



Línea de Investigación: **Economía creativa, industrias culturales y creativas**

Diseño de Manual de Lineamientos de Comunicación Visual como apoyo interno para la Asociación Hogar Pajarito Azul. Managua, Nicaragua 2026

Perfil de Proyecto para optar al Título de Licenciado(a) en Diseño Gráfico

Autores/as:

Br. Nicole Anahís Berríos Sánchez

Br. Baily Gabriela Narváez Muñoz

Asesora:

Lucía Cruz

Managua, Nicaragua

Julio 2026

Acrónimos y siglas

MIFAN: Ministerio de la Familia

RGB: Rojo (Red), Verde (Green), Azul (Blue)

CMYK: Cian (Cyan), Magenta (Magenta), Yellow (Amarillo), Key (Negro)

JPG: Grupo conjunto de expertos en fotografía (Joint Photographic Experts Group)

PNG: Gráficos de red portátiles (Portable Network Graphics)

DPI: Puntos por pulgada (Dots Per Inch)

PDF: Formato documento portable (Portable Document Format)

HOPROPA: Hogar de Protección Pajarito Azul

SVG: Gráficos vectoriales escalables (Scalable Vector Graphics)

Dedicatoria

Dedico este logro primeramente a Dios, quien con su sabiduría y guía constante me sostuvo en cada etapa de este proceso, que este logro profesional sea un testimonio de su obra y bendición en mi vida.

A mis padres: Johanna Sánchez y Rodrigo Berríos, por su apoyo incondicional, gracias por motivarme a ser una mejor persona cada día. Mamá y papá, todo lo que he alcanzado es fruto de su esfuerzo y guía. Gracias papá por tu esfuerzo diario para que yo pueda alcanzar mis metas académicas: y a ti, mamá, gracias por enseñarme diariamente a no rendirme nunca, tu amor y compañía han sido mi mayor fortaleza.

A mis abuelos paternos: José Dolores y Melba, gracias por su cercanía, apoyo y por cada palabra de aliento, por su confianza en mis capacidades.

Gracias a cada uno de ustedes por creer en mí.

- Nicole Berríos

A Dios, por haberme dado sabiduría para culminar esta etapa de mi vida; porque todo lo que tengo y todo lo que soy no es porque lo merezca, solo es por gracia. A mi madre, Sonia Martínez, por su apoyo incondicional, su amor y por ser mi ejemplo de superación a lo largo de todos estos años. A mi abuela, Celina Martínez, quien fue el motor e impulso primordial de mi formación; gracias por prepararme para los desafíos de la vida. A mi tía, Jacqueline Rocha, y a la Familia Salgado Rocha, por su acompañamiento y apoyo en las gestiones académicas. Y, por último pero no menos importante, a Cristiano Ronaldo dos Santos Aveiro (CR7), un hombre que me enseñó que el talento natural no es suficiente sin una disciplina impecable, demostrando que el trabajo duro, la resiliencia ante las críticas y la ambición por superarse a uno mismo son las claves para alcanzar la cima del éxito. Él es mi inspiración a no rendirme por más difícil que sea la situación, porque solo no hay solución para la muerte, todo lo demás hay solución. La vida es bella. ¡Siuuu!

- Baily Gabriela

Agradecimientos

Primeramente como equipo, agradecemos a Dios, por otorgarnos la oportunidad de culminar esta etapa de nuestra formación académica, por darnos la sabiduría necesaria y la determinación para superar cada paso de este proceso.

A nuestra asesora, MSc. Lucía Cruz, por su acompañamiento integral y profesional, por su paciencia y apoyo, por cada consejo fundamental en cada etapa del desarrollo de este proyecto

Agradecemos a todos los docentes que nos acompañaron durante el transcurso de nuestros estudios, especialmente a aquellos cuyas enseñanzas quedan en nuestra mente hasta el día de hoy.

A la Asociación Hogar Pajarito Azul, por abrirnos las puertas de su institución, cuya labor humanitaria fue la mayor fuente de inspiración de este proyecto. Agradecemos especialmente a la Coordinadora técnica, Lic. Cinthya Perez, por su tiempo y disposición.

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto aborda la fragmentación visual detectada en la Asociación Hogar Pajarito Azul, la investigación reveló una brecha entre la labor social y su representación a través del lenguaje visual; esta situación se origina debido a una gestión carente de activos gráficos normalizados y directrices de diseño. Ante este contexto, la implementación de lineamientos de comunicación visual resulta necesaria para corregir las inconsistencias y evitar que la coherencia visual sea limitada.

El objetivo principal consistió en diseñar un Manual de Lineamientos de Comunicación Visual como herramienta de apoyo interno para estandarizar la producción gráfica. La propuesta se fundamentó en la metodología de diseño de Ambrose y Harris (2010), que aborda el diseño como un proceso de pensamiento lógico estructurado en 7 fases. Este enfoque estratégico permitió que cada decisión creativa respondiera a las necesidades reales, garantizando soluciones funcionales.

Los resultados principales de este proceso sistemático consisten en un sistema integral de herramientas gráficas que incluye el ajuste técnico del identificador gráfico, una paleta cromática normalizada, iconografía e ilustraciones personalizadas, y un set de plantillas editables para Facebook e Instagram, lo cual optimiza los flujos de trabajo. En última instancia, este proyecto ofrece una solución sólida, coherente y profesional para la Asociación: más allá de ordenar la comunicación, el diseño gráfico se posiciona aquí como una herramienta que fortalece la imagen institucional, alineándose con la noble labor humanitaria que caracteriza a la Asociación.

Palabras clave: Comunicación visual, Manual de lineamientos, Estandarización gráfica, Diseño para la transformación social, Empatía

Abstract

The present project addresses the visual fragmentation detected in the Association Hogar Pajarito Azul, the research revealed a gap between social work and its representation through visual language; this situation arises due to a management lacking standard graphic assets and design guidelines. In this context, the implementation of visual communication guidelines is necessary to correct inconsistencies and prevent visual coherence from being limited.

The main objective was to design a Visual Communication Guidelines Manual as an internal support tool to standardize graphic production. The proposal was based on the design methodology of Ambrose and Harris (2010), which addresses design as a logical thinking process structured in 7 phases. This strategic approach enabled every creative decision to respond to real needs, ensuring functional solutions.

The main results of this systematic process consist of a comprehensive system of graphic tools that includes technical graphic identifier adjustment, a standardized color palette, personalized iconography and illustrations, and a set of editable templates for Facebook and Instagram, which optimizes workflows. Ultimately, this project offers a solid, coherent and professional solution for the Association: Beyond ordering communication, graphic design is positioned here as a tool that strengthens the institutional image, aligning itself with the noble humanitarian work that characterizes the Association.

Keywords: Visual communication, Guidelines manual, Graphic standardization, Design for social transformation, Empathy

Índice

Resumen Ejecutivo.....	5
Abstract.....	6
1. Introducción.....	10
2. Antecedentes.....	12
3. Justificación.....	14
4. Objetivo General y Específicos.....	16
5. Marco Conceptual.....	17
5.1 Asociación.....	17
5.1.1 Rol de las Asociaciones.....	17
5.2 El diseño de comunicación.....	17
5.2.1 El diseño para la transformación social.....	18
5.2.2 La presencia del diseñador en el mensaje.....	19
5.2.3 Información, redundancia y ruido.....	19
5.2.4 La razón de ser de una pieza de diseño gráfico.....	20
5.3 La comunicación visual.....	21
5.3.1 El proceso comunicacional.....	21
5.3.2 El mensaje visual.....	22
5.3.3 Descomposición del mensaje.....	23
5.3.4 Códigos visuales.....	24
5.3.5 Percepción y significado.....	25
5.3.6 Lenguaje visual.....	25
5.4 Elementos de lenguaje visual.....	26
5.4.1 Unidades mínimas de expresión: Punto, línea y plano.....	27
5.4.2 Color.....	28
5.4.3 Tipografía.....	29
5.4.4 Marco y encuadre.....	30
5.4.5 Principios de composición: Jerarquía, Ritmo, equilibrio y Retícula.....	30
5.5 Imagen.....	32
5.5.1 El poder cognitivo de la imagen.....	32
5.5.2 Pensar en imágenes: la capacidad de transmitir información rápida.....	33
5.5.3 Semiótica: denotación y connotación.....	33
5.6 Metodología del diseño.....	34
5.6.1 Cómo piensa un diseñador.....	34
5.6.2 Fases del proceso creativo.....	35
5.6.4 Estandarización gráfica.....	36
6. Estudio de Mercado.....	37
6.1 Tipo de estudio.....	37
6.1.1 Metodología.....	37
6.1.2 Finalidad.....	37

6.1.3 Fuentes de información.....	38
6.2 Plan de Investigación.....	38
6.2.1 Técnica de recolección de datos.....	38
6.2.2 Herramientas e instrumentos.....	39
6.3 Público Objetivo.....	40
6.3.1 Definición Usuario primario único.....	40
6.3.2 Perfil de usuario único.....	41
6.4 Recopilación de fuentes primarias y secundarias.....	41
6.4.1 Investigación secundaria (Recolección indirecta).....	41
6.4.2 Investigación primaria (Recolección directa).....	42
6.5 Análisis e interpretación de datos.....	43
6.5.1 Análisis de fuentes de investigación secundaria.....	43
6.5.2 Análisis de fuentes de investigación primaria.....	48
6.6 Resultados y definición de estrategias.....	55
6.6.1 Estrategia de normalización de la identidad (Identificador gráfico y color).....	56
6.6.2 Estrategia de un sistema de jerarquía y tipografía.....	56
6.6.3 Estrategia de maquetación (Plantillas y retículas modulares).....	57
6.6.4 Estrategia de referentes fotográfico (marco y encuadre).....	57
6.6.5 Estrategia de desarrollo de recurso gráficos de apoyo.....	58
7. Estudio Técnico y Organizativo.....	59
7.1 Estudio Técnico.....	59
7.1.1 Localización.....	59
7.1.2 Tamaño y Capacidad.....	59
7.1.3 Recursos Tecnológicos.....	60
7.1.4 Especificaciones Técnicas.....	61
7.1.5 Proceso de Diseño.....	61
7.1.6 Materiales y Suministros.....	62
7.1.7 Control de calidad.....	62
7.2 Estudio Organizativo.....	64
7.2.1 Estructura organizacional.....	64
7.2.2 Planificación Temporal.....	65
7.2.3 Sistemas de coordinación.....	66
7.2.4 Seguimiento de la implementación.....	66
7.2.5 Actualización del manual.....	67
7.2.6 Marco Legal.....	67
8. Planificación de Costos.....	68
8.1 Inversión inicial.....	68
8.1.1 Activos fijos (Equipamiento).....	68
8.1.2 Activos diferidos (Investigación de campo).....	68
8.2 Costos de proyecto.....	69
8.2.1 Costos directos:.....	69

8.2.2 Costos indirectos:.....	69
9. Proceso de Diseño.....	70
9.1 Fase de Análisis.....	70
9.1.1 Fase 1 Definición:.....	70
9.1.2 Fase 2 Investigación.....	72
9.2 Fase de Diseño.....	74
9.2.1 Fase 3 Ideación.....	74
9.3 Fase de construcción y simulación.....	75
9.3.1 Fase 4 Prototipo.....	75
9.3.2 Fase 5 Selección.....	76
9.3.3 Fase 6 Implementación.....	78
9.3.4 Fase 7 Aprendizaje.....	80
10. Conclusiones.....	81
11. Recomendaciones.....	82
12. Bibliografía.....	83
Anexos.....	84
Anexo 1, Entrevista semi-estructurada.....	84
Anexo 2, Entrevista semi-estructurada.....	90
Entrevistada: Experta en el área de diseño gráfico - Años de experiencia: 10 años.....	90
Sección 1 (Relacionada con el objetivo específico 1).....	90
Anexo 3 Matriz de Diagnóstico Técnico.....	94
Anexo 4 Tabla de Costos.....	95
Anexo 5 Moodboard.....	96
Anexo 6 - Sketching (Bocetaje).....	96
Anexo 8 - Fotografías en el sitio.....	98

Índice de Figuras

Tabla 1	57
Hallazgos sobre el estado del Identificador gráfico	57
Tabla 2	57
Hallazgo sobre uso y estructura de la tipografía	57
Tabla 3	58
Hallazgo sobre la producción de piezas gráficas	58
Tabla 4	58
Hallazgo sobre manejo de imagen de los residentes	58
Tabla 5	59
Hallazgo sobre recursos visuales de apoyo	59
Figura 1	59
Esquema de triangulación de fuentes de información	59
Tabla 6	64

Criterios de validación técnica	64
Figura 2	65
Organigrama del proyecto	65
Figura 3	66
Diagrama de Gantt	66
Figura 4	72
Documento de síntesis y requerimientos del proyecto	72
Figura 5	73
Publicaciones digitales de la Asociación analizadas para el diagnóstico técnico	73
Figura 6	74
Ficha de caracterización del usuario directo	74
Figura 7	76
Estructura de retícula y diagramación de las páginas del manual	76
Figura 8	77
Mesa de trabajo y retícula de construcción en Adobe Illustrator	77
Figura 9	78
Paleta cromática y especificaciones técnicas	78
Figura 10	79
Definición de fuente tipográfica primaria y secundaria	79
Figura 11	79
Línea de estilo de ilustración y propuesta de narrativa visual	79
Figura 12	79
Línea de estilo iconográfico	79
Figura 13	80
Visualización de la estructura del manual y páginas introductorias	80
Figura 14	81
Propuesta gráfica de plantillas personalizadas para uso en Canva	81
Figura 15	82
Reunión virtual de presentación y validación de la propuesta	82

1. Introducción

La comunicación visual se define como el arte de transmitir ideas mediante elementos gráficos; un sistema donde los conceptos abstractos se transforman en formas y colores para ser captados por la vista. En un entorno contemporáneo saturado de información digital, esta disciplina se vuelve esencial para transmitir mensajes de manera simplificada, clara y coherente. Bajo esta premisa, el presente proyecto se desarrolla en el contexto de la Asociación Hogar Pajarito Azul, una institución nicaragüense sin fines de lucro con 31 años de trayectoria dedicada a la protección y rehabilitación integral de personas con discapacidad.

En el panorama nacional, las entidades de carácter social y no gubernamental precisan de sistemas de comunicación visual coherentes que conecten efectivamente con sus donantes y voluntarios para visibilización de su labor, a nivel micro, la Asociación Hogar Pajarito Azul ha operado bajo un vacío documental. Los antecedentes revelan que la institución no posee archivos de sus activos gráficos ni directrices de diseño para la gestión del contenido visual, por lo cual actualmente la Coordinadora técnica lo realiza de manera empírica. Asimismo, existe un precedente de cautela institucional debido a un incidente pasado relacionado al manejo de la fotografía.

La problemática central radica en la fragmentación visual, donde la carencia de activos gráficos normalizados genera ruido visual que limita el impacto de sus mensajes y proyecta una imagen de inestabilidad técnica. Ante esta necesidad, la solución es una herramienta que unifique criterios y optimice los flujos de trabajo. La justificación de este proyecto de estudio busca resolver la ineficiencia operativa mediante la estandarización gráfica y la protección de la imagen de los residentes promoviendo el manejo digno y fundamentado según lo que indica la Ley 763.

El objetivo general consiste en diseñar un Manual de Lineamientos de Comunicación Visual para ello en el proyecto se propone investigar las inconsistencias actuales en los canales digitales, definir los parámetros técnicos de identidad (color, tipografía y estilo fotográfico) y diseñar recursos de apoyo como plantillas e iconografía personalizada que faciliten una comunicación institucional sólida y profesional.

La metodología empleada sigue un enfoque cualitativo y descriptivo fundamentado en el proceso de pensamiento lógico de Gavin Ambrose y Paul Harris (2010), el cual estructura el diseño en 7 fases: definición, investigación, ideación, prototipo, selección, implementación y aprendizaje.

La organización del presente informe sigue una secuencia progresiva que va desde el diagnóstico situacional hasta la materialización técnica. En los capítulos iniciales se aborda el panorama institucional, el fundamento de la pertinencia de este proyecto y las metas de nuestra intervención. Posteriormente, el marco conceptual establece la base teórica que sustenta la intervención técnica, integrando los principios y teorías fundamentales para la construcción de la propuesta.

La fase diagnóstica se concentra en el estudio de mercado, luego se presenta el estudio técnico y organizativo que define aspectos operativos y de gestión para llevar a cabo el proyecto. El informe concluye con la planificación de costos, el proceso de diseño detallado, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

2. Antecedentes

La Asociación de Protección para Niños y Niñas con discapacidad “Hogar Pajarito Azul” fundada el 17 de noviembre de 1994, fue creada en respuesta humanitaria a la crisis económica de los 90's en Nicaragua, la cual como consecuencia generó la reducción significativa de políticas sociales y cierre de programas de servicios sociales.

En este contexto, los niños con discapacidad se encontraban en condiciones de vulnerabilidad extrema, lo que motivó la apertura de este centro privado para garantizarles protección, rehabilitación y educación.

Actualmente llevan 31 años de gran labor y una reputación fundamentada en la transparencia, compromiso y dedicación. Atienden a 72 internos y tiene un equipo de 48 colaboradores. A pesar de su larga trayectoria enfrentan dificultades económicas, como, por ejemplo: disminución de ingresos, falta de equipos inmobiliarios para la comodidad de los internos, falta de recursos humanos, entre otros.

La situación comunicacional a la que se enfrenta el Hogar es un hecho común en investigaciones académicas del sector social latinoamericano. En este sentido, el estudio desarrollado por Aguilar y Zumba (2020) para la ONG “Dulce Corazón” en Ecuador, evidencia que las instituciones sin fines de lucro a menudo carecen de una identidad visual que refleje de manera eficiente su misión, lo cual conlleva que no se posicione adecuadamente en redes sociales.

Asimismo, el proyecto de grado de Serrano (2022) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (DEVEV), reafirma que existe una debilidad en el manejo de lineamientos gráficos desaprovechando muchos recursos de comunicación a los que tienen acceso. Serrano en su investigación establece que la estandarización por medio de manuales de normas gráficas es una solución técnica para una valoración institucional positiva.

En el ámbito de la comunicación visual, el Hogar Pajarito Azul ha operado en Instagram y Facebook (@pajaritoazul.17) durante aproximadamente 6 años. Sin embargo el manejo de las mismas ha sido sin una guía establecida, ya que la imagen no fue considerada prioridad estratégica. La coordinadora técnica, a pesar de sus múltiples responsabilidades administrativas, asume la creación de piezas gráficas en herramientas como Canva y CapCut fuera de horas laborales ante la falta de plantillas.

El Hogar tiene un vacío documental, ya que no existen registros sobre la autoría del identificador gráfico ni archivos originales en formato vectorial. Se trabaja con versiones descargadas o facilitadas por terceros, lo cual ha conducido a variaciones inconsistentes. Se registra el intento de colaboración externa y una propuesta estudiantil de cambio de identidad, que fue rechazada debido a restricciones legales y limitaciones administrativas de la dirección.

Uno de los antecedentes más determinantes de su comunicación es el manejo de la fotografía. Durante el diagnóstico situacional, se identificó que la viralización de la imagen de un residente derivó en la intervención del Ministerio de la Familia (MIFAN). Este suceso reforzó la aplicación de la Ley N.º763, la cual protege la privacidad, la dignidad e integridad de las personas con discapacidad.

Este antecedente, sumado a la falta de conocimientos técnicos evidencia la necesidad de un material de apoyo interno que facilite la comunicación visual institucional de manera empática, respetuosa y constante.

3. Justificación

El presente proyecto “Diseño de Manual de Lineamientos de comunicación visual” se fundamenta en la necesidad de herramientas técnicas que normen su producción gráfica interna para asegurar coherencia visual y eficiencia operativa. En la actualidad la comunicación visual ayuda a transmitir mensajes de manera simplificada, clara y coherente, por lo que es esencial en un entorno saturado de información digital.

Justificación Teórica

El proyecto se sustenta en los principios del diseño de comunicación planteado por Jorge Frascara, Bruno Munari, Lupton y Phillips, y Enric Jardí, quienes perciben el diseño gráfico como una herramienta estratégica para resolver problemas de comunicación. Los aportes de cada uno de ellos permiten fundamentar la creación de un sistema visual coherente, donde cada decisión gráfica responde a una necesidad comunicacional.

Justificación Práctica

Este manual servirá al personal de coordinación técnica para unificar criterios en la producción de piezas gráficas permitiendo generar contenidos visuales con una base lógica y consistente. Asimismo, contribuirá a resolver la fragmentación visual existente mediante la normalización de la jerarquía visual, color, tipografía, composición, diagramación y otros recursos gráficos, optimizando el flujo de trabajo y facilitando la producción de contenido en redes sociales.

Justificación Social

Desde el punto de vista social el manual incluye aspectos éticos para el tratamiento de la imagen de los residentes, estableciendo lineamientos sobre el uso correcto e incorrecto de fotografías conforme a la Ley N.º763, Ley de los derechos de personas con discapacidad.

En este sentido, se promueve una comunicación visual respetuosa de la dignidad y privacidad e integridad de los 72 residentes, previniendo su victimización y respaldando el objetivo de la institución de facilitar el establecimiento de relación y comunicación social con la comunidad.

Justificación Metodológica

El enfoque cualitativo resultó pertinente porque permitió fundamentar la propuesta de diseño a partir de un conocimiento contextualizado a la realidad institucional. Al tratarse de un proyecto orientado a resolver una problemática específica, se priorizó la comprensión de los procesos, necesidades y circunstancias operativas sobre la obtención de datos cuantificables. De este modo, las decisiones proyectuales se sustentaron en los hallazgos de la investigación.

El interés por este tema de proyecto surgió a partir de la iniciativa de realizar algo más allá de lo meramente estético. Nace del interés personal de aplicar nuestros conocimientos en la resolución de una problemática real de una institución social, nos motiva a contribuir en la reducción de las brechas comunicacionales existentes. Nuestro objetivo es validar que nuestra disciplina de estudio es un medio de transformación social capaz de ofrecer diversas soluciones prácticas adaptadas a necesidades sociales.

Las limitaciones de esta investigación fueron identificadas y gestionadas estratégicamente para asegurar la validez de los resultados. En primer lugar, el proyecto no contempló el rediseño del identificador gráfico, debido a que posee un registro legal vigente. En consecuencia, la propuesta se limitó a la normalización técnica del identificador gráfico. Asimismo, el proyecto no contempló la aplicación de instrumentos cuantitativos a donantes y voluntarios debido a las políticas de privacidad y restricciones de acceso a esta población. Para compensar esta limitación, se obtuvo la información mediante entrevistas semiestructuradas y el análisis de las piezas gráficas, ya que debido a las múltiples tareas de la persona encargada no se pudo realizar una observación directa de su proceso de trabajo.

4. Objetivo General y Específicos

Objetivo General

Diseñar un Manual de Lineamientos de Comunicación Visual para la Asociación Hogar Pajarito Azul (Managua, Nicaragua 2026) con normativas técnicas para la producción de piezas gráficas visuales.

Objetivos específicos

- Investigar las aplicaciones gráficas y los canales de comunicación actuales del Hogar Pajarito Azul para identificación de las inconsistencias visuales y las necesidades técnicas del personal administrativo.
- Definir los lineamientos técnicos (composición, jerarquía, tipografía, paleta cromática y estilo fotográfico) que representen fielmente la misión, valores de protección y cuidado de la organización.
- Diseñar plantillas personalizadas y recursos gráficos de apoyo (Íconos e Ilustraciones) para implementación y consistencia de materiales comunicativos.

5. Marco Conceptual

El presente marco conceptual constituye el sustento teórico de este proyecto, donde conectamos el diseño gráfico con su función de ser una herramienta estratégica que da solución a problemas sociales. A través de conceptos de autores clave, se establecen lineamientos gráficos para que la comunicación visual de la Asociación de Hogar Pajarito Azul pase de lo improvisado a la gestión de un sistema visual sólido y coherente.

5.1 Asociación

5.1.1 Rol de las Asociaciones

Las asociaciones sin fines de lucro se caracterizan por su naturaleza de servicio solidario. Su labor de cuidado integral requiere una comunicación que no solo informe, sino que refleje su misión y valores. Por consiguiente, estas entidades requieren de una herramienta de gestión que traduzca su compromiso humano en lenguaje visual.

5.2 El diseño de comunicación

Es fundamental definir el diseño de comunicación no desde una perspectiva estética, sino de lo funcional. Para facilitar la comprensión de este concepto se puede hacer la comparativa entre el diseño y la construcción de un puente: el éxito de la construcción no radica en lo ornamental sino en la capacidad que este tiene para conectar dos puntos priorizando la seguridad de quien lo transite de un lado a otro.

En el contexto de las instituciones humanitarias, el diseño es ese “puente” que permite que la institución se comunique visualmente con la sociedad, si el diseño es deficiente, el mensaje se interrumpe. Como bien señala Jorge Frascara (2012) en su obra *El diseño de comunicación*: “El diseñador de comunicación visual trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido” (p.24).

Un manual de lineamientos no busca simplemente “mejorar la apariencia” de los artes visuales, sino que se debe interpretar la realidad de manera que la forma visual sea respetuosa y profesional con el contenido que se representa.

5.2.1 El diseño para la transformación social

Este enfoque implica que el diseñador debe ser consciente del impacto que los mensajes tienen en la comunidad. No se debe solo “informar”, sino que se debe construir una comunicación que mejore la relación de la institución con la sociedad.

Bajo esta premisa, el trabajo de un diseñador implica responsabilidad técnica y analítica. Como explica Jorge Frascara (2012): “Diseñar es coordinar una larga lista de factores humanos y técnicos, trasladar lo invisible en visible, y comunicar. Diseñar implica evaluar, implementar conocimientos, generar nuevos conocimientos y usar la experiencia para la toma de decisiones” (p.23).

En este sentido, el uso de herramientas técnicas de normalización como apoyo permite que el proceso de diseño deje de ser una tarea improvisada y se traslade a mensajes visuales claros. La relevancia de este enfoque radica en la especialización del diseñador como el “puente” entre una institución y la sociedad. Frascara detalla que: “Los diseñadores son especialistas en comunicación humana, y su medio específico es el visual” (p.25).

5.2.2 La presencia del diseñador en el mensaje

En el diseño de comunicación, el diseñador no debe figurar como protagonista. En este contexto el trabajo del diseñador es similar al de un traductor; si el traductor cambia las palabras para que suenen más a su propio estilo, el mensaje original se distorsiona o confunde. Por tanto, en el ámbito profesional, el diseñador debe dejar de lado sus gustos o ganas de lucirse con su trabajo artísticamente para que destaque la labor de la entidad que origina el mensaje y no el estilo personal de quién diseña.

El diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino un intérprete que configura mensajes originados por otras personas de manera que sean accesibles para un público dado. También a diferencia del artista, el trabajo del diseñador debe estar desposeído de rasgos personales notorios que se interpongan entre el público y el mensaje (Frascara, 2012, p.25)

Si el diseño es demasiado “artístico” o personal, se corre el riesgo de que la gente admire la imagen pero ignore la necesidad del mensaje que se quiere transmitir.

5.2.3 Información, redundancia y ruido

En la comunicación visual, el ruido es cualquier elemento que distrae o confunde (como usar demasiados estilos tipográficos en un mismo diseño o colores que no combinan o se complementan entre sí). Por otro lado, la redundancia, ayuda a que el mensaje se entienda mejor al repetir la idea central de forma estratégica.

Dentro de un sistema de comunicación visual, el ruido se hace presente cuando un diseño contiene demasiados elementos. Si el diseño es “ruidoso” el público se confunde y el objetivo de comunicar un mensaje se pierde. Por lo tanto, la

interpretación de lo dicho anteriormente es fundamental para establecer reglas de diseño objetivas que garanticen una codificación unitaria. Como sostiene Munari en su libro - *Diseño y comunicación visual*: “Siempre se trata de un problema de claridad, de simplicidad. Se ha de trabajar mucho, para quitar en lugar de añadir. Quitar lo superfluo para dar información exacta, en lugar de añadir para complicar la información” (p.74).

5.2.4 La razón de ser de una pieza de diseño gráfico

Para comprender la necesidad de los sistemas visuales, se debe tener en cuenta la razón y el por qué de una pieza de diseño. A diferencia de las pinturas que son para expresar sentimientos propios del artista a través del arte, una pieza de diseño nace porque hay una necesidad de alguien más de transmitir un mensaje y que este sea comprensible por todos los demás. El diseñador trabaja para dar solución a un tercero y que este logre su finalidad por medio de lenguajes visuales que se transmiten a su público específico.

Podemos decir con esto que “la razón de ser” de cualquier material visual de una institución es cumplir un objetivo estratégico. El diseño debe lograr algo (informar, generar algo, motivar a la acción...), no debe solo lucir bien, sino que debe resolver necesidades.

Dentro de esta perspectiva se comprende que el diseño no culmina con la creación de un objeto visual, sino que se completa cuando este interactúa con las personas.

El objetivo del diseñador de comunicación visual es, entonces, el diseño de situaciones comunicacionales. De ahí que, además de ocuparse de la interacción de los elementos visuales entre sí, los diseñadores se ocupen de la interacción público-mensaje. Además de esto, el problema fundamental no es el acto comunicacional en sí, sino el impacto que esa comunicación tenga en el

conocimiento, las actitudes, o las conductas de la gente. Esto deja claro que necesitamos estudiar la relación entre los mensajes y la gente. (Frascara, 2012, p.31)

5.3 La comunicación visual

La comunicación visual es el arte de comunicar a través de elementos gráficos. Es todo aquello que captamos a través de la vista y que nos transmite una idea, es como un sistema donde las ideas se transforman en formas y colores.

El mundo está lleno de comunicación visual y a diario la podemos observar. Comunicar visualmente es usar reglas que el ojo debe interpretar para que el mensaje no se pierda en el camino. Cuando una entidad tiene una necesidad y una historia que contar nuestro trabajo como diseñador es “Traducir” lo que necesita en un lenguaje visual que las personas entiendan. Cuando un diseño es claro el diseño llega directo pero si el diseño es confuso no se entiende ese mensaje.

“Si la imagen utilizada para un mensaje determinado no es objetiva, tiene mucho menos posibilidades de comunicación visual: es preciso que la imagen utilizada sea legible por y para todo de la misma manera, ya que en otro caso no hay comunicación visual, sino como confusión visual” (Munari, 2016, p.19)

Para evitar esa “confusión visual” que menciona Munari, el diseño debe ser un proceso ordenado y no algo improvisado.

5.3.1 El proceso comunicacional

Para entender este proceso, debemos verlo como el viaje de una idea de la mente de una persona a la de otra, es una serie de pasos que debe funcionar para que el mensaje no se pierda ni se malinterprete. Este viaje se compone de varios elementos que se complementan entre sí:

El **emisor** que es quien necesita transmitir algo y el encargado de la intención de un mensaje.

El **mensaje** es la idea que queremos compartir con los demás durante el proceso comunicacional.

La **codificación** en el mundo visual es el paso donde la idea se observa o escucha. En el contexto como diseñadores es cuando a partir de esa idea decidimos que colores, fotos o tipografías se utilizarán para darle una forma y que otros puedan verlo.

Canal es el medio físico por el cual se recibe el mensaje.

Receptor es quien recibe el mensaje y se encarga de leer e interpretar.

En este proceso suele aparecer el enemigo que mencionamos con anterioridad “El ruido”. Cuando hay ruido visual el proceso comunicacional se interrumpe y falla.

5.3.2 El mensaje visual

Un mensaje visual no es simplemente una imagen con un texto, es un conjunto de elementos que al mismo tiempo nos cuentan algo. Podemos decir que un mensaje visual se divide entre la información que se quiere transmitir y la incidencia que tiene en quien observa, el éxito está en que sus componentes trabajen en conjunto para que la idea principal se comprenda a la primera. La relación entre la forma y contenido es fundamental para que la comunicación sea efectiva.

Para comprender esto debemos tener en cuenta que la vista es solo uno de los caminos por los cuales recibimos información del entorno. El diseño no funciona por sí solo, sino que interactúa con los estímulos que nos permiten entender el mundo que nos rodea. Como bien menciona Munari (2016) “La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forma parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc”. (p.82).

5.3.3 Descomposición del mensaje

A menudo vemos un diseño y lo apreciamos como una pieza gráfica completa y terminada que aparece ante nuestros ojos. Sin embargo, para los que trabajamos en esta área, un diseño nunca es una sola pieza; es más bien la unión de muchos elementos que, al juntarse, forman una idea. Descomponer un mensaje es, básicamente, “desarmar” esa imagen para entender la función de cada elemento que la conforma.

En este contexto podemos comparar el diseño con un rompecabezas armado, cuando terminamos de unir sus piezas apreciamos una imagen completa, pero si queremos descubrir cómo se construyó se deben separar las piezas y según su forma ubicarlas donde encaja cada una. En diseño este proceso de “desarmar” o “descomponer” se realiza para verificar que cada elemento (color, tipografía, fotografía...) es acertado o si hay alguno que no encaja y afecta el resultado final.

“Podemos dividir el mensaje, como antes, en dos partes: una es la información propiamente dicha, que lleva consigo el mensaje y la otra es el soporte visual. El soporte visual es el conjunto de elementos que hacen visible el mensaje, todas aquellas partes que se toman en consideración y se analizan, para poder utilizarlas con la mayor coherencia respecto a la información. Son: la Textura, la Forma, la Estructura, el Módulo, el movimiento.” (Munari, 2016, p.84)

Entender el mensaje desde sus partes individuales permite una gestión estratégica sobre la comunicación; si el mensaje visual se descompone, se estudia y se analiza, cada decisión de diseño tiene un porqué.

5.3.4 Códigos visuales

Para que la comunicación funcione, no basta con enviar el mensaje; es necesario que tanto el emisor como el receptor hablen el mismo “idioma”. En el diseño ese idioma no se compone de palabras, sino de códigos visuales. El éxito de una pieza gráfica depende de que el diseñador utilice los códigos adecuados para que la interpretación del mensaje sea la correcta.

“La comunicación visual es en algunos casos un medio imprescindible para pasar informaciones de un emisor a un receptor, pero la condición esencial para su funcionamiento es la exactitud de las informaciones, la objetividad de las señales, la codificación unitaria, la ausencia de falsas interpretaciones” (Munari, 2016, p.72).

Siguiendo lo que plantea Munari, los códigos son como reglas existentes en nuestra mente por naturaleza. Por ejemplo, el uso del color amarillo y el negro junto: en la naturaleza, estos son los colores de las avispa, ranas, puntas de flecha y otros animales venenosos. Por eso cuando observamos esta combinación de colores en una señal de peligro o cintas de precaución, nuestra mente entiende el mensaje de alerta. Estos códigos se han formado en nuestro cerebro al interactuar con el mundo. Como diseñadores no podemos ignorar los códigos visuales y utilizar elementos al azar.

Teóricamente, establecer una codificación unitaria significa que usaremos los mismos elementos visuales, ya que de esta manera el público se familiariza con los códigos visuales de la identidad de una institución, los reconoce y establece una comunicación directa.

5.3.5 Percepción y significado

El cerebro siempre busca hacer un menor esfuerzo; quiere entender rápido y sin complicaciones. La relación entre percepción y significado es lo que permite una comunicación visual efectiva. Cuando un diseño es confuso, se pierde el significado en el camino y se interrumpe el mensaje.

La percepción no es solo observar es la manera en la que nuestro cerebro interpreta lo que capta. Para entender este punto, debemos separar lo que ocurre ante nuestros ojos de lo que sucede en nuestra mente. Como bien afirma Frascara (2012) “Mirar no es un acto pasivo. No miramos para ver: miramos para entender, y para encontrar lo que queremos. Significado y relevancia son mayores determinantes de la dirección de nuestra atención”. (p.67).

Solo cuando la percepción y el significado se alinea, el diseño se convierte en una herramienta capaz de dirigir la atención de la sociedad hacia el objetivo y finalidad de un proyecto de diseño.

5.3.6 Lenguaje visual

El lenguaje visual es el sistema utilizado para comunicarnos sin necesidad de palabras. Así como el lenguaje verbal tiene letras, verbos y reglas ortográficas para que las personas se entiendan al hablar y escribir, en el diseño también tenemos nuestros propios elementos (forma, color y composición) que funcionan como un idioma. Su importancia radica en que cumpla lo que dice el dicho de que “una imagen vale más que mil palabras.”

“El lenguaje visual pertenece a una cultura más primitiva que el lenguaje escrito y es de los primeros que aprenden los niños. A pesar de la importancia que tiene en nuestras vidas y la naturalidad con la que nos manejamos dentro de él, su estudio está poco extendido, sobre todo en comparación con el lenguaje verbal” (Jardí, 2012, p.7).

La falta de profundidad sobre el estudio del lenguaje visual hace pensar que cualquier imagen es válida, cuando en realidad se requiere un manejo cuidadoso. Al ser un lenguaje que procesamos instintivamente, las imágenes tienen el poder de comunicar antes de comprender un texto.

“Las imágenes poseen la habilidad de transmitir una idea o mucha información muy rápidamente y, por tanto, son una parte importante del diseño gráfico. Como es sabido, una imagen vale más que mil palabras, de manera que vale la pena dedicar el tiempo necesario a la selección y presentación de las imágenes” (Ambrose y Harris, 2010, p.84).

No basta con mostrar una imagen, se trata de construir un sistema visual donde cada elemento esté justificado. Al dedicar el tiempo necesario a este lenguaje, se crea una estructura lógica a lo visual logrando una comunicación eficiente.

5.4 Elementos de lenguaje visual

Los elementos visuales son los componentes básicos que un diseñador organiza para construir una comunicación sólida; lo fundamental es entender que cada uno de esos elementos comunica algo por sí mismo.

“El problema del diseñador de hoy es evitar elecciones caprichosas y, en cambio, desarrollar el lenguaje visual adecuado a las necesidades comunicacionales del proyecto. Este es uno de los primeros desafíos en el proceso del diseño de comunicaciones visuales” (Frascara, 2012, p. 68)

Para lograr esa eficiencia, debemos dominar el uso del punto, línea, plano, color y tipografía, con el conocimiento de que estos no son adornos, sino herramientas de precisión que guían la mente de las personas hacia una acción específica.

5.4.1 Unidades mínimas de expresión: Punto, línea y plano

Antes de crear un diseño complejo, se deben entender sus componentes más básicos.

Punto: Es el elemento más simple, sin embargo su función es romper el vacío y actúa como centro de atracción. El punto es como un marcador de posición. Nos da seguridad porque nos orienta en el espacio visual.

"Mediante su escala, posición y relación con su entorno, un punto puede expresar su propia identidad o confundirse entre la multitud. Una serie de puntos forma una línea. Una masa de ellos se convierte en textura, una forma o un plano" (Lupton y Phillips, 2016, p. 34)

Línea: Si el punto marca una posición, la línea es la encargada de marcar un recorrido. Es un elemento dinámico con la capacidad de dirigir la mirada de un lugar a otro.

"Gráficamente, las líneas pueden tener muy distinto grosor; este, junto con la textura y la trayectoria del trazo, determina su presencia visual. Las líneas pueden dibujarse con un bolígrafo, un lápiz, un pincel, el ratón o un código digital. Pueden ser rectas o curvas, continuas o a trazos. Cuando una línea alcanza un cierto grosor, se convierte en un plano. Las líneas se multiplican para describir volúmenes, planos y texturas." (Lupton y Phillips, 2016, p. 36)

Plano: El plano aparece cuando una línea se vuelve tan gruesa que deja de ser un trazo y se convierte en una superficie. A diferencia del punto y la línea, el plano tiene largo y ancho, lo que le permite ocupar un espacio real en la composición.

“Un plano es, como indica su nombre, una superficie plana que se extiende a lo alto y a lo ancho. Un plano es el recorrido de una línea en movimiento; una línea dotada de anchura: una línea se cierra para convertirse en forma, en un plano acotado. Las formas son planos con bordes. En el software de vectores, todas las formas consisten en línea y relleno. Un plano puede ser paralelo a la superficie de la imagen o bien desviarse para alejarse en el espacio.” (Lupton y Phillips, 2016, p. 38)

El punto, la línea y el plano no actúan de forma aislada sino que se complementan para formar la comunicación visual. Estas unidades mínimas permiten que cada pieza gráfica se construya con intención: se utiliza el punto para enfocar la atención, la línea para guiar el mensaje y el plano para darle cuerpo y estructura.

5.4.2 Color

El color es uno de los elementos de la comunicación visual que procesamos primero. Antes de leer las palabras o identificar las formas nuestro cerebro procesa los colores y genera respuestas emocionales.

El color funciona como el “estado emocional”, no es solo un relleno, es lo que define qué siente una persona al ver lo que diseñamos. Para entenderlo, podemos comparar el color con la iluminación de un sitio: si la luz es suave y cálida, nos sentimos relajados y en confianza pero si la luz es parpadeante e intensa nos puede hacer sentir incómodos o incluso en alerta. Sobre esta capacidad, Lupton y Phillips (2016) explican que: “El color puede transmitir un estado de ánimo, describir la realidad o codificar información.” (p. 81).

En este sentido, el uso del color no es una elección basada en preferencias personales. Así radica el uso del color en el arte y en el diseño. Mientras que un artista lo escoge por lo que siente un diseñador debe seleccionarlo por lo que el proyecto necesita comunicar.

"Ya es sabido que el color no tiene la misma función para el diseñador y para el pintor. El diseñador trabaja en colaboración con la ciencia y con la industria, el pintor tiene relaciones con la artesanía y con la producción manual. El diseñador ha de utilizar el color de una manera objetiva, en cambio el pintor lo utiliza de una manera subjetiva" (Munari 2016 p. 354).

5.4.3 Tipografía

Si el color es el "estado emocional", la tipografía le da personalidad y carácter a lo que escribimos. La tipografía no es simplemente seleccionar un estilo de letra para que el texto se vea bien, es la herramienta que le da una forma física al mensaje para que este se entienda correctamente.

"Los diferentes roles o funciones que la tipografía desempeña en el campo del diseño implica que los diseñadores deben pensar qué tipo de personalidad es apropiado para el mensaje que tienen que comunicar. El tipo de letra que se emplea para cada carácter puede ayudar o entorpecer la transmisión de la información, puesto que cada tipo de letra cuenta una historia distinta y provoca diferentes sensaciones en el espectador" (Ambrose y Harris, 2010, p. 118)

Para comprender su relevancia, podemos decir que la tipografía es la carta de presentación de las palabras. Elegir una tipografía profesional es una forma de respetar el tiempo y esfuerzo de quien lee. Si el estilo de letra es muy decorativo y poco legible se pierde la claridad, la seriedad y aparece el ruido visual; en cambio una tipografía clara y legible, mantiene el enfoque estratégico a favor del contenido, asegurando que cada palabra refleje el objetivo principal del diseño: la comprensión.

5.4.4 Marco y encuadre

El marco y encuadre son elementos que determinan que parte de la realidad que quiere mostrar y los límites que le ponemos a una composición. Para entenderlo de manera sencilla, podemos comparar el encuadre con tomar una fotografía con nuestro celular: cuando vamos a tomar una foto nosotros decidimos que sale en la pantalla y qué no. Sobre este control de atención, Ambrose y Harris (2010) explican que: "El punto focal de un diseño puede variar según el lugar en que se coloque el objeto en una obra y las proporciones de las relaciones espaciales que contiene" (p.124)

Aunque en muchas piezas gráficas no veamos un recuadro físico, el encuadre de forma invisible sigue su función de organizar la mirada. Como señalan Lupton y Phillips (2016): "Los recortes fotográficos, los bordes, los márgenes y los pies son recursos esenciales en diseño gráfico. Los marcos afectan la manera en la que recibimos la información, crean condiciones para la comprensión de una imagen o de un objeto" (p.116).

Esta estructura es la que pone límites al desorden, creando espacios limpios para que el cerebro procese la información. No se trata solo de organizar elementos en una página, sino de construir un escenario visual donde cada fotografía y texto sean valorados por el espectador.

5.4.5 Principios de composición: Jerarquía, Ritmo, equilibrio y Retícula

Componer no es simplemente rellenar un espacio en blanco, sino trazar un mapa visual que guíe al espectador sin confusión. La composición es el lenguaje que une todos los elementos para que el mensaje tenga sentido y armonía.

Para entender estos principios, podemos compararlos con cualquier proceso de organización cotidiana donde necesitamos saber qué es lo más importante (Jerarquía), tener un espacio despejado para movernos (ritmo), una distribución estable (equilibrio) y que las cosas tengan un lugar asignado (Retícula). En el diseño ese esfuerzo por mantener un orden se logra a través de los siguientes pilares:

Jerarquía: Actúa como una brújula en el diseño. Su función es marcar una ruta visual para que el espectador sepa qué es lo principal y qué es secundario. Lupton y Phillips (2016) afirman que: "La jerarquía visual determina la recepción y la pegada de un mensaje. Sin jerarquía, la comunicación gráfica resulta monótona y de difícil navegación." (p.129)

Ritmo: Es la fluidez en la lectura. Se logra repitiendo o alternando elementos. Sin ritmo el diseño se vuelve monótono, con este logramos un recorrido dinámico que mantiene el interés del que lee.

"...la mayoría de las formas del diseño gráfico busca ritmos que estén puntuados por el cambio y la variación. El diseño de libros, por ejemplo, suele desplegar una variedad de escalas y de valores tonales a lo largo de sus páginas, pero al mismo tiempo preserva una unidad estructural subyacente." (Lupton y Phillips, 2016, p.49)

Equilibrio: Es la distribución del peso visual (colores, textos, fotografías). Un diseño equilibrado genera estabilidad. Según Lupton y Phillips (2016) "El equilibrio visual surge cuando el peso de uno o más elementos se distribuye de manera uniforme o proporcional en el espacio. (p.49)

Retícula: Es la estructura que sostiene todo el diseño; es una guía que alinea cada elemento en su lugar. En palabras de Lupton y Phillips (2016) "La retícula ofrece un fundamento lógico y un punto de partida para toda composición, de manera que convierte un área en blanco en un campo dotado de estructura." (p. 187)

5.5 Imagen

Es la herramienta principal, es un lenguaje silencioso pero potente. No son sólo imágenes bonitas, sino el testigo visual que conecta las emociones del espectador con la realidad del día a día.

Usar las imágenes correctas es fundamental, porque son el recurso que cuenta historias y necesidades sin explicarlo todo con palabras. La imagen permanece en el tiempo; es decir, se queda grabada en la mente del espectador.

Cuando hay mucha información técnica, está, satura el cerebro, por ello el papel de la imagen es simplificar lo complejo. Cada imagen seleccionada debe transmitir algo y cambiar la percepción de quien mira.

5.5.1 El poder cognitivo de la imagen

El término “poder cognitivo” se refiere a la capacidad que tiene nuestro cerebro para procesar y aprender a través de lo que vemos. Mientras que leer requiere que el cerebro haga un esfuerzo para traducir letras en ideas, una imagen entra directamente.

“El placer de percibir imágenes no es abstracto o intelectual sino visual y directo, pues, a diferencia de los mensajes secuenciales, en las imágenes no hay un tiempo impuesto por el autor” (Escrito por Joan Costa en el epílogo del libro de Jordi, 2012, p.124)

Al ver una imagen el cerebro empieza a trabajar: recuerda cosas, reconoce emociones y decide si lo que ve le importa. Esto sucede porque somos más visuales por naturaleza.

Además el poder cognitivo de la imagen radica en su capacidad de generar una huella en la memoria.

“Conocer la comunicación visual es como aprender una lengua, una lengua hecha solamente de imágenes, pero de imágenes que tienen el mismo significado para personas de cualquier nación, y por tanto de cualquier lengua. El lenguaje visual es un lenguaje, quizás más limitado que el hablado, pero sin duda más directo. Un ejemplo evidente lo hallamos en el buen cinema, en el que no son necesarias las palabras, si las imágenes narran bien una historia.” (Munari, 2016, p.75)

5.5.2 Pensar en imágenes: la capacidad de transmitir información rápida

Hoy en día, se requieren segundos para captar la atención del espectador antes de que decida si seguirá observando algo o no. Por esta razón, en el diseño debemos “pensar en imágenes”.

En este contexto, una fotografía funciona como un atajo comunicacional, ya que, a diferencia de los textos que requieren de lectura y análisis, la imagen es más directa. Podemos comparar esto con las señales que se observan en la carretera: como vamos en movimiento, muchas de estas señales están simplificadas a gráficos que al instante nos comunican algo.

5.5.3 Semiótica: denotación y connotación

La Semiótica parece algo complejo, pero en realidad es algo que hacemos todos los días sin darnos cuenta: es el estudio de lo que significan las cosas. En el diseño, nos ayuda a comprender que una imagen no tiene un solo mensaje sino que existen dos niveles distintos: denotación y connotación.

Denotación (lo que es): es la parte objetiva de lo que vemos físicamente. Es la descripción literal de la realidad. En palabras de Frascara (2012) “La denotación representa los aspectos relativamente objetivos de un mensaje, constituidos por elementos de carácter descriptivo o representacional de imágenes o textos.” (p.73).

Connotación (lo que hace sentir): es la parte subjetiva. Es el significado emocional que depende de la cultura y experiencia de cada persona. Tal como explica Frascara (2012) “La connotación representa los aspectos relativamente subjetivos de un mensaje, y tiene capital importancia cuando el diseño intenta generar reacciones emotivas, como en el caso de los mensajes persuasivos.” (p.73).

5.6 Metodología del diseño

La metodología del diseño es el camino que seguimos como diseñadores para pasar de un problema a una solución. Se trata de aplicar un sistema de pasos organizados que aseguren que el resultado final sea eficiente.

Es una guía que permite al diseñador que cada decisión esté justificada por una investigación previa. En el diseño no podemos dar propuestas visuales en el proceso de análisis previo. La metodología nos impone el ser observadores minuciosos antes de dar soluciones gráficas.

5.6.1 Cómo piensa un diseñador

El pensamiento del diseñador es, ante todo, un pensamiento de resolución de problemas. Pensar como diseñador es preguntarse constantemente ¿Qué entenderá la persona que va a ver el diseño?. Esta mentalidad nos invita a ser empáticos, es decir, ponernos en los zapatos de quien recibe el mensaje.

Otro rasgo de este pensamiento es la curiosidad y atención al detalle. Un diseñador no ve un cartel y solo nota el color; analiza el porqué de la selección de cada uno de sus elementos. Esta curiosidad analítica nos permite entender que cada línea, espacio y color tiene una misión.

Cómo diseñadores debemos visualizar múltiples opciones, ponerlas a prueba y descartar si no se cumple el objetivo. No nos conformamos con una sola idea, sino que trabajamos a través de prueba, error y mejora constante.

5.6.2 Fases del proceso creativo

Más allá de la postura profesional con que se aborda un proyecto, el diseño requiere de una estructura operativa que permita concretar las ideas. Las fases del proceso creativo funcionan como un sistema donde cada una de las etapas impulsa la siguiente, logrando que una necesidad se transforme en una herramienta visual con propósito.

Este recorrido permite que el resultado final sea una solución técnica y estratégica. Organizar el trabajo en fases diferenciadas de exploración y ejecución, garantiza que las piezas gráficas mantengan una conexión directa entre los fundamentos técnicos y la necesidad visual comunicativa del proyecto.

5.6.4 Estandarización gráfica

La estandarización gráfica consiste en crear un lenguaje visual único que deje de lado las improvisaciones. Es definir una “personalidad”; fijar reglas sobre el uso de colores y tipografías, establece un estilo propio.

Teóricamente, mantener una imagen uniforme constituye el fundamento para proyectar solidez visual y una comunicación más ordenada.

Asimismo, establecer parámetros claros facilita la gestión diaria de la comunicación visual. Esto permite que la creación de contenido sea más eficiente, descartando dudas sobre qué elementos utilizar.

En definitiva estandarizar es guiar para que haya un orden y personalidad visual. Es dejar una base clara para que el diseño no cambie constantemente de forma improvisada, sino que proyecte estabilidad y mantenga la esencia de la institución sin importar quién realice el diseño.

6. Estudio de Mercado

6.1 Tipo de estudio

6.1.1 Metodología

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con el fin de lograr una comprensión profunda de las necesidades y percepciones de un sujeto de estudio único que actuó como usuario primario y directo. Según los principios de Ambrose y Harris (2010), este enfoque cualitativo permitió reconocer los “conectores” y “barreras” del flujo de trabajo comunicacional, mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas dirigidas a la Coordinadora técnica y una especialista externa en el área de diseño y el diagnóstico técnico de las piezas gráficas institucionales. En este caso el análisis no tuvo una finalidad estadística, sino que se orientó a profundizar en la realidad operativa de un sujeto directo para diseñar una herramienta que sea una solución precisa para su proceso de producción gráfica.

6.1.1.1 Muestra

La investigación se desarrolló mediante una muestra no probabilística de tipo intencional, seleccionada de acuerdo con los objetivos del estudio y la pertinencia de los participantes para aportar información especializada. En este sentido, la muestra estuvo conformada por la usuaria directa de la propuesta y una profesional en el área de diseño gráfico, cuyas perspectivas permitieron enriquecer los resultados de la propuesta.

6.1.2 Finalidad

La finalidad de este estudio fue de carácter descriptivo, ya que se ejecutó una investigación de la situación actual de la comunicación interna de la asociación. Mediante este proceso se identificaron las inconsistencias visuales y necesidades técnicas, estableciendo una base lógica para fundamentar los lineamientos técnicos.

6.1.3 Fuentes de información

Fuente secundaria: Se realizó la revisión de documentos institucionales internos e informes de estudios similares como fuentes indirectas. Ante el vacío documental de registros de proyectos gráficos previos en la institución, esta fuente permitió identificar referentes aplicables al desarrollo del manual.

Fuente primaria: Se obtuvieron datos directos a través de la aplicación de una entrevista semiestructurada a la Coordinadora técnica, una entrevista semiestructurada a una especialista en diseño y un diagnóstico técnico de piezas gráficas institucionales. Como señala Frascara (2012) “Es tarea del diseñador obtener del cliente una descripción completa del objetivo esencial, de la necesidad experimentada y del cuadro de referencia.” (p.96).

6.2 Plan de Investigación

Se desarrolló un plan de investigación con un enfoque cualitativo que combina la recolección de datos directos e indirectos para lograr una triangulación de resultados.

6.2.1 Técnica de recolección de datos

6.2.1.1 Investigación documental - análisis de referentes (fuente secundaria)

Se analizaron documentos internos y estudios similares para delimitar el contexto antes de proceder con la investigación técnica.

6.2.1.2 Entrevista semiestructurada al usuario directo (fuente primaria)

Se llevó a cabo un encuentro formal con la Coordinadora técnica de Hogar Pajarito Azul, quien actúa como usuario primario único de la propuesta de diseño. El objetivo de este instrumento fue identificar las necesidades comunicacionales.

6.2.1.3 Entrevista semiestructurada al experto (fuente primaria)

Se aplicó a un profesional en el área de diseño gráfico, el propósito fue obtener criterios técnicos externos que permitieran contrastar los hallazgos obtenidos con el usuario directo y fortalecer la definición de las estrategias de diseño.

6.2.1.4 Diagnóstico técnico (fuente primaria)

Consistió en el análisis sistemático de las piezas gráficas publicadas en redes sociales mediante una matriz elaborada para valorar criterios de diseño. Cada publicación fue examinada comparando dichos criterios e identificando patrones recurrentes de inconsistencias.

6.2.2 Herramientas e instrumentos

Para la ejecución del plan, se utilizaron los siguientes instrumentos:

6.2.2.1 Guía de entrevista semiestructurada usuario

La guía estuvo conformada por preguntas abiertas organizadas en categorías que permitieron recopilar información sobre la gestión visual interna, las dificultades operativas y las necesidades técnicas para definición de las pautas estratégicas del manual.

6.2.2.2 Guía de entrevista semiestructurada experto

Este instrumento se diseñó como una conversación guiada por medio de preguntas abiertas, lo que permitió indagar en la experiencia técnica del experto. El cuestionario se estructuró de manera ordenada, lo que permitió recopilar información clave y detallada para enriquecer con el criterio experto, el desarrollo de la propuesta.

6.2.2.3 Matriz de diagnóstico técnico

La matriz permitió registrar las características de cada pieza gráfica bajo criterios de jerarquía, color, tipografía y composición. Esto permitió detectar los patrones de “confusión visual” mencionados por Munari.

6.3 Público Objetivo

El público objetivo del proyecto no se definió por medio de una segmentación masiva, sino a través de un usuario primario único. Esta decisión se fundamentó en que el producto final es una herramienta de gestión interna diseñada para resolver las barreras operativas de quien asume la responsabilidad técnica dentro de la Asociación.

6.3.1 Definición Usuario primario único

El usuario primario único fue la persona específica identificada en la fase de investigación como el usuario directo del producto de diseño. Por lo tanto en este proyecto se trabajó con un perfil de usuario primario único y directo, asegurando que la propuesta del producto de diseño respondiera de manera funcional a su realidad cotidiana.

Aunque en la metodología aplicada de Ambrose y Harris (2010) se emplea un “perfil de personajes” como modelo mental del usuario, utilizando a menudo un personaje ficticio representativo de un grupo de estudio para guiar la toma de decisiones; el presente estudio no se empleó bajo este perfil.

6.3.2 Perfil de usuario único

Con el objetivo de consolidar el Manual de Lineamientos como una herramienta viable de apoyo interno, este diagnóstico institucional se fundamentó en lo establecido en el apartado anterior respecto a Usuario Primario Único (ver sección 6.3.1). Un enfoque de este tipo permitió identificar con precisión los “conectores” y “barreras” planteados por Ambrose y Harris para evaluar el éxito del proyecto de diseño desde el contexto real del entorno.

Bajo esta premisa, el enfoque de la investigación no se centró en un público amplio, sino hacia la comprensión de la dinámica laboral del usuario directo. Sus necesidades operativas y la falta de conocimientos en el área del diseño, constituyeron el elemento clave para establecer las bases conceptuales que orientaron el desarrollo del manual.

De esta forma, la integración formal de este perfil estructurado en identidad, contexto sociodemográfico y geográfico, biografía, objetivos y motivaciones, obstáculos, comportamientos, herramientas y necesidades, estableció datos relevantes para adaptar la solución ofrecida en la propuesta de diseño a la realidad humana y operativa del usuario dentro de la institución. (ver sección 9.1.2)

6.4 Recopilación de fuentes primarias y secundarias

6.4.1 Investigación secundaria (Recolección indirecta)

Se ejecutó el procedimiento de recolección indirecta ante el vacío documental de registros técnicos de diseño identificados en la Asociación. La búsqueda de normativas y estudios similares que definen el marco de referencia del proyecto.

6.4.1.1 Búsqueda Documental

Se localizaron documentos claves como el perfil institucional 2026 y la presentación de políticas internas, donde se identificó que la institución está adscrita al Ministerio de la Familia (MIFAN).

6.4.1.2 Referencia Legal

Ante la falta de acceso a documentos específicos del convenio con el MIFAN, se procedió a revisar la Ley 763 (Ley de los Derechos de las Personas con Discapacidad), citada en políticas del Hogar, para obtención de los lineamientos sobre el respeto a la imagen de los residentes.

6.4.1.3 Análisis comparativo

Se realizó una búsqueda de estudios sobre elaboración de manuales de normas gráficas para establecer parámetros de comparación profesional que no existen en la Asociación.

6.4.2 Investigación primaria (Recolección directa)

6.4.2.1 Aplicación de entrevista semi-estructurada al usuario

La aplicación de la guía de entrevista, se realizó de manera presencial. Durante este encuentro, se registraron las respuestas mediante notas de campo. Este proceso permitió captar datos relevantes para validar la importancia de un manual de lineamientos de comunicación visual. (Ver Anexo 1)

6.4.2.2 Aplicación de entrevista semi-estructurada al experto

La recolección del criterio especializado se llevó a cabo mediante una sesión planificada, estructurada en relación con los objetivos específicos. El intercambio de criterios permitió enriquecer el sustento teórico-práctico del proyecto. (Ver Anexo 2)

6.4.2.2 Matriz de Diagnostico técnico

Esta fase operativa comprendió la recopilación y selección de muestras gráficas de las redes sociales oficiales. La selección de estas piezas consistió en registrar las deficiencias en el manejo de los componentes visuales. (Ver Anexo 3)

6.5 Análisis e interpretación de datos

Aquí se detalla el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a partir del plan de investigativo organizado en fuentes secundarias y primarias.

6.5.1 Análisis de fuentes de investigación secundaria

Esta recolección de datos indirectos permitió establecer el marco conceptual, legal y técnico del proyecto mediante la revisión de documentos internos y análisis de proyectos internacionales similares.

Documentación interna

Perfil Asociación Hogar de Protección para Niños y Niñas Pajarito Azul

Hogar Pajarito Azul - Diplomado Keiser

Durante el análisis de los documentos internos se identificó:

Que la Asociación se define como una entidad sin fines de lucro adscrita al Ministerio de la Familia (MIFAN) por ello operan bajo su supervisión y marcos legales como la Ley 763. Su misión se orienta en que los residentes adquieran una mayor independencia personal mediante un proceso de rehabilitación integral, en su visión desean contar con una red de amigos y padrinos, amplia y organizada. Los valores que conducen su actuar son: Fe en Dios, amor, responsabilidad, trabajo en equipo, creatividad y respeto.

Interpretación:

La información extraída de los documentos internos nos dió a conocer que su larga trayectoria se basa en valores humanos y religiosos. En el contexto de la comunicación visual esta no debe ser improvisada sino alineada a estos valores y a las directrices del MIFAN para que todo lo que se realice sea con dignidad y respeto a la imagen de los residentes.

Referencia Legal

Ley 763 (Ley de Derechos de las personas con discapacidad)

Análisis:

Como se ha mencionado en puntos anteriores, la ley 763 constituye el marco legal de la Asociación como entidad adscrita al MIFAN. De está ley hemos identificado 4 artículos relevantes para el proyecto:

Art. 1: La presente Ley tiene por objeto establecer el marco legal y de garantía para la promoción, protección y aseguramiento del pleno goce y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos de las personas con discapacidad, respetando su dignidad inherente y garantizando el desarrollo humano integral de las mismas, con el fin de equiparar sus oportunidades de inclusión a la sociedad, sin discriminación alguna y mejorar su nivel de vida; garantizando el pleno reconocimiento de los derechos humanos contenidos en la Constitución Política de la República de Nicaragua, leyes y los instrumentos internacionales ratificados por Nicaragua en materia de discapacidad. (Ley N.º 763, 2011, art. 1).

Art. 44: El Estado garantizará, por medio del Ministerio de Educación y solicitará al Consejo Nacional de Universidades que dentro del Sistema Educativo Nacional a través de programas y proyectos, la creación de sistema curricular metodologías y educativas que permitan la educación, formación y toma de conciencia sobre los derechos de las personas con discapacidad y la creación de una sociedad inclusiva, fomentando la dignidad y la igualdad de todas las personas. (Ley N.º 763, 2011, art. 44)

Relación con la propuesta de diseño: Estos mandatos son la base para la creación del sistema de iconografía e ilustraciones de estilo amigable del manual. El diseño actúa como una herramienta de conciencia social, que permite comunicar de manera profesional temas complejos de discapacidad, evitando prejuicios y reafirmando el valor humano del residente, facilitando así su inclusión social.

Art. 25: El Estado debe crear las condiciones para que se respeten los derechos de las personas con discapacidad, a ser protegidos contra la discriminación, explotación, la violencia social, especialmente la violencia intrafamiliar y sexual, y el abuso, la tortura, abandono, a tratos y penas crueles, inhumanas o degradantes, e intervenir y anteponer el derecho humano vulnerado por encima de cualquier circunstancia. (Ley N.º 763, 2011, art. 25)

Relación con la propuesta de diseño: Desde la comunicación visual, la ley impone eliminar la narrativa visual de “vulnerabilidad” o “lástima” identificada en el diagnóstico. Esto implica la prohibición de recursos gráficos que victimicen a los residentes, asegurando que la identidad visual del Hogar proyecte una imagen de respeto, alineada al compromiso humanitario institucional.

Art. 27: El Estado debe respetar y hacer que se respete el derecho a la privacidad de las personas con discapacidad, no debe ser objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, familiar, hogar, correspondencia u otro tipo de comunicación, o de agresiones contra su honor y su reputación e integridad moral. (Ley N.º 763, 2011, art. 27)

Relación con la propuesta de diseño: Es el pilar legal que justifica la estrategia de referentes fotográficos (Marco y Encuadre). Con el fin de cumplir con esta norma, el manual contiene estrictas pautas técnicas de encuadre compositivo para resguardar la identidad de los 72 residentes. Aquí el diseño se considera una salvaguarda legal donde el encuadre es la herramienta técnica de la privacidad e integridad del sujeto representado.

Interpretación:

En relación al manual y desde la perspectiva de la comunicación visual, estos artículos convierten el diseño en un sistema de cumplimiento normativo.

Comparativa técnica - Estudios similares

Creación del Sistema de identidad corporativa de la ONG “Dulce Corazón” de la ciudad de Guayaquil (Aguilar & Zumba, 2020)

Desarrollo de manual de normas gráficas para la mejora de los procesos gráficos y de comunicación de la DEDEV (Serrano, 2022)

Se identificaron elementos comunes como:

Estandarización de lineamientos gráficos:

Ambos proyectos determinan la necesidad de unificar criterios técnicos para la coherencia visual en todos los soportes y evitar gestiones gráficas débiles e ineficientes.

Diseño de manual:

Se coincide en la creación de manuales ya sea de normas gráficas o de marca como instrumento técnico cuya función se basa en guiar el uso del identificador gráfico, tipografías, colores, etc.

Proceso de producción gráfica:

Ambos referentes siguen una estructura formal del proceso de diseño desde el concepto creativo hasta los diseños finales en sus correspondientes formatos lo que asegura la calidad técnica de las piezas gráficas.

Los proyectos referentes incluyen:

Creación del Sistema de identidad corporativa de la ONG “Dulce Corazón” de la ciudad de Guayaquil (Aguilar & Zumba, 2020): Este proyecto se desarrolló basado en las etapas de la metodología Design Thinking, con un enfoque cualitativo, la propuesta de diseño abarco la construcción de un isotipo y las variaciones de color del imagotipo, el manual corporativo que norma el uso de tipografía y colorimetría y aplicaciones de marca.

Desarrollo de manual de normas gráficas para la mejora de los procesos gráficos y de comunicación de la DEDEV (Serrano, 2022): El producto principal es el Manual de normas gráficas que detalla jerarquía tipográfica, códigos de color, sistema iconográfico, además, entrega piezas de papelería institucional.

Interpretación:

La revisión de estos estudios referenciales demuestra que los lineamientos gráficos son una solución técnica necesaria para corregir la comunicación fragmentada en instituciones sociales como “Hogar Pajarito Azul”. El diseño de manuales permite mejorar la gestión visual.

6.5.2 Análisis de fuentes de investigación primaria

Entrevista semi-estructurada usuario

Análisis sección de Diagnóstico - Situación actual

La información obtenida en la entrevista reveló que se opera actualmente bajo “un vacío documental” en cuanto a la comunicación visual, ya que no se dispone de manuales o guías técnicas que orienten el uso de los elementos de su identidad visual establecida legalmente. Al respecto la entrevistada admitió: “no tenemos exactamente... en sí un documento donde se indique todo lo que me acaban de mencionar, no lo tenemos como tal porque la verdad que eso no ha sido como una prioridad” (C. Perez, comunicación personal, 6 de abril de 2026).

La producción de contenidos digitales recae únicamente en la Coordinadora Técnica, quien asume esta gestión de forma empírica. Se refleja una sobrecarga laboral debido a que muchas veces debe crear estas piezas fuera de sus horas laborales, señalando que: “invierto poco tiempo, inclusive lo hago fuera de hora laborales porque aprovecho el tiempo que tengo en mi casa” (C. Perez, comunicación personal, 6 de abril de 2026). Esta dinámica operativa deriva una falta de constancia en redes sociales.

Interpretación

La problemática actual es principalmente operativa y estratégica, debido a la carencia de lineamientos técnicos y una gestión desordenada, incoherente e ineficiente.

Análisis sección - Inconsistencias técnicas - Identidad visual

No cuentan con archivos originales del identificador gráfico en alta resolución, operan con formatos descargados (JPG) e incluso facilitados por terceros de forma externa, lo que limita la calidad y ocasiona dificultades operativas, como el impedimento de manejo de la transparencia del identificador gráfico.

La entrevistada relató que: “Trabajamos con versiones descargadas, como hace tres años conseguí en formato JPG que me ayudó un muchacho de los Pipitos, él me lo hizo en ese formato” (C. Perez, comunicación personal, 6 de abril de 2026). Debido al registro legal y falta de tiempo por parte de la Directora, la imagen no ha evolucionado, por consiguiente, se mantienen los elementos de la imagen institucional, por inacción para cambios y no por estrategia, indicando que: “la directora no tiene el tiempo para hacer esos cambios por eso no se ha visto el tema de la identidad”. (C. Perez, comunicación personal, 6 de abril de 2026).

Técnicamente, no hay criterios sobre el uso de tipografías, ni códigos de color específicos, es decir, se basan en la elección de fuentes por criterios personales. Según lo que indicó la entrevistada: “No trabajo con un mismo estilo, si me gusta y la veo bonita la letra ahí la dejo, sino la cambio” (C. Perez, comunicación personal, 6 de abril de 2026). Por esta razón, debe realizar un proceso de diseño desde cero para cada publicación.

Interpretación

La interpretación de los hallazgos confirma nuevamente la fragmentación visual, por la carencia de los lineamientos. La identidad visual depende del gusto personal de la Coordinadora Técnica, lo que impide el reconocimiento de imagen institucional del Hogar en sus plataformas de comunicación.

Análisis sección - Valores, protección y cuidado de la organización

La información recopilada evidencia una conducta de prevención y cautela, este actuar, se vincula al incidente legal (fotografía viralizada de un residente) el cual provocó una reprimenda respecto al cuidado, protección y privacidad de la imagen de los residentes. Al respecto la entrevistada mencionó: “en una ocasión se hizo viral ...una de las imágenes de uno de los muchachos y nos llamaron la atención...por eso con la fotografía trato de ser muy cuidadosa” (C. Perez, comunicación personal, 6 de abril de 2026).

Un hallazgo fundamental es la clara definición de la personalidad institucional: una entidad que debe proyectarse como empática, segura y apasionada con su labor. Al solicitarle que describiera al Hogar como si fuera una persona, la entrevistada respondió: “que conecte en realidad con la gente que quiere venir a conocer el trabajo del hogar, de los muchachos, una persona que vaya a conectar, pero que sea sensible y empática a la misma vez” (C. Perez, comunicación personal, 6 de abril de 2026). Por otro lado, también está el hallazgo sobre el acuerdo moral de que la institución busca visibilizar la “necesidad” más no mostrar “vulnerabilidad” que genera lástima, por lo que se establece una frontera clara entre el respeto a la dignidad y la privacidad: “no queremos que la gente sienta “que pobrecitos” nada de eso, sino que sea una manera de que ellos vengan y apoyen” (C. Perez, comunicación personal, 6 de abril de 2026). Para garantizar transparencia, en las fotografías se prefiere un estilo realista y natural.

Interpretación

La información recopilada revela la cautela derivada del incidente que implicó el actuar del MIFAN. No obstante, ese antecedente no debe ser un limitante, sino el sustento para normar el uso de la imagen bajo los principios de la Ley 763.

Desde la perspectiva del diseño, la personalidad institucional definida como empática, segura y apasionada, debe traducirse en códigos visuales que brinden una sensación de orden y coherencia técnica, elementos ausentes actualmente. Al establecer un estilo fotográfico realista y natural se unifica el valor de transparencia institucional, se deben definir marcos y encuadres fotográficos que guíen la interpretación del espectador evitando composiciones que muestren “vulnerabilidad” o generen lastima.

Análisis sección - Requerimientos para recursos gráficos

La información recopilada en esta sección demuestra la necesidad de requerimientos técnicos que optimicen la producción gráfica. Las principales necesidades identificadas son la falta de una paleta de colores preestablecida, tipografías fijas y plantillas definidas. La entrevistada señaló “Sería como el tener ya una paleta de colores o un solo diseño para las publicaciones ... pero usar siempre el mismo tipo de letra esa es una dificultad para mí”. (C. Perez, comunicación personal, 6 de abril de 2026).

Hay indicios de aceptación para dinamizar el contenido mediante el soporte de iconos e ilustraciones. En cuanto a los elementos a los que se les puede dar prioridad para que el espectador vea en las publicaciones se mencionaron por parte de la entrevistada, identificador gráfico, fotografías y frases “cortas pero claras” enfocadas en inclusión. En última instancia se reafirma que el material disponible se reduce a formatos del identificador gráfico descargados y material publicado como única referencia.

Interpretación

Los hallazgos de esta sección de la entrevista evidencian, de forma similar al estudio de Serrano (2022), que la estandarización gráfica es el paso técnico necesario para mejorar la comunicación visual y la gestión de la misma. Por tanto, el manual propuesto se valida como sistema de apoyo.

Entrevista semi-estructurada experto

Análisis sección objetivo 1

Desde la perspectiva experta, la consistencia visual es el pilar que otorga formalidad y distinción a una institución social. La experta enfatizó que mantener una línea gráfica clara “la distingue ante las otras empresas que van por el mismo rubro. Mantener una línea gráfica, es como darle personalidad a la institución...transmite más confianza y prestigio”. (M. Solís, comunicación personal, 1 de julio de 2026).

Al evaluar la imagen actual del Hogar, la experta identificó una brecha crítica de credibilidad, señalando que la falta de profesionalismo visual afecta la captación de la comunidad: “La imagen actual de Hogar Pajarito Azul no da confianza, no se ve como una Asociación seria, no lo veo profesional”. (M. Solís, comunicación personal, 1 de julio de 2026).

Un punto fundamental del análisis fue el tratamiento visual de los residentes. La experta sugirió transitar de una narrativa de limitación a una equidad y dinamismo, destacando que: “no veo que distingan a los residentes más allá de sus limitaciones... .Yo se que son personas que necesitan apoyo, pero se puede ser más dinámico e interactivo reflejando el trabajo en equipo de la Asociación...Lo que yo quiero ver es algo más humano, donde se note el trabajo mutuo entre los profesionales y los chicos”. (M. Solís, comunicación personal, 1 de julio de 2026).

Análisis sección objetivo 2

En el ámbito técnico, se destacó que la saturación y la falta de orden visual anulan el mensaje. La experta observó que en las piezas actuales los elementos carecen de equilibrio, manifestando que: “Como en las publicaciones que me mostraron, cuando los elementos se ven muy comprimidos y los bordes no tienen suficiente liberación, la composición pierde equilibrio”. (M. Solís, comunicación personal, 1 de julio de 2026).

Recalcó la función vital de las retículas para evitar la fatiga visual del espectador, recomendando que: “Incluso en las decoraciones y otros elementos gráficos se puede salir de la retícula, siempre que se respete los márgenes de respiro. Al final, eso dependerá de lo que se establezca en el manual, pero el objetivo es que la composición se vea estética y con balance”. (M. Solís, comunicación personal, 1 de julio de 2026).

Asimismo, destacó el papel del manual como herramienta que orienta la selección de fotografías bajo criterios que fortalezcan la coherencia de la identidad institucional: “En instituciones que apoyan a personas con discapacidad, la representación debe manejarse de manera formal y estética. Para ello, es importante realizar una planificación previa y respetar siempre los lineamientos establecidos en el manual”. (M. Solís, comunicación personal, 1 de julio de 2026).

Finalmente, la experta vinculó la firmeza de una marca con la capacidad de ser reconocida a través de una normativa técnica constante, sosteniendo que el profesionalismo visual es lo que modifica la percepción de una institución social. Al respecto, sostuvo que: “Un manual de marca ayuda a distinguir la institución de otras, protege el valor de la marca y transmite una imagen más profesional... Además, aporta seguridad, permanencia, estabilidad, versatilidad, y facilita el reconocimiento de la institución frente a otros proyectos relacionados con el apoyo a personas con discapacidad”. (M. Solís, comunicación personal, 1 de julio de 2026).

Interpretación: Los criterios técnicos de la experta confirmaron que la principal necesidad de Hogar Pajarito Azul no radica únicamente en la falta de piezas gráficas, sino también en la ausencia de lineamientos que orienten cómo comunicar visualmente de manera clara y coherente. Por tanto, su criterio profesional afirmó que la saturación de elementos dificulta que los mensajes conecten de forma efectiva con la comunidad. En este sentido, los hallazgos fortalecen la propuesta de desarrollar un manual como una solución para proyectar una imagen más sólida, coherente y confiable.

Diagnóstico técnico

Análisis del identificador gráfico y color

El análisis técnico de las publicaciones reveló una gestión visual caracterizada por un patrón recurrente de “ruido cromático”, donde los matices fueron elegidos al azar en lugar de seguir una paleta de colores institucional, lo que derivó en bajos contrastes que dificultaron la legibilidad.

En cuanto al identificador gráfico, la deficiencia más notable fue el uso constante de versiones en formato JPG con fondo blanco, lo que dificultaba una integración armónica con el resto de elementos.

Análisis de tipografía y jerarquía

El diagnóstico de las piezas gráficas reveló una deficiencia crítica en la estructuración de la información. En la mayoría de los posts analizados, se detectó la ausencia de jerarquía, lo cual impidió al espectador saber el orden e importancia de los mensajes. Se halló una recurrente competencia de pesos visuales y cuerpos de textos ilegibles por falta de contraste con el fondo, lo que provocó la anulación del mensaje.

Análisis de composición

Se reveló una carencia de estructura lógica en la organización de elementos. La composición de las piezas gráficas no poseía un equilibrio visual ni orden, esto confirmó que el contenido se creaba de forma improvisada, derivando en confusión visual.

Análisis de imagen

Con el diagnóstico técnico que se llevó a cabo, se reportó el uso recurrente de fotografías flotantes e integración inadecuada en el diseño. Esto evidenció que las imágenes fueron colocadas sin criterios de composición ni relación lógica con el resto de elementos. Se identificó el uso de máscaras circulares que generaban ruido visual y fallas en la proporción del formato de la fotografía. Todo lo anterior restó la calidad técnica de las piezas gráficas.

Interpretación general de hallazgos del Diagnóstico Técnico

El diagnóstico técnico reveló que la comunicación visual de la Asociación Hogar Pajarito Azul enfrentaba barreras que distorsionaban el mensaje institucional, producto de una identidad visual no reconocible en el contenido digital, ausencia de jerarquía, composición ruidosa y desequilibrada, carencia de criterios de marco y encuadre fotográfico.

Esta fragmentación visual constituyó lo que en puntos anteriores se definió como “ruido visual”. Estas deficiencias validaron la importancia de la propuesta de un Manual de Lineamientos de Comunicación Visual, orientado a prevenir las fallas técnicas en la producción gráfica.

6.6 Resultados y definición de estrategias

La definición de las estrategias fue el resultado de un proceso de triangulación. Este proceso permitió integrar la información obtenida de la Coordinadora técnica, las deficiencias detectadas a través de la matriz de diagnóstico técnico y el criterio técnico aportado por la experta en el área de diseño gráfico, elementos que sustentaron la propuesta. Como resultado, se definieron estrategias de diseño fundamentadas en los hallazgos del estudio.

6.6.1 Estrategia de normalización de la identidad (Identificador gráfico y color)

Tabla 1

Hallazgos sobre el estado del Identificador gráfico

Fuente	Hallazgos
Coordinadora	La institución no dispone de archivos originales o vectoriales del identificador gráfico y trabajan con versiones descargadas o facilitadas por terceros.
Experto	El identificador gráfico mal aplicado distorsiona todo el diseño y la falta de una línea de color profesional impide que la Asociación proyecte seriedad y confianza
Matriz	Uso recurrente del identificador gráfico en formato JPG con fondo blanco lo que genera ruido visual e impide una integración armónica en las piezas gráficas

Nota. Elaboración propia

Fundamentación: Esta estrategia respondió a lo definido por Munari como codificación unitaria, el cual se consideró esencial para que el mensaje sea recibido de forma objetiva por el público y se reconozca la imagen de la institución de forma directa.

6.6.2 Estrategia de un sistema de jerarquía y tipografía

Tabla 2

Hallazgo sobre uso y estructura de la tipografía

Fuente	Hallazgos
Coordinadora	No existen criterios sobre el uso de la tipografía, la selección es empírica según su gusto personal para cada publicación.
Experto	Debe haber una estructura clara de títulos y subtítulos para guiar la lectura.
Matriz	Deficiencia en la estructura de la información, textos ilegibles por falta de contraste y competencia de pesos visuales.

Nota. Elaboración propia

Fundamentación: Según Lupton y Phillips sin la jerarquía visual la comunicación resulta en una difícil navegación del contenido. Al definir las familias tipográficas funcionales se evitan las elecciones al azar y se reduce el ruido visual.

6.6.3 Estrategia de maquetación (Plantillas y retículas modulares)

Tabla 3

Hallazgo sobre la producción de piezas gráficas

Fuente	Hallazgos
Coordinadora	Limitación de tiempo y necesidad de agilizar la producción.
Experto	El diseño depende de la cuadrícula que se establezca, deben dejarse márgenes de respiro para que los elementos no se vean comprimidos. Uso de plantillas para acortar el tiempo de quien gestiona las redes sociales.
Matriz	Carencia de estructura lógica, composiciones ruidosas, falta de alineación y elementos saturados que generan confusión visual.

Nota. Elaboración propia

Fundamentación: Para toda composición el espacio debe ser un campo dotado de estructura. El uso de plantillas resuelve las barreras identificadas y simplificar la creación de contenido.

6.6.4 Estrategia de referentes fotográfico (marco y encuadre)

Tabla 4

Hallazgo sobre manejo de imagen de los residentes

Fuente	Hallazgos
Coordinadora	Cautela institucional por la viralización de imagen de uno de los residentes.
Experto	Representación mediante planificación previa y respetando lineamientos sobre cómo deben presentarse los profesionales con los residentes.
Matriz	Carencia de lineamientos para el encuadre de los residentes y uso de marcos circulares que distorsionan la proporción de las fotografías.

Nota. Elaboración propia

Fundamentación: Normar el encuadre evita composiciones victimizantes por lo cual la estrategia debe estar alineada a los principios de la ley 763.

6.6.5 Estrategia de desarrollo de recurso gráficos de apoyo

Tabla 5

Hallazgo sobre recursos visuales de apoyo

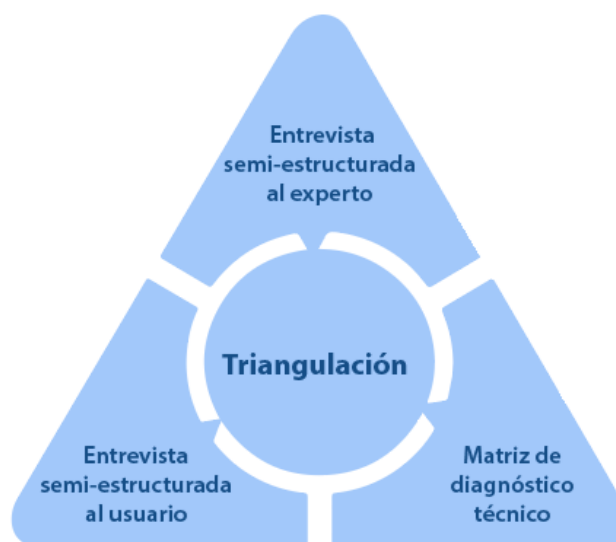
Fuente	Hallazgos
Coordinadora	Interés en recursos gráficos para apoyo visual en temas complejos de discapacidad de forma más amigable e inclusiva.
Experto	Todo recurso gráfico es positivo, estos elementos fortalecen la identidad institucional.
Matriz	No se evidencian recursos gráficos de apoyo, el contenido dependía en su mayoría de fotografías.

Nota. Elaboración propia

Fundamentación: Utilizar estos recursos en temas complejos permite dinamizar la narrativa del mensaje a través de un lenguaje visual moderno y coherente.

Figura 1

Esquema de triangulación de fuentes de información



7. Estudio Técnico y Organizativo

7.1 Estudio Técnico

Este estudio establece los recursos y herramientas tecnológicas para el desarrollo y creación efectiva del manual de lineamientos. El objetivo es que la propuesta de diseño sea una solución viable y factible.

7.1.1 Localización

La localización del estudio se divide según la naturaleza de las actividades: El sitio operativo (trabajo remoto) y el entorno institucional (trabajo de campo). El sitio operativo comprende áreas de trabajo personal equipadas técnicamente para las fases de contextualización y diagramación técnica, es fundamental que este espacio cuente con una conectividad estable para búsqueda, gestión de información y respaldo de archivos.

Por su parte el entorno institucional son las instalaciones de la Asociación Hogar Pajarito Azul (ubicado en el km 10 1/2 de la carretera nueva león, Managua), para recopilación de datos y ejecución de actividades de campo. Para garantizar la efectividad, se requiere acceso a zonas específicas dentro del Hogar:

Espacio de gestión: Área administrativa para el intercambio de información con el sujeto directo.

Entorno de producción fotográfica: Disponibilidad de un espacio físico para generar el material fotográfico.

7.1.2 Tamaño y Capacidad

El proyecto se concibe como un proceso de producción gráfica con un volumen de entrega final que consiste en un manual y piezas gráficas entregadas en archivos finales listos para su implementación.

Más que una cantidad de piezas gráficas a desarrollar, la producción se enfoca en la creación del manual como un sistema de herramientas gráficas. Los componentes técnicos a desarrollar son: manual de lineamientos, iconos e ilustraciones personalizadas y plantillas editables.

El alcance de este proyecto es de carácter institucional-estratégico, con enfoque de usuario único. La solución es planteada específicamente para ser operada por la encargada de coordinación técnica.

7.1.3 Recursos Tecnológicos

La ejecución técnica de esta propuesta se fundamenta en un sistema de implementación digital que permite una transición desde la fase de creación hasta su implementación final.

En lo que respecta al hardware, el flujo de trabajo requiere de computadoras portátiles con procesadores de alto rendimiento y capacidad de procesamiento gráfico, elementos indispensables para el manejo fluido de archivos pesados y ejecución de procesos visuales

Asimismo, se contempla el uso de dispositivos de memoria externa y sistemas de almacenamiento para gestión, respaldo y transferencia segura de la información recopilada durante las fases de investigación y diseño.

En cuanto al software se utilizan herramientas que permiten el control de los componentes del lenguaje visual. Se utiliza Adobe Illustrator para vectorización y desarrollo del sistema de iconografía e ilustraciones personalizadas. Integrado en el proceso Adobe InDesign se emplea para la diagramación y maquetación técnica del manual.

7.1.4 Especificaciones Técnicas

Con el propósito de garantizar la calidad visual de las propuestas gráficas en cualquier medio, se establecen los siguientes parámetros técnicos de producción:

Para los formatos de salida se ha determinado el uso de documento PDF (versión para impresión), archivos PNG de alta resolución a 300 dpi y archivos SVG como recurso base flexible, editable y escalable sin pérdida de calidad.

La gestión de la paleta cromática se define bajo dos modelos de color independientes para evitar variaciones o distorsiones visuales según el soporte de salida. El modelo RGB complementado con sus respectivos códigos hexadecimales, se destina para visualización óptima, pantallas. Por su parte, para la producción de materiales impresos y papelería administrativa, se emplea el modelo CMYK para evitar inconsistencias tonales.

La selección tipográfica se rige por criterios de diseño funcional y legibilidad priorizando una estructura lógica y coherente para evitar distractores entre la información y el intérprete.

7.1.5 Proceso de Diseño

Para el desarrollo del sistema visual de este proyecto se adoptó la metodología propuesta por Gavin Ambrose y Paul Harris, la cual estructura el diseño como un proceso de pensamiento lógico y estratégico para la resolución de problemas. Este proceso se desarrolló con amplitud en el Capítulo 9, donde se evidenció la ejecución de las 7 fases.

7.1.6 Materiales y Suministros

En este apartado se definen los recursos finales que se entregan para asegurar la implementación gráfica efectiva. El sistema de impresión contempla la selección de sustrato (papel) y método de encuadernación específico según la durabilidad y calidad del manual físico en conjunto, se establece sistemas de entrega digital organizado en carpetas que contienen el conjunto de piezas gráficas en sus formatos finales correspondientes (como pdf, png...) para acceso y resguardo de cada recurso.

Los suministros operativos incluyen un set de plantillas y recursos gráficos auxiliares (icono e ilustraciones) configurados bajo la relación de aspecto requeridas para las plataformas de publicación, en este caso Facebook e Instagram

7.1.7 Control de calidad

Para respaldar la integridad de los recursos, se implementa un protocolo de control de calidad que inicia con la revisión de los archivos finales según especificaciones técnicas y estándares de calidad. Este proceso incluye una verificación pre-impresión, donde se supervisan aspectos como márgenes de seguridad, sangrado y resolución, minimizando de esta manera los errores técnicos, no se busca redefinir parámetros, sino asegurar el cumplimiento de lo establecido en el apartado 7.1.4 mediante los siguientes pasos:

- Revisión técnica de cada archivo final para garantizar que en la exportación final no existan distorsiones visuales ni pérdida de información del software de edición al formato de entrega.
- Verificación de perfiles de color para confirmar que la separación tonal corresponde al soporte de salida, evitando de esta manera inconsistencias en la reproducción de la identidad visual.

- Supervisión de la densidad de puntos por pulgada en todos los recursos en los recursos PNG para asegurar que cumplen con el estándar de nitidez requerido.
- Revisión de las plantillas, asegurando la conservación de los márgenes de seguridad y áreas de protección establecidas para el identificador gráfico.
- Organización de las carpetas y asignación de nomenclaturas claras para los archivos, asegurando el acceso rápido y el resguardo de la información institucional.

Tabla 6

Criterios de validación técnica

Indicador	Criterio de Cumplimiento
Legibilidad	Ausencia de ruido visual y correcta lectura de contenido en soportes impresos y digitales.
Coherencia visual	Aplicación uniforme de los códigos visuales en las piezas realizadas.
Operatividad	Reducción de la carga de trabajo de la Coordinadora técnica al utilizar recursos listos para su implementación.
Integridad Técnica	Verificación de que los archivos finales cumplen los parámetros de exportación y gestión de color.
Versatilidad	Capacidad de los recursos gráficos para adaptación en distintas escalas y formatos sin pérdida de calidad.

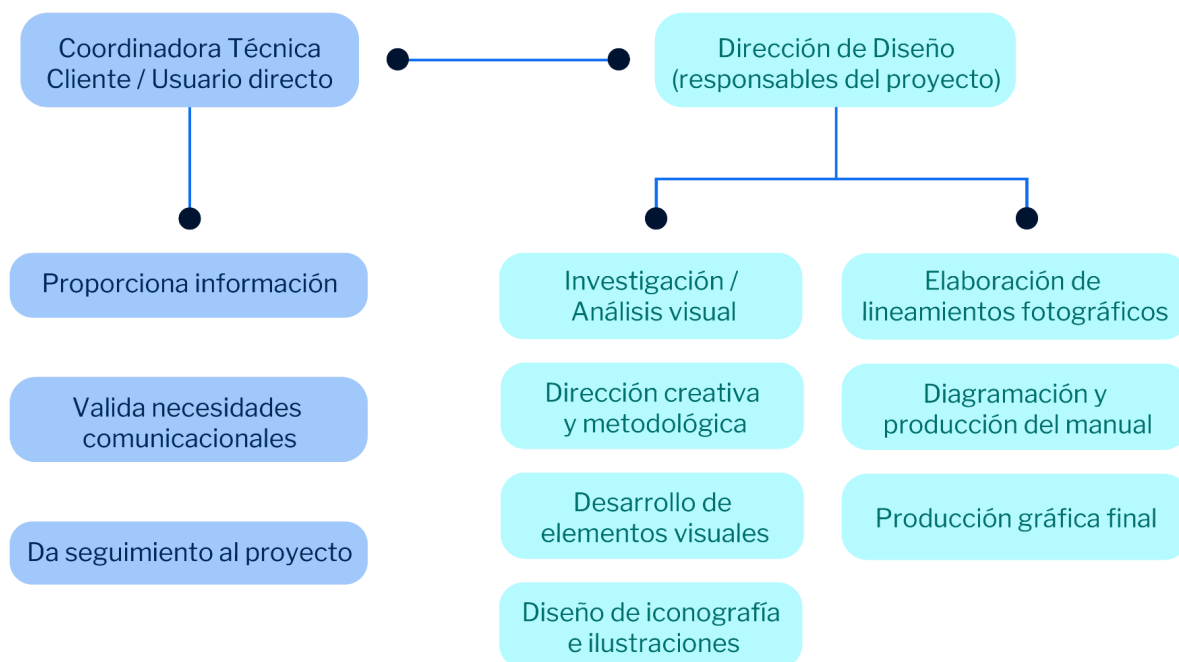
Nota. Elaboración propia

7.2 Estudio Organizativo

7.2.1 Estructura organizacional

Figura 2

Organigrama del proyecto



Descripción de roles y responsabilidades

Coordinadora técnica: Responsable de proporcionar información institucional, identifica las necesidades comunicacionales y valida los lineamientos visuales desarrollados. Su participación garantiza que el manual sea una solución funcional. Además, será la encargada de velar por la correcta implementación del manual y comunicar cualquier necesidad de actualización derivada de cambios institucionales.

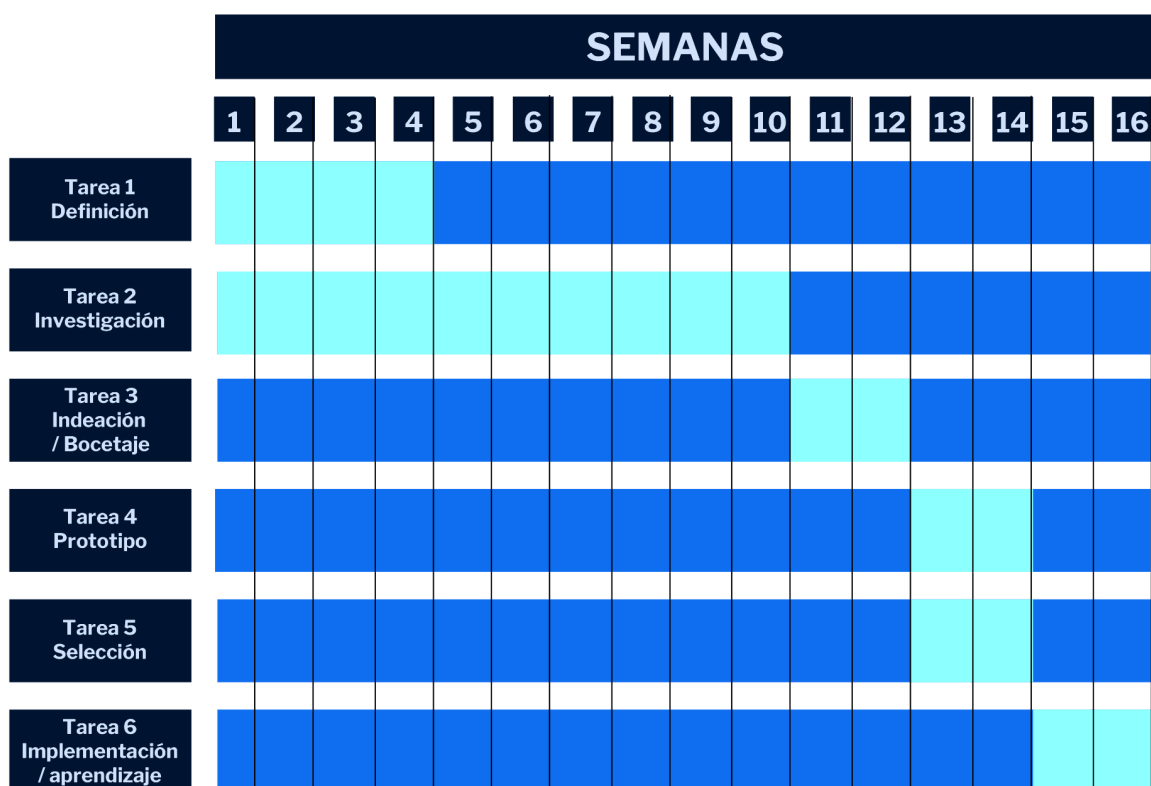
Dirección de diseño: Diseñadoras encargadas de la dirección metodológica y creativa del proyecto, responsables de la investigación, análisis y desarrollo de la propuesta. Tienen a su cargo la normalización de los elementos de identidad visual existentes, creación de iconografía e ilustraciones, propuesta de referentes fotográficos, así como también diagramación y producción del manual.

7.2.2 Planificación Temporal

7.2.2.1 Cronograma de Actividades

Figura 3

Diagrama de Gantt



7.2.3 Sistemas de coordinación

Reuniones internas de equipo semanales y uso de herramientas colaborativas. La comunicación dentro del Hogar se mantiene a través de la Licenciada de Coordinación Técnica (sujeto directo del proyecto). Una vez entregado el manual, la Coordinadora Técnica será el enlace institucional encargado de supervisar su aplicación y comunicar cualquier observación relacionada con su implementación.

7.2.4 Seguimiento de la implementación

Con el propósito de garantizar la correcta aplicación del Manual de Lineamientos de Comunicación Visual una vez finalizado el proyecto, se propone establecer un mecanismo de seguimiento orientado a verificar la efectividad del producto de diseño entregado.

Se recomienda que, tras un período considerable de uso, la Coordinadora técnica realice verificaciones periódicas para evaluar los siguientes aspectos técnicos:

- La correcta aplicación del identificador gráfico en sus diversas variantes.
- El uso adecuado de la paleta de colores institucional para evitar el “ruido cromático” identificado en el diagnóstico técnico.
- El empleo de las familias tipográficas Fira Sans y PT Sans en los niveles de jerarquía establecidos.
- La utilización de las plantillas editables y recursos gráficos para agilizar el flujo de trabajo.

Este proceso de seguimiento permitirá identificar de manera progresiva el impacto de la propuesta en la imagen institucional y en la interacción con el público en canales digitales. Ante la identificación de nuevas barreras o necesidades comunicacionales, se propone registrar dichas observaciones como recurso base para la mejora continua y futuras actualizaciones del documento.

7.2.5 Actualización del manual

Se concibió como un documento flexible, propenso a actualizaciones cuando la institución incorpore nuevos canales de comunicación, recursos gráficos o modificaciones en su identidad visual.

Las futuras actualizaciones deberán conservar los principios técnicos establecidos en el manual para garantizar la consistencia de la comunicación institucional.

7.2.6 Marco Legal

Derechos de autor

Como creadoras originales de la diagramación, iconografías e ilustraciones del manual conservamos los derechos de autoría del diseño. No obstante, se otorga a la asociación Hogar Pajarito Azul la licencia de uso exclusivo para fines institucionales de los recursos gráficos en sus canales oficiales de comunicación.

Política de revisión

Con el objetivo de optimizar los tiempos de entrega y respetar el cronograma de ejecución técnica, se estableció un protocolo de validación con la encargada de Coordinación Técnica. Asimismo, se estipuló un límite de cambios estructurales en la fase de selección. En caso de futuras actualizaciones, estas deberán responder a las nuevas necesidades institucionales manteniendo la coherencia de la identidad visual definida.

Términos y condiciones

El uso de cualquier material fotográfico o información interna se rige por un compromiso de confidencialidad absoluta. Los términos de entrega condicionan el uso de fotografías a los lineamientos de dignidad y no victimización, prohibiendo el uso de este material para fines ajenos a la misión humanitaria de la asociación.

8. Planificación de Costos

La planificación de costos se elaboró con base en los recursos tecnológicos, materiales y operativos definidos en el estudio técnico del proyecto. Es imperativo reiterar que este proyecto se entrega como una donación académica y social íntegra para la Asociación. (Ver Anexo 4)

8.1 Inversión inicial

Se estima según los recursos físicos y digitales necesarios para la implementación de la propuesta.

8.1.1 Activos fijos (Equipamiento)

Computadora portátil: Recurso indispensable para la edición de archivos vectoriales, diagramación y la ejecución de procesos visuales complejos que requieren alta capacidad de procesamiento gráfico para garantizar un flujo de trabajo eficiente.

Cámara réflex de gama básica: Equipo profesional utilizado para cumplir con los lineamientos de “dignidad y no victimización”, se necesita este equipo para capturar los registros fotográficos con los encuadres técnicos.

8.1.2 Activos diferidos (Investigación de campo)

Comprende los gastos logísticos principalmente de transporte, requeridos para realización de la entrevista, recopilación de información y tomas de material fotográfico en las instalaciones del Hogar.

8.2 Costos de proyecto

Los gastos se han clasificado en directos e indirectos para la ejecución de las 7 fases del diseño según la metodología de Ambrose y Harris.

8.2.1 Costos directos:

Honorario del equipo creativo: Corresponde a la valoración del tiempo de trabajo profesional referido para el desarrollo de las actividades de investigación, análisis, diseño, producción y validación de la propuesta.

Material de prototipado: Cubre la materialización física del proyecto (impresión de prueba e impresión final del manual), asegurando la durabilidad y calidad del sustrato (papel) que se entregará a la asociación.

8.2.2 Costos indirectos:

Software y Licencias (Mensual)

Adobe Creative Cloud: Específicamente los programas Adobe Illustrator para la vectorización y normalización del identificador gráfico y Adobe InDesign para la diagramación del manual.

Servicios operativos: Servicio de internet de alta velocidad y energía eléctrica, son costos necesarios para la investigación online y la operatividad del equipo tecnológico durante las horas de ejecución del proyecto.

Depreciación de Hardware: Cálculo del desgaste real de los equipos tecnológicos por el uso intensivo durante las fases de producción gráfica.

9. Proceso de Diseño

El proceso de diseño para el Manual de Lineamientos de Comunicación Visual de la Asociación Hogar Pajarito Azul se rige por la metodología de Ambrose & Harris, la cual define el diseño como un proceso de pensamiento lógico y estratégico para la resolución de problemas. Este sistema de 7 fases permite crear una solución factible que valida cada decisión creativa.

9.1 Fase de Análisis

9.1.1 Fase 1 Definición:

Se inició con el análisis del brief, el cual permitió delimitar el alcance de la propuesta e identificar aspectos prioritarios que debían resolverse para responder a la problemática detectada . En este sentido, se definieron los criterios que orientaron el desarrollo del sistema visual estableciendo como componentes principales la normalización del identificador gráfico, el sistema cromático y tipográfico, los lineamientos de composición, los criterios fotográficos, recursos gráficos de apoyo y plantillas editables. Estas decisiones proyectuales priorizaron funcionalidad, facilidad de implementación y consistencia.

Figura 4

Documento de síntesis y requerimientos del proyecto

BRIEF PROYECTO

Diseño de Manual de Lineamientos de Comunicación Visual
(HOPROPA)

PERFIL DE ASOCIACIÓN (HOPROPA)

Es una organización sin fines de lucro dedicada al cuidado y protección de niños, jóvenes y adultos con discapacidad en Nicaragua. Su labor humanitaria se centra en temas sociales por lo que requiere una comunicación visual sólida.

PROBLEMA (POR QUÉ)

- Fragmentación técnica de los archivos de marca (logo y paleta cromática).
- Carencia de jerarquía visual en piezas gráficas actuales.
- Falta de agilidad en la creación de materiales.

USUARIO (¿QUIÉN?)

- Usuario directo y único: Coordinadora Técnica.
- Contexto del Usuario: Actualmente es la única encargada de la comunicación gráfica de la institución. El manual es una herramienta técnica diseñada para optimizar su flujo de trabajo.

ENTREGABLE (¿QUÉ?)

Manual de lineamientos de comunicación visual que incluya: ajuste técnico del logo, paleta cromática, sistema tipográfico, recursos gráficos (íconos e ilustraciones) y plantillas para gestión de contenido en redes.

ENTORNO (¿DÓNDE?)

Se utilizarán en el entorno digital para gestión de contenido en plataformas de facebook e instagram y en soportes físicos dentro de las instalaciones de la asociación.

DESCRIPTORES CLAVES

Sustantivos: normativa, estructura, sistema

Cualidades del proyecto: Funcional, accesible, profesional, coherente

Verbos: estandarizar, optimizar, facilitar

9.1.2 Fase 2 Investigación

En esta fase la información obtenida permitió establecer los criterios técnicos que orientaron el desarrollo del sistema visual. Los hallazgos evidenciaron la necesidad de organizar los principales elementos del lenguaje visual, priorizando aquellos que incidían directamente la consistencia gráfica y la factibilidad de producción de las publicaciones. Asimismo el desarrollo del perfil de usuario único permitió identificar características, necesidades operativas y limitaciones de la Coordinadora Técnica como responsable de la comunicación visual de la Asociación. Estos criterios constituyeron la base para que las decisiones también respondieran a las necesidades identificadas durante el diagnóstico.

Figura 5

Publicaciones digitales de la Asociación analizadas para el diagnóstico técnico



Nota. Piezas gráficas obtenidas de las redes sociales oficiales de la Asociación Hogar Pajarito Azul

Figura 6

Ficha de caracterización del usuario directo



PERFIL USUARIO

Identidad y Cargo

Cargo: Coordinadora Técnica

Responsabilidades: Además de sus tareas administrativas y técnicas, asume la gestión de las redes sociales (Instagram y facebook).

Características Demográficas

Edad: 31

Estado Civil: Casada

Licenciada en Trabajo social

BIOGRAFÍA:

Trabajadora Social especializada en atención a la discapacidad e intervención en crisis. Actualmente coordina el área de especialistas del Hogar, brinda apoyo a la dirección en la gestión estratégica de fondos y relaciones públicas. Ante la ausencia histórica de una gestión de imagen normalizada, aprendió diseño de forma empírica y autodidacta, produciendo contenido visual fuera de su horario laboral para asegurar la presencia digital institucional.

PERFIL PSICOGRÁFICO

Se considera una persona humana muy comprometida en su trabajo, empática y con ética profesional. Proactiva, serena y resiliente. Con habilidades de trabajo en equipo, escucha activa y habilidades blandas en el acompañamiento a personas con discapacidad y trastornos mentales.

OBSTÁCULOS

- Falta de Tiempo
- Recursos deficientes
- Vacío documental
- Limitación ética (Fotografías)
- Sostenibilidad digital en solitario (imagen y redes)
- Ausencia de soporte técnico externo
- Barreras legales en comunicación

NECESIDADES CLAVE (LO QUE EL MANUAL DEBE DARLE)

- Estandarización: Colores y tipografías ya definidos para no tener que elegirlos cada vez.
- Recursos listos para usar: Plantillas personalizadas, íconos e ilustraciones que solo tenga que adaptar.
- Referencias fotográficas: Guía de fotografías para instruir en el encuadre y composición sin afectar la privacidad de los residentes.

COMPORTAMIENTO Y HERRAMIENTAS

- Software que domina: Principalmente Canva para imágenes y CapCut para videos.
- Canales de gestión: Maneja la cuenta @pajaritoazul.17 en Instagram y Facebook.
- Estilo de trabajo: Autodidacta por necesidad, le gusta la comunicación directa y clara para resolver dudas.
- Utiliza su propio teléfono y datos móviles para el manejo de las redes de Hogar Pajarito Azul

OBJETIVOS (QUÉ QUIERE LOGRAR?)

- Lograr que el público entienda la labor humanitaria del Hogar
- Mantener activos los canales digitales (facebook / instagram) para informar
- Pasar de una comunicación improvisada a sólida, coherente y profesional

9.2 Fase de Diseño

9.2.1 Fase 3 Ideación

Siguiendo a Ambrose y Harris esta fase consistió en transformar los criterios definidos durante el análisis en soluciones gráficas. Las ideas iniciales se centraron en procesos clave:

Brainstorming (Lluvia de ideas)

Se consolidó en un enfoque creativo grupal para generar perspectivas de conceptos como protección, dignidad y atención integral, traduciendolos en soluciones gráficas estratégicas que definen la nueva línea visual del Hogar. Gracias a este proceso se identificaron los pilares técnicos esenciales para el contenido del manual.

Moodboard

Esta herramienta visual o panel de inspiración funcionó para estructurar las ideas y el tono comunicacional del proyecto. Este recurso facilitó una síntesis de conceptos visuales, permitiendo establecer una base técnica para definir la colorimetría, marco y encuadre fotográfico y estilos de los recursos gráficos de apoyo. (Ver Anexo 5)

Sketching (Bocetaje)

Este constituyó en la herramienta técnica clave para el desarrollo gráfico y construcción del sistema visual. Tal como sugieren Lupton & Phillips, estos ejercicios de visualización informal permiten que las ideas subjetivas se plasmen en objetos concretos, esta práctica resultó fundamental para abordar puntos de diseño generales y definir la anatomía de los nuevos recursos gráficos. (Ver Anexo 6)

9.3 Fase de construcción y simulación

9.3.1 Fase 4 Prototipo

Los prototipos permitieron visualizar la apariencia física antes de la producción final, lo que facilitó la detección de posibles errores. Tal como indican Ambrose & Harris “un prototipo también puede poner a prueba los aspectos visuales de un diseño” p. 22.

Este proceso facilitó el refinamiento progresivo de la propuesta mediante ajustes orientados a fortalecer la claridad visual y la coherencia entre los distintos componentes gráficos antes de la producción gráfica final. (Ver Anexo 7).

Figura 7

Estructura de retícula y diagramación de las páginas del manual

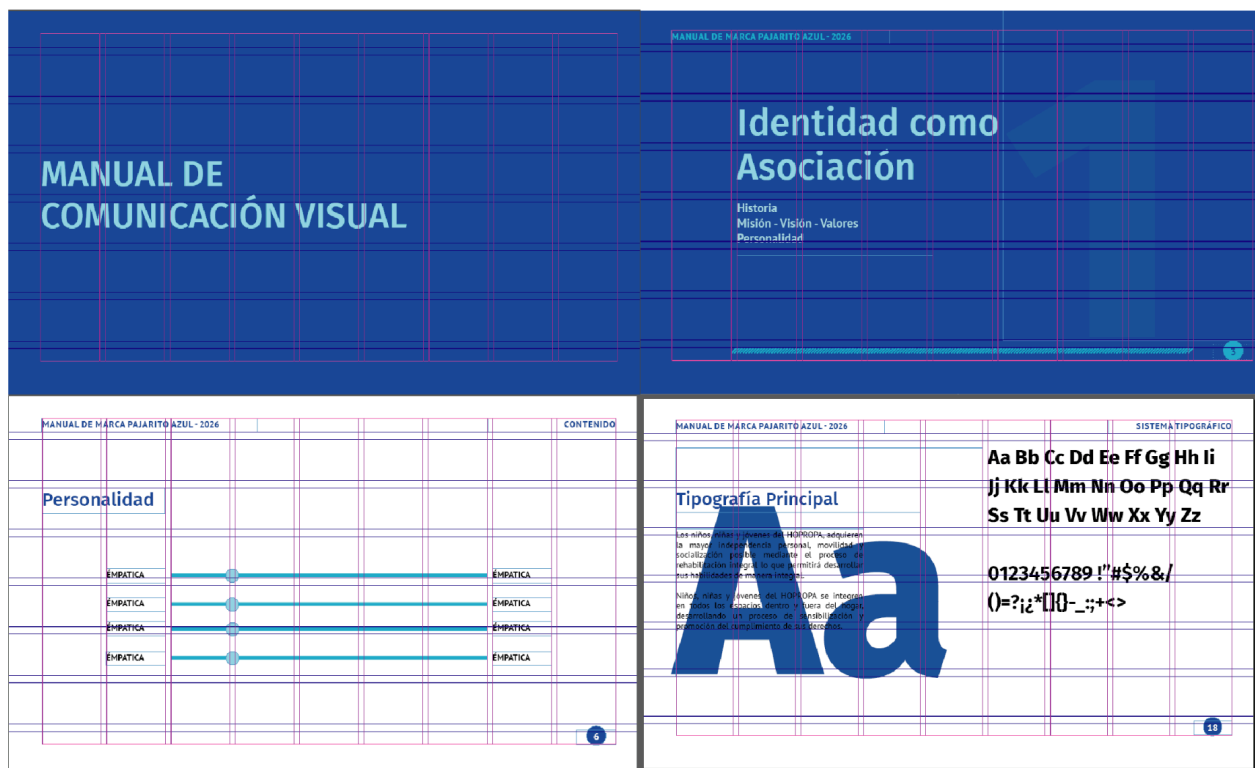
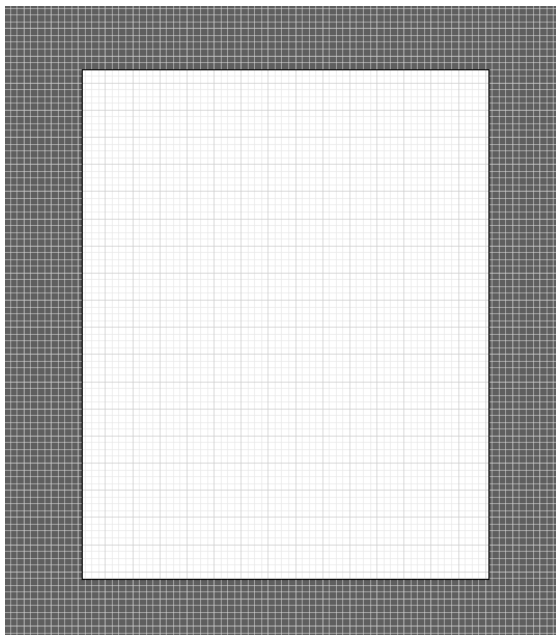


Figura 8

Mesa de trabajo y retícula de construcción en Adobe Illustrator



Se diseñaron retículas modulares como estructura para las plantillas de publicaciones, estableciendo márgenes y zonas de resguardo. Se evaluó técnicamente el equilibrio, alineación, jerarquía visual y distribución del espacio en la composición, asegurando que la Coordinadora técnica replique los diseños de manera ordenada y consistente.

9.3.2 Fase 5 Selección

En esta fase se evaluaron las propuestas y se eligió la más idónea frente a lo establecido en el brief para asegurar que la solución final no contuviera elementos innecesarios.

El proceso de selección fue un ejercicio de discernimiento estratégico para pasar de una gestión “empírica e improvisada” a un sistema visual sólido. Los recursos gráficos se evaluaron bajo dos pilares fundamentales: Identidad sólida y facilidad de uso para la Coordinadora técnica.

La normalización del identificador gráfico dio lugar a un sistema de aplicación compuesto por versiones autorizadas, áreas de protección, tamaños mínimos y criterios de uso, con el propósito de eliminar las inconsistencias detectadas.

Se definió el sistema cromático por medio de pruebas de coherencia institucional, contraste y diferenciación visual, estableciendo funciones específicas para cada color. Según Lupton y Phillips, el color no es solo relleno, sino que “puede transmitir un estado de ánimo, describir la realidad o codificar información” (p.81.). En este sentido, la elección de este sistema cromático equilibra la seriedad institucional con la calidez humana y la cercanía social. Los tonos fríos expresan credibilidad y orden, sumando los colores de acción (morado y naranja) para reflejar empatía y optimismo. Finalmente el beige unifica la composición con su base humana y acogedora.

Figura 9

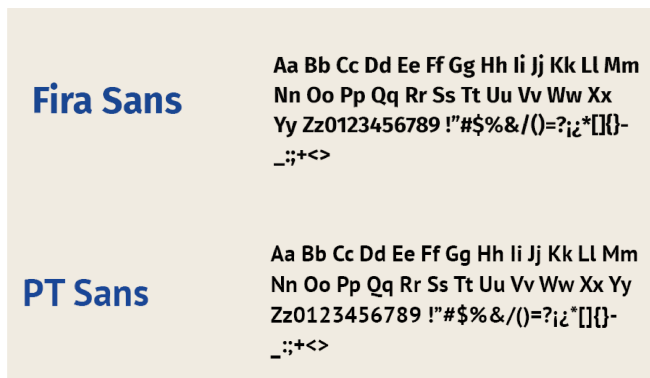
Paleta cromática y especificaciones técnicas



La elección de las familias tipográficas consideró su disponibilidad para uso comercial, compatibilidad con Canva, legibilidad y variedad de pesos tipográficos, permitiendo de esta manera estructurar una jerarquía clara para titulares, subtítulos y cuerpos de texto. Las Sans Serif mantienen un grosor de trazo uniforme. Ideal para medio digitales.

Figura 10

Definición de fuente tipográfica primaria y secundaria



En esta fase también se evaluó el estilo de la iconografía y las ilustraciones, procurando trazos uniformes, formas simplificadas y apariencia amigable. Conceptualmente, esta decisión respondió a la necesidad de facilitar la comprensión de contenidos.

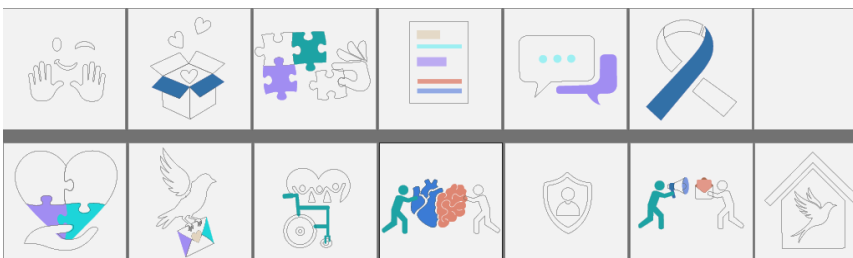
Figura 11

Línea de estilo de ilustración y propuesta de narrativa visual



Figura 12

Línea de estilo iconográfico



9.3.3 Fase 6 Implementación

Se desarrolló técnicamente el manual de lineamientos y todos sus recursos de apoyo. En esta fase el diseño se convierte en el producto físico o digital. Cada componente fue ajustado para garantizar su relación durante las etapas anteriores y preservar la unidad visual de la propuesta.

Figura 13

Visualización de la estructura del manual y páginas introductorias



Los recursos fueron organizados en un sistema compuesto por archivos editables y formatos finales para distintos medios de uso (PDF, PNG, SVG).

La solución de las plantillas personalizadas se configuró estratégicamente para ser implementadas en Canva.

Figura 14

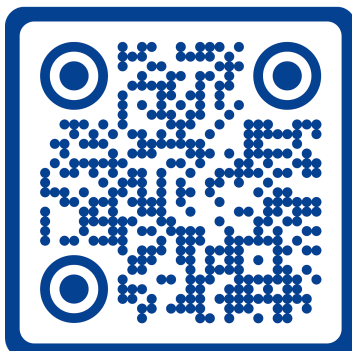
Propuesta gráfica de plantillas personalizadas para uso en Canva



Propuesta final de diseño

El siguiente QR permite acceder a la versión digital completa del Manual de Lineamientos de Comunicación Visual.

¡Escanéame Ahora!



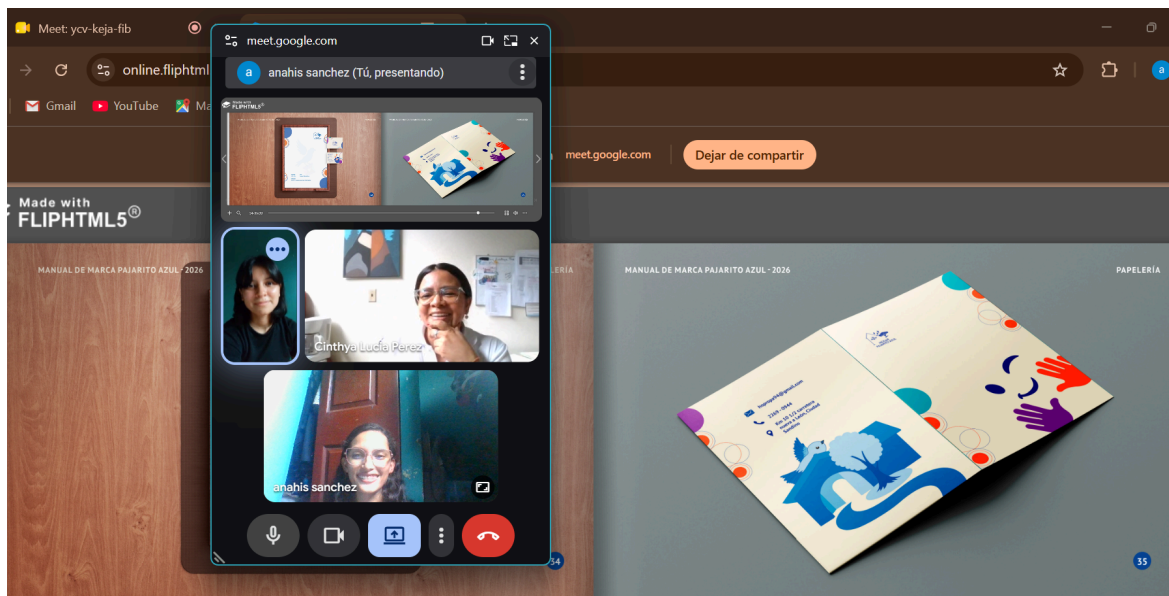
9.3.4 Fase 7 Aprendizaje

Finalmente se realizó la fase de verificación y retroalimentación de la propuesta. Durante esta etapa se analizó la interacción del usuario directo (Coordinadora Técnica) con la propuesta desarrollada para comprobar que la estructura del manual facilitara la comprensión de los lineamientos, la operatividad y la correcta interpretación de los recursos gráficos.

Las observaciones formuladas permitieron realizar ajustes en la representación de algunos íconos e ilustraciones antes de consolidar la versión final. Tras la incorporación de dichos ajustes, la Coordinadora técnica brindó su aprobación al resto de componentes del manual. Se alcanzó un consenso sobre la viabilidad de la paleta cromática, la normalización del identificador gráfico, plantillas, iconos e ilustraciones, concluyendo que la solución propuesta cumple con la necesidad de proyectar una imagen sólida.

Figura 15

Reunión virtual de presentación y validación de la propuesta



10. Conclusiones

La culminación del presente proyecto permitió cumplir con los objetivos establecidos para la creación del Manual de Lineamientos de Comunicación Visual de la Asociación Hogar Pajarito Azul. La propuesta proporciona criterios técnicos, favoreciendo la coherencia y la estandarización de procesos de comunicación visual institucional.

Objetivo Específico 1

Se investigaron las aplicaciones gráficas y los canales de comunicación utilizados por la Asociación, identificando de esta manera las barreras como la fragmentación de la identidad visual, ausencia de lineamientos y falta de herramientas de apoyo. Estos hallazgos justificaron el desarrollo de la propuesta como respuesta a las necesidades detectadas.

Objetivo Específico 2

Se definieron los lineamientos de composición, jerarquía, tipografía, normalización cromática y estilo fotográfico. Estos criterios aportan una base sólida y contribuyen a representar los principios institucionales.

Objetivo Específico 3

Se diseñaron plantillas personalizadas y recursos gráficos de apoyo que integran un sistema visual coherente para la producción de materiales de comunicación institucional. Su incorporación en la propuesta proporciona una herramienta técnica orientada a unificar el lenguaje visual mediante una narrativa gráfica consistente.

Objetivo General

En conclusión, el desarrollo del manual afirma su función estratégica ya que permitió consolidar una propuesta integral que responde a las necesidades identificadas y fortalece la gestión de la comunicación visual de la Asociación Hogar Pajarito Azul.

11. Recomendaciones

A la Asociación

- Implementar el Manual de Lineamientos de Comunicación Visual como documento de consulta permanente durante la producción de piezas gráficas.
- Establecer un cronograma de revisiones periódicas del manual, considerando que el diseño es un proceso dinámico que debe adaptarse a la evolución de las plataformas digitales, nuevas tendencias y necesidades institucionales.
- Disponer, a través de la Coordinadora técnica, de un canal de comunicación interno, con el propósito de identificar nuevos requerimientos operativos que deban integrarse en futuras versiones del documento.

A futuras investigaciones

- Indagar sobre los códigos visuales y retórica de la imagen con la finalidad de crear lenguajes visuales que conecten las necesidades humanas con las soluciones institucionales.

12. Bibliografía

Aguilar, G. & Zumba, J. (2020). *Creación del Sistema de la Identidad Corporativa de la ONG “Dulce Corazón” de la Ciudad de Guayaquil* [Proyecto integrador, Escuela Superior Politécnica del Litoral].

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/56170/1/T-112507%20%20Aguilar%20-%20Zumba%20.pdf>

Ambrose, G. & Harris, P. (2010). *Metodología del Diseño: El acto o la práctica de usar tu mente para considerar el diseño*. Parramón.

Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. (2011). *Ley N° 763, Ley de los Derechos de las Personas con Discapacidad*. La Gaceta, Diario oficial. N° 143

<http://digesto.asamblea.gob.ni/consultas/normas/shownorms.php?idnorm=NjYyNQ==>

Frascara, J. (2012). *El Diseño de Comunicación*. Ediciones Infinito.

Gobierno de Chile. (2025). *Manual de comunicación visual*.

https://kitdigital.gob.cl/archivos/insumos/2025/Manual-Comunicacio%CC%81n-Visual-2025_vf.pdf

Jardí, E. (2012). *Pensar con Imágenes*. Gustavo Gili.

Lupton, E & Phillips, J. (2016). *Diseño Gráfico: Nuevos fundamentos*. Gustavo Gili.

Munari, B. (2016). *Diseño y Comunicación Visual: Contribución a una metodología didáctica*. Gustavo Gili.

Serrano, J. (2022). *Desarrollo de Manual de Normas Gráficas para la mejora de los procesos gráficos y de comunicación de la División de Educación a Distancia en Entornos Virtuales -DEVEV-* [Proyecto de graduación, Universidad de San Carlo].

<http://www.repositorio.usac.edu.gt/18265/1/JOS%C3%89%20RICARDO%20SERRANO%20CASTELLANOS.pdf>

Anexos

Anexo 1, Entrevista semi-estructurada

Entrevistada: Coordinadora técnica

Sección 1 - Diagnóstico - Situación actual

Esta sección contiene la información de la realidad operativa en Hogar Pajarito Azul

¿Existe algún documento, manual o guía (aunque sea básica) que utilicen para orientar el uso de los elementos de su identidad visual (logo, paleta de colores, tipografía, iconografía, estilo fotográfico y aplicaciones gráficas)?

Para serle sincera muchachas fíjense que no, no tenemos exactamente... en sí un documento donde se indique todo lo que me acaban de mencionar, no lo tenemos como tal porque la verdad que eso no ha sido como una prioridad dentro del hogar... en sí documentación de tipografías y como tal la paleta de colores no lo tenemos.

¿Quiénes crean el contenido actualmente?

Yo, creo actualmente a través de canva que es al que tengo más acceso... yo soy la que ha estado más al 100 con el crear, no estoy al 100% subiendo contenido como me gustaría porque tengo otras responsabilidades en el hogar, pero cuando hay fechas especiales de las efemérides o actividades... Yo trato de hacer algo ahí, igual yo también soy la que responde los mensajes por facebook o en instagram.

¿Cuánto tiempo invierten en crear una publicación?

La verdad es que invierto poco tiempo, inclusive lo hago fuera de hora laborales porque aprovecho el tiempo que tengo en mi casa porque en el hogar como que difícilmente yo me ponga a crear algo en canva es difícil.

¿Qué programas usa para diseñar?

Canva y a veces editó en Cap Cut algunos videos.

¿Cuál es el canal donde sienten que la comunicación ha fallado más?

En estar constantes con las publicaciones en redes sociales porque tal vez así la gente puede empatizar más o para que vean que se está haciendo un buen trabajo, que somos constantes en redes.

¿Tienen detectado si su audiencia principal prefiere textos directos o detallados?

No, no les podría ahí decir que es lo que prefiere la audiencia, pero sí con los mensajes que he hecho trato de que sean claros, cortos y directos.

¿Cómo definen ustedes una comunicación exitosa: por el número de likes o por la claridad por la que la gente entiende cómo puede ayudar?

Más por lo último, la claridad por la que la gente entiende cómo puede ayudar, no es tanto por los likes

Sección 2 - Inconsistencias técnicas - Identidad visual

Esta sección contiene la información sobre inconsistencias y evidencia de la necesidad de lineamientos

¿Por qué se usan los colores actuales?

Porque, como les digo la verdad es que el tema de la imagen y eso lo han dejado así, ya que desde muy atrás no ha sido como un tema de prioridad y también por el tema legal el logo está inscrito legalmente... entonces es como volver a hacer papelería, volver a hacer un trámite legalmente y la directora no tiene el tiempo para hacer esos cambios por eso no se ha visto el tema de la identidad.

¿Tienen registro de quién creó el logo actual o si ha sufrido cambios?

No hay registro de quién lo creó, en cuanto a cambios solo en la forma, antes llevaba más pajaritos y tenía otras cosas más en el árbol.

¿Cuentan con el archivo original del logo en alta resolución (vector) o siempre trabajan con versiones descargadas?

Trabajamos con versiones descargadas, como hace tres años conseguí en formato JPG que me ayudó un muchacho de los Pipitos, él me lo hizo en ese formato e inclusive él hizo el cambio de abreviar las letras que decían Asociación de Protección Hogar Pajarito Azul a Hogar Pajarito Azul.

¿Tienen alguna prohibición explícita sobre qué elementos nunca deben acompañar al logo (ej. ciertos fondos, mezcla con otras marcas, etc.)?

No tenemos prohibiciones .. así como una prohibición como tal no.

¿Existe algún documento legal o registro que especifique exactamente los códigos de color o la forma del logo que debemos respetar obligatoriamente?

No tenemos los códigos de color específicos y en cuanto al logo solo se que está en la imprenta en el formato que ellos tienen.

Dado que no podemos cambiar el logo, ¿tienen alguna tipografía que ya usen para sus documentos oficiales?

No tenemos registro del estilo tipográfico.

¿Diferencian el tipo de letra cuando es un mensaje de recaudación a uno de celebración?

No trabajo con un mismo estilo, si me gusta y la veo bonita la letra ahí la dejo, sino la cambio

¿Tienen problemas al colocar el logo sobre fotos muy coloridas? ¿Necesitan lineamientos sobre cuando usar el logo en blanco o sobre fondo de color sólido?

Si, tengo problemas con eso

¿Qué necesidades específicas ha identificado?

Bueno ahora que ustedes me han hecho un refrescamiento con el tema, creo que sería la paleta de colores, definir ... Lo de tener una plantilla definida para crear el arte, el tipo de letra, a veces con el logo me cuesta cuando lo copio y lo pego a lo que estoy editando que no salga el fondo blanco y la necesidad de subir al menos una vez al mes del trabajo del hogar.

¿Utilizan el diseño en materiales como tazas, camisetas, gorras, etc? ¿Qué problemas han tenido con el logo en estos objetos?

Lo hemos usado en documentos, solicitud de vacaciones, en las remisiones, en las cartas, en las constancias, pero no así como tal que el Hogar lo utiliza para tazas y eso, actualmente no.

Sección 3 - Valores, protección y cuidado de la organización

Esta sección contiene información sobre

Al elegir las fotografías para redes, ¿qué criterios usan para proteger su integridad?

Bueno en este caso como estoy más yo en la creación de contenido, si yo valoro a veces si utilizo el rostro de alguno de los muchachos en las fotos, porque si lo tenemos permitido, pero en su momento teníamos miedo porque como saben el tema de la protección de los muchachos, en una ocasión se hizo viral un caso “uno o nunca” una de las imágenes de uno de los muchachos y nos llamaron la atención eso fue hace como hace unos 6 o 5 años, esa foto anduvo en varias cuentas... Anduvo en varios perfiles, porque era bien linda la fotografía y todo y lo que transmitía, pero en ese caso nos llamaron la atención, por eso con la fotografía trato de ser muy cuidadosa.

¿Hay fotos que tengan prohibido publicar por normativa interna?

Pues más que todo a mi me ha orientado la directora de que usar mucho la cara de los muchachos no, por el temor de que nos regañaron la otra vez, pero en sí como pueden ver, yo he subido fotos de los muchachos haciendo algunas actividades y no hemos tenido problemas pero pues como les digo como es una cuenta que maneja el hogar creo que eso ha sido positivo no es como que venga algún influencer busque la imagen de alguno de los muchachos ahí si podríamos tener problemas.

¿Nos pueden compartir fotografías que le hayan ocasionado algún conflicto?

Si, tenemos la situación que les comenté que pasó con uno de los muchachos... la imagen... fue compartida varias veces por varias cuentas... al niño se le ve el rostro

¿Si el hogar pajarito azul fuera una persona como debería hablarle al público? (Seria, alegre, esperanzador, protector)

Todas las anteriores... una persona que conecte en realidad con la gente que quiere venir a conocer el trabajo del hogar, de los muchachos, una persona que vaya a conectar, pero que sea sensible y empática a la misma vez, que sea segura y que le apasione sobre todo el trabajo que se hace con los muchachos.

¿Más allá de lo visual tienen manual de funciones o valores?

Si, hay reglamento interno de trabajo, hemos trabajado sistematización de experiencia, se pretende trabajar una política de salvaguarda donde habla sobre las normativas como centro de protección que nosotros debemos tener ante las cosas en la que pueden llamarnos la atención, por ejemplo, si pasa algo que alguien quiere afectar la imagen del Hogar, ese es el tema de la salvaguarda, como crear un documento, como un tipo protocolo que indique que normativas te pueden apoyar o que hacer y qué no hacer ante eso, también hemos trabajado con otras ONG... un protocolo sobre prevención del abuso sexual a personas con discapacidad... La ley 763 qué es la ley de las personas con discapacidad y la constitución política.

En términos de conceptos institucionales cuál es la diferencia para ustedes entre mostrar una necesidad y mostrar vulnerabilidad? ¿Dónde trazan la línea para no afectar la dignidad de los residentes?

Las dos van de la mano en este caso, porque hay muchas necesidades, pero no mostrar tanta vulnerabilidad de los muchachos, no queremos que la gente sienta "que pobrecitos" nada de eso, sino que sea una manera de que ellos vengán y apoyen y sepan para quien es en realidad lo que ellos están dando... el tema de la protección y la privacidad de los muchachos nos gusta que la respeten.

¿Suelen usar filtros en las fotos o prefieren que sea natural y lo más realista posible para transmitir transparencia?

No uso filtros, prefiero que sea natural y realista

Sección 4 - Requerimientos para recursos gráficos

Esta sección contiene la información que justifica la creación de las piezas gráficas

¿Cuál es la dificultad más frecuente que nota al publicar?

Sería como el tener ya una paleta de colores o un solo diseño para las publicaciones, me gustaría poder tener un solo formato en subir solo fotos y un formato para subir videos, por ejemplo el logo siempre tiene que ir, pero usar siempre el mismo tipo de letra esa es una dificultad para mí.

¿Han considerado el uso de ilustraciones o iconos para explicar temas complejos (como tipos de discapacidad) de forma más amigable?

Si, la verdad es que yo he tenido muchas ideas en cuanto a la identidad visual y a subir contenido pero como les digo con mi tiempo es difícil y también el saber usar estas herramientas para editar, para el contenido, todavía me falta, pero como soy traviesa a veces me meto ahí a tocar pero sí me gustaría aprender más con respecto a eso.

¿Cuántas piezas gráficas (promedio) necesita el Hogar a la semana o al mes?

No hay un promedio determinado... pero sí me gustaría que por lo menos una vez al mes hacer alguna publicación, no solo el tema de trabajar la sensibilización con el tema de la discapacidad... sino también que la gente conozca lo que hacemos con los muchachos, el trabajo que hace la fisioterapeuta, por ejemplo, lo que hace la psicóloga, lo que hago yo como trabajadora social... me gustaría pero con la falta de tiempo es difícil.

¿Cuánto tiempo más o menos intenta hacer una publicación?

Depende a veces lo hago rápido a veces no... pero creo que también como les decía tiene que ver el no tener una plantilla definida o el tipo de letra y por eso se me hace más difícil cuanto me tardo en hacer algún tipo de arte para subir a redes.

¿Estarían de acuerdo en asignar un color específico a cada área? (amarillo para educación, azul para salud y naranja para recaudación)

Sería una buena idea.

¿En qué temas siente que un icono e ilustración de apoyo les ayudaría más que una foto?

En temas de discapacidad física, podrían ser ilustraciones de una persona adulta o un joven con discapacidad para acompañar ya sea una publicación o un arte.

¿Qué conceptos visuales desea usar para representar la discapacidad: superación, cuidado especializado, etc?

Atención integral como tal, cuando hablo de atención integral va marcado todo lo que nosotros hacemos, brindarle alimentos, darles un techo, brindarles sus atenciones... de una manera integral.

Cuando diseña un arte ¿qué es lo primero que quiere que el ojo vea? ¿El logo del Hogar, la fecha de algún evento o la fotografía?

El logo del hogar pienso que es importante... y algunas fotografías que destaquen días importantes como el día nacional de las personas con discapacidad, que destaque la fotografía de los muchachos haciendo alguna actividad y si claro si le pongo alguna frase que sea corta pero clara.

Más allá de que el color azul sea el legal ¿Qué significa para ustedes? ¿Es un color de salud o autoridad?

Bueno tal vez por lo que dice Pajarito Azul diría yo que es el azul, pero en ese sentido no estamos cerradas a solo usar el azul, ya que hay demasiado azul, podrían cambiarse otros colores, pero no en el logo, sino otros colores para complementar que tengan que ver con el tema de la discapacidad.

¿Algún estudiante o agencia ha intentado antes crear una guía de comunicación para el hogar?

Trabajamos con la agencia que les había mencionado antes solo que no recuerdo cómo se llama y de ahí otro estudio de diseño solo fue una estudiante que quería hacer cambios en la identidad pero no se lo permitió la directora y no siguió con el proyecto la muchacha.

Nos puede facilitar todo lo que ha hecho usted por su cuenta ya sea de los post, fotografías, archivo del logo en el formato que lo tengan, paleta de colores con su código correspondiente, tipografías?

No podría compartirles porque no tenemos mucho, solo podría compartirles el logo en el formato que tenemos y las publicaciones.

¿Hay términos o frases que por filosofía institucional prefieren evitar en los artes?

No, pero por ejemplo yo que hago las publicaciones trato de usar palabras sencillas, pero que sean claras, que vayan con el tema de la inclusión y el trabajo que se hace acá.

Anexo 2, Entrevista semi-estructurada

Entrevistada: Experta en el área de diseño gráfico - **Años de experiencia:** 10 años

Sección 1 (Relacionada con el objetivo específico 1)

Desde su experiencia ¿Qué importancia tiene mantener la consistencia visual de la identidad de una Asociación como Hogar Pajarito Azul?

Primero que nada eso la hace que sea más formal, la distingue ante las otras empresas que van por el mismo rubro. Mantener una línea gráfica, es como darle personalidad a la institución; seguir un estilo, paleta de colores y tipografías fijas proyecta formalidad y profesionalismo ante cualquier entidad y naciones que puedan aportar a dicha institución. Entre más formalidad tenga a nivel global ya sea en sus redes sociales, papelería gráfica, identidad exterior, transmite más confianza y prestigio. Así se demuestra la labor y no un desorden visual donde hoy se hace un arte con un color y mañana con otro.

¿Cuáles son los errores más frecuentes que observa en la aplicación del identificador gráfico, la paleta cromática y los elementos gráficos en publicaciones para redes sociales?

Los problemas más grandes de las empresas o las entidades es la inconsistencia de planificación. A veces, aunque se haga el manual de marca sostenerlo es una labor de equipo. Por ejemplo, hay que manejar una sola línea en los colores de la fotografía y respetar una cuadrícula tanto en los posteos en las redes sociales o en la publicidad exterior. Todo eso influye y como equipo deben asegurar que se cumpla.

En el entorno digital actual ¿cómo puede influir la consistencia visual de Hogar Pajarito Azul en la percepción de posibles donantes, voluntarios o aliados?

La imagen actual de Hogar Pajarito Azul no da confianza, no se ve como una Asociación seria, no lo veo profesional, no veo que distingan a los residentes más allá de sus limitaciones, no espero verlos así como los están mostrando que están en silla de ruedas. Yo sé que son personas que necesitan apoyo, pero se puede ser más dinámico e interactivo reflejando el trabajo en equipo de la Asociación. Si yo fuera una empresa externa esa imagen no me transmite el deseo de invertir para la mejora de ellos. Lo que yo quiero ver es algo más humano, donde se note el trabajo mutuo entre los profesionales y los chicos. Una comunicación visual profesional con paleta de colores y textos jerarquizados es indispensable para transmitir confianza.

Desde su experiencia ¿Qué importancia considera que tiene para una institución disponer de un manual de lineamientos gráficos para garantizar una comunicación visual sólida?

Ese es el profesionalismo que le vas a dar a la empresa, osea la distinción, que no se parezca a las demás, por ejemplo: a la de los Pipitos. Darle una identidad muy diferente a lo que ellos se especializan, a lo que ellos apoyan. Una identidad visual de un manual de marca hace que resalte y mejore su identidad gráfica ante las demás asociaciones.

Sección 2 (Relacionada con el objetivo específico 2)

Desde el punto de vista del diseño gráfico ¿Qué elementos considera indispensables para lograr una composición visual equilibrada y facilitar la comprensión del mensaje institucional?

Los colores que los van a representar, las figuras que van a ocupar como elementos decorativos en la imagen y la estructura a nivel fotográfico son indispensables. También es importante el concepto tipográfico que le van a dar, considerando aspectos como el grosor del texto. Además deben definir los pantones, los colores primarios y secundarios, e incluso pueden manejar hasta 3 paletas de colores distintas para diferentes piezas. En mi opinión la tipografía impacta más que los colores, aunque las formas y recursos gráficos que se utilicen también ayudan hacer las piezas gráficas más atractivas.

¿Qué aspectos considera importantes para garantizar una adecuada jerarquía tipográfica en publicaciones?

Es una pregunta muy técnica. En la práctica, al momento de hacer los diseños no existe una jerarquía tipográfica como un esquema fijo, sino que depende más de la creatividad del diseñador y de los lineamientos que se establecen desde el área creativa. Por ejemplo. En una agencia intervienen el diseñador, creativo y el equipo de marketing y publicidad. El área de marketing se comunica con el creativo, quien desarrolla el concepto de la campaña, y define como irá el arte. A partir de esa base el diseñador proyecta la pieza gráfica, aportando también su propio ingenio. Por ello, considero que no podría responder la pregunta en términos técnicos, ya que la jerarquía tipográfica y la forma en la que se presenta dependen principalmente del concepto creativo de cada proyecto.

¿Qué papel desempeñan las retículas en la organización de los elementos visuales?

Siempre hay que dejar un margen de respiro en los textos o en los bordes. También es importante considerar la ubicación de los logos, ya sea a la izquierda, a la derecha o al centro, manteniendo siempre un espacio que evite que la composición se vea saturada. Como en las publicaciones que me mostraron, cuando los elementos se ven muy comprimidos y los bordes no tienen suficiente liberación, la composición pierde equilibrio. En cuanto a la distribución de elementos, depende del criterio del diseñador, ya que no existe una métrica global que implique que siempre deba trabajarse de una sola manera. Incluso en las decoraciones y otros elementos gráficos se puede salir de la retícula, siempre que se respete los márgenes de respiro. Al final, eso dependerá de lo que se establezca en el manual, pero el objetivo es que la composición se vea estética y con balance.

Tratándose de una institución que trabaja con personas con discapacidad ¿Qué criterios de composición, encuadre y selección de fotografías considera necesarios para representar a los residentes con respeto y dignidad?

En instituciones que apoyan a personas con discapacidad, la representación debe manejarse de manera formal y estética. Para ello, es importante realizar una planificación previa y respetar siempre los lineamientos establecidos en el manual, tanto en el estilo gráfico como en las indicaciones sobre cómo deben presentarse a los profesionales y residentes en las publicaciones.

Sección 3 (Relacionada con el objetivo específico 3)

En instituciones donde la comunicación visual es gestionada por una sola persona que además asume otros roles importantes ¿Qué importancia tiene disponer de plantillas previamente definidas?

Disponer de plantillas previamente definidas está bien porque le acorta el tiempo a la persona encargada, pero siempre debe seguir la estructura establecida en el manual. Es importante que quien tenga la gestión de las redes sociales o de la identidad gráfica conozca y trabaje con ese manual. Aunque no es recomendable que una sola persona asuma todas esas funciones, si es quien las realizará, el manual debe indicar claramente las áreas que desarrollará, como la toma de fotografías, la manera en la que se presentarán los textos y demás contenidos.

Además de fotografías ¿Qué ventajas ofrece el uso de recursos gráficos como iconografía e ilustraciones para comunicar información?

Todo recurso gráfico que se utilice para la comunicación es positivo. Además de la publicaciones se pueden desarrollar elementos como stickers de Whatsapp con la identidad gráfica de Pajarito Azul, íconos para mensajes como “buenos días”, “buenas tardes”, “buenas noches”, “asistencia”, “bien hecho”, “genial”, así como calcomanías para premiar a las personas en algunas actividades. Todo estos recursos ayudan a fortalecer la identidad de la institución y deberían estar contempladas en el manual, tanto para las publicaciones como para la comunicación institucional. En este sentido considero que todo este tipo de recursos es válido.

¿Qué beneficios aporta la estandarización gráfica mediante un manual de lineamientos en términos de eficiencia, coherencia y calidad de la comunicación institucional?

Yo lo pongo como el ejemplo de McDonalds. Un manual de marca ayuda a distinguir la institución de otras, protege el valor de la marca y transmite una imagen más profesional, lo que genera mayor confianza en los padres de los chicos que asisten. Además, aporta seguridad, permanencia, estabilidad, versatilidad, y facilita el reconocimiento de la institución frente a otros proyectos relacionados con el apoyo a personas con discapacidad. Con una línea gráfica estandarizada, las personas pueden identificar una campaña de Pajarito Azul incluso sin necesidad de que aparezca el logo. En este sentido, el manual permite mantener una comunicación coherente y fortalecer la confianza y conexión con el público contribuyendo a cambiar la percepción de la institución.

¿Qué sugerencias adicionales brindaría para que este proyecto responda de manera efectiva a las necesidades de comunicación visual de la Asociación Hogar Pajarito Azul?

Primero que nada que el proyecto se lleve a cabo. Siempre se ha hablado de desarrollar un manual de marca para Pajarito Azul, pero la línea gráfica nunca ha cambiado; sería bueno que esta vez sí se implemente. También es necesario que la institución reconozca el valor y la importancia de un manual de marca para proyectar una imagen más profesional, y que no se limite únicamente a elaborar publicaciones sin una estrategia definida. Hasta el momento la línea gráfica que han trabajado no ha sido llamativa e incluso algunas personas ni lo reconocen, solo es reconocida por los padres de familia de los chicos con discapacidades. Un manual de marca que realmente responda las necesidades reales de la institución, acompañado de una buena estrategia publicitaria, podría cambiar la percepción que tienen los nicaragüenses sobre la asociación y contribuir a que más personas conozcan que existen asociaciones que apoyan a personas con discapacidad.

Anexo 3 Matriz de Diagnóstico Técnico

Pieza analizada	Identificador gráfico y color	Tipografía y jerarquía	Composición	Imagen	Inconsistencias detectadas
Post de facebook e instagram (Día Nacional de las personas con discapacidad)	Bajo contraste de matices	Sin jerarquía	Ruidosa, falta de estructura	Fotografías flotantes con distintos tamaños	Confusión visual
Post de facebook e instagram (Día internacional de las personas con discapacidad 3 de Diciembre)	Uso del color al azar, mala integración del identificador gráfico	Confusión de estilos tipográficos, ilegibilidad por falta de contraste	Falta de orden visual y equilibrio	Integración inadecuada en el diseño	Anulación del mensaje principal
Post facebook e instagram (Feliz aniversario)	Identificador gráfico con fondo blanco	Cuerpo de texto ilegible	Saturación de elementos	Máscara circulares que generan ruido	Mezcla de estilos visuales, falta de alineación
Post de facebook e instagram (Día mundial de concientización del autismo)	Ruido cromático	Falta de diferenciación visual	Desequilibrio visual	Proporción de formato inadecuado	Falla en la integración de los elementos
Post de facebook e instagram (Día mundial del síndrome de down)	Uso de Identificador gráfico con fondo, desbalance cromático	Competencia de pesos visuales	Dispersión de elementos	Integración inadecuada en el diseño	Ruptura de retícula compositiva
Post de facebook e instagram (26 Aniversario)	Ruido cromático, uso incorrecto del Identificador gráfico	Sin jerarquía, ilegibilidad	Ruidosa, falta de estructura	Integración inadecuada en el diseño	Ruido compositivo

Anexo 4 Tabla de Costos

Categoría	Concepto/Elemento	Detalle técnico/Unidad	Cantidad	Frecuencia/Duración	Costo Unitario	Costo Total	Tipo de Gasto
INVERSIÓN INICIAL						\$3,650	Gasto de Capital
Inversión Inicial	Laptop de alta gama	Procesador i7/32GB RAM (Para vectores)	2	Única vez	\$1,500	\$3,000	Aporte de las autoras
Inversión Inicial	Cámara Réflex Básica	Cuerpo + Lente Kit + Trípode (Encuadres)	1	Única vez	\$650	\$650	Aporte de las autoras
	PRESUPUESTO TOTAL	Inversión				\$3,650	

Categoría	Concepto/Elemento	Detalle técnico/Unidad	Cantidad	Frecuencia/Duración	Costo Unitario	Costo Total	Tipo de Gasto
INVERSIÓN INICIAL						\$150	Gasto de Capital
Inversión Inicial	Logística e investigación	Transporte y viáticos (Vistas al Hogar)	1	Por evento	\$150	\$150	Gasto Pre-operativo
COSTOS DIRECTOS						\$2,030	Gastos operativos
Costos directos	Honorarios Equipo Creativo	Horas hombre (2 personas x 120hrs)	240	Horas	\$7	\$1680	Mano de Obra Directa
Costos directos	Material de prototipado	Pruebas de color e impresión preliminar	1	Por evento	\$100	\$100	Insumos de Diseño
Costos directos	Impresión de manual final	Impresión institucional (sustrato alta durabilidad)	1	Por evento	\$250	\$250	Producto Final
COSTOS INDIRECTOS						\$1,005.56	Gastos operativos
Costos indirectos	Licencias Adobe Creative Cloud	Plan mensual completo (2 usuarios \$60/mes)	2	4 Meses	\$240	\$480	Software (Suscripción)
Costos indirectos	Servicios Operativos	Luz e internet (uso proporcional 3hrs/día)	4	Meses	\$30	\$120	Servicios Público
Costos indirectos	Depreciación de Hardware	Desgaste contable de equipos (Vida de 3 años)	4	Meses	\$101.39	\$405.56	Gasto No Desembolsable
RESERVAS						\$151.78	CONTINGENCIA
Reservas	Fondo de Contingencia	5% sobre costos operativos	1	Única vez	\$151.78	\$151.78	Mitigación de Riesgos
	PRESUPUESTO TOTAL	Inversión + Operación + Reserva				\$3,337.34	

Anexo 5 Moodboard



Anexo 6 - Sketching (Bocetaje)

Iconografía



Ilustraciones



Anexo 7 - Mockups Manual



Anexo 8 - Fotografías en el sitio

