



Diseño Gráfico

Estrategia de Comunicación Visual para dar a conocer el Proyecto Tren de Cercanía para pasajeros entre Asunción e Ypacarai en su primer tramo (Asunción – Luque) y sus beneficios a través de TRENTO.

**Jessica Ojeda
Laura Monserrat Delgado**

**Tutor:
Rodolfo Silvero**

**Asunción - Paraguay
2017**



ÍNDICE

AGRADECIMIENTO.....	2
DEDICATORIA.....	4
ÍNDICE.....	5
INDICE DE FICHAS GRÁFICAS.....	9
LISTA DE ABREVIATURAS.....	12
INTRODUCCIÓN.....	13
RESUMEN EJECUTIVO.....	14
ABSTRACT.....	15
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES GENERALES.....	16
1.1 Localización Física.....	16
1.2 Pertinencia a Planes	16
1.2.1 A Nivel Nacional.....	16
1.2.2 A Nivel Municipal.....	18
CAPITULO 2: DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO	19
2.1 Planteamiento del problema.....	19
2.2 Objetivo General	20
2.3 Objetivos Específicos.....	20
2.4 Causas y efectos posibles.....	20
2.5 Justificación	21
CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.....	23
3.1 Aspecto Conceptual.....	23
3.1.1 Definición Epistemológica del Tema.....	23
3.1.2 Proceso de Comunicación Visual	25
3.1.3 Intervenientes en un proceso de Comunicación.....	25
3.2 Definir el tono comunicacional de los mensajes persuasivos. Definición de los tipos de Códigos que intervienen en la Comunicación.	26



a. Código Lingüístico.....	27
b. Código Icónico	27
c. Código Cromático	28
d. Tipos de Mensajes.....	28
e. Tipos de Soportes.....	29
3.3 Aspecto Referencial.....	29
3.3.1 Casos de Estudio.....	29
3.4 Aspecto Metodológico	34
3.4.1 Metodología	35
3.4.2 Población y Muestra.....	35
3.3.3 Técnicas Utilizadas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	36
3.3.4 Procedimientos de Análisis - Descripción	37
CAPÍTULO 4: SÍNTESIS Y DIAGNÓSTICO	39
4.1. Resultados y Análisis de Datos	39
4.1.1. Recopilar datos relevantes del público objetivo y su nivel de conocimiento sobre el PTCAY.	39
4.1.2. Analizar el PTCAY del Ferrocarril, priorizando la información más requerida por el público objetivo del proyecto.	41
4.1.3. Determinar los instrumentos adecuados para lograr una efectiva comunicación visual del PTCAY.	43
4.2. Síntesis General.....	46
4.3. Diagnóstico.....	47
CAPÍTULO 5: GENERALIDADES DEL PROYECTO DE DISEÑO	48
5.1. Planteamiento Específico del Problema de Diseño	48
5.2. Objetivo de la Comunicación Visual	48
5.3. Objetivos Específicos del Proyecto de Diseño	48
5.4. Diagrama de Flujo de Información	50
5.5. Diagrama de Escenarios	50
5.6. Mapa Mental.....	50



Capítulo 6: DISEÑO DE PROTOTIPOS	51
6.1. Tono Comunicacional	51
6.2. Estrategia Creativa	51
6.2.1. Público.....	51
6.2.2. Concepto Creativo	51
6.2.3. Estrategia.....	51
6.2.4. Insight.....	52
6.2.5. Mensaje.....	52
6.2.6. Estrategia de Posicionamiento	52
6.2.7. Estrategia Multicanal.....	52
6.2.8. Duración de la Campaña.....	53
6.2.9. Objetivos de Marketing	53
6.2.10. Plan de Medios.....	53
6.2.11. Canales y Formatos.....	54
6.3. Cronograma de Implementación.....	58
6.4. Aspectos Comunicacionales	58
6.4.1. Marca Gráfica	58
6.4.2. Dimensiones: Pragmática, Sintáctica y Semántica.....	58
a. Dimensión Semántica.....	58
b. Dimensión Sintáctica	59
c. Dimensión Pragmática.....	60
6.4.3. Normativas de la Marca.....	60
6.5. Aspectos Estructurales	60
6.5.1. Módulos Compositivos, retículas, pruebas tipográficas	61
6.5.2. Materiales, tipología de materiales.....	61
6.5.3. Normativas de aplicación, restricciones de materiales, otros aspectos.	61
6.6. Piezas Gráficas y Audiovisuales.	62
6.6.1 Manual de Identidad	62
6.6.2 Cartelería	62



6.6.3 Radio.....	62
6.6.4 Portada Digital en Diario Digital.....	63
6.6.5 Anuncios en Facebook e Instagram	63
6.6.6 Presentación Digital.....	64
6.6.7 Brochure.....	64
6.6.8 Díptico	64
6.6.9 Marketing Digital	64
6.6.10 Sitio Web	64
6.6.11 Video Propuesta – Animación 2D	65
CAPÍTULO 7: EVALUACIÓN DE PROTOTIPOS	66
7.1. Validación de la Marca Gráfica	66
CAPÍTULO 8: PLAN DE INVERSIÓN. ASPECTOS FINANCIEROS DEL PROYECTO	67
8.1 Plan de Inversión	67
CONCLUSIÓN.....	68



RESUMEN

Estrategia de comunicación visual para dar a conocer el PTCAY y sus futuros beneficios, es un Proyecto Universal para optar por el título de Licenciatura en Diseño Gráfico, de la Universidad Columbia del Paraguay.

El proyecto se desarrolla mediante un análisis del PTCAY destacando el problema planteado, la solución propuesta y los aspectos relevantes para el público objetivo. Para esto se realiza la captación del plan y posterior toma de datos históricos y actuales, de fuentes primarias y secundarias, analizando la diversidad de instrumentos posibles para la resolución del problema de la falta de comunicación. De todo lo mencionado se obtienen los principales datos que permiten la elaboración de un diagnóstico acerca de la comunicación del PTCAY.

Luego de obtener los resultados del diagnóstico, se definen los objetivos de diseño y se delinean las estrategias para dar a conocer el PTCAY junto con sus futuros beneficios y persuadir a los potenciales usuarios para que utilicen el tren.