



PROYECTO **TRANSFORMA** RESIDUOS EN RECURSOS

KIT DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS

3. DISEÑO GRÁFICO



Publicado por:

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Domicilios de la Sociedad
Bonn y Eschborn, Alemania

Proyecto ACCIÓN Clima II
CENTRO CAMBIO CLIMÁTICO
Boulevard Dent, esquina Calle Ronda, casa blanca esquinera
Barrio Dent, San Pedro, San José, Costa Rica
+506 2528 5420
info@giz.de
www.giz.de

y la Fundación Costa Rica Estados Unidos de América para la
Cooperación (CRUSA)
Meridiano Business Center (Edificio Davivienda), 4to piso
San Rafael de Escazú, San José, Costa Rica
T +506 2246 5656
E info@crusa.cr
I www.crusa.cr

Redacción:

Giulia Clerici
Carolina Rodríguez Esquivel

Edición:

Ann-Kathrin Schloenvoigt (GIZ), Alexia Quirós Rojas (GIZ), Luis Ortiz
Jiménez (CRUSA), Gabriela López Salazar (CRUSA)

Responsable:

Sandra Spies (GIZ)

Diseño:

Paula Cruz

Referencias a URL:

Los contenidos de las páginas externas a las que se remite en la
presente publicación son responsabilidad exclusiva del respectivo
proveedor. La GIZ se distancia expresamente de estos contenidos.

Por encargo de:

Ministerio Federal de Medio Ambiente, Conservación de la Naturaleza
y Seguridad Nuclear (BMU) de Alemania
El proyecto ACCIÓN Clima II es financiado en el marco de la Iniciativa
Climática Internacional (IKI) del BMU.

La GIZ es responsable del contenido de la presente publicación.

San José, 2020



PROYECTO **TRANSFORMA** RESIDUOS EN RECURSOS

KIT DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS

INTRODUCCIÓN

El proyecto “TRANSFORMA Residuos en Recursos”, es una Cooperación Técnica-Financiera entre la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ) y la Fundación de Costa Rica Estados Unidos de América para la Cooperación (CRUSA), cuyo objetivo es dinamizar el sector residuos a través del fortalecimiento de capacidades en las municipalidades, la articulación con el sector privado y la participación ciudadana.

Esta iniciativa se desarrolla en el marco del proyecto ACCIÓN Clima II, implementado por la GIZ por encargo del Ministerio Federal de Ambiente, Protección de la Naturaleza y Seguridad Nuclear (BMU) de Alemania en el marco de su Iniciativa Climática Internacional (IKI por sus siglas en alemán) conjunto con la Dirección de Cambio Climático del Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE). El objetivo del proyecto es apoyar al gobierno de Costa Rica en el desarrollo de capacidades y herramientas necesarias para lograr sus objetivos climáticos nacionales e internacionales y, en el largo plazo, un desarrollo bajo en emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Las actividades de la iniciativa fueron apoyadas por el Ministerio de Salud, el Ministerio de Ambiente y Energía, el Instituto de Fomento y Asesoría Municipal y la Unión Nacional de Gobiernos Locales.

Este Kit de Herramientas de Comunicación en Gestión Integral de Residuos tiene como objetivo apoyar a las municipalidades en su labor de comunicación, sensibilización y llamado a la acción dirigida a la ciudadanía de sus cantones, ya que la participación ciudadana es un elemento fundamental e imprescindible de una gestión integral de residuos sólidos efectiva.

El contenido del Kit responde directamente a las necesidades identificadas mediante un proceso previo de consulta dirigido tanto a municipalidades como a expertos técnicos en la materia.

El Kit se conforma como una serie de guías que permiten a cada municipalidad desarrollar sus propias acciones de comunicación, de acuerdo con sus necesidades específicas. Se persigue la creación de capacidades, brindando herramientas conceptuales acompañadas de ejemplos concretos, referencias y enlaces a recursos útiles. El Kit contiene seis herramientas que pueden ser utilizadas por separado o de forma vinculada entre sí, según las necesidades y los intereses de cada municipalidad.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE UN BUEN DISEÑO GRÁFICO?

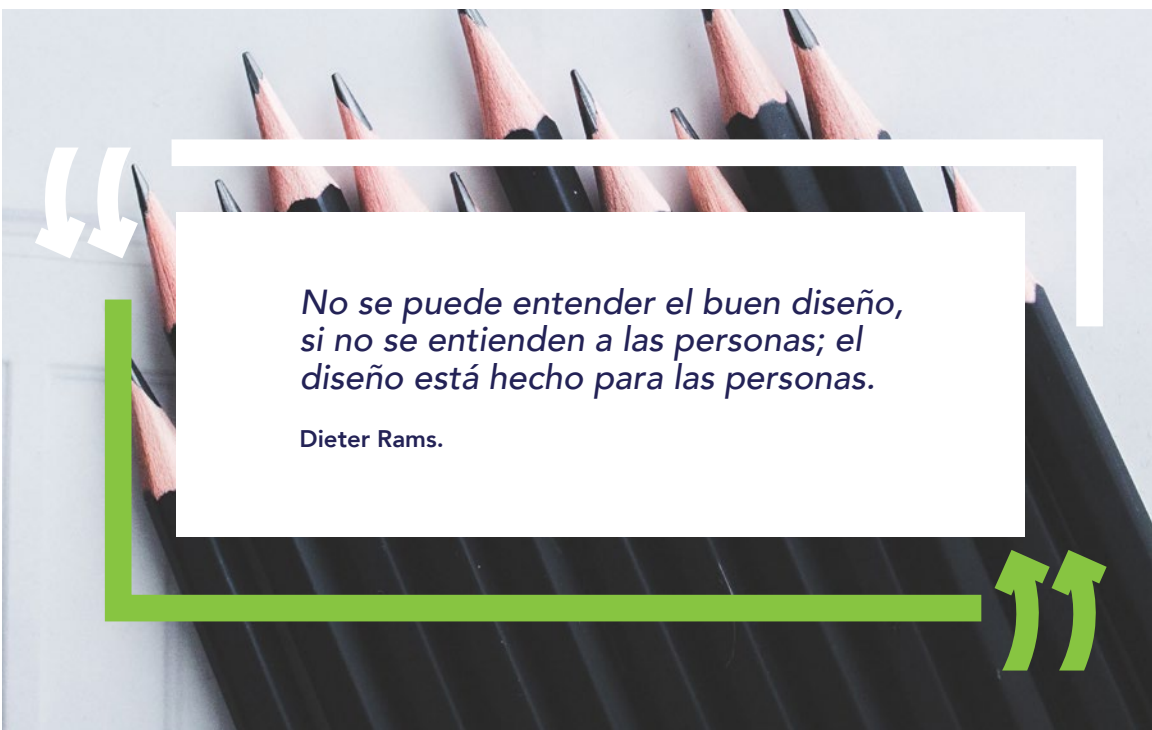


En un mundo en el que las personas reciben constantemente estímulos visuales de toda naturaleza y a través de todo tipo de canal, la calidad y eficacia de nuestra comunicación visual es fundamental para poder atraer y mantener la atención del público meta y no dejar que nuestros mensajes pasen desapercibidos.

Por ello, aunque no seamos diseñadores gráficos profesionales ni pretendamos llegar a serlo, es importante conocer algunos conceptos básicos del diseño y cómo estos nos pueden ayudar a dar fuerza y presencia a los mensajes que queremos comunicar.



¡IMPORTANTE! Si la municipalidad no cuenta con personal en diseño gráfico, es recomendable generar alianzas con profesionales de la propia comunidad que puedan acompañar al gestor o comunicador municipal en el desarrollo de las primeras publicaciones, las cuales posteriormente podrán ser utilizadas como guía y referencia.



No se puede entender el buen diseño, si no se entienden a las personas; el diseño está hecho para las personas.

Dieter Rams.

4 RECOMENDACIONES PRÁCTICAS PARA REALIZAR UN BUEN DISEÑO GRÁFICO

ANTES DE EMPEZAR:

PREPARAR EL TERRENO

Los principales elementos que componen un material gráfico son: el **TEXTO**, las **IMÁGENES** y el **COLOR**. El proceso de organizar estos elementos en la página de forma atractiva y eficaz se llama **DIAGRAMACIÓN**. A continuación, se detallarán algunas recomendaciones prácticas para el uso efectivo de estas herramientas.

Antes de empezar, recordemos algunas características de un buen diseño:

- Un buen diseño es **ESTÉTICO** e **INNOVADOR**, pero también **ÚTIL** y **COMPENSIBLE**: llama la atención del público con su originalidad y belleza, y al mismo tiempo transmite un mensaje claro y poderoso.
- En un buen diseño, **NADA ES DEJADO AL AZAR**: todos los elementos que lo componen (los textos, las imágenes, las texturas, los colores) son cuidadosamente seleccionados.
- En un buen diseño, **"MENOS ES MÁS"**: utiliza un número limitado de elementos, aprovechando al máximo sus características y potencialidades, y los pone a interactuar entre sí de forma armónica y consecuente.



¡**IMPORTANTE!** Estas recomendaciones deben considerarse como pautas y no como reglas estrictas. ¡No hay una sola forma correcta de realizar un buen diseño!

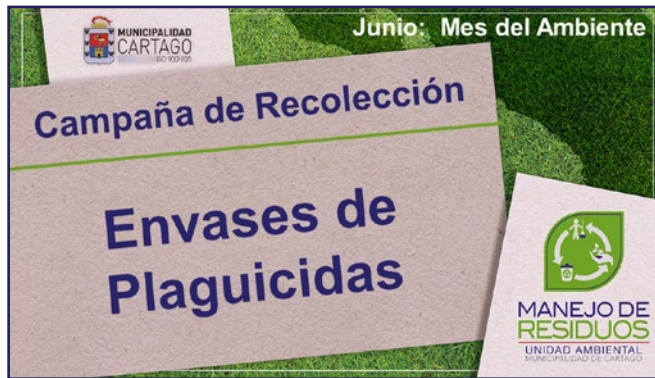
1. TEXTOS

- En la redacción de los textos, utilice un lenguaje **SENCILLO** pero específico, que resulte **FAMILIAR** y **COMPRESIBLE** para el público meta. Especialmente en materiales de sensibilización y llamado a la acción, utilice la **VOZ ACTIVA** (¡Practique compostaje en su casa!), en lugar de la voz pasiva (El compostaje se puede practicar en la casa).
- Defina la **JERARQUÍA** y orden de los textos. Diferencie los títulos o encabezados del cuerpo del texto, a través del tamaño, color, uso de negrita o tipo de letra (fuente): los títulos deben ser más prominentes y más visibles que otros textos. Deben llamar la atención y generar curiosidad, haciendo que el lector se interese, quiera conocer más y siga la lectura.
- Al escoger las **FUENTES**, tome en cuenta el estilo y el propósito del material: algunas fuentes dan un tono más serio y formal a la publicación, otras un tono más dinámico e informal. Demasiada variedad de fuentes puede confundir y distraer al lector: especialmente en publicaciones breves, es preferible limitar el uso de las fuentes a una o dos. Todas las fuentes escogidas deben ser claras y legibles: algunas fuentes muy elaboradas pueden verse interesantes, pero si dificultan la lectura, dificultarán también la comprensión del mensaje.



TIPOGRAFÍAS
UNIFORMES

JERAQUÍAS
DEFINIDAS



<https://www.facebook.com/ResiduosSolidosMuniCartago/photos/a.160576021312391/183809832322343/>

POCO TEXTO
SOBRE LA IMAGEN



<https://www.facebook.com/ResiduosSolidosMuniCartago/photos/pcb.173858936650766/173858846650775>

GUIAS PASO A PASO
RESUMIDAS

GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS 



La mejor manera de reciclar vidrios

Debés disponerlos adecuadamente al camión municipal:

- 1**
Deben ser colocados cuidadosamente en cajas de cartón o envueltos en papel.

- 2**
Nunca los dispongás de una manera que pueda causar un accidente a las personas recolectoras.

- 3**
Descargá el calendario de rutas y fechas de recolección en www.montesdeoca.go.cr


¡Prevención solidaria!
QUEDATE EN CASA



<https://www.facebook.com/gobmontesdeoca/photos/a.1160437457339876/3380025312047735/>

CONSEJOS CLAROS

VOZ ACTIVA

Convierta sus residuos en alimento para sus plantas: COMPOST

¿QUÉ INCLUIR?

- RESTOS DE FRUTAS Y VERDURAS 
- CÁSCARAS DE HUEVO 
- RESTOS DE MADERA, RAMAS, TIERRA O ASERRIN 
- PAPEL, CARTÓN PERIÓDICO 
- FILTROS Y BIRGA DE CAFÉ, BOLSITAS DE TÉ 
- HOJAS SECAS Y DESECHOS DE JARDÍN 

¿QUÉ NO INCLUIR?

- DESECHOS DE MASCOTAS 
- CARNES O HUESOS 
- PRODUCTOS LÁCTEOS 
- GRASAS Y ACEITES 
- CARBÓN 

TIPS

- Procure que la primera capa de su recipiente de compost esté compuesta de 5 centímetros de productos "café".
- Mantenga su compostera húmeda.
- Revuelva el compost de 2 a 3 veces por semana.



<https://www.facebook.com/MunicipalidadDeHeredia/photos/a.156715384360396/1598055836893003/>

INSTRUCCIONES
CLARAS

2. IMÁGENES

- Seleccione imágenes **SIGNIFICATIVAS**, claras y de dimensiones y definición adecuadas a su material (recuerde que los materiales impresos necesitan de imágenes de mayor definición que los materiales digitales).
- Utilice las imágenes como un **COMPLEMENTO** del texto, un elemento que agrega significado e información, ilustra o refuerza lo que aparece en el texto.
- Utilice imágenes en las cuales el público meta se pueda reflejar y reconocer, haciendo referencia a **ELEMENTOS IDENTITARIOS** propios. De ser posible, genere un portafolio de imágenes y fotografías propias, que acompañen sus publicaciones.
- Ponga atención a que las imágenes **NO REFUERZEN ESTEREOTIPOS** (de género o raza, entre otros).
- Decida si comunicar su mensaje a través de una fotografía o un **ÍCONO**, pero recuerde que no todo concepto se presta para ser convertido en ícono. Aproveche íconos universales que las personas reconocen y vinculan de forma automática con la gestión de residuos. Seleccione íconos simples y pertenecientes a la misma familia, y reutilícelos en todas las publicaciones que produzca sobre el mismo tema.



APROVECHE LOS ÍCONOS UNIVERSALES QUE LA GENTE YA RECONOCE Y ASOCIA CON LA GESTIÓN DE RESIDUOS.



<https://pixabay.com/es/vectors/reciclaje-s%C3%ADmbolo-logotipo-verde-304974/>



<https://pixabay.com/es/vectors/de-basura-papelera-reciclaje-basura-148554/>



ORGÁNICOS



VIDRIO

SELECCIONE EL ESTILO DE ICONO A UTILIZAR LINEAL, PLANO O CON VOLUMEN Y PROCURE MANTENER LOS MISMOS EN LOS DISTINTOS MATERIALES, PARA UNIFICAR.



<https://www.grecia.go.cr/micrositio/articulo/134/recoleccion-de-residuos>

RETRATE SU COMUNIDAD, AGENDE ESPACIOS PARA PREPARAR MATERIAL VISUAL QUE TENGA IDENTIDAD, QUE REFLEJE A LA GENTE DE SU COMUNIDAD.

<https://www.heredia.go.cr/es/bienestar-social/noticias/ambiente/heredia-sostenible-brinda-nuevo-servicio-de-reciclaje>




CUANDO REALICE FOTOS, APROVECHE DETALLES DE LAS ACCIONES, NO SIEMPRE SE NECESITAN CARAS. A VECES, ACERCARSE CON TRANQUILIDAD Y RETRATAR LA ESCENA DESDE VARIOS ÁNGULOS PUEDE AYUDAR MUCHO.

<https://pixabay.com/es/photos/naturaleza-basura-la-contaminaci%C3%B3n-4202702/>



REGISTRAR EN FOTOGRAFIA EL ANTES Y EL DEPUÉS, PUEDE FUNCIONAR MUY BIEN AL CONTAR HISTORIAS Y RESULTADOS DE PROCESOS.

<https://semanariouniversidad.com/universitarias/composteras-buscan-reducir-al-minimo-la-generacion-basura-los-hogares-alajuela/>



YO ERA UN
BANANO


YO ERA
UNA
FRESA

<https://pixabay.com/es/photos/abono-residuos-vegetales-y-frutas-709020/>



NOS CONVERTIMOS
EN ABONO

<https://pixabay.com/es/photos/mano-palm-de-tierra-compost-4859373/>



SOY UNA NUEVA
PLANTA DE FRIJOL

EL COMPOST
ES VIDA!

burujas de dialogo: <https://pixabay.com/es/illustrations/burbuja-del-discurso-4963618/>
fotografia: <https://pixabay.com/es/photos/grown-up-nace-tierra-naturaleza-1637302/>

— ● — BUSQUE GRUPOS DE IMÁGENES QUE FUNCIONEN ENTRE SÍ,
YA SEA POR COLOR O CON LAS QUE PUEDA CONSTRUIR HISTORIAS.

UN ENVASE PLÁSTICO TARDA:

2 | SEGUNDOS
EN FABRICARSE

30 | MINUTOS
EN USARSE

450 | AÑOS EN SER
BIODEGRAGADO



3. COLORES

- Recuerde que los colores transmiten y generan diversos **SENTIMIENTOS Y EMOCIONES**. Algunos ejemplos:

Los colores cálidos (amarillo, naranja, rojo) son colores considerados como estimulantes y transmiten dinamismo y excitación, pero también confort y ambiente familiar. Los colores fríos (azul, violeta, gris) son considerados sedantes y pueden transmitir tristeza, pero también seguridad y confianza.

Los colores brillantes llaman la atención, pero también pueden resultar poco elegantes. Los colores más apagados son generalmente considerados como más sofisticados, pero también pueden resultar poco llamativos.

Los colores también tienen significados culturales que deben ser tomados en cuenta a la hora de su escogencia (por ejemplo, el color blanco en la cultura occidental se asocia al concepto de pureza, mientras que en algunas culturas orientales se asocia con el luto).

¡Las posibilidades y combinaciones son infinitas! Escoja con atención los colores de su paleta, dependiendo de qué tipo de sensación u emoción quiere generar en el público meta.

- Los colores tienen también una **FUNCIÓN UTILITARIA**: utilícelos para llamar la atención del lector sobre un determinado elemento, para diferenciar espacios o como un código que ayude el lector a identificar cierto contenido y diferenciarlo del resto. Un uso consciente del color puede crear interés visual y aumentar la legibilidad de nuestro mensaje.
- **NO MEZCLE DEMASIADOS** colores. En la medida de lo posible, escoja tres: uno principal, uno que acompañe y uno que acentúe, y utilice los diferentes tonos de estos mismos colores para generar más variedad.



<https://www.facebook.com/1116015431817661/photos/a.1116021411817063/1888254334593763/?type=3>



¡IMPORTANTE! Recuerde que la Norma INTECO 12-01-08 2011, adoptada en la Estrategia Nacional de Separación, Recuperación y Valorización de Residuos (ENSRVR) 2016-2021, define los colores a ser utilizados en los recipientes de almacenamiento de los diferentes tipos de residuos. Esta clasificación puede constituir una base para la selección de colores a utilizar en fotografías y diseños relacionados con residuos.



<https://www.grecia.go.cr/micrositio/articulo/134/recoleccion-de-residuos>

PUEDA ASOCIAR SU IMAGEN A EVENTOS DEL MES. USO DE 3 COLORES.



ESPACIO PARA EL TEXTO LIMPIO, SIN TEXTURAS.

<https://www.facebook.com/muni.canas/posts/2197843263649513>

4. DIAGRAMACIÓN

- Busque el **EQUILIBRIO** de su composición, sin renunciar al **DINAMISMO**. Disponer los elementos de forma asimétrica crea un diseño dinámico. Un equilibrio simétrico o el uso de elementos pares, (dos o cuatro columnas o un bloque de cuatro imágenes), en general, producen un diseño formal, más estático. Una técnica efectiva para lograr el equilibrio sin caer en una composición poco interesante es la **REGLA DE LOS TERCIOS**, muy utilizada también en fotografía: divida su diseño en nueve partes iguales utilizando dos líneas horizontales dos líneas verticales equidistantes. Coloque los puntos de interés principales de su composición en los puntos formados por las intersecciones de estas líneas, o concentrados en el tercio superior o inferior de la página.
- Elimine los elementos superfluos y deje algunos **ESPACIOS VACÍOS** alrededor de los bordes de la página, del texto o de los elementos gráficos para lograr un respiro visual. Si la página está demasiado saturada de información, nada sobresale, la atención del lector se dispersa y se dificulta la lectura y comprensión del mensaje.
- Utilice el **CONTRASTE** (diferencias en brillo, color, textura, tamaño y forma) para crear emoción, añadir interés visual y favorecer la legibilidad. La falta de contraste hace que un diseño se vuelva monótono y poco interesante.
- **REPITA** algunos elementos (colores, formas, texturas o líneas) para dar ritmo a la composición, crear un lenguaje reconocible y transmitir una sensación de coherencia, continuidad y consistencia. Sin repetición de algunos elementos, el lector puede perderse navegando una gran variedad de información. Pero atención, ¡siempre utilice algún elemento de sorpresa para evitar caer en un diseño monótono!

MOSTRAR CON CLARIDAD LOS DÍAS DE LAS RUTAS COMO OBJETIVO PRINCIPAL.

EN ESTE EJEMPLO VEMOS LA INCLUSIÓN DE MARCOS CON COLORES QUE NO INTERFIEREN CON LA LECTURA.

DÍA	DISTRITO
LUNES	Pavas • Uruca
MARTES	Mata Redonda • Hospital
MIÉRCOLES	El Carmen • Merced
JUEVES	Catedral
VIERNES	San Francisco • Zapote
SÁBADO	Hatillo • San Sebastián

Logos at the bottom: Coahuila State Coat of Arms and 'SD vive!' logo.

<https://www.facebook.com/MunicipalidadSJ/photos/a.136711963083422/3020383608049562/>

INTENTAR UBICAR EL LOGO SIEMPRE DE LA MISMA MANERA EN EL MISMO LUGAR.

TRATE DE REPETIR LOS TIPOS DE LETRA UTILIZADOS Y SEA CONSISTENTE CON EL LENGUAJE VISUAL DE SUS MENSAJES.

MUNICIPALIDAD DE POÁS
GESTIÓN AMBIENTAL




ELIGE BIEN

¡Recuerda! Cuando vayas a comprar lleva contigo una bolsa de tela




#MenosPlásticoMásVida

<https://www.facebook.com/145994079283681/photos/a.148857032330719/704510913431992>



MUNICIPALIDAD DE OREAMUNO
HORARIO DE RECOLECCIÓN DE RESIDUOS
FIN DE AÑO

Distrito Cipreses, se recogerán los residuos el jueves 26 de diciembre del 2019 y el viernes 3 de enero del 2020.

Distrito Cot, se recogerán los residuos el jueves 26 de diciembre del 2019 y el martes 31 de diciembre del 2019.

Distrito Potrero Cerrado, se recogerán los residuos el martes 24 de diciembre del 2019 y el viernes 3 de enero del 2020.

A partir de las 6:00 am, por favor sacar los residuos el día que hemos indicado para evitar contaminación en la comunidad.
Gracias.

<https://www.oreamuno.go.cr/2019/12/11/residuos-solidos-fin-de-ano/>

TENGA A MANO PLANTILLAS CON LA IMAGEN DE SU MUNICIPALIDAD Y SI NO CUENTA CON TIEMPO PARA HACER UN DISEÑO, ÚSELAS.



<https://www.ecoticias.com/eco-america/131438/Costa-Rica-mensaje-alcantarillas-San-Jose-mantener-ciudad-limpia>

CONTACTE A LOS ENCARGADOS Y SI ES POSIBLE CONTINÚE CON LAS CAMPAÑAS EFECTIVAS DE OTRAS MUNICIPALIDADES, CON SU PROPIO LENGUAJE.



<https://elguardian.cr/nacionales/con-nuevas-rejillas-para-trangrantes-pluviales-en-san-jose-quieren-evitar-que-basura-llegue-al-mar/>



<https://www.desamparados.go.cr/es/node/3659>



<https://www.facebook.com/TAMMY-Osa-recicla-1116015431817661/>

DISTRITOS	FECHA	LUGARES
Palmar	Los 1 ^{er} Lunes de cada mes.	Comanahat, Barrio las Lajas, Alamarita, Barrio los Ángeles, Palmar Norte Centro, luego por el Colegio, Cueva Sopa, y luego hasta Quebrada Grande, Caña Blanca, 1 ^{er} de marzo
Cortés	Los 1 ^{er} Martes de cada mes.	Ojochel abajo, hotel perreazo, Hotel Sol y Luna, Calle Look Out, Coronado, Tres Ríos, San Buenas, Estero Real, Coronado, Jeaneth Padron, Los Paredes, Hospital Benadimito, Cortés Centro, Cementerio, Embarcadero, Colegio, Puente de Hamacas, Valle del Diquis, Barrio San José, Imbu, Cinco Esquinas, Calle la Yuca, La Laguna y Barrio El Hongo, Finca las Delicias (Agricultor).
Piedras Blancas	Los 2 ^{er} Martes de cada mes.	Villas de Sol, Chacarita, Santa Rosa, Tinocó, finca Alajuela, finca Guanacaste, Puerta del Sol, finca Punizanos, Villa Colón.
Bahía Ballena	Los 2 ^{er} Miércoles de cada mes.	Dominical, Dominicalito, Playa Hermosa, Uvita Centro, Bahía, Colonia, San Martín, Ballena.
Bahía Drake	Los 1 ^{er} Jueves de cada mes.	El Progreso, Los Ángeles, Rancho Quemado, Rincón, Agujitas, Bahía Drake, Los Planes.
Sierpe	Los 1 ^{er} Viernes de cada mes.	Palmar Sur, La Picoa, Hacienda Victoria, Las fincas (12, 2-4-6-11, 3.1).

<https://www.facebook.com/1116015431817661/photos/a.1116021411817063/11170110A91718095/>

BIBLIOGRAFÍA



Adams, S. (31 de octubre de 2013), *Graphic Design Foundations: Layout and Composition*. Lynda.com



Howard Bear, J. (02 de diciembre de 2019), *Key Principles of Graphic Design*. Lifewire.com



Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO (2016), *Manual de Comunicación para el Desarrollo Rural*. Roma: FAO.

¡IMPORTANTE! Haga alianzas con grafiteros y artistas de la comunidad para dar mensajes en lugares transitados. Utilice personajes solo si hay algún diseñador o dibujante, que permita tener el personaje en movimiento y posicionarlo dentro de la gráfica.



RECURSOS ÚTILES

SOFTWARES Y PROGRAMAS

Los principales softwares utilizados por los diseñadores profesionales son [InDesign](#), [Photoshop](#) e [Illustrator](#) (desarrollados por Adobe).

Sin embargo, existen una gran variedad de programas y plataformas en línea que de forma sencilla permiten a personas no profesionales en diseño elaborar materiales gráficos atractivos, permitiendo el acceso a plantillas para distintos tipos de publicaciones (posts para redes sociales, posters, infografías, gráficos, etc.), fuentes, stock de imágenes y videos. La mayoría de estos programas tienen una versión gratuita y una versión de pago que permite acceder a una mayor cantidad de recursos. Algunos ejemplos:

- [Canva](#)

- [BeFunky](#)

(especialmente la herramienta Graphic Designer)

- [Piktochart](#)

- [Easel.ly](#) (para infografías)

STOCK DE IMÁGENES E ÍCONOS:

Algunas de las imágenes que existen gratuitas, pueden ser un buen aliado para contar su mensaje, sea fotografía, como familias de íconos. Recuerde hacer la búsqueda en español y en inglés, buscar con sinónimos de la palabra es muy importante.

- [Pixabay](#)

- [Pexels](#)

- [Unsplash](#)

- [Iconfinder](#) (íconos)

- [Freepick](#)

- [Freeimages](#)



¡IMPORTANTE! Al utilizar materiales de estas fuentes, es importante recordar respetar los derechos de imagen y acreditar a sus respectivos autores (fotógrafos/diseñadores).

OPORTUNIDADES DE CAPACITACIÓN

En cada título de la casilla de curso encontrará el enlace para obtener más información.

CURSO	INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN	DURACIÓN	COSTO
<u>PHOTOSHOP BÁSICO</u>	Universidad Estatal a Distancia (UNED)	40 h	€53,690.00
<u>DIAGRAMACIÓN PARA MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES CON INDESIGN</u>	Universidad Estatal a Distancia (UNED)	40 h	€53,690.00
<u>HERRAMIENTAS BÁSICAS DE ADOBE ILUSTRADOR</u>	Universidad Estatal a Distancia (UNED)	40 h	€41,925.00
<u>CREACIÓN DE ARTES PUBLICITARIOS CON ADOBE ILUSTRADOR</u>	Universidad Estatal a Distancia (UNED)	40 h	€53,690.00
<u>PROGRAMA ESPECIALIZADO: CREATIVIDAD, DISEÑO E INNOVACIÓN: TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS</u>	Universidad Nacional Autónoma de México Y Universidad del Estado de Arizona	5 meses	\$39 USD/mes

<u>PROGRAMA ESPECIALIZADO: DISEÑO GRÁFICO</u>	CALARTS - Instituto de Artes de California	6 meses	\$49 USD/mes
<u>PROGRAMA ESPECIALIZADO: GRAPHIC DESIGN ELEMENTS FOR NON-DESIGNERS</u>	University of Colorado Boulder	4 meses	\$49 USD/mes
<u>EL COLOR APLICADO AL DISEÑO GRÁFICO</u>	Domestika	24 Lecciones (4h 59m)	desde los 5 mil colones.
<u>DISEÑO DE CONTENIDO GRÁFICO PARA REDES SOCIALES</u>	Domestika	15 Lecciones (2h 10m)	desde los 5 mil colones.
<u>DISEÑAR PARA COMUNICAR</u>	Domestika	15 Lecciones (3h 2m)	desde los 5 mil colones.
<u>INFOGRAFÍA ANTIBOSTEZOS</u>	Domestika	16 Lecciones (1h 45m)	desde los 5 mil colones.
<u>ARTE FINAL: PREPARACIÓN DE ARCHIVOS PARA IMPRESIÓN</u>	Domestika	21 Lecciones (3h 40m)	desde los 5 mil colones.
<u>USE CANVA TO CREATE SOCIAL MEDIA MARKETING DESIGNS</u>	Coursera	2 horas	gratis
<u>BUILDING DIGITAL MEDIA USING GRAPHIC DESIGN IN GOOGLE SLIDES</u>	Coursera	90 minutos	gratis
<u>INTRODUCCIÓN A ADOBE ILLUSTRATOR</u>	Domestika	77 Lecciones (10h 9m)	desde los 5 mil colones.
<u>INTRODUCCIÓN A ADOBE PHOTOSHOP</u>	Domestika	50 Lecciones (6h 54m)	desde los 5 mil colones.
<u>ADOBE ILLUSTRATOR PARA DISEÑO GRÁFICO</u>	Domestika	5 Lecciones (7h 31m)	desde los 5 mil colones.



PROYECTO **TRANSFORMA** RESIDUOS EN RECURSOS

KIT DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS

FOTO: <https://pixabay.com/es/photos/de-residuos-la-contaminaci%C3%B3n-2647287/>

