

Campaña de divulgación sobre el reciclaje y
manejo de desechos sólidos, para el Instituto
Técnico de Capacitación
y Productividad -INTECAP



Autor: Lesli Azucena Hidalgo Rodriguez

Campaña de divulgación sobre el reciclaje y
manejo de desechos sólidos, para el Instituto
Técnico de Capacitación
y Productividad -INTECAP





INDICE

Nómina de Autoridades	1
Agradecimientos	2
Presentación	3
Capítulo 1 “Notas introductorias”	4
Capítulo 2 “Marco Referencial”	8
Capítulo 3 “Propuesta Gráfica”	12
Capítulo 4 “Propuesta Gráfica”	17
Capítulo 5 “Propuesta operativa”	52
Conclusiones	60
Bibliografía y citas	65
Glosario	62
Anexos	66

NÓMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA FACULTAD DE ARQUITECTURA

DECANO: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo.

VOCAL I: Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz.

VOCAL II: Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes.

VOCAL III: Arq. Carlos Enrique Martini Herrera.

VOCAL IV: Br. Carlos Alberto Mancilla Estrada.

VOCAL V: Secretaria Liliam Rosana Santizo Alva.

SECRETARIO: Arq. Alejandro Muñoz Calderón.



TRIBUNAL EXAMINADOR:

DECANO: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo.

SECRETARIO: Arq. Alejandro Muñoz Calderón.

EXAMINADORES:

Maria Emperatriz Pérez

Francisco Chang

Carolina Aguilar



Agradecimientos

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO, FACULTAD DE ARQUITECTURA.

Por llenar de conocimiento a cada estudiante en sus instalaciones,
por la lección de vida que día con día, llena de sabiduría.

A MIS CATEDRÁTICOS Y ASESORES

A Felipe Hidalgo, Lourdes Perez, Julieta Molina,
Estuardo Samayoa, Emperatriz Pérez, Isabel Meléndez
por su empeño y su calidad de enseñanza, gracias
por sembrar en nosotros la semilla del conocimiento.

AL INTECAP

por darme la oportunidad de trabajar en sus importantes
proyectos, y apoyarme en todo para mi desarrollo personal,
en especial agradecimiento al Ing. Francisco Gómez,
Licda. Silvia Marroquin, y al Lic. Rafael Álvarez.

ACTO QUE DEDICO A:

A Dios, mi creador, mi todo, por su infinita misericordia
y por permitirme llegar a esta parte del camino de mi vida,
por llevarme de la mano en cada momento.

A mis padres:

Eraclio Hidalgo y María Antonia Rodríguez de Hidalgo,
las personas tan especiales que Dios me dio, por sus
cuidados y por darme incondicionalmente todo su amor y
apoyo, gracias a ellos he llegado hasta aquí, los amo.

A mis hermanos:

Sonia, Brenda y Elder por ese cariño especial que han
brindado a mi vida, cada uno con sus cualidades
llenandome de momentos felices.

A mis amigos:

Los mejores, Jose Luis Bosarreyes, Ronald Cuyan, Edie Paiz,
Ixchel Cordova, Irene Méndez, Gracias por darme los mas
alegres momentos en esta universidad.



Presentación

El diseño gráfico, es un arte lleno de procesos que evolucionan con el tiempo, desde que nace un nuevo proyecto. Su crecimiento y su finalización tienen éxito cuando se presenta de la manera adecuada.

El proceso de diseño se desarrolla en medio de un estudio de estrategias, con el fin de dar un mensaje con fundamento y así llegar a profundidad hacia el grupo objetivo deseado.

La investigación es una de las herramientas más importantes en el proceso de diseño, la información que se obtiene es la esencia de todo el concepto que se crea. La investigación es la que enriquece el proceso, haciendolo más racional, coherente y claro.

El siguiente proyecto muestra el proceso de una campaña para el manejo adecuado de los desechos sólidos y el reciclaje. Se realizará como plan piloto en centros educativos, y también en el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad -INTECAP-, con el fin de fomentar una cultura de reciclaje en la sociedad guatemalteca.



Capítulo 1

Perfil del Cliente



El Instituto Técnico de Capacitación y Productividad, INTECAP, es la institución de Formación Profesional y Asistencia Técnica creada para capacitar, tecnificar y especializar al recurso humano e incrementar la productividad en todos los campos de las actividades económicas.

Fundado el 19 de mayo de 1972, el INTECAP, genera y desarrolla servicios de apoyo al sector productivo, contando con talento humano, tecnología y capacidad para satisfacer demandas actuales con respuestas eficaces y eficientes. Su calidad está garantizada a nivel mundial a través de la Certificación ISO 9001:2000 que obtuvo en el 2002.

INTECAP, cuenta con 20 centros de capacitación, con talleres y aulas debidamente equipados, instructores especializados en diversos campos ocupacionales.

Tiene divididas sus zonas operativas en 6 Divisiones Regionales que cubren todo el territorio nacional.

Desde su creación a la fecha, se han impartido 127,685 capacitaciones, dando como resultado 2,234,711 participantes capacitados.

Misión

Formar y certificar trabajadores y personas por incorporarse al mercado laboral, así como brindar asistencia técnica y tecnológica en todas las actividades económicas, para contribuir a la competitividad y al desarrollo del país.

Visión

Ser reconocidos como la institución líder y modelo en la efectividad de nuestros servicios, que busca constantemente la excelencia.



Antecedentes



El INTECAP, por ser un centro de capacitación reconocido por su excelencia, tiene mucha influencia en la sociedad guatemalteca. Ha implementado un plan en el cual el INTECAP pretende concientizar a las personas de diferentes edades y clase social, (Población en general y centros educativos) e invitar a formar parte de una cultura de reciclaje. Por esta razón es que se realizara un proyecto llamado:

“Campaña de divulgación sobre el reciclaje y el manejo adecuado de los desechos sólidos para el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad -INTECAP-”

JUSTIFICACIÓN

En Intecap, actualmente se desarrollan acciones encaminadas a iniciar una cultura sobre el cuidado y conservación del medio ambiente. Entre esas acciones se encuentra una etapa de concientización a través de charlas que puedan fortalecer la comprensión y sobre todo la sensibilización sobre este tema, que no es una preocupación a nivel de sector o país sino de todo el mundo. En ese marco nuestra institución como Líder y Modelo, toma un papel protagónico a nivel nacional. En la sociedad guatemalteca existe una variedad de problemas de carácter económico, social, etc. Que afecta a la población en general. Hay un problema que la sociedad toma con poca importancia: el manejo inadecuado de los desechos

sólidos y no se practican estudios, ni se planean estrategias para llegar a una solución.

El INTECAP Brindará apoyo para mejorar los sistemas de disposición de desechos sólidos y saneamiento comunitario, con el objetivo que la población en general, conozca como recolectar y clasificar, los desechos sólidos para el reciclaje y realizar la disposición de desechos, domésticos e industriales. Con ello se busca coadyuvar a la mejora de los índices de salud de los Guatemaltecos y crear la cultura de reciclaje.

Por esta razón el INTECAP ha solicitado el apoyo en cuanto a material gráfico e informativo, recursos que se utilizarán en el momento de capacitar a las personas, dentro y fuera de la institución durante la campaña, para comunicar e influir de una manera efectiva, para dar una





solución a un problema que necesita el tiempo de toda una generación para arreglarse. Para esto se requiere dedicarse a capacitar a la población en general a través de charlas en escuelas y colegios, proyectos comunitarios, y otras actividades similares para llegar a las personas jóvenes de esta generación.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

En el mundo se generan diariamente al rededor de 4,000,000 de toneladas de basura domestica, urbana e industrial. Solamente el 30% de estos desechos se trata y el resto constituye un serio problema, ecológico, higiénico, sanitario, político y social.

-Se considera basura todo desecho que ya no tiene ningún uso, lo que presupone un deseo de eliminarlo, de deshacerse de el, ya que no se le atribuye ningún valor para conservarlo además, se considera residuo lo que resulta de la descomposición o destrucción de una cosa, parte o porción que queda de otra. En el relleno sanitario (basurero de la zona 3) de la ciudad de Guatemala, se tiran aproximadamente 2,000 toneladas métricas de basura diariamente.

-En nuestro país no existe ninguna institución ni hogares que usen diferentes recolectores de basura para separar cada desecho, toda la basura se mezcla y no lleva un proceso de reciclaje.

-El reciclaje en sí es un largo proceso que requiere maquinaria especial de alto costo, por lo cual, lo que se quiere lograr

es aportar un poco en el gran proceso de reciclaje, así poco a poco lograr un cambio en la sociedad y en nuestro medio ambiente.



Objetivos



GENERAL

Crear una campaña de divulgación sobre el reciclaje y manejo adecuado de los desechos sólidos, para el -INTECAP- dirigido a la juventud guatemalteca.

ESPECÍFICOS:

Asesorar y crear una estrategia de comunicación junto con el personal que dirige la campaña de reciclaje y manejo de desechos sólidos.

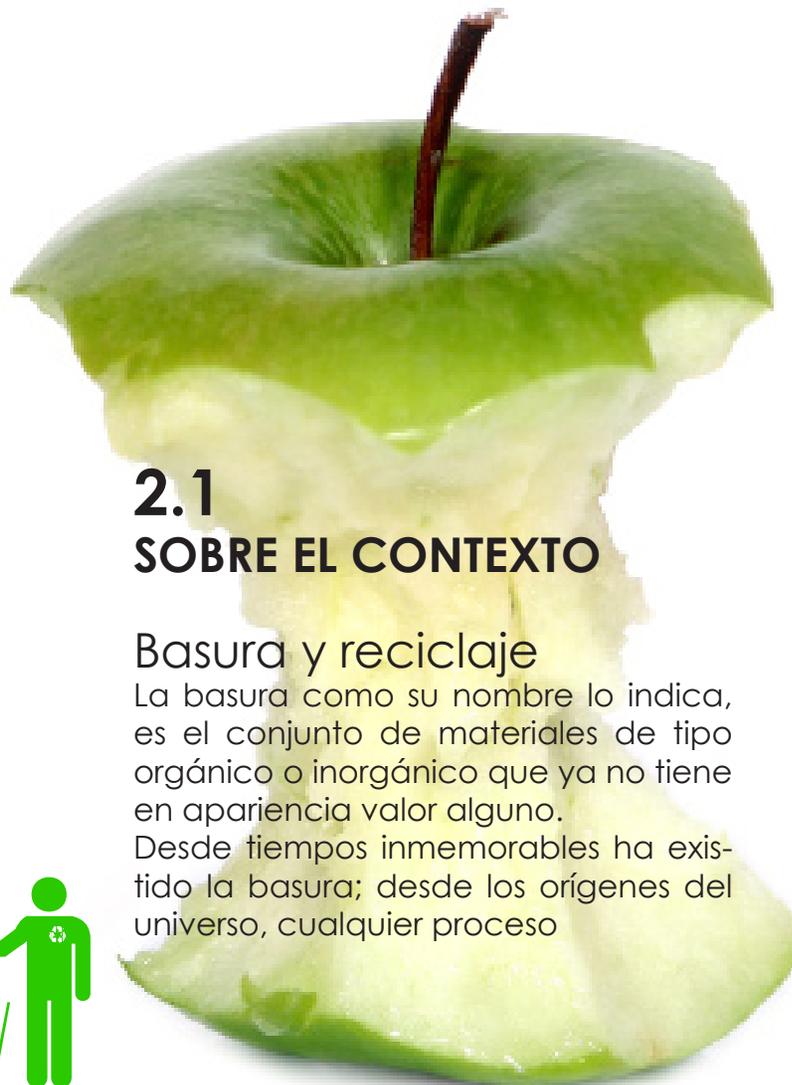
Diseñar una serie de materiales gráficos que complementarán la campaña, para despertar el interés del grupo objetivo, informando, y fomentando la cultura de reciclaje, por medio de: Bifolios, trifolios o instructivos, afiches, volantes, gorras, lapiceros, pачones, material gráfico interactivo, carpetas, botones, marbetes, stickers, lapiceros.





Capítulo 2

Recopilación y selección de información



2.1 SOBRE EL CONTEXTO

Basura y reciclaje

La basura como su nombre lo indica, es el conjunto de materiales de tipo orgánico o inorgánico que ya no tiene en apariencia valor alguno.

Desde tiempos inmemorables ha existido la basura; desde los orígenes del universo, cualquier proceso

genera material que se puede considerar de desecho.

El planeta Tierra es un sistema generativo donde convergen dos ciclos importantes que son:

- El energético
- El material

Ambos activan las diversas actividades y procesos que se llevan a cabo en la parte animada como inanimada del planeta.

Cualquier proceso natural o artificial siempre conllevará a la generación indeseada de desperdicios tanto a nivel energético como material.

Ambas están en equilibrio complementario y no pueden ser creadas ni destruidas, conviene encontrar la mejor manera de aprovechar el intercambio entre ambas.

La mayor parte de la basura no es biodegradable y no se puede reintegrar al ciclo natural de la **materia**.

El hombre nómada generó desechos pero eran netamente orgánicos y degradables, por lo que el ciclo seguía en equilibrio. El problema empieza cuando la generación de desechos sólidos es mayor a la capacidad del sistema de reintegrar la materia al ciclo. Como medida de alivio temporal nacieron los basureros, en algunos casos lejos de la ciudad para evitar enfermedades y malos olores.

El basurero de la zona 3 ya no es suficiente para contener la basura generada por la ciudad y ocho municipios adyacentes.

La falta de construcción de 4 colectores que desvíen las corrientes pluviales y de aguas servidas que confluyen en el





vertedero, podrían originar el colapso dentro de 3 años.

La municipalidad capitalina calcula que a diario ingresan unas 1,536 toneladas cúbicas de desechos. El 47% es proveniente de 8 municipios cercanos a la capital. El contacto de las aguas servidas y pluviales que convergen en el lugar y que se mezclan con la basura produce una serie de contaminantes que además de ser peligrosos para la salud, impiden la compactación de los desechos sólidos. El relleno sanitario tiene un tamaño de 284 mil metros cuadrados en diferentes patios con sectores que se han convertido en áreas pantanosas.

Existen 617 mil usuarios potenciales (propietarios de residencias) utilizan el vertedero. 316 mil familias contratan servicios de recolección de basura; el resto no. 1,536

toneladas de desechos terminan cada día en el relleno sanitario. Se han identificado 250 sitios en donde se deposita ilegalmente la basura. En 75 de estos sitios (30%) se recoge más de un metro cúbico de basura diariamente. Para la erradicación de estos sitios el Departamento de Limpieza de la dirección de Medio Ambiente trabaja en la recolección de estos desechos y su traslado al relleno sanitario.

*Achivos de Investigación de campo de
INTECAP
Autor: Lic. Rafael Alvarez*

Para erradicar este problema de la basura se requiere aplicar un "Sistema de manejo integrado" para el manejo de los desechos sólidos, considerando lo siguiente:

- Reducir
- Reciclar y reutilizar
- Tratamientos químicos y físicos
- Depositar en rellenos sanitarios.

Para lograrlo se requiere de esfuerzos de planificación, concientización para que desde el origen se procure una cultura de reducción y luego de ser necesario hacer la modificación de los procesos para optimizar los recursos.

*Información obtenida de:
"La basura es la solución"
Autor: Deffis Caso, Armando
México, ESPAÑA : Árbol Editorial, 1994*

Este problema debe atacarse por dos enfoques que son:

-Preventivo: educar a las personas para reducir la disposición de desechos.

-Reactivo: La ventaja que tiene Guatemala es que el 51% de sus desechos son orgánicos y degradables, por lo que las dos opciones de aprovechamiento ecológicamente viables pueden ser:





-Producción y recolección de biogas
-El compostaje y/o lombricultura, se puede hacer en casa sin altos costos, pero tomando en cuenta el debido procedimiento usando una clase de lombriz llamada: Coquetarojaca californiana, la cual se puede conseguir en granjas o comprarlas en ventas de abono natural, a un bajo precio, obteniendo como resultado un abono 100% natural.

¿Que desechos se reciclan?

- Vidrios
- Plásticos
- Metálicos
- Organicos

Los desechos sólidos se aprovechan de la siguiente manera:

- Reciclando
 - Produciendo materia orgánica.
- Los desechos sólidos se reciclan lavándolos o fundiendolos en el caso del vidrio y el plástico.

2.2 SOBRE EL GRUPO OBJETIVO.

PERFIL DEMOGRÁFICO.

El grupo objetivo al que se enfocará esta campaña, es a gente joven, de escuelas y colegios principalmente, de todo nivel socioeconómico. Personas de 12 a 18 años, enfocándonos en la generación presente para que la próxima generación crezca con la cultura de reciclaje, como una costumbre que formará parte de su estilo de vida.

PERFIL GEOGRÁFICO.

La campaña se enfocará en los jóvenes de 12 a 18 años de la ciudad de Guatemala, en el área capitalina.

PERFIL PSICOGRÁFICO.

Jóvenes de ambos sexos, en la edad de 12 a 18 años, que están acostumbrados a nuevas tecnologías, que les gusta

actualizarse y estar a la moda, estas son cosas que influyen tanto en sus preferencias como en su modo de pensar, son personas con muchas ganas de vivir, y por esta razón este grupo objetivo tiende a ser sensible ante temas de este tipo.

CARACTERIZACIÓN DE LA AUDIENCIA

El grupo objetivo a quien se enfoca el proyecto, son personas con su máximo nivel de energía, los cuales se muestran sensibles y colaboradores ante proyectos para el medio ambiente.

Jóvenes estudiantes de colegios o institutos, de edades entre los 12 a 18 años, que viven con sus padres o encargados, suelen divertirse en centros comerciales y parques, y se adaptan a nuevas tecnologías, o estilos de vida.

*Archivos de Investigación de campo de INTECAP
Autor: Lic. Rafael Alvarez*





2.3 SOBRE LA TEMÁTICA

El departamento de Guatemala es el mayor “productor” de basura. El servicio de recolección privada supera a las acciones que cualquier Municipalidad podría hacer para reunir los desechos a un menor costo. Sin embargo, se calcula que el 25 por ciento de la basura no se recolecta y se acumula en barrancos y laderas.

El INTECAP Brindará apoyo para mejorar los sistemas de disposición de desechos sólidos y saneamiento comunitario, con el objetivo que la población en general, conozca como recolectar, clasificar, los desechos para el reciclaje y realizar la disposición de desechos, domésticos e industriales. Cada guatemalteco produce en promedio 1.19 libras de basura cada día. Los individuos con ingresos altos generan 1.69 libras, quienes perciben una renta media 1.24, los estratos bajos 1.21 y los muy bajos 0.65. Solo el vertedero de la zona 3 recibe entre 1,000 y 1,500 toneladas diarias de basura. Más del 51 por ciento de esos desperdicios es materia orgánica. Lo demás se reparte entre vidrio, botellas, metales y telas, entre otros materiales.





Capítulo 3

REFLEXIÓN Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO



Método de Diseño

Proceso de Generación de Ideas en la Comunicación educativa

El método utilizado para llegar al concepto creativo es de James Webb Young, que consiste en:

1- Recolección de Datos.
En esta fase se investigó la necesidad del cliente y todo lo concerniente al tema ambiental, para una buena fundamentación.

2- Análisis
En esta fase donde se manipulan y elaboran en la mente todos los materiales previamente recogidos. Es como una especie de digestión mental del material en la cabeza. Aquí se definen los objetivos educativos y la sensibilización.

-Fomentar una cultura de reciclaje en la sociedad guatemalteca, con medios de comunicación efectivos,

enfocados a jóvenes de centros educativos.

3- Pausa
(momento creativo)

En esta fase, se analiza cada detalle, palabra, formas, analogías, imágenes, íconos, jugando con cada elemento, para generar posibles propuestas con mucho significado ya que al final la idea surge de cualquier parte.

4- Iluminación
Aquí se integran la investigación con la creatividad, y surge la gran idea y concepto creativo, por medio del cual se desarrollará la campaña.

5- Acción

En esta fase se planea y se coordina la ejecución de la estrategia para alcanzar los objetivos educativos, y lograr el cambio de actitudes. Aquí es donde el creador comprueba y formula su creación en términos ordenados dándole su configuración final y desarrollando la idea para su utilización práctica. El creador somete su creación a las leyes lógicas para comprobar su validez y que cumple los objetivos que había establecido. Hay que comentar la idea y someterla a todo tipo de pruebas de validación.



REFLEXIÓN Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO



Concepto Creativo
-Alerta y Acción-

Dimensión Conceptual.

El nuevo milenio se ha iniciado con incertidumbres y relativismos, muy diferente al ambiente del siglo pasado cuando la idea del progreso colmaba el intelecto moldeando todas las formas de acción. Luego de superadas las rivalidades entre funcionalistas y formalistas, ambiente en que se formaron unas generaciones, el aire de "todo vale" nos ha dejado sin ideologías, utopías y visiones. Actualmente, un diseño de sobrevivencia parece dominar la enseñanza en nuestra región, donde la instrumentación es lo importante, los mecanicismos y utilitarismos dominan los procesos y donde las

referencias son las tendencias del mercado o "x" moda. Las nuevas ciencias humanas, el pensamiento complejo, el constructivismo están señalando importantes aspectos que deben ser valorados en la formación y acción del diseñador, al mismo tiempo que señalan caminos para desarrollar una epistemología propia para el diseño y su investigación. Lo cual significa, en el diseño, sujetos, no sólo objetos y espacios, reconocer la interdisciplinaridad y complejidad de los procesos de diseño, el compromiso social, ética, actuación local con enfoque global y creatividad en función de esto.

Alerta y acción son dos palabras en las que se basa el concepto creativo.

Alerta es el periodo anterior a la ocurrencia de un desastre, declarado con el fin de tomar precauciones específicas.

Una acción social es todo lo que tenga un sentido de servicio para quienes la realizan, afectando la conducta de otros y orientándose a un beneficio.

por medio de un concepto creativo con una fuerte fundamentación, la comprensión del expectador es efectiva provocando un cambio de actitudes.

Dimensión Ética

El buen diseñador no es sólo quien maneja los programas más avanzados en su materia, sino que quien logra utilizarlos con éxito, responsabilidad, criterio y lealtad hacia quien lo solicita.



REFLEXIÓN Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO



En este sentido, el aporte social que el Diseño puede realizar, no adquiere una connotación negativa. Es decir, el Diseño no debe ocuparse tanto en las restricciones éticas que pudiera tener, sino más bien en los aspectos positivos que puede aportar para mejorar la calidad de vida. De esta manera, no necesita detenerse en el "deber de no hacer", sino más bien requiere desenvolverse creativamente en aquello "Que debe y quiere realizar". Así podemos comprobarlo en las diversas áreas implicadas en el Diseño:

-El Diseñador Gráfico, en primer lugar, es quien logra dar una respuesta creativa e innovadora a la necesidad de las empresas, a fin de otorgar una identidad a cierta imagen, mensaje o sitio que lo requiera. Un buen profesional de esta área debe ser capaz,

en este sentido, de considerar el estado global actual de las comunicaciones y de los mercados, pudiendo crear soluciones cuyo lenguaje resulte comprensible, universal y adecuado a los parámetros estéticos actuales. En la sociedad actualmente se manejan varias campañas sobre reciclaje y medio ambiente, las cuales solo causan preocupación en el grupo objetivo, pero la situación sigue igual. Se quiere prevenir y hacer ver las diferentes soluciones para este problema social.

1) Desarrollar nuevos modos de percepción sobre nuestro entorno inmediato para adquirir nuevas capacidades y hábitos de relacionarse con el medio ambiente, contribuyendo a su protección y a un mejor conocimiento.

2) Concienciar sobre el problema de la contaminación en nuestro medio natural y urbano a través de la observación y el uso de los desechos y materiales de basura, originados por la sobreexplotación de los recursos.

3) Instruir sobre el uso de botes de basura de los colores correspondientes para cada desecho como una alternativa para solucionar la problemática medio ambiental de nuestra sociedad.

Así, el Diseño se nos presenta es mucho más trascendente que la mera aplicación superficial de un determinado estilo o técnica, pues en su doble dimensión, funcional y estética, es capaz de orientarse no sólo a la provocación del placer



REFLEXIÓN Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO



visual, sino que también al mejoramiento de la calidad de vida. Por esta razón, el Diseño puede ser analizado desde una perspectiva ética, pues tanto el profesional implicado como los productos que realiza repercuten en otros, posibilitando su contribución en su mundo laboral y en un ámbito social.

Dimensión Estética

La estética es la consecuencia de percibir algo bello, se encuentra en un conjunto de factores: orden, magnitud, proporción, equilibrio, armonía, simetría, regularidad, etc.

Obviamente, la dimensión estética no puede hacer válido ningún principio de la realidad. Como la imaginación, que es su facultad mental constitutiva,

el campo de la estética es esencialmente (irreal) se ha conservado libre en relación con el principio de la realidad.

La estética de la interacción habrá que buscarla justo en lo que hace al diseño de interacción diferente del resto de diseños: espacio y tiempo. Un sistema interactivo bello no lo es sólo por lo visual sino también por cómo propone los intercambios de información. Algunas tareas requieren procesos lineales, otras entornos abiertos que inviten a la exploración Información densa o ligera, hipertextualidad o secuencialidad. Los elementos visuales también contribuyen. En el diseño se conjugan aspectos como equilibrio, color, proporción y armonía de las formas. El uso de símbolos estará presente

como el de las 3 flechas que identifican el reciclaje, este símbolo apareció el primer año de celebración del Día de la Tierra, en 1970. El creador fue Gary Anderson, un joven de 23 años que cursaba el último año de Diseño en la Universidad de California del Sur, en Los Ángeles (EEUU). Anderson fue el ganador de un concurso organizado por el Container Corporation of America, una compañía de papel que promovía el uso de papel reciclado. Lo que parecía un concurso local sin mayor interés que el anecdótico logró trascender fronteras e idiomas. Hoy, estas tres flechas comunican eficazmente sin mediar palabras: RECÍCLAME.



REFLEXIÓN Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO



La denominada Ley de las 3R, propuesta que popularizó la organización ecologista Greenpeace, propugna la reducción, la reutilización y el reciclaje de los productos que consumimos.

El símbolo "Tidyman", una figura humana depositando un residuo en una papelera, indica al consumidor que se responsabilice de deshacerse del mismo en un lugar adecuado.

El "Tidyman logotipo, a menudo acompañados de un mensaje a "eliminar los residuos con cuidado", es utilizado por muchas empresas en su embalaje de productos. Tidyman se utilizó por primera vez por la compañía de cerveza Budweiser, en la década de 1950.

Dimension Funcional.

Consiste en las metas que se lograrán a través de las herramientas que formarán parte de la estrategia propuesta. Los criterios funcionales a tomar en cuenta son los siguientes:

-La estrategia de comunicación.

-Los medios de comunicación a utilizarse.

-La ubicación.

-Claridad del mensaje para una mejor comprensión y efectividad para lograr el cambio de actitudes.

-La innovación, permitirá valorar el cambio como una oportunidad, a fin de superar lo que ya resulta obsoleto e improductivo. Así, a través de un trabajo sistemático, el

diseñador será capaz de superar aquello que en su ámbito ya resulta pasado de moda, aportando nuevas ideas a su realización práctica, útil y viable.

Por medio de una estrategia bien planeada, y medios de comunicación efectivos, se logrará la participación ciudadana para la recolección de desechos, se logrará un cambio de actitudes en la sociedad guatemalteca. con el apoyo de material gráfico informativo.



Capítulo 4

PROPUESTA GRÁFICA PRIMER NIVEL DE GRAFICACIÓN Y BOCETAJE

Bocetaje del diseño de la campaña

Con base al concepto creativo anteriormente estudiado, se generaron varias ideas, para representar este concepto de una manera gráfica y simple, para una mejor comprensión.



PROPUESTA GRÁFICA PRIMER NIVEL DE GRAFICACIÓN Y BOCETAJE

Bocetaje y Selección del logo de la Campaña

Se solicitó un logotipo para identificar la campaña sobre el manejo de desechos sólidos para el Intecap, este será exclusivamente para este uso, sobre el cual se pueden agregar elementos y símbolos pero sin modificar la tipografía del nombre y el ícono que identifica la letra "i" del Intecap. A continuación se muestra el proceso de elaboración y selección de dicho logotipo.



PROPUESTA GRÁFICA SEGUNDO NIVEL DE GRAFICACIÓN Y BOCETAJE



En esta fase, se muestran las propuestas de logo que surgen del proceso de bocetaje anterior, de estas propuestas se elegirá el logotipo que identificará la campaña de reciclaje de Intecap.



Este es el logotipo elegido para identificar la campaña.



PROPUESTA GRÁFICA SEGUNDO NIVEL DE GRAFICACIÓN Y BOCETAJE

Según el proceso de bocetaje anterior, se define gráficamente de una manera más clara, sobre el manejo de color, imágenes que se usarán, tipografía, simbología y todo elemento gráfico. A continuación se presentan las propuestas de cada concepto creativo que se propone para la campaña.



Este no es su fin...

RECICLAR

Es darle una segunda vida a los desechos.



Reduce
eutiliza
Recicla



Este no es su fin...

RECICLAR

Es darle una segunda vida a los desechos.



Reduce
eutiliza
Recicla



Este no es su fin...

RECICLAR

Es darle una segunda vida a los desechos.



Reduce
eutiliza
Recicla

Concepto: Amor a la vida.

El amor a la vida se enfoca a varios aspectos, pero en este caso es necesario enfocarse a el verdadero significado de amor a la vida, pensar en las demás personas, en lo que queremos dar y recibir, en sembrar buenas acciones, y pensar en la humanidad, preocuparse verdaderamente de la humanidad y ayudar.

El reciclaje, es una manera de mostrar amor a la vida, ya que es una manera de actuar sin egoísmo, es la manera de buscar no solo el bien propio sino que también el de la humanidad.



PROPUESTA GRÁFICA SEGUNDO NIVEL DE GRAFICACIÓN Y BOCETAJE



Concepto: Alerta y Acción
Alerta es el periodo anterior a la ocurrencia de un desastre, declarado con el fin de tomar precauciones específicas, para evitar la existencia de posibles desgracias.
Una acción social es toda acción que tenga un sentido mentado para quienes la realizan, afectando la conducta de otros, orientándose la acción mencionada por dicha afectación.



PROPUESTA GRÁFICA SEGUNDO NIVEL DE GRAFICACIÓN Y BOCETAJE



Concepto: Responsabilidad Social

Se toma en cuenta este concepto ya que la responsabilidad, está íntimamente ligada al concepto de educación, entendido como un proceso social complejo por la cantidad de personas que convoca y las variables que propone, es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema.



Criterios de Jerarquización y selección de la propuesta final

Después de las sugerencias del personal de la institución que llevan la dirección de la campaña, se ha elegido el concepto de "Alerta y Acción", una de las propuestas que representan este concepto. Se hace más claro para el grupo a quien se quiere dar el enfoque y después de una serie de cambios en colores y frases y factores importantes en el sentido lingüístico, este es el concepto y la propuesta que se utilizarán en la campaña.

El uso de monumentos famosos en Guatemala, resaltan la identidad nacional en el concepto, para que el receptor se sienta parte del cambio, y se sensibilice de la belleza que existe en Guatemala, que no se debe perder por la falta de buenas costumbres.



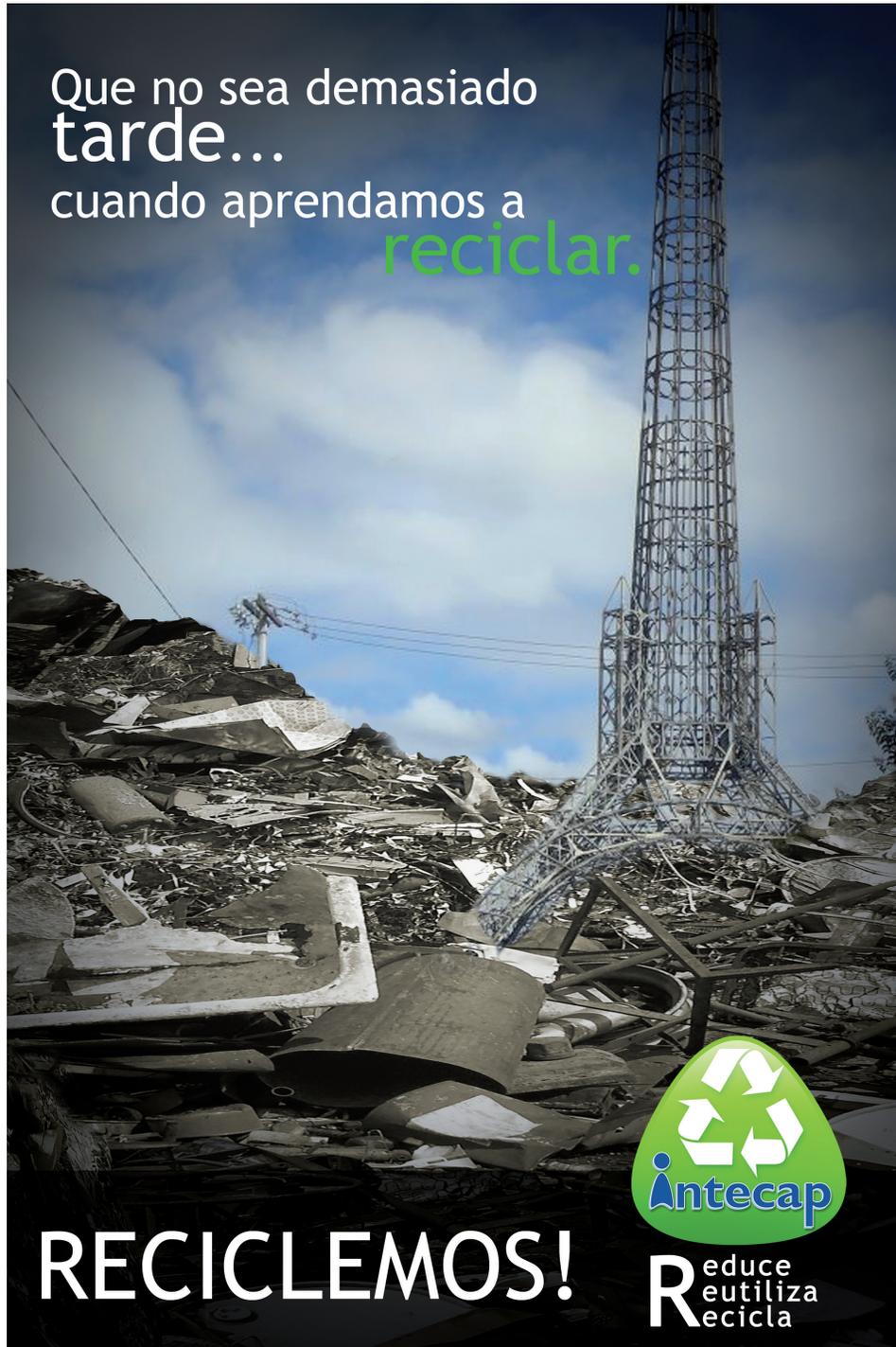
Que no sea demasiado tarde...
cuando aprendamos a reciclar.



RECICLEMOS!

Reduce
eutiliza
recicla

Que no sea demasiado
tarde...
cuando aprendamos a
reciclar.



RECICLEMOS!



Reducer
eutiliza
recicla



Que no sea demasiado tarde...
cuando aprendamos a reciclar.

RECICLEMOS!



R educe
e utiliza
Recicla



Que no sea demasiado tarde...
cuando aprendamos a **reciclar**.



Reducer
eutiliza
ecicla

RECICLEMOS!



Que no sea demasiado tarde...
cuando aprendamos a **reciclar.**



RECICLEMOS!

Reducer
utiliza
recicla



Fundamentación

Factor Icónico

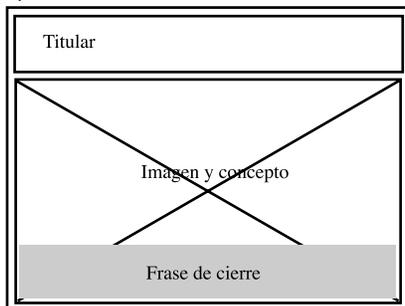
La identidad nacional se hace ver en la línea de diseño de cada propuesta, mostrando imágenes de monumentos y edificios de la ciudad de Guatemala, haciendo la campaña más nacional y propia de cada guatemalteco.

Factor Lingüístico

“Que no sea demasiado tarde, cuando aprendamos a reciclar” este texto se asocia con la imagen a modo de hacer reflexionar a las personas, y lograr la creación de la cultura de reciclaje, haciendo ver que debemos actuar pronto para evitar problemas que pudiera causar el no reciclar.

Recorrido Visual

La estructura del diseño, produce en el espectador una observación de arriba hacia abajo, desde el titular a los demás elementos de la composición.



Como titular:

“Que no sea demasiado tarde, cuando aprendamos a reciclar”

Frase de cierre:

“¡Reciclemos!”

Tipografía

El tipo de letra que se utiliza es Trebuchet MS. Es un tipo de letra con bastante legibilidad, sin serif esto facilita la lectura y la comprensión del mensaje.

El logotipo que identifica la campaña también posee el mismo tipo de letra para mayor unidad en la línea de diseño.

Colores

Se usaron los colores azul y verde, el verde siendo un color frío, que representa la vida, lo natural, salud, que es lo que se quiere promover en esta campaña. El color azul que también es un color frío que representa lo infinito y la profundidad, se utiliza para dar un mayor contraste en el diseño, estos dos colores son los que predominarán en cada pieza de la campaña.



Fundamentación



Reduce
Reutiliza
Recicla



PROPUESTA DE LOGOTIPO ELEGIDA

El propósito del logotipo que representará la campaña, es transmitir un significado claro sobre el reciclaje, por lo cual se usaron símbolos que internacionalmente representan el proceso de reciclaje de una manera clara, como las 3 flechas que representan las siguientes acciones:

Factor Lingüístico:

Reducir
Reutilizar
Reciclar

La denominada Ley de las 3R, viene de la propuesta que popularizó la organización ecologista Greenpeace, que significa la reducción, la reutilización y el reciclaje de los productos que consumimos.

Factor Icónico

El uso de símbolos estará presente como el de las 3 flechas que identifican el

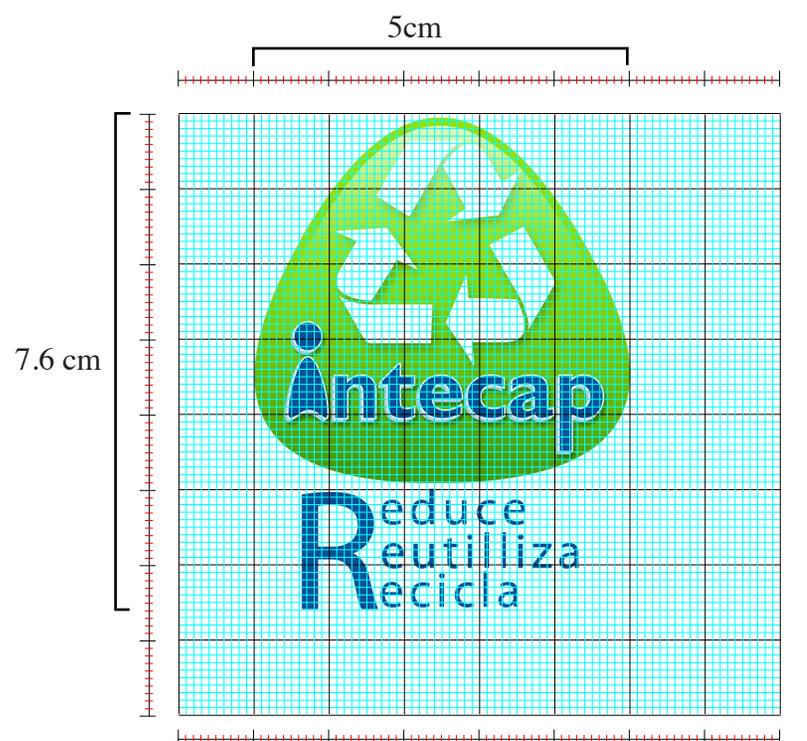
reciclaje, este símbolo apareció el primer año de celebración del Día de la Tierra, en 1970. El creador fue Gary Anderson, un joven de 23 años que cursaba el último año de Diseño en la Universidad de California del Sur, en Los Ángeles (EEUU). Anderson fue el ganador de un concurso organizado por el Container Corporation of America, una compañía de papel que promovía el uso de papel reciclado. Lo que parecía un concurso local sin mayor interés que el anecdótico, logró trascender fronteras e idiomas. Hoy, estas tres flechas son utilizadas libremente y con algunas variaciones pero siempre con el mismo significado, comunican eficazmente sin mediar palabras: RECÍCLAME.

Los colores verde y azul, se usaron por ser institucionales y al mismo tiempo son colores que representan la naturaleza y el océano, que debemos conservar en buen estado, contribuyendo con el medio ambiente.

Gorras



Medidas del logotipo



Pachón



7 cm

15 cm



Botones



2.5" de diametro



Volante



Tamaño media carta



Carpeta



Que no sea demasiado **tarde...**
cuando aprendamos a **reciclar.**



Antecap
Reduce
Reutiliza
Recicla



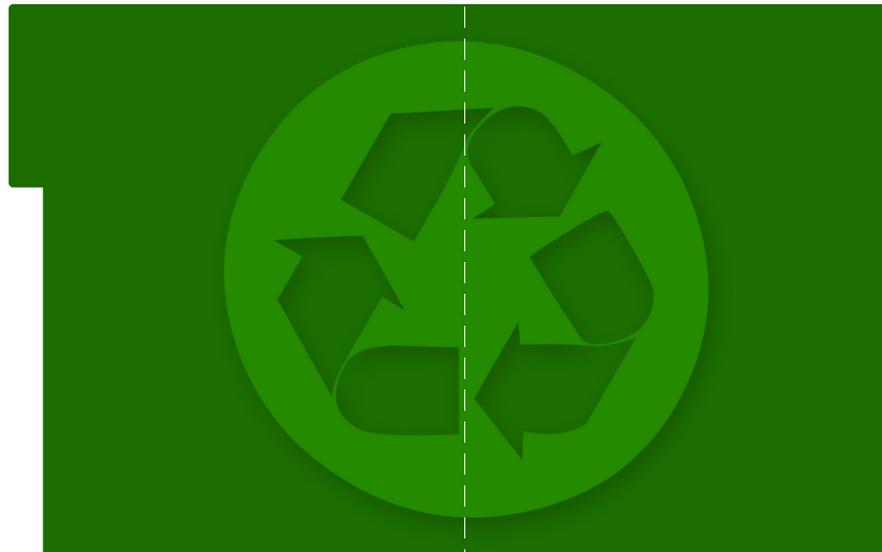
Antecap
Reduce
Reutiliza
Recicla

RECICLEMOS!



Antecap
Reduce
Reutiliza
Recicla

Antecap logo and recycling symbol.



Trifoliar sobre reciclaje de aluminio



REUTILIZA



Lo que Debemos hacer...

- Separa siempre las latas de aluminio y deposítalas en la bolsa de envases (bolsa amarilla).
- Si colaboras con el reciclaje del aluminio estas participando en un ahorro de energía de hasta el 95%.
- Si reciclamos el aluminio estamos disminuyendo las emisiones de dióxido de nitrógeno en un 95% y las emisiones de azufre en un 99%. Estos dos compuestos son causantes de la lluvia ácida.
- Puedes organizar una campaña de recogida de Aluminio y el beneficio económico obtenido donarlo a una organización benéfica.
- Evita comprar regalos o productos que vengan envueltos con papel de aluminio, además de otros envoltorios.
- Evita utilizar productos que vengan fabricados con mezcla de materiales (papel, plástico, aluminio).
- Para reducir el gasto de papel de aluminio evita utilizar platos, bandejas, puedes sustituirlos por vidrio o cerámica.

Exterior

RECICLA



ALUMINIO

Es un metal abundante en la corteza terrestre, sin embargo se encuentra en estado puro en la naturaleza, sino en forma de óxidos con varios grados de hidratación con calcio y recubierto con otros elementos como impurezas de óxido de hierro y de zinc. El Aluminio se extrae del mineral denominado bauxita.

- ▷ Para obtener 1 tonelada de aluminio puro se necesitan cuatro toneladas de bauxita y en este proceso de reducción se consumen gran cantidad de energía.
- ▷ La producción de aluminio requiere 14 kilovatios/hora para obtener 1 kg de aluminio de 3 aluminos.
- ▷ El proceso de extracción del aluminio produce un fango rojo (óxido de hierro hidratado) muy contaminante.
- ▷ Un litro puro de aluminio es equivalente a 50 litros de bauxita.
- ▷ Una lata de aluminio tarda en descomponerse entre 300 y 500 años.
- ▷ Si tiras una lata de bebida (o cualquier refresco) estás desperdiciando la energía equivalente a una lata de gasolina (que es lo que se ha utilizado en su fabricación).
- ▷ Las latas son un recurso muy valioso de nuestra basura, el fondo se fabrican nuevas latas a través producción.

Fabricar latas con material reciclado reduce un 95% la contaminación y necesita un 90% menos de energía que hacerlo a partir de bauxita.

REDUCE

PROCESO DE RECICLAJE

Al igual que ocurre con el acero, el reciclado del aluminio necesita de una separación en origen y de una recogida selectiva previa, para ser llevado a una planta de clasificación. Aquí es separado del resto de materiales mediante un separador de frenos, sistema que utiliza campos magnéticos opuestos y densidad y aluminio aparte de los otros tipos de envases. A partir de aquí, el aluminio se amasa y es transportado a un centro de reciclado. Aquí se realizan una serie de procesos destinados a conseguir que el aluminio pueda ser devuelto al ciclo del mercado.

1. Triturado y eliminación de impurezas del aluminio
2. Lavado y secado para eliminar restos
3. Se introducen las vetas de aluminio en un horno de reducción donde se funde el aluminio y se forman lingotes de aluminio o aluminio
4. Fabricación de nuevos productos.

VENTAJAS

El reciclado del aluminio es un proceso que se realiza desde hace tiempo porque, además de los beneficios ambientales, tiene otros económicos. Desde el punto de vista técnico resulta fácil y supone un gran ahorro de energía y materias primas. El aluminio que se recupera conserva gran parte de sus propiedades, pudiendo repetir el proceso cuantas veces se quiera.

- ▷ Al utilizar aluminio reciclado se ahorra un 90% de la energía empleada a partir de la producción del mineral primario.
- ▷ Puede reciclarse indefinidamente sin perder sus propiedades, pudiéndose fabricar un producto con idénticas propiedades.
- ▷ Se puede reciclar el 100% de los materiales recuperados.
- ▷ Su recuperación es rentable técnica y económicamente.
- ▷ En el entorno ocupa espacio, no se degrada y es recuperable.

Coloca los desechos de aluminio, en los recipientes de color Amarillo



Trifoliar sobre reciclaje de papel

REUTILIZA



Lo que Debemos hacer...

- 1 Organiza un taller para hacer papel reciclado.
- 2 Solicita que en tu colegio/instituto, puesto de trabajo..., haya instalado un contenedor azul para la recolección selectiva de papel.
- 3 Orípate de poner un contenedor de papel o caja de cartón para recoger el papel de tu clase/oficina... y semanalmente (cuando esté lleno) depositarlo en el contenedor azul.
- 4 Utiliza el papel por las dos caras.
- 5 Compra folios, cuadernos, productos reciclado si queremos que el reciclaje prospere (aumente sus porcentajes).
- 6 Haz una lista de papeles que se pueden reciclar y cuáles no y distribúyela entre tus compañeros y amigos.
- 7 Usa pañuelos de tela.
- 8 Puedes editar un periódico en papel reciclado, informando sobre las ventajas de este papel.



Exterior

RECICLA



REDUCE

PROCESO DE RECICLAJE

1 Recolección

Esta es la parte en donde se pone en práctica la cultura de reciclaje, y cumplimos como ciudadanos responsables depositando la basura en el recipiente del color que corresponde según sea el desecho.



2 Transporte y Selección

En esta parte, empresas recolectoras se encargan de juntar cada desecho, según sea su clasificación.



3

A través de un proceso físico-químico se logra obtener nuevamente un producto de buena calidad, y sobre todo 100% reciclable.



Interior

VENTAJAS

Beneficios ambientales:

- ▷ Se salva masa forestal de ser talada.
- ▷ Se reduce la necesidad de plantar monocultivos de coníferas y resinosas.
- ▷ Reducimos en un 30% el consumo de agua y un 33% el de energía.
- ▷ Disminuyen los efluentes contaminantes en un 10%.
- ▷ Cautamos su utilización en incineradoras y reducimos el espacio de los vertederos.
- ▷ Beneficios económicos.
- ▷ Reducción de la inversión de las industrias del sector.
- ▷ Ahorro en el gasto de recursos energéticos y de agua.
- ▷ Es una materia prima barata.



Coloca los desechos de papel, en los recipientes de color azul



PAPEL

El papel fue inventado en China hacia el año 105 d.C., lo promovieron a partir de cortezas de madera y raspo. Sin embargo los chinos lo usaron para escribir este material como soporte para la escritura, los egipcios usaron el papiro mucho antes, desde el 3000 a.C. Se usó también en India y en América en el 1600 d.C. Fue en un parte de la rotura de la ligadura interna y otras plantas de material vegetal que surgió el papel.

Los Chinos transmitieron el arte de la fabricación del papel a los árabes y en 1351 desde el Imperio Otomano y de aquí a toda Europa. Su utilización no se hizo masiva hasta que Gutenberg en el 1474 inventó la imprenta.

- ▷ Una tonelada de papel reciclado (periódicos, folios...) evita la tala de 16 a 17 árboles.
- ▷ La fabricación de papel nuevo a partir de papel reciclado requiere un ahorro del 70% en agua del agua.
- ▷ De todo el papel que se usa en nuestro país, se recicla un 45% (tasa de recuperación). Esto significa que tenemos que importar cerca de 900 mil toneladas de papel para satisfacer la demanda existente.
- ▷ Sin embargo, de todo el papel utilizado, el 81% es papel reciclado (tasa de reutilización). Si se reciclara más cantidad de papel no habría que importar papel de fuera, con lo que se ahorrarían importantes sumas de dinero.
- ▷ El papel reciclado es aquel que en su fabricación se ha utilizado papel recuperado de periódicos, revistas...
- ▷ Papel ecológico es aquel que en su producción se han tomado medidas para reducir la contaminación del agua y la atmósfera y/o se utiliza arena y resina de madera para producir la pasta de papel.
- ▷ Papel libre de cloro: significa que en el proceso de fabricación no se ha utilizado cloro (mayormente los que se genera el dióxido de cloro).
- ▷ De los residuos que generamos el 21% es papel y cartón.
- ▷ El papel tarda en descomponerse entre 2 y 4 semanas, en condiciones óptimas de humedad y calor.





Trifoliar sobre reciclaje de plásticos

REUTILIZA



Lo que Debemos hacer...

- Evita el uso de bolsas de plástico siempre que sea posible.
- En la compra; no más bolsas! Lleva siempre la tuya propia (mochila, tela, carrito)
- Utilice las bolsas de tela para ir a la compra y evitas que te den otras.
- Reutiliza las bolsas, ponlas en el cubo de la basura, para hacer los residuos
- Mira la etiqueta para saber el tipo de plástico que ya sabes distinguir.
- Evita el consumo de botellas de bebidas que sean de plástico, especialmente de PVC.
- Investiga con tus compañeros de que plásticos están hechos los envases que tienes en tu casa/escuela, lugar de trabajo, asociación...
- Haz una lista y distribuyela, dando información y recomendaciones.

Exterior



RECICLA



PLASTICO

Los primeros productos fabricados de plásticos datan de 1862 (collares, mangos de cuchillos, cajas...), los cuáles fueron fabricados a partir de productos vegetales, denominándose el plástico celulósido.

En 1909, se descubrió una nueva materia prima, el alquitrán, del que se fabricó otro plástico, la baquelita, usada como aislante eléctrico. Por otra parte los químicos a principio del siglo XX comenzaron a conocer mejor las reacciones químicas, esto aceleró la búsqueda de nuevos materiales y así, en el año 1930, comenzó la fabricación de plásticos a partir de derivados del petróleo.

Como por ejemplo el nylon y el PVC, que comenzaron su fabricación industrial en la década de los años 30, siendo en la década de los 40 cuando se incorporaron otros como el polietileno, los poliésteres, los poliuretanos, las resinas epoxi, etc.

REDUCE

PROCESO DE RECICLAJE

1 Recolectión

Esta es la parte en donde se pone en práctica la cultura de reciclaje, y cumplimos como ciudadanos responsables depositando la basura en el recipiente del color que corresponde según sea el desecho.



2 Transporte y Selección

En esta parte, empresas recolectoras se encargan de juntar cada desecho, según sea su clasificación.



Interior

3

A través de un proceso físico-químico se logra obtener nuevamente un producto de buena calidad, y sobre todo 100% reciclable.



Calca los desechos plásticos en el recipiente de color amarillo.





Trifoliar sobre reciclaje de Vidrio

REUTILIZA



Lo que Debemos hacer...

- Separa siempre las botellas de vidrio y depositalas en la bolsa o recipiente de envases color verde
- Si colaboras con el reciclaje del vidrio estars participando en un ahorro de energia de hasta el 9%
- Puedes organizar una campaña de recogida de vidrio y el beneficio economico obtenido donarlo a una organizacion benéfica.



Exterior RECICLA



VIDRIO

El vidrio es un silicato que funde a 2.000 grados. Está constituido esencialmente por sílice (aproximadamente 70% del peso), óxido de sodio (14%) y otros materiales que le dan las diferentes coloraciones. Desde el punto de vista de su aplicación, el vidrio se clasifica en industrial y doméstico.

D- VIDRIO INDUSTRIAL. Se entiende como vidrio industrial el vidrio que no es utilizado como envase para productos alimenticios, farmacéuticos o productos químicos, biológicos, vidrio plano, ventanas, cristales blindados, fibra óptica, bombillas, etc.

D- VIDRIO DOMÉSTICO. Se entiende como vidrio doméstico el que se emplea para almacenar productos alimenticios (conservas, vinos, jugos, etc.) aunque de una manera más generalizada, es el vidrio que el ciudadano deposita en los contenedores destinados a este fin.

Desde el punto de vista del color los más empleados son:

- El verde (60%). Utilizado masivamente en botellas de vino, cerveza, licores y cerveza, aunque en menor cantidad en este último.
- El claro (25%). Usado en botellas de bebidas gaseosas, cervezas, medicinales, perfumaria y alimentación en general.
- El lavadero (10%). Empleado masivamente en aguas minerales, tarros y botellas de decoración.
- El opaco o ámbar (5%). Aplicado en cervezas y algunas botellas de laboratorio.

Más del 42 % del vidrio reciclado procede del doméstico, siendo el sector principal de producción de vidrio recuperable.

REDUCE

PROCESO DE RECICLAJE

- 1 Recolección**

Esta es la parte en donde se pone en práctica la cultura de reciclaje, y cumplimos como Ciudadanos responsables depositando la basura en el recipiente del color que corresponde según sea el desecho.
- 2 Transporte y Selección**

En esta parte, empresas recolectoras se encargan de juntar cada desecho, según sea su clasificación.

- 3 Producción**

A través de un proceso físico-químico se logra obtener nuevamente un producto de buena calidad, y sobre todo 100% reciclable.

Ventajas

- Reciclando vidrio se ahorra energía: Tan sólo con la energía que ahorra el reciclaje de una botella, se podría mantener encendida una bombilla de 100 watts durante 4 horas.
- Ahorramos materias primas y evitamos la destrucción de terrenos por extracción: Reciclando 3.000 botellas se ahorra más de una tonelada de materias primas.
- Reducimos los residuos que van a parar a los vertederos: 3.000 botellas recicladas son 1.000 kilos menos de basura.
- Reducimos la contaminación del aire en un 20%, al quemar menos combustible para la fabricación de nuevos vidrios.
- Evitamos el grave problema de los vertidos incontrolados.

Interior





Trifoliar sobre reciclaje de desechos orgánicos

REUTILIZA



Lo que
Debemos
hacer...

• Separa siempre los desechos orgánicos y deposítalos en la bolsa o recipiente de envases color negro.
Esta es una manera de colaborar en el proceso de reciclaje de los desechos orgánicos.



Exterior RECICLA



RREDUCE E

PROCESO DE RECICLAJE LOMBRIZ COQUETA ROJA

Nombre Común: Lombriz Californiana o coqueta roja.

Nombre Técnico: Eisenia Foetida

Híbrido: Lombrices terrestres y la lombriz maloliente Helodrilus foetidus

Tamaño: en estado adulto: 8-12 cm.

Respiración: la realiza por medio de la piel.

Sexo: son hermafroditas, cada lombriz tiene dos sexos (macho y hembra)

Alimentación: consume variedad de alimentos de tipo orgánico, en descomposición, pulpa de café, estiércol de animales, rastrojo de milpa, paja de trigo, vainas de frijol, desperdicios vegetales y animales, conversión alimenticia es de 1 gramo de alimento por día.

Ciclo de vida: la coqueta roja puede vivir hasta 15 años.

Madurez sexual: de 60 a 90 días. Se le llama lombriz coqueta roja por el color rojo de su cuerpo.



Interior

¿CÓMO VIVE LA LOMBRIZ COQUETA ROJA?

Se adapta a casi todos los lugares y ambientes, con preferencia en material orgánica en descomposición. También se pueden aprovechar todos los restos orgánicos de cultivos o sub-productos agrícolas y desperdicios de cocina.

El manejo del sustrato es el elemento de mayor importancia dentro del cultivo de lombrices, ya que aparte de considerarlo como el alimento es considerado como su hábitat. Si se entrega estabilizado o maduro el compostaje a las lombrices, estará asegurando que las crías se reproduzcan aceleradamente y en poco tiempo habremos multiplicado la cosecha.

En el manejo del sustrato se debe tener en cuenta 3 factores muy importantes:

- Humedad
- Temperatura
- pH (Acidez, alcalinidad)

LOS ENEMIGOS NATURALES

-El sol, produce deshidratación de las lombrices y estas mueren.
-El calor que producen los materiales, que sirven de alimento, las podrían matar.
-La falta de humedad del alimento.
-Algunos animales, que se comen a la lombriz como: Gallinas, pájaros, hormigas.



Residuos Orgánicos



LOMBRICULTURA Una opción adecuada para reciclar

El INTECAP por medio de su programa de Capacitación y Asistencia Técnica, realiza la transferencia de tecnología para el desarrollo de cultivos de Lombriz Coqueta Roja.

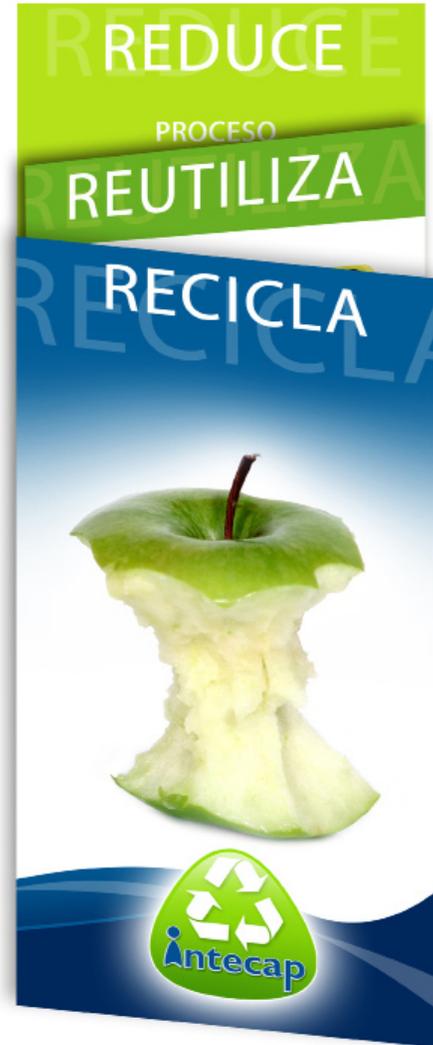
El objetivo del INTECAP es proporcionar los conocimientos para los interesados en realizar el cultivo de lombriz.

Con la Asistencia Técnica, el INTECAP llega a su Finca, Empresa o lugar de trabajo.

La Lombricultura es una actividad que contempla la cría intensiva de lombrices bajo condiciones controladas.

La producción de lombriz por medio de los productos que genera puede contribuir a la economía de los agricultores, sustituyendo poco a poco la utilización de fertilizantes químicos, por fertilizantes orgánicos.

El principal producto que se obtiene del cultivo de lombriz es el lombricompost y el purín o exudado que puede aplicarse a los cultivos agrícolas, dando magníficos resultados en la producción.



Adhesivos



Lapiceros



Marbetes



Mecanismo



Animación Interactiva en internet www.intecap.edu.gt



Proceso



Este ejercicio interactivo, será utilizado con un fin educativo, para aprender a clasificar los desechos y depositarlos en el recipiente de color adecuado. Es una manera diferente y adecuada para despertar el interés en el grupo objetivo.

En esta dinámica, se presenta cada recipiente y cada tipo de desecho, el participante debe elegir el desecho que corresponde a cada recipiente, cada vez que se le presente la pregunta, La respuesta tiene un valor de 25 puntos, lo cual hace un total de 100 puntos.

El participante puede hacer este ejercicio todas las veces que quiera, de este modo, notará que va mejorando cada vez que realiza el ejercicio, aprendiendo de una manera diferente y efectiva.

A continuación se muestra el proceso del ejercicio.



Proceso



Capítulo 5

Propuesta Operativa



Plan de Medios

En el proceso de la campaña, se necesita de varios medios y estrategias para comunicar de una manera efectiva y directa el mensaje hacia el grupo objetivo, y de esta manera lograr un cambio de actitudes en la sociedad.

Campaña de divulgación sobre el manejo adecuado de los desechos sólidos para Intecap

Presupuesto: Q.30,840

Delimitación: Ciudad Capital

Distribución y Duración de la Campaña

La distribución de materiales de divulgación de la campaña, serán según la planificación de eventos que Intecap tenga entre su programación para este fin.

Enero

Presentación del proyecto a la institución, y charla interna sobre el manejo adecuado de los desechos sólidos dentro del Intecap

Febrero

Charla a Jóvenes del centro de capacitación Guatemala 1

Marzo

Charla de concientización en la municipalidad de San Juan Sacatepequez en donde asistirán Jóvenes de varias escuelas y colegios aledaños.

Abril

Charla sobre lombricultura en Intecap centro Sede.

Ninguna actividad de este tipo, por motivos de aniversario de la institución.

Junio

Charla a Jóvenes del centro de capacitación Guatemala 2.

Julio

Charla en Intecap centro sede, en donde se invitará a directores de escuelas y colegios y se les propocionará material como, gorras, marbetes, trifoliales, volantes y carpetas, para que sean repartidos en sus centros de educación.

Agosto

Participación en feria tecnológica 2009 en el hotel Camino Real.

Septiembre

Charla a jóvenes del centro de Turismo

Octubre.

Participación en seminario de lombricultura.

Noviembre

(Ninguna actividad.)

Diciembre.

(Ninguna Actividad.)

El material será distribuido mensualmente por un periodo de ocho meses, de la siguiente manera:

125 Afiches

125 Volantes

125 Carpetas

500 Trifoliales

125 Adhesivos

125 Pachones

125 Botones

125 Gorras

250 Lapiceros

125 troqueles de regalos

125 Marbetes.



Presupuesto de la Propuesta



Pieza	Cantidad	Descripción	Precio
Afiches	1,000	tamaño 12x18" full color	Q.2,440.00
Volantes	1,000	Media Carta Full color	Q.780.00
Carpetas	1,000	Texcote calibre 12 full color	Q.3,485.00
Trifoliales	4,000	Carta, bond full color	Q.2,135.00
Adhesivos	1,000	3x3" full color	Q.500.00
Pachones	1,000	Con capacidad 1 litro, impresos a color	Q.3,000.00
Botones	1,000	2" 1/4 de diametro, full color	Q.4,000.00
Gorras	1,000	De tela azul, con serigrafía	Q.5,500.00
Lapiceros	2,000	Con impresion del logo	Q.4,000.00
Marbetes	1,000	Impresión y troquelado	Q.2,000.00
Troquel	1,000	Impresión y guia de troquel	Q3,000.00

TOTAL
Q.30,840



Justificación de Cada Medio



Afiches: Este medio es una manera práctica de comunicar, ya que se puede colocar en cualquier lugar en donde transiten muchas personas para aumentar la cantidad de receptores.

Estarán ubicados en centros educativos de primaria y diversificado u otros centros educativos, por tiempo indefinido.



Trifoliales

Esto se usará como un medio informativo, para profundizar mas a las personas en el tema de reciclaje para su mayor comprensión.

Se repartirá en centros educativos a cada alumno y en cada charla sobre el reciclaje, por tiempo indefinido.



Volantes:

Este es un medio de comunicación más directo, que se usará con el fin de acercarse mas al grupo objetivo.

Éstos se usarán por tiempo indefinido y se distribuirán en centros educativos y parques.



Lapiceros:

A los lapiceros se les hará una impresión del logotipo de la campaña, este medio se usará como un recordatorio constante de la campaña, ya que un lapicero es un artículo de uso diario.

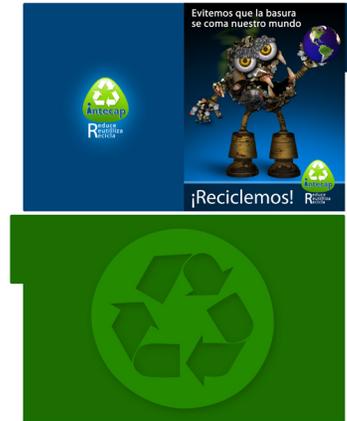
Los lapiceros se repartirán en las charlas sobre reciclaje por tiempo indefinido.



Carpetas

Este medio es muy útil para los estudiantes, y por esto será efectivamente recordada la campaña de una manera constante.

Éstas serán entregadas a los estudiantes de centros educativos, por tiempo indefinido.



Adhesivos:

Éstos se utilizarán para que el receptor tenga constantemente este mensaje y puedan colocarlos en cualquier lugar.

Éstos se repartirán en los centros educativos a todos los jóvenes estudiantes.



Pachones para agua

Esta estrategia será usada con el mismo fin de un recordatorio constante, y al mismo tiempo es algo útil para el receptor, por lo cual lo usarán y será algo que les dure mucho tiempo.





Gorras:

Se repartirán en los centros educativos que acepten ser parte de este movimiento ambiental, para hacer sentir a los alumnos que pertenecen al proyecto y hacerlos sentir la responsabilidad social y el compromiso con el medio ambiente.



Marbetes

Se repartirán en los centros educativos con el fin de funcionar como un recordatorio, y se colocará en la manija de las puertas.



Botones

Es un accesorio que a los jóvenes les gusta, por lo cual se pensó en algo que cuando lo utilicen en la ropa, se sientan como parte de este movimiento de reciclaje y así formar un cambio de actitudes.



Mecanismos

Se repartirán como un modo acercamiento a los sentimientos del grupo objetivo de una manera más creativa, en cada charla como parte de cada actividad.



Se repartirán en cada charla sobre reciclaje, por tiempo indefinido.



Animación Interactiva

Se colocará en el sitio www.intecap.edu.gt en donde los usuarios, aprenderán interactuando, qué desecho pertenece a cada recipiente según su color, es un tipo de juego en donde obtienen puntaje.



Estrategia para la Recolección de Información



Para llegar a una conclusión sobre los resultados de la aceptación de la campaña se utilizó la entrevista y la encuesta, intercambiando palabras o preguntas con las personas se obtuvo todo tipo de información, la cual nos llevó a conocer los resultados.

La propuesta o concepto que tuvo mayor aceptación por el grupo objetivo fue: Alerta y Acción, en donde resalta la identidad nacional, por medio de imágenes de monumentos y edificios de Guatemala rodeados de basura por la falta de reciclaje, muestra con un modo de exageración para hacer reflexionar al grupo objetivo sobre la importancia de adaptarse a la cultura de reciclaje.

Por medio de esta encuesta, también fue notorio el interés que tienen las personas en apoyar la actividad de el reciclaje y recolección de desechos, hubo comentarios sobre el entusiasmo que sentían al ver que se está

haciendo un plan para, reducir, reutilizar y reciclar, la mayoría de personas quieren formar parte de un equipo de recolectores de desechos.

Perfil del Grupo Objetivo

Perfil Geográfico

País: Guatemala

Ubicación: Centros educativos de la ciudad capital.

Perfil Demográfico

Nacionalidad: Guatemaltecos.

Sexo: Masculino y Femenino

Edad: de 12 años en adelante

Educación: Primaria, Básicos y Diversificado

Religion: Católicos, Cristianos Evangélicos, Ateos, entre otras mas.

Perfil Psicológico

Clase Social: Media, media baja y baja.

Estilo de Vida: Viven con sus padres o encargados, la mayoría estudian en colegios o institutos públicos.

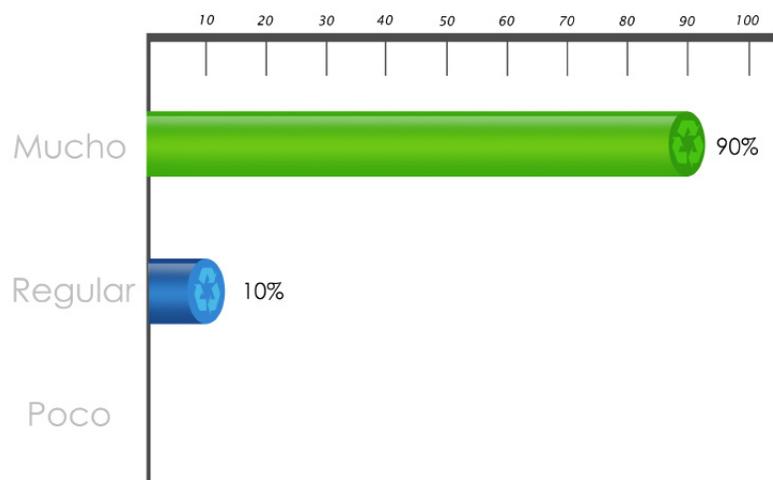




Resultados

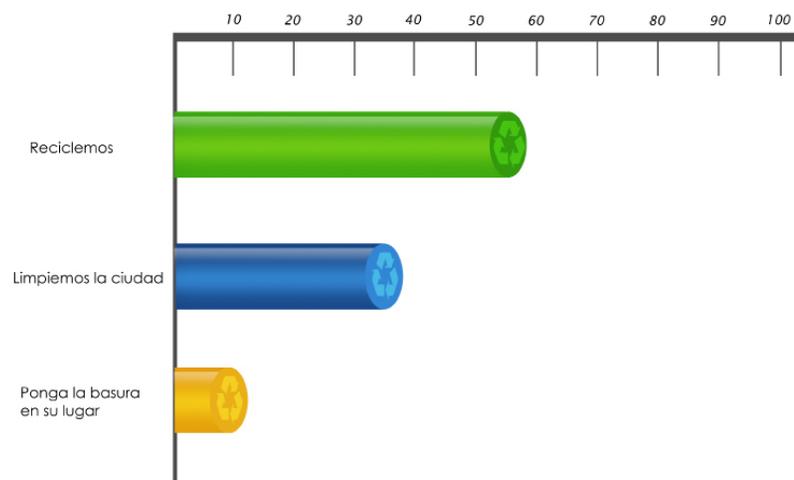
¿Cual fue el nivel de impacto que causó la pieza gráfica?

Mucho Regular Poco



¿Cual fue el mensaje que recibió al ver la pieza gráfica?

Limpiemos la ciudad
Reciclemos
Ponga la basura en su lugar





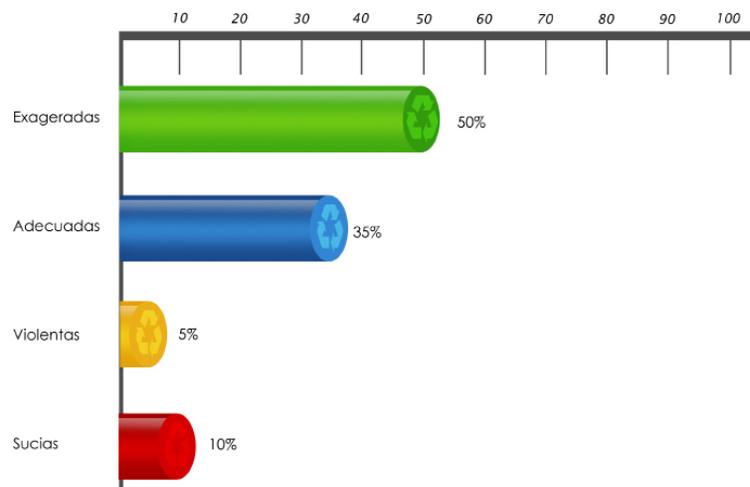
¿ Cómo considera las imágenes utilizadas y el concepto?

Violentas

Exageradas

Sucias

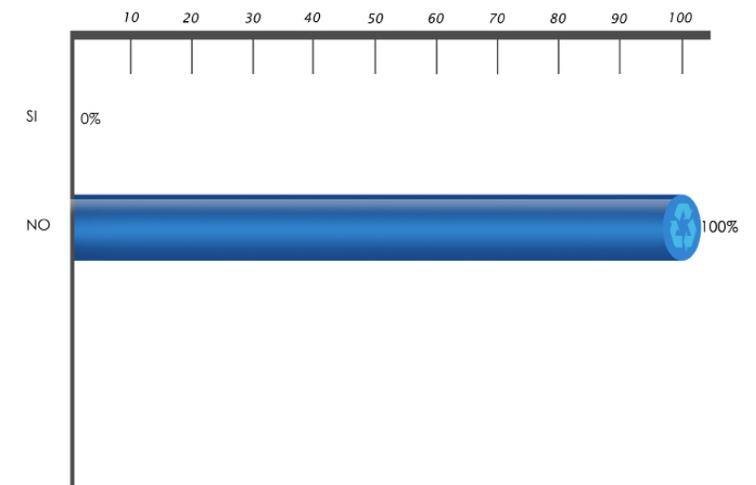
Adecuadas



¿Le resultó difícil comprender el mensaje?

Si

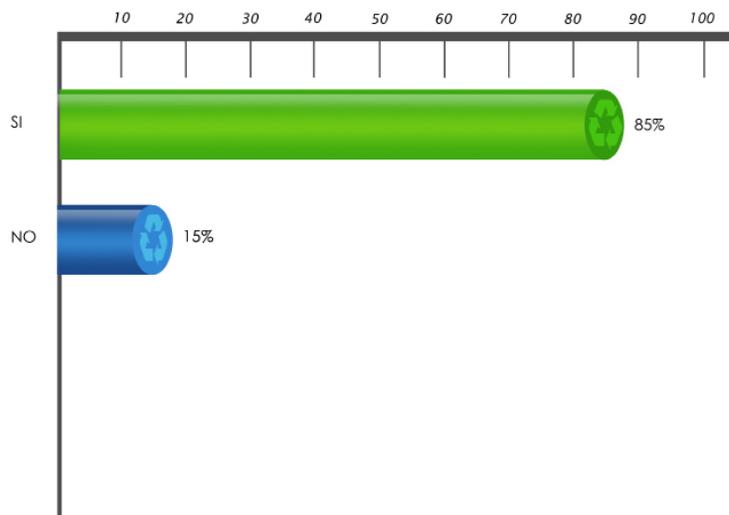
No





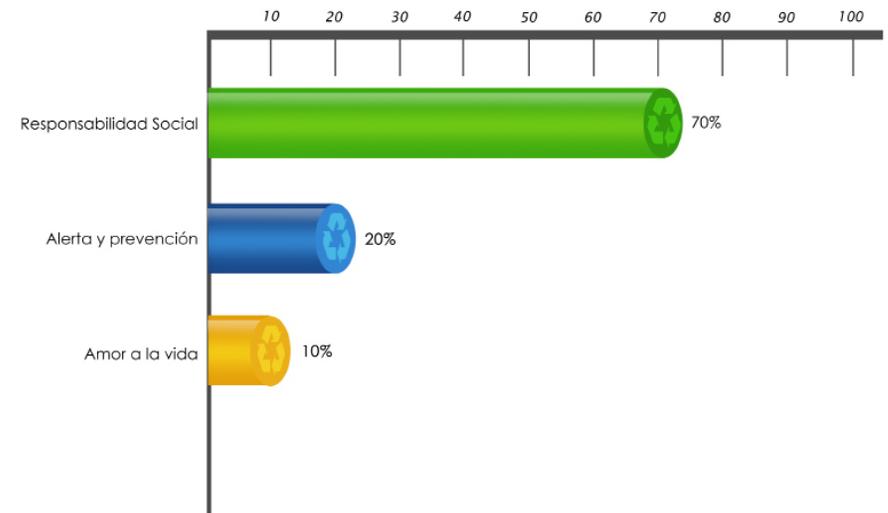
¿Cree que la imagen tiene relación con el mensaje?

Si No



¿Qué concepto cree que se transmite con esta campaña?

Amor a la vida
Responsabilidad Social
Alerta y Prevención

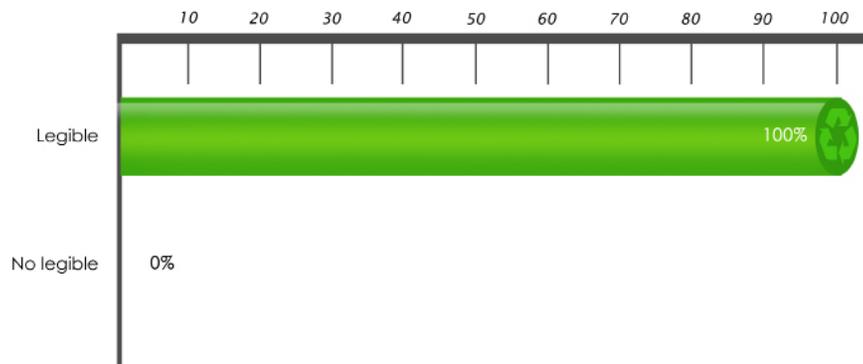




¿Cómo considera el tipo de letra?

Legible

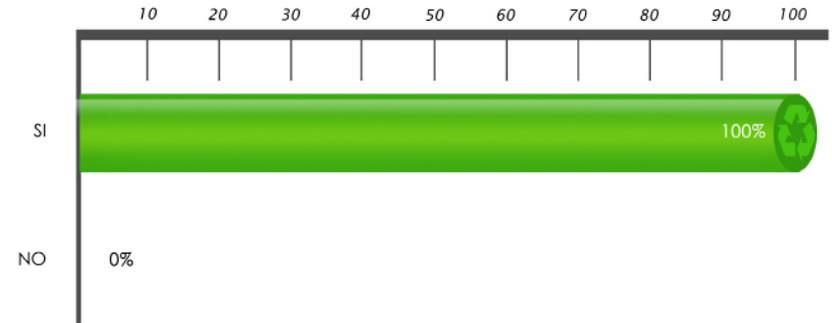
No Legible



¿Le parecen adecuados los colores utilizados?

Si

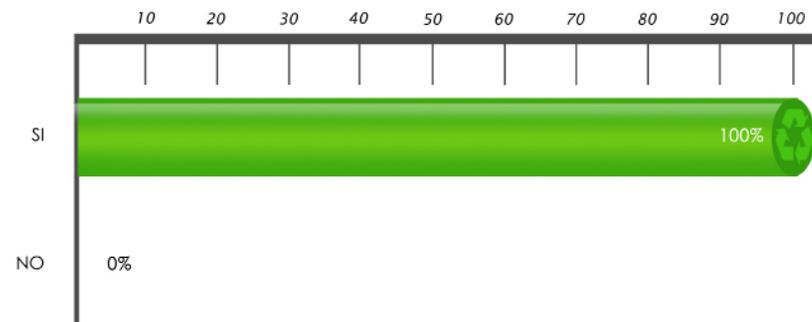
No



¿Cree que las piezas diseñadas efectivamente concientizan a las personas y despiertan la cultura de reciclaje?

Si

No





Conclusiones

Sensibilizar sobre la responsabilidad es uno de los principales objetivos de este proyecto, lo cual se logró en el grupo objetivo, ya que la presente generación se muestra más sensible a este tipo de problemas.

El concepto “Alerta y acción” produjo un cambio en el grupo objetivo por medio de una estrategia en donde se utilizaron elementos de diseño gráficos e informativos, para enriquecer de información al receptor y lograr fomentar en ellos el sentido de responsabilidad social y su compromiso con el medio ambiente.

El Plan de Medios esta diseñado estratégicamente para comunicar la campaña en colegios y escuelas dentro del area capitalina utilizando asimismo medios estratégicos en actividades calendarizadas previamente para lograr una mejor comunicación y llegar al grupo objetivo establecido.





Recomendaciones

Es recomendable en nuestra sociedad tan carente de buenas costumbres, tratar de crear un cambio de actitudes. Como diseñadores tenemos una herramienta muy poderosa con la que lo podemos lograr y es la creatividad, mezclada con una buena estrategia y la persuasión. Se pone en práctica en este proyecto, por medio de un impacto visual que influye en la sociedad por medio de afiches, volantes, trifoliales, stikers, carpetas, material interactivo, etc.

Se recomienda actualizar cada año la campaña, siempre guardando la línea de diseño para que no pierda su identidad visual, asimismo innovar constantemente utilizando diferentes medios de comunicación y nuevas estrategias.

De esta manera, con paciencia, persistencia y los mejores métodos persuasivos y estrategias de comunicación efectivamente se logrará un cambio de actitudes.



Glosario



Reciclaje: consiste en la transformación de las formas y presentaciones habituales de los objetos de cartón, papel, latón, vidrio, algunos plásticos y residuos orgánicos, en materias primas que la industria de manufactura puede utilizar de nuevo. También se refiere al conjunto de actividades que pretenden reutilizar partes de artículos que en su conjunto han llegado al término de su vida útil, pero que admiten un uso adicional para alguno de sus componentes o elementos.

Anuncio: Comunicación impresa, sonora o audiovisual, realizada con una finalidad determinada.

Arte final: Trabajo gráfico preparado para ser reproducido en fotomecánica y así poder imprimir.

Boceto: Dibujo inicial que se usa para trabajar sobre una idea y exponerla.

Campaña: Conjunto de actos o es-

fuerzos de índole diversa que se aplican a conseguir un fin determinado. Período de tiempo en el que se realizan diversas actividades encaminadas a un fin determinado.

CMYK: Cian, magenta, amarillo y negro son las cuatro tintas utilizadas en el proceso de impresión por cuatricromía. La combinación de estos colores en diferentes proporciones da como resultado todos los colores y matices.

Congruencia: Conveniencia, coherencia, relación lógica.

Couché: Voz francesa, de la que se deriva, “cuché”, papel cuché o estucado.

Definición: Nivel de calidad y concreción de cualquier imagen reproducida por vía gráfica o audiovisual.

Demografía: Estudio de la población humana en términos de tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otras variables similares.

Diagramar: Realizar el boceto o proyecto de una publicación o de un impreso cualquiera, esquemático o detallado.

Digital: Un soporte audiovisual digital es aquel cuya señal está compuesta por códigos binarios (0 y 1) y que se emite en forma de impulso codificado. Las ventajas de los soportes digitales frente a los electromagnéticos tradicionales son muchas: no degradación de la copia, desaparición de ruidos de fondo y distorsiones, etc.

Distribución Comercial: Las diversas actividades de distribución realizadas por numerosas personas y entidades que actúan como eslabones intermediarios y colaboran en el proceso de intercambio de





productos es lo que se denomina “distribución comercial”. Se realiza por medio de los canales de televisión.

Divulgación: Acción y efecto de divulgar. Publicar, extender, poner al alcance del público algo.

Exclusión: Acción y efecto de excluir. Descartar, rechazar o negar la posibilidad de algo.

Estrategia: En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Marca: Un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o la combinación de todos ellos, que tiende a identificar bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlo de los la competencia.

Discriminación: Acción y efecto de discriminar. Dar trato de

inferioridad a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos.

Diseño: Si nos basamos en las reflexiones de Moholy Nagy, en 1938, diríamos que es la organización de materiales y procesos de la forma más productiva, en un sentido económico, en un equilibrado balance de todos los elementos necesarios para cumplir una función. No es una limpieza de la fachada, o una nueva apariencia externa; más bien es la esencia de productos e instituciones. Diseñar es una compleja e intrincada tarea. Es la integración de requerimientos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado.

Mercado meta: Segmentos del mercado seleccionado por la empresa para ofrecer sus productos o servicios. Grupo de compradores

potenciales a los cuales la empresa espera cumplir sus necesidades.

Método: Modo de decir o hacer con orden. Modo de obrar o proceder, hábito o costumbre que cada uno tiene y observa. / Procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla.

Programa: Anuncio o exposición de las partes de que se han de componer ciertos actos o espectáculos o de las condiciones a que han de sujetarse, reparto, etc. Proyecto ordenado de actividades.

Promover: Iniciar o impulsar una cosa o un proceso, procurando su logro. Levantar o elevar a alguien a una dignidad o empleo superior al que tenía. Tomar la iniciativa para la realización o el logro de algo.

Publicidad: Cualquier forma pagada y no personal de presentación y promoción de ideas, bienes, o servicios por un patrocinador.





Resolución de imágenes: Describe cuánto detalle puede observarse en una imagen. El término es comúnmente utilizado en relación a imágenes de fotografía digital, pero también se utiliza para describir cuán nítida (como antónimo de granular) es una imagen de fotografía convencional (o fotografía química). Tener mayor resolución se traduce en obtener una imagen con más detalle o calidad visual.

RGB: Las siglas referentes a los colores luz utilizados en monitores y proyecciones audiovisuales (Red, Green and Blue).

Servicio: Cualquier actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta. Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. El servicio puede o no estar ligado a un producto físico o tangible.



Sociedad: Reunión mayor o menor de personas, familias, pueblos o naciones. Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.

Bibliografía



Título: “La basura es la solución”
Autor: Deffis Caso, Armando
México, ESPAÑA : Árbol Editorial, 1994
Juan Ignacio Tejero Monzón y otros (Traductores)

Lund, Herbert F. (Autor)
363.728 2 L962 v.1

Barrientos, César (AUTOR PRINCIPAL)
628.354 B275

Barrientos, César (AUTOR PRINCIPAL)
694 B27

Dirección de Ingeniería Sanitaria (AUTOR
INSTITUCIONAL)
614.76 D598

Pérez Estrada, Lourdes Eugenia.
2006. Diseño y desarrollo de una presentación didáctica
e interactiva sobre “El uso de retícula”

Achivos de Investigación de campo de
INTECAP
Autor: Lic. Rafael Alvarez

www.wikipedia.com



Anexos



ENCUESTA

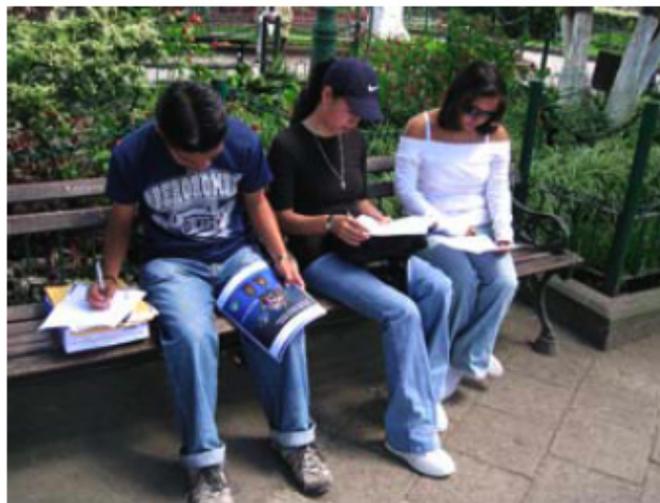
Campaña sobre reciclaje y manejo adecuado de los desechos sólidos.
INTECAP

Por favor conteste la siguiente encuesta marcando con una X

- 1 Sexo
M F
- 2 ¿Cual fue el nivel de impacto que causó la pieza gráfica?
Mucha Regular Poco
- 3 ¿Cual fue el mensaje que recibió al ver la pieza gráfica?
Limpiemos la ciudad
Reciclemos
Ponga la basura en su lugar
otro _____
- 4 ¿Cómo considera las imágenes utilizadas y el concepto?
Violentas
Exageradas
Sucias
Adecuadas
Otros _____
- 5 ¿Le resultó difícil comprender el mensaje?
Sí No
- 6 ¿Cree que la imagen tiene relación con el mensaje?
Sí No
- 7 ¿Qué concepto cree que se transmite con esta campaña?
Amor a la vida
Responsabilidad Social
Alerta y Prevención
- 8 ¿Cómo considera el tipo de letra?
Legible
No Legible
- 9 ¿Le parecen adecuados los colores utilizados?
Sí No
- 10 ¿Cree que las piezas diseñadas efectivamente concientizan a las personas y despiertan la cultura de reciclaje?
Sí No



Fotos durante encuestas



IMPRIMASE

A stylized, blocky handwritten signature consisting of several vertical strokes and a few horizontal ones, positioned above a horizontal line.

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

A cursive handwritten signature with a large loop at the end, positioned above a horizontal line.

Licda. Sonia Jeanneth Trejo
Asesora

A cursive handwritten signature with multiple loops and a long tail, positioned above a horizontal line.

Lesli Azucena Hidalgo Rodríguez