

Campaña Publicitaria sobre el
Uso Excesivo de las
Bolsas Plásticas
en la Ciudad de Guatemala



Campaña Publicitaria sobre el Uso Excesivo de Bolsas Plásticas en la Ciudad de Guatemala

.....

Campaña publicitaria sobre el uso excesivo de las bolsas plásticas en la ciudad Capital. Proyecto de investigación comunicación realizado en la ciudad de Guatemala, en el período de julio a noviembre del año 2012



Proyecto de Graduación realizado por
Merybeth A. Monroy Melgar / carné 200719158
Evelyn A. Conteras Estrada / carné 200816993
para optar el título de
Técnico en Diseño Gráfico
Guatemala, noviembre de 2012

NÓMINA DE AUTORIDADES

MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea
Vocal I

Arq. Edgar Armando López Pazos
Vocal II

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal III

Br. Carlos Alberto Mendoza Rodriguez
Vocal IV

Br. Jose Antonio Valdes Mazariegos
Vocal V

Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Secretario

TRIBUNAL EXAMINADOR

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Secretario

Licda. Larisa Caridad Mendoza Alvarado
Examinador

Lic. Otto René Valle Bonilla
Examinador

Dedicatoria

- A Dios: por habernos permitido llegar hasta este punto y darnos salud para lograr nuestros objetivos, además de su infinita bondad y amor.
- A nuestros padres: por su amor apoyo incondicional, por sus consejos, valores, por la motivación constante y por creer en nosotras.
- A nuestros hermanos: por la ayuda que nos han brindado, por ser fuente de energía cuando la necesitamos.
- A nuestras familias: participantes directos e indirectos en la elaboración de este proyecto y que le dieron un toque personal a la dedicatoria sin mucho esfuerzo.
- A nuestros maestros: por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios técnicos profesionales. que nos ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración del proyecto que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario.

Índice

ÍNDICE	7
PRESENTACIÓN	8
INTRODUCCIÓN	9
OBJETIVOS	10
CAPÍTULO I	
Planteamiento del Problema	12
Planteamiento del Problema de investigación / comunicación	12
Justificación del problema de investigación / comunicación	13
Antecedentes de comunicación visual	14
Perfil de la/s institución/es relacionadas	17
Grupo Objetivo	18
CAPÍTULO II	
Marco teórico y conceptual	20
CAPÍTULO III	
Proceso creativo y producción gráfica	24
CAPÍTULO IV	
Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final	40
Propuesta gráfica final	43
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES	52
LECCIONES APRENDIDAS	53
Especificaciones técnicas y lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta	54
REFERENCIAS	56
GLOSARIO	57
ANEXOS	59

Presentación

El biólogo Otto Sandoval ASESOR AMBIENTAL. CONADES.MARN nos proporciona la información (Recuperado de la página de internet <http://colectivoambiental.wordpress.com/author/colectivoambiental/>) en el que se detalla, que las bolsas plásticas poseen una vida de 1.000 años, antes de romperse en pequeñas partículas tóxicas y se producen entre medio y un billón anual. La bolsa plástica es símbolo de la comodidad: nos sirve, entre cientos de usos, para el mercado y una gran variedad de productos, como recipiente de la basura y bolsa de playa. Infortunadamente, este utensilio disponible y de enorme utilidad es, también, símbolo de la degradación ambiental.

Las bolsas plásticas, con su gran ubicuidad, han invadido todos los rincones de la Tierra. Las vemos en los parques públicos y en las calles; en el desierto y la tupida selva; engarzadas en la rama de un árbol o en un cable de luz; flotando en el aire y vagando por los ríos, quebradas, lagos y mares. Algunos países han intentado la disminución voluntaria de su uso por parte de los consumidores y comerciantes, incluyendo su reemplazo por sustitutos. El fracaso ha sido colosal.

El fracaso del voluntarismo ha motivado a numerosos gobiernos a expedir regulaciones de cumplimiento obligatorio. En el año 2001, Irlanda estableció un impuesto a las bolsas de plástico que disminuyó su consumo en un 90 por ciento. A su vez, Taiwán no permite a los supermercados su suministro gratis, y en el Reino Unido se ha propuesto prohibirlas.

Se requiere una política nacional y local para combatir la plaga generada por las bolsas de plástico para el medio ambiente. Los nuevos alcaldes de las grandes ciudades y las corporaciones autónomas regionales tienen el gran reto, y la obligación, de establecer regulaciones para disminuir sustantivamente su uso, lo cual, además de resolver un grave problema de contaminación, serviría para educar a los ciudadanos en formas de consumo más sostenibles y en la protección del paisaje.

Introducción

Según un informe Ambiental del Estado de Guatemala GEO del Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, MARN (2010); Al hablar del uso excesivo que causan las bolsas plásticas no debemos dejar de lado que vienen de desechos sólidos que generan los habitantes de la ciudad de Guatemala que es el principal centro urbano del país, el manejo inadecuado de los desechos sólidos es uno de los problemas ambientales urbanos más severos que enfrenta. Se estima que diariamente se deposita en los vertederos de la ciudad de Guatemala unas 2,500 toneladas de basura sin contar la que se desecha en los más de 1,000 botaderos ilegales, ubicados principalmente en barrancos, sitios baldíos y calles.

Gran parte de esta basura obstruye desagües y tragantes provocando inundaciones de calles, proliferación de plagas de zancudos, cucarachas, ratas y otros, asimismo con el crecimiento urbano aumentó la producción de aguas servidas, que contribuyen a la contaminación de ríos u otras fuentes de agua. La mayoría de personas al hablar de contaminación solo piensan en los lagos, ríos, barrancos de la capital; pero nos podemos dar cuenta que toda Guatemala cuenta con estos problemas.

Anualmente circulan en todo el mundo entre 500 mil millones y un billón de bolsas plásticas. Uno de los problemas principales que conllevan las bolsas plásticas es que la cantidad de petróleo que se extrae en todo el mundo. El 5% se utiliza para la industria del plástico. Se debe tener muy en cuenta que, hacer una bolsa de plástico, demora tan solo unos segundos. Luego se usa una o dos veces durante una semana y se tira. Por último, tienen una vida estimada de 1.000 años, antes de romperse en pequeñas partículas tóxicas.

Lo anterior ha permitido definir el problema de la siguiente manera: en Guatemala hay una población de jóvenes adultos que no conoce sobre estrategias para reducir el uso, reusar y evitar el uso excesivo de bolsas plásticas que se generan en el área metropolitana. Se ha decidido el crear una campaña persuasiva dirigida a hombres y mujeres, en un rango de edad de 25 a 36 años, con motivo a mejorar los métodos tradicionales y dar información adecuada sobre el uso excesivo de las bolsas plásticas, y así da como resultado la reducción y reutilización de las mismas.

Objetivos



GENERAL

Una campaña persuasiva, con el objetivo de dar información adecuada sobre el uso excesivo de las bolsas plásticas, a jóvenes adultos que inician una familia, de la ciudad de Guatemala.



ESPECÍFICOS

Informar al grupo objetivo por medio de trifoliales, afiches y banner sobre el daño que causa el uso excesivo de bolsas plásticas, en nuestro país.

Crear e innovar ideas que comuniquen de qué manera se puede reducir el consumo y reutilizar las bolsas plásticas.

Crear una campaña para evitar el uso excesivo de bolsas plástica con un posible cambio para evitar el mal hábito de adquirirlas y darles un uso inadecuado.

Capítulo I

USO EXCESIVO DE BOLSAS PLÁSTICAS



Capítulo I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido al desconocimiento del uso adecuado y al excesivo empleo de bolsas plásticas en la ciudad de Guatemala, según estudios realizados por el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN) el incremento de desechos sólidos y plásticos ha ido en aumento desde los últimos años. De acuerdo con los mismos el manejo inadecuado de los desechos sólidos es uno de los problemas ambientales urbanos más severos que enfrenta Guatemala.

De acuerdo con **DEFENSORES DE LA NATURALEZA** (<http://www.defensores.org.gt/desechos-solidos-y-reciclaje...>

Se estima que diariamente se deposita en los vertederos de la ciudad de Guatemala unas 2,500 toneladas de basura sin contar la que se desecha en los más de 1,000 botaderos ilegales, ubicados principalmente en barrancos, sitios baldíos y calles. Gran parte de esta basura obstruye desagües y tragantes lo que provoca

las inundaciones de calles, proliferación de plagas de zancudos, cucarachas, ratas y otros. Además, por acciones del viento y la lluvia llega a ríos y lagos, incluso hasta los océanos, y contamina a plantas, animales y el agua no apta para uso y consumo humano. El problema se agrava por la deficiente recolección, el inadecuado destino final, la poca disposición de pago por el servicio, el poco conocimiento y aplicación de la separación de basura, según estudios, de todo el material reciclable y reusable que llega al basurero solamente se recupera el 5%.

Las bolsas de plástico pueden estar hechas de: polietileno de baja densidad, polietileno lineal, polietileno de alta densidad o de polipropileno, polímeros de plástico no biodegradable, con espesor variable entre 18 y 30 micrómetros. Anualmente, circulan en todo el mundo entre 500 mil millones y un billón de estos objetos. De la cantidad de petróleo que se extrae en

todo el mundo, el 5% se utiliza para la industria del plástico. Tenemos que tener muy en cuenta que, hacer una bolsa de plástico, demora tan solo unos segundos. Luego se usa una o dos veces durante una semana y se tira. Lo más grave es que las bolsas de plástico, fabricadas fundamentalmente a partir de petróleo y gas, tienen una vida estimada de 1.000 años, antes de

romperse en pequeñas partículas tóxicas. Así, la invasión de esta basura presenta una alarmante senda de acumulación hacia el futuro. Algunos países han intentado la disminución voluntaria de su uso por parte de los consumidores y comerciantes, incluso su reemplazo por sustitutos tales como la bolsa ecológica fabricada con materiales reciclables⁽³⁾

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Para justificar el presente proyecto como propuesta de solución del problema de comunicación visual, se realizó el análisis de las siguientes cuatro variables:

MAGNITUD

Wikipedia (2011) *Ciudad De Guatemala*. (On-line). Disponible en: (<http://es.wikipedia.com.wikiciudad de Guatemala...>) La Ciudad de Guatemala, cuyo nombre oficial es *Nueva Guatemala de la Asunción*, es la capital de la República de Guatemala. La ciudad se encuentra localizada en el área sur-centro del país y cuenta con una gran cantidad de áreas verdes. De acuerdo con el último censo realizado en la ciudad, habitan 1.149.107 personas; su población oscila en un 30% entre las edades de 5 a 15 años de edad, un 40% de 16 a 35 años y un 30% de 36 a 70 años.

TRASCENDENCIA

En la ciudad de Guatemala no se cuenta con organizaciones que ayuden a crear conciencia o importancia de lo grave de la contaminación por bolsas plásticas, como el no colaborar con una simple tarea puede crear problemas en toda la ciudad, pues la bolsa plástica no solo perjudica las áreas comunes sino también

la infraestructura del centro de la ciudad y sus alrededores. Un ejemplo claro de ello son las inundaciones en la ciudad en tiempo de lluvias pues estas tapan tragantes de agua por la falta de mantenimiento necesario a los mismos, por otro lado el uso excesivo de bolsas plásticas por cada habitante en la capital a llevado a que las mismas, día con día vayan formando parte de nuestra naturaleza, ya que estas no solo se quedan en las calles sino que también han ido llegando a ríos, lagos, océanos; lo que resulta en la contaminación y la muerte de animales tanto terrestre como marítimos.

VULNERABILIDAD

El problema podría solucionarse difundiendo la información de lo grave que es problema, a matrimonios jóvenes que inicien una familia, porque estos podrán fomentar e inculcar en sus hijos la educación ambiental.

Los matrimonios jóvenes son una gran fortaleza y dan oportunidad, en lo referente a la motivación en la próxima generación para cuidar no solo su hogar sino también el hogar de todos los guatemaltecos.

FACTIBILIDAD

Esta campaña será de mucho interés para las instituciones estatales, organizaciones sociales que tienen la pasión por el cuidado del medio ambiente, organizaciones responsables y comprometidas con el desarrollo y el cuidado de las ciudades, entre las cuales se encuentran:

Ministerio de Ambiente, Ministerio de Agricultura, Municipalidades, CONAP, Amsa entre otros, como empresas con programas ambientales y de cuidados de flora y fauna.

1.3 ANTECEDENTES

A nivel mundial se han dado diversas clases de publicidad acerca del daño que causan los desechos sólidos en la naturaleza, han participado tanto agencias publicitarias así como ONG'S .

ADENA/WWF

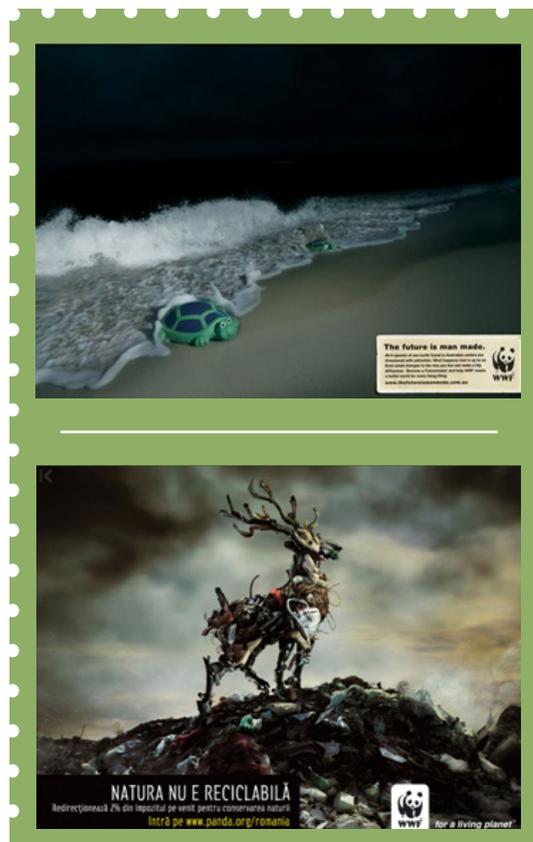
Publicidad comprometida: *Ecología y medio ambiente*, 2008, (On-line) Disponible en: (<http://www.xeduced.com/2008/11/07/publicidad-comprometida-ecologia-y-medio-ambiente/>)

Producido en Australia y titulado " *Tortugas de plástico*" utiliza el slogan " *El futuro lo construye el hombre*" y juega con la imagen de las tortugas de plástico para hacernos ver que está en nuestras manos cambiar y evitar que especies como la tortuga marina se extingan.

¿Queremos un futuro con tortugas reales? ¿O de plástico?

La Naturaleza No Se Recicla

Campaña realizada en Brasil, que juega con la imagen de un alce hecho con basura para hacernos ver que si seguimos consumiendo y no reciclando vamos a acabar con el entorno en que habitamos.



Acciona por el planeta

Un mensaje a la conciencia para todos. La misión de WWF es detener la degradación del ambiente en nuestro planeta para construir un futuro, en el cual, los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza. La exposición ve muy graciosa la publicidad, pero lo que no tiene gracia es de ser ciegos y sordos ante nuestro planeta. A tomar conciencia de lo que nos rodea.



.....

Vida Verde en Latinoamérica, 2009, (On-line), [tuverde.com](http://www.tuverde.com), Disponible en: <http://www.tuverde.com/2009/03/disco-jumbo-y-super-vea-apuntan-contra-las-bolsas-de-plastico-en-los-medios-de-comunicacion/...> nos menciona algunos países que han tomado inteligentes medidas para eliminar el consumo de las bolsas, estos son los más destacados:

En el primer lugar: se encuentra Irlanda. Desde el año 2002 autoridades implementaron el Plas-Tax, un impuesto del 20% sobre las compras, que se aplica a los usuarios de bolsas plásticas.

En segundo lugar: Escocia el 25 de Octubre del 2006 Escocia adopto un impuesto similar al irlandés, obteniendo iguales resultados.

El tercer lugar : lo ocupa Taiwán, el gobierno ha decidió prohibir a los supermercados que las suministren bolsas en forma gratuita.

Por su parte y en cuarto lugar: Italia, uno de los mayores consumidores de bolsas de plástico, dió un paso adelante en el cuidado del medio ambiente prohibiendo las bolsas de plástico desde enero del 2011.

El quinto lugar: lo ocupa Gabón que prohibió en julio del 2010 las bolsas de plástico. Estas fueron reemplazadas por sacos biodegradables.

1.4 CUADRO 5W'S

Para identificar aspectos relevantes y significativos del informe se aplicó la estrategia de aprendizaje de las 5Ws (qué o cuál, cómo, cuándo, dónde y quién), que a continuación se describe:

EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA RESPECTO AL PROBLEMA SOCIAL

1. Defina cuál es el problema de carácter social.	Uso excesivo de bolsas plásticas.
2. Defina las circunstancias en qué se ha manifestado.	En la acumulación de basura, contaminando el suelo y obstruyendo drenajes causando colapsos por inundación.
3. Defina la temporalidad (período de tiempo en que se ha manifestado)	Es un proceso que ha llevado varios años.
4. Defina dónde se ha manifestado (contexto)	En ciudad de Guatemala, en las calles y basureros clandestinos.
5. Defina quiénes han sido las personas afectadas por dicho problema.	La comunidad en general.

EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA RESPECTO AL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN

1. Cite uno de los ejemplos de campaña de comunicación que han incidido en temáticas similares a la de su proyecto.	<i>Tortugas de plástico, El futuro lo construye el hombre. Campaña realizada por WWF.</i>
2. Defina como el diseñador gráfico ha incidido en el desarrollo de dicha campaña.	Por medio de fotografía e ilustraciones que buscan concienciar y hacerles comprender que a las personas simplemente un cambio de actitud puede suponer un gran cambio.
3. Identifique la época a la que pertenecen las referencias de campañas que cito (temporalidad)	El lanzamiento de la campaña publicitaria se encuentra disponible desde el año 2009.
4. Indique el contexto donde se realizaron las campañas que cito.	En diferentes ciudades de Europa, Asia, Australia y América; con realización en España.
5. Defina quien ha sido el grupo objetivo de dichas campañas.	Es una campaña de conciencia social que va enfocada a cambiar.

¿Cuál es su objetivo de comunicación?

Crear campaña persuasiva, con el objetivo de dar información adecuada sobre el uso excesivo de las bolsas plásticas, dirigida a jóvenes adultos que inician una familia, en la ciudad capital.

1.5 PERFIL DE LAS INSTITUCIONES RELACIONADAS.

INTERNACIONALES

ADENA

Publicidad comprometida: *Ecología y medio ambiente*, 2008, (On-line). Disponible en: (<http://www.xeduced.com/2008/11/07/publicidad-comprometida-ecologia-y-medio-ambiente/>)...

Grupo de personas preocupadas por la naturaleza, creadoras de la sección española de WWF. Fue dotada con la forma jurídica de Asociación con el nombre de: *Asociación para la Defensa de la Naturaleza* (ADENA). Posteriormente se unieron a la red WWF, pasándose a llamar primero Adena/WWF y finalmente, desde 2009, WWF; que cuenta con unos 5 millones de miembros y una red mundial de 27 organizaciones nacionales, 5 asociadas y 22 oficinas de programas, que trabajan en más de 100 países. La sede internacional está ubicada en Suiza y la dirección para América Latina, en Estados Unidos.

DISCO, JUMBO y SUPER VEA

Vida Verde en Latinoamérica, 2009, (On-line) [tuverde.com](http://www.tuverde.com) disponible en: (<http://www.tuverde.com/2009/03/disco-jumbo-y-super-vea-apuntan-contras-bolsas-de-plastico-en-los-medios-de-comunicacion/>)...

Las cadenas de supermercados apuntan contra las bolsas de plástico en los medios de comunicación. Las cadenas de supermercados Disco, Jumbo y Super Vea (del grupo Cencosud) inauguraron el 2 de marzo en sus locales de todo el país la campaña "Programa de reducción de bolsas descartables", que consiste en publicidades gráficas, radiales y televisivas que apuntan a generar conciencia sobre las con-

secuencias que conlleva el uso de las bolsas plásticas y mostrar alternativas más amigables con el medio ambiente.

BOTAS DACCA BY CAMILA LABRA FONTANA

Gime Gúzman, 2011, *En moda, reciclar: un compromiso*, (On-line). Disponible en: (<http://www.ustedweb.com/news/2011/en-la-moda-reciclar-un-compromiso/>)...

Dakha es la capital de Bangladesh y la ciudad con mayor índice de contaminación por bolsas plásticas del mundo. Dakka Botas tomó el nombre de esta ciudad, para presentar una nueva posibilidad de reutilización de plástico. Se trata de botas impermeables para lluvia, construidas en base a la reutilización de bolsas de plástico (polipropileno de baja densidad).

NACIONALES

FUNDACIÓN SOLAR

s.f., (On-line). Disponible en: (<http://www.fundacionsolar.org.gt>),

Es de carácter privado, no lucrativa, apolítica no partidista, sin discriminación de credos, con fines de proyección social y asistencia humanitaria. Ha realizado aportes al desarrollo y crecimiento de Guatemala, mediante la conservación, promoción y difusión de los recursos naturales. Con el propósito de fortalecer la eficiencia en los procesos, Fundación Solar divide en cinco programas: Programa de Gobernabilidad y Fortalecimiento Municipal, Programa de Energía, Programa de Agua, Programa de Servicios Ambientales y Programa de Administración y Finanzas.

MARN.

El Ministerio de Ambiente y Recursos Natural, s.f., (On-line). Disponible en: [http://www.marn.gob.gt/...](http://www.marn.gob.gt/)

El Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales la entidad del sector público especializada en materia ambiental de bienes y servicios naturales del Sector Público, al cual le corresponde proteger los sistemas naturales que desarrollen y dan sustento a la vida en todas sus manifestaciones y expresiones, fomentando una cultura de respeto y armonía con la naturaleza y protegiendo, preservando y utilizando racionalmente los recursos naturales, con el fin de lograr un desarrollo trans-generacional.

COGUAPLAST.

Asociación Guatemalteca del Plástico, s.f., (On-line). Disponible en [http://www.coguaplast.org/...](http://www.coguaplast.org/)

Es la entidad representativa del sector nacional de plásticos. Tiene entre sus socios a importantes empresas del sector de plásticos, involucradas en las distintas etapas de la cadena de valor, es decir, manufactura, comercialización, exportación, importación, así como reciclaje. Tiene como meta principal educar a la sociedad en temas de reciclaje y manejo eficiente de residuos y desechos sólidos en Guatemala.

1.6 GRUPO OBJETIVO

Nuestra campaña va dirigida a hombres y mujeres de la ciudad capital, en un rango de edad de 25 a 35 años, para mejorar los métodos tradicionales del uso excesivo de la bolsa plástica; y así dar como resultado la reducción y reutilización de las mismas.

PERFIL GEOGRÁFICO

Región/ Ciudad Capital
Población/ 1,149,107 habitantes

PERFIL DEMOGRÁFICO

Edad/ 25 -35 años
Género/ Masculino y femenino
Nacionalidad/ Guatemalteco
Estado civil/ Casado(a)
Ingresos/ Q 2,500 -Q 5,000
Clase social/ Media Baja
Educación/ Primaria, secundaria, diversificado y universitarios.

PERFIL PSICO-DEMOGRÁFICO

Estilo de Vida/

Persona con hábitos de compras

Valores/

Respetuoso, reflexivo, confiable

Intereses/

Leer, ver televisión, estar en casa, frecuentan centros comerciales, cines, visitas a parques o plazas.

Hábitos de consumo/

Realizan sus compras los fines de semana, tanto para el hogar como personal. Usualmente consumen alimentos fuera de casa, estos son pagados en efectivo y tarjeta de crédito.

Capítulo II

USO EXCESIVO DE BOLSAS PLÁSTICAS



Capítulo II

2.1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

¿Cómo una simple bolsa puede contaminar el ambiente en el que se vive?

Al adquirir un producto que se utiliza diariamente para las actividades a nivel domiciliario, comercial e industrial, el utensilio y el empaque se vuelven residuos o desechos. Estos se consideran materiales o basura que se derivan de procesos industriales o consumo propio y que son desechados aun siendo reutilizables.

Estos residuos en determinado momento en que se generan pueden tener un valor que puede ser económico, cultural como de interés comercial; cuando se habla en términos de contaminación los residuos y los desechos pueden ser igualmente contaminantes cuando están expuestos en el ambiente de una forma inadecuada y cuando no reciben ningún manejo, se puede decir que en la mayoría de casos los materiales, objetos, elementos por si solos no son malos sino que la diferencia existe cuando las personas hacen un mal uso de esos materiales.

En el tema de las bolsas plásticas se puede decir que dentro de una sociedad el uso correcto de las mismas no son dañinas,

Las bolsas de plástico pesadas son aptas para su reutilización como bolsas de compra reutilizables. Las bolsas más ligeras se reutilizan como bolsas de basura o para recoger las heces de mascotas. Todos los tipos de bolsa de plástico se pueden reciclar en bolsas nuevas, cuando existen los planes eficaces de recolección.

La utilización, reutilización y desecho apropiado de la bolsa plástica ayuda a mantener el medio ambiente, la flora y la fauna

Al nivel de la ciudad obstruyen los drenajes fluviales al 100% el flujo causando colapso de drenajes o calles y teniendo pérdida materiales.

pueden ser dañinas cuando su uso es excesivos e incorrecto

Las bolsas plásticas pueden ser dañinas cuando están ubicadas incorrectamente; en lo que corresponde a la sociedad de consumo no son un peligro a la salud del ser humano, pero en lo que corresponde a la acción que una bolsa plástica puede afectar en el ambiente, se puede decir cuando son mal manejadas y son vertidas irresponsablemente en lugares inadecuados como en calles, cunetas, tragantes, barranco o ríos, este tipo de acciones son las que llegan a causar contaminación física ya que pueden causar una obstrucción en el paso del caudal de los ríos o al nivel de la ciudad obstruyen los drenajes fluviales causando colapso de drenajes o calles y teniendo pérdidas materiales; las bolsas plásticas cuando no reciben el manejo adecuado pueden generar contaminación ambiental mencionados anteriormente al igual que desequilibrios ecológicos.

Desde que se generan las bolsas plásticas, se puede dar un buen manejo de estas, en el sentido que se pueden usar más de una vez, como en el caso de las bolsas que proporcionan a los consumidores los supermercados, tiendas, farmacias, mercados, etc., estas bolsas en lugar de desecharlas se pueden reutilizar de muchas maneras, si no se quieren reutilizar se da la opción de juntarlas y llevarlas a una empresa recicladora para que se encargue de volver a emitir un nuevo proceso industrial de reciclaje para que todo este material que se utilizò y que se considera como residuo se reutilice en nuevos productos y que pueda ingresar de nuevo al mercado de consumo ya sea como otra bolsa "nueva" o como un producto nuevo diferente a una bolsa plástica. Las bolsas degradables, biodegradables y las que no son degradables, cuando no se le da un buen manejo, causan igual contaminación, ya que llegan a durar un estimado de 1,000 años, desintegrándose en el ambiente y desprendiendo millones de partículas tóxicas.

Algunas de las recomendaciones que se deben cumplir para evitar más daños en el ambiente son:

- Disminuir el consumo de las bolsas de plástico al hacer sus compras, solicitando a los empacadores o cajeros menos bolsas para transportar sus productos, esto generará beneficios ambientales.

¿En qué sentido funciona una bolsa biodegradable?

Bolsa biodegradable (Online).
<http://www.corporacionambientalempresarial.org.co/...>

Es un plástico diseñado para sufrir un cambio en su estructura química bajo ciertas condiciones ambientales. Esto se cumple cuando la estructura química que posee es de tal naturaleza, que cuando estas son depositadas en un relleno sanitario, donde se le coloca una capa de tierra que cubre a toda la basura; en esas condiciones dentro del sanitario si va a sufrir un proceso de degradación por medio de la participación de organismos vivos. Por eso se le llama biodegradación ya que son organismos vivos microscópicos que están degradando la estructura de la bolsa. Se estima que este tipo de bolsas pueden durar hasta 5 meses, luego de ellos el material se desintegra y puede formar parte al material orgánico que tiene el relleno sanitario, pero, si se ubica en cualquier otro ambiente contamina de igual manera.

¿Cuáles son los principales impactos ambientales del manejo inadecuado de las bolsas plásticas?

Uso inadecuado de las bolsas plásticas(Online). [http://www.namagub.uy/...](http://www.namagub.uy/)

- Riesgo para la vida de diversas especies animales.
- Fácilmente se trasladan por medio del aire al agua y al tener lenta degradación en el medio natural, perduran en el tiempo generando:
- Afectación a la vida de flora y la fauna.
- Modificación de secciones naturales de cursos de agua, lo que puede llevar a inundaciones.
- Disminución de secciones de cañerías y alcantarillas lo que provoca que dejen de cumplir su función adecuadamente y aumenta los costos de mantenimiento y reparación.
- En zonas urbanas: mal funcionamiento de sistemas de drenaje y alcantarillado.
- Por su liviano peso, vuelan con gran facilidad dificultando su control. Eso genera impacto visual negativo en playas, y zonas rurales.

- Crear conciencia de que las bolsas no son gratuitas y generan basura
- Informarse sobre el costo de las bolsas que consume
- Una bolsa de plástico puede utilizarse varias veces, por lo que se recomienda guardarlas y reusarlas
- Capacitar a empaques y cajeras para mejorar la eficiencia de número de productos por bolsa, para utilizar la menor cantidad posible de bolsas
- Diseñar programas de manejo que incluyan el acopio de bolsas y el involucramiento de sus clientes, para promover el reciclaje, la reducción del uso de la bolsa y fomentar su re-uso. Respetar leyes de protección al consumidor y de competencia económica al establecer cualquier costo en las bolsas de plástico
- Solo inspectores de la Secretaría del Medio Ambiente, debidamente identificados y acreditados pueden realizar una visita de inspección, mediante una orden fundada y motivada.

Es por eso que se aconseja el reutilizar las bolsas plásticas que son dadas en diversos lugares. Una sola persona puede causar la contaminación de 730 bolsas, que llegan a generar 98,800 toneladas de basura o desechos sólidos aproximadamente, esto podría equivaler a repletar el estadio Mateo Flores y a que en un futuro sigan existiendo bolsas de 50 o más años en proceso de degradación.

Lo que debe impulsar a dar información y hacer consciencia a través de una campaña persuasiva en la ciudad de Guatemala, de cómo se puede solucionar el problema evidente, del uso inadecuado de bolsas plásticas; este problema surge por el poco conocimiento que se tiene sobre soluciones efectivas y eficientes de cómo reducir y reutilizar las bolsas plásticas.



Capítulo III

USO EXCESIVO DE BOLSAS PLÁSTICAS



Capítulo III

3.1 PROCESO CREATIVO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

En el medio publicitario existen varios métodos creativos para la realización de campañas. Estos procesos ayudan con la fluidez creativa a poner en orden las ideas y a crear publicidad eficaz. Con base en el estudio previo realizado, así como del grupo objetivo se decidió emplear una campaña persuasiva para dar información adecuada de cómo disminuir y reutilizar bolsas plásticas, dirigidas a matrimonios jóvenes que inician una familia, de la ciudad capital; con el fin de que ellos inculquen a las nuevas generaciones a cuidar el medio ambiente.

El método aplicado para el proceso creativo del desarrollo de la campaña fue la realización de personajes, cada uno de estos con una descripción, la cual se basaba en la técnica SPICE en la que se describe sus cinco ejes principales los cuales son: social, psicológico, intelectual, comunicación y emocional. A partir de ellos se realizaron conceptos creativos relacionados con las necesidades de nuestro grupo objetivo, llevando consigo la creación de Insights.



3.2 CONCEPTO CREATIVO



Se eligen tres conceptos y tres insights del grupo objetivo, en donde se muestra el beneficio de cada uno de ellos.

El desarrollo de las propuestas de diseño y decisiones sobre estas se trabajó en 3 fases, con la participación del grupo objetivo, teniendo como resultados información valiosa para el enriquecimiento de las piezas gráficas.



3.3 INSIGHT

Para identificar aspectos relevantes y significativos del grupo objetivo, a partir del conocimiento de sus necesidades más profundas recurrimos a la nueva técnica innovadora SPIICE (social, physical, identity, communication, emotional) que en español es: social, psicológico, intelectual, comunicación y emocional.

A partir de esto se creó dos personajes basándose en las necesidades de los usuarios.



S Es un hombre introvertido de 34 años muy trabajador, responsable, y recién casado con Anastasia. Tiene un amigo llamado Gustavo con quien comparte los fines de semana en el equipo de football.

P No le gusta mucho ejercitarse, lo que más le agrada es caminar al aire libre y disfrutar de la naturaleza. Le gusta el comer de la comida de Anastasia, sin embargo, cuando puede come alimentos no muy saludables.

I En su empresa lo aprecian mucho por su forma de ser, en todo lo que se le solicita. muy consciente de que hay muchas maneras de ayudar a nuestro país, y él lo hace, no desperdiciando los recursos que la empresa le otorga.

C Le gusta mucho leer el periódico y estar informado de todo, especialmente del deporte, al ver la televisión ve documentales sobre el planeta y como ayudar a mantenerlo.

E Realmente disfruta al estar en su hogar, viendo la televisión y comiendo, los fines de semana lava su carro y asea el jardín.

Se diseñó dos personajes, Con base en el grupo objetivo.

Se creó a Hilario y su esposa Anastasia, una pareja de recién casados que inician una nueva familia; en ellos se describió su vida de manera integral y holística, en el cual se visualizó como si fueran reales.



Anastasia

S Ella es una mujer extrovertida recién casada de 28 años, dedicada a su hogar le gusta el ambiente familiar, y el compartir con sus amistades.

Le gusta cuidarse y hace caminata por 30 minutos, en su colonia tres veces a la semana. Trata de alimentarse lo mejor posible, sin ser extremista. Sabe que el consumir bastante agua ayuda a su organismo tanto interno y externo. Cuida su vestimenta lo mejor posible.

Tiene el hábito de ayudar cuando se le solicita, eventualmente asiste a un grupo de damas que dan servicio comunitario a niños y ancianos.

Le gusta ver televisión especialmente programas de decoración para el hogar, cocina y noticias. En ocasiones compra alguna revista de interés personal.

Disfruta de los buenos momentos con su familia y consigo misma, le gusta la buena música y el estar bien con Hilario; el hombre que ama.

3.4 POEMS

Otra técnica innovadora aplicada para visualizar al usuario dentro de un viaje a través del tiempo es llamada POEMS. En ella se definen y comprende las necesidades y se describen aspectos desde la perspectiva del grupo objetivo.

Para visualizar a Hilario y Anastasia (nuestros personajes) desde una perspectiva amplia se utilizaron los siguientes factores:

Personas

Familiares, amistades, colegas del trabajo y profesionales.

Objetos

Abarrotes, computadora, radio, televisión, celular y automóvil.

Ambientes

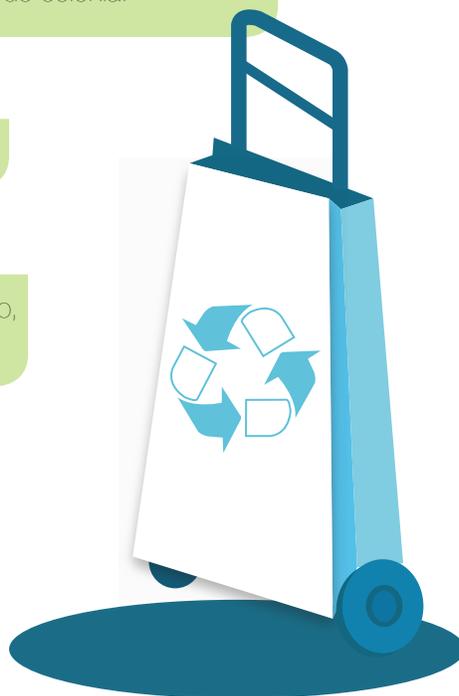
Supermercados, centro comerciales, restaurantes, gasolineras, plazas, tiendas, abarroterías, tiendas de conveniencia y parques de colonia.

Mensaje y medio

Vía internet, revistas, trifoliales, volantes entre otros.

Servicio

Publicidad exterior, masiva, telecomunicaciones, audio, vía correo, mensajes de texto y redes sociales.



3.5 MEDIOS Y SOPORTES DE DISEÑO

Para apoyar la campaña se elaboró un cuadro comparativo de los diferentes medios que se utilizan para la difusión de un proyecto.

MATRIZ DE SELECCIÓN DE MEDIOS

MEDIOS	VENTAJAS	DESVENTAJAS	JUSTIFICACIÓN / SELECCIÓN
MUPIS	Facilidad de transmisión de mensaje; Bajo costo; Buena selectividad por localización.	No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico. Se le critica por constituir un peligro para el tránsito.	Se selecciona este medio, por su transmisión de información directa, muy utilizado y apropiado para calles, centros comerciales, lugares públicos, entre otros.
MÓVIL	Ahorran costos cuando se trata del lanzamiento de una campaña. Forma de llamar la atención al público con el motivo que se busca.	Problemas de ubicación. No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico..	Es uno de los mejores medios para lucir nuestra creatividad e ingenio, donde se puede llamar la atención de todas las clases de público y llegar a todas las mentes que se quieren captar.

MATRIZ DE MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

PIEZA	MEDIO DE DIFUSIÓN	QUIEN	DURACIÓN	COMO /LUGAR
AFICHE	Publicidad Exterior	Consumidores de supermercados	Se lanzarán los afiches en un periodo de 1 a 2 meses.	Serán colocados en el piso, paredes, con vinil adhesivo en centro comerciales y supermercados
BANNERS	Publicidad Exterior	Consumidores de supermercados	Se lanzarán los banners en un periodo de 1 a 2 meses.	Serán colocados en mupis, en puntos estratégicos, así también roll ups, dentro y fuera de los supermercados y centro comerciales.
FLOOR STICKER	Publicidad Exterior	Consumidores de supermercados	El floor sticker estará en un periodo de 3 a 6 meses.	Serán colocados en el trayecto hasta la entrada principal del supermercado.
STICKER	Publicidad Exterior	Consumidores de supermercados	El sticker estará en un periodo de 3 a 6 meses.	Serán colocados en la parte posterior del transporte urbano.

3.5 PROCESO Y EVALUACIÓN DE BOCETAJE

FASE I AUTOEVALUACIÓN

Esta dió inicio con un proceso bocetaje de 6 propuestas de diseño a mano, utilizando 3 conceptos diferentes. Para la de depuración de bocetos se trabajó con una tabla de autoevaluación, la cual contiene distintos principios que debían ser evaluados en cada una de las piezas, dando a cada una de estas especificaciones un puntaje de 0 a 3. En donde 0 es igual a no hay evidencia del factor requerido, 1 si es baja, 2 si es moderada y 3 si está bien.

Se trabajó con los siguientes conceptos:

1. TÚ ERES PARTE DE LA SOLUCIÓN
2. REDUCE Y REUTILIZAME, TÚ ERES EL CAMBIO.
3. LA CIUDAD TE NECESITA, ALTO A LAS BOLSAS PLÁSTICAS

TÚ ERES PARTE DE LA SOLUCIÓN

Concepto busca inculcar educación ambiental en los ciudadanos, para frenar el daño generado en nuestra ciudad por el uso excesivo de las bolsas plásticas.

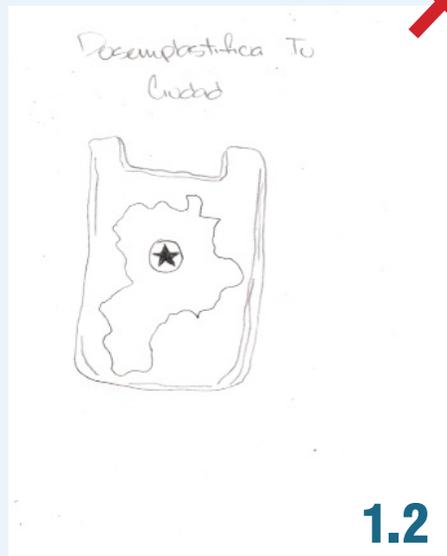
REDUCE Y REUTILIZAME, TÚ ERES EL CAMBIO

Este concepto pretende el uso de bolsas ecológicas por medio de información a los ciudadanos, y así mantener limpia la ciudad.

LA CIUDAD TE NECESITA, ALTO A LAS BOLSAS PLÁSTICAS

Este concepto surge del cuidado que se le debe dar a la ciudad, y promover valores en ciudadanos para tener una ciudad limpia y saludable.

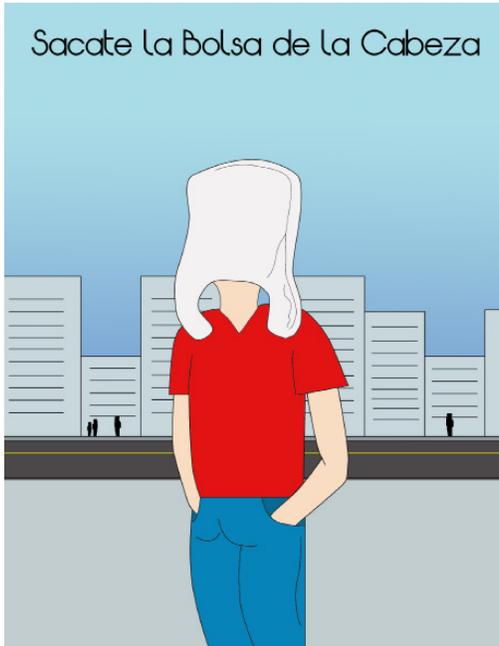




AUTOEVALUACIÓN

Versión	pertinencia	memorabilidad	fijación	legibilidad	composición	abstracción	estilización	diagramación	diseño tipográfico	uso de color	resultado
1.1	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	21
1.2	3	2	1	3	2	3	2	2	1	3	22
1.3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	25
1.4	2	2	1	3	2	1	2	3	1	2	19
1.5	2	3	1	3	2	2	2	3	3	3	23
1.6	3	3	2	3	2	1	2	3	3	2	24

2.1



2.2

En la ciudad se utilizan **13,500 millones** de bolsas plásticas eso equivale a **98,800 toneladas de residuos plásticos**

Sé responsable, y no abuses de las bolsas

2.3

GASTAMOS 400 BOLSAS POR HABITANTE CADA AÑO.

Las bolsas de plástico son un método ágil, cómodo y barato de transporte y envasado de productos. Por eso no pensamos en cuántas gastamos a diario...

En la Ciudad Capital se distribuyen anualmente unos 13,500 millones de bolsas plásticas.

Algo que equivale a unas 98,800 toneladas de potenciales residuos plásticos.

Y aunque son totalmente reciclables. Se calcula que se recuperación es solo el 15% de total.

SÉ RESPONSABLE. NO ABUSES DE LAS BOLSAS.

APROVÉCHALAS AL MÁXIMO

Versión	pertinencia	memorabilidad	fijación	legibilidad	composición	abstracción	estilización	diagramación	diseño tipográfico	uso de color	resultado
2.1	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	21
2.2	3	2	2	3	2	3	2	3	1	3	24
2.3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	26

PROCESO DE DESARROLLO

Continuamente se presentan las propuestas con mayor puntaje, las que alcanzan la mayoría de la características, y las que se realiza de forma digital.

Con los conceptos:

- TÚ ERES PARTE DE LA SOLUCIÓN
- REDUCE Y REUTILIZAME, TÚ ERES EL CAMBIO

FASE 2 EVALUACIÓN ENTRE PROFESIONALES

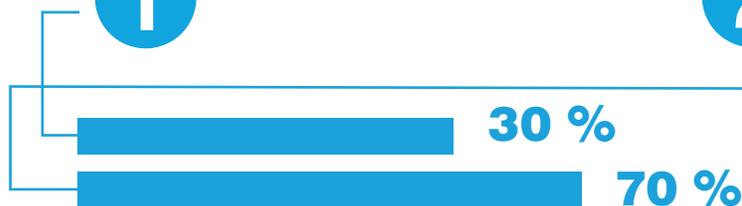
Esta fase se inició con 2 conceptos y 2 diseños, para la depuración de estos se recurrió a una validación por medio de profesionales realizada en la Universidad San Carlos con nuestros compañeros de trabajo entre un rango de edad de 20 - 30.



1



2



PROPUESTA 1

- EL diseño tuvo aceptación dentro de la validación, sin embargo surgieron observaciones acerca de la ilustración utilizada.
- El mensaje no es claro y preciso.
- Otra fué por el unificar las dos propuestas.

PROPUESTA 2

- EL diseño tuvo mucho aceptación con la ilustración y línea gráfica.
- El mensaje es totalmente comprensible y legible.

OBSERVACIÓN



El grupo dió comentarios y sugerencias precisas sobre las propuestas, sin embargo, la propuesta 2 es la que más llamó la atención.

FASE 2

NIVEL DE BOCETAJE

Sacá
la bolsa

de tu

en la
ciudad
se utilizan
69,000,000
millones
de bolsas
mensualmente

Sé responsable, no abuses de las bolsas

En la ciudad
mensualmente
utilizamos
69,000,000
millones de

bolsas plásticas
lo que equivale
a repletar
el estadio

Mateo Flores

En la
ciudad
se utilizan
13,500
millones

de bolsas
plásticas
eso equivale
a 98,800
toneladas de
residuos plásticos

Sé responsable no abuses de las bolsa

FASE 3

GRUPO OBJETIVO

Esta fase recurrió a una validación por medio de encuestas realizadas a 10 personas, de ambos sexos, entre las edades de 25 - 35 años, de nivel

Sacá la bolsa de tu en la ciudad se utilizan 68,000,000 millones de bolsas mensualmente.

Se responsable, no abuses de las bolsas.

En la ciudad se utilizan 13,500 millones de bolsas plásticas eso equivale a 98,800 toneladas de residuos plásticos.

Se responsable, no abuses de las bolsas.



PROPUESTA 1

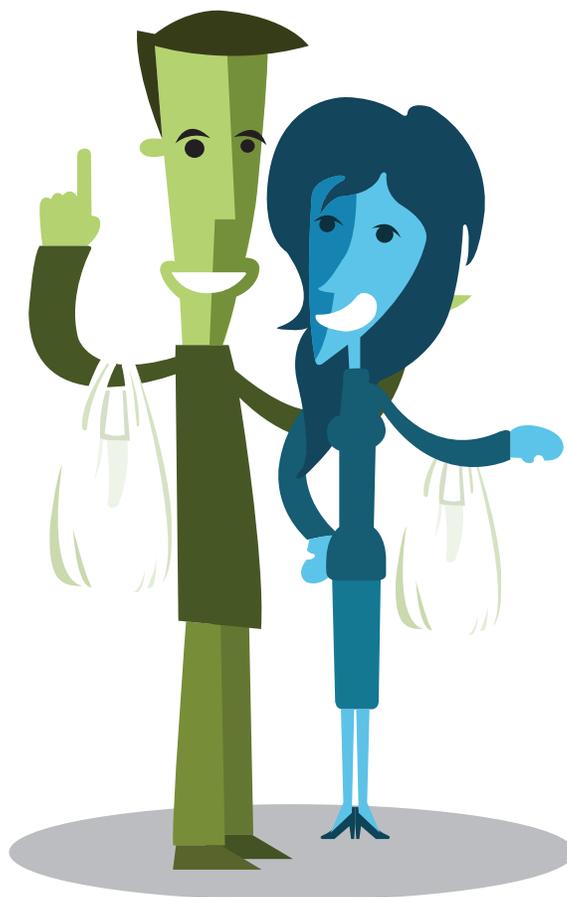
- EL diseño tuvo mucho aceptación con la ilustración y línea gráfica.
- El mensaje y la línea gráfica es totalmente comprensible y legible.

PROPUESTA 2

- EL diseño tuvo mucho aceptación dentro de la validación, sin embargo surgieron observaciones acerca de involucrar sentimiento a las propuestas.
- El mensaje es totalmente comprensible y legible.

Capítulo IV

USO EXCESIVO DE BOLSAS PLÁSTICAS



Capítulo IV

4.1 COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA

Para finalizar el proceso de eficacia de la propuesta gráfica seleccionada se aplicó una prueba para validar tanto el mensaje como los elementos de diseño de la campaña.

Existen muchos métodos y técnicas para la validación y aceptación de la eficacia de la propuesta gráfica del grupo objetivo; la técnica utilizada en nuestra campaña gráfica fue el FOCUS GROUP.



FOCUS GROUP

Técnica de estudio de las opiniones o actitudes de un público, para recolectar información sobre un determinado producto existente en el mercado o se pretende ser lanzado; también puede realizarse con el fin de investigar acerca de la recepción de las personas entorno a un tema en particular.

4.2 COMPROBACIÓN DE EFICACIA



1

57 %



2

43 %



PERFIL DEL INFORMANTE:

Para la realización y comprobación de la aceptación de los elementos gráficos se realizó la actividad del *FOCUS GROUP* con un total de 12 jóvenes adultos, con 6 mujeres y 6 hombres de 25 a 35 años, con un nivel académico de diversificado aprobado y profesionales ejerciendo.

La actividad se realizó en la zona 1 de la ciudad capital, el día sábado 3 de noviembre del 2012; dando inicio a las 4:10 y finalizando a las 4:50, obteniendo así los datos proporcionados por los asistentes.

Las conclusiones y recomendaciones obtenidas por los asistentes al *FOCUS GROUP* fueron:

1. El mensaje de la propuesta gráfica llegó con la claridad deseada, cumpliendo así nuestro objetivo.
2. El mensaje tuvo el impacto esperado por la propuesta gráfica.
3. La tipografía y el color tuvieron la aceptación adecuada, pues brindaban claridad, deseo de leer e informarse más del tema.
4. Ambas piezas gráficas tuvieron una aceptación óptima y adecuada, asimismo, lograron transmitir el mensaje deseado.
5. La propuesta gráfica instó a que los asistentes se interesaran por el tema y buscaran más información del mismo.
6. Los asistentes al *FOCUS GROUP* respaldaron la campaña persuasiva por medio de su participación y la exhortación a familiares, amigos y conocidos a que apoyen este proyecto para beneficio de todos.

**Al momento de
leer este anuncio
en la ciudad**

212,800



**bolsas plásticas
fueron a parar
a la calles**

¿Cuántas son tuyas?

.....

Según la actividad, los participantes llegaron a la conclusión de que la propuesta No.1 es la que más llena las expectativas para la comunicación de la campaña. También se consideró porque se logra captar la información y llega de forma directa y comprensible.

Tiene una línea muy simple y se adapta al concepto y a la línea gráfica.

4.3 PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Persuadir a jóvenes adultos a través de la información sobre el mal uso de bolsas plásticas, con el objetivo de provocar reacciones a reutilizar y reducir el consumo masivo de las mismas.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

La campaña publicitaria consiste en 4 medios: Afiche, Banner, Sticker, Floor Sticker.

Se utilizaron estos medios por ser fácil de ubicar en las áreas peatonales y en áreas al aire libre y así podrá llegar a un buen número de jóvenes adultos al a vez.

La propuesta gráfica contiene un mensaje principal y de enfoque el cual hace conciencia a nuestro grupo objetivo en:

- Hace conciencia a evitar el uso excesivo de bolsas plásticas.
- El mensaje es de fácil comprensión.
- Los colores capturan y juegan con el concepto enfocado.

EFFECTIVIDAD

La campaña publicitaria cumple con el objetivo general que es dar información adecuada e impactante sobre el uso excesivo de las bolsas plásticas, a jóvenes adultos que inician una familia, para que ellos lo difundan en la siguiente generación, y poco a poco se extienda a toda la ciudad y luego a todo el país.

Elaborar afiches y banner para informar a nuestro grupo objetivo el daño que causa el uso excesivo de bolsas plásticas en nuestro país.

Crear e innovar ideas que comuniquen de que manera se puede reducir y reutilizar las bolsas plásticas.

Lograr que el mensaje alcance cambiar el mal hábito de adquirir bolsas plásticas con uso inadecuado.

FUNDAMENTOS DE LOS ELEMENTOS DE DISEÑO

ILUSTRACIÓN

Este es uno de los elementos que forma parte de la representación abstracta de una bolsa plástica, la ilustración es simple.

La característica sobresaliente de la ilustración, su abstracción, simpleza y es de fácil entendimiento con el fin de lograr una campaña efectiva.

BOLSA PLÁSTICA

Estas se colocaron en segundo plano para crear profundidad en el diseño, así mismo crear un dinamismo.



TIPOGRAFÍA

En la pieza es nuestro principal atractivo y nuestro centro de enfoque. Se maneja tipografía *sans serif* para facilitar la lectura de esta. En cuanto a estética, esta clase de tipografía es más juvenil y atractiva.

HELVÉTICA Tipografía universal utilizada en todas las piezas, en dos presentaciones *Black Condensed*.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
Zk
1234567890**

Para el mensaje "Al momento de leer este anuncio 212,800 bolsas plásticas fueron a parar a las calles. ¿Cuántas son tuyas?". Se utilizó una combinación de colores: celeste y verde claro, para resaltar y hacer contraste con el diseño de fondo.

En las piezas de igual forma se utilizó la misma tipografía Helvética, solo que varían en su estilo que es *Roman Condensed* y *Bold Condensed*.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
Zk
1234567890**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
Zk
1234567890**

COLORES

Los colores utilizados en las piezas se usaron por sugerir reciclaje y naturaleza, también por ser colores de agrado tanto para hombres como para mujeres.

Los colores de fondo son: blanco, gris, celeste y verde, para el titular.



C=0 M=0 Y=0 K=21
R=208 G=209 B=211



C=0 M=0 Y=0 K=0
R=225 G=225 B=225

Para la ilustración de igual manera se utilizó un color representativo del reciclaje.



C=50.98 M=0 Y=100 K=0
R=138 G=198 B=64



C=73.33 M=20.39 Y=0 K=0
R=27 G=161 B=219



C=61 M=53 Y=51 K=24
R=96 G=96 B=97

En la tipografía fueron tres colores utilizados, tomando colores fuertes para el mensaje principal haciendo que sobresalga del diseño del fondo.



DIAGRAMACIÓN O RECORRIDO VISUAL

En todas las piezas se maneja la misma diagramación, iniciando con el enfoque central que es el mensaje incluyendo el dato de numérico y el gráfico de bolsas plásticas.

Al momento de leer este anuncio en la ciudad
212,800

bolsas plásticas fueron a parar a la calles
¿Cuántas son tuyas?

ILUSTRACIÓN

Se encuentra a la mitad de la pieza en un segundo plano, y por estar en el centro y a un tamaño considerable es uno de los elementos que llama la atención.



La diagramación continúa con el mensaje de cierre involucrando al lector con él. Finaliza con el área de logos en donde se encuentra ambos logotipos, que representan a Universidad de San Carlos y la Facultad de Arquitectura.



CÓDIGO LINGÜÍSTICO

En lo que respecta a cuestiones idiomáticas en la ciudad capital, es de hacer notar que los jóvenes adultos se involucren con el daño que genera la acumulación y el mal de uso de las bolsas plásticas, que en ellos entre consciencia el bienestar futuro de sus hijos.

En la elaboración del diseño se estudio y analizó un dato que realmente impactará al lector, el cual surgió del uso diario de la bolsa plástica, en un día se utilizan aproximadamente 2 bolsas de primer uso, a la semana llegan a convertirse en 14, al mes en 56, y al año en 730 bolsas por habitante, multiplicándose $730 \times 1,149,107$ eso da como resultado 838,848,110 bolsas anualmente.

En el momento en que nos tardamos en leer el anuncio, 8 segundo, 212,800 bolsas se tiran; y eso se encierra el la última frase *¿Cuántas son tuyas?*

A continuación se presentan las adaptaciones de la campaña publicitaria.



AFICHE

Esta pieza es una de las principales dentro de la campaña, por su tamaño puede ser colocada en cualquier superficie. En lugares estratégicos que el grupo objetivo frecuenta diariamente.



Al momento de leer este anuncio en la ciudad
212,800



bolsas plásticas fueron a parar a la calles

¿Cuántas son tuyas?

BANNER

Esta pieza es de suma importancia por ser vista desde lejos no solamente por el grupo objetivo, sino también por los demás ciudadanos, quienes aún pueden sentirse atraídos por el mensaje. Está ubicada en supermercados y centros comerciales.



REUTILIZA

- Sácale todo el partido posible a cada una de las bolsas.
- Algunos fabricantes aseguran que las de polietileno pueden llegar a durar 15 usos.
- Las hacen cada vez más delgadas y resistentes para reducir su impacto ambiental y para alargar su vida útil, así que pueden ser empleadas en más de una ocasión.
- No te límites a emplearlas para tirar la basura.
- Vuelvo con ellas al supermercado para realizar nuevas compras.



Y si te dan bien las **MANUALIDADES**, échale imaginación. en internet hay múltiples ideas para emplearlas para tejer bolsos, y prendas, fabricar adornos y un sin fin de ideas creativas.

BANNER

Esta pieza sigue la misma diagramación que el afiche, haciendo una variación en la ilustración y agregando más contenido de texto.



REDUCIR

PODEMOS REDUCIR EL USO DE BOLSAS DE PLÁSTICO HASTA LA MITAD...
Utiliza solo las bolsas de plástico que resulten necesarias, no desperdices.



Emplea cada una de ellas varias veces para transportar cosas, antes de depositarlas en los botes de basura

TOMA NOTA DE ALGUNAS IDEAS PARA REDUCIR

1,2,3,... ¿Has contado alguna vez las bolsas que usas al final de una semana? Comienza por ahí, reflexiona, cada vez que agarras una y pronto veras los resultados.

CON LA BOLSA EN EL BOLSO, Lleva siempre a mano una bolsa reutilizable de tela o plástica y recurre a ella a la hora de hacer tus compras.

FAVORECE, y si puedes escoger, compra en los establecimientos que promuevan las buenas prácticas ambientales tanto en lo referente a las bolsas plásticas, como en todo lo demás.

FLOOR STICKER

El Floor Sticker tendrá como función principal, traer la atención de los consumidores con el objetivo de implementar el buen uso de las bolsas plásticas.



BOLSAS ECOLÓGICAS

.....

Esta pieza es una de las promocionales que se implementarán en las compras como sustituto de las bolsa plásticas a nuestro grupo objetivo.

.....



Capítulo V

USO EXCESIVO DE BOLSAS PLÁSTICAS



Capítulo V

5.1 CONCLUSIONES



Se obtuvo un proyecto en el que se ha cumplido con los objetivos propuestos desde el inicio de este también cumple con las expectativas del grupo objetivo.

Después de un proceso creativo donde se definieron objetivos y estrategias de comunicación, se logró diseñar una campaña que promueve de manera eficaz las expectativas del grupo objetivo de reducir al mínimo la contaminación del uso de bolsas plásticas.

Las piezas de diseño cumplen con requerimientos estéticos y funcionales para comunicar e informar a las personas a que hagan conciencia del número de bolsas plásticas que utilizan.

De acuerdo con las reacciones del grupo objetivo expresadas en la validación del proyecto, se comprobó la eficacia del mismo.

Las piezas de diseño cumplen con motivar a la reutilización y reducción de bolsas plásticas.

Todo esto se puede comprobar a través de lo siguiente:

En la etapa de validación del proyecto se comprobaron los resultados de la aprobación que el grupo objetivo tuvo al proyecto.

El concepto utilizado tuvo como respuesta la aceptación e inquietud del consumo de bolsas plásticas de cada persona, y colaboración al reducir el mismo.

5.2 LECCIONES APRENDIDAS

El proyecto se inició con la selección de un tema específico dentro de 15 de los problemas que se enfocaron de mayor importancia en Guatemala, como la falta de patriotismo o la discriminación por diferencia de edad, el tema que se seleccionó es la protección de áreas verdes, ya que Guatemala es un país mundialmente considerado como uno de los pulmones del mundo por sus grandes cantidades de bosques que aún se conservan y son áreas protegidas; luego de seleccionar el tema, se hizo lo más específico y enfocarse en un solo sector que era la agricultura y de cómo este sector afecta el cambio climático.

Luego de que se analizó muy claramente, se decidió cambiar el tema, siempre siguiendo la misma línea de áreas verdes, solo que se tomó un tema poco común; la problemática que ocasiona el uso excesivo de las bolsas plásticas. Al buscar información se observó el problema existente y que tan perjudicial está siendo en la naturaleza y para el desarrollo de la comunidad, está relacionado con el cambio climático y se le ha prestado muy poca a casi nula importancia.

Conforme se iba avanzando en el proyecto, se notó la problemática del tema; al recopilar información relacionada con la investigación del cambio climático en otros países, por el medio del internet, ya pues en el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN), solo poseen trabajos acerca de los desechos sólidos que se desperdician en Guatemala. Se elaboraron cálculos para estimar de cuánto se desecha en total y cuánto por persona; a través del panorama que se tenía surgió la interrogante de cuál es el impacto real. Se llegó a la conclusión de que una persona normalmente utiliza dos bolsas plásticas al día. Delimitando el problema, se pudo llegar a plantear la solución del mismo, por medio de informar y transmitir a la población las complicaciones que causa el mal uso de las bolsas plásticas y la solución más viable para generar conciencia del daño que causan, en la comunidad y en el mundo.

Al momento de adentrarse en la puesta en escena, y relacionarse con el grupo objetivo se dieron a observar sus intereses así como debilidades, y al momento de que se relacionen con las propuestas planteadas anteriormente, se ha podido constar de una campaña informativa con nuevas y mejoradas propuestas amigablemente ecológicas, saliendo de lo convencional, para llegar a crear conciencia e informar a los hombres y mujeres que conforman el grupo objetivo relacionado al tema, de cuánto daño se puede llegar a hacer al año con una simple bolsa plástica mal utilizada.



5.3 ESPECIFICACIONES TÉCNICA Y LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA.

A continuación se presenta los medios sugeridos para la campaña de comunicación los cuales serán:

MUPIS

Costo de Impresión / Q1,060.00 c/u

Cantidad / 20

Frecuencia / De 1 a 2 meses, todos los días

Tipo de Reproducción / Digital

Se selecciona este medio, por la transmisión de información directa, por se muy utilizado y encontrarse en calles, centros comerciales, lugares públicos, etc.

Ventaja: facilidad de transmisión de mensaje; Buena selectividad por localización.

Desventaja: no selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico. Se le critica por constituir un peligro para el tránsito.

MÓVIL

Costo de Impresión / Q110.00 c/u

Cantidad / 35

Frecuencia / De 1 a 2 meses, todos los días

Tipo de Reproducción / Digital

Es uno de los mejores medios pues permite lucir la creatividad e ingenio, puede llamar la atención de todas las clases de público y llegar a todas las mentes que se desea captar.

Ventaja: ahorran costos cuando se trata del lanzamiento de una campaña. Forma de llamar la atención al público con el motivo que se busca.

Desventaja: problemas de ubicación. No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico. Se le critica por constituir un peligro para el tránsito.

AFICHES

Costo de Impresión / Q65.00

Cantidad / 40

Frecuencia / De 1 a 2 meses, todos los días

Tipo de Reproducción / Digital

Serán colocados en el piso, paredes, con vinil adhesivo en centro comerciales y supermercados

Ventaja: es un medio informativo vistoso que llama mucho la atención, fácil de leer y localizar. Reproducción de grandes cantidad.

Desventaja: si no se hace un buen diseño se le resta la debida atención, si no se coloca en un lugar visible y estratégico para desapercibido.

BANNER

Costo de Impresión / Q91.75 c/u

Cantidad / 20

Frecuencia / De 1 a 2 meses, todos los días

Tipo de Reproducción / Digital

Serán colocados en mupis, en puntos estratégicos, así también roll ups, dentro y fuera de los supermercados y centro comerciales.

Ventaja. es un medio de fácil lectura visual, capta la atención y causa curiosidad al verla, su material es resistente y llamativo.

Desventaja. su precio es alto, el vinil se opaca con el sol por el uso y los soportes son inestables, se observa por poco tiempo, el tamaño puede complicar su colocación.

FLOOR STICKER

Costo de Impresión / Q150.^{ao}

Cantidad / 50

Frecuencia / De 1 a 2 meses, todos los días

Tipo de Reproducción / Digital

Serán colocados en el trayecto hasta la entrada principal del supermercado.

Ventaja. ideal para publicidad temporal, adherencia perfecta en superficies exteriores rugosas, fácil de quitar y no deja residuos, resistente al agua.

Desventaja. no todas las personas se fijan, hay que hacerlo de un tamaño proporcional para que llame la atención y sea visible.

STICKER

Costo de Impresión / Q50.^{ao}

Cantidad / 35

Frecuencia / De 1 a 2 meses, todos los días

Tipo de Reproducción / Digital

Serán colocados en el trayecto hasta la entrada principal del supermercado.

Ventaja. se adhieren a la mayoría de las superficies, es un excelente medio para transmitir mensajes cortos, una sola calcomanía puede ser vista por miles de personas.

Desventaja. problemas de ubicación. No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico.



Referencias bibliográficas

Bibliografía.

1. Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN)
2. República de Guatemala, Centroamérica
3. Informe Ambiental del Estado de Guatemala GEO Guatemala 2011
4. PIB por habitante y emisiones de dióxido de carbono.
5. Primera *Comunicación Nacional Sobre Cambio Climático*.
6. Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales 2001
7. Centro Nacional de Análisis y Documentación Jurídica, CENADOJ, al referirse al Decreto 38-2010 *Ley de Educación Ambiental*.
8. DEFENSORES DE LA NATURALEZA
9. (<http://www.defensores.org.gt/desechos-solidos-y-reciclaje>)
10. INTERFISA Internacional de Fibras, S.A.
11. (<http://interfisa.com.gt/materiales.php>)
12. EUROPLASTH (<http://europlasthn.com/content.html#bio-bolsa>)
13. Biopack Colombia (www.biopackcolombia.com)
14. Publicidad comprometida: *Ecología y medio ambiente*
15. (<http://www.xeduced.com/2008/11/07/publicidad-comprometida-ecologia-y-medio-ambiente/>)
16. *Vida Verde en Latinoamérica*, 2009, tuverde.com,
17. <http://www.tuverde.com/2009/03/disco-jumbo-y-super-vea-apuntan-contras-las-bolsas-de-plastico-en-los-medios-de-comunicacion/>
18. Gime Gúzman, 2011, *En moda, reciclar: un compromiso!!*
19. <http://www.ustedweb.com/news/2011/en-la-moda-reciclar-un-compromiso/>
20. Fundación Solar. <http://www.fundacionsolar.org.gt>
21. Ministerio de Ambiente y Recursos Natural.
22. <http://www.marn.gob.gt>
23. Asociación Guatemalteca del Plástico.
24. <http://www.coguaplast.org/>

Glosario



ADMINÍCULO

Objeto pequeño y simple que se emplea como ayuda para algo

AGLOMERACIÓN

Amontonamiento, reunión sin orden de cosas o personas.

CONCEPTO

Se refiere a una idea que concibe o forma conocimiento, es decir, es un abstracto en la mente que explica o resume experiencias, razonamiento o imaginación.

DIAGRAMACIÓN

Consiste en organizar un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

FIJACIÓN

Es la capacidad que un mensaje tiene, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo.

GRUPO OBJETIVO

Grupo específico de consumidores a los cuales queremos vender determinado producto.

HIDROCARBUROS

Compuestos orgánicos formados únicamente por átomos de carbono e hidrógeno

IARNA

Instituto de Agricultura, Recursos Naturales y Ambiente. Sistema de información estratégica socio ambiental de Guatemala.

ÍCONO

Ampliamente utilizados, dando a las personas información variada de forma rápida mediante un lenguaje visual entendido por todos.

ILUSTRACIÓN

Decoración de un libro o texto con láminas o grabados. Estampa, grabado o dibujo que adorna un libro.

INSIGHT

Término que los publicitarios de todo el mundo suelen utilizar en lengua inglesa para designar cualquier verdad sobre el consumidor cuya inclusión en un mensaje publicitario hace que este gane en notoriedad, veracidad, relevancia y persuasión a ojos de dicho consumidor.

LINGÜÍSTICO

Estudio científico tanto de la estructura de las lenguas naturales como del conocimiento que los hablantes poseen de ellas.

PAULATINAMENTE

Progresivamente.



PERTINENCIA

Cualidad de lo que es conveniente y oportuno.

PIB.

Producto bruto interno. Es usado como una medida del bienestar material de una sociedad y es objeto de estudio de la macroeconomía.

POLIPROPILENO

Material inerte que posee ciertas características que permiten su reciclaje sin un mayor impacto ambiental. Plástico de gran resistencia al desgaste que se emplea en la fabricación de gran cantidad de objetos, como baterías de coche, tacones de zapato y juguetes.

SAN SERIF

Tipo de letra palo seco, de palo seco o sin remates (del francés sans serif) es aquel que en cada carácter no tiene unas pequeñas terminaciones llamadas remates, gracias o serifas.

TIPOGRAFÍA

Es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso (ya sea sobre un medio físico o electromagnético), tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos.



Anexos

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Para tener opciones de problemas y soluciones a nuestros problemas.

Uso excesivo de bolsas plásticas

Tú eres parte de la solución,
No a las bolsas plásticas

La ciudad te necesita,
Alto a las bolsas plásticas

Tú eres parte de la solución,
No las bolsas plásticas

No la tires,
usala de nuevo

Uso adecuado, Ciudad limpia

Reduce y reutilizame,
Tú eres el cambio

Desemplastica tu ciudad

Reduce y Reutilizame,
Tú eres el cambio

Infórmate y realiza el cambio

Dale un doble uso a tu bolsa

ENCUESTAS

Para obtener y ampliar la información sobre el Grupo Objetivo

Encuesta sobre el uso de bolsas plásticas

¿Conoces el impacto ambiental que genera el uso excesivo de bolsas plásticas?

Sí.

No.

¿Sabe cuántas bolsas plásticas utiliza a la semana?

Sí.

No.

¿Reutiliza el total de bolsas plásticas que recibe?

Sí.

No.

¿Al hacer tus compras rechazas o pides que te den menos bolsas plásticas?

Sí.

No.

¿Utiliza otro tipo de empaque en substitución de las bolsas plásticas?

Sí.

No.

¿Está dispuesto a disminuir el uso excesivo de bolsas plásticas?

Sí.

No.

ENCUESTAS

2da. Fase de validación con el
Grupo Objetivo

Focus Group sobre el uso de bolsas plásticas

A continuación se le presentara una serie de preguntas a las cuales responda de forma clara.

¿Conoce el impacto ambiental que genera el uso excesivo de bolsas plásticas?

¿Sabe cuántas bolsas plásticas aproximadamente utiliza a la semana?

¿Reutiliza el total o la mayoría de bolsas plásticas que recibe?

¿Al hacer sus compras rechaza o pide que te den menos bolsas plásticas?

¿Utiliza otro tipo de empaque en sustitución de las bolsas plásticas?

¿Está dispuesto a disminuir el uso excesivo de bolsas plásticas, y de qué manera?

¿Tiene algún comentario o sugerencia para mejorar esta propuesta que se viene desarrollando para la disminución del uso de bolsas plásticas?

FOCUS GROUP

Fotos de comprobación de realización de Focus Group



Guatemala, 29 de mayo de 2013

Arquitecto Carlos Valladares Cerezo
Decano de la Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de
Guatemala.

Sr. Decano:

Por la presente, hago constar que he revisado los aspectos de redacción y ortografía del proyecto de graduación:

**Campaña publicitaria sobre el uso excesivo de bolsas plásticas
en la ciudad capital de Guatemala**

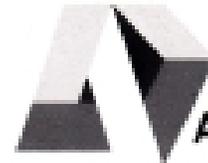
El informe fue presentado por las estudiantes **Merybeth A. Monroy Melgar**, carné 200719158 y **Evelyn A. Contreras Estrada**, carné 200816993 de la carrera de Técnico en Diseño Gráfico, de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. En tal sentido, considero que después de realizadas las correcciones indicadas, el informe puede imprimirse.

Atentamente,


Dra. Gladys Tobar Aguilar
Colegio Profesional de Humanidades
Colegiada 1450

Gladys Tobar Aguilar
Colegiada 1,450

c.c. interesadas



Uso Excesivo de Bolsas Plásticas
Tesis

IMPRÍMASE

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

Lic. Otto René Valle Bonilla
ASESOR

Evelyn Alejandra Contreras Estrada
Merybeth Anilú Monroy Melgar
SUSTENTANTE