lenguaje, etnia u otra característica que no cumpla las expectativas del victimario. La discriminación indirecta es cuando la persona maneja

la situación de forma neutral sin comprender la magnitud de perjuicio que tiene su comentario (Servicio de Asistencia y Orientación a Víctimas de Discriminación Racial o Étnica, 2021).

La discriminación económica se refiere a los actos de exclusión por no pertenecer a la misma clase social, esta se manifiesta con humillaciones, subvaloración, maltrato. Los victimarios humillan a una persona por no poder realizar compras de carros, casas, servicios privados, y en algunas ocasiones no alcanza para cubrir los gastos básicos. La discriminación por género se da cuando la persona del sexo opuesto pone en duda las habilidades y capacidades por la condición de género (hombre y mujer). Quiñonez (2018) describe otras clases de discriminación:

Pero no sólo existe discriminación en lo referente a los aspectos económicos, también la hay en la representación política, en la educación, en la cobertura de la seguridad social, en el acceso a oportunidades, a tecnología, innovación, etc., siendo esto especialmente visible en los países menos desarrollados. (pág.21)

Los contextos en los que la discriminación se desarrolla son diversos debido a que las personas siempre establecen comunicación con otras. Es por esto, que es importante hacer conciencia de los tipos de discriminación que existen para que las personas puedan comprender el daño que causan al hacer ese tipo de comentarios. La práctica de discriminación es de forma estructural porque las personas tienen prejuicios sobre las conductas, tradiciones, cultura, idioma de otra persona, por el hecho de pertenecer a otro estatus económico, color de piel, edad, entre otras cosas.

2.1.2. Discriminación racial

La discriminación racial se refiere a la exclusión que se hace a las personas por el color de piel, raza, lenguaje y origen étnico. Provocando la desigualdad en los distintos grupos étnicos en temas como derechos, trabajos, libertad, justicia, entre otros. Estas personas que sufren discriminación racial reciben insultos entre otras acciones hirientes en el día a día, esto genera que las personas no se sientan libres de caminar y expresar su cultura por miedo a ser dañados por otros. La discriminación se vive en todo el mundo, a pesar de las campañas, estrategias, programas que se ha implementado con la finalidad de erradicar la discriminación racial. La Fundación Secretariado Gitano (s.f.) menciona la definición de la discriminación racial:

Toda distinción, exclusión, restricción, o preferencia basada en motivos de raza, color, linaje u origen nacional o étnico que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos y libertades. (pág. 2)

Las formas en las que se expresa la discriminación racial en la sociedad son diversas, esto se debe a que las personas no están conscientes del daño que provocan al insultar, comentar negativamente o lastimar físicamente. La discriminación se puede dar de forma directa, la discriminación indirecta y la discriminación directa encubierta. La discriminación directa se trata las acciones que se realizan para dañar a otra persona con el propósito de hacerla sentir mal. La discriminación indirecta se refiere a los comentarios, bromas y acciones que se realizan de forma natural, pero que tienen una connotación que discrimina a otras personas por su cultura. Por último, la discriminación directa encubierta es cuando el discriminador hace comentarios, pero se escusa después de decirlas.

La discriminación racial se manifiesta en distintos contextos de las personas que habitan en la sociedad. Esta discriminación se puede dar en cualquier situación o circunstancia que se le presente a las personas pertenecientes a distintas etnias. Es por esto, que las personas deben conocer la magnitud y poder que tienen sus comentarios para otras, solo así se podrá erradicar la discriminación. Algunos de los contextos que se ven afectados por la discriminación racial son:

- Educación: son las acciones discriminatorias que se realizan dentro del establecimiento educativo, esto impide que la persona se desarrolle profesionalmente, por el hecho de pertenecer a otra cultura.
- Salud: existen algunos riesgos de sufrir discriminación en los centros hospitalarios por el color de piel, cultura e idioma, en muchos casos los médicos no atienden a estos pacientes.
- Seguridad pública: los pueblos originarios y las personas afroamericanas son los sectores más afectados en cuanto a seguridad, esto se debe a que los oficiales cometen abuso de autoridad sobre ellos sin razón alguna.
- Trabajo: los colaboradores de las empresas de origen cultural distinto no tienen las mismas posibilidades de ascender de puesto o tener otros beneficios como los demás.
- Medios de comunicación: se manifiesta en la forma de llamar a ciertos individuos de forma negativa colocando estereotipos sobre cómo deberían de ser y comportarse.

Estos son solo algunos de los contextos en los que se manifiesta la discriminación racial. El racismo en Guatemala ha crecido durante muchos años, esto se debe a la normalización de las bromas, comentarios e insultos que se utilizan para referirse a una persona indígena. Distintos expertos dividen el racismo de

diferentes formas, debido a que la forma en la que se manifiesta el racismo es amplia. El racismo en Guatemala ha aumentado en los últimos años, a pesar de la lucha de diversas organizaciones para erradicar estas conductas (González, 2017).

El racismo como construcción histórica y social, este enfoque habla sobre cómo a través de los años los pueblos originarios han sufrido racismo, explicando cómo la sociedad fue dividida y jerarquizada por los gobernantes de esos tiempos. El racismo como ideología se trata de los patrones discriminatorios o estereotipos que tienen las personas y por esto, discriminan a estas comunidades indígenas. La ideología va vinculada con los pensamientos de superioridad que tienen las personas por pertenecer a la cultura ladina, que es la más reconocida en Guatemala. Chirix y Sajbin (2019) Menciona que:

La ideología del color se vincula con la ideología del cuerpo en casos como aquellos en los que los blancos hijos de finqueros y militares han acosado y violado los cuerpos de mujeres indígenas, o cuando, en el contexto de la guerra, las mujeres han sido utilizadas como servidumbre sexual, pero la ideología del color también se ha observado a través de los programas de control de la natalidad aplicados a mujeres indígenas y en el área rural.

(pág.11)

El racismo en el contexto colonial se enfoca en observar la cultura, la sociedad y la historia, con la finalidad de legitimar el sistema de opresión y dominación. Algunas características de la persona racista en este enfoque son: agredir, insistir en las diferencias entre él y la víctima, entre otros. El racismo utilizado como mecanismo de poder del estado, permite establecer cómo el estado maneja los temas de discriminación hacia la población indígena. Esto involucra

también a la política debido a que el racismo siempre ha estado presente en la historia política.

2.1.3. Víctimas

El término víctima se utiliza para nombrar a las personas que sufren daños físicos y psicológicos de otras personas. El victimario es quien realiza comentarios hirientes y daña físicamente a otra persona, porque no cumple con los estereotipos que este tiene. Las víctimas de discriminación pueden sufrir otras formas de daño, tales como, agresiones, robos, estafas, humillaciones, violaciones, entre otros. Las víctimas tienen derecho a denunciar estas formas de discriminación para lograr llevar un proceso legal adecuado. Estos derechos son: a la privacidad, a la seguridad, a la información, a la asistencia letrada, entre otros (Rodríguez y Dangelo, 2021).

Las víctimas de discriminación racial son personas que sufren daño psicológico y físico, por el hecho de pertenecer a otra cultura o color de piel distinta. Estas víctimas durante mucho tiempo han luchado para erradicar estas conductas violentas que las personas tienen en contra. En distintos países del mundo el racismo es parte de la vida cotidiana de las personas, lo cual, no debería ser, porque las personas tienen derecho a expresar su cultura sin temor a sufrir daños. Esta forma de exclusión evita lograr el desarrollo pleno de la sociedad, porque afecta a la comunicación entre las personas.

Existen diversas organizaciones que brindan apoyo a las víctimas de discriminación racial, con el propósito de dar a las víctimas las herramientas necesarias para lograr desarrollarse en la sociedad. Estas organizaciones desarrollan campañas, programas, actividades para recaudar fondos y así poder

seguir apoyando a las víctimas que sufren distintas formas de discriminación. Las personas deben comprender que el apoyo a las personas que sufren de discriminación es vital para que las víctimas puedan movilizarse sin miedo. La organización Movimiento por la Paz (s.f.) expone que:

El Servicio de Asistencia a Víctimas de Discriminación Racial o Étnica es un recurso estatal y gratuito de asistencia a posibles víctimas de discriminación racial o étnica, que presta apoyo y asesoría independiente a las personas discriminadas en cualquier ámbito: empleo, educación, vivienda, acceso a bienes y servicios, etc. (pág.1)

Por otro lado, en Guatemala la población más vulnerable ante los ataques de discriminación racial son los pueblos originarios, esto se debe, a que los victimarios quieren que las demás personas sean como ellos esperan. Dentro de la sociedad la población indígena es excluida de algunos procesos políticos y en proyectos que les afectan, además de esto sufren discriminación racial por expresar su cultura. Las víctimas de discriminación racial sufren distintas agresiones por otras personas que desconocen el valor cultural que portan las comunidades indígenas. Las Naciones Unidas describen los desafíos que deben vencer los pueblos indígenas:

Los pueblos indígenas enfrentan muchos desafíos y sus derechos humanos son violados con frecuencia: se les priva de su derecho a controlar su propio desarrollo con base en sus valores, necesidades y prioridades; tienen escasa representación política; y no tienen acceso a los servicios sociales.

Los pueblos originarios han denunciado las acciones de discriminación que sufren por tener creencias, cultura y color de piel distinta. Tal como lo menciona Romero y Orantes (2018): “En los últimos años, los pueblos indígenas han

presentado al Estado propuestas relacionadas con las reformas constitucionales especialmente en materia de justicia, reconocimiento de tierras comunales y procesos de consulta” (pág.28). Es por esto, que las comunidades indígenas necesitan que las autoridades propongan planes para erradicar la violencia y discriminación que sufren.

2.1.4 Causas

Las causas de la discriminación son diversas, esto depende de las experiencias, aprendizajes, contexto, entre otras. Estas causas pueden ser hereditarias, aprendidas de otras personas o por ignorancia. El origen de la discriminación ha sido la creencia de superioridad de los victimarios hacia las víctimas por cualquier ventaja que tengan, esto más la personalidad y educación. Las personas son las principales encargadas de evaluar la conducta que tienen ante los demás que no pertenecen a su ideología, etnia, etc.

Las circunstancias económicas se refieren al ingreso que tiene una persona, por esto es categorizada en alto, medio y bajo. Esta categorización provoca en las personas que pertenecen al nivel económico alto, crean ser superiores a los demás por tener ventajas. La discriminación afecta a todos los sectores económicos y de desarrollo que las personas necesitan para crecer profesional e individualmente. Gob.mex (s.f.) en la ficha temática titulada “Discriminación por razones socioeconómicas” lo siguiente:

Por su condición económica y social, millones de personas son excluidas todos los días de escuelas, servicios de salud, empleos y otros espacios y oportunidades que podrían mejorar sus vidas. Esta discriminación no es nueva ni exclusiva de dichos ámbitos. Históricamente, las personas en

situación de pobreza han sido marginadas por familiares que no están en la misma situación, tratadas como ciudadanas de segunda clase o sin derechos en las instituciones públicas (pág. 1). Este sistema de discriminación es utilizado en dos contextos importantes, el trabajo y la escuela.

2.1.5 Consecuencias

Las consecuencias de la discriminación dependen de los contextos en los que se aplicó, las personas y el nivel de agresión. Esto provoca que las víctimas presenten emociones negativas o desmotivantes que afectarán su desarrollo en distintos lugares. La discriminación causa demasiados efectos negativos en la búsqueda del desarrollo sostenible del mundo. La Confederación Autónoma Sindical Clasista, Confederación nacional de Trabajadores Dominicanos y Confederación Nacional de Unidad Sindical (s.f.) en el documento titulado “No a la discriminación en el trabajo” describe los efectos de la discriminación en el trabajo: “Toda discriminación produce efectos desiguales que ponen a las víctimas en una situación de desventaja, dificulta su acceso a oportunidades de empleo y a la igualdad de trato en el lugar de trabajo” (Pág. 6).

La discriminación tiene mayor efecto en la psicología, desde la mente surgen los pensamientos discriminatorios o dañar la autoestima de quien lo sufre. Las víctimas de discriminación tienen pensamientos hirientes, desmotivantes, sobre sí mismos y poca seguridad de expresar. Por otro lado, el victimario tiene pensamientos de poder, grandeza y se siente muy seguro de las acciones que comete hacia otras personas sin importar el daño. Los actos de discriminación se caracterizan por los comentarios o acciones realizadas hacia otras personas.

El daño que causa la discriminación en el desarrollo de los seres humanos es más frecuente de lo que se admite, esto forma parte del día a día de las personas afectadas. Las consecuencias acompañan a la víctima todo el tiempo, tal como lo menciona Pineda (s.):

Una de las consecuencias más centrales y que a nivel psicológico y emocional suelen emerger son los sentimientos de culpa y vergüenza. La persona víctima de estos hechos discriminatorios, en muchas ocasiones, tiende a culparse y sentir vergüenza por el abuso, violencia o discriminación padecida hasta que se pueda producir un reajuste psicológico de la situación sufrida. (pág.4).

2.1.6. Formas de discriminar

La discriminación es ejecutada de diversas formas y niveles de intensidad, esto se debe a que cada victimario elige la manera en la que lastima a su o sus víctimas. El conocer las formas en las que se puede discriminar a una persona ayuda a hacer conciencia sobre el poder de las palabras. Las personas reconocerán que los prejuicios que tienen sobre otras son pensamientos absurdos. Porque las personas tienen derecho a expresar su cultura y forma de ser, sin miedo a sufrir daño por ello. Las personas deben ser conscientes del daño psicológico, físico y emocional que pueden causar al realizar acciones discriminatorias o dañar a otras.

Distintos expertos dividen las formas de discriminar por contextos para mayor claridad en la situación. En el ámbito laboral la discriminación se realiza a través de las diferencias salariales, jornadas amplias de trabajo por ser empleado de limpieza, dificultad de ascensos, esto afecta el crecimiento profesional de los colaboradores. En el ámbito doméstico el pensar que las mujeres deben ser las encargadas de todas

las cosas del hogar y el marido aporta el dinero, esto se cataloga como discriminación por género.

Otros autores lo dividen en discriminación de género, orientación sexual, condiciones migrantes, discapacidad, edad, condiciones económicas, por religión, ideología u origen étnico, entre otras. Estas formas de discriminar a las personas generan deficiencia en las relaciones interpersonales en la sociedad. La integración de estrategias, programas y campañas que permitan dar a conocer la situación actual de las víctimas de discriminación, puede hacer el cambio para mejorar las condiciones de vida de estos sujetos (Municipalidad de General Pueyrredon, s.f.).

La población indígena es el sector más vulnerable ante los casos de discriminación que sufren, por utilizar la vestimenta, idiomas y cultura étnica diferente. Estos pensamientos son los que impulsan a las personas a agredir a otras por pensar diferente. Estas formas de agresión se manifiestan con elementos corporales, conductas, acciones físicas, entre otros. Todo esto lo hacen para herir a las personas indígenas y hacer que cambien a como los victimarios desean. Manos Unidas (2013) expone que: "hoy, los pueblos indígenas y afros están amenazados en su existencia física, cultural y espiritual; en sus modos de vida; en sus identidades; en su diversidad; en sus territorios y proyectos. (pág.5).

Es importante mencionar que existen otras formas de discriminación como el acoso, presión grupal, invisibilidad de los pueblos originarios, entre otras acciones. A lo largo de la historia distintos grupos han sido discriminados y perseguidos por personas que no aceptan la diversidad de color de piel, cultura y tradiciones. Esto genera que las personas discriminadas no se sientan seguras al salir a realizar sus actividades diarias por miedo. Dorantes y González (2020): "La discriminación racial es un problema actual. Aunque se asume que todos los individuos tienen las mismas

oportunidades de desarrollo humano, la realidad muestra que esto no es así” (pág. 19).

La discriminación racial por mucho tiempo ha afectado el desarrollo pleno de los distintos sectores que la sufren. Este tipo de discriminación vulnera los derechos universales que posee todo ser humano. Es por esto, por lo que las autoridades deben crear estrategias que erradiquen cualquier tipo de discriminación. Dorantes y González (2020) describen que: “La discriminación racial es un problema actual. Aunque se asume que todos los individuos tienen las mismas oportunidades de desarrollo humano, la realidad muestra que esto no es así” (pág. 19).

2.1.7. Leyes

La discriminación es abordada por varias leyes, tratados internacionales, decretos y otros documentos de carácter jurídico. En algunas leyes la discriminación es señalada de forma directa y específica como delito, pero en otros elementos del ordenamiento jurídico se hace referencia a la igualdad y múltiples derechos que poseen los ciudadanos, los cuales suelen ser vulnerados mediante actos de discriminación. Incluso existen artículos jurídicos que protegen grupos específicos como los pueblos indígenas, las personas con discapacidad, mujeres y otros colectivos expuestos a la discriminación (Benavente, 2005).

En otras palabras, los ciudadanos poseen respaldo legal contra actos de discriminación o violación a los derechos conferidos por su calidad de persona. En Guatemala las leyes que protegen a las personas contra la discriminación son las siguientes:

- Constitución de Política de la República de Guatemala
- Código Penal

- Decreto 57-2002
- Ley de Promoción Educativa Contra la Discriminación

En el Artículo No. 4 de la Constitución Política de la República de Guatemala se detalla el derecho de libertad e igualdad, en este enunciado se hace referencia a que ninguna persona está por encima de otra por ningún motivo. Esto principalmente porque los ciudadanos poseen dignidad que debe ser respetada y cuidada. Además, este artículo promueve y exhorta a que las personas mantengan trato amigable para el correcto desarrollo. Es importante mencionar que la igualdad de las personas está apartada en el Título II o Derechos Humanos, lo cual posiciona a la igualdad como el derecho que reciben todas las personas por el simple hecho de ser humanos.

La Constitución Política de la República de Guatemala señala en el Artículo No. 4:

En Guatemala todos los seres humanos son libres e iguales en dignidad y derechos. El hombre y la mujer, cualquiera que sea su estado civil, tienen iguales oportunidades y responsabilidades. Ninguna persona puede ser sometida a servidumbre ni a otra condición que menoscabe su dignidad. Los seres humanos deben guardar una conducta fraternal entre sí. (p. 1)

Otro enunciado que protege a las personas de la discriminación es el inciso “c” del Artículo 101 de la ley suprema de Guatemala. En este apartado se enfatiza que laboralmente no debe existir diferencia salarial para personas que desarrollen el mismo trabajo. Por otro lado, la educación en Guatemala debe ser impartida sin alguna discriminación, tal como lo regula el Derecho a la educación, Artículo 71 de la constitución. La discriminación dentro de los centros educativos se menciona de forma precisa en el Artículo 73 de la carta magna, el cual señala a la enseñanza religiosa como opcional, pero sin discriminación a algún individuo.

El derecho a la salud está regulado en el Artículo 39 de la Constitución Política de la República de Guatemala, y destaca que la salud en beneficio de los ciudadanos no debe desarrollarse con discriminación. El inciso “r” del Artículo 102 de la misma ley, vuelve a mencionar la discriminación como acción inaceptable durante la sindicalización de trabajadores. Por su parte, el Código Penal de Guatemala fue reformado mediante el Decreto 57-2002, en esta reforma se reconoció la discriminación como delito punible en territorio nacional (Benavente, 2005). También existe la “Ley de Promoción Educativa contra la Discriminación”, Decreto número 81/2002, en la que se busca la promoción y difusión de proyectos para la erradicación de discriminación racial, étnica, de género y demás formas de separación negativa.

El autor Velasco (2020) mediante las publicaciones realizadas en la página oficial del Congreso de la República de Guatemala, cita el Artículo 202 bis del Código Penal:

Se entenderá como discriminación toda distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de género, raza, etnia, idioma, edad, religión, situación económica, enfermedad, discapacidad, estado civil, o en cualesquiera otro motivo, razón o circunstancia, que impidiere o dificultare a una persona, grupo de personas o asociaciones, el ejercicio de un derecho legalmente establecido incluyendo el derecho consuetudinario o costumbre, de conformidad con la Constitución Política de la República y los Tratados Internacionales en materia de derechos humanos. (pág. 13)

2.1.8. Consentimiento

El consentimiento es entendido como la aceptación de determinadas acciones y situaciones, esto sin importar los posibles efectos. Ahora bien, el consentimiento de la discriminación es la acción de permitir acciones que generan desigualdad o diferenciación por características socioculturales o aspectos personales físicos. Este consentimiento es apoyado por las excusas que los victimarios utilizan para realizar acciones discriminatorias a otras personas. Este consentimiento se presenta en diferentes contextos en los que las personas se desenvuelven (Corte Interamericana de Derechos Humanos, s.f.).

2.1.9 Educación

En la educación la discriminación y el abuso es frecuente dentro de los establecimientos educativos. Esto se debe a que las autoridades educativas no cuentan con normas de convivencia estrictas que permitan el desarrollo pleno de los estudiantes. La educación debe ser la misma para todas las personas sin importar la religión, características, personalidad, física, entre otras. En los centros educativos quienes realizan las acciones discriminatorias son los docentes, directivos, personal operativo y administrativo, y en la mayoría de las ocasiones entre los estudiantes. La discriminación dentro de las aulas evita que los estudiantes puedan desarrollar habilidades por el miedo a ser diferentes a los demás y ser dañado por eso.

Los estudiantes tienen derecho a recibir educación de calidad sin importar los estereotipos de las otras personas. El blog de Claudia Morales (2016) expone que:

La educación inclusiva no se limita sólo a los derechos de las personas con discapacidad, sino también a los niños procedentes de las comunidades indígenas. Los niños de cualquier situación geográfica del país deben ser

aceptados e incluidos en las escuelas, sin importar su color de piel, creencias religiosas o culturales y posición social.

2.1.10. Igualdad

La igualdad entre los seres humanos es muy importante para el pleno desarrollo de la sociedad, es por esto, que las autoridades encargadas deben planear estrategias para erradicar la discriminación racial. Las acciones de discriminación deben ser erradicadas para ver mejoras en las relaciones interpersonales entre las personas y esto aportará al desarrollo sostenible. Distintas organizaciones han planteado estrategias, programas, medidas, leyes que ayudan a prevenir la discriminación. La prevención de la discriminación es trabajo de todas las personas, es por esto, por lo que se deben mantener y apoyar los programas. Las medidas que se deben tomar han de estar enfocadas a la erradicación de la discriminación y para el apoyo de las víctimas. Las víctimas necesitan buscar ayuda para superar los traumas que la discriminación causa.

El respeto hacia las otras personas es vital para evitar conflictos causados por las ideologías, pensamientos, diferencias, entre otras. Este principio permite que las personas puedan desarrollarse de forma individual y sin miedos. Las personas merecen ser respetadas en todos los contextos en los que se desenvuelven. FHI360 (s.f.) explica que: “También significa que reconocemos que cada persona tiene el derecho y la capacidad de tomar sus propias decisiones. El respeto por una persona garantiza la valoración de la dignidad” (pág.1).

2.1.11. Pueblos y comunidades indígenas

Los pueblos indígenas son conjuntos de personas que pertenecen a cierta cultura de enfoque ancestral de los distintos países. Este colectivo de personas

promueve la armonía entre las personas, la naturaleza y los ancestros. Cuidan y defienden las tierras en las que habitan, para tener bienestar físico y mental. Los pueblos indígenas son representados por líderes que luchan por la defensa de sus derechos. Existen distintas culturas indígenas y cada una tiene sus propias tradiciones, costumbres, vestuarios, danzas, cantos, que los representan. Estos pueblos indígenas u originarios son reconocidos a nivel mundial, sin embargo, dentro de los países son discriminados por esas características culturales.

La identidad cultural se establece como el conjunto de características propias de las culturas. Las culturas tienen el derecho de practicar sus costumbres, espiritualidad, idioma, entre otros aspectos; sin miedo a sufrir discriminación o violencia. Para las comunidades indígenas es vital que las autoridades construyan proyectos, becas o intercambios que les permita a los estudiantes formar experiencias, conocimientos y compartir con otras personas sobre la cultura. La igualdad se refiere a la inclusión de todas las personas, sin importar creencias, tradiciones, costumbres, economía, entre otros. Por otro lado, el idioma es el conjunto de señas palabras u otros medios para transferir ideas a los demás individuos.

Guatemala es caracterizada por ser multiétnica y pluricultural, es decir que posee pobladores de origen étnico diferente. Las principales etnias en Guatemala son mayas, xinca, garífuna y los ladinos. Estos pueblos son caracterizados por las distintas tradiciones y costumbres relacionadas con celebrar a los ancestros y la naturaleza. El gobierno de Guatemala ha desarrollado distintos programas para dar a conocer las culturas y para ayudar a los pueblos indígenas en su desarrollo profesional (CIDH, 2016).

Guatemala posee aproximadamente 24 culturas étnicas que se caracterizan por tener diferentes costumbres, tradiciones, vestimenta, cantos, instrumentos, entre otros. La población indígena ocupa la mayor parte de Guatemala, esto se debe a que las personas deciden continuar con las tradiciones y costumbres de los ancestros. Estos grupos étnicos muestran las prácticas tradicionales y características de su cultura. Tal como lo dice IWGIA (s.f.): “Se calcula que Guatemala tiene 6 millones de habitantes indígenas. El censo oficial del 2002 estima que un 45% de la población es indígena, pero otros informes indican que constituyen el 60% del total de la población” (pág.2).

Los pueblos indígenas son altamente importantes dentro de las sociedades, no solo por su porcentaje dentro de la población total, sino por el aporte cultural y de tradiciones. La importancia de los pueblos indígenas es reconocida a nivel nacional por el estado y a nivel internacional las organizaciones de derechos humanos o convenios de integridad. Respecto a los beneficios especiales que reciben los pueblos indígenas por el contexto de vulnerabilidad en que se desarrollan, Martínez (2015) asegura que:

El 20 de mayo de 2010 la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) otorgó medidas cautelares a dieciocho comunidades indígenas mayas en Guatemala, las cuales habían denunciado desde el año 2005 que las actividades mineras en sus territorios provocan efectos perniciosos, tanto a su salud, como a sus sistemas socioculturales y sus ecosistemas, por lo que se ponía en riesgo su existencia física y cultural. (p. 252)

La economía de los indígenas se basa principalmente en el cultivo de frutas, vegetales, granos y legumbres (87%). Esta actividad laboral es la que más se manifiesta en los pueblos indígenas mayas que habitan en Guatemala. Las personas

mayas también se dedican al comercio de productos varios, pero en menor porcentaje (8%). El resto de la población se dedica a las actividades de manufactura (3%) y a la prestación de servicios dentro de las comunidades (2%). Estos datos del comportamiento económico de los pueblos indígenas sufren cambios con relación a los fenómenos sociales.

2.2 Referentes de diseño relacionados con el tema

2.2.1 Nike

Por parte de Nike, siempre ha sido resaltado como una de las empresas que crea publicidad con inteligencia, creando campañas para que las personas piensen de manera distinta, fomentando varios valores que la marca transmite.

Figura No.3
Nike Equality



Fuente: (72) Nike | Equality - YouTube

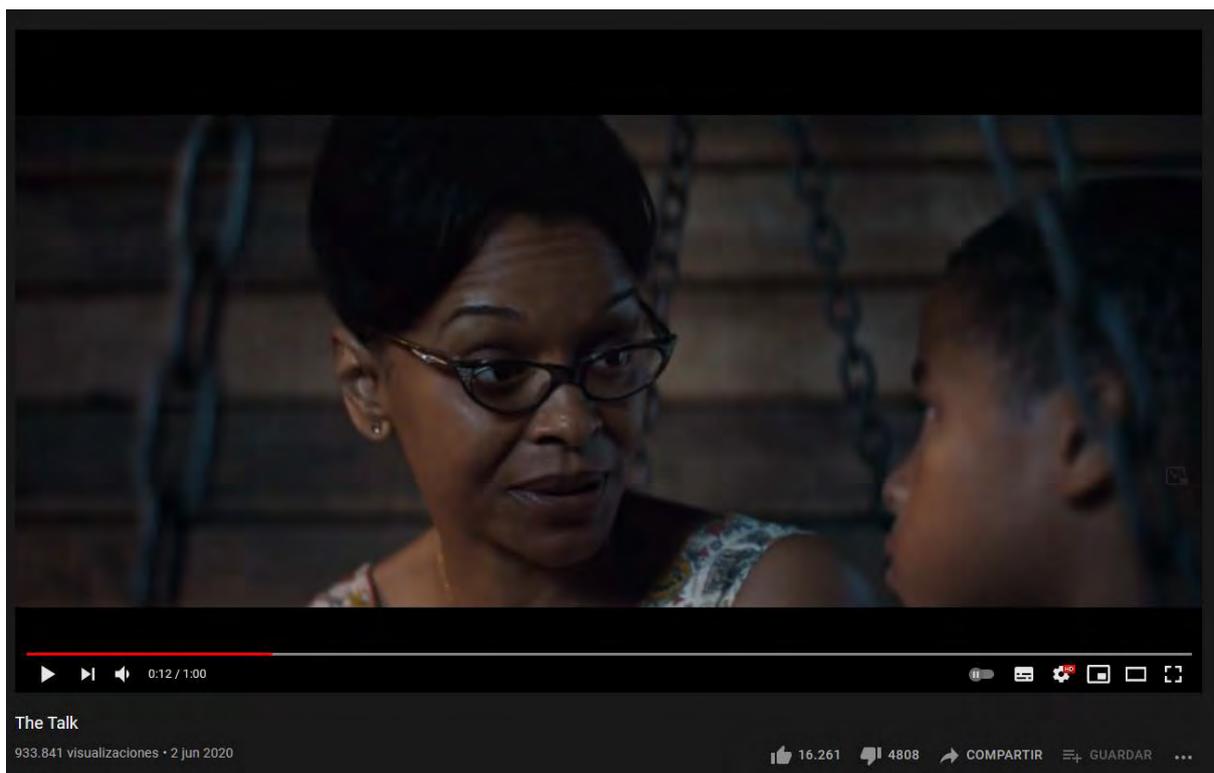
Además de ser una marca deportiva y vender equipo deportivo a varios atletas, también lo usan para crear campañas publicitarias de las cuales resaltan mucho las que son contra el racismo y luchan por la equidad. Recientemente Nike ha lanzado campañas en las cuales enseña escenas muy arraigadas a la vida diaria de cualquier persona que sufre de racismo o exclusión.

2.2.2. P&G

P & G se ha unido a la lucha contra el racismo, creando también campañas publicitarias las cuales enseñan desde la perspectiva de las personas que sufren de racismo. Crean vídeos que van desde entrevistas hasta charlas que hacen que las personas puedan llegar a pensar y a razonar.

Figura No.4

The Talk



Fuente: (72) The Talk - YouTube

Es una marca que vende productos de belleza y limpieza, sin embargo, así como sus productos se utilizan diariamente, la discriminación también por eso se creó el vídeo “The Talk” que enfatiza la dolorosa conversación, pero necesaria que se debe tener con los niños de color sobre los prejuicios que ellos pueden llegar a tener en su vida basados en su color de piel.

2.2.3. Australian Human Rights Comission

Australian Human Rights Commission, una sociedad que tiene una página web y un canal en YouTube donde se crean campañas para la lucha de los derechos humanos. Actualmente tienen varias campañas en YouTube con charlas informativas y vídeos de los cuales las personas se pueden sentir asociadas ya que son situaciones que pasan en el diario vivir.

Figura No.5

It Stops with Me



Fuente: (72) Taxi - Racism. It Stops With Me - YouTube

Vídeo publicitario en el cual se da a conocer la campaña en contra del racismo, donde el taxista no quiere atender a alguien que es de diferente etnia y color de piel, al final del vídeo se hace un cintillo con la frase de “Racismo. Stops With Me”, para que las personas piensen en ellas mismas y que reflexionen en ellas mismas de sus propias acciones.

3. Marco Metodológico

3.1 Método

De acuerdo con Guillermo Westreicher (19 de mayo, 2020), indica que “El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas.” El habla y menciona que es un estudio que se tiene que hacer para crear una serie de respuestas para obtener conclusiones sobre las dudas que se tienen.

3.2 Poblaciones

3.2.1 Población 1: Abogados

Conformada por profesionales en las leyes y derechos. Los expertos ejercen y han sido seleccionados por sus conocimientos y experiencias en el área de derecho. La información ayuda a tener una idea amplia y concreta de los derechos que tienen las víctimas y las leyes para las personas que cometen delitos por discriminar.

3.2.2 Población 2: Víctimas de racismo

Población conformada por personas de ambos sexos entre las edades de 18-70 años. Habitantes de Fraijanes municipio de Guatemala, se estima que será una muestra de 50 personas, la información brindada permitirá crear un estimado de cuántas personas son víctimas de racismo solo en el área de Fraijanes.

3.2.3 Población 3: Instituciones

Conglomerado formado por profesionales que están en instituciones a las cuales llegan a poner las denuncias sobre violencia/racismo. Se decide que serán ellos, ya que están más cerca de las víctimas y saben datos exactos de cuántas

personas sufren. La información brindada ayudará y permitirá dar un resultado más acertado. Esta población está conformada por siete expertos.

3.3 Muestras

3.3.1 Muestra Población Abogados

Según la tabla de Foundations of Social Research el porcentaje de aplicar en el número de población de Abogados es del 100%, dando un total de 4 expertos.

3.3.2 Muestra Población Víctimas

Según la tabla de Foundations of Social Research el porcentaje de aplicar en el número de población de abogados es del 100%, dando un total de 50 víctimas.

3.3.3 Muestra Población Instituciones

Según la tabla de Foundations of Social Research el porcentaje de aplicar el número de población de instituciones es del 100%, 15 trabajadores de instituciones.

3.4 Instrumentos

3.4.1 Entrevista Abogados

Como estudiante de la Universidad del Istmo, debo desarrollar un proyecto de graduación, sobre racismo y exclusión de los indígenas, quisiera conocer sus pensamientos profesionales, respondiendo las siguientes preguntas sobre el tema.

1. ¿Cree que hay racismo en Guatemala?
2. ¿Desde su punto de vista hacia quiénes va el racismo?
3. ¿Cuáles son los grupos afectados por este fenómeno social?
4. ¿Considera usted que se podrían tomar acciones legales contra este tipo de actitudes?

5. ¿Qué tan graves son las consecuencias del racismo?
6. ¿El ordenamiento jurídico de Guatemala cuenta con los mecanismos suficientes para combatir el racismo?
7. ¿Existen leyes que protejan a las víctimas de este mal?
8. ¿Qué tipos de racimo cree que existen?
9. ¿Cree que es un problema grave?
10. ¿Considera que el racismo afecta el desarrollo integral de la cultura guatemalteca?

3.4.2 Encuesta Víctimas

Como parte del desarrollo del proyecto de graduación para la Universidad del Istmo, tengo el deber de recopilar datos acerca de mi tema. Por lo que realizo esta encuesta que te tomará pocos minutos responder y será de manera anónima, sin embargo, me será de gran ayuda para poder encontrar una solución al problema.

Por favor marca con un círculo tu respuesta.

Edad: Género: M F

1. ¿Te han prohibido el ingreso a algún establecimiento?
a. sí b. no
2. ¿Sientes que alguna vez te hicieron de menos?
a. sí b. no
3. ¿Te han tratado diferente?
a. sí b. no
4. ¿Te han dicho que no puedes comprar producto en algún lugar?
a. sí b. no
5. ¿Quisieras que se hiciera algo al respecto?
a. sí b. no
6. ¿Conoces a alguien que haya sido víctima de discriminación racial?
a. sí b. no

7. ¿Sabes sobre leyes o mecanismos que protejan de este tipo de discriminación?
 - a. sí
 - b. no
8. ¿Conoces instituciones ante las cuales puedes ir a plantear una denuncia?
 - a. sí
 - b. no
9. ¿Confías en las entidades que te defienden?
 - a. sí
 - b. no
10. ¿Te molesta la discriminación?
 - a. sí
 - b. no

3.4.3 Encuesta Instituciones

Como estudiante de la Universidad del Istmo tengo el deber de desarrollar el proyecto de graduación, el cual centre el racismo o discriminación contra los indígenas. Sería de mucha ayuda su opinión sobre los aspectos que giran alrededor del tema. La encuesta y la información obtenida es con fines educativos y no perjudica a la institución ni a su persona.

1. ¿Cree que la discriminación/racismo es un caso grave en Guatemala?
 - a. sí
 - b. no
2. ¿Cuántos casos de discriminación se reportan al mes?
 - a. menos de 5
 - b. 5-10
 - c. 11-20
 - d. 21-30
 - e. más de 30
3. ¿Cree que es necesario educar a la población guatemalteca?
 - a. sí
 - b. no
4. ¿Cree que es un problema que preocupa a la población?
 - a. sí
 - b. no
5. ¿Considera que crea una barrera para el desarrollo humano?
 - a. sí
 - b. no
6. ¿Conoce usted alguna institución que incluya a los indígenas y luche con la discriminación?
 - a. sí
 - b. no
7. ¿Considera que el apoyo brindado por parte de las instituciones estatales es suficiente para combatir este tipo de discriminación?
 - a. sí
 - b. no

8. ¿Considera relevante el rol suyo dentro de la institución para combatir los casos de discriminación?

- a. sí b. no c. tal vez

9. ¿Considera que en un futuro tendremos un país sin racismo?

- a. sí b. no c. tal vez

10. ¿Ha notado un cambio positivo en los últimos 2 años?

- a. sí b. no c. tal vez

3.5 Procedimiento

3.5.1 Procedimiento Abogados

Las entrevistas a los especialistas se pasarán dependiendo de la disposición de ellos y horarios, debido a la situación actual de la COVID-19 se mantendrá distanciamiento y la opción de que sea virtual. Los días en los cuales las entrevistas se realizaron fueron del 28 de septiembre del 2021 al 3 de octubre del 2021, dos de ellas a las 11 de la mañana y las otras alrededor de las 6 de la tarde.

3.5.2. Procedimiento Víctimas

Las encuestas se pasarán al visitar Fraijanes, sin embargo, se tendrá mucha precaución con la cantidad de personas debido a la situación actual de la COVID-19. Se ayudará a los encuestados si una pregunta no es clara. Se espera que sea en un solo día para avanzar con la tabulación de las respuestas.

3.5.3 Procedimiento Instituciones

Las encuestas a las organizaciones se pasarán en el día que ellos propongan, ya sea virtual o presencial y que esté de acuerdo con el horario del establecimiento. Se mantendrá un nivel de profesionalismo alto ya que son entidades del gobierno. Se estima que el tiempo estimado sea entre media y una hora.

4. Presentación y análisis de resultados

4.1 Respuestas Abogados

1. ¿Cree que hay racismo en Guatemala?

A esta pregunta, el 100% indicó que sí existe el racismo en Guatemala, el 0% opinó que no existe el racismo en Guatemala.

Los expertos saben y conocen de casos de racismo en Guatemala, tienen conocimiento de colegas que opinan lo mismo y que es un tema alarmante para ellos ya que conocen los casos y los llegan a conocer para ver el panorama completo.

2. ¿Desde su punto de vista hacia quienes va el racismo?

Los profesionales contestaron de la siguiente manera, el 50% de ellos contestaron que, a los indígenas, el 20% dijo a los morenos y el otro 25% dijo los pobres y grupos LGBTQ+.

Estos resultados demuestran que ellos conocen y saben qué personas sufren de racismo y que conocen que la mayoría es hacia los indígenas e incluso pueblos de minorías. Están informados y actualizados con temas de racismo.

3. ¿Cuáles son los grupos afectados por este fenómeno social?

El 50% dijo que los indígenas y de pueblos de minorías étnicas, así como mayas, xincas y garífunas. El otro 50% dijo que todos sufrimos de racismo

Los resultados demuestran que los expertos reciben casos de racismo e incluso algunos de ellos han sido víctimas de racismo sin ser indígenas. Que es un tema de desarrollo que alarma.

4. ¿Considera usted que se podrían tomar acciones legales contra este tipo de actitudes?

Los profesionales contestaron de la siguiente manera, el 75% dijo que sí se puede tomar acciones legales contra este tipo de actitudes y el otro 25% dijo que es una cuestión cultural.

Esto refleja que no se cuentan con las leyes suficientes para contrarrestar este tipo de actitudes. Lo que demuestra la poca productividad para crear o hacer que funcionen las leyes.

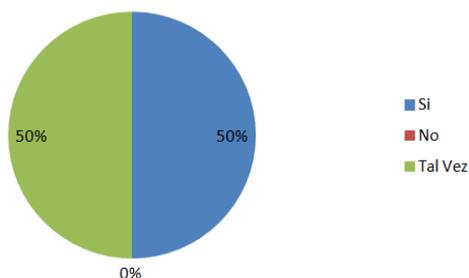
5. ¿Qué tan graves son las consecuencias?

El 50% opina que las consecuencias son muy graves y el otro 50% opina que ya es un tema muy normalizado.

Los expertos señalan que puede afectar el ámbito social, cultural y económico, incluso pueden ocasionar daños psicológicos que pueden llegar a tomar decisiones fatales. Lo cual es algo que se tiene que tratar con mucha delicadeza e incluso uno de los expertos explica que, si existiera la concientización, se podría imputar como delito.

Figura No. 6

¿El ordenamiento jurídico de Guatemala cuenta con los mecanismos suficientes para combatir el racismo?

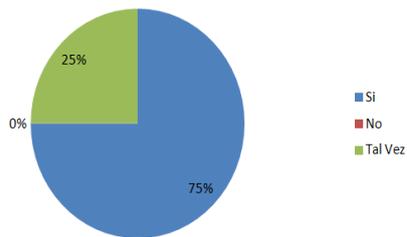


Fuente: Elaboración propia

La pregunta número 6, demuestra que a Guatemala no le falta mucho para llegar a tener los mecanismos necesarios para combatir el racismo. Sin embargo, sí se cuenta con métodos para luchar contra estos, aunque no sean suficientes.

Figura No.7

¿Existen leyes que protejan a las víctimas?



Fuente: elaboración propia

La pregunta número 7 indica que si existen leyes para proteger a las víctimas del racismo lo que demuestra que hay posibilidades para que las personas se sientan protegidas.

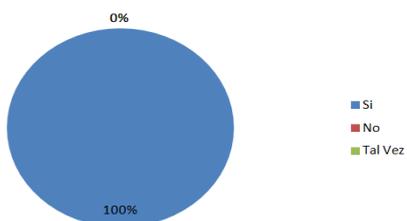
8. ¿Qué tipos de racismo cree que existen?

El 75% de profesionales opinó que el racismo más común es el de color, etnia y cultural, el otro 25% opinó que era el económico.

Esto refleja que están de acuerdo que las minorías siempre son las más afectadas e incluso el racismo hacia la identidad cultural de los pueblos.

Figura No. 8

¿Cree que es un problema grave?

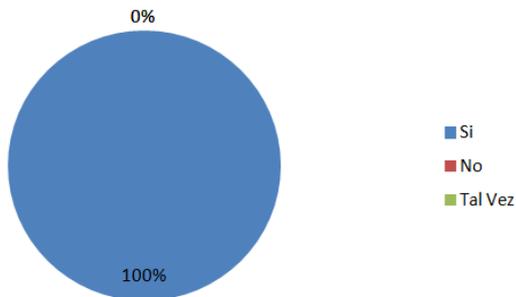


Fuente: elaboración propia

La respuesta de la pregunta número 9 es alarmante, ya que todos los expertos expresan que es un problema grave en Guatemala y que se deben de tomar acciones para ponerle un alto a esta situación.

Figura No. 9

¿Considera que el racismo afecta el desarrollo integral de la cultura guatemalteca?



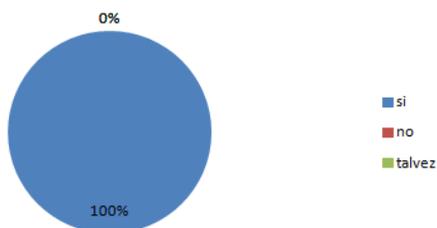
Fuente: Elaboración propia

La respuesta de la pregunta número 10 llama mucho la atención, ya que expresan de que afecta y seguirá afectando el desarrollo de la cultura guatemalteca hasta que se logre hacer algo para combatirlo.

4.2 Resultados Instituciones

Figura No. 10

¿Cree que la discriminación/racismo es un caso grave en Guatemala?

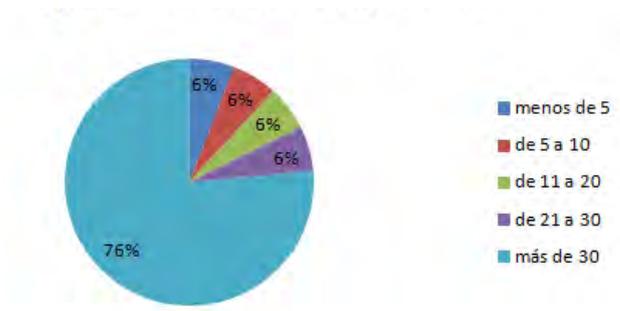


Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta da un panorama amplio en el que los trabajadores de las instituciones opinan que es un caso grave en Guatemala, resultado que alerta, ya que no solo los expertos opinan lo mismo, sino que también a nivel institucional.

Figura no. 11

¿Cuántos casos de discriminación se reportan al mes en Guatemala?

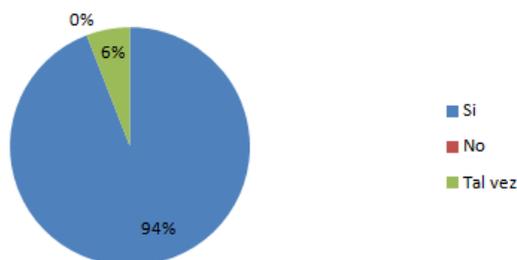


Fuente: Elaboración propia

Con esta respuesta que los trabajadores de las instituciones brindaron, muestra la cantidad de casos de discriminación que se reportan al mes en Guatemala, que son alarmantes e indica que todos los meses se reciben más de 30 denuncias de discriminación; esto sin tomar en cuenta la mayoría de las personas que no presenta denuncias.

Figura No. 12

¿Cree que es necesario educar a la población guatemalteca?

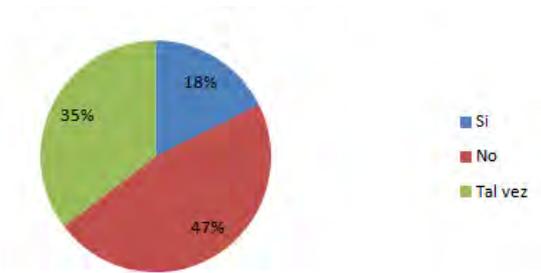


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta da un panorama de la necesidad de educar a la población guatemalteca acerca de la discriminación que se hace hacia los indígenas y sus consecuencias.

Figura No.13

¿Cree que es un problema que preocupa a la población?

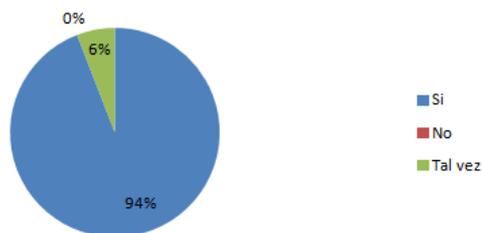


Fuente: elaboración propia

La institución indica que es un problema que no le preocupa a la población, dato importante, ya que muestra que no es de interés en los guatemaltecos y que seguirá siendo un tema del cual no se informe o hable.

Figura No. 14

¿Considera que crea una barrera para el desarrollo humano?

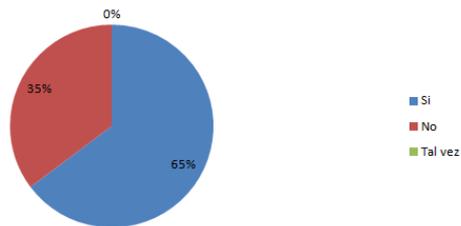


Fuente: elaboración propia

Esta pregunta solicitaba conocer si la institución consideraba si era una barrera para el desarrollo humano, e indicaron que sí. El racismo es una barrera para el desarrollo de los guatemaltecos, los detiene de avanzar y tener un pensamiento positivo.

Figura No. 15

¿Conoce usted alguna institución que incluya a los indígenas y que luche con la discriminación?

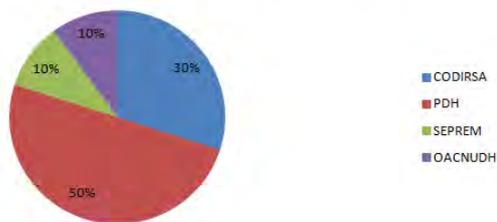


Fuente: Elaboración propia

Los datos indican que la mayoría de los trabajadores conocen a más de una institución que incluya la lucha contra la discriminación racial. Muchos de ellos solo conocen el lugar en donde trabajan, lo cual indica que sería necesario capacitarlos para que sepan de más áreas de trabajo.

Figura no. 16

Indique el nombre de una institución que trabaja contra la discriminación y racismo

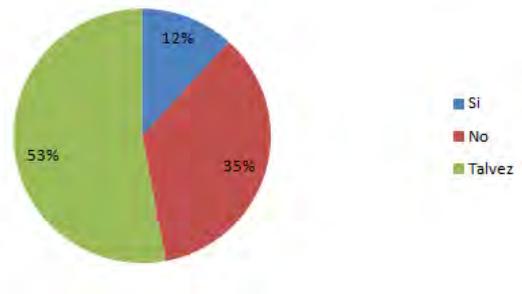


Fuente: Elaboración propia

La pregunta indica que los trabajadores sí conocen instituciones que incluyen a los indígenas en la lucha contra la discriminación, siendo la más conocida entre ellos, la Procuraduría de los Derechos Humanos PDH.

Figura No. 17

¿Considera que en un futuro tendremos un país sin racismo?

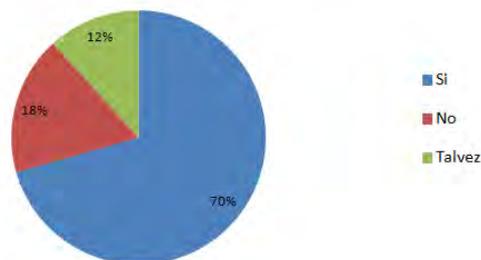


Fuente: elaboración propia

Los trabajadores de la institución opinan que tal vez tengamos un país sin racismo en el futuro, sin embargo, un bloque indica que no, lo cual indica que se necesitará trabajar para defender los derechos de los indígenas y así tener un país sin racismo.

Figura No. 18

¿Considera relevante el rol suyo dentro de la institución para combatir los casos de discriminación?

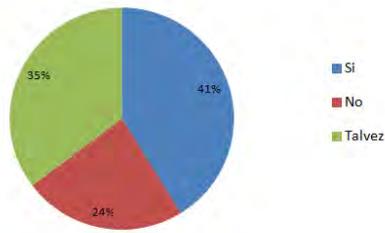


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta fue realizada para conocer cómo se sienten los trabajadores en la institución y saber si lo que ellos están haciendo un trabajo verdadero y si creen en los cambios. La respuesta de la mayoría indica que sí, sin embargo, hay un pequeño porcentaje que no, al que se tendría que capacitar para conocer sus roles.

Figura No. 19

¿Ha notado un cambio positivo en los últimos 2 años sobre la inclusión en los pueblos indígenas?



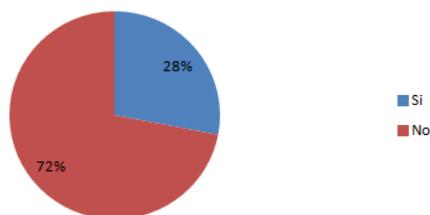
Fuente: elaboración propia

La respuesta indica que, en su mayoría, sí se ha visto un pequeño cambio positivo los últimos dos años. Esta pregunta se realizó para conocer que tanto se avanza al año con la inclusión a pueblos indígenas que sufren de discriminación.

4.3 Resultados víctimas

Figura No. 20

¿Te han prohibido el ingreso a algún establecimiento?

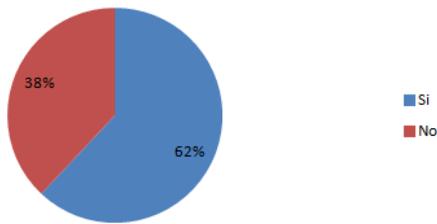


Fuente: elaboración propia

Esta pregunta fue realizada para conocer los índices de prohibición que les hacen a los indígenas a la hora de querer entrar a algún establecimiento público y conocer el índice a los cuales les han prohibido el ingreso.

Figura No. 21

¿Sientes que alguna vez te hicieron de menos?

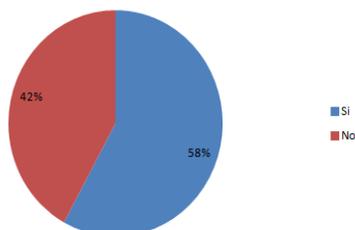


Fuente: elaboración propia

Las víctimas sienten que los hacen de menos por ser indígenas, lo cual es alarmante, ya que nadie tiene que sentir que lo hacen de menos, sin embargo, es una buena manera de obtener datos para conocer más detalladamente cómo se sienten las víctimas.

Figura No. 22

¿Te han tratado diferente?

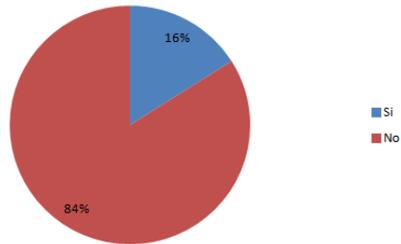


Fuente: elaboración propia

Esta pregunta fue realizada para establecer un panorama general de cómo acostumbran a tratar a los indígenas, sin embargo, no hay tanta diferencia entre el trato que reciben.

Figura No. 23

¿Te han dicho que no puedes comprar productos en algún lugar?

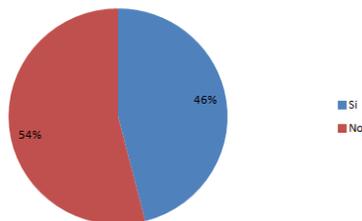


Fuente: elaboración propia

Los datos de esta pregunta son satisfactorios ya que la mayoría de las víctimas, solo un porcentaje bajo afirma que le han negado comprar productos en algún lugar, mientras que la mayoría afirma no haber tenido ese problema. Se puede esperar que en un futuro ninguna víctima sea rechazada al querer obtener algún producto.

Figura No. 24

¿Quisieras que se hiciera algo al respecto?

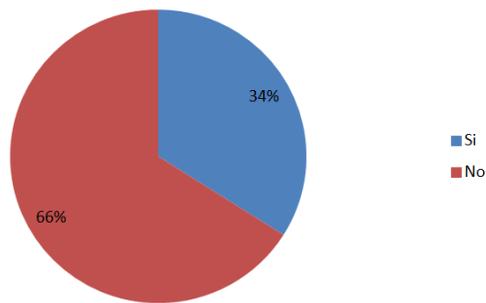


Fuente: elaboración propia

La pregunta se hizo para conocer si las víctimas quieren que se haga al respecto, para que ya no exista esta exclusión hacia ellos la cual quedó casi pareja entre los que quisieran que se haga un cambio y los que no.

Figura No. 25

¿Conoces a alguien que haya sido víctima de discriminación racial?

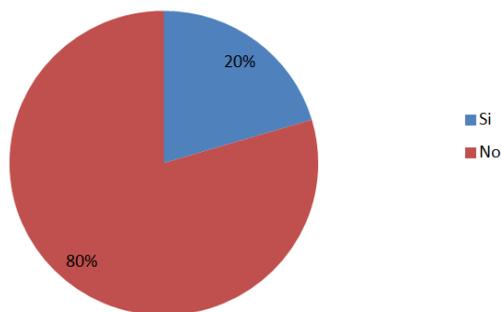


Fuente: elaboración propia

La razón de esta pregunta es para conocer cuantas personas conocidas de las víctimas han sufrido de discriminación racial. Los datos son satisfactorios ya que la mayoría de las personas no conoce a víctimas que han sufrido de ésta.

Figura No. 26

¿Sabes sobre leyes o mecanismos que protejan de este tipo de discriminación?

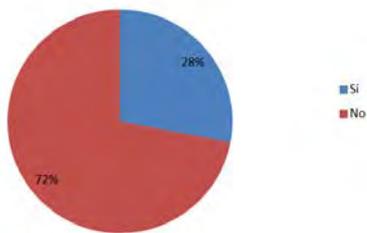


Fuente: elaboración propia

La pregunta fue realizada para tener una contabilidad de personas que conocen derechos o leyes que los protejan a la hora de que ellos sufran de discriminación, sin embargo, muchas víctimas mencionaron que no conocen leyes y mecanismos para protegerse.

Figura No. 27

¿Conoces instituciones ante las cuales puedes ir a plantear una denuncia?

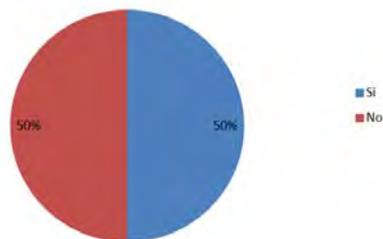


Fuente: elaboración propia

Los datos obtenidos son para determinar si las víctimas conocen lugares a los que pueden ir a plantear una denuncia, sin embargo, la mayoría no conoce y no sabe de la existencia de estas instituciones, por eso se tendría que educar para que tengan conocimiento de estas entidades.

Figura No. 28

¿Confías en las entidades que los defienden?

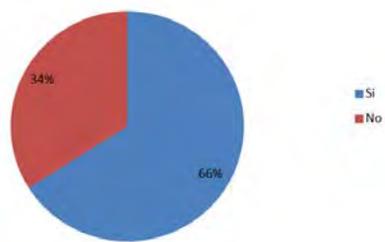


Fuente: elaboración propia

Los datos de esta pregunta son equitativos, así como las personas confían, hay personas que no confían, sin embargo, será de gran utilidad para que las víctimas cuenten con las entidades para que los defiendan en cualquier caso de discriminación y exclusión.

Figura No. 29

¿Te molesta la discriminación?



Fuente: elaboración propia

La razón de esta pregunta es para tener un panorama detallado de los pensamientos de las víctimas y saber qué es lo que sienten. Es importante conocerlo para realizar algo al respecto y conociendo que, a la gran mayoría, sí les molesta la discriminación, es un impulso para realizar cambios.

Conclusiones

- 1) Se estableció que los guatemaltecos presentan poca atención por el respeto hacia las personas indígenas. A muchos guatemaltecos no les importa conocer esta cultura y lo importante que es el respeto mutuo que se debe tener entre personas de Guatemala. Los mismos indígenas captan esa separación e indiferencia que se tiene hacia ellos, lo cual es alarmante y preocupante
- 2) Se determinó, mediante las encuestas, que sí existen leyes que protejan a las víctimas del racismo. Los expertos mencionaron que incluso hay varias sanciones, sin embargo, no muchas personas indígenas saben que se pueden defender por lo cual mejor se quedan callados y prefieren seguir en sufrimiento e incluso en depresión.
- 3) Se analizó a la organización de la ONU en Guatemala y a sus trabajadores, a los cuales se les realizó una encuesta acerca del tema del racismo y, algunas de las respuestas fueron alarmantes, muchas de esas personas creen que el problema de racismo es un problema que nunca se va a ir de Guatemala e incluso piensan que sus roles dentro de la empresa no son relevantes.
- 4) Se logró investigar y analizar las razones de donde viene el racismo en Guatemala, va desde las prendas, nivel socioeconómico, color de piel, hasta el tipo de acento que las personas pueden tener.

Recomendaciones

- 1) Al realizar la investigación y con base a las conclusiones, se estableció la importancia de realizar material gráfico, para mejorar el entendimiento y la importancia hacia los guatemaltecos y víctimas afectadas.
- 2) Dado que muchos guatemaltecos no le prestan importancia al racismo y no conocen sobre las diferentes culturas que existen en la ciudad de Guatemala, se recomienda diseñar una campaña publicitaria que presente testimonios o frases sobre respeto desde el punto de vista de los indígenas y sus culturas para que así lograr crear empatía y consentimiento entre los ciudadanos.
- 3) Basándose en la conclusión en la que indica que muchos indígenas no conocen sus derechos y que se pueden defender, se recomienda diseñar un manual informativo en el que se indique y se instruya sobre derechos o leyes que los defiendan e incluso entidades para su uso en caso de cualquier emergencia y orientación.
- 4) En cuanto a las razones de donde viene el racismo y porqué se produce, se recomienda crear una campaña informativa en la cual se informe a las personas y ciudadanos guatemaltecos los tipos de racismo que existen, para que hagan una reflexión en ellos mismos y así crear un impacto en la sociedad guatemalteca para disminuir los casos de discriminación hacia los indígenas.

5. Problema y Objetivos

5. Problema y objetivos

5.1 Problema

A partir de la investigación la cual establece que los indígenas en Ciudad de Guatemala, específicamente en el área de Fraijanes, sufren de discriminación y que existen varios tipos de discriminación, desde la racial hasta la cultural. Se plantearon objetivos de investigación y se obtuvo información importante para comprender la situación. De la misma manera, se hizo un análisis y entrevistas a los expertos en el área, quienes mencionaron que existen leyes para proteger a estas personas de dichos tratos los cuales tienen sanciones, entrevista a entidades públicas las cuales se encargan de proteger a las víctimas y, por último, una serie de preguntas a los afectados.

Por lo anterior se establece como problema de diseño que gran parte de la población indígena de Fraijanes no tiene acceso a los derechos que les protegen y por ende no conocen que existen entidades que les defienden de las acciones de racismo hacia ellos.

5.2 Objetivos

Crear material informativo accesible para las personas indígenas de Fraijanes para que conozcan sobre los derechos que les protegen así también de que hacer en caso de ser víctima de un acto racista.

Diseñar una campaña informativa en el cual se definan las entidades públicas: ONU, PDH, CODISRA, PNUD, así como también generar información de apoyo a las cuales pueden recurrir las personas indígenas de Fraijanes, el cual sea fácil de tener acceso a todo momento.

5.3 Definición del grupo objetivo

Este proyecto está dirigido principalmente a indígenas adultos hombres y mujeres de 25-35 años que sean aledaños del municipio de Fraijanes. Para complementar la información referente al grupo objetivo se usarán instrumentos para investigar y definir un perfil para lo cual se estará creando el material. Cada cuestionario se realizó en Google Forms, de los cuales se logró encuestar a 50 personas de Fraijanes acerca de sus estilos de vida, gustos y preferencias (ver apéndice 4).

5.3.1 Descripción geográfica

Las personas de este grupo objetivo residen en el municipio de Fraijanes, departamento de Guatemala, país de Guatemala. Este tiene un clima templado, es bastante lluviosa en los meses de mayo a octubre, su temperatura tiene un promedio de 20° C y se encuentra localizado a 23 km, de la cabecera departamental de Guatemala y tiene una extensión territorial de 95,48 km² y se encuentra ubicado a una altura de 1630 metros sobre el nivel del mar (EcuRed, s.f.).

5.3.2 Descripción Demográfica

Hombres y mujeres, solteros o casados de 25- 35 años. La mayoría de estas personas se dedican a la agricultura y ventas, tienen un nivel económico bajo. Residen en Fraijanes, la mayoría cuenta con celular tarjetero no inteligente. La mayoría han cursado primaria, pero hay un grupo de ellos que han aprendido por ellos mismos a leer y escribir. Estas personas no tienen acceso a internet, pero sí tienen acceso a luz y agua potable. Las viviendas generalmente están hechas de láminas y blocks.

5.3.3 Descripción antropológica

Estos encuestados viven solo con sus hijos y la mayoría de las personas tienen de 2 a 4 hijos. Los encuestados disfrutan estar su tiempo libre en familia, ya que es algo más rentable que la familia se divierta estando junta e incluso comen juntos o hacen actividades para divertirse. Por otro lado, la manera en la cual ellos se movilizan es mediante moto, bus urbano o a pie, que es lo más rentable para ellos y cabe de resaltar que solo salen de Fraijanes para ir a trabajar. Estas personas tienen un gusto por la música banda, marimba o reguetón ya que en el trabajo escuchan la radio, mencionan que disfrutan más el trabajar así.

5.3.4 Cultura Visual

El grupo objetivo disfruta de ver fútbol, novelas y caricaturas con sus hijos e incluso parejas, la mayoría del tiempo en la tarde o a la hora de dormir. Disfrutan mucho de pasar tiempo al aire libre con su familia y cuando tienen oportunidad de salir juntos a centros comerciales, lo disfrutan bastante. Leen el periódico, así se enteran de noticias o acontecimientos. Se les facilita entender mediante íconos y fotografías. Relacionan el tema del racismo con el color rojo, anaranjado y negro.

5.4 Posibles Clientes

5.4.1 ONU de Guatemala

Guatemala forma parte de uno de los 51 estados que lograron fundar la ONU hace 70 años. El sistema de Naciones Unidas está formado por la misma organización y numerosas organizaciones las cuales cuentan con fondos y agencias especializadas. Se encargan de mantener la paz y la seguridad internacional, proteger los derechos humanos, distribuir ayuda humanitaria, apoyar el desarrollo sostenible y la acción climática y defender el derecho internacional (un.org, s.f.).

5.4.1.1 Identidad gráfica actual de Naciones Unidas en Guatemala

Actualmente la ONU maneja un manual de marca y utiliza sus propios elementos gráficos, fotografías y videos. Cuentan con redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Flickr y página web. En todas sus redes sociales las utilizan para dar a conocer noticias, actividades, reuniones, logros, etc.

Figura No. 30
Logo de Naciones Unidas Guatemala



Fuente (Página web) <https://guatemala.un.org/>

De acuerdo con la página de Instagram cuentan con 2,240 seguidores, siguiendo la línea gráfica del logo y esa misma paleta de colores. El material que comparten es más que todo informativo e invitan a tomar acción en las actividades que ellos realizan. (Héctor Morales, Oficial de Comunicación y Abogacía, 2022)

Figura No. 31
Feed de Instagram



Fuente: <https://www.instagram.com/onuguatemala/>

Cabe destacar que en la página se puede destacar que interactúan con los ciudadanos y seguidores, creando videos informativos y en sus highlights también muestran más información.

5.4.1.2 Posicionamiento

La ONU trabaja en múltiples municipios de Guatemala, sus oficinas centrales están en la zona 14 de la Ciudad de Guatemala. Es una organización mundialmente reconocida y en Guatemala es una de las más importantes. Cuenta con una cantidad de seguidores en Instagram con 2,218, (ONU Guatemala Instagram, S.F.), Facebook 26 mil personas, (ONU, Facebook, S.F) y YouTube con 2,35 M de suscriptores, (ONU, YouTube s.).

5.4.1.3 Recursos financieros

La institución obtiene sus ingresos mediante las cuotas de los estados miembros y estas se establecen según la economía de cada país miembro de esta organización.

5.4.1.4 Área de cobertura

La ONU en Guatemala cubre un área bastante amplia, desde la Ciudad de Guatemala hasta el interior del país, y se ocupa de solucionar problemas y proteger a muchas personas de Guatemala. (Héctor Morales, Oficial de Comunicación y Abogacía, 2022)

5.4.2.1 CODIRSA

CODIRSA (Comisión Presidencial Contra la Discriminación y Racismo contra los pueblos Indígenas de Guatemala) Su principal misión es la prevención y la eliminación de la discriminación y el racismo en los pueblos indígenas de Guatemala

y tiene como objetivos principales erradicar el racismo y la discriminación contra los pueblos Indígenas en Guatemala para que así se pueda contribuir a la construcción de un mejor y equitativo país. (codirsa.gob, s.f.).

5.4.2.2 Identidad gráfica actual de CODIRSA

Actualmente CODIRSA maneja un manual de marca y utiliza sus propios elementos gráficos como tipografías, fotografías, ilustraciones y logos. Cuentan con redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube y también cuentan con página web. En sus redes sociales presentan información y también fotografías de eventos que ellos han realizado y en su página web sigue en construcción, pero indica lo que es CODIRSA, el número de teléfono, correo electrónico y horario de atención.

Figura No. 32
Logo de CODIRSA



Fuente: (Página web) <https://www.codirsa.gob.gt/>

Su línea gráfica es principalmente un cintillo alrededor de sus fotos y artes informativos de textura de el atuendo indígena, acompañado de el logo y su nombre.

Figura No. 33
Línea gráfica



Fuente: Facebook Oficial de CODIRSA

5.4.2.3 Posicionamiento

CODIRSA trabaja en la Ciudad de Guatemala sin embarg, tiene conexiones a lo largo del país de Guatemala. Es una organización reconocida en el territorio guatemalteco. De acuerdo con la página de Facebook, cuentan con 19mil seguidores y en Twitter con 4,342 seguidores, siendo la plataforma de redes sociales más activa, publicando 5 veces al mes siguiendo la línea gráfica que ellos manejan.

5.4.2.4 Recursos Financieros

CODIRSA siendo parte de Comisión Presidencial, principalmente obtiene sus recursos financieros por parte del presupuesto del acuerdo ministerial que ellos establecen mediante sus rubros. (Acuerdo Ministerial De Presupuesto, Guatemala 18 de marzo 2022)

5.4.2.5 Área de cobertura

CODIRSA en Guatemala estando en la ciudad capital puede llegar hasta el interior del país y se ocupa de erradicar el racismo hacia los pueblos indígenas de Guatemala mediante charlas informativas las cuales apoyan a las personas.

5.4.3.1 PDH

La PDH o conocida como Procuraduría de los Derechos Humanos cuenta con su propio apartado de defensorías en las cuales está la Defensoría de los Pueblos Indígenas. La defensoría cuenta con atención a los pueblos indígenas las cuales proponen e implementas lineamientos de defensa, protección, investigación y promoción de los derechos humanos de los indígenas para desarrollar y dar seguimiento a los procesos. Su misión principal es promover y educar acerca de los

derechos humanos, su visión es promover una vida digna y cultura de paz para los ciudadanos guatemaltecos.pdh.org.gt, s.f.)

5.4.3.2 Identidad gráfica actual de PDH

Actualmente la PDH no cuenta con una línea gráfica establecida y principalmente comparten fotografías en sus redes sociales, sin embargo, si cuentan con logo. Tienen cuentas en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y SoundCloud, en estas comparten información, noticias y mayormente fotografías de foros.

Figura No. 34
Logo de PDH



Fuente: Facebook Oficial PDH

Figura No. 35
Logo de PDH



Fuente: Facebook Oficial PDH

5.4.3.3 Posicionamiento

La procuraduría de los derechos humanos de Guatemala es una entidad muy reconocida por los ciudadanos guatemaltecos, teniendo también conexiones directas con municipios en el interior, así como en la ciudad. Crea foros con mucha regularidad y también en sus redes sociales y página web cuenta con números de teléfono y dirección para que así las personas se puedan comunicar fácilmente con este establecimiento que ayuda a las personas.

5.4.3.4 Recursos Financieros

La PDH consigue sus recursos financieros mediante el estado para que así esta institución logre trabajar y cumplir sus expectativas para sus trabajadores, pero también a personas que apoyan mediante sus labores como defensores de derechos humanos en Guatemala.

5.4.2.5 Área de cobertura

La PDH tiene cobertura en todo el país de Guatemala, exactamente en 29 lugares, así como en la ciudad y en el interior de la república. Cuenta con un número de teléfono que atiende las 24 horas del día el cual lo hace muy accesible ante recibir denuncias o preguntar por información, su sede central está ubicada en la zona 1 de Guatemala y opera de lunes a viernes.

5.5 Propuesta de Diseño

5.5.1 Insight

Un insight es la clave que ayuda a encontrar la solución a un problema, es un comportamiento que se tiene sin ser consciente de tenerlo. Para la elaboración de este se creó un grupo de 8 personas del grupo objetivo y se inició una plática amena sobre cómo se sienten y así conocer su humor para proseguir con preguntas relacionadas al tema y a los objetivos para conseguir un insight.

La primera pregunta que se le realizó a las personas es “¿Ustedes se sienten protegidos?”, la mayoría de las personas llegó a la conclusión de que saben que los protegen, sin embargo, cabe resaltar que no se sienten protegidos. Con esto se llegó al insight de: “me siento tranquilo sabiendo que me protegen”.

La segunda pregunta que se realizó para sacar otro insight es “¿Cómo se sienten cuando los insultan y si saben que los pueden denunciar?”, el grupo objetivo empezó a quejarse de que los tratan con indiferencia, que se visten diferente o que tienen una manera de hablar distinta a los demás, que muchos de ellos indican que les gustaría cambiar su forma de ser solo para encajar en la “sociedad” y que no les digan palabras hirientes u ofensivas, sin embargo se resalta que quieren conocer más sobre el tema para poder crear denuncias, con esto se llegó a un insight de “me da paz saber que hay algo que me respalda”.

La tercera y última pregunta que se les realizó al grupo es “Cómo se sienten siendo indígenas y viviendo en Guatemala” Los sentimientos salieron a flote en varias personas diciendo que les gusta mucho su país y que se sienten orgullosos por tener sangre de sus antepasados, sin embargo, no se sienten seguros o libres

viviendo en un país de mucha violencia y racismo. Con esto se llegó al insight de: “Me siento orgulloso de mis raíces”.

Al tener los tres insights, se llegó a la conclusión de “**me siento orgulloso de mis orígenes**” es el mejor para la elaboración del trabajo, ya que refuerza que sin importar las críticas las personas se tienen que sentir orgullosos de quienes son, para hablar libremente sin temor a que alguien los juzgue o que les hagan sentir de menos, también para tener ese orgullo y esa determinación de poder a plantear cualquier denuncia ante cualquier acto discriminatorio que pasen ellos o alguna persona cercana.

5.5.2 Conceptualización

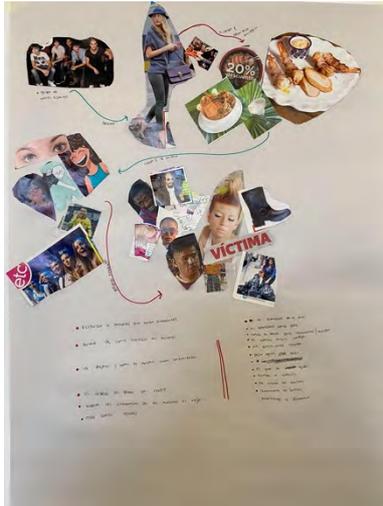
Se trabajaron tres técnicas de conceptualización para generar un concepto que apoye el diseño en el cual ayudará a la creación y toma de decisiones para crear los elementos gráficos de impresión y material digital. A partir de estas técnicas de conceptualización, se logró generar frases conceptuales con el fin de elegir una por cada técnica, para seleccionar el final el cual se utilizará para la elaboración de diseño.

5.5.2.1 Técnica 1: Collage de historia

Esta elaboración de conceptos surge a partir de collages. Se necesitaron revistas, periódicos, goma, tijera y un pliego de papel. Se crea una historia alrededor del tema y al final se escriben cinco conceptos a partir de la historia.

Figura No. 36

Historia Collage



Fuente: Propia

Se crea un collage con imágenes relacionadas al tema para construir la historia siguiente: Un grupo de amigos sale a pasear y va a comer al restaurante, ellos comiendo miran por la ventana y empiezan a ver, reírse y burlarse de una persona de afuera que tiene traje típico, que tiene un color de piel o peinado diferente e incluso por como habla.

A partir de la historia y el collage se pudieron sacar las 5 frases conceptuales:

- Rompe el silencio
- El grito de ayuda
- Derribando las diferencias
- Los colores del racismo
- Terminando las críticas

Frases conceptuales que se seleccionaron y tuvieron un arreglo para que fuera mejor en la evaluación final.

- Rompe el Silencio
- El sonido de ayuda

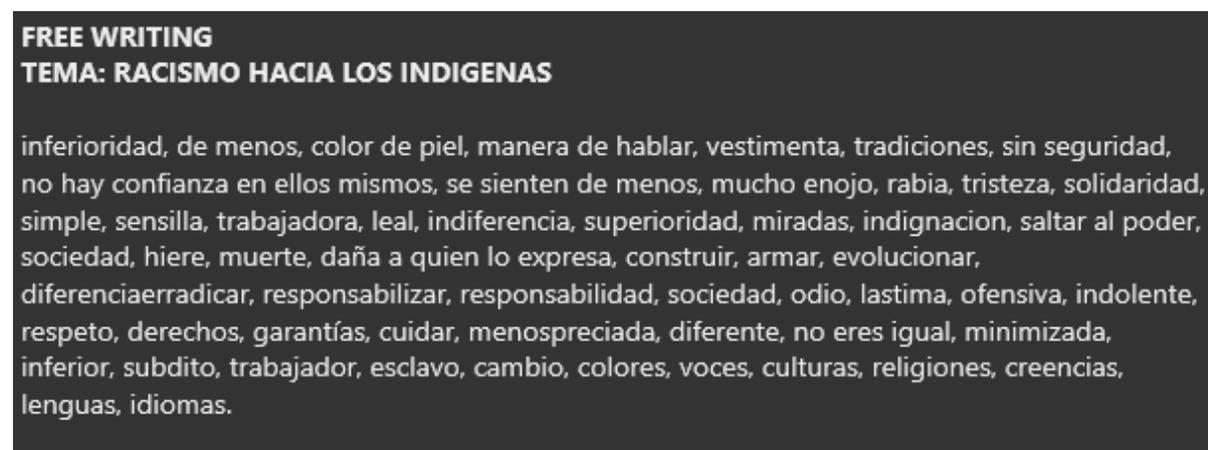
A partir de las últimas dos frases conceptuales elegidas, se sometieron a una mayor evaluación en relación con las demás frases conceptuales y se decidió que “El sonido de ayuda” es la mejor opción de este grupo. Esta hace referencia a que las personas que son víctimas tienen que dejar de estar calladas ante las ofensas, críticas que reciben diariamente por ser indígenas, es momento de alzar la voz y no tener miedo de que los escuchen, es momento de romper el silencio.

5.5.2.2 Técnica 2: Free Writing

La técnica del free writing o en español llamada como escritura libre, consiste en un ejercicio de escritura libre sin edición y en solo cinco minutos de escribir ideas que surjan en un periodo corto. Se subrayan las mejores ideas u oraciones que luego funcionan para la elaboración de las frases conceptuales para así elegir una al final.

Figura No. 37

Free Writing

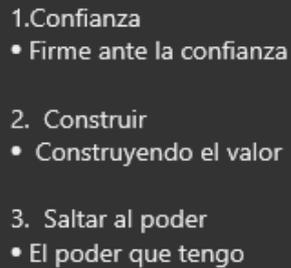


Fuente: Propia

Se resaltaron los fragmentos de el free writing que más resaltan para luego completarlas en frases conceptuales:

Figura No. 38

Free Writing Frases conceptuales

- 
1. Confianza
 - Firme ante la confianza
 2. Construir
 - Construyendo el valor
 3. Saltar al poder
 - El poder que tengo

Fuente: Propia

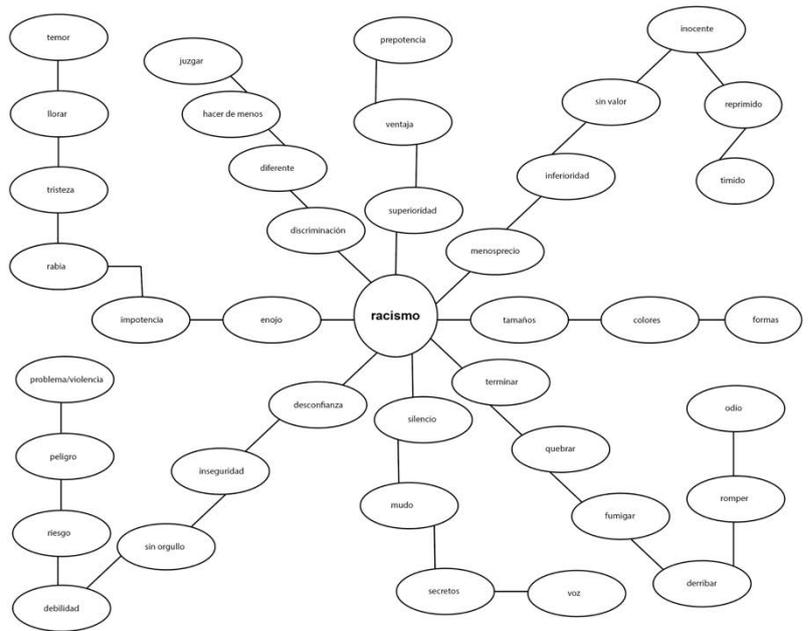
A partir de los fragmentos se concluyó que “Construyen el valor” son los mejores, sin embargo, se pasó a una segunda prueba para pulir y crear una verdadera frase conceptual: “Armando el valor en mí” ya que las personas tienen que confiar y creer en ellas mismas que son capaces de defenderse ante cualquier adversidad o situación que pasen.

5.5.2.3 Técnica 3: Mapa mental

Por último, se trabajó la técnica de mapa mental, la cual inicia a partir del tema “Racismo” en el centro y se crean ramificaciones que tienen relación, para luego escoger las mejores cinco ideas del mapa mental y completarlas en frases conceptuales.

Figura No. 39

Mapa Mental



Fuente: propia

Se escogieron cinco palabras del mapa mental para desarrollar las frases conceptuales a partir de ellas.

1. Impotencia
2. Inseguridad
3. Sin Valor
4. Temor
5. Sin orgullo

Luego de escoger las cinco palabras se empiezan a crear frases conceptuales con estas para luego pulirlas y escoger la mejor para la conceptualización final.

1. Ya no existe la impotencia
2. El valor que me otorga el hablar
3. El temor me da fuerza
4. El orgullo que llevamos dentro

De estas cinco oraciones se escogió la mejor, con una mejora la cual es “El valor de ser yo”, siendo una frase que va de la mano con el insight que es el estar orgulloso de las raíces que se tienen, es el valor que demuestran las personas siendo ellas mismas.

5.5.2.4 Concepto final

El concepto final que se seleccionó para la elaboración del proyecto de graduación es: “**El valor de ser yo**”, ya que es un concepto que engloba y expresa el mensaje que se quiere lograr transmitir. Las personas del grupo objetivo deben tener motivación para lograr romper el silencio y dejar de tener miedo, agarrar valor y energía para provocar emoción de querer seguir adelante. Gráficamente creará un impacto en el usuario creando un cambio positivo.

5.5.3 Descripción de la Propuesta gráfica

5.5.3.1 Tipo de material gráfico

Retomando lo que se planteó en el objetivo para el proyecto, se estarán trabajando dos materiales gráficos los cuales incluyen material informativo impreso y una campaña informativa.

El material informativo impreso es aquella que es una pieza de lenguaje escrita que sirve para transmitir información al receptor (Concepto, 2021). Se escogen dichos materiales ya que los materiales impresos codifican información mediante la utilización del lenguaje textual, combinándolo con representaciones icónicas y que en su mayoría están producidos por un tipo de mecanismo de impresión (Diseño de Recursos Didácticos, s.,). De acuerdo con Escamilla, (1998) El medio impreso permite la representación de información secuencial o lineal pero también puede ser tenerse aleatoriamente.

Por otro lado, la campaña informativa se lleva a cabo cuando hay necesidad de informar al público acerca de reformas, (Academia.edu, s.f.). El propósito del uso de este material es para dar a conocer datos o hechos relevantes o considerados como necesarios (Javier Sánchez Galán, 24 de febrero, 2018). Los materiales informativos sirven actualmente para divulgar información masivamente, en diferentes formatos, como mupis, folletos, volantes y pósteres. Por esa razón, se han elegido para dar a conocer el mensaje que se desea transmitir, ya que las personas podrán tener acceso a cualquier momento y también estarán ubicados en lugares estratégicos para así también llamar la atención de las personas.

5.5.3.2 Descripción e Implementación de Piezas

Estrategia

El proyecto se estará dirigiendo a los indígenas de Fraijanes. Por esto se estará realizando el material informativo impreso, después de esto se estará implementando una campaña informativa a través de material impreso como carteles, volantes, folletos el cual irá dirigido a personas indígenas.

Primera Parte: Material Informativo Impreso

El material informativo impreso busca motivar e informar a los indígenas sobre de la importancia de conocer las leyes que existen para protegerlos de cualquier tipo de abuso o actividad racista hacia ellos. Para esto se trabajarán varias piezas para imprimir, especialmente para colocar en diferentes lugares del municipio de Fraijanes, en donde las personas se conducen a pie:

1. Posters: Este material será solamente de visualización, ya que contendrá información general sobre los volantes y folletos que se están divulgando y como unos posters de anticipación para la gente que esté interesada en los

materiales. Estos se pondrán en un radio de cada 2 a 3 kilómetros de distancia en los postes de luz alrededor del pueblo de Fraijanes.

2. Volantes: Estos son similares al contenido de los folletos, sin embargo, solo se estará compartiendo con distintas frases de empoderamiento para que las personas comiencen a agarrar valor. Este formato se implementó porque también es un material que es fácil de promover y entregar.
3. Folletos: Estas piezas serán las más importantes del material impreso informativo, ya que están diseñados para tener más información de calidad y valor gráfico, ya que dan la opción de ser portátiles y de fácil divulgación. En estos se estará utilizando para dar a conocer información acerca de que es el racismo y un autoexamen, si uno ha sido víctima de algún tipo de racismo que existe.

Segunda parte: Campaña Informativa

Este material se trabajará también impreso y será dirigido principalmente a personas indígenas de Fraijanes y también a personas interesadas. Se busca que este tipo de material ayude a que se pueda recuperar ese valor que le hace falta a la gente indígena y también fortalecer los valores. El material será trabajado de manera digital y luego se estará imprimiendo para la divulgación.

1. Folleto informativo: Este documento informativo contendrá datos puntuales acerca del racismo y conceptos básicos, consecuencias que existen para las personas que lo hacen, formas de evitarlo y números de teléfonos de entidades públicas que se encarguen de proteger a estas personas. El propósito de esta pieza es reunir información sobre el tema y que el grupo estén enterados de todas las respuestas que existen para ellos, formando valor en ellos y que se

informen de los derechos, decisiones que tienen. Este será entregado tres veces a la semana por mes y medio.

2. Volantes agregados en periódicos: Volantes de información con números de teléfono y nombres de entidades públicas que existen en el perímetro de Fraijanes o la Ciudad de Guatemala que esté disponible ante cualquier situación. Estos serán entregados seguidos de los folletos una vez a la semana por mes y medio en los periódicos.
3. Mupi en parada de bus: Mupi informativos con frase de valor, abajo irán números de teléfono, correos electrónicos, direcciones e imagen que llame la atención de las personas para que logren informarse.

Tabla No. 1
Implementación de las Piezas

Pieza	Propósito	Implementación	Relación de la pieza
Material Informativo Impreso			
Posters	Informar de los materiales que se estarán entregando volantes y folletos para que las personas estén atentas.	Implementar publicidad exterior en los postes de luz por un periodo de 6 semanas.	Enfocar los posters principalmente para informar que se van a estar entregando y difundiendo materiales informativos principalmente para el grupo objetivo.
Volantes	Entregar volantes con frases de empoderamiento, para que las personas agarren valor y se sientan valientes.	Divulgar en exterior y de mano en mano para que sea una entrega más personal, casual e informal por un periodo de 6 semanas.	Complementar con volantes los posters compartiendo parte del mensaje que se quiere generar y es expectativa y curiosidad para saber qué más se va a estar entregando.
Folleto de que es el racismo y auto encuesta	Definir “¿Qué es el racismo?” y así mismo un autoexamen para conocer si han sido víctima de algún tipo de racismo, reforzadas con frases de valor o de	Divulgar y entregar físicamente a las personas en Fraijanes por un periodo de 6 semanas	Completar y crear un anticipo a la campaña que empezará a principios del siguiente mes para que se reúnan las personas para obtener una información valiosa y útil en su vida diaria y futura.

	alzar la voz ante estas acciones.		
Campaña Informativa Material Impreso			
Folleto informativo de entidades y leyes.	Informar sobre conceptos básicos acerca del racismo, también como consecuencias que existen para las personas que lo fomentan y lo hacen, tips para evitarlo, también números de teléfono, direcciones de entidades públicas que estén disponibles para las personas en busca de ayuda.	Contar con este material que se quedará fijo y se entregará por los siguientes 3 meses de duración de la campaña. Se entregará físicamente para tener esa conexión y apoyar a las personas que necesiten más información, etc.	Terminar el mes y medio de material impreso y de creación de anticipación se empezará la campaña informativa de materiales impresos para que a las personas no se les olvide que es lo que están viendo y ya tengan el valioso material que servirá de ayuda con contenido informativo de empresas, etc.
Volante en periódico	Entregar un volante agregado en el periódico que se reparten diariamente, contará con una frase y fotografía que inciten a las personas a buscar más información colocando números de teléfono y entidades públicas.	Entregar y difundir de manera de venta en cualquier supermercado o semáforo o vía suscripción. De igual manera cualquier persona tendrá acceso a ella e incluso se estarán repartiendo también en Fraijanes durante los 3 meses de campaña.	Complementar el folleto informativo para que así más personas se involucren y se informen sobre el tema para continuar el cambio positivo y agarrar ese valor que está dando y lanzando la campaña.
Mupi en para de bus	Visualizar mupis con frases de valor y abajo irán números de teléfono y correo electrónico para los que quieran conseguir información la puedan encontrar. Resalta de los demás ya que tendrán colores de acuerdo con la campaña establecida.	Distribuir en todo el sector de Fraijanes, desde la carretera hasta el pueblo para crear ese enfoque para el público objetivo, esta campaña durará 3 meses.	Reforzar los mensajes de los mupis que se quieren transmitir porque todo va de la mano y es algo que se puede ver sin la necesidad de la tecnología.

Fuente: Propia

Tabla No. 2
Cronograma de distribución

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Semana 1	Lanzamiento de posters	Volante		Volante	Folleto	Folleto
Semana 2	Volante	Lanzamiento de posters	Volante		Folleto	Folleto
Semana 3	Folleto	Volante	Lanzamiento de posters		Volante	Folleto
Semana 4	Volante		Volante	Lanzamiento de posters	Folleto	Folleto
Semana 5		Volante	Folleto	Volante	Lanzamiento de posters	Folleto
Semana 6	Volante	Folleto	Volante		Folleto	Lanzamiento de posters
CAMPAÑA						
Semana 7	MUPI	MUPI		Folleto	Folleto	Folleto
Semana 8	Volante Periódico					
Semana 9	Volante Periódico	Volante Periódico	Volante Periódico	Folleto	Folleto	Folleto
Semana 10	MUPI	MUPI		Volante Periódico	Volante Periódico	Volante Periódico
Semana 11	Volante Periódico	Volante Periódico	Volante Periódico	Folleto	Folleto	Folleto
Semana 12	Volante periódico					
Semana 13	MUPI	MUPI		Folleto	Folleto	Folleto
Semana 14	Volante Periódico					
Semana 15	Volante Periódico	Volante Periódico	Volante Periódico	Folleto	Folleto	Folleto
Semana 16	MUPI	MUPI		Volante Periódico	volante periódico	Volante Periódico

Fuente: Propia

El espacio para los pagos de los MUPIS será mensual por 3 meses en que la campaña este activada, se estará implementando un patrocinio por parte de

organizaciones o empresas que estén interesados en el tema de la discriminación hacia los indígenas.

5.5.4 Descripción del mensaje

5.5.4.1 Contenido gráfico

Color

En función del color se busca representar la identidad. Se estará aprovechando los porcentajes y las transparencias. A nivel tecnológico la paleta de color se estará utilizando colores que contrastan entre ellos mismos y logren funcionar para medios impresos que son los de CMYK. En cuanto a nivel expresivo del color, se busca que el color demuestre confianza, conformada de una paleta de colores tierra y cálidos con los cuales se sientan cercanos.

Figura No. 40

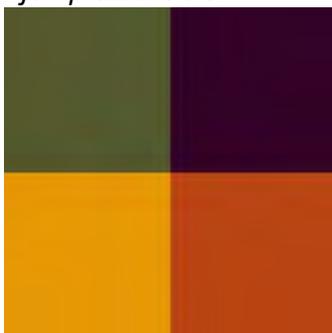
Paleta de color



Fuente: <https://www.instagram.com/p/BwefzEyhsbb/>

Figura No. 41

Ejemplo de Color



Fuente: Pintrest.com

Figura No. 42
Ejemplo de Color



Fuente: Pintrest.com

Tipografía

La función de la tipografía va a servir para reflejar el respeto. A nivel tecnológico la tipografía a utilizar será una sans serif ya que es legible, la fuente elegida debe contar con una familia amplia o completa para poder utilizarla y aprovecharla mejor en los medios de comunicación y así establecer jerarquías visuales para la lectura. A nivel expresivo la tipografía sans serif servirá para expresar algo con firmeza la cual apoya al concepto y al mensaje que se quiere transmitir con las piezas gráficas impresas.

Figura No. 43
Muestra de Familia Tipográfica Bold



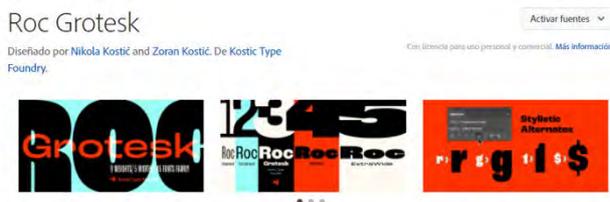
Fuente: <https://fonts.adobe.com/fonts/balboa>

Figura No. 44
Muestra de Familia Tipográfica Light/Medium



Fuente: <https://fonts.adobe.com/fonts/termina>

Figura No. 45
Muestra De Familia Tipográfica entera



Fuente: <https://fonts.adobe.com/fonts/roc-grotesk>

Imagen

Se busca que la función de las imágenes para la campaña sea llamar la atención del espectador. Para el material informativo, la función será complementar el contenido el cual se describe. A nivel técnico se estará utilizando íconos, como vectores en Illustrator. Las imágenes de la campaña representarán y expresarán respeto y firmeza para provocar confianza y valor.

Figura No. 46
Ejemplo de fotografías



Fuente: <https://www.pexels.com/search/sunset/>

Figura No. 47
Ejemplo de iconos/Vectores

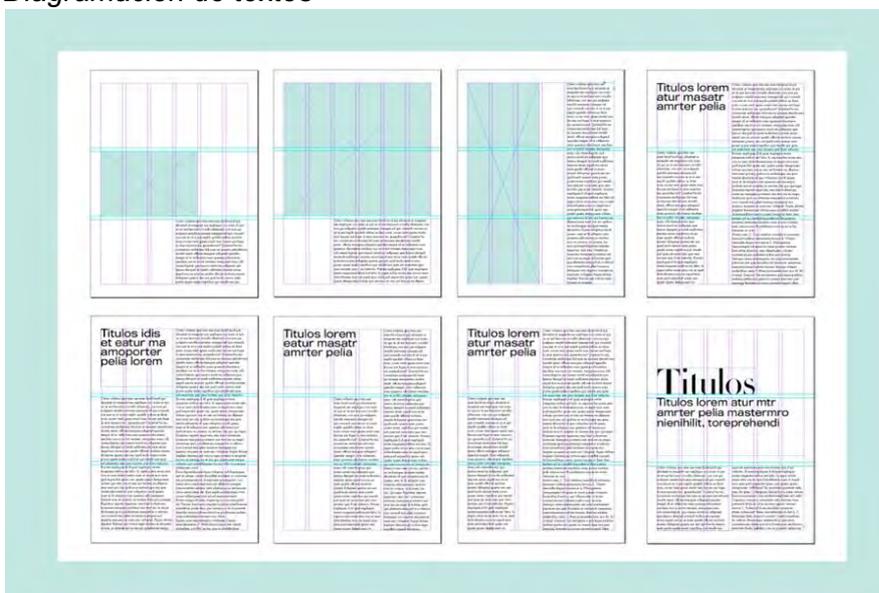


Fuente: <https://www.freepik.com/search?format=search&query=vectors>

Diagramación

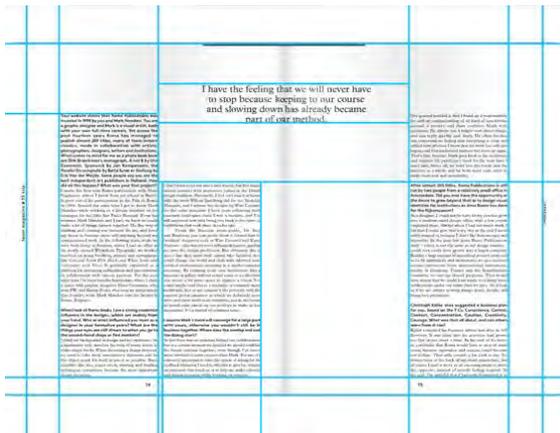
Se busca que la función de la diagramación logre transmitir seguridad. Esto se puede lograr mediante la diagramación, y creando aspectos técnicos los cuales serán sin tanto movimiento y rectos. A nivel expresivo se estarán aplicando distintas grillas de composición más simétricas y rectas lo cual ayudará a percibir la sensación de fortaleza.

Figura No. 48
Diagramación de textos



Fuente: <http://disseny.recursos.uoc.edu/recursos/dis-marca/5-trabajar-con-la-reticula/>

Figura No. 49
Retículas y Márgenes



Fuente: <http://sinnadadisponible.blogspot.com/2013/02/reticulas-asimetricas-basadas-en.html>

Formato

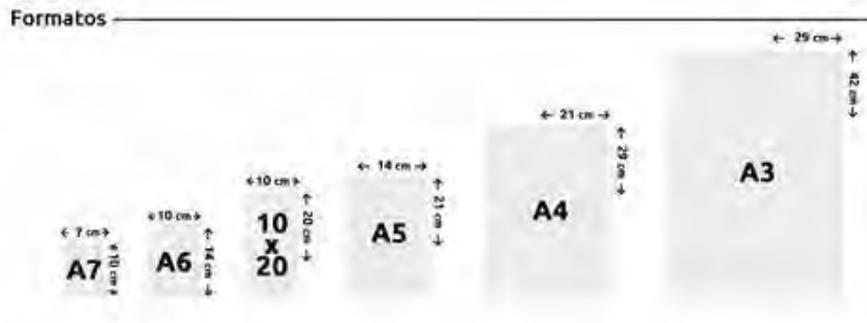
La función del formato es permitir que el contenido se adapte lo mejor posible a los medios en los cuales se transmitirá el mensaje. A nivel tecnológico los tamaños para los mupis se recomienda que sean de 120x175 cm y 120 x 180 cm. Para los folletos informativos se tienen distintos tamaños, pero el que se recomienda es de un A3, de 29,7cm x 42cm. Para el volante que irá en el periódico se estará utilizando la mitad de una hoja media carta de 8 x 10 pulgadas. Para los posters se estará utilizando tabloides de 11 x 17 pulgadas.

Figura No. 50
Medidas para Mupis



Fuente: <https://acorman.com/mupis-y-mupis-cabina/>

Figura No. 51
Medidas Folletos

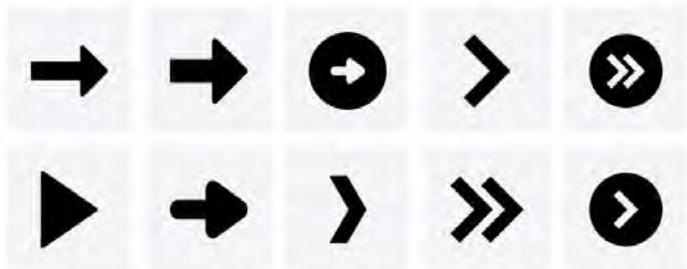


Fuente: Cuándo incluir el folleto publicitario en una estrategia de marketing - Sapiensity, Market-in & Projects, F2F Consultancy

Elementos de apoyo

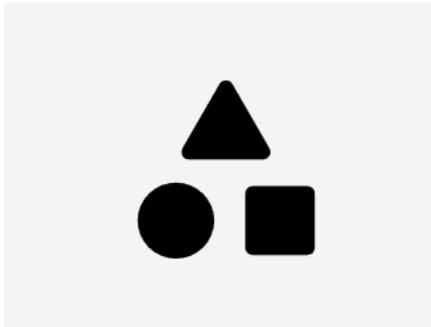
A nivel de los elementos de apoyo ayudarán a guiar la lectura y comprensión de contenidos. Se estará haciendo uso de figuras geométricas y líneas en la misma posición recta y mismo grosor, también el uso de flechas y señalética para mostrar información que sea de alta importancia o atención. Se busca generar orden y también una lectura fluida en el contenido.

Figura No. 52
Flechas rectas



Fuente: thenounproject.com

Figura No. 53
Figuras básicas



Fuente: thenounproject.com

Soporte

La función del soporte es hacer y crear piezas accesibles para el grupo objetivo. A nivel tecnológico se estarán utilizando medios publicitarios impresos como folletos, volantes, posters y mupis. A nivel expresivo se busca la practicidad.

5.5.4.2 Tono de comunicación

Para los materiales informativos se estará empleando un tono formal y técnico, de carácter expositivo para lograr informar sobre el tema en general que es la discriminación hacia los indígenas. La redacción para estos materiales será en tercera persona, para reflejar el respeto y formalidad que se desea transmitir. Para secciones en las que se le redacte a la persona directamente se utiliza el pronombre de “usted” el cual es cordial y formal, así lograr mayor identificación en las secciones en las cuales se les haga una encuesta para evaluar si han sido víctimas.

Para la campaña informativa, se estará utilizando un tono emotivo y con cercanía, utilizando un tono semi informal. Los textos de la campaña informativa se están redactando en segunda persona del “tú” perfecto. Ya que la comunicación se debe de sentir más cercana como si fueran conocidos, para difundir información sobre empresas y números de teléfono para buscar ayuda.

6. Desarrollo de la Propuesta

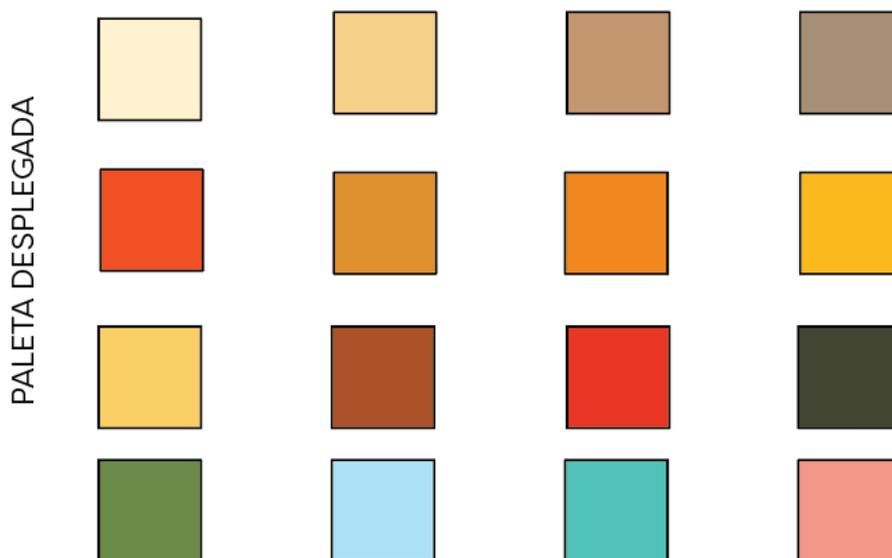
6.1 Proceso de bocetaje

6.1.1 Paleta de Colores

Para la elección de la paleta de colores, es importante mencionar y recordar que su objetivo principal es llamar la atención. Los colores serán entre cálidos y sus análogos para una mayor visualización y atención del grupo objetivo. Los colores se seleccionaron para que vaya conjunto del concepto y se identifique fácilmente con el tema y resalte en el entorno. Se seleccionaron los colores primarios y colores complementarios. Se utilizarán colores CMYK ya que los materiales a ejecución se imprimirán.

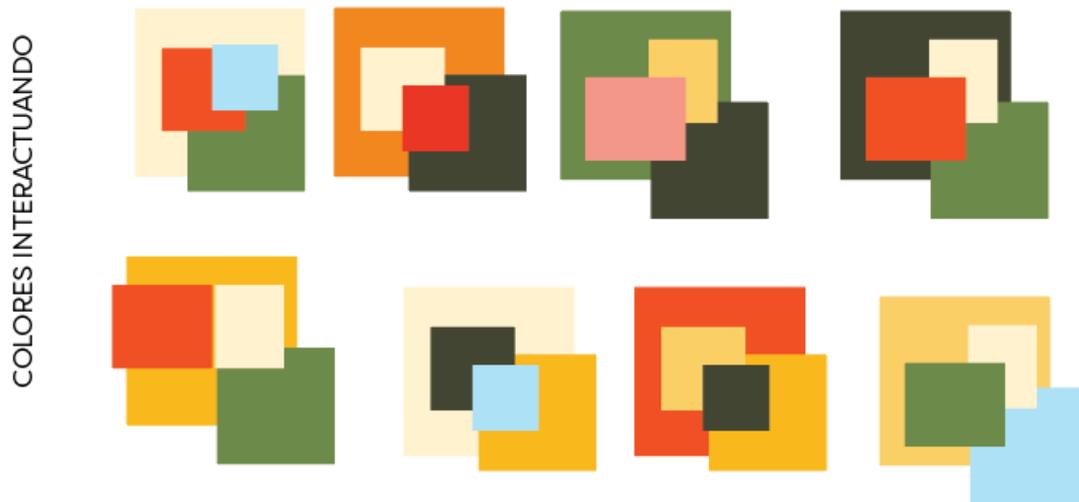
La campaña está dividida en dos partes, la primera es una campaña de anticipación informativa y la segunda es para reforzar lo de la primera campaña con más detalles informativos. En ambas etapas se utilizará la misma paleta de colores de rojos, amarillos, cafés, blancos y toques de verdes.

Figura No. 54
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Figura No. 55
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Se evaluaron los colores y la conclusión fue de modificar con los siguientes criterios:

- Eliminar los colores que se miren repetitivos
- El contraste y saturación de los colores
- Reducir la paleta de colores

Paleta elegida:

Figura No. 56
Figuras básicas



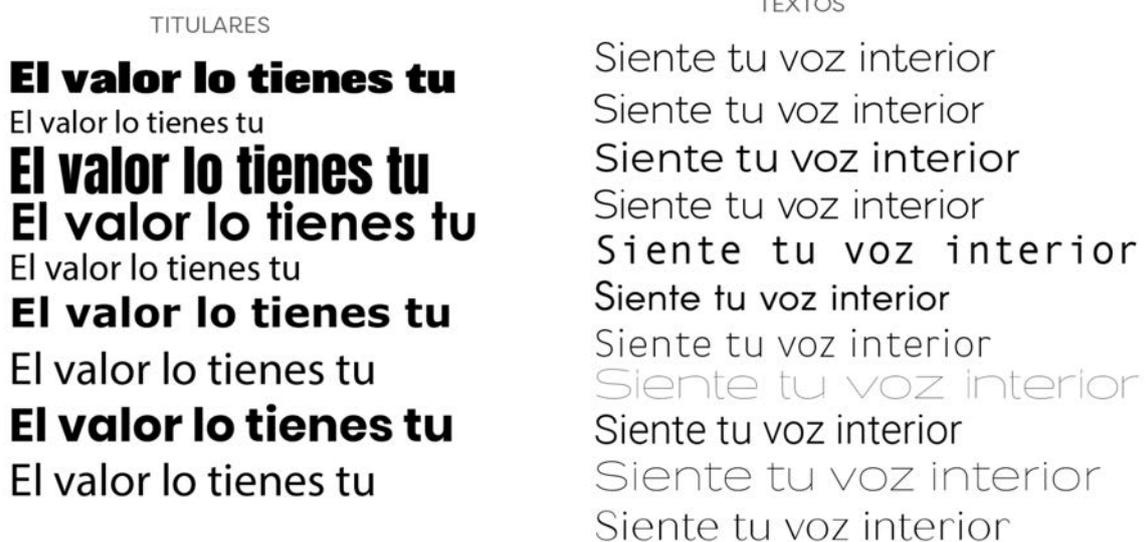
Fuente: Elaboración propia

- Beige (FF0CD): El color se considera un amarillo pálido, sin embargo, caracteriza más al color café y puede tener un enfoque positivo, ya que simboliza simplicidad y serenidad. Este color es sencillo, básico, sin embargo, es flexible, expresa neutralidad y equilibrio. Es muy útil en fondos o bases para ser rodeado de colores más fuertes.
- Rojo (EF4423): El color rojo siendo un color muy emblemático y conocido como un color de poder, nobleza, pasión e incluso agresividad, tiene un sin fin de significados. En la psicología del color es un color muy relevante ya que afecta la personalidad de las personas, impulsa a las personas o les incita visualmente dando un sentimiento de pasión y energía. El rojo siendo un color con personalidad optimista y fuerte.
- Verde (669940): El color verde mejor asociado con serenidad y elementos de naturaleza representa la vida. Abre las puertas a palabras que le describen como fuerza, vida y energía y mejor conocido como el color del optimismo ya que da el sentimiento de crecimiento y desarrollo.
- Amarillo (FCB422): El amarillo siendo un color primario comparte una personalidad positiva y optimista tanto como para jóvenes y adultos, desde su luminosidad y calidez. Este color tiene el poder de estimular y activar tu hemisferio izquierdo del cerebro el cual activa la crítica y el análisis, va muy de la mano con el ser impulsivo, feliz y selectivo.
- Celeste (9FC9EB): El celeste vincula inteligencia, paz y credibilidad siendo un color de la familia del azul, se identifica con confianza y solidaridad. Crea en las personas la confianza, seguridad y carácter también es importante de resaltar que transmite valores como lealtad, honradez y nobleza.

6.1.2 Tipografía

Para la selección de tipografías se buscaron las que fueran llamativas y bold para que su función de legibilidad se cumpliera, también que contaran con toda su familia tipográfica para poder tener un mejor orden jerárquico y no alternar entre más tipografías. Se trabajará una campaña informativa impresa por lo cual se decidió usar tipografías sans serif, las cuales son muy fáciles de leer y entender en cualquier medio de comunicación. Se probaron diferentes fuentes tipográficas para titulares y así también para los textos a ejecución.

Figura No. 57
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Para los titulares se evaluó lo siguiente:

- Que cuenten con su familia completa, signos y la ortografía
- Descartar tipografías que no se vean tan redondas
- Descartar tipografía que no sea tan bold

Para los textos se evaluó lo siguiente:

- Así como los titulares, que los textos cuenten con su familia completa, desde

signos hasta la ortografía.

- Que la tipografía se logre leer en diferentes tamaños

Figura No. 58
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, para los titulares se escogió la tipografía Termina, la cual es muy completa y cumple con sus variaciones. Es una tipografía con la cual se pueden hacer bastantes variaciones. Para los cuerpos de texto se eligió la tipografía Filson Pro por ser también una tipografía muy completa y limpia, cumpliendo con la legibilidad y también existe mucha variación.

Figura No. 59

Figuras básicas

01. TERMINA

Titulares

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"@.#\$%&/()=?~!;:,-_<>+-'""{}

02. FILSON PRO

Cuerpos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"@.#\$%&/()=?~!;:,-_<>+-'""{}

Fuente: Elaboración propia

Más adelante se agregó la tipografía POPPINS, la cual se utilizó en el identificador. Esta tipografía se escogió ya que cuenta con esquinas redondeadas y aporta un tono más a confianza y amigable.

Figura No. 60
Figuras básicas

03. POPPINS

Identificador

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"@#\$%&/'()=?¿¡:,;'-_<>+~`~"}

Fuente: Elaboración propia

6.1.3 Identificador de campaña

Se decidió elaborar un identificador de campaña para no solo unir todas las piezas, sino que también para que sea más evidente la propuesta. Se inició buscando una frase conceptual que fuera de la mano del concepto y lo que se desea transmitir, llegando a la frase de “tu valor cuenta”, ya que se desea incentivar a las personas a hablar y que logren expresarse sin temor alguno. A partir de eso se tomó la palabra “valor” para crear bocetos del identificador.

A continuación, se elaboraron bocetos tanto a mano alzada para luego digitalizarlos y crear una idea de lo que se deseaba concluir.

Figura No. 61
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

A partir de estos bocetos se procedió a pulirlos de manera digital.

Figura No. 62
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

A partir de estos bocetos se eligieron dos propuestas preliminares y aun así se hicieron algunos cambios en estos:

Identificador preliminar 1: Este identificador es basado en el concepto y en el mensaje que se desea transmitir, la idea principal es el círculo siendo una figura con la cual es amistosa y amigable logrará transmitir la idea del valor, adicional a esto se ilustró una mano, luego se vectorizó para darle un proceso más personalizado, la idea de esta es tenderle la mano a alguien que necesite ayuda, incluso uno mismo. Se utilizaron variaciones de la paleta de colores en los logos para una mayor evaluación de cómo es que este identificador se vería en la vida real, contemplando que también será visto a distancias largas.

Figura No. 63
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Identificador preliminar 2: Para el diseño de este identificador se usó la misma ilustración del identificador pasado, ya que se considera que es de gran valor demostrar la mano tendida en símbolo de apoyo, ayuda y lucha. Para este identificador se usó el mismo estilo de minúsculas, para que sea una lectura más limpia con el abecedario con el cual las personas empiezan su aprendizaje ya que muchas de estas personas saben el nivel básico de lectura.

Se realizó la forma de un rectángulo para que también no les tome tiempo en leerlo e identificarlo a distancias más largas y sea más limpio de entender. Se hicieron a color también para identificar cómo se verían ya en diseños.

Figura No. 64
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Luego de evaluar ambas propuestas y pulir algunos detalles, se logró elegir la mejor opción para el identificador de campaña, se evaluó desde el nivel de dificultad de lectura a que fuera claro y conciso.

Figura No. 65
Figuras básica



Fuente: Elaboración propia

Se escogió este identificador debido a que es claro y directo, sin la necesidad de entender el mensaje que se desea transmitir y de lo que tratará la campaña.

6.1.4 Bocetaje de piezas

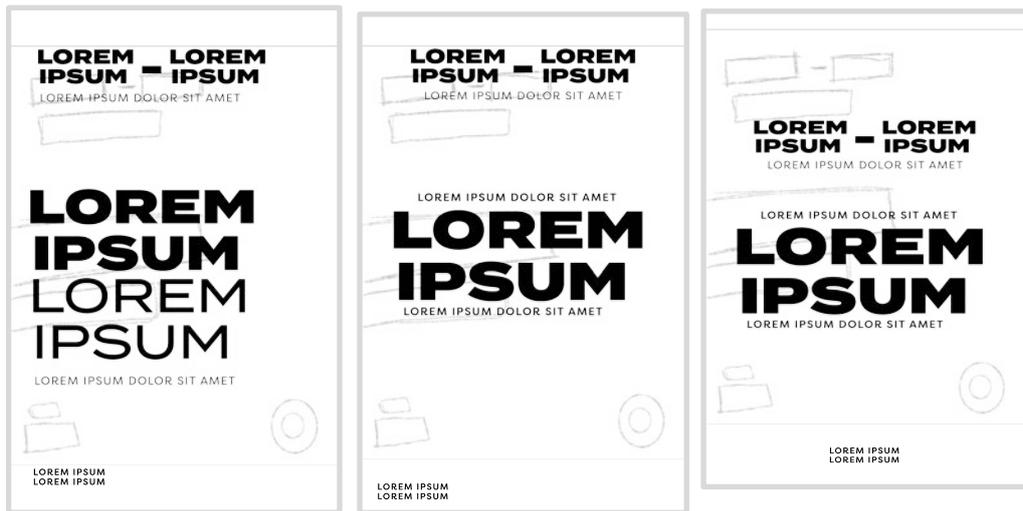
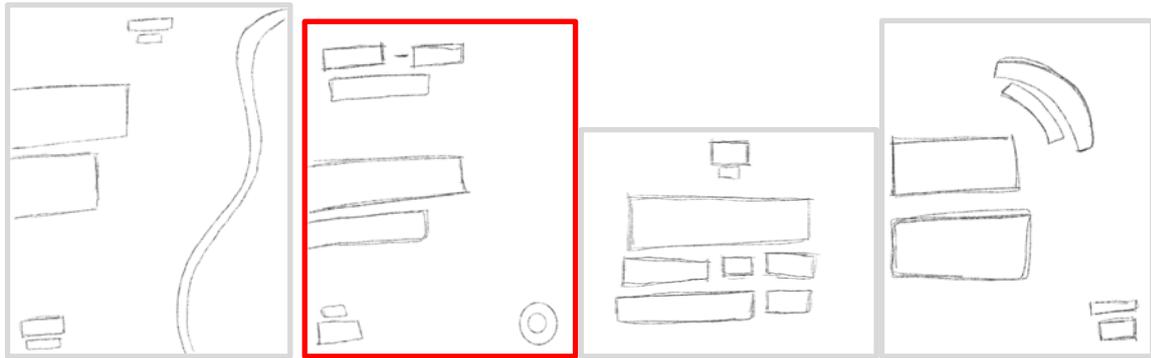
6.1.4.1 Posters Informativos

Para los pósters informativos, se empezó a trabajar el tamaño y formato.

Se utilizó una retícula jerárquica para que proporcione orden y sea más intuitiva el momento de leer. Estos posters deberían ser llamativos y dirigidos al público objetivo.

Se estableció basado en el concepto que los posters informativos sean tipográficos, se utilizarán ejes de diagramación rectos y horizontales para que ayuden a transmitir un mensaje claro.

Figura No. 66
Figuras básicas





Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los posters se trabajarán seis posters con el mismo texto y a distinto color y persona para poder crear variedad en Fraijanes. Sin embargo, se modificaron para que todos los textos sean legibles y transmitieran un mensaje más claro y con valor para las personas indígenas de Fraijanes, los cuales alienten a las personas a buscar más información y querer aprender acerca de sus derechos ante cualquier situación de racismo.

Figura No. 67
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Se determinaron las fotografías y el texto finales, evaluando su legibilidad. Dentro del contenido se desea mantener un mensaje de empoderamiento y que se les escuchara siempre, ya que su voz cuenta, así como su persona. Adicional a esto se agregaron números de teléfono a los cuales pueden solicitar más información.

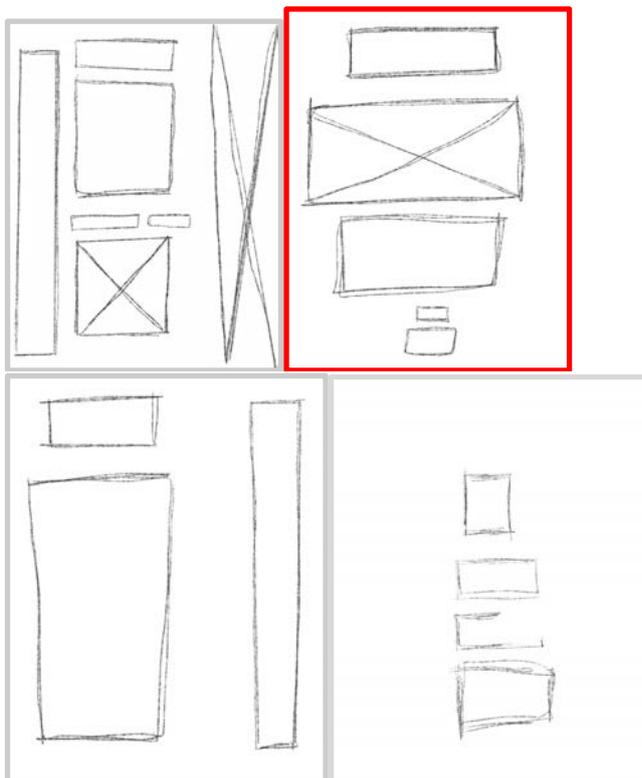
6.1.4.2 Volantes con frases

Para el material informativo que se trabajó para ser entregado en el pueblo de Fraijanes, ya que es el lugar donde viven las personas del grupo objetivo, se dedujo qué información debía tener un lenguaje amigable para ellos, el contenido principal

de estos volantes con frases de apoyo, incitan a las personas a tener más confianza en ellas mismas.

Aquí la diagramación es más sobria y sencilla, pues solo se está divulgando contenido de valor, con frases inspiracionales, siempre aportando números de teléfono. Se aprovechó el uso de colores más saturados para que estos se puedan colgar dentro de la casa o colocar en algún lugar especial a la hora de ser entregados y crear un contraste único para la persona.

Figura No. 68
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

A partir de los bocetos, se eligió una base para empezar a bocetar y seguir con la línea gráfica ya establecida.

Figura No. 69
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Los volantes con frases quedaron de la siguiente manera, haciendo evaluaciones finales para que fuera más directa, limpia y fácil de entender para el público objetivo al cual se les está dirigiendo.

Figura No. 70
Figuras básicas



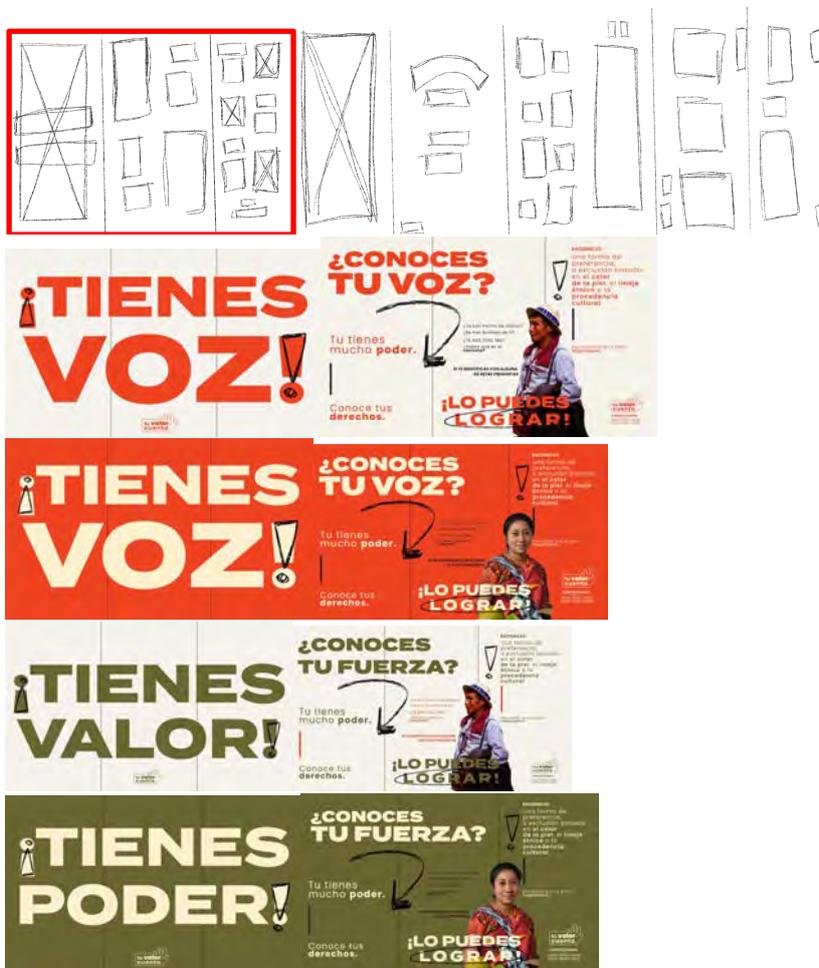
Fuente: Elaboración propia

6.1.4.3 Folleto Auto encuesta

En la continuación, se decidió trabajar un folleto de auto encuesta en el cual se describirán ejemplos de racismo, para que las personas indígenas sepan si han sido víctimas de algún tipo de racismo y también explicar qué es el racismo para que las personas lo entiendan, en el mismo se estará informando acerca de números de teléfono y frases de empoderamiento para poder apoyarlos en cualquier situación.

La diagramación seguirá siendo jerárquica ya que es la manera de lectura más sencilla y favorable para este material. Los bocetos fueron los siguientes:

Figura No. 71
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Los folletos con la auto encuesta quedaron diseñados de la siguiente manera, se realizó el retiro del trifoliar una frase de empoderamiento con la cual lleva enlazado el título del trifoliar, cada trifoliar lleva la misma información para que se logre distinguir de los demás materiales que este trifoliar es para conocer si se ha sido víctima de racismo. Se trabajó a los colores básicos de la paleta de colores para que lo asocien más rápido con la campaña publicitaria.

Figura No. 72
Figuras básicas



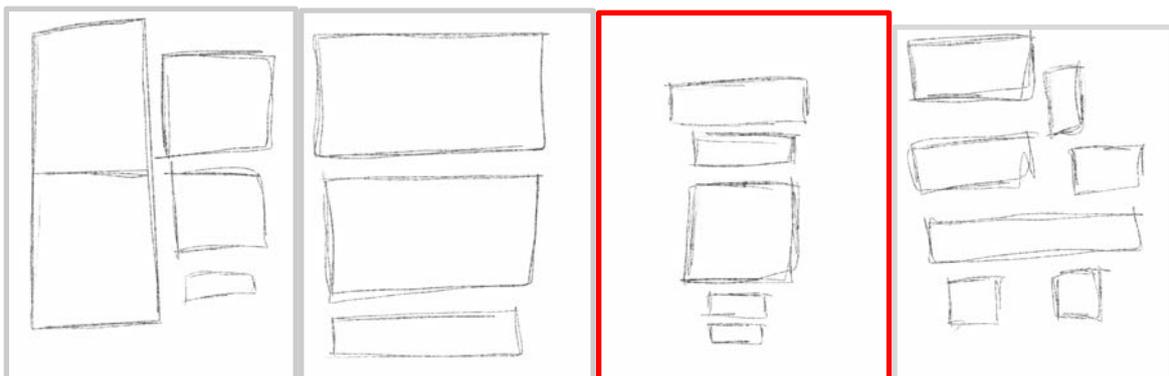
Fuente: Elaboración propia

6.1.4.4 Mupi

Para continuar con la campaña, se trabajarán mupis que estarán colocados en las paradas de buses de la entrada a Fraijanes, así como también en el pueblo. La información debe ser clara, concisa y reducida ya que por ser mupi no tiene que contener demasiada información y texto. Estos mupis tendrán diferentes diseños y se estarán cambiando periódicamente para que así no sea tan repetitivo.

Aquí la diagramación es jerárquica ya que es más sencilla y sobria, pues es un medio informativo el cual se tiene que ser más conciso y se está alertando acerca del racismo y que los indígenas puedan conocer sus leyes y que así los conozcan. Es por eso por lo que se utilizó principalmente el color negro, rojo, amarillo pues son colores que captan más la vista y contienen más saturación.

Figura No. 73
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

A partir de los bocetos, se eligió una base para empezar a bocetar y seguir con la línea gráfica ya establecida.

Figura No. 74
Figuras básicas





Fuente: Elaboración propia

Los mupis quedaron de la siguiente manera:

Figura No. 75
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

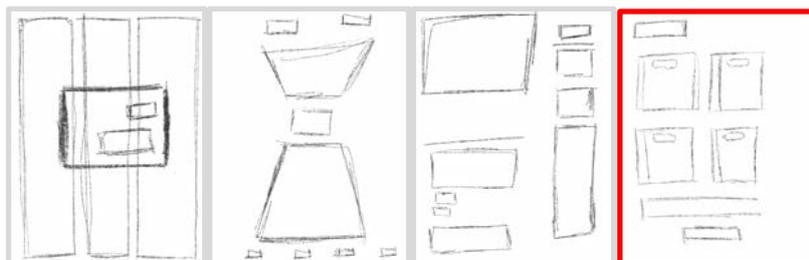
Los mupis con mensajes de empoderamiento para seguir apoyando a las personas con otorgarles valor. Se utilizaron las siguientes fotografías cortadas para crear esa continuación.

6.1.4.5 Volante Periódico

El propósito del inserto del periódico de Fraijanes es divulgar al público objetivo, que son los indígenas, la problemática que es el racismo, generando un mensaje claro ya que es dictado hacia ellos.

La diagramación, aunque contenga más texto sigue siendo jerárquica y sencilla, pues se está informando claramente hacia quienes va dirigido este material y mandando un mensaje de en donde pueden encontrar más información. Este material se usan los colores con más saturación de la paleta primaria, para que lo sigan asociando que todo lo que se ha hecho es específicamente para el público objetivo, pues se comparte información para apoyarlos desde el estado emocional hasta darles valor para defenderse y enterarse de las leyes que los protegen.

Figura No. 76
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

A partir de los bocetos se descartó el crear varias ventanillas y mucho texto, sin embargo, sí se agregó texto para crear empoderamiento e informarles sobre sus derechos. Se jugó con la imagen de las personas para que sea continua e interesante para quienes vean el volante en el periódico.

Figura No. 77
Figuras básicas

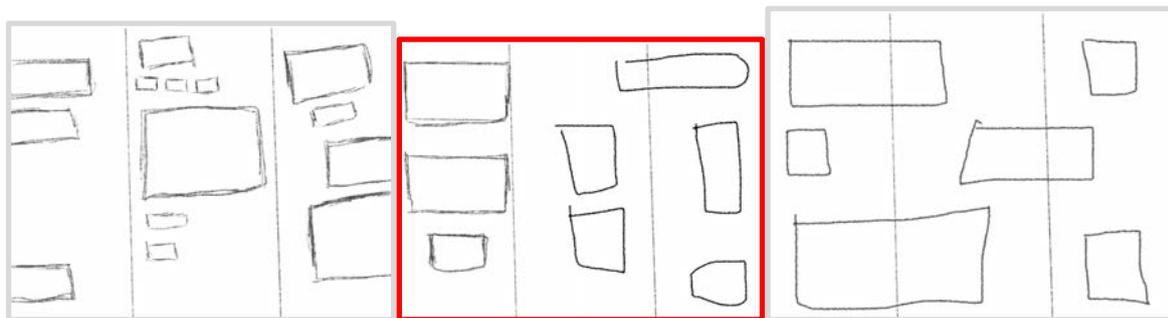


Fuente: Elaboración propia

6.1.4.6 Folleto Informativo

Para los folletos informativos, se empezó a trabajar con el tamaño y formato, siempre utilizando una retícula jerárquica la cual otorga un orden de lectura. Se diseñó en base a los artes que se han diseñado, siempre con frases de motivación para que así las personas se sientan empoderadas y tengan más confianza en ellas mismas.

Figura No. 78
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Los folletos quedaron de la siguiente manera:

Figura No. 79
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Los folletos informativos quedaron diseñados para otorgar información sobre derechos que las personas tienen, en cada folleto otorgando derechos diferentes para que así, cada persona esté enterada y se divulgue de voz a voz, también se incluyeron números y direcciones de entidades que defienden los derechos de los indígenas. Las frases de valor y de empoderamiento es algo que acompaña los trifolios, para que se sigan sintiendo animados.

6.1.5 Calendarización y estrategias de piezas

Tabla No. 3
Calendarización y estrategia de piezas

material	semanas/días	implementación	Propósitos	arte
POSTERS	lunes a sábado por 6 semanas	Implementar los posters en las tiendas de conveniencia que están por todo el pueblo.	Informar acerca de que los indígenas tienen derechos y que se empiecen a sentir familiares con los futuros materiales	
VOLANTES CON FRASES	lunes y martes por 6 semanas	Entregar volantes con frases de empoderamiento para que las personas indígenas	Divulgar los folletos para que las personas tengan un buen inicio de semana con frases que les pueden ayudar a tener una mejor autoestima	
FFOLLETOS DE QUE ES EL RACISMO Y CON AUTOENCUESTA	lunes a sábado por 6 semanas	Material para entregar de mano en mano en el pueblo de Fraijanes, a personas indígenas, todas las semanas rotando el material.	Informar con los trifoliales acerca del significado del racismo y así también una auto encuesta con preguntas simples para conocer si las personas han sido víctimas del racismo y empoderarnos también con frases.	
VOLANTES PERIÓDICOS	lunes a sábado por 8 semanas	Material que se estará insertando semanalmente en los periódicos de Fraijanes para las personas indígenas del pueblo.	Que todas las personas indígenas reciban este material y personas que conozcan a estas personas indígenas, les den el volante para que se enteren de que tienen derechos y que ellos como personas importan	

MUPIS	lunes y martes por 8 semanas	Material que se instalará en los mupis de las paradas de buses y los mupis que están en Fraijanes y de camino al pueblo, estos se irán rotando semanalmente, durante 8 semanas.	Las personas indígenas a la hora de estar en una parada de bus o mientras van de camino a su casa, lograrán ver que tienen importancia, que conozcan sus derechos.	
FOLLETOS INFORMATIVOS DE DERECHOS	jueves, viernes y sábado por 8 semanas	Material para entregar de mano en mano en el pueblo de Fraijanes a personas indígenas, todas las semanas rotando el material.	Informar acerca de los diferentes derechos que las personas indígenas tienen, así como también crear incentivo para que estas personas se sientan parte de la comunidad.	

Fuente: Elaboración propia

6. 2 Validación

A continuación, se estarán presentando los resultados obtenidos del proceso de validación de las piezas del proyecto. Se validó con 3 grupos diferentes: 15 diseñadores gráficos, 5 expertos en leyes y derechos, 10 indígenas del grupo objetivo y 3 expertos en diseño gráfico. A cada uno de estos grupos se le distribuyó un instrumento con preguntas acerca del diseño, contenido o estrategia para evaluar la funcionalidad y efectividad de la propuesta.

6.2.1 Observaciones de expertos

Otras observaciones que se tomaron como principales son la de los expertos en diseño gráfico, estos recomendaron lo siguiente:

1. Analizar el uso de color que vaya más en función del concepto y dirigido al grupo objetivo
2. Incluir un enunciado que unifique la campaña a nivel de vincular derechos humanos y racismo

3. No repetir contenidos
4. Evaluar el propósito de cada material y que verdaderamente sea útil
5. Analizar la diagramación y jerarquía de las piezas
6. Revisar presupuesto
7. Mejorar uso de fotografías

6.2.2 Identificador de campaña

De acuerdo con los resultados de las encuestas, la propuesta del identificador de campaña obtuvo un resultado positivo, se considera que es un identificador sobrio, estético y llamativo, que es un elemento con mucha presencia y claridad otorgándole objetividad necesaria a la campaña, se concuerda de que es el adecuado para el proyecto.

6.2.3 Línea gráfica

En general se concuerda que la línea gráfica se mantiene en todas las piezas gráficas, desde la paleta de color hasta en la manera en la cual se han diagramado, sin embargo no es una línea gráfica atractiva por la paleta de color que no demuestra los colores de las personas indígenas, se considera también que todos sus materiales son muy repetitivos por lo cual no se logra diferenciar bien la línea gráfica ya que es muy básica, también agregar más fotografías que sean adecuadas a el lugar del cual es el grupo objetivo y evaluar la posibilidad de agregar ilustraciones para ciertos materiales para que sea una línea gráfica más llamativa.

6.2.4 Concepto

En general el concepto se considera claro y funcional, en las cuales se muestran a las personas con dignidad y mensajes que los empoderan, sin embargo, no hay unión entre el color y el concepto y se aconseja que vaya más dirigido al grupo objetivo para que este se sienta identificado.

6.2.5 Tipografía

En cuanto a la tipografía se opinó que es fácil de leer e incluso a pequeña escala, también que es limpia y moderna. Se recomienda utilizar el mismo tamaño y el mismo estilo de letra donde se necesite.

6.2.6 Diagramación

En general, se concuerda que la diagramación ayuda a que los textos tengan un orden y también que los pesos en los textos largos facilitan que la lectura sea fluida, tomando en cuenta el grupo objetivo. Sin embargo, se hizo la observación de que en unos materiales la diagramación y jerarquía no es la mejor.

6.2.7 Contenido

La información que está en los materiales se presenta de manera repetitiva lo cual no ayuda con el contenido, no hay unión de derechos y racismo en los materiales por lo que se tiene que evaluar el colocar más derechos y unirlos con el racismo para que sea un contenido de alto valor informativo.

6.2.8 Objetivos de campaña

En general los objetivos de campaña se consideran funcionales, especialmente que es una campaña clara, concisa y sólida en términos visuales y de comunicación. Se recomienda vincular los derechos y el racismo para que la campaña sea más sólida y logre comunicar un mensaje conciso.

6.2.9 Solución de la problemática

De acuerdo con los resultados es una problemática muy delicada, sin embargo, se considera como un buen inicio para darle una solución. Se recomienda incluir derechos en los materiales y así también lo que es el racismo.

6.2.10 Medios

Los grupos objetivos respondieron positivamente a los medios en los cuales se está desarrollando y consideran que es un material adecuado.

En cuanto a los expertos y diseñadores, consideran que es útil presentarlos en los distintos medios que se han propuesto y evaluar si es necesario contar con medios masivo, tomando en cuenta el presupuesto del cliente.

6.2.11 Cambios Realizados

6.2.11.1 Posters Informativos

En los pósters informativos se realizaron los cambios propuestos por los expertos, se usó una paleta de colores que tuviera coherencia con el grupo objetivo y así también unión visual en todas las piezas para así crear familiaridad para los grupos objetivos y puedan identificarlos con facilidad.

Por otro lado, se definió que los posters serían con ilustración ya que tienen una mejor cercanía con el grupo objetivo. El titular junto con las ilustraciones con un estilo natural, con textura para que estas personas se sientan cercanas, son el peso del material, sin embargo, se hizo el cuerpo también con protagonismo subrayando palabras claves para que las personas se detengan a leerlo detenidamente.

Antes

Figura No. 80
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Después

Figura No. 81
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

6.2.11.2 Volantes con frases

En los volantes también se cambió la paleta de colores y se siguió aprovechando el retiro de la hoja otorgando datos diferentes en cada volante. Otro cambio realizado en los volantes con frases es que también se agregó “el derecho de la semana” para otorgar más información acerca de los derechos que existen.

Antes

Figura No. 82
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Después

Figura No. 83
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

6.2.11.3 Folleto informativo

Este material unifico todos los trifoliales para que la información no fuera tan repetitiva que fuera más simple la lectura dando espacio y protagonismo principalmente a informarse acerca de los derechos y lo que es el racismo.

Antes

Figura No. 84
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Despues

Figura No. 85
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

6.2.11.4 MUPIS

En cuanto a los mupis también se ordenó gráficamente, principalmente en los títulos de manera en que la jerarquía visual fuera más visible estandarizando los tamaños en estos y en el cuerpo de los mupis.

Se cambio el estilo fotografico y tambien se siguio con el nuevo gráfico que los demás materiales para mantener la unidad gráfica que existen entre estos agregando derechos y situaciones que se pueden llegar a vivir en el día a día.

Antes

Figura No. 86
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Despues

Figura No. 87
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

6.3 Propuesta final

6.3.1 Paleta de color

La paleta de color utilizada para el proyecto busca representar conceptualmente el valor que las personas tienen y también unir los colores de los trajes típicos de las personas indígenas y se sientan identificadas.

Figura No. 88
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Los colores más saturados se buscaron para transmitir dinamismo y prosperidad por lo cual se llegaron a usar como opciones para los materiales. Por otro lado el color crema y celeste que son los menos saturado transmiten calma y distinción por lo cual se utiliza también como opciones para los materiales.

6.3.2 Tipografía

Las tipografías elegidas buscan apoyar el concepto y facilitar la legibilidad y cercanía con el grupo objetivo mediante materiales impresos. Es por esto, que se creó una combinación de tipografías sans serif para los titulares y de igual manera para el cuerpo, aprovechando las diferentes versiones de cada fuente para aportar mucha variedad en los materiales.

Figura No. 89
Figuras básicas

01. TERMINA

Titulares

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
!"@#\$\$%&/()=?<:;,-_<>+~`{}

02. FILSON PRO

Cuerpos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
!"@#\$\$%&/()=?<:;,-_<>+~`{}

03. POPPINS

Identificador

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
!"@#\$\$%&/()=?<:;,-_<>+~`{}

Fuente: Elaboración propia

6.3.3 Identificador de campaña

El identificador de campaña viene de la mano del concepto, haciendo una abstracción y creando una propuesta evidente y fácil de entender y leer.

Dentro del identificador tiene un icono, el cual es la mano la cual es la que ayudará a las personas a tener ese valor y también darles empoderamiento que necesitan, simbolizando el darle un alto a el racismo en la vida de las personas indígenas para que así puedan sentirse cada vez más seguras de si mismas aprendiendo de los derechos humanos que estas personas tienen.

Figura No. 90
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

A la vez el identificador tiene la palabra “tu valor cuenta”, que se integra al ícono con la mano cerrando el identificador con una tipografía sans serif para que la lectura e identificación de esta sea muy fácil para el grupo objetivo.

6.3.4 Posters

El propósito principal de esta pieza es empezar a llamar la atención de las personas, a través de los colores e ilustraciones para las personas buscando que este se maneje de forma amigable y no tajante, creando en las personas esa necesidad de querer informarse y querer saber más del tema.

Figura No. 91
Figuras básicas





Fuente: Elaboración propia

Este material se distribuye principalmente en todas las tiendas de conveniencia en todo el pueblo de Fraijanes rotándolos para que las personas se familiaricen con el material. Los mensajes de este material son principalmente para informarlos y también explicarles detalladamente acerca del racismo y los derechos con información para que se detengan a leerla, acompañado de ilustraciones para que se vean interesantes para lograr despertar ese interés y deseo de informarse.

6.3.5 Volantes

Los volantes con frases y derechos semanales cumplen una función muy importante dentro de la campaña, principalmente fortalecer el concepto, mensaje de el racismo, derechos humanos y entidades las cuales les defienden.

Figura No. 92
Figuras básicas

FRASE DE LA SEMANA
"No importa lo lento que vayas mientras no pares"

Organismos relacionados

- CODIRSA**
Comisión Interamericana de Derechos Humanos
Teléfono: 872-10004
Box: 0-34 Zona 1
- UDEFEQUA**
Unidad de Promoción y Asesoramiento
Nacional en Derechos Humanos
Teléfono: 74-60 10001
Calle: 23-44-80
Código Postal: 06017-23544-80
- OACNUDH**
Oficina de Asesoría y Cooperación de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos
Teléfono: 2662-8400
4º piso, Edificio 10, Av. 20 de Agosto 10,
Ciudad de Guatemala
- PDH**
Procuraduría de los Derechos Humanos
Teléfono: 241-24471
Calle: 20-14 Zona 1

tu valor cuenta | **PROCURADOR DE LOS DERECHOS HUMANOS** | **CONTÁCTANOS PBX: 1090**

FRASE DE LA SEMANA
"Como haces sentir a otros dice mucho de ti"

¿CÓMO SOLICITAR INFORMACIÓN?

Contamos una línea única para ofrecerte información y también atender denuncias las 24 horas de lunes a domingo.

LLAMA, PREGUNTA, DENUNCIA

tu valor cuenta | **PROCURADOR DE LOS DERECHOS HUMANOS** | **CONTÁCTANOS PBX: 1090**

FRASE DE LA SEMANA
"Haz lo correcto aunque nadie esté mirando"

¿Sabes cuantos derechos humanos existen?

30 DERECHOS HUMANOS

los cuales gozamos todas las personas del mundo y son normas que reconocen y protegen la dignidad de todos los seres humanos, incluyendote a ti.

tu valor cuenta | **PROCURADOR DE LOS DERECHOS HUMANOS** | **CONTÁCTANOS PBX: 1090**



**FRASE
DE LA
SEMANA**

“Haz lo que puedas, con lo que tengas y donde estés”

9 AGOSTO
Día internacional de los
PUEBLOS INDÍGENAS

Derechos y vidas dignas
para todas las personas (indígenas)





CONTÁCTANOS
PBX: 1090



**FRASE
DE LA
SEMANA**

“Un nuevo día es una nueva oportunidad.”

**¿Qué otros
derechos
existen?**

Todos nacemos libres e iguales

Derecho ante un juicio justo

Derecho a la libertad de expresión

Libertad de religión o conciencia

Derecho a la seguridad social




CONTÁCTANOS
PBX: 1090



**DERECHO
DE LA
SEMANA**

Disfruta y ejerce sin discriminación todos los derechos humanos conocidos.

9 AGOSTO
Día internacional de los
PUEBLOS INDÍGENAS

Derechos y vidas dignas
para todas las personas (indígenas)





CONTÁCTANOS
PBX: 1090



DERECHO DE LA SEMANA

Todas las personas tienen derecho a que su vida sea respetada.



¿Sabes cuantos
derechos humanos existen?

30 DERECHOS HUMANOS
los cuales gozamos todas las personas del mundo y son normas que reconocen y protegen la dignidad de todos los seres humanos, incluyendote a ti.

tu valor cuenta

PROCURADOR DE LOS DERECHOS HUMANOS

CONTÁCTANOS
PBX: 1090



DERECHO DE LA SEMANA

Derecho a la igualdad y prohibición de la discriminación.

Ejemplos de racismo

*Burlarse de las creencias
Prohibirte el ingreso a algún lugar
Burlarse de como hablas
Miradas ofensivas*

¡QUE LOS COMENTARIOS NO TE HAGAN SENTIR DE MENOS!
Disfruta y ejerce sin discriminación todos los derechos humanos conocidos.

tu valor cuenta

PROCURADOR DE LOS DERECHOS HUMANOS

CONTÁCTANOS
PBX: 1090



DERECHO DE LA SEMANA

Todas las personas somos iguales ante la ley.



¿CÓMO SOLICITAR INFORMACIÓN?

Contamos una línea única para ofrecerte información y también atender denuncias las 24 horas de lunes a domingo.

LLAMA, PREGUNTA, DENUNCIA



tu valor cuenta

PROCURADOR DE LOS DERECHOS HUMANOS

CONTÁCTANOS
PBX: 1090

DERECHO DE LA SEMANA

Todas las personas gozan los mismos derechos sin importar su sexo o género.

Organismos relacionados

CODIRSA
Comisión Presidencial contra la Discriminación y Racismo
(502) 8172-9039
Av. 5-54 zona 1

UDEFEGUA
Unidad de Protección e Defensa y Delimitación de Derechos Humanos
3a Calle 7-45 Zona 1
(502) 22346840
(502) 22944498

OACNUDH
Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos
(502) 2382-3400
4ª avenida 12-48, zona 10, ciudad de Guatemala

PDH
Procuraduría de los Derechos Humanos
(502) 8555
(502) 24243777
12 avenida 12-54 zona 1

tu valor cuenta

PROCURADOR DE LOS DERECHOS HUMANOS

CONTÁCTANOS
PBX: 1090

DERECHO DE LA SEMANA

Toda persona tiene derecho a creer y pensar libremente según sus ideas y convicciones.

¿Qué otros derechos existen?

Derecho a la educación

Derecho a una vida adecuada

Derecho al descanso y tiempo libre

Derecho a fundar una familia

Derecho a la privacidad

tu valor cuenta

PROCURADOR DE LOS DERECHOS HUMANOS

CONTÁCTANOS
PBX: 1090

Fuente: Elaboración propia

Estas piezas con frases positivas, derechos e información se semanalmente para que las personas puedan comenzar una semana diferente y animada, generando más interacción con ellos por medio de los volantes que en el retiro de este material se estará informando de entidades que existen en Guatemala que les pueden ayudar, así también educarlos acerca de que es el racismo y apoyarlos ante cualquier situación en la cual estas personas puedan necesitar apoyo.

6.3.6 Folletos informativos

Los folletos informativos ayudan a un mayor alcance, debido a que la información que maneja es amplia ya que presenta diferente información respecto al racismo y derechos que las personas indígenas tienen. Conservando la información de las entidades que también les protegen para que tengan la la posibilidad de comunicarse, así mismo en el folleto se explica detalladamente de ejemplos y lo que es el racismo con el apoyo de las ilustraciones y explicaciones cortas para manejar la información clara y concisa.

Figura No. 93
Figuras básicas



¿Qué son los Derechos Humanos

Los derechos humanos son normas que reconocen y protegen la dignidad de todos los seres humanos. Estos derechos guían la manera en que las personas viven su vida y viven entre ellos mismos.



6

¿Qué es racismo?

Son las ideas, sentimientos y actitudes que se construyen a partir de características físicas y culturales de las personas que llevan a un trato diferente y desigual entre personas.



2

ejemplo No. 1

Chistes, burlas de alguien más hacia mí por mi tono de piel o por cómo hablo.

ejemplo No. 2

Rechazo por cómo voy vestido/a lugares públicos.

BUSQUEMOS INFORMARNOS



Informémonos por un Frajanes sin racismo, con derechos y vidas dignas

7

Tenemos el derecho a darle un alto al racismo

Los indígenas como cualquier persona gozamos de nuestros derechos humanos, los cuales nos permiten vivir una vida digna

¡Conozcamos nuestros derechos!



4

¿Cuáles son algunos Derechos Humanos?

- Derecho a la vida
- Derecho a la igualdad y prohibición de racismo.
- Derecho a la integridad y seguridad personal
- Libertad de expresión
- Libertad religiosa y de culto
- Derecho de acceso a la justicia
- Derecho a la esclavitud
- Derecho a la salud
- Derecho a la vivienda
- Derechos de los pueblos y comunidades indígenas

5

Para más Información PBX: 1090



Contamos una línea única para ofrecerte información y también atender denuncias las 24 horas todos los días de la semana.

8

Derechos y vidas dignas sin racismo

Todos somos iguales y estamos protegidos contra el racismo.



1

Derechos y vidas dignas sin racismo

Todo ser humano es igual y tiene derecho a igual protección contra el racismo



Organismos relacionados

CODIRSA <small>Comisión Presidencial contra la Discriminación y Racismo</small> (502) 512-9036 6av. 5-34 zona 1	UDEFEGUA <small>Unidad de Protección a Defensores y Defensoras de Derechos Humanos</small> 1a Calle 7-45, Zona 1 (502)22545840 (502) 22544498
OACNUDH <small>Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos</small> (502) 2382-3400 4ª avenida 12-48, zona 10, ciudad de Guatemala	PDH <small>Procuraduría de los Derechos Humanos</small> (502)1555 (502) 24241717 12 avenida 12-54 zona 1

Ofrecemos los organismos relacionados con los derechos humanos que defienden a los indígenas en Guatemala a los cuales puedes solicitar apoyo

9

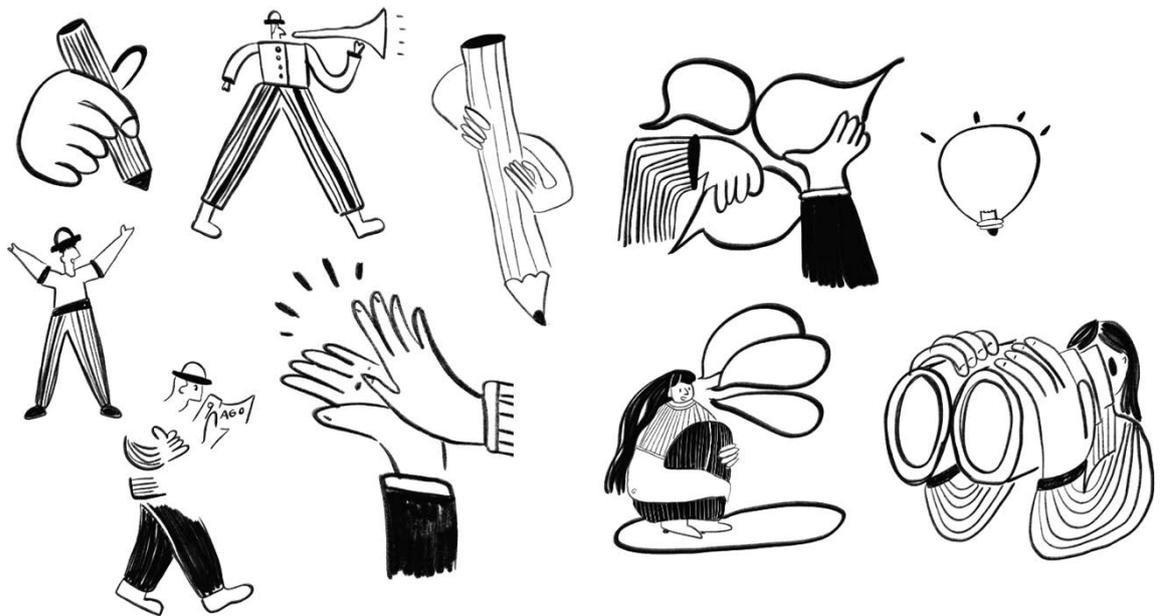
Fuente: Elaboración propia

Para este material se aprovecho la paleta de color para que logre ser llamativo para las personas y logren sentirse identificadas para tener ese deseo de seguir informandose acerca de los derechos humanos, entidades y el racismo.

6.3.7 Ilustraciones

Se decidió hacer ilustraciones con textura y estilo orgánico y naturales las cuales logran ser hechas con base al concepto y al grupo objetivo, sin utilizar ningún personaje en específico, sin embargo sí se ilustró asimilando el textil de la vestimenta indígena para que se sintieran identificados.

Figura No. 94
Figuras básicas



Fuente: Elaboración propia

Las ilustraciones ayudan a que los materiales no sean redundantes y también ofrecen variedad visual ayudando a que se logren entender la información que se está divulgando en los materiales en los cuales se utilizaron las ilustraciones. Se hicieron ilustraciones orgánicas haciendo énfasis a las manos por el identificador de campaña y también a blanco y negro para jugar con las texturas de la paleta de color y también moderar los gastos en el folleto.

6.3.8 Mupis

Los mupis de difusión principalmente en paradas de buses en camino a Fraijanes apoyara principalmente para informar y fortalecer la información de los derechos que el grupo objetivo tienen. Estos se estarán implementando desde el principio de la campaña hasta el final, para que las personas siempre se sientan apoyas con información de que se les está dando el apoyo necesario para que estén informados.

Figura No. 95
Figuras básicas





Fuente: Elaboración propia

Para este material se está principalmente manejando mensajes fáciles de leer a la hora de ir en carro/bus/bicicleta/ moto o a pie, es ideal que se pueda ver a la distancia y no se pierda en ningún momento, con derechos que las personas , tienen para que se mantengan siempre informados, acompañados de fotografías de ellos mismos para también apoyar el reconocimiento del grupo objetivo.

Los mupis pueden formar de una fase dos del proyecto para reforzar la campaña del racismo y también para aprovechar el presupuesto se pueden colocar en el pueblo como posters.

6.3. Calendarización

6.3.1 Calendarización para posters

Tabla No. 3

Calendarización de posters

SEMANA	DÍA	LUGAR	FORMATO	OBJETIVO
1-3	lunes/martes	tiendas de conveniencia grupo 1	Tabloide 11 x 17 inch.	Familiarizarse con la información de los derechos humanos y el racismo
4-6	lunes/martes	tiendas de conveniencia grupo 2	Tabloide 11 x 17 inch.	Sentirse empoderados con sus derechos y difundir el mensaje .
7-9	lunes/martes	tiendas de conveniencia grupo 3	Tabloide 11 x 17 inch.	Que les llame la atención los mensajes que se están transmitiendo mediante los materiales
10-13	lunes/martes	tiendas de conveniencia grupo 4	Tabloide 11 x 17 inch.	Que ya muchas personas se hayan contactado y logrado solucionar dudas y que estén entendiendo acerca del racismo.
13-14	lunes/martes	tiendas de conveniencia grupo 5	Tabloide 11 x 17 inch.	Reforzar el aprendizaje y mensaje para terminar la campaña y que logren haber entendido y captado algo importante para ellos o alguien más.

Fuente: Elaboración propia

6.3.2 Calendarización volantes

Tabla No. 4

Calendarización de Volantes

SEMANA	DÍA	LUGAR	FORMATO	OBJETIVO
1-3	lunes/miércoles	pueblo fraijanes	media carta tiro y retiro	Que las personas puedan empezar una buena semana con una frase empoderante y derechos semanales para que también se sigan informando.
4-6	lunes/miércoles	pueblo fraijanes	media carta tiro y retiro	Que ya muchas personas estén tomando actitudes diferentes y también busquen esperar a la siguiente semana para obtener más derechos y frases.
7-8	lunes/miércoles	pueblo fraijanes	media carta tiro y retiro	Seguir informando y reforzando la importancia de tener autoestima y también que es importante que conozcan acerca del racismo
9-10	lunes/miércoles	fraijanes	media carta tiro y retiro	Las personas divulgan los mensajes entre ellos para que vayan a buscar los volantes semanales para ellos mismos.

10-12	lunes/miércoles	entrada a fraijanes	media carta tiro y retiro	En esta semana que ya se sientan cómodos recibiendo información y que estén esperando con ánimos su volante con información y frase motivante.
13-14	lunes/miércoles	pueblo fraijanes	media carta tiro y retiro	Darles conclusión a los folletos informando que serán las últimas semanas y esperando a que ellos sigan reforzando y buscando maneras para que se mantengan informados.

Fuente: Elaboración propia

6.3.5 Calendarización Folletos

Tabla No. 5

Calendarización de Folletos

SEMANA	DÍA	LUGAR	FORMATO	OBJETIVO
1-3	lunes/miércoles	pueblo fraijanes	media carta tiro y retiro	Entiendan y logren aceptar el material
4-6	lunes/miércoles	pueblo fraijanes	media carta tiro y retiro	Que muchas personas esperen a encontrar y tener el mismo folleto con información que las demás personas
7-8	lunes/miércoles	pueblo fraijanes	media carta tiro y retiro	Les sirva la información que tiene el folleto para futuras ocasiones y logren utilizarlo
9-10	lunes/miércoles	fraijanes	media carta tiro y retiro	Reforzar los mensajes y también el material para personas nuevas que buscan informarse
10-12	lunes/miércoles	entrada a fraijanes	media carta tiro y retiro	Las personas disfruten y logren compartir la información con más personas y también que ellos mismos busquen informarse
13-14	lunes/miércoles	pueblo fraijanes	media carta tiro y retiro	Darles conclusión a los folletos informando que serán las últimas semanas y esperando a que ellos sigan reforzando y buscando maneras para que se mantengan informados.

Fuente: Elaboración propia

6.3.5 Calendarización mupis

Tabla No. 6

Calendarización de Mupis

SEMANA	DÍA	LUGAR	FORMATO	OBJETIVO
1-3	rotativos semanal	fraijanes	lona backlight	En algun momento que estas personas esten caminando para su casa o estan esperando en alguna parada de buses logren leer el mensaje y sepan que es dirigido para ellos y que sientan que se les esta dirigiendo la atención que ellos merecen.
4-6	rotativos semanal	fraijanes	lona backlight	Estén familiarizados con la campaña y empiecen a recolectar también en conjunto los materiales que se estan dando en el pueblo.
7-9	rotativos semanal	fraijanes	lona backlight	Que conozcan sus derechos, que sepan lo que es el racismo y como saber diferenciarlo.
10-12	rotativos semanal	fraijanes	lona backlight	Ya tengamos personas que solicitaron más información y también haber solucionado la ayuda de personas.
13-14	rotativos semanal	fraijanes	lona backlight	Que las personas terminen la campaña con todos sus materiales por si algun día los necesitan y sepan que se esta trabajando para ellos y un mejor futuro no solo para ellos, sino que tambien para Guatemala..

Fuente: Elaboración propia

7. Producción y reproducción

7.1 Estrategia de implementación de medios

Para la implementación del material, se escogió que fuera impresa como único medio. Se decidieron basados en las investigaciones realizadas al grupo objetivo primario de indígenas, en las cuales la mayoría muestran que no cuentan con celular inteligente y por ende muy pocos cuentan con internet. Es un método el cual facilita que ellos lo tengan ya que lo tendrán en la mano y físico.

La implementación se llevará a cabo de la siguiente manera, habrá 3 semanas de expectativa, en la cual se empezarán a distribuir los posters y volantes en el pueblo de fraijanes. Después de esto se iniciará con la distribución semanal de los volantes y así mismo de periódicos con los insertos durante 3 meses.

Paralelamente, se estarán distribuyendo los mupis rotativos en el área seleccionada.

Asimismo se estarán distribuyendo los trifoliales auto encuestas durante 5 semanas juntos con los volantes y cuando las 5 semanas se acaben durante otras 9 semanas se estarán distribuyendo los trifoliales informativos, generando mayor alcance para dar cierre a esta campaña.

7.1.1 Técnicas de reproducción

Tabla No. 7

Técnicas de reproducción

PIEZA	CANTIDAD	RESPONSABLE	DONDE	CUANDO	DURACIÓN
Posters	180	voluntarios	fraijanes	agosto/septiembre/octubre	durante 3 meses, rotación de posters cada 3 semanas.
Volantes	12,000	voluntarios	fraijanes	agosto/septiembre/octubre	durante 3 meses, entrega lunes y miércoles de cada mes.
Folleto	2,000	voluntarios	fraijanes	septiembre octubre	5 semanas, 3 veces a la semana.
Mupis	20	JCDecaux	carr. a el salvador	agosto/septiembre/octubre	rotación de los 9 mupis durante los 3 meses.

Fuente: Elaboración propia

7.2 Presupuesto de diseño e implementación

7.2.1 Cotización de diseño

7.2.1 Cotización de Diseño

Tabla No. 7

Cotización de diseño

Pieza o elemento	Costo
Investigación y conceptualización	Q3,800
Identificador de campaña y línea gráfica	Q3,000
fotografías, edición y retoque	Q2,500
posters con 8 versiones	Q1,400
Volantes con frases de 6 versiones tiro y retiro (diferente info)	Q 1,200
Volante con derechos 6 versiones tiro y retiro (diferente info)	Q1,200
Mupi de 6 versiones diferente información	Q1,400
Folleto informativo	Q2,400
seguimiento de cotizaciones	Q350
Total	Q16,450

Fuente: Elaboración propia

Este presupuesto está basado en las horas invertidas, investigación, procesos creativos, correcciones, cambios, seguimiento en cotizaciones y artes finales.

7.2.2 Cotización de mupis

Se realizaron cotizaciones de acuerdo a la presentación que las empresa mandó para la reproducción de los medios en exteriores, estas con un estimado de duración de un mes en total en un sistema de mupis rotativos a lo largo de fraijanes, los precios son los mismos ya que será en el área.

Las fechas recomendadas para la implementación son durante el mes de agosto a octubre 2023.

7.2.2 Cotización de posters

Se realizaron las cotizaciones de los posters para colocar en cada tienda de conveniencia del pueblo de fraijanes y rotarlos según la calendarización.

Tabla No. 9
Cotización de Posters

MEDIO	DISTRIBUCIÓN	VERSIÓN	CANTIDAD	MATERIAL	PRECIO UNITARIO
Impresión offset	Tiendas de conveniencia	1	180	11x17 full color tiro texcote 12	Q3.6
Impresión offset	Tiendas de conveniencia	2	180	11x17 full color tiro texcote 12	Q3.6
Impresión offset	Tiendas de conveniencia	3	180	11x17 full color tiro texcote 12	Q3.6
Impresión offset	Tiendas de conveniencia	4	180	11x17 full color tiro texcote 12	Q3.6
Impresión offset	Tiendas de conveniencia	5	180	11x17 full color tiro texcote 12	Q3.6
Impresión offset	Tiendas de conveniencia	6	180	11x17 full color tiro texcote 12	Q3.6
Impresión offset	Tiendas de conveniencia	7	180	11x17 full color tiro texcote 12	Q3.6
Impresión offset	Tiendas de conveniencia	8	180	11x17 full color tiro texcote 12	Q3.6
TOTAL					Q 648.00

Fuente: Elaboración propia

7.2.2 Cotización de volantes

Para los volantes se cotizó la cantidad que se va a estar distribuyendo en todas las semanas establecidas para la distribución de mano a mano en el área de fraijanes.

Tabla No. 9
Cotización de Posters

MEDIO	DISTRIBUCIÓN	VERSIÓN	CANTIDAD	MATERIAL	PRECIO UNITARIO
Impresión offset	pueblo de fraijanes	1	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	2	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	3	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	4	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	5	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	6	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	7	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	8	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	9	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	10	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	11	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
Impresión offset	pueblo de fraijanes	12	1,000	5.5"x8.8" full color tiro y retiro papel bond	Q0.3
TOTAL					3,600

Fuente: Elaboración propia

7.3 Artes Finales

Las piezas del proyecto se encontrarán en una carpeta de google drive llamada “Tu valor cuenta”, con accesos para el cliente, para que puedan descargar y utilizar el contenido digital, dentro de allí habrán carpetas:

1. **Pósters:** dentro de esta carpeta se encontraran 4 carpetas más con los archivos de los artes editables.
 1. **PDF:** en esta carpeta se encontrará el archivo pdf del arte final para imprimir los 6 posters, en tamaño 11”x17”, en colores CMYK, todos con su nombre asignado de “Posters” con un número que indica cual es.
 2. **JPEG:** en esta carpeta se encontrarán los 6 archivos en formato JPEG a 300 DPI en CMYK, en tamaños 11”x17”, con su nombre asignado de “Posters” con su número que indica cual es.
 3. **PNG:** en esta carpeta se encuentran los 6 archivos en formato PNG a 300 DPI en CMYK en tamaños 11”x17”, con su nombre asignado de “Posters” y su número el que indica cual es.
 4. **Editables:** en esta carpeta se encuentran todos los posters en editable, con las fotografías incrustadas y los artes con exceso correspondiente.
2. **Volantes:** dentro de esta carpeta se encontraran 4 carpetas más con los archivos de los artes editables.
 1. **PDF:** en esta carpeta se encontrará el archivo pdf del arte final para imprimir los 6 volantes con su tiro y retiro correspondiente, en tamaño 5.5”x8.8”, en colores CMYK, todos con su nombre asignado de “Volantes” con un número que indica cual es..
 2. **JPEG:** en esta carpeta se encontrarán los 12 archivos en formato JPEG a 300 DPI en CMYK, en tamaños 5.5”x8.8”, con su nombre

asignado de “Volantes_tiro” con su número que indica cual es y “Volante_retiro” con el número de su tiro.

- 3. PNG:** en esta carpeta se encuentran los 12 archivos en formato PNG a 300 DPI en CMYK en tamaños 5.5”x8.8”, con su nombre asignado de “Volantes_tiro” con su número que indica cual es y “Volante_retiro” con el número de su tiro.
 - 4. Editables:** en esta carpeta se encuentran todos los volantes en editable, con las fotografías en incrustadas y los artes con exceso correspondiente.
- 3. Folletos:** dentro de esta carpeta se encontraran 4 carpetas más con los archivos de los artes editables.
- 1. PDF:** en esta carpeta se encontrará el archivo pdf del arte final para imprimir el material con su compaginación correspondiente, en tamaño carta en colores CMYK, todos con su nombre asignado de “Folleto” con un número que indica cual es.
 - 2. JPEG:** en esta carpeta se encontrarán los 12 archivos en formato JPEG a 300 DPI en CMYK, en tamaños 5.5”x8.8”, con su nombre asignado de “Inserto_tiro” con su número que indica cual es y “Inserto_retiro” con el número de su tiro.
 - 3. PNG:** en esta carpeta se encuentran los 12 archivos en formato PNG a 300 DPI en CMYK en tamaños 5.5”x8.8”, con su nombre asignado de “Inserto_tiro” con su número que indica cual es y “Inserto_retiro” con el número de su tiro.
 - 4. Editables:** en esta carpeta se encuentran todos los insertos en editable adobe illustrator, con las fotografías en incrustadas y los artes con exceso correspondiente.

- 4. Mupis:** dentro de esta carpeta se encontraran 4 carpetas más con los archivos de los artes editables, estos artes fueron trabajados a tamaño escala.
- 1. PDF:** en esta carpeta se encontrará el archivo pdf del arte final para imprimir los 8 mupis en tamaño 14.54"x21.2", en colores CMYK, todos con su nombre asignado de "Mupi" con un número que indica cual es.
 - 2. JPEG:** en esta carpeta se encontrarán los 8 archivos en formato JPEG a 300 DPI en CMYK, en tamaños 14.54"x21.2", con su nombre asignado de "Mupi" con su número que indica cual es
 - 3. PNG:** en esta carpeta se encuentran los 8 archivos en formato PNG a 300 DPI en CMYK en tamaños 14.54"x 21.2", con su nombre asignado de "Mupi" con su número que indica cual es
 - 4. Editables:** en esta carpeta se encuentran todos los mupis en editable adobe illustrator, con las fotografías en incrustadas y los artes con exceso correspondiente.
 - 5. PNG:** en esta carpeta se encuentran los 8 archivos en formato PNG a 300 DPI en CMYK en tamaño 14" x 8.5", con su nombre asignado de "Trifoliar" con su número que indica cual es
 - 6. Editables:** en esta carpeta se encuentran todos los trifoliales autoencuesta en editable adobe illustrator, con las fotografías en incrustadas y los artes con exceso correspondiente.
- 5. Fuentes:** Las fuentes son de adobe fonts, adentro irá un documento de pdf con las tipografías utilizadas.

8. Conclusiones

1. Para disminuir los casos de racismo hacia los indígenas se realizó una campaña informativa impresa, siendo esta la más adecuada para el grupo objetivo, en la cual se indica constantemente que hay fuentes a las cuales estas personas se pueden acercar y obtener información respecto a derechos o instituciones a las cuales pueden llamar o acudir. Se comparte diferente tipo de mensajes a través de los distintos materiales que se eligieron (volantes, trifoliales, posters) en los cuales en cada uno de ellos se informa acerca de números de teléfono, direcciones, derechos y frases de empoderamiento que puede ayudar a muchas personas.
2. Se diseñaron también materiales de gran difusión como mupis e insertos en periódico, que estarán para que el grupo objetivo se sienta importante, que les estamos prestando atención y los escuchamos, permitiendo así un mayor acercamiento a la problemática y también a una solución.
3. Tu Valor Cuenta busca dar inicio a una nueva oportunidad para los pueblos indígenas de Guatemala, abriendo nuevas posibilidades para que ellos puedan sentirse tranquilos, sabiendo que existen derechos que los protegen.

9. Recomendaciones

1. Se recomienda a la institución, continuar con las campañas informativas para los indígenas de forma indefinida, para que el mensaje de darle un alto a esto y que las personas indígenas conozcan sus derechos sea cada vez mayor.
2. Se recomienda también crear talleres de experiencias o un grupo de apoyo en cada parte de Guatemala, con encargados capacitados acerca del racismo y derechos para que las personas indígenas se puedan avocar a este lugar y seguir informándose de sus derechos.
3. Se recomienda a la institución promover el tema de derechos de los indígenas en espacios públicos, donde las personas tengan acceso a estos materiales y puedan ir a buscar estos materiales con facilidad.
4. Se recomienda a la institución hacer una colaboración con algún grupo o líder indígena que tenga más voz en las comunidades para que así también estas personas puedan confiar aun más en las intenciones de las entidades mientras se siguen informando.
5. Evaluar el movimiento hacia las redes sociales para que incluso más personas puedan saber de la campaña y sus intenciones y puedan compartirlo mediante storys y posts en instagram y facebook.

Referencias

Carrión, J. J. D. A. (2020). Representaciones sociales sobre la discriminación racial hacia los estudiantes indígenas universitarios. En *El Cotidiano; México City volumen* (Vol. 36, Número 223, pp. 19–35).
<https://www.proquest.com/openview/5b77133951461daf000cc9ddf0314064/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28292>

Etnias en el País de la Eterna Primavera (donde llueve de mayo a septiembre). (s/f). Plaza Pública. 30 de abril de 2022
<https://www.plazapublica.com.gt/content/etnias-en-el-pais-de-la-eterna-primavera-donde-llueve-de-mayo-septiembre>

Fraijanes. (s/f). Guatemala.com. 8 de abril de 2022, de
<https://www.guatemala.com/ubicacion/guatemala/fraijanes/>

Fraijanes Guatemala - Search. (s/f). Bing.Com. 8 de abril de 2022,
<https://www.bing.com/search?q=fraijanes+guatemala&cvid=5d39420531c043689ab7a07b4163716b&aqs=edge.1.0i9.2615j0j4&FORM=ANAB01&PC=U531>

González Pérez, M. A. (2018). Relaciones sociales de discriminación en espacios de aprendizaje en la carrera de Psicología a distancia en la Universidad Nacional Autónoma de México. *CPU-e Revista de Investigación Educativa*, 26, 20–43. <https://doi.org/10.25009/cpue.v0i26.2541>

Guatemala. (s/f). CIDH: Comisión Interamericana de Derechos Humanos. 30 de abril de 2022,
<https://www.oas.org/es/cidh/multimedia/2016/guatemala/guatemala.html>

Humano, D. (s/f). *Informe Nacional de Desarrollo Humano*. Org.gt. 30 de abril de 2022, <http://desarrollohumano.org.gt/desarrollo-humano/informe-nacional-de-desarrollo-humano/>

IWGIA - IWGIA - *international work group for indigenous affairs*. (s/f). Iwgia.org. 30 de abril de 2022, <https://www.iwgia.org/es/>

Larios, M. M. B. (Guatemala, septiembre 2005). *El Delito De Discriminación En La Legislación Penal Guatemalteca Y En El Derecho Comparado* [Universidad San Carlos]. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_6228.pdf

Municipio de Fraijanes, Guatemala. (2016, octubre 27). Aprende Guatemala.com. <https://aprende.guatemala.com/historia/geografia/municipio-de-fraijanes-guatemala/>

Naciones Unidas en Guatemala. (s/f). Las Naciones Unidas en Guatemala. 8 de abril de 2022, <https://guatemala.un.org/>

Población de Guatemala 2022. (s/f). Countrymeters.info. 30 de abril de 2022, <https://countrymeters.info/es/Guatemala>

¿QUIÉNES SOMOS? (2021). En *Liderazgo y educación* (pp. 17–20). Ediciones USTA.

Rodríguez, M. (2016a, noviembre 21). *Economía del municipio de Fraijanes, Guatemala*. Departamentos y Municipios de Guatemala. <https://www.deguate.com/municipios/pages/guatemala/fraijanes/economia.php>

p

Rodríguez, M. (2016b, noviembre 21). *Historia del municipio de Fraijanes, Guatemala*. Departamentos y Municipios de Guatemala.

<https://www.deguate.com/departamentos/guatemala/historia-del-municipio-de-fraijanes-guatemala/>

Texto Informativo - Qué es, estructura, tipos y características. (s/f). Concepto. 30 de abril de 2022, <https://concepto.de/texto-informativo/>

Apéndice

Apéndice 1. Entrevista Abogados



Como estudiante de la Universidad del Istmo, tengo el deber de desarrollar un proyecto de graduación, sobre el racismo y exclusión hacia indígenas, quisiera conocer sus pensamientos profesionales, respondiendo las siguientes preguntas que giran alrededor del tema.

1. ¿Cree que hay racismo en Guatemala?
2. ¿Desde su punto de vista hacia quiénes va el racismo?
3. ¿Cuáles son los grupos afectados por este fenómeno social?
4. ¿Considera usted que se podrían tomar acciones legales contra este tipo de actitudes?
5. ¿Qué tan graves son las consecuencias?
6. ¿El ordenamiento jurídico de Guatemala cuenta con los mecanismos suficientes para combatir el racismo?
7. ¿Existen leyes que protejan a las víctimas?
8. ¿Qué tipos de racismo cree que existen?
9. ¿Cree que es un problema grave?
10. ¿Considera que el racismo afecta el desarrollo integral de la cultura guatemalteca?

Apéndice 2. Encuesta víctimas



Como parte del desarrollo del proyecto de graduación para la Universidad del Istmo, tengo el deber de recopilar datos acerca de mi tema. Tengo que realizar la encuesta la cual te tomará pocos minutos y la cual será de manera anónima y no revelará su identidad, sin embargo, me sería de gran ayuda para poder encontrar una solución al problema.

Por favor marca con un círculo tu respuesta.

Edad: Género: M F

1. ¿Te han prohibido el ingreso a algún establecimiento?
a. sí b. no
2. ¿Sientes que alguna vez te hicieron de menos?
a. sí b. no
3. ¿Te han tratado diferente?
a. sí b. no
4. ¿Te han dicho que no puedes comprar producto en algún lugar?
a. sí b. no
5. ¿Quisieras que se hiciera algo al respecto?

- a. sí b. no
6. ¿Conoces a alguien que haya sido víctima de discriminación racial?
a. sí b. no
7. ¿Sabes sobre leyes o mecanismos que lo protejan de este tipo de discriminación?
a. sí b. no
8. ¿Conoce instituciones ante las cuales puede ir a plantear una denuncia?
a. sí b. no
9. ¿Confías en las entidades que los defienden?
a. sí b. no
10. ¿Te molesta la discriminación?
a. sí b. no

Apéndice 3. Encuestas Instituciones



Como estudiante de la Universidad del Istmo tengo el deber de desarrollar un proyecto de graduación, sobre el racismo o discriminación contra los indígenas. Sería de mucha ayuda su opinión sobre los aspectos que giran alrededor del tema. La encuesta y la información obtenida es con fines educativos y no perjudica a la institución ni a su persona.

1. ¿Cree que la discriminación/racismo es un caso grave en Guatemala?
a. sí b. no
2. ¿Cuántos casos de discriminación se reportan al mes?
a. menos de 5 b. 5-10 c. 11-20 d. 21-30 e. más de 30
3. ¿Cree que es necesario educar a la población guatemalteca?
a. sí b. no
4. ¿Cree que es un problema que preocupa a la población?
a. sí b. no
5. ¿Considera que crea una barrera para el desarrollo humano?
a. sí b. no
6. ¿Conoce usted alguna institución que incluya a los indígenas y luche con la discriminación?
a. sí b. no
7. ¿Considera que el apoyo brindado por parte de las instituciones estatales es suficiente para combatir este tipo de discriminación?
a. sí b. no
8. ¿Considera relevante el rol suyo dentro de la institución para combatir los casos de discriminación?
a. sí b. no c. tal vez
9. ¿Considera que en un futuro tendremos un país sin racismo?
a. sí b. no c. tal vez
10. ¿Ha notado un cambio positivo en los últimos 2 años?
a. sí b. no c. tal vez

Apéndice 5. Instrumento Definición de Público Objetivo



Proyecto de graduación

Las siguientes preguntas son para la realización de mi proyecto de Graduación de la Universidad del Istmo. La encuesta es anónima y todas las respuestas son secretas. Me sería de mucha utilidad si me ayudaras respondiendo 15 preguntas fáciles. Muchas gracias

1. ¿Cuál es tu ocupación?
agricultura - ventas - ganadería - conductor - otro:
2. ¿Cuál es tu nivel de estudio?
primaria - secundaria - diversificado - ninguno
3. ¿Sabes leer?
sí - no
4. ¿Sabes escribir?
sí - no
5. ¿Con qué servicios cuentas en tu casa?
agua - luz - cable - internet
6. ¿Tienes teléfono?
sí - no
7. ¿Con quienes vives?
solo/a - padres - hijos - pareja - otro:
8. ¿Tienes hijos?
sí - no
9. ¿Cuántos hijos tienes?
sí – no

10. ¿De qué materiales está hecha tu casa?

block - lámina - cemento - hormigón - otro:

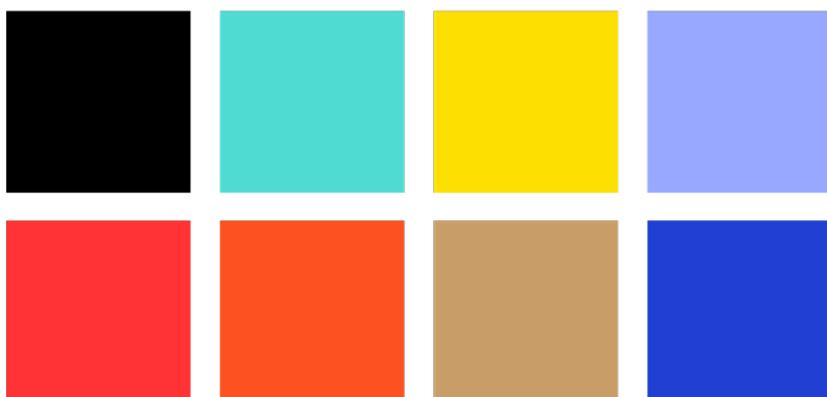
11. ¿Qué disfrutas hacer en tu tiempo libre?

tiempo en familia - salir a pasear - otro:

12. ¿Cómo te transportas?

vehículo propio - uber - taxi - moto - camioneta - a pie - otro:

13. ¿Con qué colores identificas el racismo?



14. ¿Prefieres dibujos o fotos?

fotos - dibujos

15. ¿Qué tipo de letra se te hace más fácil leer?

ABCD

abcd

ABCD

abcd

ABCD

abcd

ABCD

abcd

Apéndice 6.

Validación Diseñadores

Validación Proyecto de Graduación - Diseñador

Hola, mi nombre es Nicolle Dedet. De antemano, agradezco el apoyo brindado a mi proyecto de graduación y la objetividad ante los comentarios del mismo. Se ha enviado un archivo con los artes para que pueda observarlo y leerlo con calma. Con el fin de conocer su opinión, se realizó esta encuesta en la que podrán analizar la campaña en general.

LINK DE ARTES: <https://drive.google.com/drive/folders/1Gc80WA-R6G5W4fWCmID5v5sMETm5SEt?usp=sharing>

Problemática: Gran parte de la población indígena no tiene acceso a los derechos que les protegen y por ende no saben que existen e incluso no conocen de entidades a las cuales acudir.

Posibles clientes: ONU, PDH, CODIRSA

Concepto: El valor de ser yo

Grupo Objetivo: Personas indígenas del área de fraijanes en las edades de 25 a 35 años de edad-

Objetivo de diseño: Crear material informativo, accesible y fácil de entender para las personas indígenas de fraijanes acerca del racismo y los derechos que les protegen, mediante posters, folletos, insertos, mupis y trífoliares con mensajes informativos y empoderantes que les ayude a sentirse incluidos en la sociedad y también seguros de sí mismos.

2. **¿Consideras que el identificador de campaña es llamativo? Amplíe su respuesta.**

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

3. **¿Consideras que se mantiene la línea gráfica en todas las piezas? Amplíe su respuesta.**

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

4. **¿Consideras que las piezas reflejan el concepto de “ el valor de ser yo” Amplíe su respuesta.**

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

5. **¿Consideras que la tipografía es clara? Amplíe su respuesta.**

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

6. ¿Las fotografías con el texto son legibles? Amplíe su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

7. ¿ Los textos largos son legibles y fáciles de leer? Amplíe su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

8. ¿ Cree que las ilustraciones en los materiales ayudan a la lectura? Amplíe su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

9. ¿Los objetivos se cumplen con mi campaña? Amplíe su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

10. ¿Crees que la problemática se resuelve con mis propuestas y es un buen inicio a un cambio? Amplíe su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

11. ¿La campaña cumple su finalidad de informar y concientizar? Amplíe su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

12. Basado en tu experiencia, si tuvieras un comentario que me ayude a mejorar mi proyecto, ¿cuál sería?

Apéndice 7

Validación Grupo Objetivo

VALIDACIÓN PROYECTO DE GRADUACIÓN: GRUPO OBJETIVO

Hola, mi nombre es Nicolle Dedet. De antemano, agradezco el apoyo brindado a mi proyecto de graduación y la objetividad ante los comentarios del mismo. Se ha enviado un archivo con los artes parara que pueda observarlo y leerlo con calma. Con el fin de conocer su opinión, se realizó esta encuesta en la que podrán analizar la campaña en general.

1. ¿Te atraen las piezas presentadas?

Selecciona todos los que correspondan.

Sí

No

Otro: _____

2. ¿Te sientes identificado/da con las piezas?

Selecciona todos los que correspondan.

Sí

No

Otro: _____

3. ¿Usarías esta información en tu vida diaria?

Selecciona todos los que correspondan.

Sí

No

Otro: _____

4.

¿Cómo te sientes después de ver esta información?

Selecciona todos los que correspondan.

Bien

Mal

Otro: _____

5.

¿Crees que este material va a ser de ayuda para ayuda de tu comunidad?

Selecciona todos los que correspondan.

Si

No

Otro: _____

Apéndice 8

Validación Expertos

Formulario Validación Proyecto de Graduación - EXPERTOS

Hola, mi nombre es Nicolle Dedet. De antemano, agradezco el apoyo brindado a mi proyecto de graduación y la objetividad ante los comentarios del mismo. Se ha enviado un archivo con los artes parara que pueda observarlo y leerlo con calma. Con el fin de conocer su opinión, se realizó esta encuesta en la que podrán analizar la campaña en general.

TEMA: Racismo contra los indígenas de fraijanes

1. ¿Considera que el tema es comprensible en todos los materiales? **Amplíe su respuesta.**

Selecciona todos los que correspondan.

Sí

No

Otro: _____

2. ¿Considera que la información es relevante para el grupo objetivo? **Amplíe su respuesta.**

Selecciona todos los que correspondan.

Sí

No

Otro: _____

3. ¿Considera que la plataforma es la adecuada para el grupo objetivo? **Amplie su respuesta.**

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

4. ¿Considera que estos materiales pueden ayudar a hacer un cambio?

Amplie su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

5. ¿Consideras que la campaña es suficientemente llamativa?

Amplie su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

6. ¿Considera que las fotografías muestran adecuadamente a las personas afectadas?
Amplie su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

7. ¿Considera que la campaña motiva al grupo objetivo? En este caso, a los Indígenas.
Amplie su respuesta.

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

8. ¿Agregaría alguna información extra? **Amplie su respuesta.**

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

9. ¿Crees que las personas utilizarán este material? **Amplie su respuesta.**

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 Otro: _____

Apéndice 8

Cotizaciones para implementación de medios



Guatemala, octubre 24 de 2022.

Licenciada
Nicolle Dedet
Presente

Licenciada Dedet:

Gracias por su comunicación. Atendiendo su solicitud, nos es grato trasladarle cotización para insertos zonificados en el Periódico.

- 0,000 insertos media carta a insertar en las fechas y zonas que el cliente indique.
- Inversión: Q4,556.25 Impuestos incluidos.

Requisitos para publicación:

- Depósito o transferencia en cuenta de depósitos monetarios a nombre de Aldea Global, S.A. en Banco G y T Continental. Trasladar vía correo el comprobante.
- El material para insertar lo entrega el cliente en oficinas de el Periódico (dirección al pie de la propuesta) 48 horas antes a la fecha de inserción, ya habiendo indicado fechas y zonas en las cuales desea la inserción.
- Datos de facturación: Nombre, NIT, Dirección y teléfono.

Sin otro particular y a la espera de poder apoyarles, nos suscribimos.

Atentamente,

ALDEA GLOBAL, S.A.



Lda. Frólen Donis de Castillo
Gerencia Comercial



mayaprin

Att. Nicolle Dedet

Presupuesto N°: 75413

Fecha: 25-octubre-2022

Estimado cliente:

Nos es grato presentarles nuestra mejor oferta para la realización del siguiente trabajo:

Opción n°: 1 - VOLANTES

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño: 5.5" X 8.8"
Impresión: full color Tiro y retiro
Sustrato: Papel Couché B-70
Finalización: cortar a tamaño final
Empaque: empaquetado de 2,000
1 versión

Cantidad	Precio unitario con	Total con IVA
6,000	Q 0.302587	Q 1,815.52

Opción n°: 2 - POSTERS

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño: 11" X 17"
Impresión: full color Tiro
Sustrato: Texcote c-12
Finalización: cortar a tamaño final
Empaque:
1 versión

Cantidad	Precio unitario con	Total con IVA
180	Q 3.608889	Q 649.60

Opción n°: 3 - TRIFOLIAR AUTOENCUESTA

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño: 14" x 8.5" abierto
Impresión: 6 páginas full color Tiro y retiro
Sustrato: Papel Couché B-70
Finalización: cortar a tamaño final y doblado
Empaque:
1 versión

Cantidad	Precio unitario con	Total con IVA
9,000	Q 0.478364	Q 4,305.28



mayaprin

Opción n°: 4 - TRIFOLIAR INFORMATIVO

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño: 14" x 8.5" abierto
Impresión: 6 páginas full color Tiro y retiro
Sustrato: Papel Couché B-70
Finalización: cortar a tamaño final y doblado
Empaque:
1 versión.

Cantidad	Precio unitario con	Total con IVA
9,000	Q 0.478364	Q 4,305.28

Conforme Cliente
Firma y sello

Atentamente les saluda,
Susy Herrera
5017-4745
susy@mayaprin.com

Nota: El precio puede estar sujeto a cambios sin previo aviso debido a variaciones en disponibilidad/precio de materias primas

Términos y condiciones.

Esta cotización debe ser autorizada para proceder con el ingreso de toda orden de producción. Por favor, considerar la siguiente información:

1. Para proceder a impresión debemos contar con un número de cotización aprobado.
2. La autorización de un archivo en PDF o prueba de color física, libera de responsabilidad a la empresa de cualquier inconveniente por imágenes en baja resolución, color, troquel u otros.
3. El trabajo incluye un juego de sherpas, de necesitar un juego extra tendrá un costo adicional.
4. Se considera un +/- 10% de la cantidad aceptada según cotización.
5. Consultores de Impresión, S.A. dispondrá de la aplicación adecuada de los acabados especiales si no se cuenta con las especificaciones por parte del cliente.
6. La aplicación de plásticos y barnices pueden variar el color del producto final lo cual no se aprecia en la prueba de color o sherpa.
7. Cualquier inconformidad con respecto al producto final debe presentarse en un período máximo de 30 días después de la entrega.
8. Para la reposición de cualquier material, es necesaria la devolución del mismo.
9. Al autorizar la presente cotización autorizo y reconozco haber leído, verificando que no tenga ninguna alteración y que el material ingresado a Consultores de Impresión, S.A. (Mayaprin) cumple con todos los requisitos solicitados para su proceso.

COTIZACIÓN

ATENCIÓN

Arg. Lainez
GARCIA

CEDENTE GENERAL
5956 3647
ventas@tintapapel.com.gt
tintapapel



Guatemala, 25 octubre de 2022

Cliente: **Nicolle Dedet**

Contacto: **Nicolle Dedet**

Por medio de la presente tengo el gusto de cotizarle lo siguiente según sus requerimientos:

CANT.	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
3,000	Volantes, full color, tiro-retiro, couche. 5.5x8.8 plg. 6 versiones. 500 c/versión.	Q.0.55	Q.1.650.00
180	Posters, full color, tiro, texcote. 11x17 plg. 6 versiones. 30 c/ versión.	Q.16.05	Q.2.889.00
3,200	Trifoliar Autoencuesta, full color, tiro-retiro, couche. 14x8.5plg. 4 versiones. 800 c/versión.	Q.1.35	Q.4.320.00
3,200	Trifoliar Informativo, full color, tiro-retiro, couche. 14x8.5plg. 4 versiones. 800 c/ versión.	Q.1.35	Q.4.320.00

Oferta válida por 10 días / Precio incluye IVA

Observaciones:

Precio no incluye arte. Envío no está incluido en la cotización

Tiempo de entrega:

8 días hábiles después de autorizada la cotización y entregado el arte.

JCDecaux Top Media

TARIFAS

MUPI: Circuitos cobertura con ubicaciones PREDEFINIDOS 	ÓPTIMA 500 caras tarifa de \$62.00	COBERTURA 300 caras tarifa de \$72.00		
	BUSINESS 100 caras tarifa de \$110.00	ELITE 100 caras tarifa de \$110.00		
MUPI: Circuitos cobertura con ubicaciones ALEATORIOS 	ROTARY 150 caras tarifa de \$83.00	ROTARY 200 caras tarifa de \$78.00	ROTARY 300 caras tarifa de \$72.00	ROTARY 400 caras tarifa de \$65.00
	MUPI: PREMIUM tarifa de \$200.00			

Anexo

Investigación de diseño

1. Material informativo impreso

Para iniciar, se debe definir qué es un material informativo en el ámbito del diseño gráfico. Se puede definir que es un plan extenso de piezas gráficas impresas “Una combinación de imágenes y texto que se utilizan para comunicar información y mensajes a una audiencia”, (Estudyando, 2020). El fin de cualquier material informativo impreso es que un mensaje sea lo más claro posible de entender para un grupo de personas en específico.

2. Tipos de material impreso

Los materiales impresos son producidos por un mecanismo de impresión, actualmente existen numerosa infinidad de materiales con los cuales se puede realizar una impresión. “El medio impreso permite la representación de información secuencial o lineal pero también puede ser accedido aleatoriamente” (Escamilla, 1998). Sin embargo, tienen también un final para uso didáctico, para proceso de enseñanza e incluso el ocio, los cuales se utilizan muy comúnmente en la vida diaria de las personas.

A continuación, enumeró algunos de los materiales impresos que existen actualmente:

1. Revista

Esta contiene variedad de artículos dependiendo del tipo de revista: moda, carros, arquitectura, inmobiliaria, historia, ciencia, gastronomía, etc. La mayoría de las veces estas están en los supermercados e incluso librerías. Su material es muy diferente a los de las demás porque es un papel de mayor calidad, su

finalidad es de ocio o para pasar un rato leyendo algo de interés popular. Estos tienen diferente distribución ya que pueden ir de semanales, quincenales, mensuales, etc., y existen diferentes públicos objetivos dependiendo del tema, desde niños hasta adultos mayores, sin importar el género de la persona que lo está leyendo.

2. Periódico

Este material impreso está presente en todas las partes del mundo, participan bastantes personas en su elaboración y más que todo en la redacción. “Está compuesto de varias secciones como las noticias nacionales e internacionales, editoriales y comentarios, anuncios clasificados, ciencia y tecnología, arte y literatura, deportes, espectáculos, historietas y pasatiempos, etc.”, (Diseño y Recursos didácticos, s.f.). Cabe resaltar que en los periódicos pueden existir exageraciones o incluso noticias falsas o para llamar la atención de los lectores. Se considera como un medio de comunicación visual que transmite información que ocurre o que ocurrió muy recientemente. El periódico está dividido en muchas categorías, desde primera plana, cabecera, titular, noticia, columna y secciones.

3. Boletines informativos

Son publicaciones las cuales escriben de un tema en principal, la mayoría de las veces este material es gratuito. Es un pequeño documento que está diseñado para ser entregado de mano en mano y ahora en la actualidad con la tecnología que está evolucionando, es común que se entregue por correo electrónico o por buzón de casas. La información que éste contiene es para

informar o tratar sobre algún tema o evento en particular, sin embargo, se puede utilizar para cualquier tipo de información.

4. Libros

Es una de las formas más antiguas de material impreso ya que se ha utilizado durante siglos. Los utilizan los escritores para compartir información y conocimientos sobre algún tema. Los temas pueden variar desde literatura, historia, información, etc.

5. Volante

Este material impreso es una de las herramientas de técnicas de publicidad para algún negocio. Volante o también conocido como “flyer” cuentan con diseño y es una buena herramienta para el marketing, son utilizados para informar a los usuarios o posibles clientes de promociones, eventos u ofertas y también mencionan sus redes sociales, números de teléfono, direcciones e incluso correos electrónicos. De estos existen el volante publicitario, el volante informativo, el volante de propaganda y el volante recaudatorio. Son una gran técnica y manera de atraer a clientes o personas a algún negocio o tema.

3. Diagramación

La diagramación es algo con lo que los diseñadores trabajan diariamente, es una herramienta que ayuda a la legibilidad, balance y nitidez en todos los artes gráficos que se realizan, sin embargo, cabe de resaltar que forman parte del ámbito de diseño editorial. “El lector debe ser guiado perfectamente a los puntos de interés o a los párrafos correctos si se trata de la lectura de una historia o novela, (Digital Web, 2021). La diagramación puede realizarse desde columnas para que el texto sea entendible utilizando jerarquías de importancia para hacer más funcional el

mensaje que se quiera difundir, realizar espacios de área de respiración, también es muy recomendable no usar más de 3 tipografías en un texto y utilizar colores adecuados aptos para la vista para que no cause conflicto con esta.

4. Publicidad

“La publicidad es la rama que se encarga de crear estrategias para que las marcas, empresas u organizaciones den a conocer productos y servicios u otros objetivos, es una comunicación pagada”, (Hubspot, s.f.). La mayoría de las personas pueden encontrar o identificar un anuncio de publicidad ya que los ven todos los días, en las vallas publicitarias, mupis, redes sociales, revistas, periódicos, etc. Estos tienen como fin dar a conocer un producto o servicio y llegar a más audiencia o un cliente potencial mediante ofertas, call to action, rifas, etc.

La publicidad ayuda a las personas a tener acceso a información, innovaciones o procesos de productos o servicios y además dan a conocer marcas y sus informaciones que contienen e incluso cómo funcionan las cosas. El mundo de la publicidad es muy amplio e importante, ya que diariamente se está compitiendo por generar más público o clientes para que consuman sus productos o servicios los cuales se ofrecen. Así como todo tiene un objetivo, también la publicidad y son los siguientes:

a. Informar

El objetivo de este es presentar una nueva oferta al público objetivo dando información básica pero útil para que se tenga cierto grado de conocimiento para incentivar la compra de este producto o servicio el cual se está ofreciendo.

b. Recordar

Es importante tener presente que la audiencia o público objetivo necesita un constante recordatorio que la marca o servicio existe y que se convierta en una necesidad obtenerlo. Incluso no siempre se tiene que ofrecer alguna oferta o descuento, con el simple hecho de presentar el producto solo para que lo tengan fresco en la mente es suficiente para provocar ese incentivo a comprar o utilizar el servicio o producto.

c. Persuadir

El mundo de la publicidad es tan grande, que se necesita ser el mejor en crear la mejor publicidad para generar ventas. En persuadir se necesita demostrar cuál es mejor. Es una competencia diaria para dejar claro que el producto o servicio que se consumirá es el mejor y porqué se distingue de todos los demás.

La publicidad siempre tiene que responder a una necesidad o una estrategia de marketing para alcanzar diferentes objetivos planteados, por eso la campaña publicitaria tiene que estar bien detallada con diferenciadores concretos que le ayudarán a sobresalir de las demás y sea de interés para el público objetivo. Siempre a la hora de diseñar publicidad se tiene que determinar un público objetivo, así se llega a una audiencia adecuada, todo esto se realiza mediante una

investigación previa la cual determinará a qué grupo segmentado se realizará la campaña publicitaria.

5. Medios de publicidad

a. Redes Sociales

Las redes sociales crecen a diario, actualmente son Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok, Whatsapp, entre otros. Estos llegan siendo una gran plataforma para la publicidad, ya que existen nichos en cada uno de ellos con grupos específicos de los cuales se tiene la creatividad para interactuar con estos y dirigir anuncios y publicidad específica para cada uno.

b. Correo electrónico

Es un método de publicidad el cual se hace para crear fidelización con clientes y crear un nicho valioso. Se conoce también los mailings, que pueden mandar diario, semanal, mensual o anual, con ofertas o descuentos especiales para esas personas fieles a la cuenta o marca.

c. Aplicaciones o medios digitales

Se encuentran en aplicaciones o softwares gratuitos, donde colocan anuncios promocionando productos o servicios a los cuales se ven más en la realización de compras en línea.

d. Prensa, radio, televisión

Conocidos más como los medios de comunicación tradicionales y con un alcance más amplio ya que su difusión es de forma masiva, sin embargo, no existe la posibilidad de segmentar los anuncios para las personas o el público objetivo.

e. Medios exteriores

Estas son las que más se miran comúnmente en el exterior, son vallas, mupis, carteles, etc. Promueven anuncios publicitarios de tal manera que cualquier persona que pase por el sector lo logre visualizar y posiblemente consumir el producto o servicio que se esté promocionando.

6. Elección de tipografías para materiales impresos

Las tipografías ayudan a cambiar completamente el aspecto de nuestros diseños. “La elección de una tipografía u otra debe estar basada en criterios estéticos y funcionales y adecuada al contenido y propósito general de cada proyecto gráfico”, (Uzkiaga, s.f.). Estas pueden ayudar a expresar lo que se quiere dar a conocer o entender, como estados de ánimo, periodos históricos, tipos de vida, etc. Tienen tantas cualidades que las distinguen y son específicas para servir varias funcionalidades a la hora de diseñar, pueden llegar a ser, simples, modernas, elegantes, redondas, gruesas, etc.

Eligiendo una buena tipografía sirve a comunicar más claramente el mensaje que se quiere transmitir creando una identidad corporativa lo cual refuerza por el medio en el cual se distribuirá. Existen varias reglas o aspectos que se tienen que tomar en cuenta a la hora de elegir una tipografía ya que no es algo que se hace en un segundo, tiene que funcionar.

- a. Tomar en cuenta el tipo de texto, investigar o analizar si son informativos, educativos, de humor, de un tono más serio, etc. Al revisar esto se tendrá un grupo seleccionado de ideas para buscar una letra adecuada para el tema.
- b. El grupo objetivo al que va dirigido el texto ya que tiene que ir dirigido y acorde a la audiencia ya sea adulta, joven o niños.

- c. Las imágenes que sean de acuerdo con el texto y que también esté relacionado con la información de la cual se está informando. Tener en cuenta también que tenga estética.
- d. Se debe tener en cuenta a la hora de redactar materiales impresos que la tipografía tenga el tamaño correcto y que sea apta para no cansar la visión del lector. Se recomienda que la tipografía sea de 8pts. a 11pts. Sin embargo, siempre va a variar dependiendo del material el cual se está solicitando.

7. Color (material informativo, publicidad)

El color tiene una función importante a la hora de diseñar y crear materiales gráficos, con esto va de la mano la psicología del color, es importante establecer y conocer los colores con los cuales se pueden trabajar.

a. El color en el material informativo

El material informativo utiliza la mayoría de los colores, sin embargo, cabe resaltar que depende de a quién va dirigido e incluso el tema. Puede variar de rojo, verde, azul, blanco y negro.

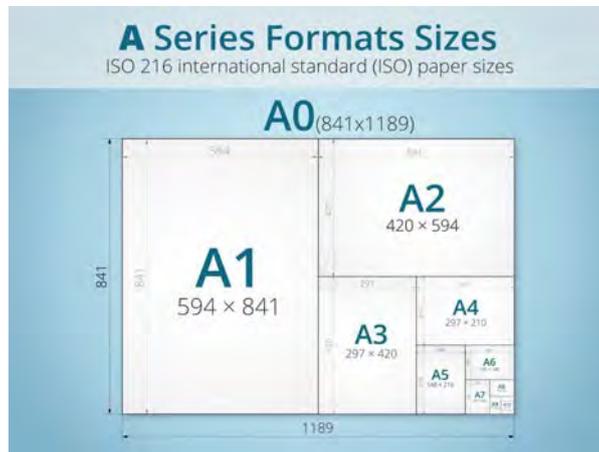
b. El color en material impreso

Al momento de trabajar materiales impresos se necesita tener el documento en CMYK, el cual sus siglas son C= Cyan, Magenta, Y=Yellow y K= Key, ya que es necesario porque solo existen esas tintas para imprimir.

8. Tamaños principales para imprimir

Los formatos para imprimir vienen de la mano con el tamaño del papel y es un material que se utiliza casi diariamente.

El formato más grande para imprimir es el A0, el cual mide 841x1189mm, la mayoría utiliza este para diseño técnico y que son pliegos de hojas bastante grandes sin la necesidad de utilizar una lupa para inspeccionar su contenido.



(Pixartprinting, 2019)

La hoja A1 con medidas de 594 x 941, también se utiliza para diseño técnico y la realización de cartografías y la creación de carteles o posters e incluso para crear materiales publicitarios que necesitan formatos grandes para su material gráfico.

El formato A2 y sus medidas son 420x594 mm tiene como fin para impresiones fotográficas e incluso calendarios para pared, diagramas o carteles con material diseñado con un fin informativo.

Está también el formato de hoja A3 con sus medidas predeterminadas de 297x420mm, siendo uno de los más comunes utilizados en impresoras y tiene diversos usos como para dibujos, posters, revistas, diplomas e incluso un folleto doblado en 6 pestañas, muy útiles y sus usos son más comunes.

El A4 siendo el más usado para documentos de uso diario tiene una medida de 210x297 mm y es el que se usa en cuadernos, libros infantiles, enciclopedias y folletos, en este caso se usa plegado en 3 pero es muy funcional para colocar información necesaria.

El formato A5 es muy conocido e incluso se usa diariamente ya que es el formato ideal para los blocs de notas, también puede servir para la impresión de revistas o folletos, estas tienen una medida de 148x210mm.

Las tarjetas postales o de felicitación o agradecimiento, se hacen con el formato A6 con medidas de 105x148mm, estas son perfectas también para folletos o los muy conocidos libros de bolsillo, ideales para información pequeña y fácil de transportar.

Los calendarios con los horarios o folletos e incluso tarjetas de felicitación son de tamaño 74x105mm y son el formato A7, algo compacto para que también sea fácil de guardar en espacios reducidos y que no ocupen tanto espacio.

Por último, se tiene el formato A8, las más pequeñas con medidas de 52x74mm, sirven normalmente para stickers, etiquetas, tarjetas de presentación o felicitación, muy fáciles de guardar ya que por su tamaño caben en cualquier lado.

Referencias

Cruzito. (2020, November 16). *Uso de materiales con derechos de autor para la enseñanza*. Estudiando. <https://estudiando.com/uso-de-materiales-con-derechos-de-autor-para-la-ensenanza/>

Estudio, G. (2021, November 22). Colores en diseño gráfico: Descubre su significado y psicología. *Diseño web Asturias*. <https://galernaestudio.com/colores-diseno-grafico/>

Fraijanes. (n.d.). Ecured.cu. Retrieved March 11, 2022, from <https://www.ecured.cu/Fraijanes>

Instrucciones para una impresión correcta. (n.d.). Printcarrier.Com. Retrieved March 11, 2022, from <https://www.printcarrier.com/es/creacion-correcta-de-datos-de-impresion.html>

Material Impreso. (n.d.). Diseño de Recursos Didácticos. Retrieved March 11, 2022, from <https://disenoderecursosdidacticos.weebly.com/material-impreso.html>

Naciones Unidas en Guatemala. (n.d.). Las Naciones Unidas en Guatemala. Retrieved March 11, 2022, from <https://guatemala.un.org>

Rapa, Á. (n.d.). *Cómo elegir tipografías en diseño gráfico*. Uzkiaga.com. Retrieved March 11, 2022, from <https://uzkiaga.com/blog/disenografico/como-elegir-tipografias-en-diseno-grafico>

Redacción. (2019, March 4). *Formatos de papel: medidas y usos más convencionales*. El Blog de Pixartprinting.

<https://www.pixartprinting.es/blog/formatos-papel/>

Sordo, A. I. (2021, April 22). *¿Qué es la publicidad? Características, tipos, ejemplos y más*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad>

Urriola, J. (2021, May 4). *El diseño gráfico, diagramación, ilustración y fotomontaje*.

DigitalWeb; DigitalWeb Panama. <https://digitalwebpanama.com/blog/conoce-las-3-tecnicas-infalibles-del-diseno-grafico/>