



Diseño Gráfico

Estrategias y acciones de comunicación para la difusión y promoción del proyecto Chaca Lab orientado a personas que hayan cumplido condenas privativas de libertad antes del año 2023 que residan en el barrio Chacarita de Asunción del Departamento Central del Paraguay.

José Venialgo

Tutor:

Mag. Patricia Aquino

Asunción - Paraguay

2024



ÍNDICE

Capítulo I. Planteamiento del Problema.	
1.1. Problemática.....	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	2
1.2.1. Pregunta General.....	4
1.2.2. Preguntas específicas.....	4
1.3. Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos específico.....	4
1.4. Justificación.....	5
1.5. Limitaciones.....	5
Capítulo II. Marco Referencial.	
2.1. Aspectos históricos.....	7
2.1.1. Historia de la Chacarita.....	7
2.1.2. Chacarita Digital.....	8
2.1.3. Chaca Tours.....	9
2.2. Antecedentes.....	11
2.2.1. Programa Reincorpora.....	11
2.2.2. Guía de Introducción a la Prevención de la Reincidencia y la Reintegración Social de Delincuentes. Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito.....	12
2.2.3. Red Creer.....	13
2.2.4. Reinserción Social por la Secretaría de Gobierno de la Ciudad de México.....	14
2.2.5. Fundación Acción Interna.....	15
2.2.7. Chacarita Alta.....	18
2.2.8. Programa Reinsertate.....	20
2.2.9. Latente.....	21
2.3. Aspectos Legales.....	21
Capítulo III. Marco Teórico.	
3.1. Marco Teórico.....	24
3.1.1. Marginalidad.....	24
3.1.2. Zonas marginales.....	24
3.1.3. Exclusión social.....	24
3.1.4. Territorios vulnerables y/o excluidos.....	25



3.1.5. Reinserción social.....	25
3.1.6. Educación no formal.....	25
3.1.7. Programas de reinserción socioeconómica.....	26
3.1.8. Participación social.....	26
3.1.9. Comunicación visual.....	27
3.1.10. Diseño gráfico.....	27
3.1.11. Branding.....	27
3.1.12. Retícula de normalización.....	27
3.1.13. Estrategias de comunicación.....	28
3.1.14. Comunicación social.....	28
Capítulo IV. Marco Metodológico.....	
4.1 Enfoque de la investigación.....	30
4.2 Nivel de investigación:.....	30
4.3 Diseño de la investigación.....	30
4.4 Población y muestra.....	30
4.5 Tipo de muestreo.....	31
4.6 Instrumentos y sistema de recolección de datos.....	32
4.6.1. Entrevista semi-estructurada.....	32
4.6.2. Observación.....	35
4.6.3. Encuesta.....	36
4.7. Gráficas.....	38
Entrevista 1, realizada al líder de proyecto Christian Núñez.....	38
Categoría Exclusión social: Amarillo.....	38
Categoría Programas de reinserción socioeconómica: Verde.....	44
Categoría Participación de la comunidad: Fucsia.....	48
Entrevista 2, realizada a ex-convicto residente en el barrio Chacarita.....	49
Categoría Exclusión social: Amarillo.....	49
Categoría Programas de reinserción socioeconómica: Verde.....	51
Categoría Zonas marginales: Cyan.....	54
Gráficas y resultados parciales.....	56
Item N°1.....	56
Item N°2.....	56
Item N°3.....	57
Item N°4.....	57



Item N°5.....	58
Capítulo V. Síntesis y Diagnóstico.	
5. Síntesis.....	60
5.1. Síntesis.....	60
5.2. Diagnóstico.....	60
5.2.1. Diagnóstico por objetivos específicos:.....	60
5.2.2. Diagnóstico, objetivo general:.....	62
5.3. Posibles campos de acción.....	63
5.4. Campo de acción seleccionado.....	63
Capítulo VI. Planteamiento del Problema de Diseño.	
6.1. El Problema de Diseño:.....	65
6.2. Objetivos de Diseño:.....	65
6.2.1. Objetivo General de Diseño:.....	65
6.2.2. Objetivos Específicos de Diseño:.....	65
6.2.2.1. Objetivos específicos de branding:.....	65
6.2.2.2. Objetivos específicos comunicacionales:.....	66
6.2.2.3. Objetivos específicos de posicionamiento:.....	66
Capítulo VII. Propuesta Creativa de Diseño Gráfico.	
7.1. Desarrollo de la propuesta creativa:.....	70
7.1.1. Etapa 1: Naming.....	70
7.2.1. Etapa 2: Identidad visual y materiales gráficos.....	71
7.2.2. Etapa 3: Plan de comunicación.....	71
7.3. Justificación de la propuesta creativa:.....	72
7.4. Aspectos de la comunicación:.....	72
7.4.1. Conceptualización y construcción:.....	72
7.4.1. Desarrollo del Logotipo:.....	73
7.4.3. Normalización:.....	74
7.4.4. Códigos:.....	78
7.4.4.1. Icónico:.....	78
7.4.4.2. Lingüístico:.....	78
7.4.4.3. Tipográfico:.....	79
7.4.4.4. Cromático:.....	80
7.4.5. Normativas de aplicación, restricciones de uso y otros aspectos:.....	80
7.4.5.1. Marca Gráfica:.....	80



7.4.5.1.1. Usos permitidos:.....	82
7.4.5.1.2. Usos no permitidos:.....	83
7.4.5.1.3. Área de protección:.....	84
7.4.5.1.4. Tamaño mínimo:.....	86
7.4.5.1.5. Convivencia con otras marcas:.....	86
7.4.5.2. Lenguaje comunicacional:.....	87
7.4.5.2.1. Narrativa de la marca:.....	87
7.4.5.2.2. Pilares de Comunicación:.....	88
7.4.5.2.3. Tono de Voz:.....	89
7.4.5.3. Aplicaciones Gráficas:.....	90
7.4.5.4. Guía de Buenas Prácticas:.....	93
7.4.6. Estrategia de Comunicación:.....	94
7.4.6.1. Social Media:.....	96
7.4.6.2. Spot Radio:.....	98
7.4.6.3. Material audiovisual:.....	98
Capítulo VIII. Desarrollo de Piezas Gráficas.	
8.1. Verificación de efectividad de las propuestas diseñadas:.....	101
8.2. Cronograma de actividades:.....	103
8.3. Plan de Implementación en Medios Digitales:.....	104
Capítulo IX. Plan de Inversión.	
9.1. Presupuesto de Investigación:.....	107
9.1. Presupuesto de Diseño:.....	107
9.1. Presupuesto de Producción:.....	108
9.4. Presupuesto de Total:.....	108
Capítulo X. Conclusión.	
9.1. Conclusión:.....	110
Capítulo XI. Referencias.	
10.1. Referencias bibliográficas:.....	112
Capítulo XII. Anexos.	
10.1. Anexos:.....	116



RESUMEN

La Espina Bífida es una patología congénita que comúnmente se caracteriza por la falta de control de la vejiga.

Los pacientes que presentan esta característica deben realizarse el procedimiento llamado Cateterismo Intermitente Limpio, una serie de pasos a seguir para drenar la orina insertando una sonda a través de la uretra.

En Paraguay existe una escasez de información acerca de esta discapacidad y el procedimiento del cateterismo. Además, existe incluso menos información que esté adaptada para niñas y niños, a pesar de que estos pasos deberán hacerlos desde el nacimiento y durante toda su vida.

La presente investigación responde a la necesidad de la Asociación Paraguaya de Espina Bífida (APAEBI) para la creación de materiales didácticos para asistir en el proceso de aprendizaje del Cateterismo Intermitente Limpio en niñas y niños con Espina Bífida, de 5 a 8 años, miembros de la APAEBI.

Mediante una extensa investigación y el desarrollo de herramientas como entrevistas y encuesta, se hallaron descubrimientos que pueden ayudar a dar a una solución. Entre los principales están la dispersión geográfica de los miembros de la Asociación y su posesión de al menos un Smartphone por familia.

A través de estos resultados se definió que la mejor solución para el público objetivo es la creación de libros digitales y aplicaciones móviles interactivas (Una para cada sexo), para facilitar el proceso de aprendizaje, de una manera divertida.

Como complemento, también se proveen las guías de instalación y uso de los materiales, y se propone un plan de lanzamiento del proyecto en las redes sociales de la Asociación.