

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

CAMPAÑA EDUCATIVA PARA MINIMIZAR LA CONTAMINACIÓN POR DESECHOS SÓLIDOS EN EL MALECÓN DE PUERTO BARRIOS, IZABAL

Presentado por

PAOLA ANALY CORADO RAMIREZ

Previo a obtener el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico con énfasis Creativo,
egresada de la Facultad de Arquitectura de la
Universidad de San Carlos

Guatemala, marzo de 2013



ESCUELA DE
DISEÑO GRÁFICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA



NÓMINA DE AUTORIDADES



Foto:Analy Corado

JUNTA DIRECTIVA

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo	Decano
Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea	Vocal I
Arq. Edgar Armando López Pazos	Vocal II
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras	Vocal III
Br. Jairon Daniel del Cid Rendón	Vocal IV
Br. Carlos Raúl Prado Vides	Vocal V
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	Secretario

TRIBUNAL EXAMINADOR

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo.
Arq. Alejandro Muñoz Calderón.
Licda. Carolina Aguilar
Licda. Lourdes Pérez.
Licda. Ma. Del Rosario Miranda Villalta



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



ESCUELA DE
DISEÑO GRAFICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA



MUNICIPALIDAD DE
PUERTO BARRIOS



RECCIÓN MUNICIPAL
DE PLANIFICACIÓN

CAMPAÑA EDUCATIVA PARA MINIMIZAR LA CONTAMINACIÓN POR DESECHOS SÓLIDOS EN EL MALECÓN DE PUERTO BARRIOS, IZABAL.

PROYECTO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR
PAOLA ANALY CORADO RAMIREZ

DEDICATORIAS

Finalmente puedo decir que he culminado este ciclo de mi vida, doy gracias a Dios por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mama, te dedico esto por darme la vida, creer en mi y porque siempre me apoyaste incondicionalmente a pesar de todas las dificultades que esto representaba, por compartir conmigo los triunfos y momentos difíciles que me han enseñado a valorarte cada día más. Mama gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

Papá, gracias por la chispa de alegría que siempre transmites, que me hace ver que la vida es un constante fluir, de cambios e imprevistos. Una aventura fascinante, llena de cosas nuevas por conocer y descubrir, que claro que como toda aventura tiene también sus episodios duros, momentos dolorosos y difíciles. Pero son parte del camino y del aprendizaje que de este podamos hacer.

Mis hermanas, Analucia y Alicia, les dedico este triunfo para que sea para ustedes un ejemplo a seguir, las quiero con todo mi corazón; y a mi sobrino Iker, agradezco infinitamente haber iluminado mi vida en el momento preciso, con ese rayito de luz a cambio de nada.

Mi familia linda, que me brinda su apoyo incondicionalmente, tía Milany y tía Marcia, gracias por acompañarme durante todo mi trayecto estudiantil y de vida, gracias por velar por mi durante este arduo camino para convertirme en una profesional. Liz más que una prima, sos la hermana mayor que siempre se preocupa por mi bienestar, te quiero mucho.

Y a mis amigos, amigos incondicionales que siempre tienen una sonrisa para compartir conmigo en las buenas y en las malas; amigas de la "u", mis cochitas, compartir con ustedes tantas desafíos, desvelos y carcajadas hicieron que esta aventura fuera realmente fascinante, espero que ahora de colegas la aventura sea mucho mejor.

Agradezco a cada uno de los catedráticos que fueron parte de mi formación, gracias por compartir su conocimiento a lo largo de mi formación profesional, a mis asesoras Carolina y Lourdes por su apoyo y su tiempo para que este proyecto se culminara con éxito. A la facultad de Arquitectura y la Universidad de San Carlos, es una dicha formar parte de su historia.

Licenciada Rosario Miranda, gracias por aportar su conocimiento profesional, ha sido de gran ayuda para la realización de este proyecto. Y a todas las personas que siempre colaboraron con su ayuda, como Don Vicente, que gracias a su conocimiento y colaboración cada desafío era algo nuevo del que aprender.

A la Municipalidad de Puerto Barrios, gracias por abrirme sus puertas y permitirme colaborar con ustedes para construir un mejor puerto.

Y a mi querido Puerto Barrios, tierra que me vio nacer y fuente de mi inspiración, es para mí un verdadero orgullo decir que soy Q-18.





Foto:Analy Corado

Presentación.....	11
Capítulo I.....	13
Antecedentes.....	14
Identificación del problema	15
Justificación del problema.....	16
Objetivo general y específicos.....	17
Capítulo II.....	19
Perfil de la Institución.....	20
Grupo Objetivo.....	27
Capítulo III.....	31
Conceptos fundamentales.....	32
Cuadro de estrategias.....	35
Concepto creativo.....	37
Proceso de bocetaje.....	40
Capítulo IV.....	49
Focus Group.....	50
Propuestas a validar.....	53
Fundamentación.....	54
Piezas finales.....	60
Selección de medios.....	62
Visualización de la campaña.....	80
Conclusiones.....	84
Recomendaciones.....	85
Lineamientos para la puesta en práctica.....	86
Bibliografía y fuentes consultadas.....	91
Glosario.....	93
Anexos.....	94



PRESENTACIÓN

Hay una creciente necesidad generalizada de protección y mejoramiento del medio ambiente y sus elementos de interacción en centros culturales y recreativos en los que interviene el ser humano en los múltiples papeles que desarrolla a nivel social y económico en Guatemala, debido al deterioro en los escenarios que las personas utilizan para actividades de esparcimiento y recreación. Dicho deterioro es el resultado de una creciente subcultura de indiferencia ante acciones de contaminación ambiental protagonizado por los propios habitantes de las comunidades afectadas. Así mismo, los visitantes que al observar hechos que parecen “normales” en la comunidad, pero que no lo son, por imitación, repiten acciones que deterioran el medio ambiente del país.

Esta problemática recurrente, obliga y provoca a tomar las acciones de mitigación y restauración del medio ambiente en general para garantizar, en años futuros, un ambiente propicio y saludable que incida de una manera positiva en la calidad de vida de propios y ajenos en un espacio determinado. Por esta razón, se hace indispensable un proyecto creativo que impulse la conciencia ecológica en la población en general por medio de un sistema educativo ambiental que involucre a las personas en un área determinada, con sus actuaciones positivas para el rescate y mantenimiento de los ecosistemas ambientales.

En tal virtud, se ha escogido un ambiente ecológico en particular: el Malecón ubicado en la ciudad de Puerto Barrios, cabecera del departamento de Izabal de la República de Guatemala, el cual se ha visto amenazado, recurrentemente, por agentes contaminantes orgánicos e inorgánicos, que día a día hacen de este un ambiente cada vez menos agradable a sus habitantes y a quienes lo visitan.

La propuesta de campaña tiene como alcance la concientización y educación visual que produzca un impacto en la conciencia y responsabilidad del adecuado manejo de los desechos sólidos, para disminuir y evitar el deterioro que se está produciendo en este punto de recreación. La campaña va respaldada por un diseño planificado, organizado y ejecutado que active la erradicación de la problemática en la que se ve inmersa esta área de Puerto Barrios.



Foto:Analy Corado



CAPÍTULO 1

Introducción

ANTECEDENTES

El municipio de Puerto Barrios se encuentra ubicado a las orillas de la Bahía de Amatique, cabecera del departamento de Izabal, de la República de Guatemala; el “Malecón” es un muelle rompeolas que se encuentra bordeando a la ciudad, protegiéndola de las aguas del Mar Caribe. Este espacio es considerado un destino de recreación y esparcimiento familiar, donde se congregan habitantes del sector y turistas que lo visitan.

Lamentablemente, paulatinamente, se ha estado convirtiendo en un foco de contaminación ambiental debido al inadecuado manejo de los desechos sólidos por parte de sus visitantes, sean estos propios o extraños. Estos desechos afectan en gran medida la convivencia en el sector debido a que se han convertido en elementos transmisores de enfermedades, y en agentes de contaminación visual y ambiental.

Se ha podido observar de manera preliminar que el principal problema del sector es la escasa o nula educación ambiental por parte de sus pobladores, así como la falta de adecuados depósitos de basura a lo largo del área, lo cual provoca que muchos de los desechos sólidos sean lanzados al suelo o al mar sin ningún tipo de conciencia.

El proyecto pretende desarrollar una estrategia que permita controlar o minimizar la contaminación ambiental producida por el exceso de basura, con ello iniciar un movimiento que permita la concientización a los pobladores del sector y mejorar la calidad de vida de los mismos.



Foto:MCasasola



Foto:Googlemaps

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

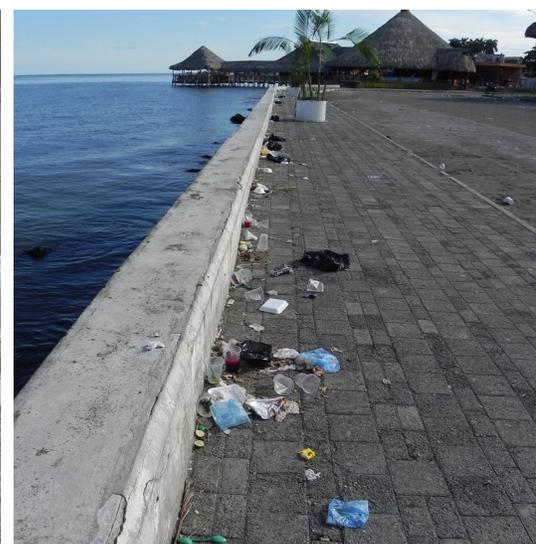


Domingo por la noche, Malecón de Puerto Barrios.

Como proyecto de concientización ambiental, la “CAMPAÑA EDUCATIVA PARA MINIMIZAR LA CONTAMINACIÓN POR DESECHOS SÓLIDOS EN EL MALECÓN DE PUERTO BARRIOS, IZABAL”, responde al problema medular sobre la contaminación ambiental por la basura lanzada al suelo y al océano, debido a la escasa educación ambiental. Consiste en una campaña visual con una estructura eficaz que permita la concientización de los pobladores del sector.

La problemática no sólo se circunscribe en la contaminación ambiental del poblado, sino que a esto se le une el deterioro de espacios de esparcimiento y recreación concentrados en el área del Malecón. Estas dos problemáticas identificadas generan las líneas de diseño para desarrollar la campaña educativa.

Obsérvese la total indiferencia ante la convivencia en un ambiente rodeado de basura.



Lunes por la mañana, Malecón de Puerto Barrios.

Fotografías: Analy Corado



JUSTIFICACIÓN

Magnitud:

La cantidad de población a ser enfocada dentro del centro urbano es de 35,000 habitantes aproximadamente, en su mayoría adolescentes quienes como principales usuarios de estos lugares, son también quienes más contribuyen a la destrucción de los mismos debido a la falta de conocimiento y de educación ambiental que no ha sido recibida, lo cual trae como resultado el deterioro del Malecón.

Transcendencia:

La importancia radica esencialmente en el impacto negativo causado al medio ambiente y al sitio considerado punto de encuentro turístico (El Malecón) dentro de la República de Guatemala, debido al poco interés que ha habido de solucionar el problema. Con este trabajo, se hace una propuesta para contrarrestar el problema por medio de ideas audaces que lo mitiguen y lo erradiquen de fondo a través de la implementación de una campaña educativa ambiental específicamente en el área afectada, considerando programas de concientización a largo plazo.

Vulnerabilidad:

La forma de contribuir a disminuir la contaminación que afecta a toda una población está en la realización de una campaña diseñada con el mayor ingenio posible para captar la atención del visitante que a largo plazo será el beneficiado. Todo esto, a través de informar de modo creativo e inteligente, específicamente en el lugar afectado para que el visitante tenga al alcance inmediato información visual, sobre todo, con concientización de los problemas causados por la contaminación, y con ello contar con la colaboración de las personas a las que llegará el mensaje final.

Factibilidad:

La creación de los centros de recreación dentro de los municipios es competencia de las municipalidades, ya que son estas las que cuentan o tienen el manejo de los recursos o fondos que le son atribuidos por el Estado. A ellas les corresponde destinar o dirigir los medios necesarios para lanzar una campaña destinada al mejoramiento y sobre todo al mantenimiento de estos centros que son visitados diariamente por la población, que cuenta con ellos para su recreación y distracción. En consecuencia, la organización de una campaña debe ser realizada de forma que los recursos otorgados sean aprovechados al máximo.



Foto:Analy Corado

OBJETIVOS

GENERAL

Desarrollar una campaña educativa que promueva la conciencia colectiva de los pobladores, para que depositen la basura en su lugar y contribuyan a la disminución de contaminación por desechos sólidos en el Malecón de Puerto Barrios.

ESPECÍFICOS

De comunicación

- Planificar una estrategia de comunicación integral que promueva la educación para un mejor manejo de desechos sólidos.

De diseño

- Diseñar material gráfico para medios masivos, que promueva el valor intangible que poseen los recursos naturales de la comunidad de Puerto Barrios.



CAPÍTULO 2

Perfil de la organización que demanda el servicio y público destinatario

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Según el documento de la Municipalidad de Puerto Barrios “Diagnóstico de la Unidad Técnica Municipal de Puerto Barrios”, se puede determinar la siguiente información:

Realidad institucional

Nombre: Municipalidad de Puerto Barrios, Izabal.
Dirección: 7ª. Calle entre 5ª. y 6ª. Ave, Puerto Barrios, Izabal.
Sede: Distrito Municipal
Tipo de Institución: Pública
Según Servicio: Abierta
Autoridad: Alcalde - José Antonio López Arévalo

Misión institucional:

Es una entidad autónoma, eficiente y moderna, que presta, abastece, gestiona, facilita y administra servicios que promueven el desarrollo del municipio a través de actividades económicas, sociales, culturales y ambientales lo que contribuye a mejorar la calidad de vida y satisfacer las necesidades y aspiraciones de la población.

Visión institucional:

Ser una institución líder en la prestación de servicios públicos de calidad en beneficio a la población, empeñada en el fortalecimiento del desarrollo integral y sostenible del municipio; comprometida en brindar servicios de alta calidad con transparencia, equidad, credibilidad y confianza.

SERVICIOS:

Energía eléctrica

El servicio de electrificación es proporcionado por la Empresa Eléctrica. La red eléctrica está regulada y administrada por la misma; sus instalaciones se encuentran ubicadas en la parte trasera de la Municipalidad.

Recolección de basura

El servicio de recolección de basura se proporciona de manera gratuita únicamente para los arrendatarios del Mercado Municipal La Revolución. Esta basura es depositada en el basurero municipal ubicado en el caserío Piteros. La basura no recibe un tratamiento de clasificación previo al depositarla en el basurero.

Mercado

Existen cuatro mercados:

1. Mercado La Revolución, ubicado en la 6ª Avenida entre 8ª y 9ª Calles, con 388 locales en el primer nivel.
2. Mercado No. 2, ubicado en 8ª Avenida entre 14 y 15 Calles, el cual cuenta con 67 locales.
3. Mercado de Frutas, ubicado en la 7ª Avenida entre 8ª y 9ª Calles, en el que hay 19 locales y 2 bodegas.
4. Mercado de Santo Tomás de Castilla, ubicado frente a colonias Banvi de la Aldea Santo Tomás de Castilla, cuenta con 67 locales.

Programas de salud

Hay centros y puestos de salud, así como centros de convergencia, distribuidos en el interior del municipio de acuerdo con las necesidades de los pobladores de cada vecindario. También está el área de salud, institución dependiente del Ministerio de Salud.

Educación

En el municipio, funciona la Coordinación Técnica Administrativa, institución del Ministerio de Educación, aunque siempre con las limitantes de infraestructura educativa y financiera. También funcionan la Asociación de Mujeres Garífunas de Guatemala que participa con programas educativos y de capacitación, y la Comisión Municipal de Educación. La municipalidad apoya ampliando los centros educativos, construyendo escuelas y otorgando becas escolares a niños de escasos recursos.

Infraestructura

No existe dependencia del gobierno central en el municipio. En cambio, si hay presencia de instituciones como Hábitat para la Humanidad, que lleva a cabo programas de vivienda en áreas rurales. La municipalidad es la responsable de introducir drenajes, pavimentar de calles, construir puentes, escuelas y puestos de salud en áreas rurales y construir pasarelas. Esto lo lleva a cabo a través de la Oficina Municipal de Planificación. La participación de los Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODES) es muy importante en este sector, estos son un canal de comunicación directo con los consejos municipales y su función es trasladar las demandas y propuestas de la comunidad. La iglesia católica tiene un programa de compra de terrenos y fincas para personas de escasos recursos, así como de construcción de viviendas. Aclare qué es COCODES. En morado le agregue la aclaración de COCODES

Seguridad

La Policía Nacional Civil (PNC) es la responsable de darle protección a la ciudadanía en general, para lo cual cuenta con una comisaría ubicada en la cabecera municipal. Están conformados los comités de seguridad que trabajan coordinadamente con la PNC. La Municipalidad apoya a la PNC proporcionándole combustible y repuestos para las pocas unidades que tiene dicha institución. La Policía Municipal (PM) protege a los inquilinos y vecinos que llegan a los mercados municipales, con constantes controles en las áreas de ingreso y salida, a través de patrullajes a pie (las 24 horas del día). También se encuentra conformada la Policía Municipal de Tránsito, la cual se sigue reforzando.

Rastro

El rastro municipal se encuentra ubicado frente a colonia San Manuel, Santo Tomás de Castilla, a las afueras del casco urbano de Puerto Barrios. En él, se desarrollan las actividades de corte y destace de ganado. Antiguamente, se encontraba a las orillas del malecón y constituía un foco más de contaminación en su momento.

Cementerio

Se encuentra ubicado cercano al cruce de ingreso a Puerto Barrios. Hay únicamente un cementerio municipal.

HISTORIA

“Durante la Colonia, debido a las circunstancias de los piratas y demás enemigos de España, el presidente del cabildo con sede en la Capitanía General de Guatemala, Don Alonso Creado de Castilla, encomendó al piloto Francisco Navarro, examinar todo el litoral de la Bahía de Amatique a fin de establecer un puerto con mejores condiciones naturales que los de Caldera, Punta de Castilla y Puerto Caballos. Navarro después de una extensa inspección, el día 7 de marzo de 1604 encontró un lugar ideal en el Golfo de Guanaxos, a poca distancia de la Bahía de Amatique, el cual le llamo Puerto Santo Tomás de Castilla en honor a Santo Tomás de Aquino.



Foto:MCasasola

Por medio del Acuerdo Gubernativo emitido el día 04 de agosto de 1,883, gracias a las brillantes ideas del General Justo Rufino Barrios, y ante la inconveniencia del Puerto Santo Tomas de Castilla, se dispone el traslado del puerto a un lugar mas adecuado, cuyo fondeadero garantizara un atraque más fácil a los valores que llegaban a la costa atlántica al cual llamaron Puerto Barrios en honor al General Barrios.



Por el Decreto No.513 del 19 de julio de 1895, Tomo 14 Página 39, se denominan al Puerto y la Ciudad “PUERTO BARRIOS”.

Se declara a Puerto Barrios, Puerto Mayor de la República, Decreto Gubernativo No. 524 de 24 de noviembre de 1896, Tomo 15 Página 369. El 19 de abril de 1,920 se establece por primera vez la Municipalidad de Puerto Barrios que debe ser integrada por un alcalde primero, un alcalde segundo y tres regidores nombrados por elección popular; un secretario y un tesorero nombrados por la propia Municipalidad.

El 17 de mayo de 1,920 se traslada la cabecera del departamento de Izabal, que tiene su asiento en Livingston, a la ciudad de Puerto Barrios. El 22 de mayo de 1,920 se traslada la administración de Rentas de Livingston a la Aduana de Puerto Barrios.

Del 20 de abril al 26 de mayo de 1,920, se emiten los primeros nombramientos de las principales autoridades departamentales para constituirse en la nueva cabecera departamental.



Foto:MCasasola

Actualmente la Municipalidad se encuentra ubicada en la 7ª. Calle y 6ª. Ave, es de 1ª. Categoría y es integrada por 1 alcalde, 7 concejales y 2 síndicos, cuenta únicamente con un logotipo que tiene la forma de un timón de un barco que en el centro contiene las cuatro actividades económicas principales del puerto que son, marítimas, ferroviarias, aéreas y terrestres.” (1)



Foto:Analy Corado

Estatus Legal

Por el Decreto No.513 del 19 de julio de 1895, Tomo 14 Página 39, se denominan al Puerto y la Ciudad “PUERTO BARRIOS”, ciudad donde actualmente se encuentra asentada la Municipalidad.

Infraestructura

Recursos materiales

Instalaciones

La municipalidad cuenta con un edificio para sus instalaciones, donde se encuentran sus oficinas centrales. Además de su edificio principal en el casco urbano, cuenta con varias instalaciones para diferentes fines tales como:

Centro Comercial Municipal

Centro de mantenimiento eléctrico

Salón de usos múltiples Vinicio Cerezo

Palenque Municipal

Estadio Roy Fearon

Rodeo Municipal

Recursos humanos

Existe una organización que está compuesta por áreas tales como reclutamiento y selección, contratación, capacitación, inducción de personal y su permanencia en la empresa. En tal departamento, se lleva el control de la planilla del personal.

Recursos financieros

Entre los recursos financieros de la Municipalidad, están la recaudación por pago de los servicios municipales que presta, la recaudación de impuestos y la ayuda del Gobierno Central con el pago por servicios de los dos puertos.

Ubicación geográfica

Puerto Barrios se encuentra ubicado en el extremo nororiental de la República, en los recodos de la bahía de Amatique y el Mar Caribe. Colinda, al norte, con la bahía de Amatique y Golfo de Honduras; al este, con el Golfo de Honduras y la República de Honduras; al sur, con La República de Honduras y el Municipio de Morales (Izabal); al oeste, con los Municipios de Morales y Livingston (Izabal).

Coordenadas

La cabecera departamental (Puerto Barrios) se encuentra localizada en las coordenadas: coordenadas: Latitud 15°44'06" (quince grados cuarenta y cuatro minutos, seis segundos), longitud 88°36'17" (ochenta y ocho grados treinta y seis minutos, diecisiete segundos).

Los servicios que la Municipalidad presta son dirigidos a la población en general del municipio de Puerto Barrios incluidos entre ellos el casco urbano, aldeas, barrios y caseríos. Los escenarios principales de sus apariciones públicas son principalmente en las inauguraciones de las construcciones de infraestructura, eventos sociales y culturales.

Actualmente, la Municipalidad no cuenta con un departamento que gestione y diseñe sus soportes de comunicación y que la comunique a la comunidad.

Imagen institucional

Sistema de las comunicaciones:

La Municipalidad de Puerto Barrios es llamada comúnmente "La Muni", como en muchos otros lugares. Su logotipo contiene imágenes relacionadas con el puerto. Las principales actividades comerciales que se realizan en el puerto se detallan en la imagen mostrada en esta página.



Los objetos y soportes promocionales son principalmente los rótulos de metal, mantas vinílicas y carteles colocados en la entrada principal del edificio de la Municipalidad.

Actualmente, la Municipalidad no cuenta con un departamento que gestione y diseñe sus soportes de comunicación. Por ello, es necesario crear una imagen institucional que la identifique y se integre a la campaña de comunicación para dar a conocer a los habitantes las diferentes actividades que esta desarrolla.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO PARA LA ADMINISTRACIÓN, OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL SERVICIO DE RECOLECCIÓN Y DISPOSICIÓN DE BASURA DE LA MUNICIPALIDAD DE PUERTO BARRIOS DEL DEPARTAMENTO DE IZABAL

ACUERDA:

Aprobar el Manual de Procedimiento para la Administración, Operación y Mantenimiento del Servicio de Recolección y Disposición de Basura de la Municipalidad de Puerto Barrios Departamento de Izabal de la siguiente manera:

I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º. La Municipalidad es la encargada de administrar, operar y mantener en forma adecuada y optima el Sistema de Recolección y Disposición de Basura, cumpliendo y velando porque se cumpla con todo lo estipulado en el reglamento para el servicio. Es además, la obligada a garantizar el funcionamiento eficiente, cómodo, continuo e higiénico, con la participación y apoyo de la población.

Artículo 2º. La Municipalidad procurará la capacitación permanente del personal encargado del servicio de acuerdo a sus políticas, procedimientos y capacidad financiera, pudiendo para el efecto solicitar la asesoría y asistencia de instituciones especializadas.

Artículo 3º. La Municipalidad, con la participación del personal, realizará actividades de promoción y utilización del servicio, con la finalidad de procurar cobertura y el uso racional del mismo.

II. DE LA ORGANIZACIÓN Y ATRIBUCIONES DEL PERSONAL

Artículo 4º. Es necesario el establecimiento de las atribuciones del personal encargado del servicio para el buen funcionamiento del sistema y la prestación regular del servicio.

Artículo 5º. Se establece como atribuciones del Director de la Administración Financiera Municipal, además de las contenidas en el Código Municipal, las siguientes:

5.1 Ejecutar el presupuesto específico de ingresos y egresos del servicio, velando por la correcta aplicación y oportuna recaudación de las tasas establecidas.

5.2 Llevar el registro analítico del activo fijo para uso del servicio.

5.3 Recibir por parte del administrador o encargado del servicio el monto de las tasas recaudadas mensualmente de conformidad con los talonarios emitidos para el efecto.

5.4 Informar mensualmente al alcalde sobre la situación financiera del servicio, dando a conocer si las tasas cubren los costos de funcionamiento del servicio, en caso contrario gestionar la aplicación de los correctivos correspondientes.

Artículo 6º. El Administrador o Encargado del Servicio velará, juntamente con el Alcalde, porque la prestación del servicio se haga en forma eficiente y por la correcta aplicación del presente reglamento. Sus atribuciones son:

6.1 Recibir las solicitudes del servicio, analizar la factibilidad de concederlo y autorizarlo de acuerdo a la categoría correspondiente y a las rutas establecidas.

6.2 Efectuar la apertura y operación de tarjetas de cuenta corriente por cada suscriptor.

6.3 Controlar y dirigir el cobro de las tasas por servicio.

6.4 Determinar las rutas y paradas del servicio de conformidad con el número de suscriptores.

6.5 Organizar el horario de labores del personal.

6.6 Rendir informe mensual a la Tesorería Municipal sobre el gasto de combustible, mantenimiento de vehículos y otros implementos utilizados en el servicio.

6.10 Participar directamente en las campañas de promoción que efectúe la Municipalidad y organizarlas por propia iniciativa, con la autorización correspondiente.

REGLAMENTO PARA LA ADMINISTRACIÓN, OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL SERVICIO DE RECOLECCIÓN Y DISPOSICIÓN DE BASURA DE LA MUNICIPALIDAD DE PUERTO BARRIOS DEL DEPARTAMENTO DE IZABAL

I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º. La Municipalidad de Puerto Barrios, del Departamento de Izabal, es propietaria de los bienes presentes y futuros del servicio municipal de recolección y disposición.

Artículo 2º. La recolección de basura es un servicio de carácter público que tiene como propósito la recolección ordenada y sanitaria de desechos sólidos y el transporte hacia los lugares destinados específicamente por la Municipalidad para la disposición final, de conformidad con las normas establecidas por el Código de Salud y demás leyes relacionadas.

V. PROHIBICIONES Y SANCIONES

Artículo 17º. Para la prestación regular del servicio, la conservación del medio ambiente y preservación de la salud del vecindario, se prohíbe:

- 17.1 El almacenamiento de desechos en la vía pública o en lugares no autorizados para tal fin.
- 17.3 Arrojar basura y otros desperdicios en calles, plazas o cualquier otro sitio que no sea expresamente destinado para este fin.
- 17.4 Ensuciar calles, plazas o centros públicos, satisfaciendo necesidades corporales que afecten la limpieza y ornato de la ciudad.





Foto:Analy Corado

Según el estudio realizado por FADES Programa de Apoyo al Proceso de Descentralización (Aprodesc) en el 2005 sobre la situación general en Puerto Barrios, se pudo determinar la siguiente información.

GRUPO OBJETIVO

PERFIL DEMOGRÁFICO

Edad: Jóvenes de 15 a 30 años
Género: Femenino y masculino
Nacionalidad: Guatemalteca
Educación: Nivel medio en adelante
Estado civil: Sin preferencia
Ocupación: Sin preferencia
Religión: Sin preferencia
Idioma: Español
Clase Social: Media baja, media, media alta y alta

PERFIL GEOGRÁFICO

Región: Puerto Barrios, Izabal
Población: 81,078 habitantes aproximadamente
Urbana: 48,581
Rural: 32,497
Clima: Cálido, tropical con fuertes lluvias durante el invierno.
Cultural: Alfabetismo: 82.1% ,analfabetismo: 19.5%
Lenguas que se hablan en el municipio:
1 Maya (Q'eqch'): 4,871
2 Xinca: 34
3 Garífuna: 2,340
4 Español: 73,561
Otros: 272
Religión: Católica 60%, evangélica 30% y otros 10%
Comunicaciones y transporte
Radios: 7
Vías Férreas: 1 (La FEGUA)
Carreteras: 1 (Carretera al Atlántico)
Puertos: 2 (Puerto Barrios y Puerto. Santo Tomás de Castilla)
Vías de transporte: Terrestre, acuático y aéreo
Aeropuertos: 1



Foto:Analy Corado



Fotografías: Anly Corado



Perfil psicográfico

Perfil psicográfico

El estilo de vida: Entre los jóvenes habitantes de Puerto Barrios, se puede percibir un ambiente bastante tranquilo; hogares de una impactante comunidad garífuna que enriquece las calles con su inconfundible folclore. Dicha comunidad tiene ascendencia afro-caribeña y su cultura se viste de danzas y rituales acompañados de la exquisita música producida por instrumentos elaborados por la comunidad, provenientes de la región y elaborados de materiales naturales. Entre sus instrumentos hay: tambores, caracoles y corazas de tortugas para producir sonidos muy particulares. Los pobladores disfrutan mucho de los sitios turísticos y de la música regional, debido a una ubicación tan privilegiada que les permite acercarse a la bahía y disfrutar de un ambiente caribeño donde destacan los ritmos tropicales y alegres.

Personalidad: La conducta extrovertida y sumamente alegre define por mucho la conducta de los pobladores de la “Tierra de Dios”; la gente es cordial y de buenas intenciones. La forma de comunicarse entre los jóvenes es muy característica de la región, utilizan en su léxico común del guatemalteco el “vos” en el tratamiento de segunda persona. Estos se sienten muy cómodos con esta forma de comunicarse, el término “tú” no es muy común. Otra de las características de los pobladores es que son muy orgullosos de su lugar de origen; se llaman así mismos “puro Q-18”, que es el número de orden de cédula para este municipio.



Actividades: La comunidad porteña se dedica, en su mayoría, a las actividades pesqueras, al comercio portuario y al comercio ambulante. Sus recursos económicos son obtenidos generalmente por dichas actividades y en el caso de los pobladores de los grupos étnicos como Garífuna y Q'eqchí se dedican al cultivo de sus tierras, a la elaboración de artesanías y a la pesca. Los jóvenes que pertenecen a estos grupos étnicos no siempre llegan a cursar el nivel medio de escolaridad. El entretenimiento consiste mucho en la vida nocturna cada fin de semana. La mayoría de jóvenes visita las discotecas, los parques y diferentes sitios naturales de la región. Gustan de la música regional y ritmos tropicales, reggae y reggaetón. Cada año participan de la feria patronal en honor al Sagrado Corazón de Jesús que se realiza del 19 al 24 de julio así como la elección de Flor de la Feria, desfiles hípicas, jaripeos, bailes y actividades deportivas.

Valores: Las convicciones que definen a este grupo objetivo es que son en su mayoría nacionalistas y conservadores, ya que no son fáciles de persuadir.

Cultura visual: Entre los diferentes medios publicitarios, predominan imágenes con ambientes tropicales; los textos generalmente son cortos y nativos de la región; la tipografía es muy variada y mixta, sobresale la de tipo molde sin serif. Normalmente se puede ver saturación de elementos y utilizan variedad de colores vivos y tropicales. Actualmente cuentan con pintores artesanales que elaboran publicidad para pequeños negocios y tiendas de conveniencia.

A los jóvenes porteños, les gusta visitar los diferentes sitios turísticos de la región. Durante el fin de semana el entretenimiento para muchos es visitar el centro comercial, comer fuera y por las noches visitar las discotecas. El domingo es el día que se comparte en familia. Es muy común ver, por las tardes, a las familias a las orillas del Malecón y, por las noches, a los jóvenes quienes se reúnen en grandes cantidades. Ver televisión y escuchar música es otro de sus entretenimientos. Entre los canales nacionales más populares están el Guatevisión, Canal 3 y Canal 7. Hay un canal de Puerto Barrios que se transmite a través del cable en el Canal 9. En este, se transmiten los acontecimientos importantes y las noticias de la región llamado NOTIZA; los canales el cable se prefieren las emisoras del Sony, Warner, Canal de las Estrellas, TNT, Discovery Chanel, Htv y Telehit.



CAPÍTULO 3

Concepto de diseño y bocetos

Este análisis tiene el propósito de dar a esta investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar la problemática expuesta. La investigación no trata simplemente de extraer párrafos de libros y de fuentes informativas para enlistarlos dentro un marco conceptual, significa revisar en detalle las fuentes de información que pueden resultar útiles en el análisis del tema.

Estos conceptos son el fundamento o la base que llevará a conclusiones verdaderas y útiles en la práctica.

Es a partir de aquí que el marco teórico refleja un estilo interpretativo, crítico, y reflexivo que fundamenta la dimensión social, funcional, estética y ética en base a los objetivos.

LA CONTAMINACIÓN

Puerto Barrios es llamada “La Tierra de Dios”, sin embargo esta deja de ser el paraíso que todos nos imaginamos al ver como uno de sus pocos atractivos locales, El Malecón, se deteriora. Este ha sido, por años, el parque donde los jóvenes de distintas generaciones han frecuentado los fines de semana.

Es deprimente y lamentable, observar como día a día se acaba con este sitio, ensuciándolo sin conciencia ni remordimiento. Los habitantes de esta ciudad portuaria no se dan cuenta de que con su actuar y desinterés destruyen la “Tierra de Dios”, su irresponsabilidad va haciendo, de él, un lugar indeseable.

El valor de la responsabilidad comienza en cada uno. Las autoridades deben contribuir generando los mecanismos adecuados para mantener limpio este parque, el Malecón, y cambiar el círculo vicioso de insalubridad y mala imagen que se da a los visitantes.

Al observar el entorno del Malecón, sin ser expertos en el tema, cualquiera puede observar que existe un problema de contaminación por residuos sólidos. Este consiste en que los visitantes tiran, sobre la vía pública y el mar, todo el material. Según Vanessa Joaquín Bolaños, autora del texto “Análisis de suelos”, “La contaminación del suelo es el desequilibrio físico, químico o biológico del suelo, debido principalmente al inadecuado manejo de residuos sólidos y líquidos”.

Según la definición del Merriam-Webster Online Dictionary: “La contaminación es la introducción de un contaminante dentro de un ambiente natural que causa inestabilidad, desorden, daño o malestar en un ecosistema, en el medio físico o en un ser vivo”.

Existen varios orígenes de los residuos contaminantes, pero el que aquí afecta particularmente es el de origen comercial, que proviene de ventas ambulantes, oficinas, tiendas, eventos especiales o simplemente reuniones de grupos informales. La clasificación de residuos puede ser: orgánicos, cuyo desecho es de origen biológico, ejemplo cáscaras de frutas, residuos de alimentos, etc. Los residuos inorgánicos son todos los desechos de origen no biológico, cuyo proceso no es natural, por ejemplo plásticos, latas, envases de vidrio, telas sintéticas, etc. Ambas clasificaciones de residuos contaminan el ambiente y la imagen de nuestro Malecón.

Durante la entrevista con la licenciada Rosario Miranda, jefa del Departamento de Gestión Ambiental Portuaria en EMPORNAC, dio a conocer que la contaminación es un problema de crecimiento acelerado, que afecta tanto al medio ambiente como a la salud, el cual necesita de intervención integral e inmediata para el desarrollo ambiental sostenible del Puerto.

CULTURA PORTEÑA

La contaminación del malecón es un problema cultural y la poca o nula educación ambiental, cuyo ciclo vicioso ha iniciado en el hogar, a temprana edad, en cada individuo. La poca orientación ambiental por parte de nuestros padres y maestros de escuela es un problema latente que condena a cometer los mismos errores generación tras generación. A pesar de los esfuerzos que han hecho la Municipalidad y el Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT-- en el mejoramiento de la infraestructura del Malecón ubicando depósitos de basura, el problema no ha disminuido. Debe existir una orientación pedagógica de gran alcance, incluyendo la concienciación y adiestramiento que sirvan de complemento a otros instrumentos del manejo ambiental. La capacidad de inducir una acción positiva a un ser humano, derivado de la participación activa en la solución de problemas ambientales que coadyuven al rescate ambiental en un espacio específico.

Según el Consejo Nacional de Áreas Protegidas –CONAP- la conservación es la utilización de la biosfera por el ser humano, de tal suerte que produzca el mayor y sostenido beneficio para las generaciones actuales, pero manteniendo la cantidad de los recursos potencialidad para satisfacer las necesidades y las aspiraciones de las generaciones futuras; la restauración es el manejo de las poblaciones o ecosistemas, orientado a recuperar un equilibrio estable y sus procesos naturales.

Los recursos naturales son susceptibles a ser aprovechados en beneficio del hombre y son clasificados en renovables, que pueden ser conservados o renovados continuamente mediante su explotación racional y los que no son renovables, que son aquellos cuya explotación conlleva su extinción. Uno de los recursos naturales que más se ve afectado por el problema es la costa marítima, cuya extensión litoral y marítima corresponde al país según el Derecho Internacional reconocido por Guatemala con el nombre de Bahía de Amatique. Aquí actualmente, hubo una sucesión ecológica que consiste en un proceso ordenado de los cambios de la comunidad, que son direccionales, y por lo tanto predecibles, cuyo resultado proviene de la modificación del ambiente físico por la comunidad misma como lo es la construcción del Malecón sobre esta área. Esto provoca un impacto ambiental por la acción que produce una alteración en el medio o en algunos de los componentes del medio cuyo efecto ambiental consiste en la modificación neta (positiva o negativa) de la calidad del medio ambiente, incluidos los ecosistemas de que depende el hombre. El problema que se genera en este lugar puede cambiarse si se da un manejo adecuado que incluya una serie de estrategias tácticas y técnicas que sean ejecutadas por las políticas y objetivos de las áreas protegidas y no protegidas, de poblaciones o ecosistemas en general, con el fin de conservar el medio ambiente y darle un uso sostenido que consiste en hacer uso de los recursos naturales renovables en forma continua e indefinida, sin menoscabo de los mismos en calidad y cantidad.

Se entiende que medio ambiente es todo lo que afecta a un ser vivo y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en su vida (2); y por ecosistema, al sistema natural que está formado por un conjunto de organismos vivos y el medio físicos donde se relacionan. Un ecosistema es una unidad compuesta de organismos interdependientes que comparten el mismo hábitat.(3)

2 <http://es.wikipedia.org/wiki/ecolog%C3%ADa>

3 Christopherson, RW (1996) 123:12

DISEÑO GRÁFICO

La capacidad de diseñar no es innata, sino que se adquiere mediante la práctica y la reflexión. Para explotar esa potencia son necesarias la educación superior y la práctica, ya que es muy difícil adquirirla por la intuición. La creatividad, la innovación y el pensamiento lateral son habilidades clave para el desempeño laboral del diseñador gráfico.

El rol que cumple el diseñador gráfico en el proceso de comunicación es el de codificador o intérprete del mensaje (4). El diseñador gráfico profesional trabaja en la interpretación, ordenamiento y presentación de los mensajes visuales. Este trabajo tiene que ver con la planificación y estructuración del mensaje, con su producción y evaluación. El trabajo de diseño parte siempre de una demanda del cliente, demanda que acaba por establecerse lingüísticamente, ya sea de manera oral o escrita. Es decir que el diseño gráfico transforma un mensaje lingüístico en una manifestación gráfica.

A diferencia de la educación media o un técnico, el diseñador profesional es a menudo un coordinador de varias disciplinas que contribuyen a la producción del mensaje visual. Así, coordina su investigación, concepción y realización, haciendo uso de información o de especialistas de acuerdo con los requerimientos de los diferentes proyectos.

El profesional del diseño gráfico es un especialista en comunicaciones visuales y su trabajo se relaciona con todos los pasos del proceso comunicacional, en cuyo contexto, la acción de crear un objeto visual es sólo un aspecto de ese proceso. Este proceso incluye los siguientes aspectos:

Definición del problema.

Determinación de objetivos.

Concepción de estrategia comunicacional.

Visualización.

Programación de producción.

Supervisión de producción.

Evaluación.

Este proceso requiere que el diseñador posea un conocimiento íntimo de las áreas de:

Comunicación visual, comunicación, percepción visual, administración de recursos económicos y humanos, tecnología, medios de producción y reproducción y técnicas de evaluación.

De acuerdo con la gravedad del asunto en cuestión, se hace necesaria la transmisión de un mensaje que promueva la minimización de la contaminación en dicha área. El diseño gráfico juega un papel muy importante para transmitir este mensaje. Según la enciclopedia en línea, Wikipedia, el Diseño Gráfico es una profesión cuya actividad es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos o grupos sociales determinados.

La comunicación visual es transmitida de una manera escrita o gráfica en la que el emisor se encuentra ausente y el mensaje visual se produce por medio de mensajes que actúan sobre nuestros sentidos visuales.

La descomposición del mensaje se puede dividir en dos partes: la primera es la información sobre la contaminación, que lleva consigo el mensaje y la segunda es el soporte visual que consiste en el conjunto de los elementos gráficos que hacen más comprensible el mensaje. Todas esas partes se toman en consideración y son analizadas, para poder ser utilizadas con la mayor coherencia respecto al mensaje que se quiere transmitir a los jóvenes, para obtener los resultados esperados. Es necesario el desarrollo de una campaña publicitaria para promover el mensaje con el objetivo fundamental de aumentar la conciencia social en los jóvenes a través de diferentes medios de comunicación para obtener la compensación prefijada.

La promoción de la campaña se desarrollará mediante la utilización de medios alternativos ya que por su fácil accesibilidad, frecuencia, flexibilidad geográfica, bajo costo y mayor impacto masivo, los cuales resultan ser muy eficaces tales como las redes sociales que podrán ser enviados específicamente al grupo objetivo. Actualmente, las redes sociales son muy populares y utilizadas por el grupo objetivo. Facebook es una herramienta ideal para lograr ubicar el mensaje en la mente de los jóvenes debido a que los usuarios se encuentran conectados por largas horas durante el día y el mensaje puede ser transmitido de forma directa y continua.

La utilización de medios masivos juega un papel muy importante en la ejecución de esta campaña. Estos medios son recibidos simultáneamente por una gran audiencia con la finalidad de informar al público a través de los sentidos y ayudan a formar la imaginación social. Los mensajes por estos medios llegan a las personas a través de la vista (imágenes). La valla monoposte es utilizada en lugares amplios o en ausencia de muro. Se trata de una valla soportada por un solo pie en este caso de baja altura; cuenta con varias características que la hacen ser muy útil para transmitir mensajes tales como recordatorios. Es un excelente medio para introducir mensajes debido a la gran repetición que se tiene y esto influye en el grupo objetivo para fijar el mensaje en la mente del público local; es un medio que se exhibe las 24 horas del día.

Los MUPI (Mueble Urbano para la Presentación de Información) podrán ser excelentes medios de comunicación ya que podrán ser utilizados sobre la avenida principal que suele ser un lugar de alto tráfico peatonal y motorizado del grupo objetivo.

Otro aspecto importante en esta campaña es el diseño de un stand promocional sobre la campaña para incentivar a los jóvenes en participar en dicha actividad ambiental otorgándoles un souvenir que contenga el mensaje. Así mismo, la colocación de boyas flotantes ancladas en el mar sobre la orilla del Malecón, con mensajes que les recuerden a los jóvenes que la bahía forma parte importante del Malecón y por lo tanto deben mantenerla limpia.

El Malecón es una de las atracciones turísticas más hermosas con las que cuenta Puerto Barrios, es deber de todos contribuir con el medio ambiente para conservar sus bellezas de naturales y ayudar a mantenerlo libre de contaminación. Unidos los pobladores pueden hacer la diferencia para que este recurso natural se conserve y lo puedan disfrutar las generaciones del presente y las del futuro.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

OBJETIVOS	ESTRATEGIA	TÁCTICA
<p>Desarrollar una campaña educativa que promueva la conciencia colectiva de los pobladores, para que depositen la basura en su lugar y contribuir a la disminución de contaminación por desechos sólidos en el Malecón de Puerto Barrios.</p>	<p>Llevar a cabo la promoción de la campaña en El Malecón, principalmente durante los fines de semana ya que son los días de mayor aglomeración.</p>	<p>Diseñar un circuito de vallas y mupies para colocarlas a lo largo del Malecón y calles principales y de mayor fluidez del grupo objetivo.</p>
<p>Específicos:</p> <p>De comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar una estrategia de comunicación integral que promueva la educación ambiental para un mejor manejo de desechos sólidos. 	<p>Diseñar, instrumentar e implementar una campaña publicitaria, basada en medios de comunicación alternativos.</p>	<p>Colocar un stand promocional donde se proporcione materiales alternativos a los componentes del grupo objetivo, así como banners, playeras y pulseras para que las puedan portar y que a la vez, sean ellos mismos los que transmitan el mensaje en su círculo social.</p>
<p>De diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar material gráfico para medios masivos y promocionales que promuevan el valor intangible que poseen los recursos naturales de la comunidad de Puerto Barrios. 	<p>Promocionar la campaña por medio de diferentes actividades que involucren al grupo objetivo e incentiven a contribuir con el medio ambiente.</p>	<p>Reclutar al equipo de promoción y establecer los lineamientos para llevar a cabo actividades como la recolección de basura, en sectores determinados, por un grupo social.</p> <p>Invitar a la población a que se informen en el stand promocional sobre el movimiento y cuáles son sus fines.</p>

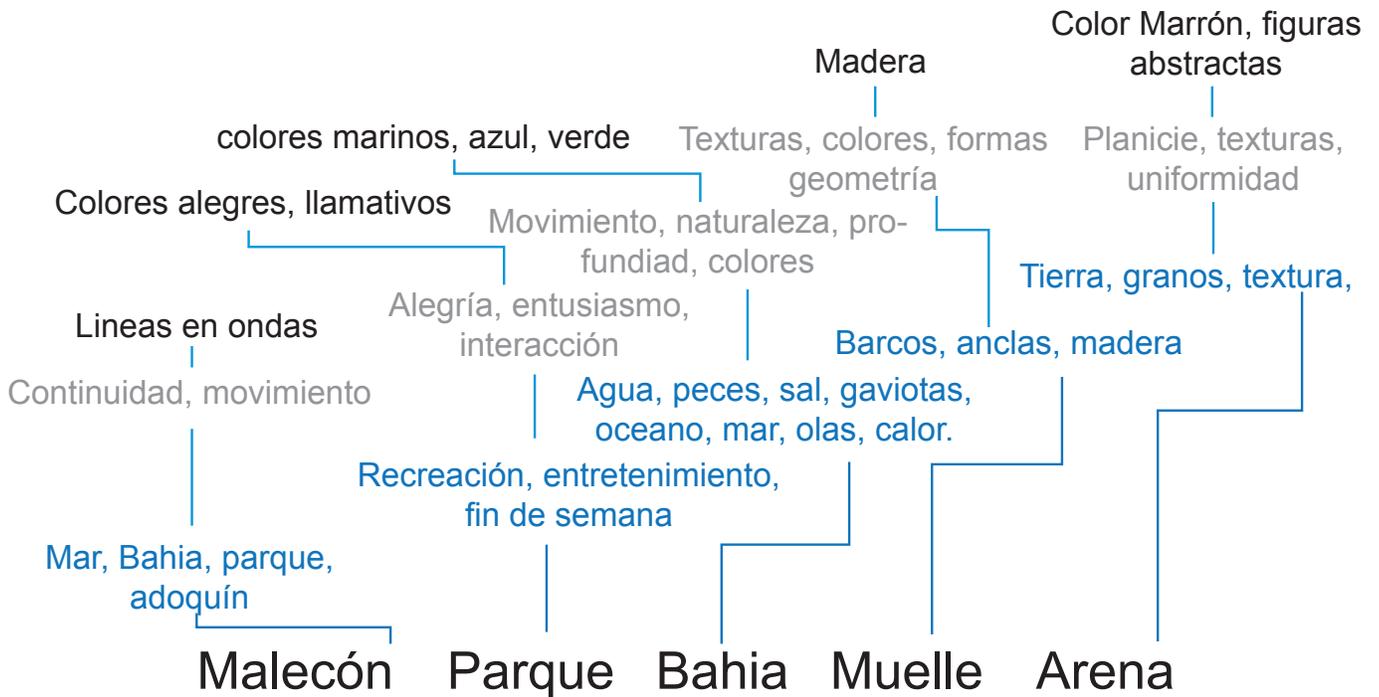
Mapa mental:

Es un diagrama que se construye de manera personal utilizando palabras clave, colores, lógica, ritmo visual, números e imágenes. El mapa mental reúne los puntos importantes de un tema e indica de forma sencilla la manera en que estos se relacionan entre sí. "Un mapa mental consta de una palabra central o concepto, en torno a la palabra central se dibujan de 5 a 10 ideas principales. Entonces a partir de cada palabra derivada, se dibuja a su vez de 5 a 10 ideas que se refieren a cada una de esas palabras" (5).



Boceto de la conceptualización de la idea, utilizando como instrumento el Mapa Mental, todo esto basado en la investigación y el propio conocimiento cultural.

CONCEPTO CREATIVO



Identidad





Palabras claves

I Fase:
Malecón
Cultura
Parque
Bahía
Muelle
Municipalidad
Juventud
Basura
Contaminación
Puerto
Entretenimiento

II Fase:
Malecón
Jóvenes
Basura
Contaminación
Cultura

Selección del concepto final

No llenes de basura el malecón
Deposita la basura en su lugar (Así de simple)
Jóvenes unidos por el malecón
Identidad por el Malecón
Mi cultura es limpia
La Basura no es mi amiga
Responsabilidad, el mejor camino
Basura: No la ignores
Responsabilidad porteña

Conceptos:

Acumulación: Se busca mostrar el problema potencial, para que el mensaje sea más directo.

Accionar: Pretende provocar la acción positiva del receptor.

Trabajo en equipo: Pretende que el grupo objetivo trabajen en conjunto para ayudar a minimizar el problema.

Identidad: Basado en la cultura del grupo objetivo, será mas fácil persuadir al grupo objetivo.

Limpieza: Consiste mostrar el hábito de la limpieza como algo positivo.

Amistad: Busca mostrar a través de la amistad un sentimiento hacia el Malecón.

Direccionalidad: Consiste en dirigir hacia una solución positiva para mejorar el problema.

Indiferencia: Demuestra el problema en sí, el lado negativo del problema.

Responsabilidad: Pretende recalcar que el problema es responsabilidad de cada habitante.

1er. NIVEL DE BOCETAJE

Luego de llevarse a cabo la técnica del mapa mental para pensar, de la lluvia de ideas y finalmente llegar a un titular, se inicia la elaboración de la conceptualización gráfica.

		Principios a evaluar en el diseño /10 pts.												
Nombre de la versión		Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Diagramación	Diseño tipográfico	Uso de color	Resultado/100		
Opción	1	Acumulación	3	5	6	7	5	8	9	7	7	6	63	
	2	Accionar	8	8	7	9	8	10	7	6	6	5	74	✓
	3	Trabajo en equipo	4	5	6	4	3	2	6	5	3	7	45	
	4	Identidad	9	9	8	8	9	8	9	9	8	9	86	✓
	5	Limpieza	4	7	6	5	8	5	4	3	5	3	50	
	6	Amistad	2	3	5	4	3	3	4	3	2	5	34	
	7	Direccionalidad	2	4	7	3	6	5	8	7	8	6	56	✓
	8	Indiferencia	4	6	3	5	5	4	3	6	8	6	50	
	9	Responsabilidad	5	5	4	6	7	4	8	4	6	3	52	

Accionar 74
 Identidad 86
 Direccionalidad 56

En este nivel de bocetaje se realizaron nueve propuestas de conceptos creativos, luego se realizó una auto evaluación para seleccionar los tres conceptos más funcionales para las propuestas.

En el segundo nivel de bocetaje se proponen tres propuestas gráficas por cada concepto creativo autoseleccionados:

Concepto Accionar



Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3

Para esta propuesta se utilizó el símbolo "Tidyman", una figura humana que deposita un residuo en una papelera, indica al consumidor que se responsabilice de deshacerse del mismo en un lugar adecuado.

Lo que se pretende con esta idea es generar una acción específica en el grupo objetivo, de una manera simple y clara.

Concepto Identidad



Propuesta 4

En esta propuesta se utilizó frases e imágenes que identificaran al grupo objetivo. Lo que se pretende con esta idea es provocar un sentimiento de conciencia al sentirse identificados con el entorno.



Propuesta 5



Propuesta 6

Concepto Acumulación



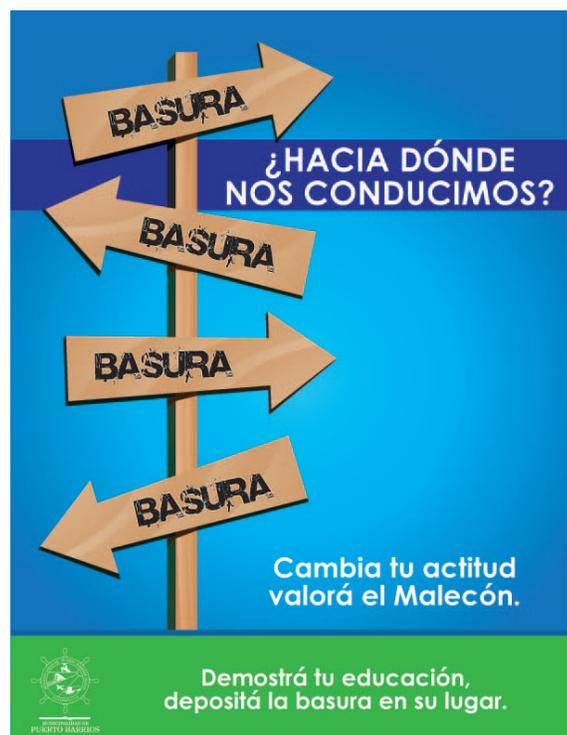
¿Te es indiferente?

Demostrá tu educación, depositá la basura en su lugar.

Logo: INSTITUTO DE PUERTO BARRIOS

This advertisement features a split image. The left side shows a dark, cluttered area with bags of trash. The right side shows a clean, paved promenade (Malecón) with a ship in the background. The text asks '¿Te es indiferente?' (Are you indifferent?) and encourages proper waste disposal.

Propuesta 7



¿HACIA DÓNDE NOS CONDUCCIMOS?

Cambia tu actitud, valorá el Malecón.

Demostrá tu educación, depositá la basura en su lugar.

Logo: INSTITUTO DE PUERTO BARRIOS

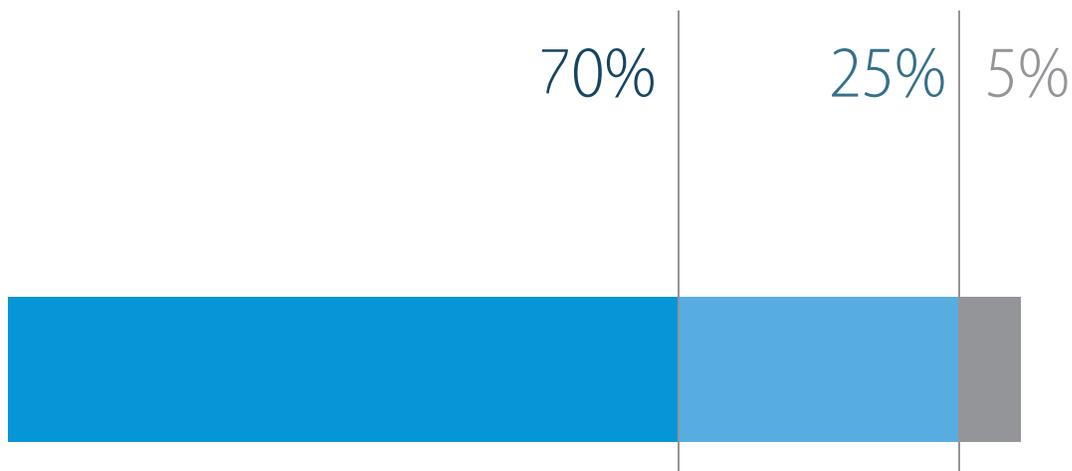
This advertisement shows a wooden signpost with four arrows pointing in different directions (up, down, left, right), each labeled 'BASURA' (trash). The text asks '¿HACIA DÓNDE NOS CONDUCCIMOS?' (Where are we heading?) and encourages a change in attitude towards the promenade.

Propuesta 8

Para esta propuesta se muestra el problema de una manera mas directa para persuadir al grupo objetivo y de esta forma obtener acciones positivas que ayuden a minimizar el problema.

Después de la realización de la autoevaluación y de resumir las propuestas presentadas anteriormente, se seleccionaron dos propuestas de los tres conceptos anteriores, durante la segunda fase de validación para comprobar la eficacia mediante un grupo focal con personas dentro del ámbito de diseño y publicidad.

Los participantes en la validación estuvieron comprendidas entre 20 y 30 años de edad, estudiantes del 10o. semestre de Diseño Gráfico y Publicidad quienes como conocedores del campo, dieron sus mejores opiniones para mejorar las piezas propuestas.



IDENTIDAD

El 70% de los participantes eligió la propuesta del concepto "identidad" como la mejor, ya que juega bastante bien con el entorno del lugar y las fotografías utilizadas pertenecen al contexto donde se plantea desarrollar la campaña.

ACCIONAR

El 25% de los participantes eligió la propuesta del concepto "accionar" ya que esta connota en sí la acción que se pretende persuadir en el grupo objetivo, sin embargo concluyeron en que la mejor opción es la de las fotografías.

INDECISOS

El otro 5% de los participantes estuvo a favor de ambas propuestas.

En el 3er. nivel de visualización de las propuestas de diseño, se presentan las piezas anteriormente corregidas.

Dichas piezas fueron presentadas al personal del Departamento Municipal de Planificación, para que expresen su opinión y resultados para la pieza gráfica final.



En el tercer nivel de visualización con los siguientes cambios; en la propuesta 3 no se realizó ningún tipo de cambio ya que el mensaje estaba bastante claro.

Propuesta 3

3er. NIVEL DE BOCETAJE

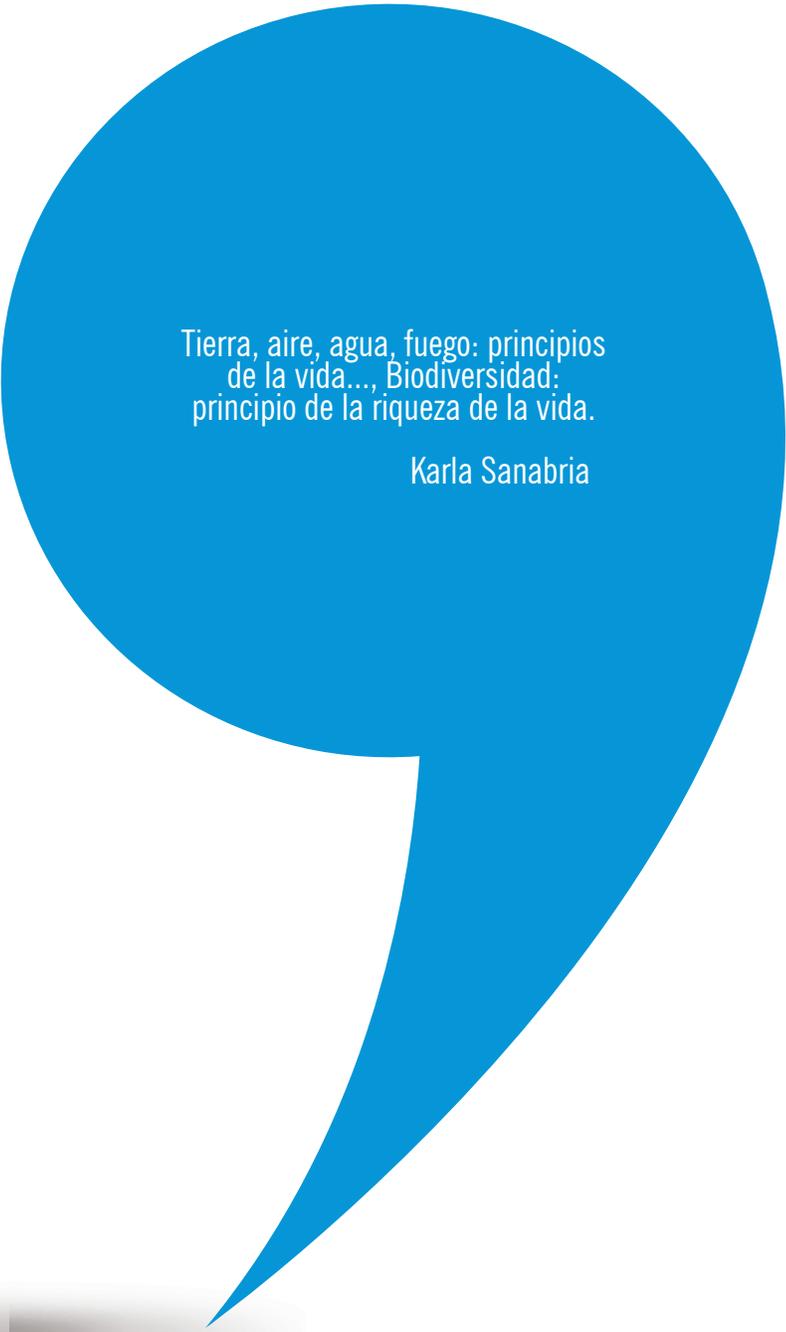
En la propuesta 5, se cambió la imagen de la madera por una donde su textura estuviera mejor definida. Se mejoró la fotografía principal donde se presenta al grupo objetivo y se hizo otra propuesta con tipografía tipo sin serif con textura para que el mensaje fuera más visible. Se agregó un cinchillo azul en la parte del cierre para que este resaltara.

Los colores y la composición de los elementos no tuvieron ningún cambio ya que se acoplaban dentro del concepto que se estaba manejando.

Los lazos sobre la madera se eliminaron ya que limitaban el espacio para el texto.



Propuesta 5



Tierra, aire, agua, fuego: principios
de la vida..., Biodiversidad:
principio de la riqueza de la vida.

Karla Sanabria



CAPÍTULO 4

Comprobación de la eficacia
y propuesta gráfica final

En este capítulo, se presentan los resultados de la comprobación de la eficacia de la propuesta gráfica. Dicha comprobación se realizó mediante dos grupos focales; el primero realizado el día 29 de septiembre de 09:30 a 10:35 horas, en las oficinas de la Municipalidad. El segundo grupo focal se realizó el día 30 de septiembre de 18:15 a 17:30 horas en la 16 Calle entre 5ª. y 6ª. Ave, Puerto Barrios, Izabal. En el primer grupo participaron 2 personas; en el segundo, 9 personas, 5 mujeres y 4 hombres.

Todas estas personas fueron una muestra del grupo objetivo constituido por estudiantes del nivel secundario y universitario.

FOCUS GROUP

El *focus group* (o grupo focal) es una técnica o manera de recolectar información necesaria para una determinada investigación, que consiste en reunir a un pequeño grupo de personas (generalmente de 6 a 12 personas) con el fin de entrevistarlas y generar una discusión en torno a las reacciones que producen los mensajes visuales utilizados en las piezas diseñadas para la campaña del proyecto de graduación.

El *focus group* es dirigido por un moderador que hace preguntas y genera la discusión en torno a las piezas diseñadas con la finalidad de que los participantes expresen ideas y sentimientos genuinos, el moderador es a la vez el que guía la entrevista, y evita que ésta se desvíe del tema en discusión.

Fue utilizada una encuesta como instrumento de recolección de información donde los participantes respondieron las preguntas cerradas de la propuesta que mejor les pareció, además se hicieron anotaciones puntuales sobre las reacciones y opiniones que tuvieron los participantes con las piezas. Luego se tomaron fotografías para justificar la reunión.

Pasos por seguir:

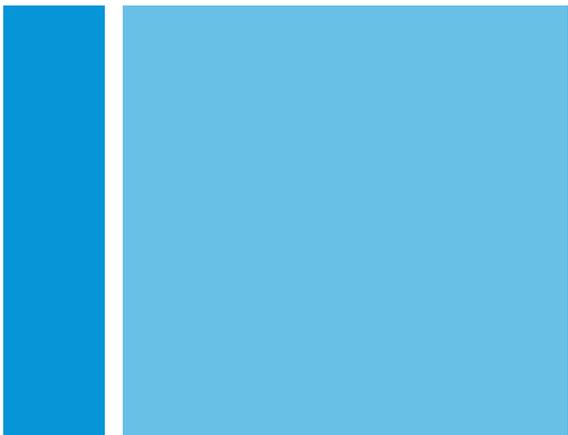
Se entrevistó a 11 personas, entre ellos el grupo objetivo y el cliente. Se expuso la necesidad de comunicación y diseño encontrada y la propuesta para solucionarlo. Luego se les explicaron los medios que se iban a usar como promoción de la campaña y se les mostraron las piezas para mupie, valla y la red social Facebook. Cada persona fue contestando la encuesta y al final se discutieron, en grupo, los aspectos relevantes que habían visto en las propuestas.

Perfil del infórmate:

Personas entre 18 y 22 años de edad; estudiantes; residentes en Puerto Barrios; con ingresos mínimos de mil quinientos quetzales al mes.

Además se contó con la participación de personal de la Dirección Municipal de Desarrollo y Relaciones Públicas de la Municipalidad; en un rango de edad entre 30 y 50 años; residentes en Puerto Barrios; con ingresos mínimos de cuatro mil quetzales al mes.

PARTICIPANTES DEL GRUPO FOCAL



Fotos: Anly Corado

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Elección de la propuesta:

Propuesta 1 y Propuesta 2

En esta pregunta el 100% de las personas se sintieron identificadas con la propuesta 1, debido a las fotografías.

1 ¿Le llama la atención y considera que son atractivas las piezas presentadas para minimizar la contaminación por generación de desechos sólidos en el Malecón?

Al preguntar si consideran atractivas las piezas de la campaña educativa, el 100% de las personas entrevistadas estuvo de acuerdo al responder que las piezas les parecían atractivas e interesantes y que llamaban su atención. Por lo tanto, se considera que las piezas diseñadas pueden funcionar positivamente en el grupo objetivo ya que les atrae suficientemente la atención como para leer e interpretar el mensaje de cada una de las piezas.

2 ¿Se siente identificado con las imágenes y los mensajes presentados y se considera parte de la solución?

Esta pregunta hace referencia al sentido de pertinencia e identificación que siente el grupo objetivo al ver a personas como ellos, participar en la campaña, ya que esto hace que las personas no sólo lean el mensaje si no que se sientan involucradas y reflexionen sobre el aporte que pueden brindar al medio ambiente. Al preguntarles si se sentían parte de la problemática, el 90% de los entrevistados respondió afirmativamente, y el 10% respondió lo contrario, diciendo que no contribuye a la solución de la problemática de contaminación.

3 Al ver estas imágenes, ¿realmente se siente responsable por la contaminación generada por desechos sólidos en el Malecón?

Esta pregunta hace referencia al impacto que causa el mensaje en las personas, con lo que se busca crear conciencia en el grupo objetivo y así lograr que las personas se responsabilicen por mantener su espacio libre de basura.

4 Luego de haber visto las piezas presentadas, ¿se siente motivado a contribuir con el medio ambiente depositando la basura en su lugar?

Al preguntar sobre la motivación que sienten al verse reflejados en las piezas y el aporte que le darían al medio ambiente, el 95% de las personas respondió estar de acuerdo con tomar acciones y ayudar a mantener limpio el Malecón.

5 ¿Cree que es importante para el cuidado del medio ambiente depositar la basura en su lugar?

Cuando hacemos esta pregunta, se busca determinar si el grupo objetivo tiene conocimiento sobre la importancia de cuidar el medio ambiente mediante la limpieza. El 75% dijo que no estaban informados sobre la magnitud del problema, ya que muchos no han recibido información a cerca del impacto que la basura causa en la naturaleza.

6 ¿Le llama la atención el diseño empleado en las piezas gráficas?

Al preguntarles a las personas si el diseño de las piezas les llamaba la atención, el 100% respondió que se sentían atraídos por las piezas al percatarse de que las fotos eran propias del lugar.

7 ¿Cree que es suficiente la información proporcionada en las piezas de diseño?

Esta pregunta hace referencia a la cantidad de información proporcionada en las piezas. El 100% dijo que era suficiente ya que entendían cuál era el problema y cuál era la solución para este.

8 ¿Considera que los colores y las texturas utilizadas en las piezas se relacionan con el tema?

En esta pregunta se busca determinar la identificación del grupo objetivo con los colores y las texturas empleados en las piezas. El 95% se sintió identificado ya que todos tienen el conocimiento de los colores de la bandera de Puerto Barrios, y, al mismo tiempo, respondieron que eran los colores que predominan en la naturaleza.

9 ¿Le parece atractivo y legible el tipo de letra utilizado en las piezas de diseño?

Cuando se hace esta pregunta se busca saber si las personas son atraídas y capaces de percibir y descifrar la información proporcionada en las piezas. El 90% respondió que eran capaces de leer la información sin ningún problema.

10 ¿Qué considera importante incluir en el diseño de las piezas?

Al preguntarles a las personas si consideraban importante incluir alguna otra información en las piezas. El 100% se mostró satisfecho con la información y las imágenes proporcionadas en las piezas.



Propuesta 1



Propuesta 2

En resumen, las opiniones expresadas durante la actividad fueron de gran ayuda. Los participantes sugirieron algunos cambios en los detalles de la pieza gráfica. Pero en general, las piezas presentadas obtuvieron una impresión positiva y aceptada por el grupo objetivo.

A dichas piezas gráficas, se les aplicaron las correcciones propuestas por el grupo focal para su completa aprobación.

Propuestas 1

- La forma del globo de texto se cambió de cuadrada a esférica y se integraron los colores verde y azul.
- El tipo de fuente se cambió por uno más juvenil y de trazo libre.
- Se elaboró otro logotipo para el malecón y cambio de posición.

SELECCIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

FUNDAMENTACIÓN



Con los resultados obtenidos en el proceso de validación realizados con el grupo objetivo, cliente y experto en el área, se realizaron cambios para mejorar la efectividad del diseño de las piezas para la campaña en el Malecón y de esta manera surgió la propuesta gráfica final.

Código lingüístico y tipográfico

En la elaboración de la pieza final, se seleccionó la tipografía adecuada, fotografías representativas de la juventud porteña que visita el Malecón; y se utilizó el siguiente argumento lingüístico:

Titular:

Tiene tres variaciones compuestas por tres personas gramaticales: “YO”, “VOS” Y “TODOS”, para lograr que el grupo objetivo se sienta identificado con el mensaje de una forma más directa.

En las lenguas del mundo la persona gramatical es un rasgo obligatoriamente expresado en el pronombre personal. En español hay tres personas, que tienen formas específicas para el singular y para el plural:

Singular

Primera persona Yo (del latín ego)

Segunda persona Tú (del latín tu), Vos, Usted

Tercera persona Él, Ella, Ello (del latín ille, illa, illud)

Plural

Primera persona Nosotros (del latín nos, plural de ego y el español otros)

Segunda persona Ustedes (modo formal en general y forma común en las Islas Canarias y en casi toda Latinoamérica), Vosotros (del latín vos, plural de tu, y el español otros).

Tercera persona Ellos, Ellas (plural de él y ella)

¿Por qué la utilización del pronombre vos para la segunda persona?

Voseo es una forma particular lingüística dentro de la lengua española en el que se hace uso del pronombre “vos” y de ciertas conjugaciones verbales particulares para dirigirse al interlocutor; en contraste con otras variantes de la lengua en que se emplea el pronombre “tú”. Se distinguen dos tipos de voseo, el voseo reverencial (o voseo clásico) y el voseo dialectal americano.

El voseo dialectal americano, no es reverencial, sino que denota familiaridad con el interlocutor en las regiones en las que se practica; el uso del “vos” en lugar del “tú” es uno de los fenómenos más característicos, extendidos y vigentes en casi toda América hispánica. En el dialecto hispanoamericano, en el español de Guatemala, la conjugación de voseo normalmente difiere de la tuteante tan solo en presente del modo indicativo, en el imperativo, el presente de subjuntivo y, en algunos casos, al pretérito de indicativo.

América Central es, de por sí, una región totalmente voseante. En el pasado, existía mucha estigmatización hacia este fenómeno. Hoy en día, en Guatemala el voseo es utilizado entre personas de las mismas generaciones y en casos por personas mayores hacia personas menores. En Guatemala, el voseo es tan dominante que incluso se utilizan las conjugaciones de “vos” para “tú” en el español oral, en la región de Puerto Barrios es bastante predominante este tipo de dialecto coloquial, el “tú” es considerado como un dialecto “capitalino” o extranjero.

Por otra parte, “tú” funciona como un intermedio entre “vos” y “usted”; mas sin embargo los habitantes no se sienten familiarizados con este termino. Es importante remarcar que, aunque en Guatemala el voseo domina al tuteo en el español oral, en la comunicación escrita se usa principalmente “tú” con sus respectivas conjugaciones verbales. Sin embargo, hoy en día, está empezando a introducirse el “vos” en la comunicación escrita, en publicidad donde se resalta la cultura “chapina”, cultura que nos identifica con la particular forma de comunicarnos.

ESTRUCTURA DEL MENSAJE

Titular: Frase con la cual se pretende captar la atención del grupo objetivo al sentirse identificado como parte de la misma y sus tres variaciones:

1. Yo soy el Malecón
2. Vos sos el Malecón
3. Todos somos el Malecón

Complemento: Texto que pretende concientizar a los jóvenes para hacer buen uso de los recursos naturales; y tres variaciones:

- 1 ...y lo aprovecho.
- 2 ...aprovechalo.
- 3 ...aprovechémoslo.

Cierre: Esta oración busca recalcar que la responsabilidad de depositar la basura en su lugar depende únicamente de ellos mismos; sus tres variaciones:

- 1 Mi basura, mi responsabilidad
- 2 Tu basura, tu responsabilidad
- 3 Nuestra basura, nuestra responsabilidad

Copi: Pretende generar la acción con la cual se busca minimizar el problema. Ayudá a mantener el Malecón limpio depositando la basura en su lugar.

La tipografía utilizada para el mensaje principal es de tipo “*handwriting*” o trazo a mano, la cual denota un carácter juvenil y natural, lo que ayuda mucho a llamar la atención del grupo objetivo.

El tipo de letra es Sebastian Font y sus variantes son:

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

La tipografía utilizada para el cierre y el copi será una palo seco para crear un balance entre lo juvenil y la seriedad del mensaje, así mismo para que la información sea lo suficientemente legible para el espectador.

Century Gotik: Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

CÓDIGO ICÓNICO

Fotografías

Se emplearán las fotografías como elementos principales. Estas contendrán jóvenes habitantes de la región en mismo entorno del Malecón para resaltar el área que esta siendo afectada por el problema y a la cual se pretende ayudar.

Fotografías de texturas de maderas, para crear un ambiente marítimo y tropical.



Lenguaje de comic

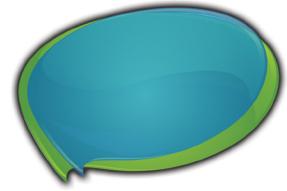
La utilización de globos textuales, con el fin de transmitir el mensaje a través de los jóvenes que integran el grupo objetivo. El texto contenido dentro del globo representa la imitación lingüística del mensaje que se quiere transmitir.

La forma circular que contiene el globo significa el movimiento, el cambio, lo absoluto, lo verdadero, ya que es un ciclo que se cierra y vuelve a continuar; la parte inferior esta compuesta por un vértice el cual indica quién transmite

Logotipos

Logotipos de la Municipalidad de Puerto Barrios, Dirección Municipal de Planificación y del Malecón como parte de la identificación institucional y del lugar.

Se diseñó un logotipo que represente el Malecón; el logotipo está constituido por los elementos más representativos del lugar como lo son el mar, las palmeras y la arena.



MUNICIPALIDAD DE
PUERTO BARRIOS

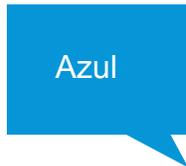


DIRECCIÓN MUNICIPAL
DE PLANIFICACIÓN



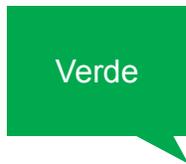
Pantone 2925 C

Azul



Pantone 355 C

Verde



Negro 100%

Negro



CÓDIGO CROMÁTICO

Además de ser uno de los colores representativos de la bandera de Puerto Barrios y de la Municipalidad; el azul representa el agua, elemento primordial que caracteriza al malecón, ya que este está ubicado sobre la orilla de la Bahía de Amatique.

El verde, otro color que se distingue las banderas. Este representa la naturaleza que rodea el entorno, es un color de gran equilibrio, porque está compuesto por los colores: el de la emoción (amarillo = cálido) y el del juicio (azul = frío) y significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud.

El color negro agrega carácter y significado al mensaje. En cuanto a las particularidades del negro, este estiliza y acerca, por la sobriedad que transmite

SELECCIÓN DE FOTOGRAFÍAS



Logo Malecón

Se elaboró un logotipo con el fin de que identificara el Malecón, el cual será utilizado en todas las piezas de la campaña.

El logotipo cuenta con las características principales del área siendo estas: horizonte, mar, arena o tierra y las palmeras.



PIEZAS FINALES

YO SOY EL MALECÓN

...¿ LO APROVECHO!

Mi basura, Mi responsabilidad.

Ayudá a mantener el Malecón limpio depositando la basura en su lugar.

MUNICIPALIDAD DE PUERTO BARRIOS
Dirección Municipal de Planificación

Síguenos en:

el MALECÓN

Detailed description: This advertisement features a man in a blue checkered shirt and sunglasses, pointing towards the camera. The background shows a beach with the ocean and a cloudy sky. The text is presented in a casual, handwritten style. Logos for the Municipality of Puerto Barrios and the Municipal Directorate of Planning are included, along with a Facebook social media link and the 'el MALECÓN' logo.

Versión Masculina en Primera Persona

YO SOY EL MALECÓN

...¿ LO APROVECHO!

Mi basura, Mi responsabilidad.

Ayudá a mantener el Malecón limpio depositando la basura en su lugar.

MUNICIPALIDAD DE PUERTO BARRIOS
Dirección Municipal de Planificación

Síguenos en:

el MALECÓN

Detailed description: This advertisement features two young girls, one in a blue tank top and one in a yellow t-shirt, smiling and looking towards the camera. The background is a blurred outdoor setting. The text is consistent with the male version. Logos for the Municipality of Puerto Barrios and the Municipal Directorate of Planning are included, along with a Facebook social media link and the 'el MALECÓN' logo.

Versión Femenina en Primera Persona

¡Nosotros
el
MALECÓN

...¡APROVECHALO!
Tu basura, tu responsabilidad.

Ayudá a mantener el Malecón limpio
depositando la basura en su lugar.

MUNICIPALIDAD DE
FUERTO BARRIOS

Dirección Municipal
de Planificación

el MALECÓN

Síguenos en:

Versión Grupal en Segunda Persona

¡Todos
somos
el
MALECÓN

...¡APROVECHEMOSLO!
Tu basura, tu responsabilidad.

Ayudá a mantener el Malecón limpio
depositando la basura en su lugar.

MUNICIPALIDAD DE
FUERTO BARRIOS

Dirección Municipal
de Planificación

el MALECÓN

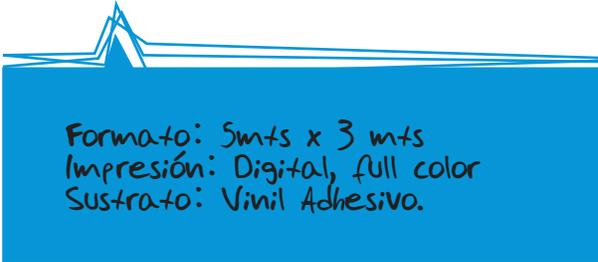
Síguenos en:

Versión Grupal en Cuarta Persona

Valla perimetral

Las vallas se utilizan extensamente debido a su gran tamaño. Pueden ser visibles desde un punto lejano, para permitir ver al conductor el contenido de lo que se está anunciando. Este medio será utilizado en las calles más transitadas por el grupo objetivo para promover la campaña. Se situarán en altas áreas de tráfico, por lo que serán visibles por la mayoría de personas que circulan por las zonas específicas.

Las vallas serán colocadas a lo largo de las zonas más transcurridas por el grupo objetivo, colocándolas en puntos estratégicos donde sean visibles para el público y que logren captar la atención.



Formato: 5mts x 3 mts
Impresión: Digital, full color
Sustrato: Vinil Adhesivo.

¡YO SOY EL MALECÓN

...¿ LO APROVECHO!

Mi basura, mi responsabilidad.

Ayudá a mantener el malecón limpio depositando la basura en su lugar.

Logo: MUNICIPIO DE PUERTO RICO, Dirección Municipal de Planificación, el MALECÓN, Seguimos en: [Facebook icon]

¡VOS SOS EL MALECÓN

...APROVECHALO!

Tu basura, tu responsabilidad.

Ayudá a mantener el malecón limpio depositando la basura en su lugar.

Logo: MUNICIPIO DE PUERTO RICO, Dirección Municipal de Planificación, el MALECÓN, Seguimos en: [Facebook icon]

¡TODOS SOMOS EL MALECÓN

...APROVECHEMOSLO!

Tu basura, tu responsabilidad.

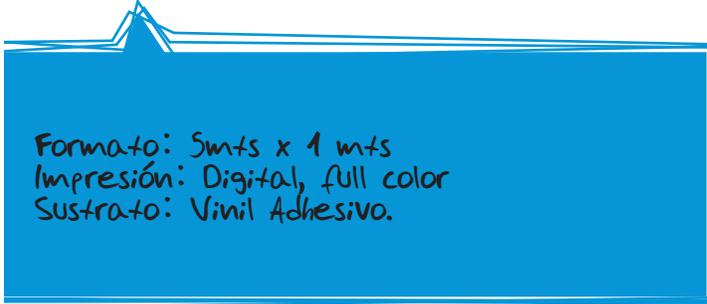
Ayudá a mantener el malecón limpio depositando la basura en su lugar.

Logo: MUNICIPIO DE PUERTO RICO, Dirección Municipal de Planificación, el MALECÓN, Seguimos en: [Facebook icon]



Mini valla

Las minivallas se encontrarán ubicadas a lo largo del Malecón, lo que las hará muy útiles ya serán vistas por todos los que transitan en dicho lugar, acoplándose perfectamente con el entorno de la campaña.



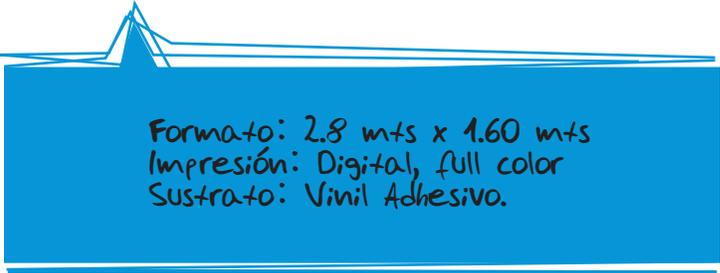
Formato: 5mts x 1 mt
Impresión: Digital, full color
Sustrato: Vinil Adhesivo.



Mupis

Este un medio es muy utilizado en las campañas ya que su exposición permite que el observador, mientras transita por el área perimetral, pueda observar detenidamente el contenido publicitario.

Los *mupis* serán ubicados a lo largo de la acera más transcurrida por el grupo objetivo; esto con el fin de causarle un impacto de una forma inesperada, al hacerle llegar mensajes motivadores mientras transita por la calle.



Formato: 2.8 mts x 1.60 mts
Impresión: Digital, full color
Sustrato: Vinil Adhesivo.

BANNER INFLABLE



Versión en Primera Persona



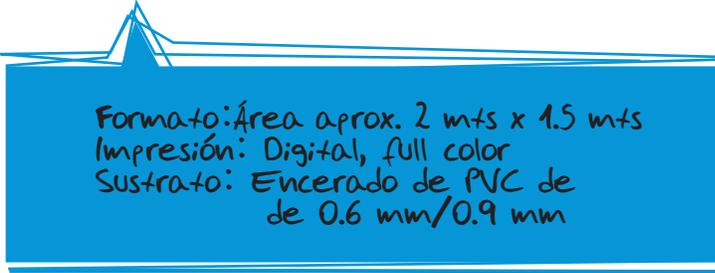
Versión en Segunda Persona



Versión en Cuarta Persona

Banner inflable

Es un elemento flotante, inflable y modular, cuyo fin es ser utilizado como soporte informativo en medios acuáticos, tiene las bases físicas de una boya marítima y el impacto visual de una valla publicitaria, su utilidad es como soporte informativo flotante para zonas acuáticas, estas permitirán la generación de nuevos e impactantes espacios para dar a conocer la campaña en el Malecón, al grupo objetivo, en el momento de arrojar la basura al mar.



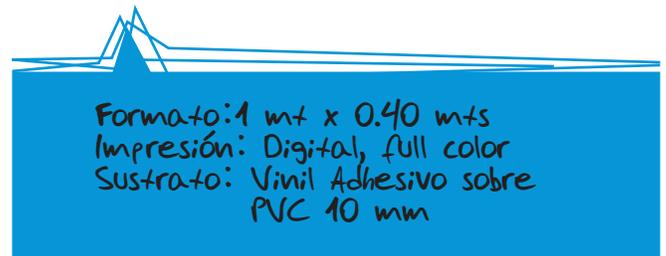
Formato: Área aprox. 2 mts x 1.5 mts
Impresión: Digital, full color
Sustrato: Encerado de PVC de
de 0.6 mm/0.9 mm

BANNER SOBRE CARRETILLA



Banner sobre carretilla

Se utilizarán las bicicletas de las ventas de las granizadas del Malecón, aprovechando la numerosa cantidad de estas que transitan a lo largo de la acera; es una alternativa innovadora en la vía pública. La visión a la altura de los ojos más su velocidad como vehículo harán que el número de impactos visuales sea numeroso, al no pasar inadvertidos por la atención que despiertan en los espectadores.



PÁGINA EN RED SOCIAL

www.facebook.com/YosoyelMalecon

facebook Buscar

YO SOY EL MALECÓN Me gusta

Puerto Barrios, Izabal

Información básica

Lugar: Puerto Barrios, Izabal, Guatemala.

Organizador: Municipalidad de Puerto Barrios, Izabal

Información: Todos somos el Malecón, aprovechemoslo.

Nuestra basura es nuestra responsabilidad, depositemos la basura en su lugar.

La campaña "Yo soy el Malecón" busca que los jóvenes porteños asumamos responsabilidades por la situación actual de contaminación en que se encuentra el Malecón y conservemos las riquezas naturales con las que contamos. Buscamos hacer conciencia en que la única manera sostenible de combatir la contaminación es cambiando los hábitos en cada uno de nosotros y depositemos la basura en los recipientes adecuados.

Recordá que vos sos el malecón, yo soy el Malecón y todos somos el Malecón... aprovechemoslo.

Tú y El Malecón

A 8 amigos les gusta esta página.

Páginas recomendadas Ver todas

- Taylor Lautner**
A Dulce Córdon y 8 amigos más les gusta.
Me gusta
- Mis Besos, Mis Te Amo, NO Son Para...**
A RosSe Prera le gusta esta página.
Me gusta

Anuncios Ver todos

- 50% descuento en spas**
bienchilero.com
Obten una oferta Fantastica de por lo menos 50% de descuento en los mejores establecimientos de guatemala! Suscribete GRATIS
- Budweiser Guatemala**
Budweiser te trae a Pitbull el mejor exponente de su

Muro

Información

- Actividad de tus amigos
- Welcome
- Fotos
- YouTube
- Notas
- PicBadges
- Eventos

VER MÁS +

Información

El verdadero cambio en Guatemala depende de todos

A **22.544** personas les gusta esto.

790 personas están hablando de esto

PERFIL

www.facebook.com/YosoyelMalecon

facebook Buscar

YO SOY EL MALECÓN Me gusta

Puerto Barrios, Izabal

Muro Jovenes por Guatemala · Todos (Mejores Mensajes)

Compartir: **Publicación**

Escribe algo....

YO SOY EL MALECÓN

Recordá que en tus manos esta el Malecón, aprovechálo depositando la basura en su lugar

Me gusta · Comentar · Compartir · El Martes a las 22:47 a través de su celular

A 39 personas les gusta esto.

Ver los 17 comentarios Ver 1 contenido compartido

- Juntos por Guate** Juntos por Guate
Hace 6 horas · Me gusta
- Juntos por Guate** Esperamos no borren esta adaración , ya que la anterior fue borrada.
Hace 6 horas · Me gusta

Escribe un comentario...

YO SOY EL MALECÓN

Tu basura es tu responsabilidad, depositala en su lugar.

Me gusta · Comentar · Compartir · El Martes a las 10:38

Tú y El Malecón

A 8 amigos les gusta esta página.

Páginas recomendadas Ver todas

- DORY**
A Aldana Evelyn y 14 amigos más les gusta esta página.
Me gusta
- Adventure World - An Indiana Jones...**
Gina Cofiño y 2 amigos más juegan Adventure World - An Indiana Jones Game.
Jugar ahora

Anuncios Ver todos

- 100 Créditos Gratis**
milsubastas.com
Regístrate y participa en nuestras subastas - Solo MIsSubastas.com te dá 100 créditos gratis al registrarte en nuestra página.
- Descuentos de 50%**
bienchilero.com

Muro

Información

- Actividad de tus amigos
- Welcome
- Fotos
- YouTube
- Notas
- PicBadges
- Eventos

VER MÁS +

Información

El verdadero cambio en Guatemala depende de todos

A **22.544** personas les gusta esto.

790 personas están hablando de esto

MURO

Página en red social

FaceBook, por su expansión, rápido alcance y popularidad es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En las páginas se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas serán creadas con el fin de involucrar a los jóvenes y lograr llegar a ellos de una forma popular.

Facebook es una de las redes sociales más populares a nivel mundial, cuenta con más de 400 millones de usuarios en todo el mundo, y semanalmente se unen aproximadamente 2 millones de personas; también cuenta con traducciones a 70 idiomas. Es un gran movimiento de Internet en la última década.

El 2011 fue un año marcado por el crecimiento de los servicios sociales en Internet en todo el mundo y Latinoamérica no es la excepción. Facebook, como líder social en la región, tiene una penetración promedio de 21.5%.

A continuación algunos datos de Guatemala en cuanto al uso de la red social realizada por Merca 2.0. Datos sobre Facebook en Guatemala (Actualizados hasta febrero 2011)

- El 7% de guatemaltecos tiene perfil en Facebook (Total población de Guatemala: 14,7 millones)
- Los usuarios de Facebook en Guatemala hacen un total de 1,061,260 de personas
- La mayoría de usuarios de Facebook en Guatemala son hombres con un 54% del total.
- Un 78% de los usuarios son mayores de edad (18 años en adelante)
- Solo un 16% indica si tiene una relación sentimental (Comprometidos, tienen una relación o están casados)
- Solo de la ciudad de Guatemala, Facebook tiene 317,660 usuarios.

Facebook se ha convertido en una excelente herramienta que permite hacer publicidad de forma gratuita y efectiva. Este tipo de sitio tiene un gran éxito con la publicidad, gracias a que las campañas pueden alcanzar los objetivos esperados, por ser dirigida al público realmente interesado y gracias a la clasificación por preferencias, edades, zonas, actualmente en Puerto Barrios Facebook ha alcanzado alto grado de popularidad en el grupo objetivo.(6)

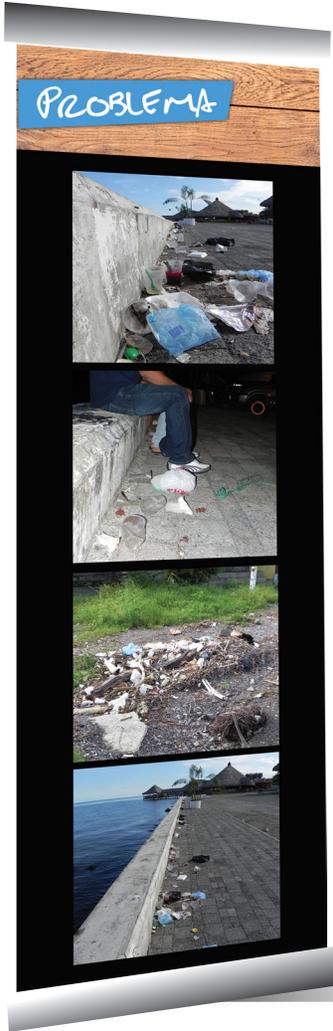
Dominio: *www.facebook.com*
Tipo: *Página de causa*
Nombre de perfil: *"yo soy el Malecón"*

Archivos a publicar
Formato: *JPG 8X10"*
Resolución: *72 DPI*

La página deberá ser administrada por el Departamento Relaciones Públicas de la Municipalidad.

STAND PROMOCIONAL Y BANNER

BANNER RULL UP



BANNER RULL UP



Stand promocional y Banner

Para dar a conocer la campaña es importante integrar al grupo objetivo a que forme parte de la misma. Es por ello que se sugiere colocar un stand promocional en los días de mayor afluencia. Son estos viernes, sábado y domingo, cuando se mostrarán fotografías del problema y la solución; se entregarán promocionales para que el grupo objetivo sea parte de la campaña: playeras y pulseras bordadas.



Formato: Área 2 mts x 1.5 mts
Impresión: Digital, full color
Sustrato: stand armable de 5 piezas;
1 backpanel: marco metálico
Imágenes; manta vinilica
1 rótulo troquelado

2 BANNERS RULL UP
Formato: 1.60 mts x 0.8
Impresión: Digital, full color
Sustrato: Manta vinilica mate

PLAYERAS PROMOCIONALES



Impresión: Serigráfica digital, full color
Sustrato: Algodón alto rendimiento, blancas

Formato: 1.25 x 20 cm
Impresión: Bordado en 5 hilos colores:
verde, azul, blanco, negro y naranja



YO, SOY EL MALECÓN Y DEPOSITO LA BASURA EN SU LUGAR.



Playeras y pulseras

Playeras

La ventaja de las playeras es que al portarlas con los mensajes de la campaña, la persona que viste la playera es un medio de publicidad en cualquier lugar al que vaya. Esto hará, a la vez, que el grupo objetivo sienta curiosidad por el movimiento y se interese por ser parte de ello. Las playeras contendrán únicamente los globos textuales y el mensaje con la misma tipografía utilizada en todas las piezas.

Pulseras

Las pulseras son artículos muy efectivos para las campañas publicitarias debido a su bajo costo y alto impacto, ya que el mensaje permanece presente en las personas que las portan.

La pulsera es un artículo que goza de una excelente aceptación en el grupo objetivo, sin diferenciar sexos ni edades.

SONIDO

Efx: Se escuchan sonidos del mar; olas, gaviotas y personas conversando.

Efx: Música tropical.

OPERADOR

Personaje 1: "yo soy el Malecón"

Personaje 2: varias voces dicen: "vos sos el Malecón"

Personaje 3: una mayor cantidad de voces: "todos somos el Malecón, aprovechemoslo"

Locutor: Tu basura es tu responsabilidad, ayudá a mantener el Malecón limpio depositando la basura en su lugar.

Locutor: Un mensaje de Municipalidad de Puerto Barrios, trabajando juntos por un mejor puerto.

Spot de radio

La radio es uno de los medios de difusión más utilizados en esta región, en ella son transmitidas promociones, anuncios y sorteos con los que logran que los oyentes participen de las mismas. Los mensajes pueden ser enviados al grupo objetivo con un gran alcance, logrando crear conciencia en ellos de una manera más penetrante.

Mediante el spot se pretende sensibilizar al escucha mediante los sonidos ambientales, el diálogo y los tonos de voz empleados en su elaboración.

VISUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

En esta sección se encuentra una pequeña demostración de la forma en que se verían las piezas colocadas sobre El Malecón.



Acera peatonal frente al área del parque.



Stand promocional, Banners y minivalla sobre la acera peatonal frente al área del parque.



Stand promocional, Banners y minivalla sobre la acera peatonal frente al área del parque.



Banners Inflables anclados en la orilla del mar.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El reforzamiento de la educación medio ambiental, se podrá lograr sólo si la inducción del estímulo visual es llevado al receptor de manera periódica y constante para poder fijar en la idea generatriz, en éste caso, la conciencia ambiental.

- El proyecto busca por medio de la Municipalidad de Puerto Barrios, proyectarse hacia la sociedad como una necesidad prioritaria que mitigue la creciente problemática de contaminación en el Malecón.

- La indiferencia observada por parte de los pobladores y visitantes de Puerto Barrios en el tema de contaminación de desechos sólidos obliga a tomar una acción frontal, y con ello la generación de esta campaña que instruya y concientice a las personas que continuamente ensucian y destruyen el Malecón.

- La conservación y rescate de espacios públicos, como el Malecón de Puerto Barrios, son necesarios para que tanto porteños como visitantes puedan disfrutar de estos sitios de apacible esparcimiento.

- Es importante que la campaña completa se presente con cada uno de sus elementos para lograr que el mensaje sea recibido de manera efectiva y logre su cometido.
- Siendo este proyecto de campaña ambiental de interés municipal, deberá considerarse dentro de los proyectos de inversión social, asignándole el presupuesto considerado para lograr llevarlo a cabo.
- Es importante enfatizar que la campaña no busca en ningún momento un interés económico, sino al contrario, se busca por medio de acciones participativas la conservación de los espacios públicos y por esto es recomendable que toda entrega de productos de la campaña esté libre de costo para el receptor final.
- La disposición de basureros en el área que rodea la bahía es parte importante para la mejora de la situación, ya que estos ayudan a que la basura no se acumule en el suelo ni en el mar.
- Hoy en día la comunicación se está convirtiendo en una herramienta fundamental a ser gestionada de una manera más amplia y con un trabajo sostenido, por lo cual se recomienda su atención permanente.
- El diseñador no sólo cumple con el papel de gestor si no también podrá ser un mediador o motivador del proceso, pero el valor que tiene la comunicación en las organizaciones es alto, por lo cual es importante contar con un recurso importante para emprender estas iniciativas.



**LINEAMIENTOS Y
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

De acuerdo con la necesidad del cliente en apoyar la campaña educativa para el Malecón, este programa está destinado al segmento de mujeres y hombres de 18 a 22 años de edad, residentes en el casco urbano de Puerto Barrios.

Esta es una campaña de difusión constante, pero tendrá mayor fuerza en dos períodos: el primero, los meses de marzo y abril cuando la afluencia del grupo objetivo es mayor por ser época de verano y Semana Santa; el segundo, durante los meses de noviembre y diciembre, época en la cual el grupo objetivo se encuentra nuevamente de vacaciones y visitan el Malecón como punto principal de reunión.

Los medios propuestos para la puesta en práctica de la campaña educativa se eligieron de acuerdo con la factibilidad de la institución, la frecuencia del grupo objetivo y las características del área afectada. Son estos:

Medios masivos

Vallas

Mupis

Spot de radio

Medios alternativos

Página en Facebook

Banner inflable

Banner en carretilla

Promocionales

Stand promocional

Banner rull up

Playeras

Pulseras bordadas

PLAN DE MEDIOS

MEDIO	PERÍODO				DIFUSIÓN	CANTIDAD
MASIVOS					ABR MA NOV DIC	
VALLA	4 sem.	4 sem.	4sem.	4sem.	Calzada JRB 7ma. Calle hasta llegar al Malecón	6
MUPI	4 sem.	4 sem.	4sem.	4sem.	Calzada JRB	5
SPOT DE RADIO	4 sem.	4 sem.	4sem.	4sem.	Radio Caribeann FM Radio Mar FM Radio Bahía FM Radio Pegajosa FM	10 Mensionese al día durante 4 meses
MEDIOS ALTERNATIVOS						
FAN PAGE EN FACEBOOK	TODO EL AÑO				Via WEB	1 página
BANNER INFLABLE	4 sem.	4 sem.	4sem.	4sem.	Ancladas a lo largo de la orilla del mar que recorre el Malecón	3
BANNER EN CARRETILLA	4 sem.	4 sem.	4sem.	4sem.	Ubicadas en la parte superior de las carretillas de venta de granizadas.	10
PROMOCIONALES						
STAND	4 sem.	4 sem.	4sem.	4sem.	En el centro del area peatonal frente al parque a 5 metros del kiosko cultural.	1
BANNER ROLL UP	4 sem.	4 sem.	4sem.	4sem.	Cada uno colocado en un costado del stand.	2
PLAYERA	4 sem.	4 sem.	4sem.	4sem.	En el estand promocional	1,500
PULSERA BORDADA	4 sem.	4 sem.	4sem.	4sem.	En el estand promocional	1,000
Diseño y creatividad: (Artes finales y publicidad estratégica)	Aporte del EPS de la Escuela de Diseño Gráfico, Universidad de San Carlos de Guatemala					

PRECIO	TOTAL
Q720.00	Q4,320.00
Q250.00	Q2,500.00
Q1200.00	Q1,200.00
Sin Costo alguno	Sin costo alguno
Q4,500.00	Q13,500.00
Q150.00	Q1,500.00
Q8,000.00	Q8,000.00
Q150.00 Structura Q450.00	Q1,200.00
Q1.50	Q2,250.00
Q15.00	Q1,500.00
Q19,200.00 IVA incluido	TOTAL: Q55,170.00.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

DOCUMENTOS

Diagnostico UTM de Puerto Barrios, Municipalidad de Puerto Barrios
Sin fecha

FADES Programa de Apoyo al Proceso de Descentralización (Aprodesc). 2005, Puerto Barrios.

Reglamento para la administración, operación y mantenimiento del servicio de recolección y disposición de basura. Lhcv. Jltv. 08-12-2010, Municipalidad de Puerto Barrios.

Valle, Otto.
Guía para Desarrollar el Proyecto de Grado. 2009, Guatemala.

Valle, Otto.
Guía para el Desarrollo de Grupos Focales. 2009, Guatemala.

LIBROS

CONAP
Ecología de Guatemala
Guatemala, 2009

CONAP
Viaje por las áreas protegidas de Guatemala
Guatemala, 2010
Nacco Nacional Consignacion

Wong, Wucios.
Fundamentos del Diseño
Barcelona 1982
Editorial Gustavo Gili S.A.

TESIS

Boy, Rocío.
Campaña de Comunicación Persuasiva para el Programa de Membresías Amigos de Defensores de la Fundación Defensores de la Naturaleza. 2008, FARUSAC.

Hidalgo, Lesli
Campaña de divulgación sobre el reciclaje y manejo de desechos sólidos, para el instituto técnico de capacitación y productividad, INTECAP. 2010, FARUSAC.

PÁGINAS WEB

Defensores de la Naturaleza. 05-06-2011
De la World Wide Web:
<http://www.defensores.org.gt/desechos-solidos-y-reciclaje>

Elgg.[social networking engine]. sin fecha
Comunidad virtual de Interculturalidad en Guatemala
De la World Wide Web:
<http://interculturalidad.usac.edu.gt/elgg/pg/blog/rufinamenchu/read/126292/problemtica-ambiental-en-guatemala>

Facebook. [Homepage]. 02-09-2011.
De la World Wide Web:
<http://www.facebook.com/ilovepuertobarrios>

Instituto Nacional de Estadística Guatemala. [Homepage].
Sin fecha. De la World Wide Web: <http://www.ine.gob.gt/index.php/demografia-y-poblacion/>

Wikipedia.[Enciclopedia en línea]. 20-05-2011
De la World Wide Web:
http://es.wikipedia.org/wiki/Mapa_mental

Wikipedia.[Enciclopedia en línea]. sin fecha
De la World Wide Web:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Contaminaci%C3%B3n>

Acción:

El término acción se refiere de forma general al acto de hacer algo, o al resultado del mismo.

Áreas protegidas:

Las áreas protegidas son espacios determinados por un Estado sujeto a un marco legal e institucional definido para garantizar la conservación de sus particularidades y riquezas medioambientales y culturales.

Campaña:

Conjunto de actividades o de esfuerzos que se realizan durante cierto tiempo y están encaminados a conseguir un fin.

Concientizar:

Hacer que alguien sea consciente de algo, que lo conozca y sepa de su alcance.

Contaminación:

La contaminación es la alteración nociva del estado natural de un medio como consecuencia de la introducción de un agente totalmente ajeno a ese medio (contaminante), causando inestabilidad, desorden, daño o malestar en un ecosistema, en un medio físico o en un ser vivo.

Educación ambiental:

La educación ambiental, además de generar una conciencia y soluciones pertinentes a los problemas ambientales actuales causados por actividades antropogénicas y los efectos de la relación entre el hombre y el medio ambiente, es un mecanismo pedagógico que además infunde la interacción que existe dentro de los ecosistemas.

Estrategia:

Una estrategia es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.

Hábito:

Costumbre o práctica adquirida por frecuencia de repetición de un acto.

Malecón:

Un malecón es una vía normalmente peatonal que recorre una zona costera o contiguo a una playa cuya pared protege un puerto o una bahía de las olas del mar.

Mensaje:

Mensaje en el sentido más general, es el objeto de la comunicación. Está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal determinado o medio de comunicación.

Pantone

Pantone es una empresa estadounidense conocida por su sistema de identificación y comparación cromática para las industrias gráficas. Las guías Pantone, también conocidas como Pantone o Pantone Guide, consisten en un pequeño abanico constituido de tarjetas con muestras de diferentes colores. Cada color recibe un código para ser identificado, formado por un número y una sigla, según la superficie o el material en el que aplicará.

ANEXOS



Favor de contestar las siguientes preguntas marcando con una x la respuesta que considere la apropiada.

1.- ¿Le llama la atención y considera que son atractivas las piezas presentadas para minimizar la contaminación por generación de desechos sólidos en El Malecón?

SI NO REGULAR

2.- ¿Se siente identificado con las imágenes y los mensajes presentados y se considera parte de la solución?

SI NO REGULAR

3.- ¿Al ver estas imágenes realmente se siente responsable por la contaminación generada por desechos sólidos en el Malecón?

SI NO REGULAR

4.- ¿Luego de haber visto las piezas presentadas, se siente motivado a contribuir con el medio ambiente depositando la basura en su lugar?

SI NO REGULAR

5.- ¿Cree que es importante depositar la basura en su lugar para el cuidado del medio ambiente?

SI NO REGULAR

6.- ¿Le llama la atención el diseño empleado en las piezas de diseño?

SI NO REGULAR

7.- ¿Cree que es suficiente la información proporcionada en las piezas de diseño?

SI NO REGULAR

8.- ¿Considera que los colores y las texturas utilizadas en las piezas se relacionan con el mensaje?

SI NO REGULAR

9.- ¿Le parece atractivo y legible el tipo de letra utilizado en las piezas de diseño?

SI NO REGULAR

10.- ¿Qué considera importante incluir en el diseño de las piezas?



Guatemala 11 de Mayo de 2012

Licenciada:
Analy Corado
 Pte.

Estimada Licda. Corado

Me es grato saludarle y poner a Macroprint,S.A. a sus órdenes, esperamos ser de utilidad a su persona y a su empresa. A continuación sírvase encontrar en detalle la siguiente cotización:

CANTIDAD	DESCRIPCION MATERIAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
2	Impresiones en lona vinilica full color tamaño 2.50x1.00 mts. Con roll up	Q250.00	Q500.00
1,500	Pulseras bordadas en 3 hilos	Q1.50	Q2,250.00
1,000	Playeras unitalla color blanco en 4 versiones con serigrafía	Q15.00	Q15,000.00
TOTAL			Q17,750.00

Atentamente,

Beatriz De León
Asesora de Ventas
 Tel: 2436-7109

Guatemala, 16 de mayo de 2012

Licenciada
Analy Corado
Ciudad

Es un gusto para DELCAST presentarle la cotización solicitada

Descripción de Producto	Medidas	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Impresión digital a full color en lona vinilica (no incluye la instalación)	5.00x3.00	Q720.00	001	Q720.00
Inflables con imagen solicitada por el cliente	2.00x1.50	Q4,500.00	001	Q4,500.00
Impresión en PVC de 3mm doble cara	1.00x0.40	Q400.00	001	Q400.00
Stand promocional de	Área de 5 mts	Q8,000.00	001	Q8,000.00
Bases tipo roll up	0.80x2.00	Q450.00	002	Q900.00

Ruth del Cid
 Cel. [55132480](tel:55132480)





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Facultad de
Arquitectura

**Campaña educativa para minimizar la contaminación por desechos sólidos
En el Malecón de Puerto Barrios, Izabal**

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

DECANO

Lic. Lourdes Pérez

ASESOR

Paola Analy Corado Ramirez

SUSTENTANTE

CAMPAÑA EDUCATIVA
PARA MINIMIZAR LA CONTAMINACIÓN
POR DESECHOS SÓLIDOS EN
EL MALECÓN DE PUERTO BARRIOS, IZABAL



Presentado por
PAOLA ANALY CORADO RAMIREZ
Previo a obtener el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico con énfasis Creativo