



**Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico**

**Proyecto Audiovisual**  
para distribuir y publicar  
los programas sociales que realiza AMG en Guatemala

**Proyecto de Graduación presentado por  
Ana Beatriz Reyes Aldana para optar al  
título de Licenciada en Diseño Gráfico**

**Guatemala, mayo de 2012**

## **Junta Directiva** **de la Facultad de Arquitectura**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Arqta. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea  
Arq. Edgar Armando López Pazos  
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras  
Br. Jairon Daniel Del Cid Rendón  
Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Decano  
Vocal I  
Vocal II  
Vocal III  
Vocal IV  
Secretario

## **Miembros del tribunal** **examinador del examen privado**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Arq. Alejandro Muñoz Calderón  
Lic. Francisco Chang  
Lic. Fernando Fuentes  
Lic. Axel Barrios

Decano  
Secretario  
Asesor Metodológico  
Asesor Gráfico  
Tercer Asesor



**Proyecto Audiovisual**  
**para distribuir y publicar**  
**los programas sociales que realiza AMG en Guatemala**

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Facultad de Arquitectura**  
**Escuela de Diseño Gráfico**

**Proyecto de Graduación presentado por**  
**Ana Beatriz Reyes Aldana para optar al título**  
**de Licenciada en Diseño Gráfico**

**Guatemala, mayo de 2012**

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
Capítulo 1.....	7
<b>ANTECEDENTES.....</b>	<b>7</b>
<b>PROBLEMA.....</b>	<b>9</b>
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>11</b>
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>13</b>
Capítulo 2.....	13
<b>GRUPO OBJETIVO.....</b>	<b>15</b>
Capítulo 3.....	18
<b>CONCEPTOS FUNDAMENTALES.....</b>	<b>18</b>
<b>ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>26</b>
<b>CONCEPTO CREATIVO.....</b>	<b>28</b>
<b>PRIMER NIVEL: PREVISUALIZACIÓN.....</b>	<b>30</b>
<b>SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN.....</b>	<b>32</b>
<b>TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN.....</b>	<b>36</b>
Capítulo 4.....	39
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>48</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>48</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>49</b>

# Capítulo 1

Introducción  
Antecedentes  
Problema  
Justificación  
Objetivos



## INTRODUCCIÓN

AMG International Guatemala es una organización internacional que trabaja en 50 países alrededor del mundo. Por medio de donaciones que son recolectadas en países como Holanda, Estados Unidos y Canadá, AMG International hace posible que más de 8,000 niños sean restaurados anualmente en Guatemala.

Desde 1976, AMG International ha creado diferentes programas sociales que forman parte de una teoría de cambio que ellos han creado. Esta teoría de cambio está basada en valores cristianos que generan programas sociales para crear un desarrollo integral en cada una de las personas que participan en él, principalmente por el enfoque espiritual, hasta cubrir necesidades básicas como nutrición, estudios y salud.

Durante el desarrollo del presente proyecto, se tuvo la oportunidad de conocer a fondo cada uno de los logros obtenidos en la organización durante estos últimos 35 años en Guatemala, por lo que se evidenció la necesidad de publicar los diferentes proyectos realizados en el país.

Luego de analizar, investigar y ordenar la información obtenida, se presenta un proyecto audio-visual de los diferentes objetivos que la organización alcanza año con año. El audio-visual incluye una presentación institucional, que exhibe de manera dinámica lo que la organización ofrece así como lo que la misma pretende y ha logrado alcanzar.

El resultado final del proyecto permite a la organización cumplir con el objetivo de mejorar los canales audio-visuales.

## Capítulo 1

### 1. ANTECEDENTES

“Advancing the Ministries of the Gospel, AMG” (En español, Avanzando el Ministerio del Evangelio) Guatemala, es una ONG que cuenta con un equipo formado por más de 500 miembros y asociaciones de diferentes ministerios alrededor del mundo, auxiliando a más de 8,000 niños y niñas de escasos recursos, a través de 28 guarderías, dos clínicas médicas y dentales, un hospital, un centro de nutrición, un programa de radio cristiana, centros de formación profesional y un programa de formación agrícola. Todo esto es posible gracias al patrocinio de las organizaciones familiares que conforman AMG International, Woord & Daad de Holanda y de Norte América. También por medio de donaciones individuales que son dadas mensualmente con el fin de proporcionar a los niños y niñas la oportunidad de asistir a los diferentes centros de la organización donde día a día se les provee de alimentos, ropa, una sólida formación y orientación espiritual. El mayor porcentaje del trabajo que AMG Guatemala realiza gira en torno a los niños, niñas y jóvenes debido a que el 50% de la población es menor de 16 años de edad.

En las escuelas y centros de cuidado, las necesidades urgentes de los integrantes de las familias que viven en extrema pobreza son atendidas conjuntamente con las iglesias locales y líderes cristianos quienes son los que dirigen el día a día de los centros de cuidado infantil.

Más de **8,000** niños y niñas llegan a los diferentes centros de cuidado donde son alimentados con varias meriendas incluyendo el almuerzo; se les brindan zapatos, prendas de vestir, atención médica y dental. También participan en las actividades programadas tales como canto, escuchar historias de la Biblia, juegos, recreación y atención personal.

#### 1.1. Servicios brindados

- Hospital Médico Cristiano “La Señorita Elena”

AMG cuenta con un hospital en el municipio de Cubulco, Baja Verapaz, al norte de Guatemala, en donde más de 16,000 pacientes cada año reciben el mensaje del evangelio al mismo tiempo que reciben cuidados y tratamientos de salud. El hospital cuenta con instalaciones equipadas con RayosX, ultrasonido, laboratorio, emergencia de 24 horas, ambulancia, 4 clínicas médicas, clínica dental y encamamiento. Juntamente con el programa de salud funcionan los programas de Nutrición y Agricultura así como un programa de radio que forma parte de este ministerio.

- Clínica Jesús Salva

Esta clínica presta los servicios en el municipio de Nahuallá, Sololá, en donde se atiende un promedio de 5,000 pacientes al año a quienes se les brinda el mensaje del evangelio; también se les brindan servicios de medicina general y servicio dental. Otro proyecto que funciona en conjunto con los mencionados es el Centro de Nutrición y el Centro de Capacitación en Sastrería y Carpintería.

- Clínica Dental Verbena

La clínica dental funciona desde hace más de 10 años atendiendo a los niños y niñas que forman parte de los diferentes proyectos de la capital; se coordina la visita de los niños una vez por mes para cada proyecto; el servicio se presta de lunes a jueves en las instalaciones del proyecto Verbena. Se realizan jornadas que dan tratamientos preventivos y correctivos, charlas de higiene bucal, rayos X y cuidado de los dientes a los niños y niñas.

- Clínica Médica Verbena

La clínica médica Verbena fue abierta nuevamente en el 2010. Tras casi dos años de remodelación, la clínica médica presta servicios a los niños de la Fundación en

la ciudad capital 3 veces por semana; se realizan jornadas médicas que benefician a los niños y la economía de los padres, ya que se dan medicamentos a costos bajos y por donación.

- El “Campamento Canaán”

Cada niño apadrinado a partir de 4.º año de primaria tiene la oportunidad de pasar una semana completa en el campamento “Canaán”. El campamento está localizado en una ladera que ofrece una hermosa vista y que está especialmente diseñado para llenar las necesidades de los niños, tiene instalaciones en excelente estado, 3 cabañas triples, una capilla, un auditorio y gimnasio que también funciona como comedor y que incluye la cocina; oficinas administrativas, un segundo nivel con hospedaje, una piscina, campo para deportes, cancha de basquetbol y lugar para picnic.

## 1.2. Apadrinamiento de niños y niñas

El Centro de Cuidados de AMG Internacional cuenta con orfanatos, escuelas, albergues y centros de atención para niñas y niños en 14 países, financiando en su totalidad los programas de desarrollo según la amplia gama de necesidades de cada uno. Por medio de medicina, vestimenta, psicología, destrezas sociales, estrategias para solventar problemas, higiene personal y enseñanzas bíblicas que les da la base para un mejor futuro.

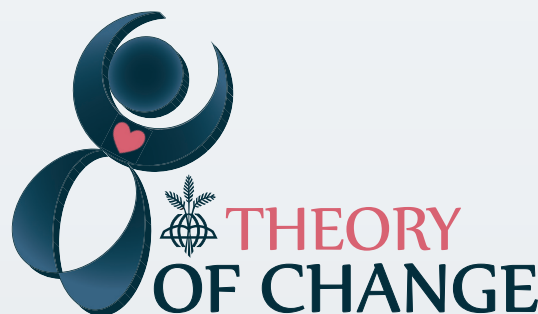
Los niños y niñas en edad escolar están matriculados en una escuela nacional o en la escuela de AMG Internacional.

A los que asisten a una escuela nacional se les proporciona uniformes, libros, transporte y gastos escolares.

Luego de asistir a la escuela, los niños y niñas regresan al centro de cuidados donde reciben alimentos, tutorías y una clase de Biblia. AMG International brinda becas para los niños que cuentan con el deseo y la capacidad de continuar en la universidad, una escuela técnica o algún Instituto Bíblico.

En AMG Internacional se considera que ayudar a un niño o niña es una inversión para el futuro; un niño sano y alimentado correctamente aprende mejor, una niña formada con valores es más probable que disfrute de un empleo productivo y un niño que aprende a compartir puede ser una influencia para el bien de su familia, el vecindario y la nación.

Un apadrinamiento puede ser un cambio de vida, para el niño o niña y su familia. Las personas pueden apadrinar a un niño por \$28 al mes. El apadrinamiento proporciona los beneficios mencionados anteriormente, dando de esa manera una apertura de oportunidades en la vida de un niño o niña. AMG Internacional plantea que una formación profesional proporciona a las personas más oportunidades durante su vida siendo este el objetivo del programa social que ellos mismos han desarrollado.





## 2. PROBLEMA

Actualmente AMG Guatemala no cuenta con material audio-visual que le permita dar a conocer de manera efectiva los logros y la manera en que está integrada la institución.

Como propuesta para solucionar esta problemática se plantea el desarrollo de material institucional audio-visual, que dará la oportunidad a los directores de AMG Guatemala, de publicar los programas sociales en las diferentes congregaciones e instituciones donde trabajan.

## 3. JUSTIFICACIÓN

### 3.1. Magnitud

La ciudad de Guatemala cuenta con 8 proyectos:

- Proyecto Maranatha en Mixco
- Proyecto Las Vistas en Ciudad Quetzal (Guardería y Escuela)
- Proyecto El Amparo en colonia Amparo II, Zona 7
- Proyecto 4 de Febrero en colonia 4 de Febrero, Zona 7
- Proyecto Esmeralda en colonia El Limón, zona 18
- Proyecto Jireh-Alameda en colonia Paraíso, zona 18
- Proyecto Cerro San José en colonia Quinta Samayoa, Zona 7
- Proyecto Verbena en colonia La Verbena, Zona 7 (Guardería, Escuela)

AMG Internacional también está presente en el área rural en el oriente del país, donde cuenta con 9 proyectos distribuidos en diferentes departamentos como Santa Rosa, Jutiapa y Jalapa.

- Proyecto Arca de Noé, Oratorio, Santa Rosa
- Proyecto Monte Sinaí, Cuilapa, Santa Rosa
- Proyecto Lluvias de Bendición, Cuilapa Santa Rosa
- Colegio Nueva Vida, Jutiapa
- Colegio La Palabra, Monjas, Jalapa

En el occidente del país AMG se encuentra en los departamentos de Quetzaltenango, Chimaltenango, Sololá y San Marcos.

- Colegio Getsemaní, San Pedro La Laguna, Sololá
- Colegio Virtud y Ciencia, Patzún, Chimaltenango
- Colegio Filadelfia, Santa Cruz Balanyá, Chimaltenango
- Colegio Bethel, Patzicía, Chimaltenango
- Colegio Alfa y Omega, Atitlán, Sololá
- Eben Ezer, San José Chicalquix, Quetzaltenango
- Kairos, San Juan Ostuncalco, Quetzaltenango
- Luz Divina en la Montaña, Cabricán, Quetzaltenango
- El Nazareno, Río Blanco, San Marcos
- El Divino Maestro, San Martín Sacatepéquez, Quetzaltenango
- Fe y Esperanza, San Lorenzo, San Marcos
- Manantiales de Agua Viva, Olinstepeque, Quetzaltenango
- Cordero de Dios, Río Blanco, San Marcos
- Joyas de Cristo, Nahualá, Sololá

### 1.6. Proyectos generales de la organización

- AMG y los organismos asociados sirven a más de 20,000 niños al día.
- AMG y los organismos asociados cuentan con 75 centros de desarrollo en 14 países.

• AMG está a cargo de clínicas y farmacias en Uganda y Guatemala, atendiendo diariamente a personas que no tienen recursos para obtener atención médica.

• Estudiantes beneficiados con los programas: **8,536**

- Número de Escuelas: 10
- Número de Centros: 16
- Hospitales: 1
- Centros de salud: 3
- Clínicas dentales: 3
- Casas construidas: 200

### 3.2. Trascendencia

Las familias que actualmente apoyan a AMG Guatemala tienen información que no han podido distribuir con la cobertura deseada. El desarrollo de un proyecto **audio-visual** cubrirá la necesidad de mostrar en forma clara, dinámica y concisa, los diferentes aspectos de la organización, tales como su estructura, los servicios y sus colaboradores. Confiando en que al brindar a la organización esta herramienta, podrán comunicar y fortalecer la necesidad de darse a conocer entre los diferentes ministerios y congregaciones, y por consiguiente la oportunidad de obtener más soporte por parte de las mismas.

### 3.3. Vulnerabilidad

Desde 1976, Guatemala es uno de los países donde AMG Internacional ha hecho diferentes contribuciones, contando durante todos estos años con pocos canales de información para dar a conocer a los diferentes ministerios, organizaciones y cooperaciones todo lo que han alcanzado durante estos últimos 34 años. Si los líderes representantes de AMG en Guatemala no logran obtener a corto plazo un medio para trasladar sus necesidades y logros, las asociaciones internacionales y nacionales continuarán teniendo dificultad para conocer los diferentes servicios que se han trabajado en los centros y escuelas. Razonando lo anterior, al no existir un canal de comunicación efectivo, no concurrirá una respuesta positiva de parte las organizaciones asociadas.

### 3.4. Factibilidad

Siendo AMG Guatemala una entidad internacional, se plantea un **proyecto audio-visual** acompañado de un **CD-Interactivo** para trasladar la información aprovechando los recursos existentes los cuales se describen a continuación:

Los recursos financieros, considerando que la organización cuenta con varios dominios web, se reducirán significativamente, ya que se utilizarán estos mismos para distribuir el material institucional que sea elaborado. Los recursos humanos están representados por la Lic. Claudia Contreras, especialista en Relaciones Internacionales, quien está a cargo del departamento de Relaciones Públicas en AMG Guatemala, auxiliada por la diseñadora multimedia quien está planteando el proyecto en función. Posteriormente como recurso técnico, tomando en cuenta que se elaborará un material digital, el equipo necesario para procesar el mismo ya forma parte de los recursos en gestión.

El alcance obtenido por estos recursos permite que el proyecto sea efectivo y como resultante también factible.

## 4. OBJETIVOS

### 4.1. Objetivo general

Mejorar los canales **audio-visuales** que la organización AMG Guatemala utiliza para presentar a las diferentes organizaciones y ministerios afiliados, los objetivos y logros alcanzados en las instituciones administradas.

### 4.2. Objetivos específicos

- Producir material institucional audio-visual, para que la organización AMG Guatemala pueda exponer de forma dinámica, los diferentes centros de servicio.
- Aportar diferentes herramientas de comunicación que permitan fortalecer el posicionamiento de la organización AMG Guatemala.
- Optimizar los recursos digitales que AMG utiliza para distribuir información internacionalmente.



## Capítulo 2

Perfil  
Grupo Objetivo

## Capítulo 2

### 1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN Y SERVICIOS QUE BRINDA

#### 1.1. Ubicación física AMG Guatemala

Dirección:  
14 calle 10-60, zona 7, colonia La Verbena.  
Teléfono:  
(502) 2471-5730 / Fax (502) 2473-4880  
Correo electrónico:  
info@amgguatemala.org  
Web: <http://www.amgguatemala.org>

#### 1.2. Programas sociales

- \*Escuelas y guarderías
- \*Escuela Vocacional
- \*Campamento Cristiano
- \*Hospital y centros de salud
- \*Programa de agricultura
- \*Programa de nutrición

#### 1.3. Misión de AMG Internacional

Imaginamos un día cuando cada persona en la tierra tendrá por lo menos una oportunidad de escuchar y responder a una clara presentación del evangelio de Jesucristo y tengan la oportunidad de crecer como discípulos de Cristo.

#### 1.4. Visión de AMG Internacional

Avanzar con compasión el mandato de Jesucristo de evangelizar y hacer discípulos alrededor del mundo por medio de líderes nacionales comprometidos a una transformación de vida en asociación con cristianos que tengan el mismo propósito. Creemos que la verdadera transformación duradera requiere el creer en Jesucristo, arrepentirse y depender de Él. Este proceso incluye asistencia compasiva hacia aquellas personas en las comunidades en las que servimos.

#### 1.5. Historia general de AMG International

En 1942 se funda la organización “Comité Americano para la Evangelización de los Griegos”.

En 1958, el nombre de la organización cambia a “American Mission to the Greeks”.

En 1974, el nombre cambia a “Advancing the Ministries of the Gospel International.”

En 1976, AMG comienza a trabajar en Guatemala.

El 4 de febrero de ese año un terremoto azota a Guatemala, muriendo más de 25,000 personas y dejando a miles sin hogar. Después del terremoto, AMG vino y ayudó a las personas y comenzó a trabajar mediante los centros de cuidado infantil, un hospital, escuela vocacional, campamento Canaán y evangelismo.

Después del terremoto del 4 de febrero de 1976 y ante la necesidad de las familias guatemaltecas de encontrar ayuda para ellos y sus hijos, AMG Internacional comenzó su labor en las instalaciones del Proyecto el Cerro San José.

Fue entonces cuando unos misioneros americanos, junto a varios colaboradores guatemaltecos, se enteraron de que en los campos de la colonia La Verbena había un terreno amplio que podía ser utilizado para levantar una construcción en donde se albergara a niños de escasos recursos. Desde entonces, AMG Internacional ha crecido en diferentes departamentos del país.

Paul Jenks es el presidente de AMG Internacional, Sphiros Zodhiates es el Director de la junta directiva, Brian Dennett es el Director General para Guatemala.

### 1.6. Empresas afiliadas

AMG International, Woord & Daad de Holanda y de Norte América, Kindernothilfe y ALFA.

#### 1.6.1. Grecia

- AMG es un ministerio líder en Grecia participando juntamente con el Instituto Griego de Biblia y el Programa ALFA.

- ALFA ha desempeñado un papel vital en la educación cristiana en esta región durante más de 40 años.

#### 1.6.2. Holanda

- AMG ha tenido una eficaz asociación con Woord en DAAD. Esta cooperación se ha centrado principalmente en el desarrollo de los niños de escasos recursos, en Guatemala y Filipinas.

- Ayudando directamente a 20,000 niños y niñas, a sus familias y a sus comunidades.



#### 1.6.3. Alemania

- En 1959, un grupo de alemanes fundaron Kindernothilfe (KNH), Actualmente es una de las organizaciones más grandes en Europa.

### 1.7. AMG International

Durante más de seis décadas de ministerio, AMG International ha hecho asociaciones estratégicas del ministerio en todo el



mundo a través de acuerdos de cooperación con organizaciones que han enriquecido la comunidad de manera significativa. Cada asociación es individual y el objetivo principal de cada asociación difiere según los objetivos comunes que ayudaron a crear la misma.

AMG forma parte de una red de ministerios y asociaciones que trascienden las fronteras de muchos países.

### 1.8. Grupo objetivo Organización

Nivel socioeconómico (NSE): E

Demografía: Niños y Niñas mayores de 4



años. Jóvenes menores de 18 años que suman un total de 8,000 niños, niñas y jóvenes Guatemaltecos en el 2011.

Regiones afectadas en Guatemala: Región I, Región II, Región IV y Región VI.

Factores culturales: Población indígena con tradiciones regionales (Días de plaza o Mercado, Domingo o Día de descanso, actividades deportivas locales, actividades religiosas, día de limpieza de la pileta municipal, feria patronal una vez por año).

Factores sociales: Comunidades de escasos recursos, violencia social, pobreza extrema y desnutrición infantil.

## 2. GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo está formado por hombres y mujeres, principalmente jefes de familia que oscilan entre los 35 y los 50 años.

### 2.1. Descripción geográfica

Adultos residentes en Estados Unidos, ubicados la mayoría en Chattanooga, Tennessee, quienes son los principales integrantes de la organización en Estados Unidos.

### 2.2. Descripción demográfica

Datos Familiares	
Edad de 0 a 4 años	9,449
Edad de 5 a 9 años	10,009
Edad de 10 a 14 años	9,811
Edad de 15 a 19 años	10,236
Edad de 20 a 24 años	12,114
Edad de 25 a 34 años	22,176
Edad de 35 a 44 años	22,610
Edad de 45 a 54 años	21,227
Edad de 55 a 59 años	7,673
Edad de 60 a 64 años	6,554
Número de hogares	65,499
Hogares familiares	39,650
Hogares no familiares	25,849
Hogares con niños	19,206

Estilo de Viviendas	
Total de viviendas	72,107
Vivienda propia	35,946
Vivienda alquilada	29,553
Porcentaje de viviendas disponibles en alquiler	8.9%
Viviendas desocupadas	6,609
Trabajan en casa	1,419
Transporte público, para el trabajo	10%
Vehículo, para el trabajo	70%

### 2.3. Descripción demográfica

Separados	3,262
Viudos	11,837
Divorciados	17,179
Número de hogares	65,449
Promedio integrantes en el hogar	3
Edad promedio	36.80
Ingreso familiar promedio	\$65,513
Ingreso per cápita	\$19,689
Empleados	70,505
Desempleados	5,847

Educación	
Menos del 9.º grado	7,332
Parte de la Secundaria	15,979
Título de secundaria	28,252
Parte de la universidad	24,359
Diplomados	5,827
Técnico universitario	14,584
Título universitario	7,865
Porcentaje de secundaria o más alto	77.6%

Etnias	
Americano tez blanca	94,482
Afroamericano	57,034
Hispano	3,281
Asiático	2,745
Indio americano	1,102
Hawaiano	269
Otro	2,112

Nota. Fuente: National Relocation® (2007-2011) Chattanooga demographics. [Tennessee/Chattanooga/].

## 2.3. Caracterización

Nivel socioeconómico C+ / B

Grupo de personas relacionadas por el factor religioso, tienen tendencias hacia el evangelio de Cristo, leen la Biblia y siguen sus mandamientos, siendo su creencia religiosa el principal motivador de sus acciones caritativas.

### 2.3.1. Entretenimiento

Se entretienen en su tiempo libre leyendo libros, ven películas y compartiendo tiempo con sus hijos, familias y visitando centros comerciales.

Prefieren los colores fríos y el color negro.

Las redes sociales predilectas son: **Facebook, Yahoo, MSN y Skype**. Indican que utilizan las redes sociales para compartir información con sus amigos, familiares y leer noticias.

El medio de comunicación más utilizado es la televisión, con preferencia de los programas de realidad social, entre los llamados "Reality Shows", mencionando también programas como "Breaking Bad", que tratan de temas de investigación e inteligencia. Luego el internet el cual utilizan constantemente para hacer compras en línea y descargar información.

El centro comercial más concurrido es el Hamilton Place Mall, siendo las tiendas más importantes del centro comercial Sears, Dillard's y Jc Penney.



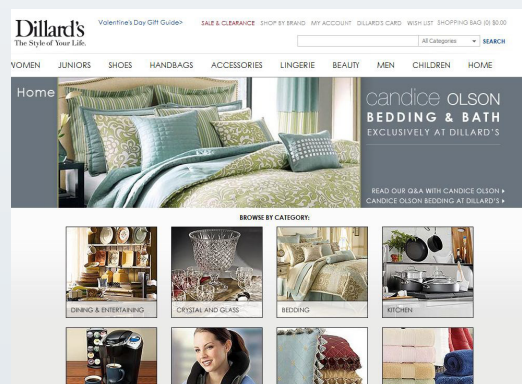
Serie de Televisión "Breaking Bad"



"Hamilton Place Mall"



Sitio Web de "Dillard's"







# Capítulo 3

- Conceptos fundamentales
- Estrategia de comunicación
- Concepto Creativo
- Desarrollo de propuestas

## Capítulo 3

### 1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES

#### 1.1. Comunicación

Según el informe de Escolar (2007-2011) se explica que:

Para que exista comunicación debe existir un EMISOR, un RECEPTOR, un MENSAJE y un CANAL a través del cual se enviará el mensaje. Si alguno de estos elementos falla, se dice que se ha producido una INTERFERENCIA y no podrá establecerse la comunicación. Para enviar un mensaje se debe utilizar un CÓDIGO común al emisor y al receptor. El código puede ser:

- Lingüístico: es el código más completo, ya que la lengua oral o escrita puede ser comprendida por un número mayor de personas que otros tipos de códigos.

- No lingüístico: los gestos, sonidos y señales constituyen este tipo de código, el cual es menos preciso que el anterior.

#### 1.2. Descomposición del mensaje

Si hemos de estudiar la comunicación visual convendrá examinar este tipo de mensaje y analizar sus componentes. Podemos dividir el mensaje, como antes, en dos partes: una es la información propiamente dicha, que lleva consigo el mensaje y la otra es el soporte visual. El soporte visual es el conjunto de los elementos que hacen visible el mensaje, todas aquellas partes que se toman en consideración y se analizan, para poder utilizarlas con la mayor coherencia respecto a la información. Siendo estas: la Textura, la Forma, la Estructura, el Módulo, el Movimiento. No es sencillo, y quizás sea imposible establecer un límite exacto entre las partes antes enunciadas, tanto más cuanto a veces se presentan todas juntas.

Si se considera también la dimensión temporal de las formas, se podrá pensar en una transformación de una textura en una estructura, o bien idear módulos con elementos internos particulares tales que, acumulados en estructuras, puedan reducirse a texturas con características especiales.

#### 1.3 Diseño gráfico

Munari (2008) dice que:

El Diseño Gráfico es una disciplina aplicada que ofrece soluciones visuales a problemas específicos en diversos campos como el editorial, los periódicos, la fotografía, la ilustración, el diseño corporativo, la tipografía, la publicidad y el diseño visual digital, la comunicación y la estética en los mensajes visuales. Las tres áreas que sustentan el proceso de Diseño Gráfico son la teórica, la técnica y la proyectual. Las tres se ponen en práctica al momento de presentar alguna solución creativa de comunicación. Sin embargo, cabe destacar que el Diseño Gráfico es una disciplina artística que utiliza la técnica como herramienta de proyección. Las técnicas y tecnologías utilizadas en el diseño gráfico sólo adquieren sentido en tanto se manifieste mediante creaciones sólidamente conceptualizadas, proyectadas y artísticamente realizadas.

##### 1.3.1 Diseño multimedia

El MULTIMEDIA es una de las más poderosas y versátiles herramientas de comunicación moderna. La combinación de una diversidad de "medios" (textos, hipertextos, fotografías, ilustraciones, animaciones, videos, locuciones, música, infografías, efectos especiales) sumados a la posibilidad de que sea el usuario quien escoja las acciones a realizar (interactividad), hacen que su mensaje llegue con gran eficacia hasta su público.

Hoy en día, la diversidad de géneros aplicados al diseño multimedia toma forma en bibliotecas virtuales, archivos, museos virtuales, campus universitarios, cines, teatros, aeropuertos, videojuegos e incluso en la vía pública. El contenido visual generado brinda una interfaz interactiva capaz de instruir al usuario de manera inmediata. Métodos de Aplicación:

- **Publicación Electrónica:** ebooks, redes sociales, revistas electrónicas, ilustraciones, fotografía, video, animación, etc.
- **Tratamiento de la información:** quioscos digitales utilizados para la impresión fotográfica por medio de un usuario sin instrucción.
- **Enseñanza Interactiva:** información consistente y útil.
- **Entretenimiento Interactivo:** videojuegos de alta y baja gama.
- **Comunicación Promocional:** marketing y ventas interactivas.
- **Creación y Producción:** Herramientas de Autor.

### 1.3.2. Del diseño gráfico al diseño hipertextual

Según Picado (2005):

El hipertexto, sobre todo en la World Wide Web (www) y más concretamente la hipermedia, le debe mucho al diseño gráfico. Aunque hay autores que afirman que el diseño gráfico surge al albor de la imprenta, de la revolución industrial o de las vanguardias del siglo XX, lo cierto es que la historia del diseño gráfico es tan larga como la comunicación visual. Los inicios y desarrollo de la escritura y la fusión entre imagen y texto (pictogramas, jeroglíficos, caligrafías china y árabe, etc.) confirman que es un arte de raíces muy antiguas. Hoy se produce una mezcla entre arte y técnica,

debido al potencial de la imagen y los sonidos digitales. La introducción del sonido, fotografías e imágenes fijas de diversos tipos, animaciones e imágenes en movimiento, vídeos y otras morfologías en el hipertexto (hipermedia) se convierten en los vehículos expresivos no sólo del arte tecnológico y digital, sino del propio texto. Escritura textual, imagen y sonido se funden y confunden en el hipertexto. La forma cobra tanta importancia como el contenido.

Al igual que en el diseño gráfico, el diseño de un hipertexto puede contener uno o varios nodos que están compuestos por distintos tipos de objetos digitales, cada uno de ellos con una morfología distinta:

- **Texto plano o texto con diferentes formatos de fuente** (como negrita, cursiva, subrayado, etc.), diferentes formatos de párrafo, diferentes estilos, etc.; todas estas modalidades textuales se guardan en un formato de archivo diferenciado que puede ser texto plano (txt); texto con formato (doc, pdf, ps, eps); texto comprimido (.arj, .arc, .bin, .uu), texto con información estructurada (htm/html, xml, sgml, etc.).
- **Imágenes que pueden formar parte de la propia página:** botones, iconos, fotografías, ilustraciones, etc., o que pueden constituirse en enlaces para dar paso a referencias internas o externas cuando se activan. En la Web los formatos más habituales son GIF y JPEG.
- **Audio digitalizado en diferentes formatos** como wav, midi, mp3, wma, etc.
- **Vídeo, los formatos más utilizados son AVI, MOV y MPEG.**

En el diseño gráfico ya son imprescindibles las nuevas tecnologías: los ordenadores, los escáneres, las

imágenes 3D, las impresiones digitales, etc. El diseño digital es una realidad nueva que ha revolucionado el diseño gráfico tradicional también sobre papel.

Sin duda, la aparición del hipertexto y de la World Wide Web ha creado una nueva profesión técnica: el diseñador de hipertextos o el diseñador de web, y una nueva disciplina: la arquitectura de la información, puesto que en el diseño del hipertexto importa tanto organizar y estructurar el contenido de la información como la presentación visual de ésta mediante la interfaz. El lenguaje HTML o Hipertext Markup Language es, en sí mismo, un lenguaje de marcas que dan más información que la información meramente textual (texto plano). Precisamente, las marcas o etiquetas del hipertexto no sólo permiten la existencia de los enlaces que caracterizan esencialmente al hipertexto, sino que añaden información vital para la tipografía del texto como son su orden, disposición, estructura y formato. Las etiquetas de encabezamiento y cuerpo del documento establecen la estructura del mismo y mediante otras marcas y atributos se establecen los tipos de fuentes (letras), tamaño, estilos tipográficos, etc.

Junto al autor del contenido de los documentos, hace su aparición el webmaster. Se trata de la persona que mantiene, gestiona y actualiza las páginas. Cuando se trata de un entorno de trabajo en grupo o de un hipertexto colaborativo, pueden ser varias las personas que tienen autorización para ejercer la función de webmaster. Una vez creada una plantilla o varias plantillas de documentos por el diseñador, los gestores del web pueden fácilmente insertar el contenido sobre dichas plantillas. En cualquier caso, el webmaster realiza unas funciones similares a las del impresor en el medio impreso, ya que es quien da la forma externa a un contenido intelectual.

### 1.3.3. Imágenes animadas y en movimiento

Según Coca (1998):

Una imagen animada se logra mediante una rápida sucesión de imágenes estáticas, esto es, si concatenamos cuatro o cinco archivos GIF podremos crear un GIF animado. También se pueden realizar imágenes animadas con ciertas tecnologías y lenguajes de programación específicos: el lenguaje Java, creado por Sun Microsystems, o Flash de Macromedia. Los banners publicitarios de las páginas web suelen seguir esta técnica de los GIF animados o estos lenguajes específicos. Últimamente abundan las páginas creadas con la tecnología Flash. Flash, aunque permite trabajar también con bitmaps, utiliza gráficos vectoriales para realizar sus animaciones. Esto permite que se generen animaciones de muy alta calidad y dimensiones, reduciendo mucho su tiempo de carga cuando intentamos visualizarlas en el navegador web. Además, los archivos de Flash no necesitan ser descargados completamente para visualizarse, puesto que, cuando existe una información mínima suficiente del archivo, éste se puede mostrar mientras continúa su descarga al mismo tiempo.

### 1.3.4. Nuevas tendencias de Diseño (Muchos caminos a seguir)

Según Ortega (2011):

El diseño gráfico es un elemento consustancial a la comunicación comercial cuya importancia y espectro de acción se ha incrementado en los últimos años, no solo por las ventajas que le brinda la tecnología para su desarrollo técnico y estético, sino también porque le ha abierto un importante espacio de acción con la producción de páginas web y materiales para el uso de las redes sociales. En esta coyuntura, el diseño se encuentra también ante diversos caminos que

marcan las nuevas tendencias sociales en cuanto a protección del ambiente y concepción estética.

De acuerdo con José Vargas, director creativo de e-evolution world wide, en Panamá es posible vislumbrar algún sistema de clasificación de esas nuevas tendencias. “En este momento pueden identificarse tres tendencias en el diseño, una de ellas es la minimalista. Ahora se está apostando a un diseño con menor cantidad de elementos, cosa que a mi juicio es más interesante e inteligente, ya que tratamos de conseguir el interés del público en lo que mostramos con pocas o casi ninguna palabra. El minimalismo puede apreciarse también en el diseño de muebles, edificios y coches, tanto como en el diseño gráfico y web; está ganando terreno rápidamente y la mayoría de las agencias publicitarias están dejando de recargar los anuncios con ruido innecesario que lo que hace es entorpecer la comunicación efectiva”, explica Vargas. Vectorial es el nombre que da Vargas a otra de las tendencias contemporáneas, por el uso extendido de ese recurso electrónico de diseño en el mundo y sobre todo en marcas relacionadas con la tecnología. Los vectores se usan para la creación de siluetas, rectas, círculos, formas ambiguas, con el fin de crear una armonía interesante y placentera. “En tercer lugar, identifico una tendencia tipográfica, que es sin duda una tendencia para valientes. Se trata de un esquema de diseño bello pero ciertamente complejo, cada vez más frecuente entre publicitarias de la región, que utilizan más la tipografía en sus diseños, y que pudiéramos decir que va de la mano con la tendencia minimalista”, agrega Vargas.

### 1.3.5. Diseño en la red

Los estilos gráficos de los medios tecnológicos para la interacción y la

comunicación de los consumidores marcan también amplias líneas para el trabajo de diseño. “Si usamos como referenciales sitios más visitados (Google, Facebook, YouTube) veremos diseños sumamente sencillos, donde predominan dos o tres colores (siendo el blanco uno de ellos) y orientados a las funciones que realizan.

Los sitios web pasaron de ser brochures o revistas, a convertirse en aplicaciones. Antiguamente, los diseñadores comunicaban gran parte del contenido de los sitios web. Hoy, como el contenido es más bien el resultado final de algunos sitios, el diseñador se encarga de que los productores de contenido tengan toda la facilidad de hacerlo”, detalla Manuel Díaz, gerente general de Web básica en Nicaragua. Víctor Cabral, presidente de Grupo Diseño Diagrama, asegura: “El diseño web es quizás el más cambiante de todos los medios que hoy explotamos, ya que permite y exige una constante metamorfosis. Este medio nos posibilita interactuar con una marca/producto/servicio en la comodidad de nuestros hogares u oficinas, utilizando varios sentidos (vista, oído, habla), sin duda alguna es el más utilizado y el que presenta un futuro más interesante”. José Vargas considera que aunque la tecnología va a pasos agigantados, el uso de los medios web para la comunicación comercial aún se encuentra en proceso de aprendizaje. “He observado que muchos estudios toman el asunto de crear sites como algo de moda con la idea de que debe tener muchas cosas muy innovadoras, y me parece que esto entorpece la comunicación. Lo necesario es crear un site con verdaderos elementos de comunicación, para que las personas que lo visitan puedan entenderlo rápida y efectivamente, que la navegación sea directa, que el uso de animaciones (que siempre suelen gustar) se haga con precaución. El tiempo en web

es importante, si un site tarda una eternidad en cargar no será visto y eso perjudicará a nuestro cliente”, añade.

Por su parte, Camacho menciona la fuerza del área del diseño web, la cual “salió ilesa durante la pasada crisis del 2009-2010”. En cuanto a la forma, agrega que “mundialmente hay una tendencia entre los diseñadores web a enfocarse en la función en lugar de en la ‘belleza con poco contenido’, debido a lo cual han ganado terreno los blogs con información al día y comunicación fluida. Por otra parte, la navegación web móvil gana popularidad entre la gente como la nueva plataforma de Internet.

Esto hace crecer la necesidad de sitios web móviles optimizados y compatibles con todos los dispositivos móviles”. Coincidentemente, Randolph Arce opina que el diseño web se está desarrollando de manera acelerada. “En Costa Rica, por ejemplo, hay varias empresas nacionales y transnacionales especializadas en diseño para Internet, que realizan complejos proyectos para clientes dentro y fuera de nuestras fronteras. El diseño gráfico y el diseño web son, desde mi punto de vista, las puntas de lanza del mercado creativo en este país”, argumenta. (p. 10,11,12)

#### **1.4. ONG (Organización No Gubernamental)**

Según Pillini (2011):

“El papel de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) ha adquirido especial relevancia en las últimas décadas, al haber contribuido a sensibilizar a la opinión pública acerca de los problemas de desarrollo en el Tercer Mundo. Asimismo, han ejercido una función dinamizadora y muchas veces crítica frente a sus respectivos gobiernos, con objeto de que éstos impulsen acciones de cooperación internacional e incrementen los recursos destinados a la Ayuda Oficial

al Desarrollo (AOD). La puntualización junto a la innovación en la realización de programas y proyectos de desarrollo, acorde a las múltiples causas de los problemas de los países de Tercer mundo, llevados a cabo por las ONG en los últimos años; justifica el valor y la importancia que estas han adquirido mundialmente. Sin embargo, otras causas suman a esta importancia, como ser el grado importante de maleabilidad en sus actuaciones por contar en su gran mayoría con estructuras reducidas. Y además la canalización más directa de la ayuda, identificando los problemas y mostrando sus posibles soluciones gracias a su concisa vinculación con las organizaciones.

##### **1.4.1. Características y actividades**

En general, se puede decir que actúan en los campos siguientes: la educación para el desarrollo, la ayuda al desarrollo, esto es, la cooperación financiera, el aporte de material y asistencia técnica o la ayuda en personal.

Un concepto más amplio, en función de su ubicación y estrategia de actuación, destaca a aquellas ONG que muestran a través de sus actividades su preocupación por la eliminación de obstáculos de carácter sociopolítico, económico y físico, que imposibilitan el desarrollo del potencial humano, particularmente de los sectores más desfavorecidos de los países del Tercer Mundo. En tal sentido, se distinguirían, por un lado, aquellas organizaciones que trabajan directamente con los sectores pobres y que están establecidas en los países del Tercer Mundo, de otras localizadas en los países desarrollados, que apoyan con financiación a las anteriores o a grupos locales, o bien desarrollan en sus países actividades de educación para el desarrollo. Rouille d’Orfeuill propone, a su vez, una clasificación de las ONG basada en tres objetivos fundamentales: paliar los

desequilibrios mediante transferencias Norte-Sur; cambiar la situación del Sur apoyando los esfuerzos locales y cambiar el orden internacional y las relaciones entre naciones ricas y pobres.

Dichos objetivos son desarrollados mediante la ayuda de urgencia y acciones de solidaridad, como consecuencia de catástrofes naturales, guerras, etc. En muchos casos, las ONG colaboran directamente; en otros, apoyan o canalizan la ayuda a los gobiernos y a las organizaciones internacionales competentes (FAO, UNICEF, etc.). Algunas ONG concentran su actividad y su estrategia en la eliminación de los obstáculos de carácter económico, político y social que, tanto a nivel local como regional o mundial, impiden a los países del Tercer Mundo alcanzar un desarrollo aceptable.”

### 1.5. Apadrinamiento de niños

Según el diccionario digital WordReference.com (2011) “Apadrinamiento es un Patrocinio que un hombre hace de una iniciativa particular o colectiva para que tenga éxito.”

#### 1.5.1. Pasos para apadrinar a un niño

Según la descripción de Lsii (2011), los pasos para apadrinar a un niño son los siguientes:

- Informarse.
- Elegir una organización benéfica para el apadrinaje.
- En la actualidad, todas las organizaciones de apadrinaje disponen en sus páginas web de los formularios necesarios para darse de alta y empezar a apadrinar.
- Consultar entre varias organizaciones antes de apadrinar, cada organización trabaja en un lugar concreto del mundo y destina los fondos de ayuda a proyectos distintos: recuperación de agua, escolarización, vacunaciones, alimentos, ropa, o todas ellas a la vez.

- Por lo tanto al apadrinar en una u otra organización la persona está decidiendo el país en donde vive el niño apadrinado y el tipo de ayuda que va a recibir.

- Las organizaciones “pequeñas” o de ámbito local son 100% recomendables y muy eficaces. Sus proyectos de ayuda están concentrados en aldeas o pequeños pueblos, estas son las que más ayuda necesitan, puesto que disponen de pocos recursos para ayudar a los niños.

- En las páginas web oficiales de las organizaciones de apadrinaje deben informar con todo detalle las zonas en donde trabajan, así como del tipo de actividades al que van destinados los fondos de ayuda.

#### 1.5.2. Países del Tercer Mundo

Ocaña (2003) define lo siguiente:

El término Tercer Mundo fue acuñado en los años cincuenta para referirse a los países de Asia, África y América Latina poco avanzados tecnológicamente, con economía dependiente de la exportación de productos agrícolas y materias primas, altas tasas de analfabetismo, crecimiento demográfico galopante y gran inestabilidad política.

Estos países, muchos de ellos recientemente independizados de las potencias coloniales europeas, se articularon políticamente en la Conferencia de Bandung en 1955 y en el movimiento de países alineados. El Tercer Mundo de los países no alineados se distinguía así del Primer Mundo de naciones desarrolladas capitalistas y el Segundo Mundo alineado en torno a la URSS.

Aunque este término se sigue utilizando para designar a los países subdesarrollados, el concepto de Tercer Mundo se ha ido vaciando de contenido en un doble sentido. En el político, al desaparecer el bloque soviético,

en el económico, al emerger países industrializados nuevos como Taiwán o Corea del Sur y los países petrolíferos de Oriente Medio.

### 1.5.3. Desnutrición Infantil en Guatemala

El reporte que aparece en deguate.com (2008) dice que:

Hay dos tipos de desnutrición: la primaria y la secundaria. Se trata de desnutrición primaria cuando los nutrientes no pueden ser aportados por la situación económica, cultural y/o educativa. Así mismo, se clasificará como desnutrición secundaria si los aportes nutricionales son adecuados pero, debido a otras enfermedades, la absorción o utilización de estos alimentos no es adecuada.

La pérdida de peso y las alteraciones en el crecimiento son las principales manifestaciones del mal estado nutricional y basados en el peso esperado del niño (de acuerdo a su edad o estatura) se hace el cálculo que determina el grado de desnutrición.

Los signos físicos que acompañan a la desnutrición son:

- Déficit del peso y de la estatura que se espera para la edad.
- Atrofia muscular (se observa un desarrollo inadecuado de los músculos).
- Retardo en la pubertad.

Los signos psicológicos que siempre encontramos en la desnutrición son:

- Alteración en el desarrollo del lenguaje, alteración en el desarrollo motor y alteración en el desarrollo del comportamiento (irritabilidad, indiferencia u hostilidad).

Las condiciones de salud que ocasionan desnutrición por una inadecuada absorción o utilización de los nutrientes

pueden ser las enfermedades renales crónicas, las enfermedades cardiopulmonares, las enfermedades digestivas, pancreáticas o hepáticas, el cáncer, los errores del metabolismo, etc.

Es muy común que los niños desnutridos tengan infecciones repetidamente; de hecho, es la principal causa de mortalidad en ellos. Esto es debido a que el déficit de nutrientes altera las barreras de inmunidad que los protegen contra los gérmenes y éstos pueden invadir fácilmente. Entre los gérmenes que más frecuentemente atacan a las personas desnutridas están el virus del sarampión, del herpes, de la hepatitis, el bacilo de la tuberculosis y los hongos.

Valencia (2010) indica:

La mitad de los niños de Guatemala menores de 5 años (49,8%) no serán adultos con un potencial intelectual elevado, ya que durante toda su vida arrastrarán una desnutrición crónica, a no ser que desde la infancia se haya corregido esta carencia. Así lo explicó la oficial de nutrición de Unicef en Guatemala, María Claudia Santizo, quien ha estado unos días en Valencia para trabajar en el programa específico de nutrición para niños menores de cinco años que impulsa la Conselleria de Solidaridad y Ciudadanía en diez municipios guatemaltecos. Precisamente, en esta dirección trabaja Santizo de la mano de Unicef, con el fin de que Guatemala deje de ser el primer país desnutrido en Latinoamérica y el sexto en el mundo, y cuyas cifras superan a países como Haití. Existe una estrecha relación entre el estancamiento y la pobreza que sufre Guatemala y la desnutrición crónica que azota su población. La falta de nutrición afecta al crecimiento de quien la padece, “que se aprecia a simple vista”, pero también ataca con severidad al desarrollo cognitivo, lo que “ya no es tan evidente”. Tanto es así que puede derivar en



la pérdida del 40% de las neuronas potenciales, lo que desemboca “en que los niños repiten una y otra vez en la escuela, no aprenden y, por lo general, abandonan los estudios. No serán adultos productivos”, indicó Santizo. “Mientras la desnutrición no logre romper ese ciclo vicioso, la pobreza no se va a abolir en Guatemala”, afirmó.

### 1.6. El diseño gráfico como canal audiovisual

Analizando la información previa, encontramos varios conceptos que podrían explicar la necesidad que existe de contar con un diseñador gráfico en el trabajo social a diferencia de la mayoría de empresas lucrativas que consideran que el diseñador gráfico no puede colaborar con el problema del abandono infantil con el que Guatemala se enfrenta.

Se mencionó que una ONG trabaja para el desarrollo de un país del tercer mundo, encontrando el apoyo para sus programas en los países desarrollados que se interesan por generar un desarrollo global.

Hoy en día Guatemala es un país considerado del tercer mundo, por lo que transmitir información internacional sobre las diferentes actividades desarrolladas por las instituciones mencionadas, interviene en el trabajo que un diseñador gráfico como comunicador social realiza.

Las debilidades que enfrentan los países subdesarrollados como Guatemala han sido un obstáculo para lograr una economía global que buscan los países desarrollados. Tomando como base lo anteriormente mencionado en los conceptos básicos se concluye que la forma más efectiva de trasladar información es a través de la Word Wide Web (www) y la plataforma digital tan amplia que esta permite. Siendo el internet el medio de comunicación que está integrado globalmente tanto por países desarrollados como los países del tercer mundo. Anteriormente se explicó

el papel que el diseñador gráfico tiene en el desarrollo de los sitios web donde la participación de la persona que visita un sitio de internet es tan importante como la del que lo desarrolla. Un diseñador no solamente propone estilo, color y forma; también propone estrategias, soluciones y proyectos de comunicación, integrando todo lo que conforma un diseño. La única forma de proponer soluciones y estrategias es conociendo a fondo el problema que se integra entre lo que la institución planea resolver con el problema que la institución tiene para comunicar la información.

Se mencionó también que para realizar un intercambio de información se necesita principalmente un EMISOR, un RECEPTOR, un MENSAJE y un CANAL, si bien sabemos que existe un emisor que en este caso sería Guatemala y sus organizaciones no gubernamentales, un receptor que son las instituciones internacionales ubicadas en los países desarrollados, un mensaje que sería el abandono y la desnutrición infantil, utilizando un canal el cual en esta oportunidad es el proyecto a desarrollar.

**El diseño gráfico ofrece soluciones visuales a problemas sociales, la problemática descrita en el proyecto nos indica que la institución AMG posee pocos medios de distribución y los que tiene son poco eficientes. Si el diseñador gráfico trabaja con la teoría investigada, la técnica aprendida y proyecta el resultado podrá proponer soluciones creativas de comunicación.**

## 2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Objetivos	Estrategias	Táctica
Mejorar los canales audio-visuales de la organización AMG	Divulgar los logros de AMG en Guatemala	Desarrollo de material multimedia audio-visual institucional
Exponer los diferentes centros de servicio de AMG	Proyectar información sobre AMG Proyectar al equipo de voluntarios y empleados información sobre AMG	Creación de presentación Institucional Incluir material impreso junto al empaque del DVD
Optimizar los recursos digitales en la WWW	Elaborar materiales para publicar en la red	Manejo de redes sociales

Curso de acción	Medios	Tiempo	Responsables
Distribuir materiales multimedia a las organizaciones afiliadas	Compilar los materiales en un DVD con empaque 15 copias	El material multimedia será distribuido dentro de las organizaciones y ministerios a partir del primer semestre del año 2012	Producción y diseño: Ana Reyes Distribución del material: Bryan Dennet y su esposa Mary Dennet
Producir video y animación digital Diagramación del Brochure institucional	DVD multimedia Brochure institucional		Producción: Ana Reyes Supervisión: Claudia Contreras como supervisora
Administración de redes sociales	Facebook YouTube Código QR		Diseño: Ana Reyes Implementación: AMG Guatemala Supervisión: Claudia Contreras

## 2.1. Presupuesto de diseño audiovisual

### Propuesta del desarrollo para el audiovisual

El presente presupuesto abarca los siguientes aspectos: producción del video institucional, creación de presentación flash, animación digital, diseño del brochure institucional, empaque de DVD. Los precios brindados a continuación son los precios sugeridos tomando en cuenta que la organización es una entidad que aporta a la sociedad.

### Propuesta económica

Concepto	Precio
Producción y animación completa del video institucional (grabación y edición de audio y video)	Q.9,000.00
Diseño de presentación flash institucional	Q.700.00
Animación digital de 80"	Q.2,000.00
Diseño de brochure institucional	Q.600.00
Diseño de portada y contraportada de DVD	Q.400.00
Empaque completo de DVD (brochure incluido)	Q.25.00
<b>Total</b>	<b>12,725.00</b>

\* Los precios no incluyen IVA y se encuentran sujetos a cambios.

\*El material producido y diseñado para el presente proyecto fue donación, por lo que este presupuesto únicamente representa el valor económico de dicha donación.

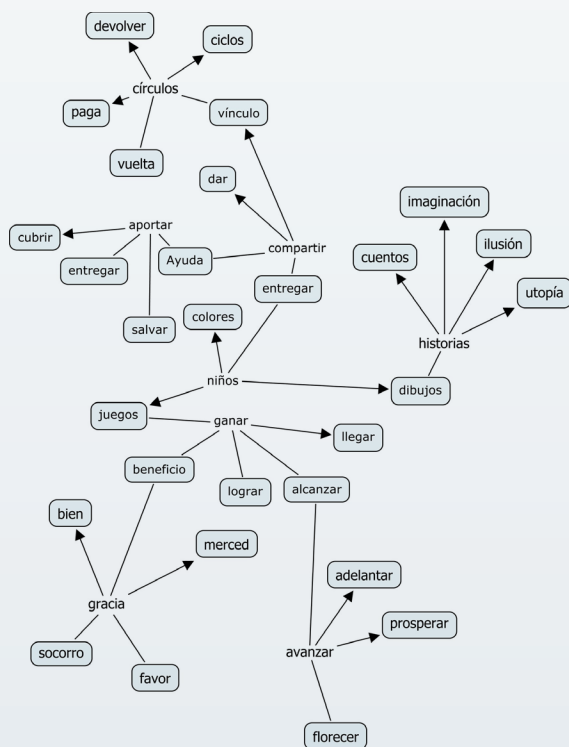
### 3. CONCEPTO CREATIVO

#### 3.1. Mapa mental

El estudio de AMCO International (2011) señala que:

Los mapas mentales son una técnica que permite la organización y la representación de información en forma sencilla, espontánea y creativa para que sea asimilada y recordada por el cerebro. Este método permite que las ideas generen a su vez otras y que sea fácil visualizar cómo se conectan, se relacionan y se expanden fuera de las restricciones de la organización lineal tradicional.

Se utilizó esta herramienta creativa para conectar las ideas y establecer un concepto creativo que será el concepto desarrollado en el proyecto.



#### 3.2. Propuestas Conceptuales

**3.2.1. Ayúdame y gana (Help me and win):**  
 Este concepto creativo está enlazado con el juego. El autor Pugmire (1996) define “el juego como el acto que permite representar el mundo adulto, por una parte, y por la otra relacionar el mundo real con el mundo imaginario. Este acto evoluciona a partir de tres pasos: divertir, estimular la actividad e incidir en el desarrollo.” Tomando en cuenta que el grupo objetivo está formado principalmente por jefes de familia se transmite el mensaje que al momento de ayudar a alguien, una persona gana cariño y admiración. El mensaje tendrá un efecto psicológico sobre las personas que lo visualizan como una oportunidad de obtener beneficios también.

**3.2.2. Círculos de amor (Circles of love):**  
 Este concepto fue desarrollado a partir de la teoría de los “Círculos de la vida”. Según Linnemeyer (2008), “El círculo de vida representa el tiempo de una vida, el natural despliegue del desarrollo predeterminado de un cosmos; en este caso es el ser humano, el comienzo, el desarrollo, el logro y la muerte.” Se enfoca al hecho de que una persona genera un servicio que solventa la necesidad de otras personas y así sucesivamente, generando una cadena de beneficios que se complementan al colaborar unos con otros.

En una corporación donde las personas colaboran, se desarrolla un incremento económico que genera ese círculo virtuoso que toda sociedad quiere alcanzar. Desde el punto de vista global, los países desarrollados permiten un desarrollo económico al aportar a los países del tercer mundo. Por lo que estos círculos de amor están enfocados en valores que motivan a las personas a participar en los programas sociales.

3.2. 3. Para siempre (Transforming lives for an eternity): La psicología social intenta estudiar el comportamiento de los individuos considerando las situaciones sociales en las que se hallan inmersos. Además estudia la manera en que las personas piensan unas de otras, y como se relacionan entre sí. Este es uno de los conceptos principales que AMG desea transmitir a su grupo focal, ya que el principal objetivo de la organización es apoyar a los niños psicológicamente y espiritualmente considerando que un cambio en la vida de un niño quedará perpetuo en su historia, en la de su familia y en la de su sociedad. El ayudar a una persona no termina en el momento que recibe lo que se le ha donado, continúa siendo un proceso que puede durar por varias generaciones. Si se cambia el presente de un niño, su futuro también será afectado.

### 3.3. Análisis conceptual

Las tres propuestas conceptuales tendrán el mismo desarrollo visual, debido a las preferencias visuales del grupo objetivo y que son influenciadas principalmente por la edad y sus creencias.

A nivel gráfico, las imágenes serán fotografías, videos y pictogramas que hagan referencia a la cultura guatemalteca, ya que AMG tiene también organizaciones en otros países. Así mismo debido a que el objetivo de realizar el proyecto es informar sobre los logros alcanzados en Guatemala por

medio de las donaciones que las personas que han aportado en AMG, las fotografías transmitirán un mensaje de salud y felicidad, a diferencia de los otros materiales visuales de las distintas organizaciones que utilizan fotografías de niñas y niños en malas condiciones de salud.

Los colores preferidos por la cultura visual del grupo objetivo son colores fríos entre los principales la gama de color azul y el negro y se utilizará un contraste utilizando colores cálidos. Apoyando al mensaje positivo que se desea transmitir, aparece el color blanco que al mismo tiempo transmite un mensaje de libertad y luz.

La tipografía será palo seco, para generar un mensaje claro y pertinente.

No se hará uso excesivo de efectos y cortes en los materiales multimedia, ya que esto generaría una interferencia en el mensaje y como resultante poca trascendencia en el mensaje principal.

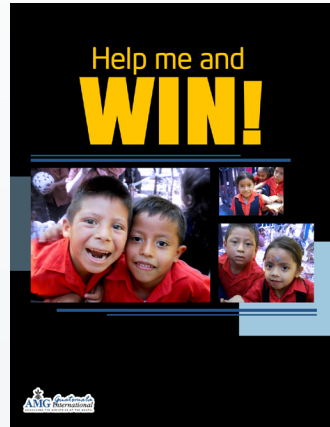
Finalmente se determinó que las redes sociales de mayor impacto y las más eficientes para el proyecto son el Facebook y el Youtube. Por lo que únicamente se realizará material para implementar en ambas redes sociales.

Gráficas	Colores	Tipografía	Efectos
			

## 4. Primer nivel: previsualización

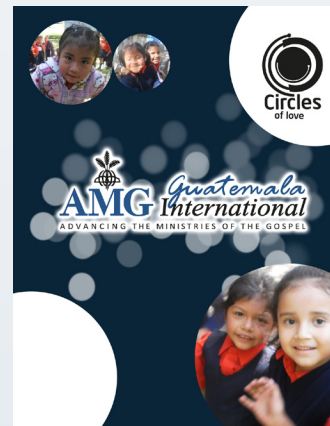
### 4.1. Ayúdame a ganar

Tema	Color	Tipografía	Imagen	Tendencia
Equipo	Gris	Palo seco	Equipo de niños	Degradado
Parejas	Negro	Palo seco	Dúo	Clásico
Ascender	Celeste	Palo seco	Niña escalando	Pop



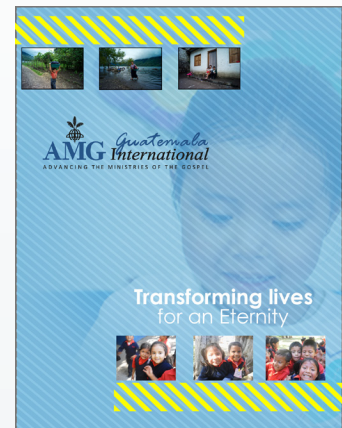
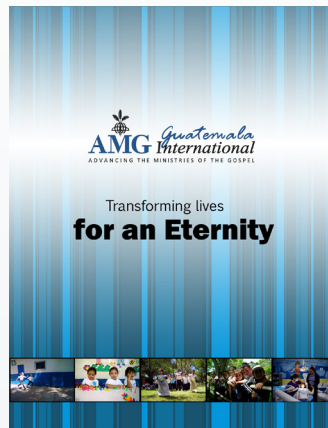
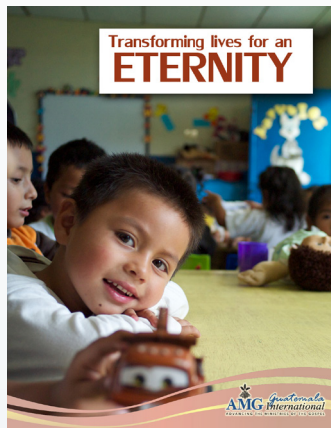
### 4.2. Círculos de amor

Tema	Color	Tipografía	Imagen	Tendencia
Cadena	Blanco	Palo seco	Niños en fila	Remolinos
Amor	Cyan	Caligráfica	Abrazos	Fantasia
Círculos	Azul	Palo seco	Fotografías en círculos	Círculos



### 4.3. Eternidad

Tema	Color	Tipografía	Imagen	Tendencia
Continuo	Celeste	Palo seco	Fotografías continuas	Pop
Tiempo	Azul	Palo seco	Líneas verticales	Lineal
Niñez	Café	Palo seco	Fotografía de niño	Fotografía



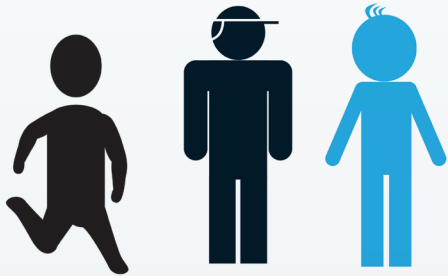
### 4.3. Autoevaluación

Tema	Equipo	Parejas	Ascender	Cadena	Amor	Círculos	Continuo	Tiempo	Niñez
Pertinencia	6	9	7	6	5	7	7	6	9
Memorabilidad	4	6	6	8	4	7	8	7	7
Fijación	3	6	5	7	6	8	6	9	6
Legibilidad	6	8	6	9	7	6	7	8	7
Composición	7	6	8	8	6	6	6	7	7
Abstracción	6	7	6	6	4	8	8	6	7
Estilización	6	7	8	7	5	9	7	8	8
Diagramación	9	8	6	6	4	8	5	8	8
Tipografía	7	8	8	8	7	8	6	7	6
Uso del color	6	8	5	7	4	7	9	9	7
Resultado	62	73	65	72	52	74	69	75	72

## 5. Segundo nivel de visualización

### 5.1. Personaje

Un Pictograma es también llamada gráfica de imágenes o pictografía. Es un diagrama que utiliza imágenes o símbolos para mostrar datos para una rápida comprensión. Para realizar el personaje animado se utilizarán varios pictogramas de un niño que representará la "Teoría de Cambio" por medio de una animación.





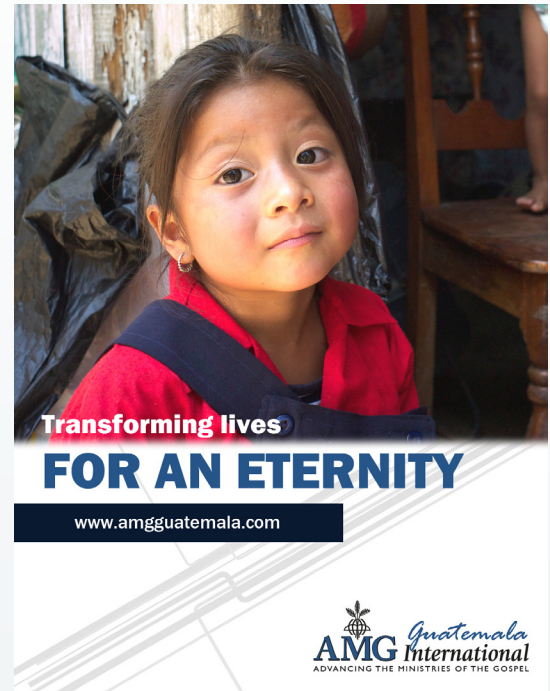
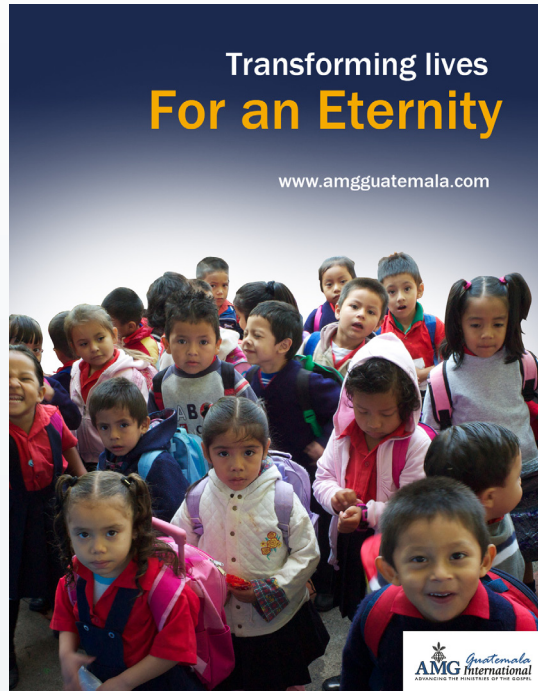
## 5.2. Ayúdame a ganar



5.3 Círculos de amor



5.4. Transformando vidas en la eternidad



## 6. Tercer Nivel de visualización

### 6.1. Selección Grupo objetivo

Mediante un proceso de selección a través de comparación, participantes del grupo objetivo mostraron preferencia por los bocetos que se presentan a continuación.



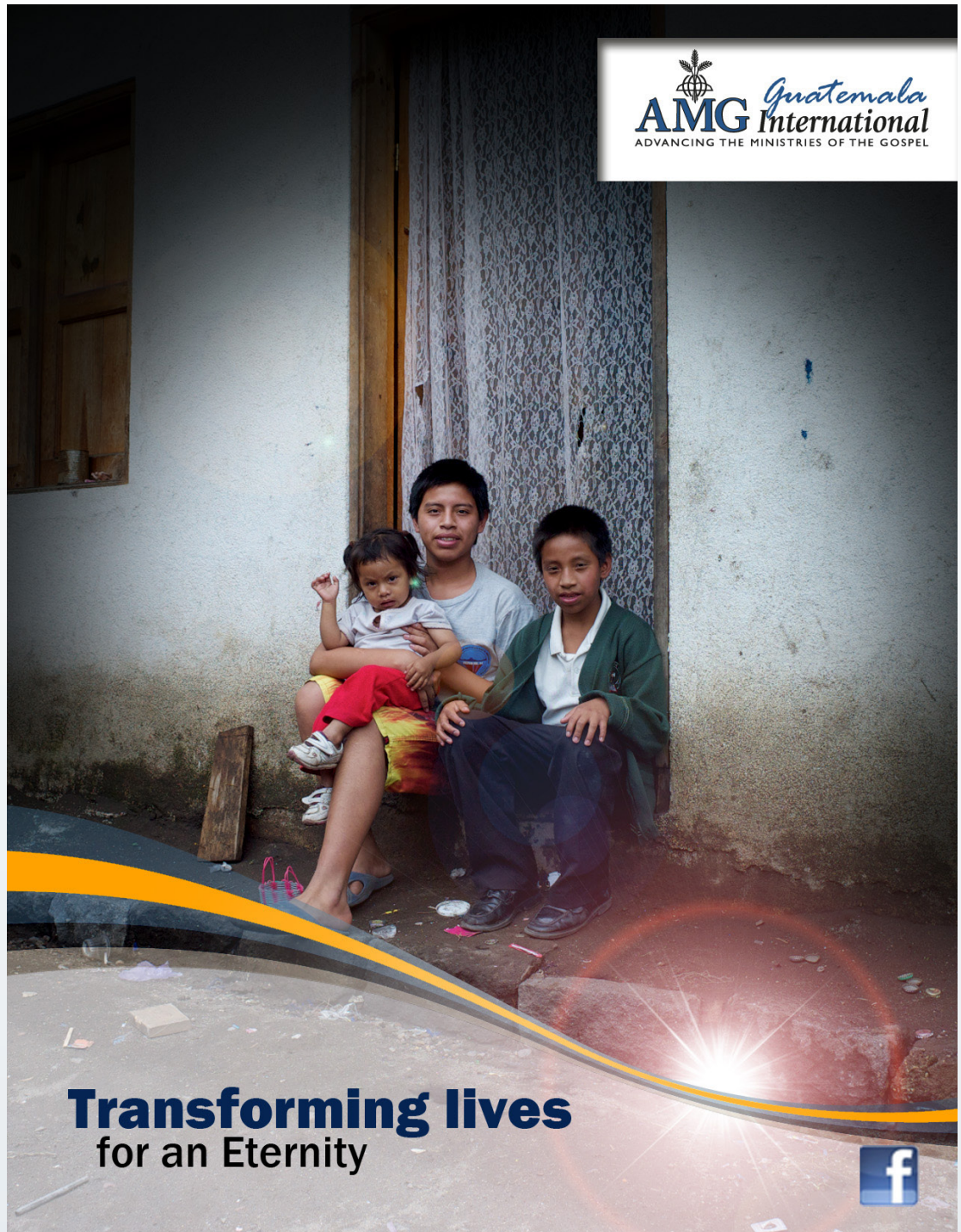
# Transforming lives

## FOR AN ETERNITY

[www.amgguatemala.com](http://www.amgguatemala.com)



  
**AMG** *Guatemala*  
International  
ADVANCING THE MINISTRIES OF THE GOSPEL



**Transforming lives**  
for an Eternity





# Capítulo 4

Grupo Focal

Aplicación de estrategia

## Capítulo 4

### 1. Grupo focal

Fecha:	Hora de inicio:	
Miércoles 28 de septiembre 2011	9:00 a.m.	
Lugar:	Hora de finalización:	
14 calle 10-70, zona 7, Colonia La Verbena	10: 00 a.m.	
Número de participantes:10	Número de hombres:6	Número de mujeres:4

Registro de Participantes en el Grupo Focal:  
La Verbena, Zona 7

Nombres y Apellidos	Edad	Institución
Bob Hastings	56 años	AMG International
Chad Smith	36 años	
Alain Troukou	41 años	
Kristina Craymer	43 años	
Amelia Pastotnik	30 años	
Stuart Hepworth	36 años	
Jolanda Bout	42 años	
Joe Schmidt	50 años	
Kenneth Ivins	43 años	
Mandy Osborn	45 años	

### 1.2. Validación

Validación de la propuesta visual del Proyecto de Graduación por medio del Grupo Focal, realizado el día miércoles 28 de septiembre en horario de las 09:00 horas a las 10:00 horas, en la Organización Internacional AMG Guatemala.

En este grupo participaron 10 personas; 4 mujeres y 6 hombres. Todas estas personas constituyeron una muestra del grupo objetivo conformado por los representantes extranjeros de la organización y familiares de los mismos, todos con nacionalidad estadounidense. Se presentaron dos propuestas de un spot audiovisual, y como primer paso se hizo una votación del mejor spot. El Spot seleccionado fue la propuesta audiovisual no.1.

El spot audiovisual fue sometido a cinco fases: comprensión, atracción, aceptación, involucramiento y persuasión.

En la fase de comprensión se pidió que pudiesen explicar la idea principal del spot y lo que ellos contestaron fue: “La renovación en la vida de un niño”.

Se les preguntó qué significan las frases que aparecen (Transforming lives for an eternity): “Poder incidir en la vida de un niño permanentemente”; se les pidió también si podían narrar la historia que se les presentó, y la mayoría contestó que trataba sobre forma en que una persona puede ser luz en la vida de un niño.

Se pidió que explicasen la idea principal del spot y al final acordaron que era “cambiar la vida de un niño”. Una persona hizo el comentario que consideraba necesario incluir más textos en el video, ya que aparecían pocos textos considerando que la historia no contiene una narración auditiva.

Para terminar con esta fase, **cada uno comentó la parte que más recordaba** del spot. Y la mayoría comentó que las palabras que aparecían en el spot eran fáciles de recordar.

En la fase dos se hicieron varias preguntas para conocer su atracción hacia el spot, preguntándoles si consideraban que los colores eran apropiados, a lo que ellos dijeron “sí, son llamativos, no son muy fuertes y es una combinación agradable”; también se pidió que comentaran si el video les generaba interés por buscar más información sobre la institución; a lo que todos respondieron que efectivamente era motivante observar los logros que la organización ha obtenido a través del apoyo que las familias extranjeras hasta hoy han aportado.

Para definir la aceptación de los participantes se les preguntó si el spot había generado alguna inquietud, o si el video había generado una duda. Un participante agregó que “algunas escenas pasaban con demasiada rapidez y que era difícil comprender lo que estaba pasando si no se prestaba el 100% de la atención”. Otra persona comentó que “el video es entretenido porque cuenta una historia en forma de metáfora.”

Por medio de esta comprobación se busca definir si los receptores se sienten involucrados con la institución, y se les preguntó si se consideraban parte de la solución por lo que respondieron que “En el video se muestran los programas que la institución brinda, lo cual nos transmite que la ayuda verdaderamente llega a las

personas.” Todos comentaron que era importante mostrar los logros obtenidos, ya que esto transmite seguridad en las personas que desean ayudar. “Podimos observar que AMG es una institución sólida y con experiencia” comentaron.

Posteriormente se hicieron preguntas para definir si el video induce a las personas a tomar alguna acción, las personas respondieron que definitivamente buscarían más información sobre la institución, y para las personas que actualmente apoyan mencionaron “sentimos mucha alegría al saber que gracias al aporte que se da, la organización ha obtenido todos estos logros que podemos observar.” Por lo que en este caso, las personas se sienten motivadas para continuar apoyando y divulgando el trabajo que AMG realiza. Cuando se les preguntó si podían definir el tiempo que se tomarían para realizar estas acciones, respondieron “Al terminar de ver el video buscaría más información inmediatamente, buscando el sitio web y por medio del Facebook contactaría a la organización.”

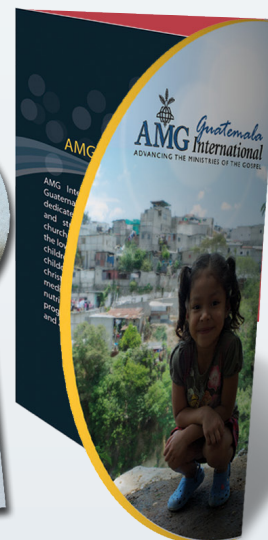
### 1.3. Retroalimentación de la propuesta

- Introducir más texto en la animación.
- Agregar información de contacto.
- Mejorar relación espacial.
- Etiquetar fotografías.

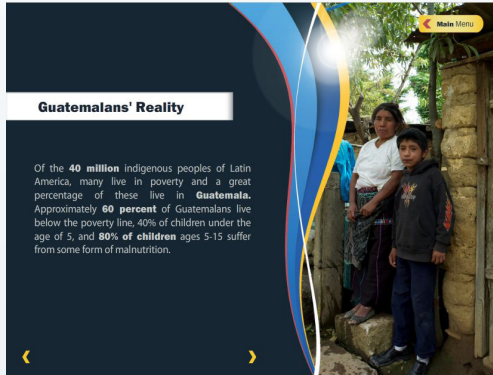



## 2. Aplicación de estrategia

### 2.1. Compilar materiales audiovisuales en un DVD con empaque y brochure institucional



## 2.2. Presentación Institucional





**Spiritual Guidance**

**Spiritual Focus**

- Share the Word of God.
- Share the love of Christ.
- Share testimonies.
- Share biblical counsel in times of need.
- Share in the suffering of others

**Christian Camp**

Each sponsored child from fifth grade and above has the opportunity every year to spend a week at **AMG International's Camp Canaan**. Camp Canaan is especially designed to serve the **children's needs** and has excellent facilities; three duplex cabins; a chapel; a large auditorium-gymnasium that also serves as a dining hall and includes the kitchen, offices, and overflow housing; a swimming pool; sports field; basketball court; and covered cookout area.



**Education Programs**

In 27 Christian schools and childcare centers throughout the country, the urgent needs of children from families living in extreme poverty are being met.

Children arrive at the centers early in the morning and stay until late afternoon. They are fed a healthy snack and lunch (the main meal of the day). These young children are involved in a variety of activities: singing, crafts, listening to Bible stories, games, recreation, and personal attention. Each child receives gifts of shoes and clothing on an annual basis.

They usually spend half of the day in classes and the other half of their day is spent at the AMG childcare center where they enjoy group activities, receive a nutritious meal, get help with their studies, and attend Bible classes.



**Vocational Programs**

**Agricultural Program**

AMG operates a 30 acre agricultural project in Baja Vera Paz with the objective of teaching local farmers proper methods, sharing lots of our land with those in need, and reaching out to many neighboring villages with an animal vaccination and training program.

**Nutritional Program**


Our nutrition center treats local children who are underweight by providing food, vitamins and training for their mothers on proper nutrition, cooking and other health and life skills training.



**Vocational Programs**

**Vocational School**

Providing people with opportunities to make a better life for themselves is the objective of AMG's vocational training program in Nahuala, a town two hours west of Guatemala City. In Guatemala, a great percentage of workers are unemployed or under-employed. By training people in an income earning skill, AMG is helping them pull themselves out of extreme poverty.



**Health Programs**

In the town of Cubulco, 40 miles north of the capital by air (200 miles by road), AMG International is demonstrating the love and concern of Christ through a 20-bed Christian hospital "Centro Medico Cristiano la Señorita Elena."

Medical care is available to the people of Cubulco and to the approximately 36,000 others living in the surrounding area.

Over 15,000 patients annually receive treatment through the clinic. The hospital is staffed with local doctors to provide for basic care year round. Surgeries are performed by physicians from the United States and Canada who volunteer their time and travel at their own expense to minister at the hospital.



**Health Programs**

"Clinica Ebenezer", the dental clinic at the Cubulco hospital, provides complete dental services for the local community. As in most rural areas, there are no other trained dentists to whom the people can go for care and treatment.



**Pictures**

**Video**

**Guatemala AMG International**  
ADVANCING THE MINISTRIES OF THE GOSPEL  
www.amgguatemala.org



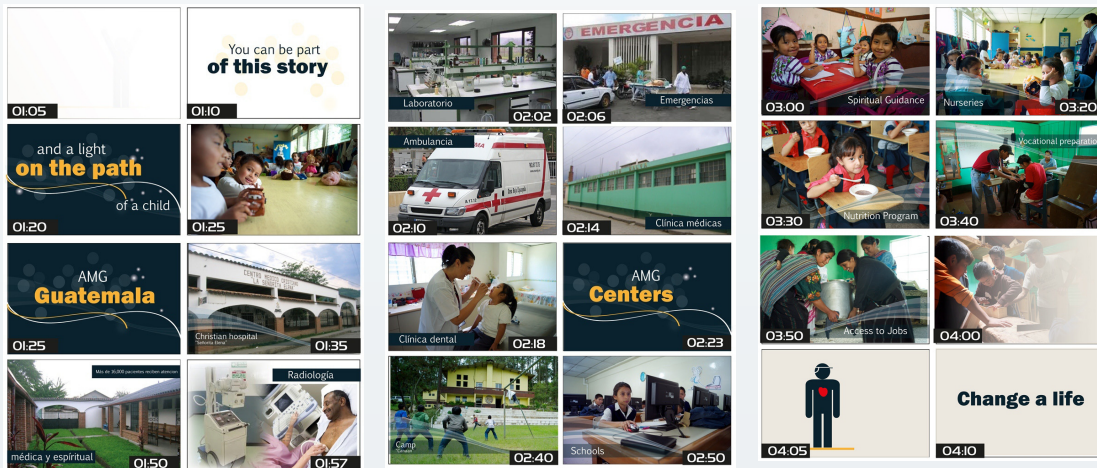
**Contact us**

- Email us anytime at [info@amgguatemala.org](mailto:info@amgguatemala.org)
- Our Guatemalan Address  
14 Calle 19-80, Zona 7  
Cajal La Verónica, C.A.  
44002, 2016  
011 5022473-8730  
Fax: 011 5022473-4880
- AMG International USA  
8815 Ebenezer Road  
Chattanooga, TN 37421  
615 284-6000 Fax: (615) 284-6883
- Facebook  
AMG International Guatemala 

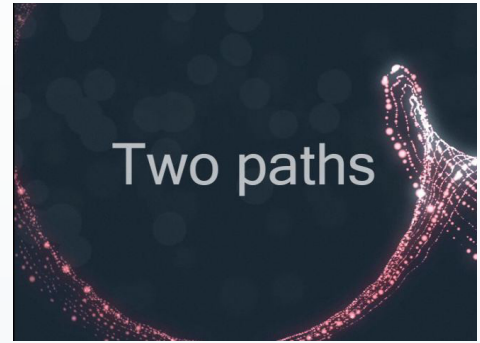
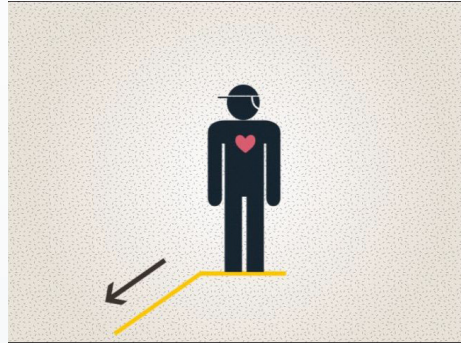
**Guatemala AMG International**  
ADVANCING THE MINISTRIES OF THE GOSPEL  
www.amgguatemala.org

## 2.3. Animación Institucional

### 2.3.1. Storyboard



### 2.3.2. Previsualización Animación y Video



## 2.4. Desarrollo de Fan Page en Facebook

The screenshot shows the Facebook interface for the 'AMG International Guatemala' fan page. The page is identified as a 'Non-Profit Organization'. The cover photo features a video titled 'Dental Clinic' with the text 'Do you like it?' and a pink arrow pointing to it. The main content area displays a video of a young girl sitting on a rock overlooking a hillside. The right sidebar contains several sections: 'You and AMG International Guatemala' (Alvaro Cifuentes Morales likes this), 'Find Friends from Universidad de San Carlos de Guatemala' (68 of your friends went to Universidad de Guatemala), 'Recommended Pages' (A donde vamos? nose yo te esoy sig...), and 'Sponsored' posts for Samsung Mobile and Beauty Solutions (Vita-K, Acne Scars).

## 2.5. Desarrollo de Canal en Youtube

The screenshot shows the YouTube channel 'Amgguatemala - Theory of Change'. The channel has 20 videos and a 'Suscribirse' button. The main video is 'Dental Clinic' with 94089 views. The right sidebar shows a list of other videos by Mads Langer, including 'Riding Elevators', 'Microscope (Road Movie)', 'Microscope', 'The River Has Run Wild', 'You're Not Alone', and 'Say No More'.

### 3. Descripción de formatos utilizados y Color

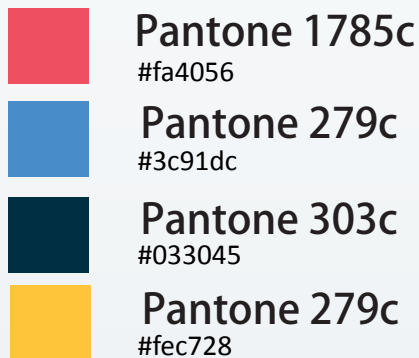
#### 3.1. Normas de impresión

El brochure institucional está trabajado con una medida de 22 X 8.5 " dividido en 5 dobleces impresos en tiro y retiro.

El logotipo de AMG está formado por dos colores, negro al 100% y el color azul Pantone 653c.



Los colores utilizados en el interior del brochure son los siguientes:



Estos colores fueron utilizados dentro del brochure en diferentes porcentajes, y también fueron los utilizados en el resto del material impreso y audiovisual.

#### 3.2. Formatos de video

El video fue editado en Adobe Premiere, utilizando como formato de secuencia el NTSC de Pantalla Ancha a 32kHz, luego para la exportar el video, se utilizó el formato de video .mov, para luego codificarlo a un formato .flv Grande Web con origen NTSC. Esto con la finalidad de que el video fuese de un tamaño liviano, al momento de que el mismo fuese publicado en la www.

## CONCLUSIONES

- Al finalizar el proyecto se determinó que la necesidad de generar proyectos audiovisuales que contengan material dinámico genera interés en los receptores. Por lo que sería oportuno y necesario que los diseñadores multimedia presentaran soluciones acertadas ante los problemas de comunicación que las diferentes organizaciones puedan tener.
- Las diferentes herramientas de comunicación que se pueden generar a partir de una necesidad planteada pueden abarcar desde el uso de material impreso hasta material digital publicado en las redes sociales que hoy en día tienen tanto impacto en la sociedad. Como comunicadores sociales es indispensable que hagamos uso de cada una de estas herramientas e investigar también cuáles son las que son idóneas para los diferentes grupos objetivos que surgen de las diferentes necesidades que las organizaciones necesitan cubrir.
- Una manera de optimizar recursos, es a través del desarrollo de estrategias irrefutables que se logran generar únicamente a través de un proceso de comunicación desarrollado tal y como lo vimos anteriormente, ya que generamos estrategias que nos permiten alcanzar objetivos que finalmente buscan anular problemas que surgen por la falta de aplicación de las mismas.

## RECOMENDACIONES

### Para AMG International Guatemala

Me encontré con la grata oportunidad de poder participar en los proyectos que la organización ha podido desarrollar, el poder ser parte de estos proyectos me motiva a continuar realizando proyectos sociales que son tan necesarios en Guatemala. Se recomienda a la organización continuar con el manejo de estrategias y técnicas que lograrán mantener una comunicación acertada con los diferentes centros y organizaciones internacionales que han logrado mantener a la organización en constante crecimiento.

### Para la Escuela de Diseño Gráfico

Durante estos años de carrera universitaria, desarrollamos proyectos de comunicación que han generado cambios en muchas organizaciones que mantienen una constante programación de movimientos que aportan grandes cambios en la sociedad. Es necesario continuar motivando a los estudiantes de diseño gráfico para que comprendan la responsabilidad social que cada uno de nosotros tenemos como comunicadores.

### Para el Lector

Acaba usted de escudriñar el proceso de comunicación que un diseñador gráfico debe seguir para alcanzar los objetivos que cada individuo se propone al decidir utilizar herramientas de comunicación para publicar y divulgar el mensaje a generar. Es importante continuar variando cada una de las técnicas que surgen con el tiempo considerando que las tendencias de comunicación se mantienen en constante innovación.



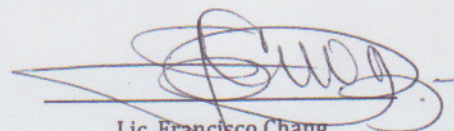
## BIBLIOGRAFÍA

- *AMCO International Education Services, LLC © (2011) Mapas Mentales[Acercaamco] Consultado el día 18 de agosto de 2011 de la World Wide Web: <http://www.amcoonline.net/acercaamco/mapas.php>*
- *Ocaña, Juan Carlos© (2003) Tercer Mundo[Tercer Mundo]. Consultado el día 11 de agosto de 2011 de la World Wide Web: <http://www.historiasiglo20.org/GLOS/tercermundo.htm>*
- *Deguate.com (2008) Desnutrición Infantil[Mujer-familia]. Consultado el día 11 de agosto de 2011 de la World Wide Web: [http://www.deguate.com/artman/publish/mujer\\_familia/desnutricion-infantil.shtml](http://www.deguate.com/artman/publish/mujer_familia/desnutricion-infantil.shtml)*
- *Escolar© (2007-2011) Comunicación [lengua]. Consultado el día 2 de junio de 2011 de la World Wide Web: <http://www.escolar.com/lengua/18comuni.html>*
- *Fernández Coca. (1998). Producción y diseño gráfico para la World Wide Web (Edición única). Barcelona: Editorial Paidós*
- *Linnemayer, Paul (2008) El sistema Inmunológico. Consultado el día 20 de agosto de 2011 de la World Wide Web: <http://www.thebody.com/content/art1788.html>*
- *Lsii (2011) Apadrinar a un niño[Apadrinar]. Consultado el día 10 de agosto de 2011 de la World Wide Web: <http://www.caricature.es/apadrinar/apadrinar.html>*
- *Munari, Bruno. (2008). Diseño y comunicación visual Contribución a una metodología didáctica (Edición única). Barcelona: Editorial Gustavo Gili*
- *National Relocation© (2007-2011) Chattanooga demographics. [/Tennessee/Chattanooga/]. Consultado el día 9 de agosto de 2011 de la World Wide Web: <http://profiles.nationalrelocation.com/Tennessee/Chattanooga/>*
- *Ortega, Kryssia. (2011). Graphic Design: Muchos Caminos a Seguir. Advertising Age, Edición No.23, páginas10,11,12.*
- *Padilla Valencia, Lorena (2010) La desnutrición Infantil Azota Guatemala[Juntos]. Consultado el día 09 de agosto de 2011 de la World Wide Web: <http://www.levante-emv.com/juntos/2010/11/05/desnutricion-infantil-azota-guatemala/752999.html>*
- *Pellini Claudio (2011) Organización No Gubernamental[Onu1]. Consultado el día 11 de agosto de 2011 de la World Wide Web: <http://www.portalplanetasedna.com.ar/onu1htm>*
- *Picado, Eugenia (2005) Escuela de Artes Plásticas[Carrera]. Consultado el día 4 de agosto de 2011 de la World Wide Web: <http://artesplasticas.ucr.ac.cr/carreras/dgrafico.html>*
- *Pugmire-Stoy (1996) El juego espontáneo: vehículo de aprendizaje y comunicación. España: Narcea Ediciones.*

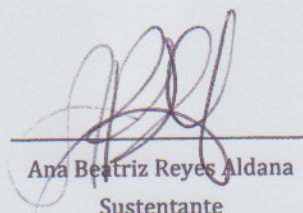
# IMPRIMASE



Arq. Carlos Valladares  
Decano Facultad de Arquitectura



Lic. Francisco Chang  
Asesor de Proyecto de Graduación



Ana Beatriz Reyes Aldana  
Sustentante

**Proyecto de Graduación presentado por  
Ana Beatriz Reyes Aldana para optar al título de  
Licenciada en Diseño Gráfico**

**Guatemala, mayo de 2012**