

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

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL
QUE PROMUEVA, FOMENTE Y ORIENTE
LA LIMPIEZA Y ORNATO



Proyecto de graduación presentado por:

Mayrim Belem Meoño Andrealucía Barrientos
200210036 200819888

Previo a optar el título de:
Técnico en Diseño Gráfico

Guatemala, junio 2013

NÓMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

Decano: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo.

Vocal I: Arquitecta Gloria Ruth Lara de Corea.

Vocal II: Arquitecto Edgar Armando López Pazos.

Vocal III: Arquitecto Marco Vinicio Barrios Contreras.

Vocal IV: Bachiller Carlos Alberto Mendoza Rodríguez.

Vocal V: Bachiller José Antonio Valdés Mazariegos.

Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón.

TRIBUNAL EXAMINADOR

Decano: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo

Asesor Metodológico: Arquitecta Alma Irene Hernández Luna.

Asesor Gráfico: Licenciada Emperatriz Pérez.

Asesor Gráfico de Apoyo: Licenciada Lourdes Pérez.

Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón.

ESTRATEGIA de comunicación visual que promueva, fomente y oriente la **LIMPIEZA Y ORNATO**.

En niños y niñas de 5 y 6 años, dirigido a maestras de pre-primaria de Nivel Socio Económico Medio-Bajo C2 del municipio de Villa Nueva de la Ciudad de Guatemala.

ÍNDICE

DEDICATORIA	11
PRESENTACIÓN	13
INTRODUCCIÓN	15
OBJETIVOS	17
PRIMER CAPÍTULO	
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	19
1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.1.2.- LLUVIA DE IDEAS	22
1.1.3.- JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	23
1.1.4.- ÁRBOL DE PROBLEMA	24
1.1.5.-ÁRBOL DE SOLUCIÓN	25
1.1.6.- OBJETIVO DE COMUNICACIÓN	26
1.1.7.- GRUPO OBJETIVO	27
1.2.- INDICADORES DE LOGRO	29
1.2.1.- ANÁLISIS 5Q / 5W	30
1.3.- REFERENCIAS Y ANÁLISIS DE COMPETENCIA	33
1.3.1.- ENTREVISTA EN LA MUNICIPALIDAD	34
1.3.2.- ¿QUÉ SE HA HECHO?	35
1.4.- EJEMPLOS DE CAMPAÑAS	37
1.4.1.- COMPETENCIA INDIRECTA	38
1.4.2.- COMPETENCIA DIRECTA	39
SEGUNDO CAPÍTULO	
PROCESO CREATIVO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA	43
2.1.- VISUALIZACIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO	45
2.1.1.- RETRATO DEL CONSUMIDOR	47
2.1.2.- SPICE	48
2.1.3.- POEMS	49
2.1.4.- CONCEPTOS CREATIVOS	50
2.1.5.- FUNDAMENTACIÓN DEL COLOR	51

TERCER CAPÍTULO

EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA	53
3.1.-VISUALIZACIÓN 1ER. NIVEL	55
3.1.1.- AUTOEVALUACIÓN	59
3.2.-VISUALIZACIÓN 2DO. NIVEL	61
3.3.-VISUALIZACIÓN 3ER. NIVEL	67
3.4.-VALIDACIÓN DE LAS PROPUESTAS	73

CUARTO CAPÍTULO

PROPUESTA GRÁFICA FINAL	77
4.1- JUSTIFICACIÓN DE LOS NOMBRES	79
4.1.1- PERFIL PSICOLÓGICO	80
4.1.2.- HISTORIA DE LOS PERSONAJES	81
4.1.3.- CAMPAÑA DE EXPECTACIÓN	82
4.1.4.- CAMPAÑA DE GENERAL	83
4.1.5.- ARGUMENTACIÓN Y CRITERIOS	84
4.1.6.- CRITERIOS DE COLOR	85
4.2- PIEZAS DE COMUNICACIÓN	87
4.2.1.-AFICHES PARA SALONES	88
4.2.2.- DESCRIPCIÓN DE BOTONES	90
4.2.3.- DESCRIPCIÓN DE LA CANCIÓN	92
4.2.4.- DESCRIPCIÓN DE STICKERS	93
4.2.5.- DESCRIPCIÓN DE CARNÉS	94
4.2.6.- PIEZAS PARA RECICLAJE	95
4.2.7.- PROMOCIÓN NOMBRA A LA LIGA	96
4.2.8.- CARTEL INFORMATIVO	97
4.2.9.- POSTERS	99

CONCLUSIONES	101
---------------------	------------

LECCIONES APRENDIDAS	103
-----------------------------	------------

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	105
----------------------------------	------------

CONSOLIDADOS DE COSTOS	106
------------------------	-----

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN	107
------------------------------	-----

COTIZACIONES	108
--------------	-----

REFERENCIAS	111
--------------------	------------

GLOSARIO	113
-----------------	------------

ANEXOS	115
---------------	------------

PRIMERA SOCIALIZACIÓN	116
-----------------------	-----

SEGUNDA SOCIALIZACIÓN	117
-----------------------	-----

ENCUESTAS	118
-----------	-----

CARTAS ENTREGADAS AL COLEGIO	119
------------------------------	-----

DEDICATORIA

A **Dios** por darnos la vida y bendecirnos en todo momento, por permitirnos llegar a este momento y darnos las fuerzas para no dejarnos vencer.

A la **Virgen María** por cubrirnos con su manto sagrado y guiarnos por el camino del bien.

A nuestros **padres** por que nos apoyan incondicionalmente y porque siempre están allí cuando más los necesitamos.

A nuestra **familia** por acompañarnos en nuestros desvelos y por brindarnos su apoyo.

A nuestros **amigos** que están con nosotros en cada proyecto y que están ahí incondicionalmente.

A nuestras **asesoras** por transmitirnos sus conocimientos y guiarnos para alcanzar el éxito, tanto en lo profesional como en lo personal.

A la **Facultad de Arquitectura y la Escuela de Diseño Gráfico** de la Universidad de San Carlos de Guatemala por abrirnos las puertas y brindarnos la educación necesaria para ser excelentes profesionales.

A la Directora del Colegio “Pradros del Carmen”, **Olga María Lazo**, por abrirnos las puertas del establecimiento que tan dignamente dirige, lo que nos permitió llevar a cabo la validación de nuestro proyecto.

PRESENTACIÓN

En Guatemala hay mucha contaminación por diferentes razones, una de la más común es la contaminación por la basura en la calle, gracias a que como ciudadanos no se posee la educación para no tirar basura en ella.

Para diseñar una estrategia de comunicación visual que promueva, fomente y oriente; la limpieza y ornato en niños y niñas de 5 y 6 años. Se analizó el problema que se genera por tirar basura en la calle la cual se ha proliferado en el municipio de Villa Nueva departamento de Guatemala.

En este municipio existen varias maquilas, a la hora del almuerzo los trabajadores salen a la vía pública a comprar sus alimentos los cuales los adquieren en ventas ambulantes y como no hay basureros públicos donde depositen su basura, esto provoca mas contaminación.

Se detectó que el problema empieza por la falta de interés y mal ejemplo que los padres de familia, que transmiten a sus hijos e hijas. Esas malas costumbres se heredan de generación en generación.

Por esa razón nuestra campaña esta dirigida a las maestras de pre-primaria, porque ellas son formadoras de los niños; y pasan la mayor parte del día con ellos. Así les fomentarán buenos hábitos. Se les guiará a realizar ciertas actividades con los niños y niñas, motivándolos para que no tiren basura en las calles. Además aprendan a reciclar papel y plástico porque son los materiales que tienen a su alcance en el centro educativo.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto es una propuesta para fomentar la limpieza y ornato, por medio de una campaña de comunicación. Lo que se pretende con este proyecto es que a través de los maestros y maestras se pueda enseñar desde pequeños la importancia de la limpieza y ornato, para mantener limpias las calles y no tirar basura en ellas.

Se pretende a través de diferentes medios y varias piezas gráficas, fomentar actividades en las que las niñas y niños puedan interactuar, junto con sus padres y maestros como guías de éste. Se espera poder llegar a cambiar algunos hábitos y costumbres con relación a la limpieza. La contaminación que se puede producir como consecuencia de la basura, cómo puede afectar tanto físico como mentalmente a la población. Generando enfermedades, estrés, entre otros.

La problemática del incremento de basura en el municipio de Villa Nueva del departamento de Guatemala es una de las que más está afectando tanto al municipio como al país porque cada vez hay más contaminación ambiental y por lo mismo se proliferan enfermedades y otras consecuencias que conlleva la contaminación.

Se diseñó una campaña para maestras y padres, para que transmitan y apoyen a sus alumnos, hijos e hijas de cinco y seis años, para fomentar el hábito de depositar la basura en su lugar, además del reciclaje. Se creó esta campaña porque los niños y niñas son el futuro del país. Para que transmitan a otras personas buenos hábitos.

Para la campaña de comunicación se han realizado afiches, una canción, entre otras piezas gráficas, para toda la campaña se tiene el concepto creativo: **¡Únete a la liga!**, con esto los niños y niñas se involucrarán y se unirán al dúo de súper héroes que son los personajes de esta campaña.

OBJETIVOS

General

Diseñar una estrategia de comunicación visual, utilizando piezas graficas impresas para que promueva, fomente y oriente, la limpieza y ornato en niños y niñas de 5 y 6 años, dirigido a maestras de pre-primaria de Nivel Socio Económico Medio-Bajo C2 del municipio de Villa Nueva de la Ciudad de Guatemala.

Específico

Promover una campaña de comunicación visual, para contrarrestar la contaminación causada por el mal habito de tirar basura en las vías públicas.

Diseñar material gráfico para medios impresos como: Afiches, posters, stickers, carteles informativos, que apoyen y promuevan valores, para desarrollar una buena cultura.

PRIMER
CAPÍTULO

MARCO
Teórico Conceptual



1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.2.- Lluvia **DE IDEAS**



Académico

Repitencia en jóvenes
universitarios de USAC

Inconformidad de la red
curricular

Privatización de la
Universidad Pública



Ambiental

Basura en las calles

- *Drenajes
- *Salud

Reciclaje

- *Materiales reusables
- *Empresas
- * De latas y plástico
- *Papel

Aumento del consumo
de energía eléctrica

De latas y plástico

- *Reforestación



Social

Maltrato

- *Infantil
- *Contra la mujer

Abuso sexual

- *En niños y niñas
menores de edad
- *En mujeres

Discriminación a
personas:

- *Con capacidades especiales
- *Por malformaciones físicas
- *Por diferencias de culturas

Alto índice de embarazos
no planificados

- *De niñas menores de edad
- *En jóvenes

Asaltos

- *En buses urbanos
- *En pasarelas de la ciudad
- * Por celulares

Alto índice de ventas de
celulares robados

1.1.3.- Problema 4

JUSTIFICACIÓN

INCREMENTO DE LA BASURA EN LAS CALLES EN EL MUNICIPIO DE VILLA NUEVA DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

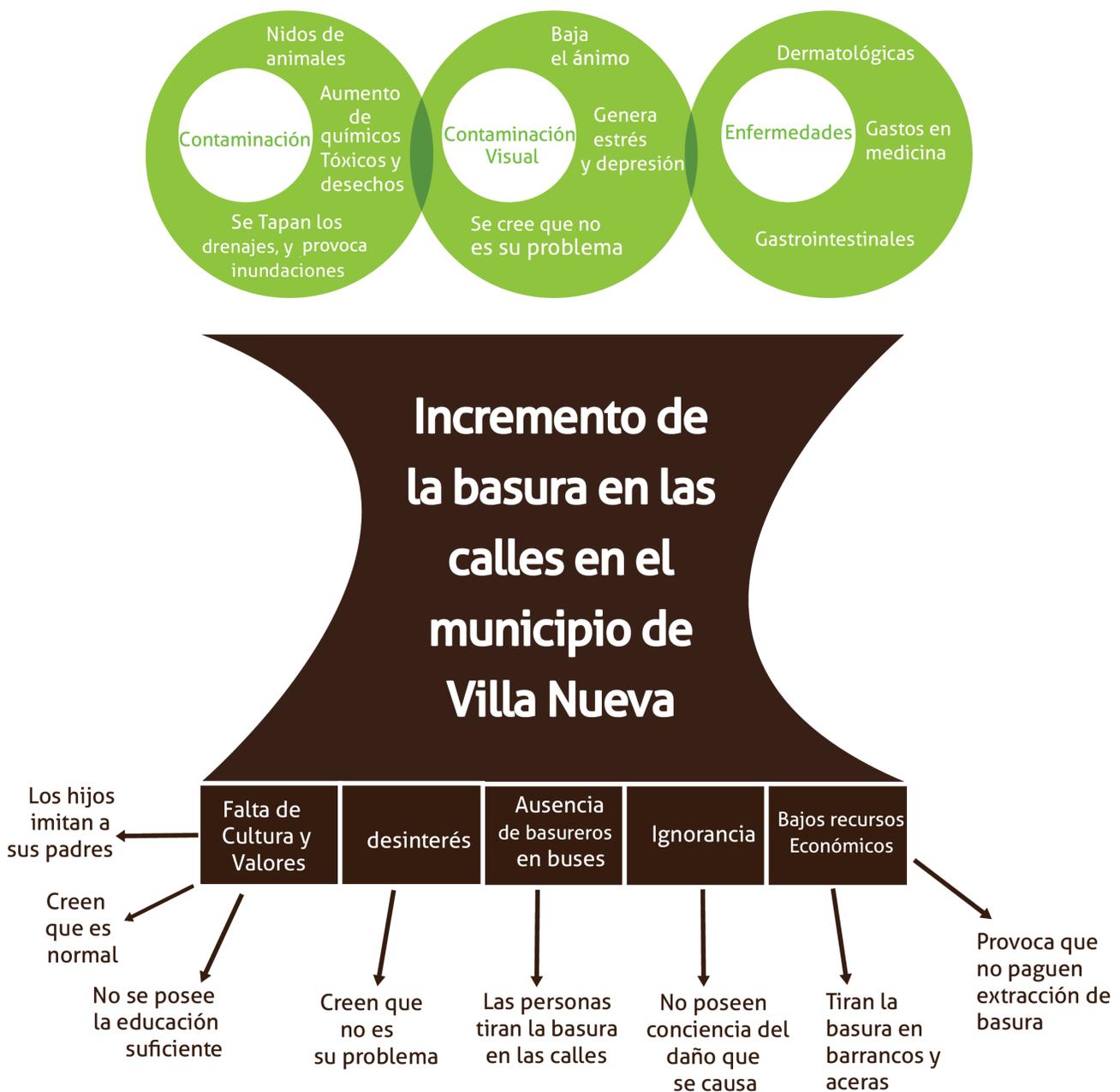
Guatemala es uno de los países con alto índice de contaminación ambiental, esto se debe a causa de tirara basura en las calles y el smog de vehículos.

La acumulación de basura provoca el taponamiento de los tragantes, provocando así inundaciones, proliferación de mosquitos y por ende enfermedades.

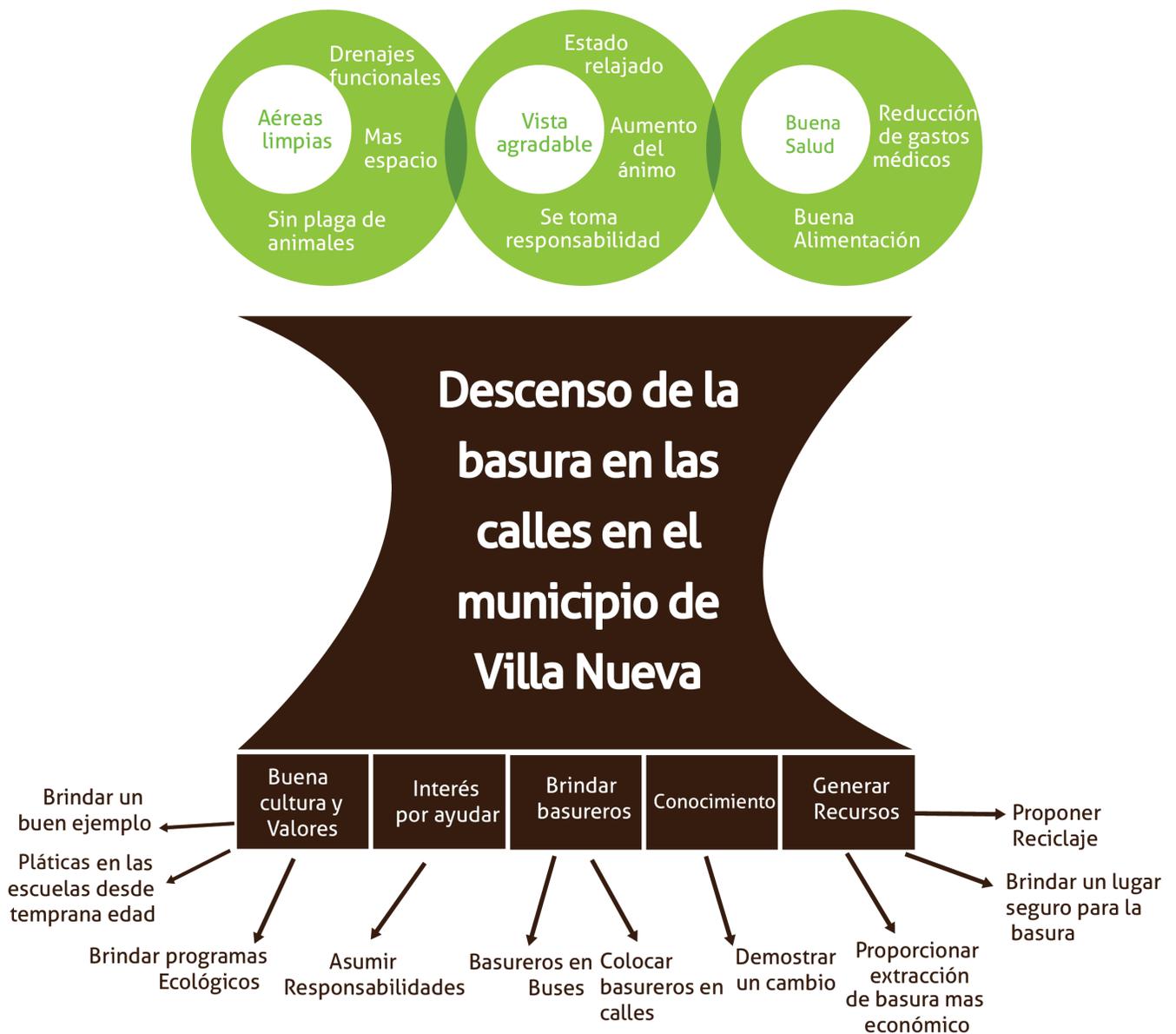
La presencia de basura en las calles es un problema que persiste, es necesario mejorar el servicio de recolección y depósito de basura, o así como promover buenos hábitos.

En el país se necesita controlar la contaminación de desechos sólidos por razones de supervivencia. Es por eso que se da a conocer este tipo de problemas que afecta al país en su desarrollo.

1.1.4-Árbol de PROBLEMA



1.1.5.-Árbol de SOLUCIÓN



1.1.6.- Objetivo de **COMUNICACIÓN**

Diseñar una estrategia de comunicación visual que promueva, fomente y oriente la limpieza y ornato en niños y niñas de 5 y 6 años, dirigido a maestras de pre-primaria de Nivel Socio Económico Medio-Bajo C2 del municipio de Villa Nueva de la Ciudad de Guatemala.

1.1.7.- Grupo **OBJETIVO**

Niños y niñas de 5 y 6 años con Nivel Socioeconómico C2.

Sus padres poseen un nivel educacional con estudios primarios y secundarios completos. En general son profesionales, comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.

Generalmente sus hogares cuentan con 3 habitaciones en colonias de casas iguales, por esta razón los niños deben compartir habitación con sus hermanos.

Sus hogares cuentan con muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros.

Les gusta ver televisión, sobre todo caricaturas, hacer manualidades, y los juegos recreativos, como los que están en los parques y en los restaurantes. Poseen una gran energía y son bastante sociables.

1.2.- INDICADORES de logro

1.2.1.- Análisis 5Q / 5W

¿CUÁL ES EL PROBLEMA?

La falta de conciencia hacia el daño que se causa al tirar basura y cómo puede afectar a la sociedad tanto física como mentalmente.

No les interesa porque no tienen cultura y creen que no es su problema. Las enfermedades que producen y los malos hábitos que se transmiten a futuras generaciones.

¿QUIÉN LO PADECE?

La población guatemalteca, tanto niños como adultos; debido a que tiran basura en las calles, viven en lo sucio, por lo que contraen enfermedades, quienes se transportan a pie, en autos o autobuses también les afecta, convirtiéndose en una desagradable contaminación visual.

¿CÓMO?

Las personas tiran basura en las calles, autobuses y a su alrededor, también los que no pagan extracción de basura y lo hacen en barrancos o en la calle.

¿DÓNDE? (CONTEXTO)

En los alrededores de las viviendas, calles y autobuses de la ciudad capital y en el área rural.

¿CUÁNDO?

Es un problema que viene de mucho tiempo atrás.

Cuando comen en la calle. Cuando no encuentran basureros y no desean llevar la basura a sus hogares, y cuando no poseen los recursos económicos para pagar el servicio de extracción basura.

¿CUÁL ES EL PROBLEMA?

Guatemala, como país, contribuye anualmente al problema de contaminación por residuos sólidos con una generación de 8,203,153 de toneladas de basura domiciliar (población de la República de Guatemala, Censo 2002, 11,237,196 habitantes).¹

La inconsciencia del daño que causan al tirar basura y cómo puede afectar a la sociedad tanto física como mentalmente. No les interesa porque no tienen cultura y creen que no es su problema. Las enfermedades que producen y los malos hábitos que se transmiten a futuras generaciones.

G.O. Maestros y maestras de nivel pre-primaria.

MEDIOS Medios masivos e impresos

INSTITUCIONES En los alrededores de las viviendas, calles y autobuses de la ciudad capital y en el área rural.

¿CUÁNDO? Cuando de parte de la municipalidad recogen la basura pero no llegan a todos lados y no lo hacen constantemente, únicamente en los alrededores de las calles más importantes del municipio, no existen instituciones que se dediquen a limpieza sólomente hay proyectos o campañas de voluntarios.

Existen plantas de tratamiento de desechos sólidos pero algunos no se manejan adecuadamente. También hay plantas de reciclaje.

Existen campañas como por ejemplo el de la limpieza del puerto, que es uno de los lugares más afectados en vacaciones.

Campaña "*Limpiemos nuestra Guatemala*" en Jutiapa.

¹ Informe técnico no. 4 "GENERACIÓN Y MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS EN GUATEMALA", Instituto de Incidencia Ambiental -URL-, agosto de 2003

1.3.- REFERENCIAS

y análisis de competencia

1.3.1.- Entrevista en la **MUNICIPALIDAD**

Como parte de esta investigación se visito el Centro de Servicios Públicos de la municipalidad de Villa Nueva, el cual maneja varios departamentos, prestando varios servicios entre ellos la limpieza y ornato; éste se encarga de:

-Quejas de extracción de basura, denuncias de basureros clandestinos.

-Dirigir denuncia al Director de Servicios Públicos, indicando el problema y dirección donde ocurre.

-Recolección de basura.

-Dirigir denuncias al Director de Servicios Públicos.

Se entrevisto a Fernando Aguilar del Departamento de Desechos Sólidos.

Él indicó que la forma en que se maneja el servicio de Extracción de Basura en el municipio, es a través de empresas privadas quienes son supervisadas por la

municipalidad de Villa Nueva, para el manejo de desechos sólidos, se utiliza una tarjeta de Operaciones la cual es para operar de manera legal.

Estas empresas están organizadas por una Asociación de Recolectores de Basura ECORECUENCA. Cuentan con 51 camiones sectorizados por áreas asignadas.

Los desechos son llevados al relleno sanitario ubicado en el kilómetro 22, el cual es el único lugar autorizado en el municipio.

La tarifa por extracción de basura puede variar dependiendo de cada empresa teniendo una tarifa tope de Q40. ºº.

La municipalidad también cuenta con un programa de reciclaje llamado red ecológica la cual consiste en hacer papel con papel usado.

1.3.2.- ¿Qué se ha HECHO?

Según el Boletín CEUR indica que en el artículo 82 de la Constitución Política de la República de Guatemala, se señala a la Universidad de San Carlos de Guatemala la función de cooperar al estudio y solución de los problemas nacionales, la Dirección General de Investigación (DIGI) cerca de 1996 otorgó la ayuda para apoyar dos investigaciones creándose "Evaluación del nivel de Contaminación por Desechos Sólidos en la Ciudad de Escuintla".

Mientras que la segunda fue impulsada conjuntamente con este Centro de Estudios Urbanos y Regionales (CEUR), en la Ciudad de Guatemala. En el año de 1986 se emitió el Decreto del Congreso de la República No. 68-86, "Ley de protección y mejoramiento del medio ambiente".

A pesar de esto desde 1996 hasta la fecha dicha

ley no se cumple a toda plenitud. A pesar de los recientes esfuerzos de la Municipalidad de la ciudad de Guatemala.

Se han realizado proyectos con respecto a los desechos sólidos y como éstos contaminan, manuales de reciclajes, como por ejemplo Elaboración de un manual pedagógico para la clasificación de los productos derivados de la basura, dirigido a los alumnos de tercero básico del nivel medio de la colonia San Antonio del municipio del Tumbador San Marcos.

Análisis del manejo de los desechos sólidos y su relación con las enfermedades respiratorias. Estrategias de concientización ante el impacto ambiental de los desechos sólidos (basura) en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala. El uso de los depósitos para la basura, como una estrategia para proteger el medio ambiente.

ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO

Se han realizado Campaña gráfica para enseñar a clasificar la basura, en centros comerciales, con fines de reciclaje.

Utilización de un sonorama para concientizar estudiantes del nivel básico de la capital de Guatemala sobre la contaminación ambiental por basura.

1.4.- EJEMPLOS de campañas

1.4.1.- Competencia INDIRECTA

¡NO ENSUCIEMOS GUATEMALA!



Fuente: <http://sininundaciones.files.wordpress.com/2011/03/20110318-104220.jpg>



Fuente: <http://sininundaciones.files.wordpress.com/2011/03/dscf0056.jpg>

Sin Inundaciones son un grupo de voluntarios que inician en el 2001 una campaña llamada ¡NO ENSUCIEMOS GUATEMALA!

En la cual entregan bolsas de papel hechas e impresas en casa, que sirven para depositar basura en el automóvil, esto con el fin de motivar a las personas a no tirar la basura de su carro en la calle. Dichas bolsas se entregan en diversos puntos de la ciudad.

Diseño Gráfico:

Esta campaña maneja un diseño muy minimalista, porque lo que pretende únicamente que no se tire basura desde el carro, sino que la depositen en la bolsa y luego la tiren en un bote de basura. Es un diseño sencillo que además contiene un pictograma que indica que hay que tirar la basura en su lugar. Posee un código QR el cual contienen un link que activándolo por el teléfono celular

dirige automáticamente a la página de Sin Inundaciones, con lo cual pretenden propagar esta campaña y mostrar diferentes publicación que sean elaborado acerca del medio ambiente.

Época de desarrollo:

19 de marzo 2011

Contexto:

Red Social (wordpress) para difundir la campaña y varios puntos de la ciudad en donde se entregan.

Grupo Objetivo:

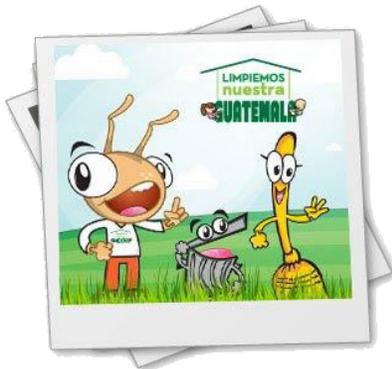
Conductores de automóviles de la ciudad de Guatemala.

URL:

<http://sininundaciones.wordpress.com/2011/03/19/entrega-de-bolsas-de-papel-para-depositar-basura-en-el-carro>

1.4.2.- Competencia **DIRECTA**

“LIMPIEMOS NUESTRA GUATEMALA”



(Fundación Azteca)

Fundación Azteca de Grupo Salinas. Crea un proyecto el cual consiste en un movimiento de limpieza en Guatemala.

Unifica a distintas empresas, organizaciones y sociedad civil para trabajar en equipo por una causa social y ecológica importante. Al mismo tiempo, sensibiliza sobre la problemática de la basura en el entorno urbano así como su efecto en el medio ambiente y el daño que implica en términos de salud pública. Además subraya la necesidad de integrar el hábito del reciclaje de manera cotidiana entre las familias Guatemala.

Es fundamentalmente una campaña de acción, educación y conciencia ambiental, en la que se hace énfasis en las 3 R's + 1: Reduce, Reutiliza, Recicla y Recoge.

Diseño Gráfico:

En esta campaña el diseñador, crea un vínculo emocional

con niños y niñas porque la línea gráfica es muy infantil, obteniendo así la atención de los padres de familia, creando que ambos grupos objetivos se involucren en dicha actividad y se logre que se obtenga mejoras con el problema de la basura en las calles.

Se percibe que los personajes que se utilizaron en esta campaña son llamativos porque se creó personalidad en objetos inanimados, además de ser representativos de los utensilios que se utilizan en la limpieza diaria.

Época de desarrollo:

22 de abril 2012

Contexto:

Distintas empresas, organizaciones y sociedad civil.

Grupo Objetivo:

Empresas, organizaciones y sociedad civil Guatemalteca.

La municipalidad de Guatemala es una de las que participa junto con fundación Azteca, al igual que propone varios proyectos de limpieza entre los que se encuentra, "Limpiemos Nuestra Guatemala" la cual consiste en ayuda de vecinos de diferentes áreas, que se dedican a limpiar sus colonias.

También tienen el plan educativo de reciclaje.

En estos últimos años la municipalidad a logrado avanzar en la solución de este problema pero aún no ha sido suficiente y no se ha propagado en todo el país, sino únicamente en áreas específicas.



(Fuente: google)



(Fuente: <http://gt.muniguate.com>)

ESTUDIANTES SE UNEN A LA CAMPAÑA "LIMPIEMOS NUESTRA GUATEMALA"

Estudiantes de nivel diversificado acompañados de maestros, padres de familia y miembros de la población en general participaron en el movimiento de limpieza.

Estudiantes de nivel diversificado acompañados de maestros, padres de familia y miembros de la población en general participaron en el movimiento de limpieza para hacer conciencia sobre la necesidad de cuidar el ornato de la ciudad.

El proyecto fue organizado por la Dirección Departamental de Educación de Chiquimula en coordinación con la Fundación Azteca Guatemala, la Secretaria Ejecutiva de la Vicepresidenta de la República y el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Valores ecológicos

La actividad consistió en realizar una jornada de limpieza en el casco urbano con la participación de más de 500 voluntarios a nivel departamental. La primer parte del proceso fue desarrollado en cuencas de ríos, parques, mercados, entradas y salidas de ciudades.

La jornada de limpieza fue organizada a nivel nacional con el apoyo de autoridades, personal técnico y administrativo de las 25 direcciones departamentales de Educación. De acuerdo a los organizadores, la actividad fomenta los valores ecológicos y educativos para la salud y vida ciudadana.



(Fuente: http://www.michiquimula.com/uploaded/mod_noticias/thumbnails/Limpieza53_500x500.jpg)

SEGUNDO
CAPÍTULO

PROCESO CREATIVO
y producción gráfica



2.1.- VISUALIZACIÓN

del concepto creativo

2.1.1.- Retrato DEL CONSUMIDOR

Retrato del Consumidor

Ve **televisión** e imita sus caricaturas favoritas como: phineas y ferb, de superheroes, princesas, etc. Sus canales preferidos suelen ser:



Le gusta las películas animadas como Los Increíbles o Cars.



Está en etapa de **crecimiento** en el cual absorben información por lo que observan y escuchan.

Le **gusta** imaginar, soñar, jugar, estar acompañados, traviesos, picaros, alegres, energéticos.

Le gusta la **comida** rápida como



restaurantes en los que tengan juegos, así como las boquitas como:



Le gustan las **canciones** infantiles, aprender mientras juega, además le gustan los juegos tanto fuera como dentro del aula.

Hace **actividades** físicas como saltar y/o correr.

Le gustan los **deportes**, en especial en los que comparta con sus amigos, entre sus favoritos esta el fútbol.



S**ocial**

Necesitan compañía para poder interactuar,
Un guía que los oriente,
Un ejemplo que seguir,
amigos con quien aprender y jugar.

P**hysical**
(físico)

Necesitan crecer en un ambiente sano, necesita estar en movimiento, jugar, correr, saltar, salir a recrearse, no estar únicamente en la televisión o sentado, un espacio en el cual pueda estar bien.

I**dentidad**

Como están en etapa de crecimiento, necesitan descubrir lo que les gusta, que les gustaría ser, son independientes en algunos aspectos, pero dependientes en otros, les gusta ayudar y ser serviciales.

C**omunicación**

Les gusta estar enterados de lo que hacen sus amigos, como pueden estar más tiempo con ellos, terminar sus tareas para salir a jugar, estar al tanto de sus caricaturas. Ya pueden identificar lo malo o lo bueno, quieren saber el por qué de las cosas.

E**mocional**

Mentalmente necesitan, tranquilidad, seguridad, estabilidad, estar motivados, crearles un autoestima elevado, formar parte de todo. Supervisión, amor, cariño, diversión, comprensión y paciencia. También necesitan saber que pueden hacer lo que se propongan.

2.1.2.- SPICE

SPICE (Social, Physical, Identity, Communication, Emotional).

Con este método nosotras conocimos a nuestro grupo objetivo y sus necesidades. En lo social, emocional y psicologico, tambien cómo se identifican y cómo se comunican en la sociedad.

2.1.3.- POEMS



Este método nos ayuda a determinar exactamente al grupo objetivo, qué cosas son las que utiliza, los ambientes en lo que se maneja, los servicios que ellos necesitan; además de los medios que frecuentan como: libros y revistas. En pocas palabras se definen los diferentes aspectos y las necesidades, desde la perspectiva del G.O.

2.1.4.- CONCEPTOS CREATIVOS

Adentro es mejor

Tirar no es divertido

Si lo tiras, lo recoges

Todo tiene su lugar

Mejor evitar que recoger

Evitar es lo mejor

El suelo no es un basurero

El poder lo tienes tú

Ayudemos a mejorar

Por un lugar sin basura

Únete a la liga

La decisión es tuya

La decisión la tienes tú

Por un mejor planeta

Juntos podemos

Por mí, por todos

Jugando a limpiar

Juguemos limpiando

Vive tu juego

Vivamos limpio

Tiremos adentro

Seamos la diferencia

La diferencia eres tú

Guate limpia, por todos

Vivamos mejor

3,2,1 juntos podemos

Juguemos mejor

Ganemos limpio

2.1.5.- Fundamentación del **COLOR**

Entre los colores que decidimos utilizados en las propuestas están el rojo, verde, amarillo, azul y naranja, ya se encuentran dentro de los colores del reciclaje, siendo el rojo para desperdicios hospitalarios, en este caso peligrosos, el amarillo para plásticos, envases y metales, el verde para envases de vidrio, el azul para papel y cartón y el naranja para lo orgánico.

- 1.- Color gris reciclaje (resto de residuos)
- 2.- Color naranja reciclaje (orgánico)
- 3.- Color verde reciclaje (vidrio)
- 4.- Color amarillo reciclaje (plásticos y latas)
- 5.- Color azul reciclaje (papel y cartón)
- 6.- Color rojo reciclaje (desechos peligrosos)

(Fuente: <http://gt.muniguate.com>)



TERCER
CAPÍTULO



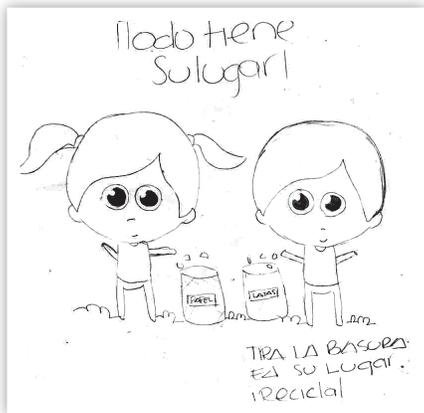
EFICACIA
y Propuesta Gráfica

3.1.-VISUALIZACIÓN

1er. Nivel

Tomando en cuenta los aspectos de color y la investigación anterior se estableció la línea gráfica a utilizarse la cual consiste en la caricatura, en base a la encuesta No.1 dio como resultado que la que más ven los niños son Phineas y Ferb, los hermanos Kratts, caricaturas de súper héroes y princesas, entre otros, por esa razón se tomaron como referencia para la creación de los personajes.

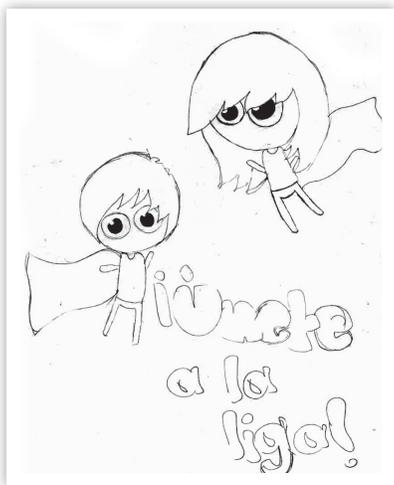
1



Se realizaron dos personajes infantiles para que el grupo objetivo se identifique con ellos. Se realizaron haciendo la acción de tirar basura en un bote de basura, para recalcar el concepto creativo, además cada bote de basura tiene título de qué material se puede tirar porque también se apoyara el reciclaje.

Los personajes están peinados como ellos se peinan para ir a estudiar. El titular esta diseñado para que esté en medio, para llamar la atención de los niños además le da simetría al diseño. La frase de cierre esta de lado izquierdo para darle dinamismo al diseño y que rompa con la simetría de arriba.

2



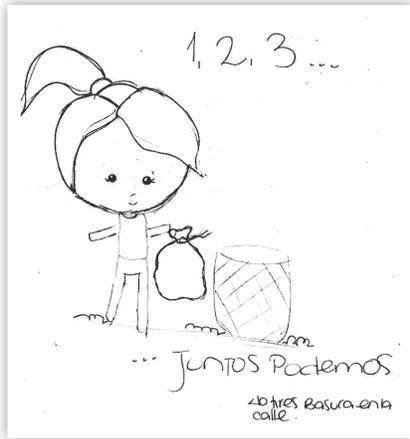
Se realizaron dos personajes para este concepto creativo. Son dos súper héroes porque el concepto es ¡Únete a la liga! y se quería representar algo con lo que el grupo objetivo se sintiera identificado y algo que ellos quisieran llegar a ser.

Los personajes poseen ojos grandes y con cuerpo pequeño para hacerlos más dinámicos y atractivos para el G.O. algo también que es

muy llamativo para ellos es la capa, que es grande y eso es lo que a ellos les gusta.

Esta propuesta esta diseñada de la siguiente forma: los personajes que son el centro de la atención están arriba del titular, el titular está del lado izquierdo para que rompa con la simetría y le de mas dinamismo al diseño.

3



Para esta propuesta se realizó un personaje de una niña, llevando a un bote de basura una bolsa de la misma, porque lo que se pretende es que tiren la basura en su lugar, no importando si es mucha o poca basura. Este personaje se realizó con la cabeza más grande y el cuerpo delgado para darle más dinamismo, haciéndolo así amigable y confiable. El

contexto que se maneja es naturaleza porque también se está promoviendo el reciclaje y el concepto está diseñado para dividirlo en dos, porque es más dinámico y da expectación por los números de arriba e incentiva a terminar de leer el mensaje. La frase de cierre está de lado izquierdo para darle dinamismo al diseño y que rompa con la simetría de la imagen y del titular.

4



Se crearon estos personajes de aproximadamente 6 años que ayudan a limpiar el planeta, siendo niños normales como lo son el grupo objetivo.

Se busca llamar la atención de los niños en base a los colores escogidos.

5



Esta línea Gráfica pretende que los niños se identifiquen con los personajes porque se hicieron tomándose en cuenta que son niños pequeños.

Estos dos personajes representan a dos niños súper héroes de aproximadamente 5 años

6



La línea Gráfica que se utiliza en este boceto es tomado como referencia de la caricatura de los hermanos Kratts el la cual se vistió a los personajes con los colores que según nuestra investigación son para reciclaje tomando como base el rojo, verde y amarillo, porque son los que crean mas contraste.

3.1.1.- AUTOEVALUACIÓN

Al término del bocetaje se llevó a una autoevaluación de los conceptos gráficos adquiridos tomando en cuenta los siguientes aspectos ⁵:

PRINCIPIOS A EVALUAR EN EL DISEÑO												
NOMBRE DE LA VERSIÓN	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Identidad visual	Diseño tipográfico	Uso de color	RESULTADO / 50	
	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
1	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	33	
2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38	
3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	37	
4	3	3	4	5	3	3	2	4	3	4	33	
5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	45	
6	3	4	5	5	4	3	3	3	3	3	39	

La autoevaluación se realizó bajo los siguientes criterios:
Excelente=5, Muy bueno=4, Bueno=3, Regular=2, Malo=1

CONCLUSIONES:

En este primer nivel se realizaron bocetos de los tres mejores conceptos creativos que se había elegido y los cuales surgieron de POEMS. Para los cuales se realizaron diferentes personajes para cada concepto y diferentes líneas gráficas para poder obtener diferentes visualizaciones de los diferentes conceptos.

En el proceso bocetaje se descubrió que las piezas que se habían propuesto eran buenas pero le hacían falta un vínculo emocional con el grupo objetivo, además de crear ese sentimiento de querer ser como los personajes, y que ellos fueran la motivación de los niños y niñas.

Gracias a la Autoevaluación se tomaron en cuenta 3 propuestas para llevar al grupo objetivo. Las que obtuvieron el mejor puntaje fueron las piezas que cuentan con la mayor cantidad con respecto a las principios evaluados.

⁵ Documento 1er.nivel de bocetaje-autoevaluación DV5. -Adaptación del cuadro de autoevaluación preparado por el Lic. Francisco Chang, 2010-

3.2.-VISUALIZACIÓN

2do. Nivel

A continuación se muestran las piezas gráficas elegidas por la autoevaluación las cuales serán socializadas entre compañeros y profesionales.

1



Anika: Es una niña simpática y amable, además de risueña. Le gusta hacer el bien y ayudar a los demás, hace buenas acciones recogiendo basura en las calles, junto con Colín. Es una niña agradecida por todas las cosas que la naturaleza le proporciona, también es diligente ante las demás personas.

Colín: Es un niño que posee autoridad en cualquier lado a donde vaya, es práctico y realista, sabe lo que quiere, posee gran energía y es un gran soñador. Es perfeccionista y le gusta que su país limpio y ordenado. Le gusta agradecer a los demás y busca la paz y armonía, además de hacer amigos y amigas.

Esta propuesta está diseñada de forma horizontal, por que el formato de diferente posición le proporciona dinamismo.

Se colocaron los personajes en el centro porque llama la atención de los niños y niñas, en el superior derecho se colocó el concepto creativo con una tipografía gruesa porque con eso se quiere que el G.O. retenga el concepto creativo además que lo ponga en práctica, y la segunda parte del mensaje se colocó del lado inferior izquierdo con otro tipo de tipografía para diferenciar el titular con el "copy".

Esto se creó así para romper la simetría con los personajes en el centro y el texto en diferentes posiciones, para hacerlo dinámico, además de la radiación centrífuga del fondo.

Nikol: Tiene 7 años le gusta ayudar a los demás y enseñarles a sus hermanos pequeños cosas como ayudar en casa, dar el ejemplo a los niños pequeños, cómo limpiar.

André: Tiene 7 años y medio y le gustan los deportes, ayudar a su mamá, es hijo único pero igual se divierte con sus amigos.

Nikol y André son los mejores amigos, y juntos ayudan en su colonia a mantenerla limpia, ellos junto a otros amigos después de jugar, si ensucian limpian y salen cada cierto tiempo con bolsas de basura a recoger lo que encuentren. Les gusta reciclar y divertirse haciendo juguetes con objetos reusables.

2



Ellos visten de rojo amarillo y verde porque son los colores que representa el reciclaje. Con esto se busca llamar la atención y centrarse en los personajes porque no tienen la edad del grupo objetivo, esto es debido a que se busca que los niños piensen para que cuando sean grandes pueden seguir ayudando.

“Todo tiene su lugar” es el lema que ellos utilizan porque quieren ayudar a que todos aprendan que la basura no va en las calles si no en basureros o lugares especiales. Se colocó de fondo casas en las cuales en el frente tienen un basurero para que se pueda mostrar, como deberían tener la basura.

Se uso una tipografía miscelánea para hacerlo más atractivo para nuestro grupo objetivo tratando de comunicar actividad y energía con el color amarillo.



Lo que se busca con esta propuesta es que los niños se identifiquen con el personaje y puedan decir ese soy yo .

Ellos visten de Verde que es el color de la vida vegetal y de la primavera, de lo que crece y da frutos, por tanto ayuda a generar nuevas ideas y a ser creativos. De amarillo por que es un color cálido, es el color de la luz, del sol, de la acción del poder.

También tiene accesorios rojos para centrar la atención de nuestro grupo objetivo; Beneficia a los niños depresivos o retraídos pues pone la "energía" en movimiento.

El fondo es simple con estrellas que le proporciona dinamismo y la sensación de que están volando.

Se usó una tipografía miscelánea para darle movimiento y dinamismo, en color verde mas claro para hacer contraste con el fondo celeste.

El concepto creativo que se eligió fue: **¡Únete a la liga!** Para motivar a los niños y niñas que sean parte de un movimiento de cambio.

3

Justificación de los nombres:

Se escogieron nombres monosílabos, por ser nombres cortos, sencillos y de fácil pronunciación para los niños, lo cual les ayuda a memorizarlos.

Amy: Es una variante de Amanda; deriva del latín 'Amandus' y significa 'persona que es amada por todos los demás'. Esto es lo que se busca, porque a lo que se desea llegar es que se identifiquen con el personaje.

Ale: Diminutivo de Alejandro; Nombre Masculino de origen Griego.

Significa el que defiende al hombre, El Protector. Se eligio este nombre por que lo que desea es proteger al planeta.

CONCLUSIONES:

Después de haber hecho la selección de los conceptos creativos y línea gráfica, se digitalizó y se utilizaron diferentes técnicas de ilustración, además de eso se le dio personalidad a cada personaje, como el nombre y su comportamiento con las demás personas.

En este nivel de bocetaje se presentaron las piezas gráficas tanto en digital como impresa, porque después de haber recibido asesoría de forma verbal se hicieron los cambios para luego así presentárselo al grupo objetivo, además se corrigió varios aspectos como tipografía, color y composición, para poder elegir cuáles serían las piezas correctas para poder ser socializadas con el grupo objetivo. Para la autoevaluación de las piezas se usó como base la tabla de evaluación y junto con la asesoría y la evaluación se continuó corrigiendo pequeñas cosas.

3.3.-VISUALIZACIÓN

3er. Nivel

A continuación se muestran las piezas gráficas elegidas, gracias a la socialización y a las observaciones de la asesora gráfica.

Gracias a la experiencia obtenida con las encuestas realizadas al grupo objetivo para el desarrollo de los insights, se realizó únicamente dos piezas, esto debido a que estos niños se encontraban haciendo otras actividades y podría causar confusión al presentarles muchas piezas.

Se realizaron varios cambios a una pieza y se modificó la otra creando así un nuevo personaje con el cual se busca una mejor opción y que sea mas adecuado.



Nombre: Tito

Edad: 6 años

Estatura: 1 metro 15 cm

Peso: 100 libras

Súper poder: Viento (con el viento lleva la basura en su lugar)

Personalidad: Es emotivo, amable y cordial. Tiene muchos amigos y le gusta hacer nuevos amigos, además de ser muy respetuoso, carismático y cariñoso. Le gusta tener la atención de quienes lo rodean, busca siempre quedar bien con las demás personas y que reconozcan su trabajo y esfuerzo. Le gusta ayudar al medio ambiente.

Vestuario: utiliza playera amarilla, pantalón azul, capa roja y zapatos grises.

Este personaje surge a raíz de las sugerencias recibidas por parte de la asesora gráfica, porque algunas de las piezas gráficas que se habían presentado anteriormente no poseían algunas características necesarias para atraer al G.O.

Utilizando el concepto creativo *¡Únete a la liga!*,

se realizó otro súper héroe.

Se realizó un niño de la edad 6 años para que esté de acuerdo con el grupo objetivo y que los que querían ser como él.

La línea gráfica es muy sencilla, para que el grupo objetivo lo reconozca fácilmente y sea memorable.





Amy: en una niña muy activa, que tiene mucha imaginación, le encanta pintar y es muy curiosa, Tiene mucha imaginación, su color favorito es el rojo y en sus tiempos libres es una súper heroína. Es una persona creativa y con mucha imaginación. Es muy comunicativa y expansiva.

Ale: Es un niño juguetón, fanático del futbol, le gusta salir a jugar. Su color favorito es el verde. En su tiempo libre es un Súper Héroe.

Después de la asesoría se llegó a la conclusión que los personajes debían estar mejor ilustrados y que les colocaran calles, porque esto le daría énfasis a la propuesta de mantener las calles limpias.

Se vectorizaron los personajes y se redibujó una calle del municipio de Villa Nueva, para hacerlo más realista, se les colocó sombra como sugerencia de la asesora gráfica . Se continuó con los mismos colores y con la misma diagramación, tipografía y la utilización de los colores. Se le cambió el formato de carta a tabloide debido a que era más adecuado.

Como parte de la estrategia se busca llamar a los niños para que formen parte de esta liga, la cual beneficiará al mundo y lo hará un mejor lugar. Con el cual formarían un grupo de súper héroes.

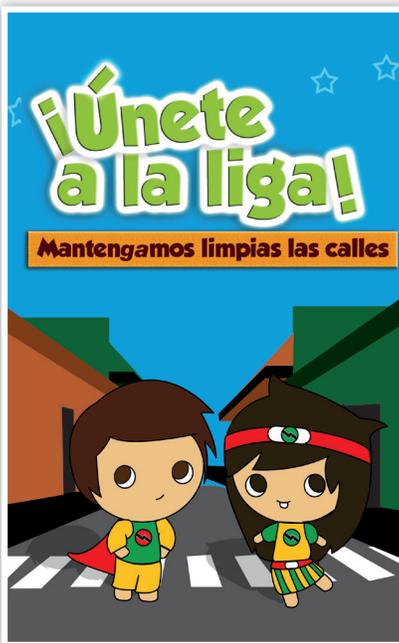
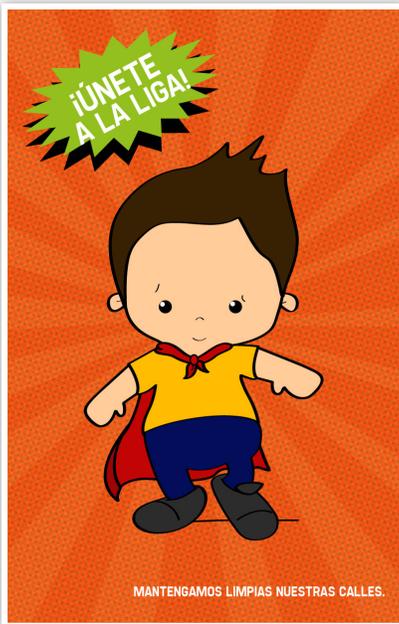
CONCLUSIONES:

Para la realización de piezas gráficas efectivas es necesario conocer muy bien al grupo objetivo por lo que es necesario tomar en cuenta sus gustos y modo de vida.

Para el desarrollo de estas propuestas gráficas fue muy importante la opinión de profesionales, debido a que sus sugerencias constructivas ayudan a crear propuestas adecuadas para que éstas puedan comunicarse y comprenderse de la mejor manera.

3.4.-VALIDACIÓN

de las propuestas



RESULTADOS:

Se realizó una prueba piloto, con la cual se espera poder comprobar la efectividad de la propuesta.

La primera impresión que proporcionó fue muy importante, porque permitió realizar los cambios pertinentes a la propuesta para que ésta pueda ser llevada a cabo.

Lamentablemente no se pudo realizar la segunda recolección de información porque el grupo objetivo no estuvo disponible.

Para recolectar información, la técnica consistió en mostrar al grupo objetivo ambas piezas y realizar una actividad para que ellos pudieran describir cada pieza, se les separó por grupos para que pudieran observar ambas propuestas.

Debido a que son niños de 5 y 6 años trabajaron de forma dinámica para no perder su atención. Ellos respondieron de forma positiva y brindaron información con la cual se pudo concretar la validación.

Al grupo al que se le realizó la prueba piloto era pequeña debido a esto no se proporcionarán gráficas. Solamente se interpretarán los resultados obtenidos.

Se les hizo una serie de preguntas de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados;

1.- ¿Cuál es el que más te gusta?

Propuesta No.1 (16)

Propuesta No.2 (8)

2.- ¿Por qué te gusta?

Propuesta No.1 Por el color, el personaje, Porque quiere ser súper héroe.

Propuesta No. 2, Porque tiene un niño y una niña, por el fondo, porque son súper héroes.

3.- ¿Por qué no te gusta?

Propuesta No 1 Porque no tiene niña, porque no se ve movimiento.

Propuesta No. 2 Porque la capa es muy pequeña, porque no tienen zapatos.

4- ¿Qué colores te gustaron?

Anaranjado, rojo de la capa.

5.- ¿Qué fondo les gustó?

Propuesta No.1 por el color anaranjado y no les gustó la calle.

7.- ¿Qué están haciendo los personajes?

Propuesta No. 1 Dijeron limpiando la calle pero porque lo leyeron.

Propuesta No. 2 Están Jugando, están volando, están limpiando, están parados.



(Fotografía: Mayrim Meoño)

DISCUSIÓN:

Unos de los problemas que causa tanta basura en las calles del municipio de Villa Nueva es que desde pequeños no se les enseña la importancia de tirar la basura en su lugar y a tener la paciencia para llevar la basura a sus hogares si es que no encuentran el lugar adecuado para tirarlo. Uno de los motivos por los que se realizó este estudio, es el hecho de observar a las personas tirando la basura con tanta naturalidad y desinterés.

A pesar que existen campañas como la de **"Limpiemos Nuestra Guatemala"**, no se ve un cambio en este municipio puesto que ese tipo de campañas está enfocada para el área metropolitana y no llega a Villa Nueva.



(Fotografía: Mayrim Meoño)

Grupo de informantes: Niñas y niños de 5 y 6 años, que cursan los grados de Kinder y Preparatoria respectivamente, del Colegio Prados del Carmen.

Fecha: 8-10-2012	Hora de inicio: 07:30am
Lugar: Colegio "Prados del Carmen"; 16 ave 8-43 zona 4 Villa Nueva, Guatemala	Hora de finalización: 09:00am
Número de participantes: 24	Número de hombres: 18 Número de mujeres: 6

CONCLUSIONES:

El grupo objetivo se enfocó en los colores, el naranja fue el que más llamó su atención, al igual que lo simple de la composición. Se identifican con ambos pero se inclinan más por la propuesta numero 1, el personaje también fue más atractivo para ellos, la calle no fue de su agrado y prefieren que no aparezca.

Según los resultados de la validación, se llegó a la conclusión que se necesitaba hacer personaje femenino, para la pieza seleccionada. Se realizó un proceso de bocetaje para la misma.

CUARTO
CAPÍTULO

PROPUESTA
Gráfica Final



4.1- Justificación de los **NOMBRES**

Tito: Nombre Masculino de origen Latín. El valiente defensor.

Tita: Variante Femenino del nombre Tito. Significa la valiente defensora.

El nombre no contiene más de 7 letras por que entre más corto será más fácil de que los niños lo recuerden. Y el hecho de que sean iguales lo facilita aun más.

Cada palabra tiene una "musicalidad" particular. Su acentuación, longitud, cantidad y distribución de vocales y consonantes generan verbalizaciones más o menos agradables y recordables.

Al ser nombres de dos silabas ayuda en la pronunciación de los nombres.

Estos nombres son de una familia romana ilustre, de algunos santos y de otros personajes históricos.

Características del nombre Tito y su variante femenino Tita:

Idealista, reflexivo y creativo. Cuando entra en confianza es sociable y ameno. Cuida su aspecto exterior y le gusta saber todo lo que pasa a su alrededor.

Según Numerología:

Atracción por el pasado, la historia y las antigüedades, muy interesado y practicante del orden, la organización, el rigor, la constancia, y el amor al detalle.

4.1.1- Perfil PSICOLÓGICO



Al momento de la socialización con el grupo objetivo, les parecía muy atractivo el personaje (niño) pero algo que no les gusto era que no tenía una compañera (niña). A partir de la socialización se realizó el personaje femenino, utilizando la misma línea gráfica del personaje anterior.

Tito

Es un niño de 6 años mide 1 metro y 15 cms, pesa 100 libras. Él posee el súper poder del Viento (con el viento lleva la basura en su lugar) y valores valentía y justicia.

Personalidad: Es emotivo, amable y cordial. Tiene muchos amigos y le gusta hacer nuevos amigos, además de ser muy respetuoso, carismático y cariñoso. Le gusta tener la atención de quienes lo rodean, busca siempre quedar bien con las demás personas y que reconozcan su trabajo y esfuerzo. Le gusta ayudar al medio ambiente.

Vestuario: utiliza playera amarilla, pantalón azul, capa roja y zapatos grises

Tita

Ella tiene 6 años, mide 1 metro y pesa 95 libras. Posee el súper poder del reciclaje y los valores son la obediencia y el ejemplo

Personalidad: es agradable, amigable y cordial, además de ser creativa y entusiasta también es cuidadosa y diligente. Le gusta hacer nuevos amigos y amigas. Es cariñosa con quienes la rodean. Le gusta estar acompañada con sus seres queridos, además le gusta ayudar a salvar al medio ambiente. Sabe qué es el bien y lo practica.

Vestuario: utiliza vestido amarillo, cinturón azul, colas amarillas, capa roja y zapatos azules.

4.1.2.- Historia de los **PERSONAJES**



Tita y Tito son dos súper héroes amantes del medio ambiente de Villa Nueva, municipio de Guatemala. Ellos les gusta que las calles estén limpias, ayudan a salvar el planeta con sus buenas acciones y brindando la información adecuada y apoyando a sus amiguitos y amiguitas de donde deben tirar la basura.

Con la ayuda de sus amiguitos y amiguitas y los súper poderes que cada uno poseen ayudan a que las calles de Villa Nueva estén más limpias, los habitantes reciclen y planten árboles.

4.1.3.- Campaña de **EXPECTACIÓN**

Con esta campaña busca que los niños puedan integrarse y formar un grupo que demuestre lo divertido que puede ser ayudar al planeta, y que no es necesariamente tedioso mantener limpias las calles y que con poco esfuerzo y poco a poco se puede hacer un cambio.

Se realizará la campaña de expectación porque los niños son muy curiosos y activos, les gusta descubrir cosas e imaginar de qué puede estar tratando.

Se busca que a través de las maestras y maestros de cada salón, colaboren con esta campaña porque son una pieza importante en la vida de los niños, debido a que pasan la mayor parte del día con ellos y son una figura de autoridad.

Para la campaña de expectación se utilizaran unos botones que diga ***¡Únete a la liga!***, no sólo para llamar la atención del grupo objetivo, sino que para que desde el principio de la campaña se memorice el concepto creativo y lo asocie con las demás piezas.

Se utilizó un iconografía del comic porque los personajes son súper héroes, se pretende que desde la expectación se vaya dando a conocer el concepto, además que le aporta dinamismo al diseño.

4.1.4.- Campaña de **GENERAL**

Después de la campaña de expectación se le entregará a cada maestra una serie de botones (4 botones diferentes) que lo usará diariamente, ya sea que los use todos o lo cambie todos los días. En los botones se usaron a los dos personajes (por separado), y la capa que utilizan los personajes. Se hicieron así para posicionar el mensaje y por supuesto la línea gráfica.

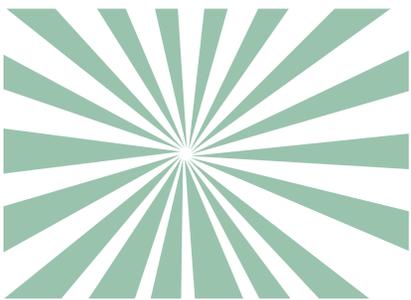
Se utilizan los personajes porque ellos son los que están motivando al grupo objetivo, además que se identifican con ellos, porque si ellos hacen una buena acción, el grupo objetivo también lo quiere hacer, en pocas palabras quieren ser como ellos.

Como lanzamiento de esta campaña se realizará un rally en el cual se harán las siguientes actividades:

Se les regalarán capas rojas como la de los personajes, la cual deberán utilizar en cada actividad que se realice.

Se les hará la inscripción a la liga en la cual se les entregará los carnés y su primer sticker, para motivarlos y de esa forma permanezcan en la liga.

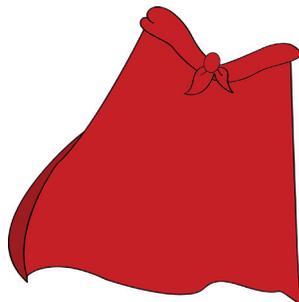
4.1.5.- Argumentación y **CRITERIOS**



Explosión:

Se utilizó en el fondo para proporcionarle movimiento y hacerlo dinámico.

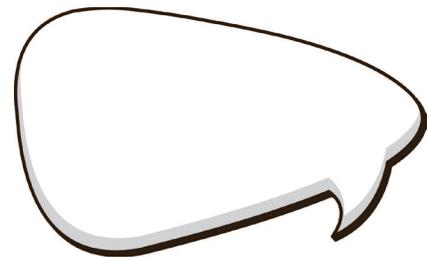
Se usa de forma muy sutil de modo que no sature la composición, y no entorpezca el mensaje que se quiere transmitir. Se utilizó 2 diferentes tonos para cada color.



Capa:

Su usó la capa de color rojo, para llamar la atención y para refleja la importancia de la capa, porque es el icono principal de los súper héroes.

La línea gráfica es simple y minimalista, con pocos detalles y contorno negro .



Balloon:

También llamada globo, es mayormente utilizada para integrar gráficamente el texto de los diálogos o el un mensaje que algunos utilizan en la estructura icónica de la viñeta en los comics. Se decidió utilizar éste debido a que el anterior ya no es muy utilizado y era un poco pesado para el grupo objetivo.



Basureros:

Se utilizarán los basureros de los colores predeterminados del reciclaje cada uno tiene un propósito, el cual se desea plasmar en las mentes de los niños.

Se hizo una abstracción simple con pocos detalles para que pueda ser memorizado con mayor facilidad.

4.1.6.- Criterios de COLOR

Se decidió trabajar los fondos de las piezas en dos colores, cada uno con un tono.

Los tonos Naranjas se usaron para lo que es identidad para no causar confusión y que identifiquen la campaña a través del color naranja.

Se usó en su mayoría el tono oscuro del naranja para las piezas y el tono claro para identificar los carnés siendo este para las niñas y el tono oscuro para los niños.

El verde es utilizado para las piezas que manejaran las maestras para hacer los ejercicios de reciclaje.



PANTONE P 37-8 C

C=0
Y=79
M=94
K=0

RGB= 233, 81, 29



BLANCO

C=0
Y=0
M=0
K=0

RGB= 255, 255, 255
Overplay
Opacidad= 30%



PANTONE P 14-7 C

C=0
Y=31
M=85
K=0

RGB= 251, 186, 51



GRIS

C=0
Y=0
M=0
K=5

RGB= 246, 246, 246
Multiplay
Opacidad= 30%



PANTONE P 157-8 C

C=48
Y=0
M=100
K=0

RGB= 154, 195, 28



PANTONE P 147-15 C

C=77
Y=0
M=87
K=52

RGB= 23, 103, 47
Multiplay
Opacidad= 40%

4.2- PIEZAS

de Comunicación

4.2.1.-Afiches para **SALONES**

Se realizaron dos afiches para la clase, porque ahí es donde los niños tendrán el mayor estímulo posible y la maestra se lo recalcará cada cierto tiempo. En estos afiches se da a conocer en qué basurero hay que tirar la basura de diferente material, se hace tanto por el color del basurero como en el "copy" se hace con el objetivo para que los niños y las niñas tengan siempre presente de dónde hay que tirarla.

En cuanto a color, se unificaron para no perder la unidad visual y no distraer al G.O. con muchos colores. Se utiliza el color naranja, ya es un color alegre, estimula la mente y libera las emociones negativas, este color transmite energía, felicidad y creatividad. Es perfecto para el grupo objetivo porque son niños y niñas y están en constante movimiento.

En la composición el mensaje central (las ilustraciones) se colocó en el centro para darle tanto unidad visual como para llamar la atención de los niños y niñas. Además se colocó un "balloon" tanto para el titular como para el "copy" para seguir la línea de los comics.

La lectura visual empieza desde el lado derecho, para llamar la atención del G.O luego observamos en el centro la gráfica indicando la acción y finalmente la frase de cierre, se creó así porque quiere jugar con las posiciones y rompa con la simetría.

La tipografía usada es de la familia de las palo seco llamada ITC Avant Garde Gothic Std la cual se usó para que su legibilidad sea óptima. Se usa en sus tres versiones Book, Demi y Bold, para darle jerarquía.

En esta propuesta se muestra al niño informando que en el basurero amarillo debe depositarse el plástico.



En esta propuesta se muestra a la niña informando que en el basurero azul debe depositarse el papel.

4.2.2.- Descripción de **BOTONES**

Los botones es un medio de estímulo constante para los niños y niñas para estarles recordando el mensaje de la liga y de los personajes. Para que hagan el bien, no tirar la basura en la calle.

Después de la campaña de expectación se le entregará a cada maestra una serie de botones (3 botones diferentes) que lo usará diariamente, ya sea que los use todos o los cambie todos los días. En los botones se usaron a los dos personajes (por separado), la capa que utilizan los personajes y uno de los personajes tirando la basura, se hicieron así para posicionar el mensaje y por supuesto la línea gráfica.

Se utilizan los personajes porque ellos son los que están motivando al grupo objetivo, además que se identifican con ellos, porque si ellos hacen una buena acción, el grupo objetivo también lo quiere hacer, en pocas palabras quieren ser como ellos.

Se creó un botón, única con la mano de uno de los personajes tirando basura a un bote, se hizo porque el grupo objetivo identifica que uno de los personajes está haciendo la acción. Se cortaron las imágenes ya se promueve que el G.O identifique una parte por el todo.

Se hizo un botón con la capa de los personajes, diciendo lo siguiente: **¡Ponte la capa! ... ¡Únete a la liga!**, la maestra le esta dando el mensaje que se ponga la capa estimula al G.O. para que lo haga. Se utilizó la capa, porque al G.O. le llamó la atención la capa y también quieren tener una capa como la de los personajes.

Este será el botón utilizado para la campaña de expectación, en el cual se colocó únicamente la tipografía con el mensaje **¡Únete a la liga!**, La tipografía es palo seco y se usaron en menores para que sea de fácil lectura para niños y que puedan leerlos a una distancia más o menos larga.



Se realizaron dos botones utilizando los personajes, porque ellos son los que están motivando al grupo objetivo, además que se identifican con ellos, porque si ellos hacen una buena acción, el grupo objetivo también lo quiere hacer, en pocas palabras quieren ser como ellos.



Se hizo un botón con la capa de los personajes, diciendo lo siguiente: **¡Ya me puse la capa! ¿Y tú?**, la maestra le está dando el mensaje que ella ya se puso la capa de la liga e incentiva al G.O que también lo haga. Se utilizó la capa, porque al G.O. le llamo la atención la capa y también quieren tener una capa como la de los personajes.



4.2.3.- Descripción de la **CANCIÓN**

"Vamos a limpiar"

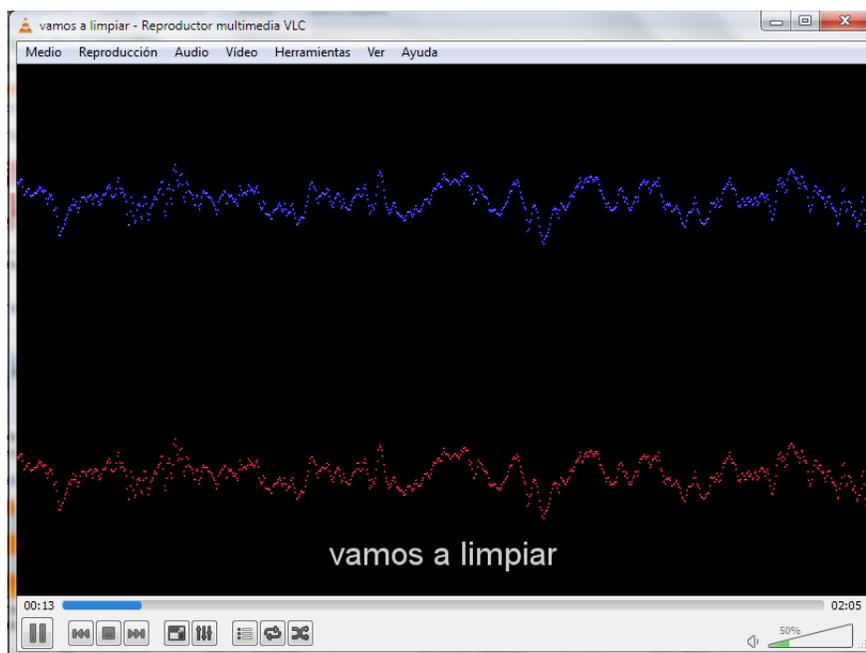
Esta canción⁶ es para el uso dentro de la clase, porque recalca la limpieza de la clase, además porque no importa de quien sea la basura que está en el suelo ellos la deben recoger y tirarla en el bote de basura. La letra de la canción es corta pero se repite, se realizó así para que los niños y niñas se la aprendan rápidamente y la mantengan presente, porque cada vez que la canten se recuerden del mensaje. Además que la melodía es llamativa y con movimiento para que ellos se motiven al escucharla.

vamos a limpiar vamos a limpiar
ya nuestra clase vamos a limpiar
vamos a limpiar vamos a limpiar
ya nuestra clase vamos a limpiar
si encuentras basura en tu lugar
al basurero la vamos a llevar
aunque no sepa yo de quien es
al basurero la vamos a llevar

coro

vamos a limpiar vamos a limpiar
ya nuestra clase vamos a limpiar
vamos a limpiar vamos a limpiar
ya nuestra clase vamos a limpiar
si la basura tirada esta
el basurero triste se pondrá
aunque no sepa yo de quien es
al basurero la vamos a llevar
vamos a tirarla vamos a tirarla
el basurero vamos a llenar
vamos a tirarla vamos a tirarla
el basurero vamos a llenar

(Melodía adjunta en el CD)



Formato: .mp3
Duración: 2.05 min
Velocidad: 320kbps
Peso: 4.78MB

6 Garcia, J. (Compositor). (2012). "Vamos a limpiar". [Alumnos, Intérprete, & J. Garcia, Dirección] Guatemala.

4.2.4.- Descripción de **STICKERS**

Los stickers son una abstracción de los poderes de los niños, están hechos con la misma línea gráfica minimalista sin muchos detalles, para su mejor comprensión y visualización.

Se usó el color verde con un tono claro y uno oscuro para crear contraste cuando se coloque en el carné, al igual que representa la naturaleza del aire y el reciclaje. También podrán ser utilizados si así lo desean para colocarlos en cuadernos, como premios, o como mas les guste a los niños.

Tamaño: 0.7*0.5" impresos en papel adhesivo, tamaño carta.

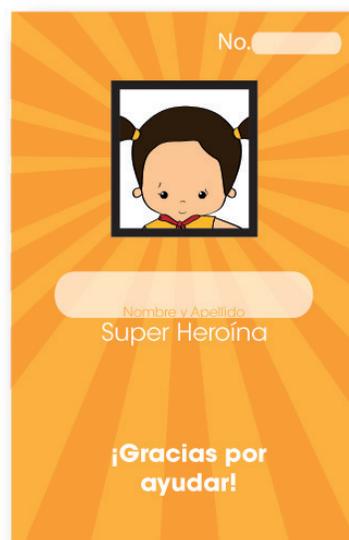
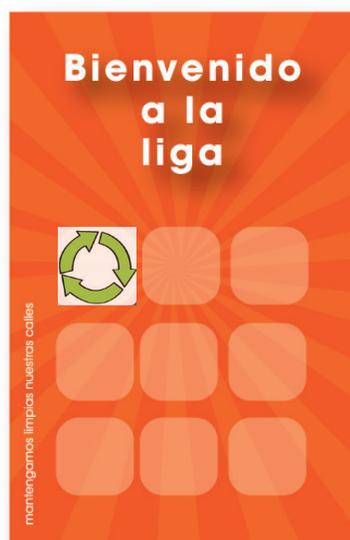


4.2.5.- Descripción de CARNÉS

Estos serán los carnés que se entregarán a los niños y niñas que se unan a la liga. Se les entregará uno a cada uno, con esto se quiere incentivar a los niños, proporcionándoles algo con lo que pueden identificarse y así motivarlos con algo propio y original.

En estos carnés se les estarán pegando en el retiro los stickers, con lo cual al llenarlos se les entregará un premio, para esto deberán cumplir con actividades en clase y en casa, por ejemplo al limpiar su cuarto se les entregará uno, y en clase si recogen basura se les dará otro, o si ven a alguien tirar basura y avisan para que se pueda recoger se les dará otro, y así por cada acto que realicen se les dará, hasta que llenen el carné.

Las dimensiones de estos son de 3.5*2" e impresos en tiro y retiro en papel Texcote #14.



4.2.6.- Piezas para RECICLAJE

Bolsa de Papel

Materiales:
* Papel periódico
* Pintura como tempera o la que se tenga a mano

Para mayor resistencia de la bolsa, puedes usar uno, dos, tres y hasta cuatro pliegos de papel.
Corta un rectángulo o dóblalo.

Dóblalo en 4 lados 2 de 4.5" y dos de 3".

Pega el borde hasta, luego dobla la parte de abajo haciendo un triángulo y pégalo para hacer la parte inferior.

#1

#2

#3

#4

ARQUITECTURA Diseño Gráfico USAC

3R (RECICLA, REDUCE, REUTILIZA)

Estos serán entregados a las maestras para que los niños lo realicen en casa junto con sus padres, los cuales deberán ser entregados una semana después, esto con el fin de integrar a los padres para que ellos también se involucren.

Las guías (*Guatesostenible, 2,012*) están hechas con material reciclado.

Se eligió el color verde para estas piezas, porque el color verde es el de la ecología, también por ser un color motivador.

Se usa la misma línea gráfica y tipografía que las demás piezas para que se integre con la campaña.

En la parte inferior derecha se hace énfasis a la regla de las 3R's para que la aprendan.

Sus dimensiones son en tamaño carta, impreso en texcote #14

Avión de juguete

Materiales:
* Envase PET de 1.5 lts
* Cajas de Carton (caja de pizza, cereal)
* masking tape
* Papel periódico
* Pintura como tempera o la que se tenga a mano

Pega las alas hechas con carton con el masking tape o tape grueso o el que tengas en casa.

Pega con una mezcla de goma y agua el periódico, cubriendo todo.

Por último píntalo como prefieras sin olvidar las ventanas de los lados y el de enfrente.

#1

#2

#3

#4

ARQUITECTURA Diseño Gráfico USAC

3R (RECICLA, REDUCE, REUTILIZA)

4.2.7.- Promoción

NOMBRA A LA LIGA



Como parte de la campaña general después de tener ya varios héroes y heroínas, se llevará a cabo una promoción en la que se hará un llamado para nombrar a la liga, con este afiche se pretende atraer más niños y para mantener activos a los que ya están dentro de la liga. Éstos serán colocados en la entrada de la Dirección del colegio para que lo puedan ver los padres y así ayudar a sus hijos a participar.

Sus dimensiones son en tamaño tabloide impreso en texcote #14.

4.2.8.- Cartel INFORMATIVO



Éste estará colocado en las aulas y autobuses para que puedan saber en dónde y cómo pueden reciclar.

Sus dimensiones son en tamaño tabloide, impreso en texcote #14.

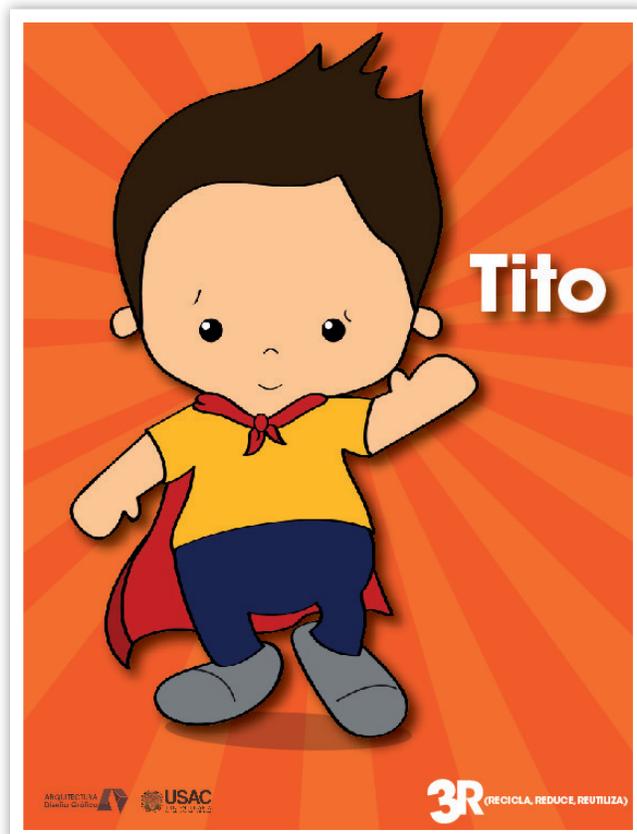
Aquí se muestra a los personajes interactuando en el cual la niña hace una pregunta y el niño le responde, de este modo es más dinámico.

4.2.9.- POSTERS

El objetivo de estos posters es para que el grupo objetivo conozca a los personajes y para motivarlos porque estos serán parte de los premios a entregarles.

Sus dimensiones son de tamaño tabloide de 17"*11" y su diseño es minimalista en el que solo le muestra el nombre y el personaje. Adicionalmente se les colocó en la parte inferior derecha un énfasis a las regla de las 3R's.

Siempre utilizando los colores de la identidad de la campaña.



CONCLUSIONES

Lo que más llamó la atención del Grupo Objetivo fueron los afiches, debido a la utilización de colores llamativos y contrastantes, haciéndolos efectivos.

El Grupo Objetivo logró comprender el mensaje de no tirar la basura en las calles. Enviado en el material gráfico impreso, propuesto para la campaña.

Se llegó a la conclusión que tanto la campaña de expectación como la general serán efectivas, porque el Grupo Objetivo mostró bastante interés en ella.

Otra conclusión es que para la realización del personaje es muy importante realizar la validación, por que gracias a ella se sabrá si la propuesta será efectiva.

Las maestras están dispuestas a apoyar esta campaña, siempre y cuando se les proporcione el material y los recursos necesarios.

LECCIONES APRENDIDAS

Para este proyecto se aprendieron varias técnicas que nos ayudaron, tanto a definir exactamente al grupo objetivo, como saber ciertas cosas que ellos necesitan, qué es lo que ellos quieren y cómo piensan. Entre otras cosas que tomamos en cuenta para realizar la campaña, entre eso encontramos los métodos de POEMS y SPICE.

Cuando se socializaron las propuestas con el grupo objetivo, fue un gran reto, el era comunicar y transmitir el mensaje rápidamente porque eran niños y niñas muy activos y se distraían con facilidad, sin embargo se logró con éxito.

Conocer a profundidad al grupo objetivo y pensar como ellos, fue uno de los retos más difíciles porque se diseñó para niños y niñas exigentes y que son muy sinceros con lo que se les transmite.

Se comprendió que todo tiene un propósito y la importancia de tener una buena fundamentación y hacer una investigación a fondo.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

	Formato:	Medio de Publicación:	Color	Tipografía
Posters	Tabloide (17"*11")	Impreso Texcote #14	Fullcolor	ITC Avant Garde Gothic Std
stickers	0.7*0.5"	Impresos en papel adhesivo	Fullcolor	ITC Avant Garde Gothic Std
Carteles	Tabloide (11"*17")	Impreso Texcote #14	Fullcolor	ITC Avant Garde Gothic Std
Afiches	Tabloide (17"*11")	Impreso Texcote #14	Fullcolor	ITC Avant Garde Gothic Std
Botones	6'*6'	Impreso Papel Especial	Fullcolor	ITC Avant Garde Gothic Std
Carné	2"*3.5"	Impreso Texcote #14	Fullcolor	ITC Avant Garde Gothic Std
Canción	.mp3	CD		
Piezas de reciclaje	Carta 8.5*11	Impreso Texcote #14	Fullcolor	ITC Avant Garde Gothic Std

CONSOLIDADOS DE COSTOS

PRODUCTO	CANTIDAD	MATERIAL	PRECIO UNIDAD	TOTAL
IMPRESIONES TABLOIDE	50 TIRAJES	TEXCOTE #14	Q10.ºº	Q500.ºº
IMPRESIONES CARTA	50 TIRAJES	TEXCOTE #14	Q5.ºº	Q250.ºº
BOTONES	20 UNIDADES	6*6CMS	Q20.ºº	Q400.ºº
GRABACIÓN DE AUDIO MP3	1 MP3	LETRA DE LA CANCIÓN	Q100.ºº	Q500.ºº
		ARREGLO MUSICAL	Q150.ºº	
		GASTOS DE ESTUDIO	Q250.ºº	
			TOTAL	Q1,650.ºº

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3
CAMPAÑA DE EXPECTACIÓN			
CAMPAÑA GENERAL			

COTIZACIONES



Guatemala 2 de Noviembre de 2012

Atención:

Andrea Lucia Barrientos

Por este medio cotizo los siguientes productos publicitarios:

20 botones Publicitarios de 6x6 cms.

Q. 20 c/u

**El Material es hoja de Papel Especial, Base de metal de 6x6cms para Boton y Laminado Protector.*

**El precio bajaria dependiendo de la cantidad de los botones de unos 50 para arriba se darian a Q.8.00c/u y de 100 para arriba a Q.5.00c/u.*

**La hora de Entrega seria dependiendo de la Cantidad de botones de cada*

Total: Q.400.00

***LOS PRECIOS UNICAMENTE SON VÁLIDOS SIN EXCENSIÓN DE IVA*
Y SOLO POR LAS CANTIDADES SOLICITADAS**

IMPORTANTE: LOS PRECIOS TIENEN VALIDEZ DE 15 DIAS HABLES A PARTIR DE LA FECHA DE EMISION DE ESTA COTIZACION

**NOTA: UNICAMENTE SE ACEPTAN CHEQUES POR
ADELANTOS NO PARA SALDOS.**

**CHEQUES FAVOR DE CONSULTAR
BANCOS DISP. Y A NOMBRE DE QUIEN**

De antemano gracias por tomarnos en cuenta para su cotización.

Pablo Diaz
Ventas/Diseño
ECONOGRAPHICS
2 2 5 4 9 2 1 2

mantasvinilicas4@yahoo.es

Guatemala, 29 de octubre de 2,012

A quien interese:

Estos son los precios que estamos manejando en este momento, y se les ofrece un descuento del 7% al imprimir un tiraje mayor de 100 unidades.

Tiraje de 50 Impresiones, Tabloide, en papel texcote #14, Fullcolor, C/UQ10.°°

Tiraje de 50 Impresiones, Carta, en papel texcote#14, Fullcolor, C/UQ5.°°

Total.....Q750.°°



Guatemala 3 de octubre del 2012

Estimada Srita. Andrealucía Barrientos:

Por este medio le mando la siguiente cotización según se me ha requerido por parte de su persona y pues espero que podamos tener una respuesta positiva de su parte. En la presente cotización ha quedado de la siguiente manera:

- Letra de la canción Q100.00
- Arreglo Musical Q 150.00
- Gastos de Estudio Q250.00

*IVA incluido.

Luego de la previa autorización el trabajo será entregado en un lapso de Máximo de 10 días hábiles y esperamos su pronta respuesta.

Atentamente,

Jaime García
Arreglista musical
Tel: 5690-7266

REFERENCIAS

ACUERDO MUNICIPAL:

Villa Nueva, Municipalidad (1982). **Acuerdo municipal de Villa Nueva** del 4 de enero de 1982. pub.16.4.82.

COMPOSITOR:

Garcia, J. (Compositor). (2012). "**Vamos a limpiar**". [alumnos, intérprete, & j. Garcia, dirección] Guatemala.

DOCUMENTOS:

Multivex Sigma Dos. (2009). **Definición de Niveles Socio Económicos**. Guatemala.

Valle, O. (2007). **Guía para el desarrollo de Grupos focales**. Proyecto de graduación, USAC, Guatemala.

INFORMES:

Barberena, M. (1999.). **El perfil latinoamericano: demografía y nivel socio económico**. Santiago de Chile.

López, J.F. (1996). **Boletín No. 30 La situación de la basura en la ciudad de Guatemala**. Guatemala: centro de estudios urbanos y regionales -CEUR-, Universidad De San Carlos De Guatemala.

Morales, I.R. (2003). **Informe técnico no.4, "Generación y manejo de desechos sólidos en Guatemala "**. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

E-GRAFÍA:

Fundación Azteca. (2,011). **Limpiemos nuestra Guatemala**. Recuperado el septiembre de 2,012, de <https://www.limpiemosnuestraguatemala.com/contenido.aspx?p=queeses>

Guatesostenible. (Septiembre de 2,012). **Tips Ecológicos para niños**. Obtenido de <http://www.guatesostenible.com/group/tips-ecologicos/ninos>

Inforeciclaje. (2,011). **Colores del reciclaje**. Obtenido de <http://www.inforeciclaje.com/colores-del-reciclaje.php>

Quiñones, C. (2,011). **Consumer. ¿Qué son los insights?**. Recuperado el 29 de Septiembre de 2,012, de http://www.consumer-insights.com.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=128&Itemid=198

Wordpress. (2,011). **Entrega de bolsas de papel para depositar basura en el carro**. Recuperado en 2,012, de <http://sininundaciones.wordpress.com/2011/03/19/entrega-de-bolsas-de-papel-para-depositar-basura-en-el-carro>

GLOSARIO

Abstracción: Si dentro de la composición, existen elementos contruidos a parir del principio de la abstracción, debe evaluarse si la misma se comprende y si comunica aquello para lo que fue creada.

Composición visual: La composición que se presenta, es armónica, agradable, estética y reúne las condiciones necesarias para llamar la atención del grupo objetivo.

Comprensión y vinculación con el concepto creativo: La propuesta de diseño debe comunicar el concepto creativo en cualquiera de sus soportes.

Copy: Texto que se incluye en un material de comunicación.

Diseño tipográfico: Es la forma en que se ha incorporado la tipografía al diseño. La adecuación al tema, la legibilidad, la comprensión de los contenidos, se debe evaluar para establecer el aporte

de este componente.

Estilización: El tratamiento que se le da a las imágenes y textos debe resultar estética, agradable, armónica y debe contribuir a despertar el interés y a generar una vinculación emocional con el grupo objetivo.

Fijación: La fijación de un mensaje visual es la capacidad que éste tiene de posicionarse en la mente del grupo objetivo. El uso de colores, imágenes y mensajes adecuados facilita la fijación de los mensajes.

Insights: Son los aspectos ocultos de la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores que generan oportunidades de nuevos productos, estrategias y comunicación accionable para las empresas.

Legibilidad: Un diseño debe ser fácil de leer y claro.

Memorabilidad: Un diseño es memorable si el receptor

logra: a) Asociarlo con un recuerdo o evento importante o b) Recuerda repetidamente el mensaje y le sirve como referente.

Pertinencia: Hace referencia a la forma en que la propuesta guarda relación con el tema que se está tratando.

Uso del color: La selección de la paleta de colores debe evaluarse en función de la adecuación al perfil del grupo objetivo y la temática que se está trabajando.

3R's Reduce, Recicla y Reutiliza.

SPICE: (Social, Physical, Identity, Communication, Emotional). Resalta lo social, psicológico, emocional, lo que comunica y cómo se identifica al grupo objetivo.

POEMS: Método para determinar los diferentes aspectos y las necesidades, desde la perspectiva del G.O.

ANEXOS



Primera SOCIALIZACIÓN

Para la primera socialización se les dio una encuesta para que llenaran, la cual se complico un poco ya que ellos no escriben bien, y leen en un 60%.

Se logró obtener buenos resultados, gracias a que ellos colaboraron y participaron dando sus opiniones.

En las fotografías podemos observar como se realizo dicha encuesta.



(Fotografía: Mayrim Meño)



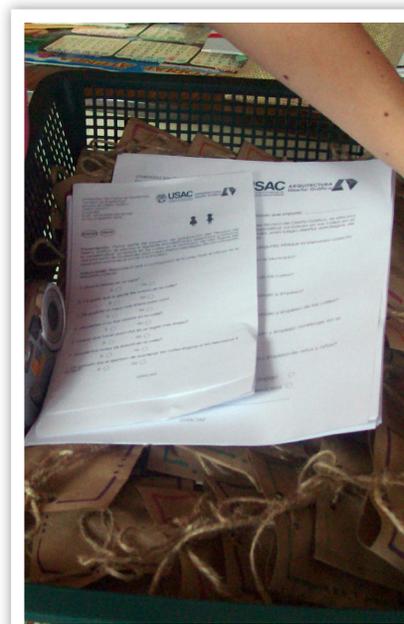
(Fotografía: Mayrim Meño)



(Fotografía: Mayrim Meño)



(Fotografía: Mayrim Meño)



(Fotografía: Mayrim Meño)

Segunda **SOCIALIZACIÓN**

En la segunda socialización, se realizaron las preguntas verbalmente, y su colaboración fue aun mayor que en la anterior socialización.

En las fotografías se muestra a los niños respondiendo a nuestras preguntas.



(Fotografía: Mayrim Meoño)



(Fotografía: Mayrim Meoño)



(Fotografía: Andrealucía Barrientos)

(Fotografía: Mayrim Meoño)



(Fotografía: Mayrim Meoño)

ENCUESTAS

Universidad San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Diseño Visual V
Docentes:
Arqta. Alma Irene Hernández
Licda. Emperatriz Pérez



KINDER PREPA



Presentación: Como parte de proyecto de graduación del Técnico de Diseño Gráfico, se efectúa la siguiente encuesta para determinar y conocer la problemática: La basura en las calles en el municipio de Villa Nueva del departamento de Guatemala, para luego diseñar estrategias de comunicación visual para promover el ornato y la limpieza.

Instrucciones: Responde lo que a continuación se te pide; Pinta el círculo de la respuesta correcta.

1. ¿Tiras la basura en su lugar?
Si No
2. ¿Te gusta que la gente tire basura en la calle?
Si No
3. ¿Te gustaría un lugar más limpio para vivir?
Si No
4. ¿Ayudarías a no tirar basura en la calle?
Si No
5. ¿Sabes que hacer para vivir en un lugar más limpio?
Si No
6. ¿Encuentras botes de basura en la calle?
Si No
7. ¿Te gustaría dar el ejemplo de mantener las calles limpias a tus hermanos y amigos?
Si No

GRACIAS

Encuestas realizadas en la primera socialización.

Una para maestros y otra para niños y niñas.

Universidad San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Diseño Visual V
Docentes:
Arqta. Alma Irene Hernández
Licda. Emperatriz Pérez



Grado que imparte: _____

Presentación: Como parte de proyecto de graduación del Técnico de Diseño Gráfico, se efectúa la siguiente encuesta para determinar y conocer la problemática: La basura en las calles en el municipio de Villa Nueva del departamento de Guatemala, para luego diseñar estrategias de comunicación visual para promover el ornato y la limpieza.

Instrucciones: Responda lo que a continuación lo que se le pregunta; Marque la respuesta que consideras correcta.

1. ¿Considera que la basura en las calles es un problema en el Municipio?
Si No
2. ¿Considera que los hijos imitan a los padres en tirar basura en las calles?
Si No
3. ¿Considera que los niños y niñas cambiarían los hábitos de ornato y limpieza?
Si No
4. ¿Le gustaría motivar a los niños y niñas que contribuyan en el ornato y limpieza de las calles?
Si No
5. ¿Considera que la falta de motivación en la enseñanza de ornato y limpieza contribuye en el problema de la basura en la calle?
Si No
6. ¿Qué material considera que es útil para el aprendizaje del ornato y limpieza de niños y niñas?
Afiches Audiovisuales Hojas de trabajo
Guías Didácticas Juegos Interactivos
Otro: _____

Cartas entregadas al COLEGIO



Cartas firmadas y selladas con copia para el establecimiento haciendo saber de las actividades que realizaríamos.



Guatemala, mayo 14 de 2013.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Arq. Carlos Valladares Cerezo
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura, **MAYRIM BELEM MEOÑO**, carné universitario N° 2002 10036, realicé la Revisión de Estilo de su Proyecto de Graduación titulado: **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL QUE PROMUEVA, FOMENTE Y ORIENTE LA LIMPIEZA Y ORNATO, EN NIÑOS DE 5 Y 6 AÑOS EN EL MUNICIPIO DE VILLA NUEVA** previamente a conferírsele el Título de **Técnico en Diseño Gráfico**.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, recomiendo darle continuidad a los trámites correspondientes, antes de que se realice la impresión de dicho documento de investigación.

Agradeciendo la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Licda. Maricella Saravia Sandoval de Ramírez
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia Sandoval de Ramírez
Colegiada 10,804

Profa. Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos 3122 6600 -5828-7092 y 2253 8569 – maricellasaravia@hotmail.com



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Facultad de
Arquitectura

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL
QUE PROMUEVA, FOMENTE Y ORIENTE LA LIMPIEZA Y ORNATO,
DIRIGIDO A NIÑOS DE 5 Y 6 AÑOS
EN EL MUNICIPIO DE VILLA NUEVA**

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

Alma Irene Hernández Luna
ASESOR

Mayrim Belem Meoño Cruz
SUSTENTANTE

