

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura

Escuela de Diseño Gráfico

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA PARA LA INTEGRACIÓN Y VINCULACIÓN DE LAS/LOS SANCARLISTAS EN PROYECTOS DE DESARROLLO

Proyecto de Graduación presentado por:

Addiana García Francia / 201016741

José Interiano Obregón / 200921969

para optar al título de Técnico en Diseño Gráfico

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala de la Asunción, Noviembre del 2013.

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

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA PARA LA INTEGRACIÓN Y VINCULACIÓN DE LAS/LOS SANCARLISTAS EN PROYECTOS DE DESARROLLO

Proyecto de Graduación presentado por:
Addiana García Francia / 201016741
José Interiano Obregón / 200921969
para optar al título de Técnico en Diseño Gráfico

Guatemala de la Asunción, Noviembre del 2013.

NÓMINA

DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA

DECANO Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

VOCAL I Arqta. Gloria Ruth Lara de Corea

VOCAL II Arq. Edgar Armando López Pazos

VOCAL III Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

VOCAL IV Br. Carlos Alberto Mendoza Rodríguez

VOCAL V Br. José Antonio Valdés Mazariegos

SECRETARIO Arq. Alejandro Muñoz Calderón

TRIBUNAL EXAMINADOR

DECANO Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

ASESORA METODOLÓGICA Arqta. Alma Irene Hernández Luna

ASESORA GRÁFICA Licda. Lourdes Pérez

ASESORA GRÁFICA Licda. Emperatriz Pérez

SECRETARIO Arq. Alejandro Muñoz Calderón

ÍNDICE

Nómina de Autoridades	
Título del Proyecto	
Dedicatoria	
Presentación	5
Introducción	6
Objetivos	7
1. Capítulo I	
1.1. Planteamiento del problema de Investigación/Comunicación	9
1.2. Justificación del problema de Investigación/Comunicación	10
1.3. Antecedentes de Comunicación Visual	11
1.4. Perfil de la/s institución/es relacionadas	13
1.5. Grupo Objetivo	16
2. Capítulo II	
2.1. Marco Teórico y conceptual	18
3. Capítulo III	
3.1. Proceso creativo y producción gráfica	22
3.1.1. Primera Fase (identificación del receptor)	22
3.1.1.1. Retrato del Consumidor	22
3.1.1.2. SPICE (social, físico, identidad, comunicación y emoción)	23
3.1.1.3. INSIGHTS	24
3.1.2. Segunda Fase (Estrategia de comunicación)	27
3.1.3. Tercera Fase (Proceso y evaluación del bocetaje)	28
3.1.3.1. Primer Nivel de Visualización	28
3.1.3.2. Segundo Nivel de Visualización	30
3.1.3.3. Tercer Nivel de Visualización	31
4. Capítulo IV	
4.1. Validación - Comprobación de eficacia	38
4.2. Propuesta gráfica final	41
Conclusiones	45
Lecciones aprendidas	46
Especificaciones para soportes de piezas finales	47
Cronograma	49
Referencias	51
Glosario	53
Anexos	54

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA
PARA SENSIBILIZAR Y PROMOVER
LA INTEGRACIÓN Y VINCULACIÓN DE
LOS ESTUDIANTES SANCARLISTAS
EN PROYECTOS DE DESARROLLO
DEL GOBIERNO DE GUATEMALA,
REALIZADA EN LA CIUDAD DE GUATEMALA
EN EL PERÍODO DE JULIO A NOVIEMBRE
DEL AÑO 2012.

DEDICATORIA

A DIOS:

Fuente inagotable de amor y sabiduría, que acompaña incondicionalmente nuestro existir, y permite que logremos nuestros sueño y objetivos.

A NUESTROS PADRES:

Por su apoyo y afecto sincero, por quienes sin su esmero constante y lucha no sería posible hoy el logro de esta meta.

A NUESTRAS FAMILIAS:

Por su incondicional apoyo, amor y su disposición para nuestro desarrollo general.

A NUESTROS COMPAÑEROS:

Por el aliento a seguir adelante, su apoyo, solidaridad y amistad a lo largo de estos años de estudio.

A NUESTRAS ASESORAS:

Arq. Alma Irene Hernández quien acompañó minuciosamente la elaboración del documento de investigación y especialmente a la Lic. Lourdez Pérez quien nos guió en todo el proceso creativo y justificación además de alentarnos a cada momento.

A UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA FACULTAD DE ARQUITECTURA:

Al personal docente y administrativo de la facultad que cumpliendo con sus funciones laborales facilita nuestra educación.

PRESENTACIÓN

La Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad San Carlos de Guatemala (USAC) tiene como propósito desarrollar soluciones de comunicación persuasivas por medio de los estudiantes de sexto semestre de la carrera técnica de Diseño Gráfico.

Iniciando con la identificación de problemas sociales, para luego hacer una exhaustiva investigación del entorno del problema, desde antecedentes, evolución del problema, las causas, efectos y la dimensión de los efectos de esa problemática, seguidamente iniciar con las estrategias de comunicación, persuasión y diseño, para intervenir en el entorno del grupo objetivo.

Resultado de un procedimiento de investigación y análisis se identificó el fenómeno de la apatía, desinterés, conformismo, poca solidaridad y escaso compromiso con la sociedad, por parte de los estudiantes universitarios sancarlistas por lo cual se abarcaron las causas del desinterés y apatía de los jóvenes a la integración y participación en proyectos de desarrollo nacionales, para luego elaborar una campaña de persuasión con la cual se pueda modificar el pensamiento y comportamiento de los individuos.

Comprendiendo que abarcamos solo un área, comunicación visual como diseñadores gráficos, no se le puede dar solución completa al problema, pero se busca motivar a los estudiantes, dando razones de peso para participar en los proyectos de desarrollo social. Además de crear compromiso en su papel de estudiante de la USAC, para accionar con los conocimientos adquiridos en la universidad integrándolos en proyectos de desarrollo de Guatemala para que al graduarse posea experiencia en soluciones de problemas del país.

INTRODUCCIÓN

La campaña de comunicación persuasiva para provocar la integración y vinculación de los sancarlistas en proyectos de desarrollo surgió a partir de la observación de la debilidad de compromiso con la sociedad y el desarrollo.

Esta problemática se identificó puesto que nosotros como iniciadores de este proyecto, somos además parte del grupo objetivo, afectado por esta situación tan desconcertante. La poca participación, sobre todo el bajo índice de incentivación por participar en proyectos de voluntariado para desarrollo social poniendo en práctica sus conocimientos de estudio universitario. Basado en las indagaciones hechas por la dupla ejecutora de este proyecto de graduación, se encontró que este problema tiene como causas la desinformación de los estudiantes sobre programas y proyectos de desarrollo a nivel nacional además de la falta de confianza que se le tiene a ellos para integrarse a participar activamente en tales proyectos.

Por lo cual se considera que como diseñadores gráficos, se debe ser responsables de aportar de forma creativa, con un objetivo basado en la persuasión, una propuesta de solución para disminuir los efectos negativos de este fenómeno en la población universitaria.

El resultado, una campaña, mezcla de persuasión e información, haciendo conciencia en el estudiante sancarlista de las estadísticas sobre los problemas nacionales, para que, según sean los gustos del estudiante, pueda vincularse e integrarse en temáticas de su interés y así que se sientan parte de la solución desde su profesión y ser un motor de desarrollo.

Mediante el método de encuesta fue examinado el grupo objetivo, se comprobaron los resultados dándole un seguimiento a los porcentajes que puntarían alto para dar en la pieza con más eficacia. Basado en puntos como la memorabilidad, atracción visual y decodificación del mensaje.

OBJETIVOS

GENERAL

Desarrollar una estrategia de comunicación para motivar a los sancarlistas a participar en proyectos de desarrollo del gobierno, creando en ellos compromiso por el papel que cumplen como estudiantes de la universidad nacional, con la sociedad guatemalteca.

ESPECÍFICOS

Intervenir el entorno del estudiante sancarlista, haciendo recurrente el mensaje y así posicionarlo, con el fin de generar interés y compromiso.

Diseñar material gráfico para informar a los estudiantes sancarlistas sobre las áreas y proyectos en las cuales ellos pueden aportar sus conocimientos y ser individuos activos del desarrollo guatemalteco.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO

DEL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN/COMUNICACIÓN

Apatía, desinterés, conformismo, poca solidaridad y escaso compromiso con la sociedad, es la radiografía de los jóvenes universitarios sancarlistas y esa es una realidad.

Según una encuesta* pasada a una muestra de 70 universitarios, sólo 10% de los jóvenes están interesados en la política, 4 de cada 10 reconocen la importancia de una sociedad cohesionada; apenas 5% participan en organizaciones de voluntariado y de servicio comunitario. Ése es el rostro de la juventud y el reflejo de sus convicciones.

Así cabe la interrogación ¿De algún modo no se ven motivados por las instituciones de educación superior?. Pero también es parte de una sociedad que adolece de instrumentos adecuados para formar ciudadanos comprometidos y responsables.

En ese sentido ya no es suficiente con brindar a los estudiantes los conocimientos necesarios para su desarrollo profesional. En la actualidad, el entorno social, la desintegración familiar, los retos de la globalización y las nuevas tecnologías implican ofrecer a los jóvenes valores adicionales a su formación académica. Los jóvenes universitarios no adquieren las herramientas útiles para enfrentarse a dilemas éticos propios de su profesión y de su papel como ciudadanos.

Sin embargo, considera Gabriel Schwartz, (2010) psicólogo, que existe un aspecto emocional y evolutivo que, hecha algo más de luz sobre la actitud de estos jóvenes. Este factor es el que se relaciona con la madurez psicológica que permite el pasaje de la juventud a la adultez y la conformación de la identidad. Los jóvenes se encuentran en una etapa en la cual cambian de funciones para probar sus propias competencias. Por ello, uno de los grandes retos es encontrarse con jóvenes que modifiquen sus opiniones sobre la vida pública, en general como ciudadano.

Y desde el punto de vista de jóvenes universitarios se ha detectado esta problemática en la Universidad de San Carlos de Guatemala, al estar involucrados personalmente en el mismo problema y bajo las mismas circunstancias, se hace un análisis e introspección de donde surge la motivación de encontrar la forma de dismiuir estas actitudes negativas, desde el papel como diseñadores gráficos sancarlistas.

* ENTREVISTA a estudiantes universitarios USAC, Guatemala, del 15 al 22 de septiembre de 2012.

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN / COMUNICACIÓN

Variables que justifican la campaña de persuasión por parte de diseñadores gráficos:

MAGNITUD

De los casi 155 mil¹ estudiantes de la Universidad de San Carlos, tal vez un 25% cursan del 5to al 8vo semestre, de los cuales aproximadamente el 85%* se ven afectados por la apatía, desinterés, conformismo, poca solidaridad y escaso compromiso con la sociedad.

TRASCENDENCIA

Este problema está basado en la mala percepción de los valores entre los universitarios, y lo más alarmante es que ellos ni siquiera están conscientes de la falta de integración al desarrollo del país. Son jóvenes, en la mayoría, que se preocupan por su futuro, teniendo ambiciones de estatus, económicas, de reconocimiento pero simplemente se estancan en el bien personal, muy egoístas para ver que son necesitados para un desarrollo comunitario, un desarrollo social.

VULNERABILIDAD

Mientras se siga teniendo la percepción de que ser sancarlista es ser actor pasivo de los frutos de programas de desarrollo, la idea de ser individuos que participan activamente quedará muy lejos, por lo cual hay que identificar los medios y espacios para integrarse, dándoles la certeza de que caben como personajes activos en desarrollo de su sociedad. Y llegar a crear el perfil de sancarlista como interventor en el progreso de Guatemala.

FACTIBILIDAD

Actualmente han surgido más entidades nacionales con esperanza de que Guatemala es un país con la capacidad de ser autosuficiente en cualquier área, y la integración de sancarlistas a proyectos de desarrollo social es una propuesta que sería foco de interés para dichas organizaciones, puesto que es un grupo objetivo en constante evolución y capacitados, que serán futuros profesionales, capacitados para elevar el nivel del país. Como principales organizaciones que pudiesen estar interesadas están: ASIES y Jóvenes por Guatemala.

¹ El Periódico, Guatemala, 2011.

* ENTREVISTA a estudiantes universitarios USAC, Guatemala, del 15 al 22 de septiembre de 2012.

1.3. ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN VISUAL

PROBLEMA DE CARACTER SOCIAL

La indiferencia en la participación que se muestra en estos tiempos hacia los temas relacionados con el gobierno, por parte de la juventud estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Además del bajo índice de compromiso en su papel de estudiante de la Universidad Estatal y el inexistente sentido de emprendimiento para accionar con los conocimientos adquiridos en la universidad integrándolos en proyectos de desarrollo del gobierno de Guatemala para que al graduarse posea experiencia en soluciones de problemas del país.

CIRCUNSTANCIAS

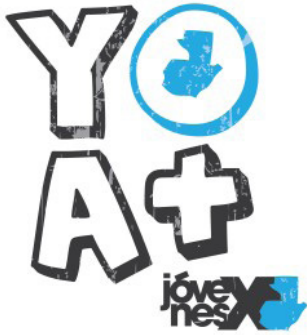
Se ha notado la casi nula participación de los jóvenes en el entorno y la problemática social del estado, en los proyectos sociales, debido a la desinformación o la desconfianza por situaciones de corrupción.

CONTEXTO

Esta problemática está presente en el contexto social-educativo de Guatemala, de carácter participativo a la sociedad san carlista. Con un conjunto de códigos sociales, políticos y económicos atados a la historia. Un intenso ambiente de indiferencia, mediocridad y corrupción. Región Metropolitana, Universidad de San Carlos de Guatemala.

AFECTADOS

El grupo afectado es directamente la sociedad sancarlista, la población en general guatemalteca, puesto que para el pueblo es que se plantea la realización de proyectos de desarrollo social.



NOMBRE DE LA CAMPAÑA: “YO A+”

ORGANIZACIÓN: Jóvenes X Guate

DESCRIPCIÓN:

La iniciativa “YO A +” plantea que los guatemaltecos dejen de buscar culpables por la situación actual en que se encuentra la sociedad y se asuman responsabilidades y compromisos en la construcción de la Guatemala que se desea. Se busca hacer conciencia en que la única manera sostenible de cambiar Guatemala es cambiando cada uno de nosotros. Buscar transmitir mensajes que motiven a estar dispuestos a asumir esos compromisos y responsabilidades. Nosotros como individuos podemos transformar nuestras acciones, actitudes y filosofía de vida para nuestras vidas y para Guate. Por eso la frase “YO ASUMO EL COMPROMISO”. Si cada uno de nosotros asumimos nuestros compromisos y responsabilidades Guatemala va a cambiar (jóvenes por guate).

TIEMPO DEL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA:

Julio - Agosto 2010

GRUPO OBJETIVO:

Esta campaña va dirigida especialmente a la generación de 20 a 35 años. A este grupo se le ha denominado la GENERACIÓN DE CAMBIO. Ya que para transformar Guatemala deberá pasar una generación que asuma el cambio, lo guíe y lo promueva. Esta generación en 20 años estará ocupando los puestos incidentes en formadores de opinión, empresas, instituciones, organizaciones sociales y en diferentes niveles de gobierno. Al mismo tiempo estará influyendo con su ejemplo a la generación que viene detrás de 5 a 20 años ya que muchos serán padres de niños y jóvenes de esa generación y con sus acciones en familia y en las políticas públicas que puedan adoptar inciden en su formación. Si la mayoría de Guatemaltecos cambiamos, Guate cambia. El grupo objetivo se amplía marginalmente hasta los 40 años y hacia los 15 años como parte del grupo objetivo ampliado.

1.4. PERFIL DE LAS INSTITUCIONES RELACIONADAS



1.4.1. JÓVENES POR GUATEMALA

Es una organización conformada por líderes jóvenes que desean incentivar y promover la participación a través de la creación de soluciones concretas a los problemas actuales en Guatemala. Jóvenes con metas, ideales, sueños y sobre todo con una visión de cambio.

Busca culturizar e informar a la población joven del país creando proyectos variados de desarrollo, buscando oportunidades por medio de programas de crecimiento y proyección social, unido a campañas de alto impacto que contribuyan a la unidad y sensibilización de la población en la búsqueda de un mismo fin: Una mejor Guatemala.

Debido a que el 69% de la población guatemalteca actualmente se encuentra debajo de los 30 años, pretende ser el motor y reflejo de cambio en la actitud de la población, incentivándola de manera positiva a trabajar por un mejor país comenzando por el cambio propio.

¿CÓMO?

Creando acciones de proyección social, busca mostrar la importancia de soñar y de tener una visión de futuro, de lo que se quiere lograr y llegar a ser en la vida con ideales y valores éticos bien cimentados para lograr un desarrollo integral. Promoviendo el fortalecimiento del liderazgo a través de actividades en las cuales los jóvenes se involucren desde la generación de la idea hasta la ejecución del proyecto. El fortalecimiento de la identidad nacional y una educación basada en los principios y en los valores se constituyen en los aspectos más importantes sobre los que se basa el funcionamiento del grupo.

VISIÓN

Ser una organización líder en Guatemala por el logro alcanzado de unir a los jóvenes con deseos de ver una Guatemala renovada implementando día con día cambios positivos que hagan la diferencia en nuestro país.



1.4.2. LA ASOCIACIÓN JÓVENES EMPRESARIOS [AJE]

de Guatemala nace en Agosto del 2,004 por iniciativa de empresarios para nuevos emprendedores, la cual recoge entre sus miembros a jóvenes entre dieciocho y cuarenta años con empresas o proyectos de empresa ubicados dentro del territorio guatemalteco. AJE Guatemala pretende motivar los intereses de estos jóvenes empresarios y apoyar la creación de nuevas empresas sumando los esfuerzos y experiencias de todos sus asociados por medio de formar parte de esta red empresarial.

CARACTERÍSTICAS DE AJE

Universal. Agrupa a todo tipo de empresarios (comerciantes, industriales, prestadores de servicio, etc.) lo que confiere la representatividad del sector empresarial en su conjunto.

Independiente. AJE Guatemala surgió y funciona exclusivamente como una institución privada, para la promoción y defensa de los derechos del sector empresarial, especialmente de sus miembros.

Voluntaria. Forman parte de AJE Guatemala los empresarios que consideren que el Centro Empresarial les reporta beneficios. Esto les permite actualizarse y diversificar constantemente sus servicios y actividades.

MISIÓN Y VISIÓN

Visión. Ser la institución líder en la promoción y desarrollo del espíritu emprendedor de los jóvenes empresarios de Guatemala, proveyéndoles de conocimientos y de valiosas experiencias con el fin de promover el surgimiento y la creación de unidades económicas empresariales que funcionen como fuerzas impulsoras de la economía nacional.

Misión. Mantener una campaña de divulgación sobre las ventajas del trabajo por cuenta propia como alternativa de desarrollo profesional, así como incentivar la creación de microempresas e informar a la comunidad de jóvenes emprendedores sobre los diversos organismos e instituciones donde pueden apoyarse para desarrollar proyectos de negocio.



1.4.3. ASOCIACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS SOCIALES (ASIES)

Foro nacional de reflexión, discusión y propuesta de los fenómenos socio-políticos, económicos, ambientales y culturales a través de actividades públicas y de incidencia ciudadana.

Entidad pluralista que guarda absoluto respeto a las distintas concepciones y actividades políticas, sociales, económicas y profesionales de sus asociados. No está vinculada con ninguna tendencia política. Los miembros de la Asociación, como personas, poseen diversos criterios y posiciones ideológicas y en su conjunto, les une el propósito de establecer un ordenamiento democrático basado en la justicia, la libertad, la paz y la solidaridad.

MISIÓN

Investigación, Análisis e Incidencia

VALORES

Respeto a la dignidad de la persona.
Participación e integración ciudadana.
Respeto a los derechos humanos.

FINES

Promover y fomentar la investigación, estudio e interpretación de los problemas nacionales e internacionales, para proponer soluciones orientadas a la promoción de una convivencia democrática, pluralista y justa.

FUNCIONES

Servir de foro nacional para analizar y proponer soluciones a la problemática local, nacional y regional.
Promover actividades y encuentros que faciliten el abordaje de modelos y propuestas de solución a la problemática nacional.
Asesorar y cooperar con entidades públicas y privadas.
Contribuir a la formación democrática de los guatemaltecos y el fortalecimiento de la institucionalidad de los partidos políticos.

1.5. GRUPO OBJETIVO

Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Ciudad de Guatemala.

20 - 25 años

5to - 8vo semestre de educación superior.

Jóvenes con ganas de lograr sus metas tanto personales como profesionales, con mentalidad de equidad, interesados en el desarrollo, evolución de una sociedad integrada, basada en valores.

Principalmente de la facultades de:

- Arquitectura
- Ciencias Médicas
- Ciencias Jurídicas y Sociales
- Ciencias Económicas
- Ciencias Químicas y Farmacia
- Ingeniería
- Humanidades

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO Y
CONCEPTUAL

2.1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Basado en la indiferencia e inexistencia en la participación que se muestra en estos tiempos hacia los temas relacionados con proyectos de desarrollo y sus ejes principales como el económico, social y político que el Gobierno de Guatemala planifica, por parte de la juventud estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), el tema a tratar en estas líneas abarca un planteamiento de la indiferencia como conducta predominante, falta de confianza hacia nuestras autoridades y los pocos resultados positivos que el gobierno produce. Sobre todo la poca iniciativa propia a la participación de los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala que de ser lo contrario, cada individuo vería como una necesidad realizar los cambios con acciones sustantivas desde su profesión y no solo exigir y ver qué pasa alrededor de los problemas de desarrollo del país. La palabra clave es participación que significa: "... una acción que busca influir en las decisiones y ser parte activa y fecunda en la solución de los problemas que afectan a las personas en su vida diaria; de tal suerte que se puede hablar de un desarrollo social, económico, político y cultural cuando todas las personas participan en la construcción y los beneficios del progreso de la sociedad." (MEZA PALMA, 2009)

Con el fin de encontrar un punto donde el esfuerzo conjunto de gobierno y estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, donde el reconocimiento de la capacidad profesional, la vocación de servicio y la sensibilidad social de líderes estudiantes, sea el estímulo para una gestión de excelencia, garantizando un eficiente trabajo en los proyectos de desarrollo y que estos se diseñen, ejecuten y alcancen resultados que sean autosostenibles para que sean el motor generador de desarrollo en los tres ejes importantes.

La incentivación que los estudiantes sancarlistas deben tener constantemente es saber que ellas o ellos son los actores sociales, políticos y económicos clave que construyen la Guatemala a la que pronto confrontaran en diferentes ámbitos. Por lo tanto, encontrar una vinculación e integración temprana básica pero primordial, les mostrará el panorama actual que ellos puede ir cambiando al participar con su profesión específica, porque aprenderán a aportar con la práctica de los conocimientos actualizados. No se pretende hacer un llamado al Estado de Guatemala a que ellos promuevan la integración y vinculación de los universitarios a sus proyectos, más bien que los sancarlistas demuestren interés en participación y pidan protagonismo como en años pasados antes del conflicto armado en Guatemala.

Pidiendo acceso a espacios dentro del Estado, promoviendo la creación de grupos multidisciplinarios que faciliten los proyectos sin que se trunque por falta de ideas específicas de una profesión. Lo más importante es que, ellas y ellos realicen un trabajo acertado y viable para que las autoridades del Gobierno guatemalteco se den cuenta del gran aporte que se da de parte de los estudiantes. Como resultado, poderse lograr un Programa de Pasantías en el que se logre un acuerdo de vinculación e integración estudiantes USAC- Gobierno Guatemala con el que trabajen en conjunto, con una participación significativa de los estudiantes y apoyo del Estado. Todo esto con compromiso de ambas partes que se vea reflejado en la realización del Programa con alta demanda de participantes.

René Poitevin, Anabella Ribera y Víctor Moscoso (2002), publicaron los resultados de una serie de encuestas y grupos focales realizados entre jóvenes de 15 a 25 años de edad en toda la república. Según tales resultados, se estableció que el predominio del pesimismo en cuanto a la expectativa de los jóvenes respecto a la situación general del país y un juicio negativo acerca de los partidos políticos e instituciones gubernamentales. (Poitevin, Rivera y Moscoso, 2002)

Lo que demuestra que los jóvenes son inactivos socialmente, especialmente es problema en aquellos que edades entre 20 a 25 años que tienen el papel de estudiantes universitarios que a mediano plazo pasaran a ser pobladores económicamente activos o ya lo son.

La población juvenil actualmente a se ha pronunciado en organizaciones juveniles que aportan por medio de la divulgación los problemas sociales, unos ejemplos son: Jóvenes contra violencia, Coordinadora Juventud por Guatemala (CJG) y más. Son organizaciones que deben sobrevivir con fondos propios o donados, allí es donde se justifica la vinculación del Estado de Guatemala, porque ellos tienen la capacidad monetaria, administrativa-logístico y muchos proyectos para el desarrollo de Guatemala estancados en procesos que pueden ser agilizados por la participación responsable y de alta calidad de los universitarios sancarlistas.

Al involucrar a los jóvenes universitarios se le hace participe de la República de Guatemala y todo lo que ello representa, eliminando la apatía hacia los problemas y soluciones de desarrollo en el país porque la ignorancia se ha vuelto en información real ligado con la práctica que se ha realizado en la participación de los proyectos de desarrollo. Ligando lo racional con lo práctico, que representa el conocimiento necesario para actuar con más fuerza cuando ella o él estudiante se gradúe y sea profesional comprometido con su país, no con su estilo de vida individual, como se ha venido evidenciando y por lo cual ha llamado la atención a tratar éste tema en estas líneas.

Al analizar el registro de participación de los estudiantes sancarlistas en actividades fuera de universidad, generó un resultado, en lo que cabe, positivo refiriéndose a integración de actividades de ayuda social, aunque no muy favorable en cuanto a ser agentes estratégicos, generadores y líderes, al contrario, son actividades en las que fungen como seguidores de masas, claro que haciendo cambios positivos, pero se anhela que como estudiantes universitarios, sean capaces de ser emprendedores, de mover masas y no ser movidos por otros, sean capaces de ser la mayor fuerza y voz del pueblo mediante el raciocinio y práctica tomando en cuenta todos los sectores y problemas de país. Sin embargo no en todos cabe la idea de revolucionar, y existen trabas, como lo son:

1. Desinterés o hasta repugnancia que siente la mayoría de jóvenes a cerca de los procesos del gobierno, la poca confianza que se mantiene hacia procesos políticos, pero ante todo el desinterés de ejecutar el cambio, al no integrarse.
2. Por el nivel alto de corrupción que se maneja en cualquier proyecto del estado, se presentarían trabas para la integración de jóvenes con entusiasmo de cambiar las problemáticas.

Aunque se encontró un nivel alto de negación hacían la idea de integración a proyectos de desarrollo del gobierno de Guatemala, aun queda una salvación que es el gran entusiasmo en aumento de una generación de jóvenes emprendedores, con ánimo de cambio, proactivos y con determinación, lo necesario para ser líderes con todas las características de la palabra para ser

activos en los temas que más les gustan.

Para todo ello el liderazgo en los universitarios resultara clave para su participación, como dice el doctor Jesús Lazo Acosta, citado por el Mayor de Infantería Edgar R. Escobar Nieves en su artículo “Escuela de Liderazgo Militar Efectivo”, refiriéndose al liderazgo militar indica: “es la capacidad y habilidad para influenciar e impulsar a los hombres a trabajar juntos, unificando sus esfuerzos para llevar a cabo la misión encomendada, proporcionándoles propósito, dirección, motivación y procurando su desarrollo y ennoblecimiento individual”. (Revista Militar No. 48, año 2002, 14)

Los universitarios pueden tener un alto nivel participativo si trabajan constantemente en desarrollar soluciones a problemas, en este caso según sea el ámbito de estudio, que sean viables y de interés común para una ejecución con resultados satisfactorios.

Logra tener un significado para muchas personas, apoyando a que otra más sea participe de la vinculación e integración entre personas y una entidad pública no solo en universidades, comunidades, municipios o departamentos es llegar a nivel nacional mediante una mentalidad y accionar que todos quieran lograr por ver los resultados positivos que se obtiene de la participación para el bien común al desarrollo del país. Como cita Castro Sosa a Moscovici “Donde quiera se encuentra la distinción entre una categoría de hombres con vocación para inventar, y una categoría de hombres, de hecho la mayoría, destinados a imitar, y por lo tanto, a ser dirigidos. Estos últimos se reconocen en que llevan el nombre y se modelan de acuerdo con la imagen de aquel a quien siguen”. (Castro Sosa, 2004)

Como lo indica el IV informe Presidencia y memoria de labores del expresidente Colom (SEGEPLAN. 2012) la crisis de los precios del petróleo, materias primas y alimentos en 2008; la recesión económica internacional en 2009, acompañada del intento de rompimiento de la institucionalidad democrática derivado de la calumniosa acusación del abogado Rodrigo Rosenberg; los efectos del cambio climático que azotaron Guatemala en 2010 (tormentas y depresiones tropicales altamente destructivas); y un período económico turbulento en 2011 que ha tenido un efecto directo sobre la economía guatemalteca, traduciéndose en problemas desempleo, de carencia de vivienda digna, de deserción educativa, de contraer enfermedades, etc. y dada la complejidad de cada una de las problemáticas, surge la perspectiva de la planificación participativa, que concibe a los sancarlistas, ciudadanos con saberes complementarios, con derechos y responsabilidades para intervenir en la gestión desde la identificación de los problemas, la determinación de prioridades, la intervención en la formulación y realización de actividades y en la evaluación de los procesos desarrollados y los resultados e impactos logrados, con coherencia, visión compartida y capacidad de decisión por parte de las autoridades de gobierno.

CAPÍTULO 3

PROCESO CREATIVO Y
PRODUCCIÓN GRÁFICA

3.1. PROCESO CREATIVO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

3.1.1. PRIMERA FASE (IDENTIFICACIÓN DEL RECEPTOR)

3.1.1.1. RETRATO DEL CONSUMIDOR

Visualizar cómo es el grupo objetivo y conocer los detalles que los describe mejor en su vida diaria, es lo que la herramienta de investigación-visual del retrato del consumidor aporta a la conceptualización de una campaña de comunicación visual. Detalles como canales de T.V favoritos, deportes, productos, ropa, cultura, comida y actividades que los identifican. La información se recopiló mediante una entrevista virtual al grupo objetivo.

Universitarios USAC 20-25 años

Los universitarios son una amalgama de necesidades, sentimientos, actividades, estilos de vida, pero lo que los une son las ganas de lograr, sus metas tanto personales como profesionales de forma creativa adaptándose al día a día.

SEGURA es una joven que es determinada y multifacética que encuentra nuevos retos por lograr exitosamente.

FRESCO es un joven que toma con calma y analiza objetivamente cualquier situación sobre todo con espontaneidad sabiendo que su objetivo principal es vivir sin complicaciones.



3.1.1.2. SPICE

Se utiliza la herramienta metodológica SPICE, que por sus siglas en inglés está compuesta por las palabras social (social), physical (físico), identity (identidad), communication (comunicación) y emotional (emoción). Estrategia con la cual nos acercamos al grupo objetivo de forma eficiente, conociendo e identificando aspectos de su vida importante, que nos guiará a construir conceptos creativos y finalmente al integrarlos a la campaña de comunicación visual se identifiquen con ella.

METODOLOGÍA

- ≡ **1er paso**
Crear un personaje basándose en las características inherentes del grupo objetivo, por medio de la intuición, colocándole nombre, dándole personalidad y generando su cotidianidad como una historia.
- ≡ **2do paso**
Analizar al grupo objetivo por medio de la investigación de campo, en cinco diferentes aspectos que caracteriza su entorno social, estado físico y emocional, identidad y medios de comunicación, como lo indica la estrategia de enseñanza-aprendizaje SPICE.
- ≡ **3er paso**
Generar el retrato del consumidor, con la ayuda del SPICE, lo que detalla aspectos del grupo objetivo específicos.

IDENTIDAD

Personas que ya tienen definida su forma de ser, muchos sin darse cuenta, pero su estilo de vida y forma de enfrentarla muestra quiénes son.

- Apoyar a la mejora sociedad guatemalteca
- Tener objetivos
- Evolucionar capacidades y actitudes propias
- Tienen objetivos claros
- Gusto por la cultura
- Serios, estables, seguros
- Líderes
- Humanistas, Idealistas
- Comprometidos
- Independientes
- Analíticos

SOCIAL

Buscan relaciones interpersonales y actividades nuevas con gustos parecidos, con quienes puedan sentirse cómodos y apoyados en sus planes familiares y amistades.

- Aprendizaje (Obtener más conocimiento)
- Actividades llamativas
- Novedad
- Seriedad
- Explorar nuevas actividades
- Obtener experiencia
- Estudiar en el extranjero
- Ser productivo
- Desenvolvimiento positivo en sociedad
- Conocen de su importancia en la sociedad guatemalteca
- Busca superación

COMUNICACIÓN

Se comunican con códigos de vestir, postura, gestos y ademanes. pero la comunicación se basa con mas frecuencia con la primera impresión o cómo se ve la persona exteriormente.

La comunicación interpersonal es directa, pero predomina la tecnológica mediante el celular (chats, mensajes y llamadas) y computadora (redes sociales, correo electrónico).

- Ampliar conocimiento teórico & práctico
- Impactar el contexto
- Actividades creativas (potencializar ideas)
- Buscan beneficios de cada actividad

FÍSICO

Cada persona se cuida físicamente de forma diferente ya sea comiendo sano o haciendo ejercicios. Algunos no ven la necesidad de realizar ninguna de las anteriores.

- Gusto por deporte
- Recreación
- Saludables

EMOCIONAL

Manejan el positivismo que se convierte en una constante lucha por la felicidad, viendo el lado bueno de cualquier situación aunque no lo sea, con el propósito de realizarse y de poseer estabilidad.

- Convivencia
- Se guían por sus intereses personales
- Entretenerse
- Orgullosos

3.1.1.3. INSIGHTS

4to paso- INSIGHT

Escribir los insights (percepción), la percepción del grupo objetivo sobre ellos mismos, que se convierte en ideas o estereotipos sobre la vida cotidiana y sus elementos como forma de comer, caminar, manejar, socializar, etc.

- En busca de actividades creativas y llamativas
- No actividades rutinarias
- Dar el ejemplo
- Revolución
- Sentirse parte de una nación
- Sentirse necesitado (actor clave para el desarrollo)
- Conocer lo desconocido
- Ya no estar al margen de las soluciones, ¡solucionar yo!
- El yo quisiera...
- Conocer personas de diferentes carreras
- Impactar nuestro alrededor y ser popular
- Ser el mejor
- Producir para mi futuro
- Tu rol en la sociedad (ser un modelo a seguir)
- Dar responsabilidades (no hay confianza en jóvenes y no se confía en las decisiones que puedan tomar)/hacer lo contrario le daría confianza al joven.
- No criticar mejor actuar
- Lo que más me gusta de mi carrera LO COMPARTO
- Dar un "like" por constante/comprometido/busca superación/ser líder
- Ser sancarlista ¿es una etiqueta social? o el motor generador de desarrollo (socializar lo aprendido)

Opciones
escogidas para
avanzar al 5to
paso

5to paso

Planificar conceptos creativos para iniciar a conceptualizar el proyecto gráficamente, al tener investigado el tema del proyecto y al grupo objetivo, generar varias formas de comunicar el mensaje para poder depurar hasta llegar a la mejor propuesta gráfica. Se utilizan tres insights para ampliarlos como conceptos creativos.

INSIGHT NO. 1 : Ya no estar al margen de las soluciones, ¡solucionar yo!

Conceptos creativos:

1. (Doctor/Biólogo/Diseñador/Ingeniero) en su cita de rayos X

Descripción: Como actor clave del desarrollo el universitario debe tener una visión diferente que, traducimos en rayos x, con el propósito de ver cualquier cosa y saber cuáles son las mejoras que como universitario puede aportar con soluciones.

Gráfica: Intervención gráfica en instalaciones USAC

Tomar referencias de las instalaciones de cada facultad y convertirla a rayos x en el cual se mostrará una mejora al espacio intervenido. Intervención gráfica específica de cada facultad, tomando en cuenta cada ámbito y segmentación del grupo objetivo (de los sancarlistas se tomará los doctores, biólogos, arquitectos, abogados, odontólogos, etc). Participación del universitario: La intervención gráfica tendrá un acabado que recubra el diseño y que permita dibujar en él, para que el estudiante opine.

2. Refleja cambios positivos

Descripción: El reflejo es lo que las personas sienten y piensan de ellos mismo, por lo tanto, apelar al estudiante que su reflejo es positivo y forma parte de la nación que ellos construirán.

Gráfica: Intervención gráfica en instalaciones USAC

Se incluirá sombras como el reflejo conformado por abstracciones del signo más “+” que denota positivismo como preconcepto, en espacios abierto de la Universidad más transitados.

Participación del universitario: Realización tridimensional del signo más de dos tamaños uno más grande que el otro, con el propósito de poner a pensar al estudiante de en cuál quiere escribir su meta a cumplir para aportar soluciones de desarrollo al país.
3. Date paso

Descripción: Que el estudiante obtenga el mensaje de ya no decir: “Yo quisiera...” y no actuar porque solo anhela un cambio. Con el concepto se motivará a destruir las barreras para caminar hacia adelante con una propuesta y solución en las manos, sin obstáculos.

Gráfica: Intervención gráfica en instalaciones USAC

Se mostrará a una persona con fuerza y decisión que este doblando barrotes o estructura metálica (hipérbola) de las puertas de entrada de cada facultad como el de la entrada principal a la Universidad, abriéndose paso al futuro.

INSIGHT NO. 2 : Impactar nuestro alrededor y ser popular

Conceptos creativos:

1. Más que una etiqueta social, “¡USH!”

Descripción: Estudiantes indiferentes puede traducirse a “ser creídos o engreídos”, a llamarse sancarlista solo porque estudio en la USAC.

Intervención gráfica en instalaciones USAC

Gráfica: Mostrará una persona vestida elegante sobre una etiqueta y la mitad de la etiqueta será removida en rechazo a solo ser etiqueta social.
2. No te escondas, salte del contexto

Descripción: Demostrando miedo y escondiéndose de la realidad nacional, porque no dan responsabilidad a jóvenes por desconfianza, por lo que, se demuestra mediante salir del contexto para tener una panorámica de los problemas y demostrar quiénes son los estudiantes sancarlistas: aportan soluciones con responsabilidad.

Gráfica: Intervención gráfica en instalaciones USAC

En partes de la universidad como paredes, piso levantado, basureros, y lugares públicos vistosos colocar una persona saliendo, mostrando solo una parte de ella para comunicar exposición y voluntad de salir.
3. Sembrando para la primavera.

Descripción: Para llegar a la primavera tiene que haber flores y con ello alguien que las siembre. Usando la analogía de la primavera como una atmósfera de estar bien, y sembrar como estudiar/trabajar/solucionar para obtener bienestar en los ámbitos nacionales.

Gráfica: Intervención gráfica en instalaciones USAC

Floorgraphic de un horizonte primaveral en paredes (dentro de facultades o en el exterior como pared de piedra de Plaza de los Mártires) para dar profundidad en donde no hay, pero no habrá flores en una parte porque es el espacio de los estudiantes al que se le invita a sembrar.

Participación del universitario: Teniendo masetas en símbolo para que siembren.

INSIGHT NO. 3 : Producir para mi futuro

Conceptos creativos:

1. Un real ejecutor de desarrollo

Descripción:

PARTE INFORMATIVA

INFOGRAFÍA: Temas que se incluyeron en la agenda del país: el desempleo, los niveles de pobreza, los esfuerzos para resolver la problemática agraria y de desarrollo rural, la mejora en la calidad de vida, y en la inversión en áreas clave como educación y salud.

Gráfica:

Estadísticas: Sobre el desarrollo de los programas sociales, presupuestos invertidos y resultados obtenidos (línea de tiempo)

PARTE REFLEXIVA

Uso de espejos: para generar reflexión y autoanálisis, además de confrontación.

-¿De quién esperas el cambio?

-Los ejecutores hipotéticos son...

-Un real ejecutor de desarrollo... USA SUS CONOCIMIENTO A BENEFICIO SOCIAL/ y es consciente de su papel ante las deficiencias de su país.

2. Mecanismo Cíclico -----CONCEPTO CREATIVO SELECCIONADO-----

Descripción:

Mecanismo cíclico, porque el aporte de una persona es fundamental para el avance de otra área y así forma una cadena, UN CICLO. Se basa en que los cambios y los problemas tienen varios puntos o áreas de debilidad, las cuales son tan distintas, que solo una persona no puede abarcar. Al ejecutar proyectos de desarrollo, estudiantes de todas las carreras de la USAC, pueden generar un cambio uno por uno hasta volverlo un aporte grande al desarrollo del país.

3.1.2. SEGUNDA FASE

[ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN - POEMS]

Se utiliza la herramienta metodológica de diseño POEMS, que por sus siglas en inglés está compuesta por las palabras *people* (personas), *objects* (objetos), *environments* (ambientes), *messages & media* (mensajes y medios) y *services* (servicios). Estrategia que implica trabajar más de cerca con el grupo objetivo porque, ellas/os nos indicarán mejor cómo la campaña de comunicación visual va a llegar con facilidad y eficacia a ellas/os. El POEMS servirá para reforzar el concepto creativo y la campaña de comunicación con las respuestas a las siguientes preguntas:

1. ¿Quiénes van a estar en contacto con la experiencia (campaña de comunicación)?
2. ¿Qué cosas físicas pueden ser creadas?
3. ¿En qué tipo de locación o en qué lugar se pueden llevar a cabo la campaña de comunicación?
4. ¿Qué tipo de información puede ser proveída y cómo?
5. ¿Qué servicios y sistemas de soportes pueden ser ofrecidos?

1.PERSONAS:

Estudiantes de la USAC de quinto al octavo semestre de carrera universitaria con edades entre 20 a 25. Al igual que las autoridades de la Universidad y de cada facultad a las que se pedirá apoyo en la implementación y realización de la intervención gráfica.

2.OBJETOS:

Intervenciones gráficas en alrededores del campus universitario tomando en cuenta el "BTL", afiches, pieza gráfica en la prensa universitaria, spots de TV en las facultades que tengan ese medio en sus corredores y contenido informativo por redes sociales.

3.AMBIENTES:

Espacios del campus universitario más frecuentados (interior facultades y lugares abierto). Interviniendo con BTL corredores, piso, basureros, paredes, arboles, partes de edificios y plazas, según lo demande la conceptualización de la intervención gráfica.

4.MENSAJES Y MEDIOS:

Mensajes informativos y mensajes con el fin de incentivar la participación y el llamado a ser personajes responsables socialmente. Que estarán denotadas y connotadas con hipérbolos o analogías evidenciando el mensaje.

La intervención gráfica tiene como propósito hacer participe al estudiante para obtener un feedback instantáneo con la pieza y no sirva solo como espectador de una campaña de comunicación.

5.SERVICIOS:

¿Qué servicios y sistemas de soportes pueden ser ofrecidos?

-Planes de solución a problemáticas, propuestas de ejecución eficaz mejoradas a anteriores métodos. Mediante un programa de pasantías que los vincule e integre el conocimiento del estudiante con proyectos de desarrollo del Gobierno de Guatemala.

-En la intervención gráfica al campus universitario habrá un espacio donde el estudiante podrá interactuar con el mensaje de comunicación aportando un comentario o realizar una acción específica según sea el proceso gráfico implementado.

3.1.3. TERCERA FASE [PROCESO Y EVALUACIÓN DEL BOCETAJE]

3.1.3.1. PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN [AUTOEVALUACIÓN]

Evaluar el trabajo que se ha hecho, por los integrantes del equipo creador de la campaña de comunicación, es una fase importante para cuestionar el bocetaje realizado desde el concepto creativo hasta los elementos que integran los bocetos de la campaña.

Los bocetos tienen como propósito pulir o eliminar los elementos visuales o escritos, además de permitir la visualización de una idea, generar y organizar los elementos sin tanto detalle tan solo para mostrarlos y ver si funciona.

El boceto es el camino a la propuesta final.

Para evaluar las propuestas de bocetaje, se utilizó la siguiente tabla con los siguientes componentes:

Pertinencia: La propuesta tiene relación con el tema que se está tratando.

Memorabilidad: El receptor logra recordar repetidamente el mensaje y le sirve como referente.

Fijación: El mensaje visual tiene la capacidad, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo.

Legibilidad: El uso de colores, imágenes y mensajes adecuados facilita el entendimiento de los mensajes.

Composición visual: La composición de los elementos debe ser armónica, agradable, estética y reúne las condiciones necesarias para llamar la atención del grupo objetivo.

Abstracción: Existencia de síntesis de elementos visuales.

Estilización: Tratamiento a las imágenes o realización de graficas con estética.

Compresión y vinculación: Debe reflejarse el concepto creativo en la propuesta de diseño sin ambigüedades.

Diseño tipográfico: El uso de la tipografía, la adecuación al tema, la legibilidad y la comprensión de ella.

Uso de 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. Evaluar desde el punto de vista estético, técnico y psicológico.

Nombre de la versión		Principios a evaluar en el diseño											
		Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Identidad visual	Diseño tipográfico	Uso de color	RESULTADO / 50	
OPCIÓN	1	¿QUÉ REFLEJAS?	5	3	3	4	3	3	3	5	4	4	37
	2	NO TE ESCONDAS	4	3	3	3	2	2	4	5	5	4	35
	3	SANCARLISTA ES MÁS QUE UNA ETIQUETA SOCIAL	4	3	4	4	4	2	3	5	4	3	36
	4	CIENCIA FICCIÓN	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
	5	REALIDAD O FICCIÓN	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	45
	6	UN REAL EJECUTOR DE DESARROLLO	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	37
	7	LO COMPARTO	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	32
	8	FLORESCENCIA	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	35
	9	PRODUCIR PARA MI FUTURO	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32

La evaluación dió como resultado 2 propuestas, que obtuvieron una alta ponderación, ya que se acoplan más al mensaje planeado en el objetivo de comunicación y técnicamente manejan mejor línea gráfica.

Las piezas fueron evaluadas objetivamente por la dupla.



1.



2.



3.



4.



5.



6.



Descartadas debido a baja calificación de acuerdo a los elementos evaluados en la tabla anterior.



Aceptados por la efectividad con que cuentan sus elementos.

3.1.3.2. SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN [EVALUACIÓN ENTRE PROFESIONALES]*



*DISCUSIÓN con diseñadores gráficos, Guatemala, Septiembre 2012, el resultado fue: No. 1 y no. 4 pasan a siguiente Nivel, sin embargo:

Propuesta no.1: Positivo de acuerdo a la composición, memorabilidad, legibilidad y abstracción, y negativa para el uso de color y estructura.

Propuesta no. 4: Positivo a la composición, estructura, legibilidad, abstracción y uso de color, pero con deficiencia.

NOTA: hay debilidad en la abstracción de los elementos, y no comunican efectivamente todos. Debido a esto se prevén cambios en la próxima socialización.



3.1.3.3. TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

[EVALUACIÓN DEL CLIENTE Y DE UNA MUESTRA DEL GRUPO OBJETIVO]

1.



2.



3.



SOCIALIZACIÓN* con una muestra del grupo objetivo, siendo el resultado de esta:

Propuesta no. 3: 32% elegida por mayor atracción gráfica e impacto visual.

Propuesta no. 4: con un 40% escogida por mayor impacto de utilización de color.

Seguidamente de resultados de asociación de simbolismos, los cuales fue positivo en un 95%

Por lo cual: se decidió al acabar esta socialización, fusionar los elementos más efectivos, reflejados en las estadísticas.

*SOCIALIZACIÓN 1, por García A. y Interiano R., 2012

4.



5.



FUNDAMENTACIÓN PIEZAS GRÁFICAS PRINCIPALES



Figuras geométricas con uniones pronunciadas Circunferencia (figura cerrada) Cuadrados (figura cerrada) Pictogramas/abstracciones básicas de elementos (temas desarrollo) .

Figura compuesta: se adicionaron varias figuras en la yuxtaposición de las abstracciones con la circunferencia.

El fondo tiene una estructura inactiva porque no modifica los demás elementos.

Se utiliza **abstracciones** con volumen utilizando planos rectangulares y cuadrados de 130 grados con líneas inclinadas y continuas entre sí, concluyendo con intersecciones angulosas de elementos visuales

Forma: las formas básicas utilizadas son triángulos, círculos y rectángulos

Medida: cada forma posee su medida jerarquizada en las que las abstracciones juegan el primer plano (compuestas por varias formas) con una orientación ascendente del círculo hacia las abstracciones, el círculo (y elementos interiores) es el plano de convergencia de los volúmenes básicos de las abstracciones. Para luego caer en los planos bajos donde se encuentra el rectángulo que contiene el texto.

Color: se utilizaron tres colores morado, azul y amarillo con sus respectivas variaciones tonales y cromáticas para no saturar de colores. Los dos primeros colores se buscaba fueran armonía (azulmorado) y el amarillo como color contrastan. Por parte del fondo hay un degrade, mientras los demás elementos son colores sólidos.

Textura: es una textura plana, pero al conformarse de varias formas crean una textura geométrica que da la ilusión de tridimensionalidad a la pieza gráfica. En el círculo principal hay una textura geométrica formada por puntos pronunciados creando planos cuadrados con líneas inclinadas y rectas que generan cubos que poseen varias vistas, contextualizando el concepto de la pieza gráfica con línea gráfica, por la utilización de elementos de diseño ilusorios que fluyen para integrar una realidad paralela elementos de relación.

Dirección: multidireccional, por los elementos de volumen pero la mayoría de elementos tienen dirección al norte

Posición: ascendente, los elementos se dirigen para arriba, lo cual se realizó colocando los elementos por jerarquía de medida y de color

Espacio: interrelacionado

Estructura: retícula, que se basa en módulos de rombos.

FUNDAMENTACIÓN PIEZAS GRÁFICAS

FINAL



Concepto creativo: Los elementos se colocaron en una circunferencia, porque todos esos elementos (áreas de desarrollo social) son elementos que se vuelven cíclicos, uno va unido a otro, están muy ligados. Pero a la vez, esas áreas y su ejecución son secuenciales y se han venido haciendo lo mismo desde hace tiempo, queriendo obtener resultados diferentes, lo cual no puede ser si no hay una intervención, EL APOORTE DE LOS ESTUDIANTES, QUE JUEGAN UN PAPEL MUY IMPORTANTE, por eso se rompe la “cadena”. Técnicamente se rompe la circunferencia.

Estructura radial: El fondo está compuesto por figuras geométricas interrelacionadas entre sí por medio de la superposición, con una radiación centrífuga, composición que sale del centro para afuera, lo que guía visualmente al espectador del centro para afuera donde se encuentra con los pictogramas envueltos en circunferencias, logrando unicidad en las figuras geométricas.

Circunferencia (figura cerrada)= denota un mecanismo cíclico (concepto creativo) pero al mismo según nuestro tema connota un ciclo que tendrá un final por medio de un procedimiento.

Pictogramas/abstracciones básicas de elementos (temas desarrollo) que están contenidas en circunferencias utilizando formas positivas y negativas. La forma positiva es el pictograma (con las diferentes temáticas de proyectos de desarrollo) y el

negativo es el módulo de circunferencia, que refuerza el concepto creativo de la intervención gráfica. Se utilizó para dar mayor contraste a los pictogramas y que el espectador universitario en su poco tiempo de asimilar el mensajes de comunicación logra captar el mensaje en 10 segundos o menos.

Figura compuesta: se adicionaron varias figuras en la superposición de las abstracciones con la circunferencia. Se crea una composición radial para que las abstracciones converjan en un punto, denotando unión y similitud entre sí.

El fondo tiene una **estructura inactiva** porque no modifica los demás elementos .

En las demás piezas se utiliza **anomalía** para atraer la atención hacia el pictograma principal según del área de desarrollo que trate la pieza gráfica.

Elementos conceptuales Se utiliza abstracciones planas utilizando planos rectangulares con líneas inclinadas y continuas entre sí concluyendo con intersecciones con ángulos obtusos. Se utilizaron abstracciones planas para que el pictograma fuera fácil de leer, se procuró no saturar de elementos.

La síntesis es por medio de la unión de planos y diferencia de elementos que visualmente según la Gestalt se forman por ser preconcepto.

Elementos visuales

Forma: las formas básicas utilizadas son círculos y rectángulos **Medida:** cada forma posee su medida jerarquizada en las que las abstracciones juegan el primer plano (compuestas por varias formas) con una orientación ascendente del círculo hacia las abstracciones, el círculo (y elementos interiores) es el plano de convergencia de los volúmenes básicos de las abstracciones. Para luego caer en los planos bajos donde se encuentra el texto donde termina el primer plano. Color: se utilizó un color sólido, el amarillo con sus respectivas variaciones tonales y cromáticas para no saturar de colores conjuntamente con la ausencia del color que es el negro. El negro y el amarillo contrastan bien, con la intención de jerarquizar por medio del color y direccionar al espectador en orden. **Textura:** es una textura plana, pero con una que al conformarse de varias formas crean una textura geométrica radial que da la ilusión de tridimensionalidad a la pieza gráfica.

Elementos de relación

Dirección: de adentro para afuera (radial centrífuga)

Posición: ascendente, los elementos se dirigen para arriba, lo cual se realizó colocando los elementos por jerarquía de medida y de color

Espacio: abierto **Gravedad:** los elementos se interrelacionan porque siguen la estructura radial del fondo y refuerza el movimiento.



Elementos prácticos:

Hoja, presentación estilizada

Significado: naturaleza

Función: comunicar proyectos de desarrollo de gestión ambiental

Representación: maleta de trabajo y gráfica económica, presentación estilizada

Significado: dinero, bienes económicos

Función: comunicar proyectos de desarrollo económico

Representación: balanza, presentación estilizada

Significado: derecho, legal

Función: comunicar proyectos de desarrollo de seguridad y justicia

Representación: tenedor, cuchillo y trigo, presentación estilizada

Significado: comida y nutrición

Función: comunicar proyectos de desarrollo de seguridad alimentaria y nutrición

Representación: lápiz y cuaderno, presentación estilizada.

Significado: estudio

Función: comunicar proyectos de desarrollo educativos

Representación: asterisco y bastón de esculapio, presentación estilizada

Significado: médico

Función: comunicar proyectos de desarrollo de salud

IMAGOTIPO

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA

ISOTIPO:
Símbolo o icono de la marca.



LOGOTIPO:
(Logo=palabra)
Diseño tipográfico de la marca.

DESARROLLO
POR
GUATEMALA

Un **imagotipo** es la agrupación icónico-textual, se compone del isotipo y logotipo.

Representa a la campaña de comunicación persuasiva, reitera la visibilidad y permanencia en la mente del grupo objetivo, con el propósito de generar interés en la campaña de forma participativa.

Se colocará en cada pieza impresa, digital y BTL (maniqués).

Se construyó pensando en la **legibilidad**, **escalable** a los tamaños estipulados, **reproducibile** en cualquier material, **distinguible y memorable**; para que sea funcional y estético en cualquier medio de comunicación. Se puede utilizar solo el isotipo, mas, el logotipo solo no.

COLOR

Pantone 1235 PC
C:0%M:29%Y:9%K:0%
R:25G:188B:27
Web:#FBBC1B

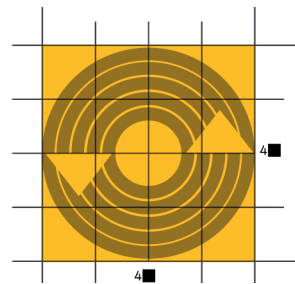
Pantone: NEGRO
C:0%M:0%Y:0%K:100%
R:0G:0B:0
Web:#000000

TIPOGRAFÍA

ARVIL SANS
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

MATRIZ DE PROPORCIONES

4 ■ x 4 ■



APLICACIONES

Positivo



Negativo



Carteles



FUNDAMENTACIÓN

IMAGOTIPO

FIGURAS GEOMÉTRICAS BÁSICAS



La interrelación de los módulos circulares mediante su distanciamiento, logran un supermódulo con una estructura de radiación centrifuga. Permitiendo dar movimiento, representando el avance hacia afuera de los elementos, asimismo del tema y concepto de la campaña de comunicación.

ICONO REFERENCIAL



Representa ciclo: Concepto campaña. Los elementos se colocaron en una circunferencia, porque todos esos ellos (áreas de desarrollo social) reflejan ciclos, uno va unido a otro, están muy ligados. El triángulo representa la dirección del ciclo, generando balance en el peso del isotipo.

BOCETAJE

1 Elegido. ✓



2



3



CAPÍTULO 4

COMPROBACIÓN DE EFICACIA
Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

4.1. VALIDACIÓN

GRUPO FOCAL

La técnica del grupo focal es una herramienta que necesita de un grupo de individuos, entre 6 y 12 participantes, que pertenezcan al grupo objetivo para obtener las reacciones y opiniones en relación al mensaje de las piezas gráficas de la campaña de comunicación persuasiva presentado en el proyecto de graduación, mediante entrevista y encuesta.

Otto valle en su Guía para el desarrollo de grupos focales sugiere que una vez seleccionadas los individuos participantes, éstos sean invitadas oficialmente, informandoles sobre los objetivos del proyecto de graduación, la metodología de trabajo a seguir y lo que se espera de su participación.

DATOS DE PARTICIPANTES

Participantes:	Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, sede Metropolitana.
Número de participantes:	9
Mujeres:	6
Hombres:	3

CONDUCCIÓN DEL GRUPO FOCAL

Dos personas encargadas de la realización del grupo focal, uno como moderador y otra apoyando y tomando en cuenta las reacciones de los participantes.

Los dos individuos encargados, absolutamente informados sobre el tema, los objetivos y todo lo relacionado con los resultados del grupo focal.

SOBRE LAS CONDICIONES DE LA REUNIÓN

Para el grupo focal se consiguió formar una conversación en línea donde participaron los ocho individuos del grupo objetivo, a quienes se pidió tomarse el tiempo sin tener presiones de otras actividades personales o profesionales que pudiesen afectar a la efectividad de nuestra actividad.

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Toda duda o discusión que se presentó, fué necesario resolverlo inmediatamente para seguir un recorrido de todo el proceso, claramente. Por lo cual se tomó en cuenta toda opinión, positiva y negativa, comentarios obvios y sorprendentes.

Los documentos y enlaces se fueron dando uno tras otro posteriormente incluyendo instrucciones de cómo realizarlos, evitando ambigüedades.

ÁREAS PARA LA COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA

Como fin de todo un proceso de investigación del proyecto de graduación del técnico en Diseño Gráfico es evidenciar el alcance de los mensajes visuales. Es decir, el nivel de persuasión de la campaña de comunicación propuesta.

Para obtener estos resultados es necesario someter a discusión el contenido de los mensajes y valorar mediante algunas áreas que Otto valle indica:

- ≡ Atracción: está relacionada con el impacto visual de los mensajes; el interés del público.
- ≡ Comprensión: se refiere a la legibilidad y claridad de los mensajes.
- ≡ Identificación: se relaciona con el compromiso que el grupo objetivo manifiesta con el contenido de los mensajes, la identificación del público con el contenido de los mensajes y con su representación visual.
- ≡ Aceptación: hace referencia a que los mensajes, en forma y contenido, son admisibles para el público. Es decir, no entran en conflicto con los valores, los conocimientos y las creencias de las personas.

Basadas en estas áreas, se formularon preguntas para obtener índices sobre la eficacia del mensaje visual de las piezas gráficas presentadas.

HERRAMIENTAS DE RECOPIACIÓN DE RESULTADOS

Tema: Campaña de comunicación persuasiva, para la integración y vinculación de las/los sancarlistas en proyectos de desarrollo.

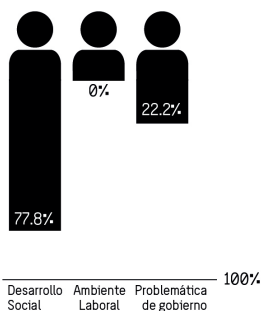
Objetivo: Conocer la percepción del público objetivo universitario al respecto de la campaña de comunicación persuasiva, en cuatro áreas claves para la comprobación de la eficacia del mensaje visual.

Alcances: Que los integrantes del grupo focal respondan con sinceridad, para que la campaña de comunicación cumpla con los requerimientos visuales y de contenido para el grupo objetivo.

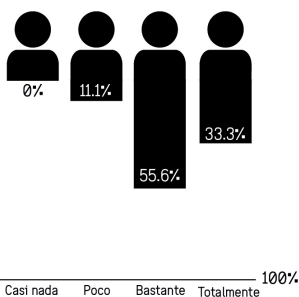
ENCUESTA: Constituye el término medio entre la observación y la experimentación. La encuesta es un método descriptivo con el que se pueden detectar ideas, necesidades, preferencias, hábitos de uso, etc. La encuesta la define el Profesor García Fernando como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”.²

2 TORRES, Métodos de recolección de datos para una investigación.

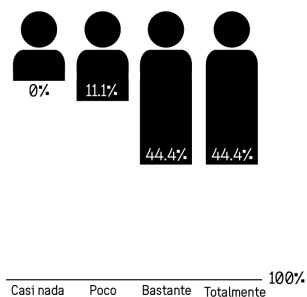
1.El material trata sobre el tema:



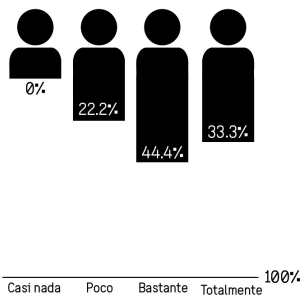
2.¿Comprendiste en totalidad los símbolos?



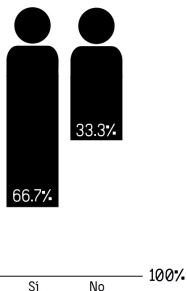
3.¿Es agradable visualmente el color utilizado?



4.¿Son legibles los textos?



5.Posterior a la observación del material, ¿Fue motivado a buscar más información porque entendió y le gustó el mensaje visualmente?



Respuesta de encuestadas/os.

ENTREVISTA:

El diccionario Enciclopédico Salvat define como Vista, reunión o cita de dos o más personas en un lugar determinado para tratar o resolver algún asunto o para tomar nota de las respuestas de uno o varios e informar al público, o para recoger datos acerca de un problema social o psicosocial, etc... (SALVAT EDITORES, 1993)



Atractivo

¿Qué es lo que más te ha gustado?

¿Qué es lo que no te ha gustado?

¿Qué opinas de usar simbología?



Comprensión

¿Qué entendiste del material?

¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?

¿Cuál es la idea más importante?



Identificación

¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?

¿Te sientes identificado(a) con este material?



Aceptación

¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?

¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

Respuestas: ANEXOS - RESULTADOS - Entrevista de validación

4.2. PROPUESTA GRÁFICA FINAL



4.2. SOPORTES

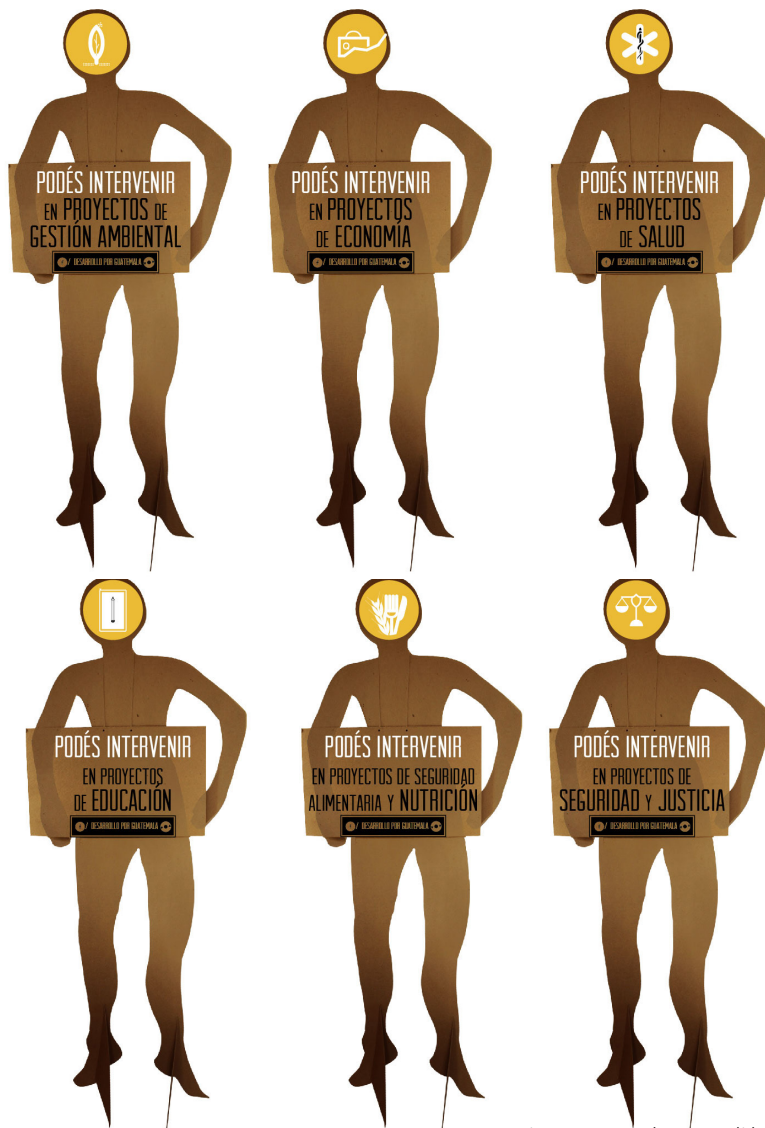
VARIACIONES AFICHES & PRENSA



PUBLICIDAD ALTERNATIVA

[MANIQUI DE CARTÓN]

medio de comunicación estratégica no convencional que promueve un mensaje visual, productos o servicios. Dirigido a un grupo objetivo específico.


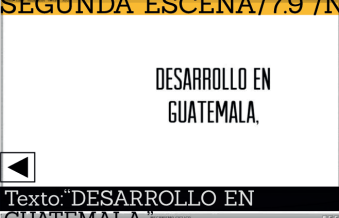















piezas presentadas para validación



pieza presentada para validación

STORYBOARD SPOT DE TV

<p>PRIMERA ESCENA/1.4"/NO AUDIO</p>  <p>Texto: "SANCARLISTA"</p>	 <p>Texto: "SANCARLISTA"</p>	 <p>Texto: "SANCARLISTA"</p>
<p>SEGUNDA ESCENA/7.9"/NO AUDIO</p> <p>DESARROLLO EN GUATEMALA,</p>  <p>Texto: "DESARROLLO EN GUATEMALA,"</p>	<p>UN MECANISMO CÍCLICO</p>  <p>Texto: "UN MECANISMO CÍCLICO"</p>	<p>UN MECANISMO CÍCLICO</p>  <p>Texto: "UN MECANISMO CÍCLICO"</p>
<p>UN MECANISMO CÍCLICO</p>  <p>Texto: "UN MECANISMO CÍCLICO"</p>	<p>QUE VOS</p>  <p>Texto: "QUE VOS"</p>	<p>PODES INTERVENIR</p>  <p>Texto: "PODES INTERVENIR"</p>
<p>TERCERA ESCENA/3.6"/NO AUDIO</p> <p>DESDE TU PROFESIÓN</p>  <p>Texto: "DESDE TU PROFESION"</p>	<p>FORMULÁ</p>  <p>Texto: "FORMULA"</p>	<p>EVALUÁ</p>  <p>Texto: "EVALUA"</p>
<p>Y EJECUTÁ</p>  <p>Texto: "Y EJECUTA"</p>	<p>Gráfica: SANCARLISTA</p>  <p>Gráfica: SANCARLISTA</p>	<p>Gráfica: SANCARLISTA/PICTOGRAMAS</p>  <p>Gráfica: SANCARLISTA/PICTOGRAMAS</p>
<p>IGUAL AL ANTERIOR</p>  <p>IGUAL AL ANTERIOR</p>	<p>IGUAL AL ANTERIOR</p>  <p>IGUAL AL ANTERIOR</p>	<p>QUINTA ESCENA/4.9"/NO AUDIO</p> <p>PROYECTOS DE DESARROLLO</p>  <p>Texto: "PROYECTOS DE DESARROLLO"</p>
<p>PROYECTOS DE DESARROLLO INNOVADORES</p>  <p>Agrega: INNOVADORES</p>	<p>Texto: DESARROLLO POR GUATEMALA</p>  <p>Texto: DESARROLLO POR GUATEMALA</p>	<p>SPOT DURACIÓN: 20.3" CONCEPTO: DESARROLLO EN GUATEMALA, UN MECANISMO CÍCLICO.</p>

CONCLUSIONES

El resultado del proceso de investigación y diseño, dió origen a una campaña persuasiva que espera generar cambios en la forma de actuar y de pensar en los estudiantes sancarlistas de 5to a 8vo semestre de carrera, para integrarse a proyectos sociales del país, participando con los conocimientos adquiridos en su recorrido universitario.

La estrategia de comunicación se dividió en dos partes, la primera de ellas, informativa, dando a conocer a los estudiantes los proyectos en los cuales pueden verse integrados y ejecutando desde su posición de estudiantes aun no graduados y la segunda fue la parte confrontativa, indicando algunas problemáticas existentes, con el fin de propiciar un análisis crítico por parte del G.O. y lograr la introspección y confrontación.

Por parte de la estrategia de diseño, los resultados fueron positivos, al crearse seis variaciones gráficas, con cuatro soportes para llegar al G.O. Con un alto nivel de efectividad basado en memorabilidad, asimilación de abstracciones, legibilidad, identidad visual y el uso del color. Utilizando la encuesta como herramienta de recopilación de información para identificar la efectividad de la campaña.

LECCIONES APRENDIDAS

¿QUÉ SABÍA?

Al iniciar este proyecto se tenía el conocimiento sobre identificación de problemáticas en la sociedad nacional, la identificación del grupo objetivo que se ve afectado por la situación, la generación de conceptos creativos, depuración y socialización de propuestas con criterio objetivo e identificación de los medios y soportes que llegan al G.O. con mayor eficacia.

¿QUÉ APRENDÍ?

Como nuevas adquisiciones en cuanto a investigación, se enumeran: la ampliación de las problemáticas identificadas, mediante investigación de causas y efectos para conocer más sobre el tema y ver desde donde vienen las raíces, siendo el resultado el tener fundamentos para un posterior desarrollo de proceso creativo de la campaña. Por parte de la parte creativa, se aprendió la importancia de la evaluación y socialización con profesionales del área, muestra del G.O. y por parte propia, para obtener resultados mejor direccionados a lo efectivo.

¿QUÉ DEBO MEJORAR?

Se debe mejorar en el procedimiento a seguir en cuanto a calendarización, hacer las socializaciones en el momento adecuado, para llevar un avance constante y una evolución efectiva.

Saber identificar bien el objetivo de investigación y mantener la delimitación del tema, saberlo manejar, evitando extenderse a contenido innecesario, lo cual provoca pérdida de tiempo.

Tener control sobre cómo adaptar la parte de investigación con la parte creativa en el diseño gráfico, para poder llegar a las piezas efectivas de la comunicación.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y LINEAMIENTOS

PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

FORMATO Y SOPORTE

AFICHE

Impreso que tiene alcance a sancarlistas de todas las facultades por establecerse en el exterior, complementa y resalta la comunicación visual e informativa que los demás medios han difundido. El principal gancho es el de llamar la atención por el contraste del color con el entorno, pautando a las personas a acercarse para hacer el recorrido visual e informarse. Por el estilo de vida de los estudiantes fue primordial realizar un afiche simple y rápido de captar para lograr una retroalimentación acertada.

FORMATO

11 x 17 "

SOPORTE

Cartelera informativa, distribuidas en los corredores de los edificios de todas las facultades de la universidad.

MATERIAL

Opalina 180 gms, impresión digital full color.

FRECUENCIA

Los afiches son informativos, por lo cual su presencia sería posterior a los BTL.

PÁGINA PERIÓDICO UNIVERSITARIO

El medio impreso del periódico que circula en el campus central de la Universidad San Carlos, llega directamente hasta las manos de nuestro G.O., y así ellos se informan de las situaciones políticas, económicas, etc. que suceden en esa casa de estudios. Por lo cual es un medio preciso por el tipo de información que se registra en ese periódico y que es evidentemente interesante para el sancarlista con un perfil de responsabilidad, justicia, participación, etc.

FORMATO

10 X 12.5 "

SOPORTE

Página completa del periódico universitario.

MATERIAL

Papel periódico, impresión prensa full color.

FRECUENCIA

Pieza informativa, posterior a la presencia de los BTL.

SPOT

De los más fuertes medios para la campaña está los spots de TV, ya que los usuarios al ver un anuncio de TV realmente interesante crean en su mente una lista de palabras claves con las cuales buscar el contenido posteriormente en las redes, o instantáneamente desde sus celulares en busca de satisfacer su entero interés por tener claridad respecto al movimiento planteado. Por esta razón este medio estará presente desde el inicio y a lo largo de la campaña.

FORMATO

873 X 480px .mov

SOPORTE

Televisores instalados en los corredores y pasillo interiores de algunos edificios de algunas facultades que posean dicho soporte. Además de medios virtuales, redes sociales.

DURACIÓN

00:20"

VENTAJAS

Es un medio mayormente atractivo al ser una propuesta gráfica en movimiento.

FRECUENCIA

Con presencia en el medio desde el inicio de la campaña, es un apoyo constante a los demás medios.

PUBLICIDAD ALTERNATIVA

Intervenciones creativas del medio que rodea al G.O. al no ser publicidad común tiene mayor impacto y memorabilidad. Las figuras humanas estarán colocadas en los espacios abiertos, en las áreas peatonales, para interactuar en el recorrido que tienen diariamente los estudiantes que recorren la Universidad de San Carlos. Además de ser un medio de bajo costo tanto en el soporte como en los materiales.

FORMATO

1.70 X 0.60 mts

SOPORTE

Intervención en los espacios concurridos, como plazas, corredores o centros de edificios.

Ventajas: causan un efecto mayor

MATERIAL

Cartón chip o cartón reciclado 180.

FRECUENCIA

Al inicio de la campaña, por ser un medio de expectativa.

FAN PAGE

Como medio masivo, en la comunicación visual es muy importante contar con una página de Facebook porque el grupo objetivo está vinculado a ella, periódicamente revisa y se actualiza en Facebook. Se creó una fan page que será un gancho visual e informativo para los sancarlistas en el tema, proporcionándoles información sobre los diferentes proyectos de desarrollo en los que pueden intervenir con su conocimiento académico profesional (formulación, evaluación y ejecución de proyectos). La información generará un propósito para la idea loca e innovadora aplicándolo a un proyecto de desarrollo y así romper el mecanismo cíclico en el desarrollo guatemalteco.

SOPORTE

Redes Sociales, FACEBOOK

DURACIÓN

Durante toda la campaña publicitaria

FRECUENCIA

Semanalmente se publicará un proyecto de desarrollo desglosando: marco programático (Contiene los programas de desarrollo con presupuesto a ejecutar.), acciones de política pública (se encuentran dentro de las orientaciones de política que desglosan las prioridades de desarrollo para el próximo trienio 2012-2014 en Guatemala) e instituciones responsables (a quienes se puede avocar a proponer ideas nuevas). Información obtenida del documento Orientaciones estratégicas de política 2012-2014 de Segeplan.

CRONOGRAMA

PLAN DE MEDIOS

La divulgación de la campaña de comunicación persuasiva, será a lo largo de un mes y medio, por medio de la colocación de las piezas gráficas finales en el entorno universitario y virtual en orden de impacto visual, con el objetivo que llegue al grupo objetivo paulatinamente y ellos estén expuestos al mensaje de comunicación.

Realizar las gestiones administrativas y permisos a la Universidad de San Carlos de Guatemala, sus facultades y escuelas, un mes antes de la realización de la campaña de comunicación. Con los permisos legalmente obtenidos, empezar la campaña según el cronograma.

El plan de medios iniciará de la siguiente manera:

1. En las dos primeras semanas la publicidad alternativa será expuesta como medio de expectación, provocando en los universitarios/as atención y duda.
2. La intención de la publicidad alternativa es que identifiquen y vinculen el imago tipo, para dirigirse al segundo medio de divulgación de información, creada paralelamente al medio mencionado al principio: la fanpage de facebook, donde encontrarán datos sobre la campaña y darle click a “me gusta”, para hacerse fans de la página.
3. Por consiguiente, la tercera y cuarta semana los carteles serán colocados en puntos clave dentro de cada facultad (cartelera y espacio de locomoción popular), se publicará el cartel con la temática (proyecto de desarrollo) según la facultad.
Ejemplo: Facultad de medicina = Proyectos de desarrollo de salud. El objetivo es dar más información sobre la campaña de comunicación y que el grupo objetivo participe.
4. La reproducción del spot de T.V. en las facultades que las poseen, como arquitectura e ingeniería, de igual manera en la fanpage se encontrará para su visualización. La divulgación será la quinta y sexta semana, para el reforzamiento del mensaje visual.
5. Por último, iniciando el mes en la quinta semana, se difundirá a gran escala por medio del periódico universitario, logrando tener más presencia en el grupo objetivo y personas interesadas en apoyar la campaña.

MEDIO	1 ^{RA} SEMANA	2 ^{DA} SEMANA	3 ^{RA} SEMANA	4 ^{TA} SEMANA	5 ^{TA} SEMANA	6 ^{TA} SEMANA
DURACIÓN						
BTL						
FANPAGE FACEBOOK						
CARTELES						
SPOT T.V.						
PERIÓDICO UNIVERSITARIO						

PRESUPUESTO

MEDIOS IMPRESOS CONVENCIONALES	
AFICHE 11 x 17"	
Papel blanco opalina 180 gramos/11 x 17 pulgadas	Q4.00
Impresión full color	Q 15.00
Papel contact transparente-protección Q25.00 x rollo - X hoja	Q 8.33
Valor afiche x unidad	Q 27.33
- 10 facultades y 08 escuelas: 18 espacios - 05 afiches x espacio	90 Uni.
TOTAL AFICHE	Q 2,459.70
PÁGINA PERIÓDICO UNIVERSITARIO	
Espacio publicación	
MEDIOS ALTERNATIVOS- BTL	
IMPRESIÓN IMAGOTIPO Y TEXTO	
Impresión en etiquetas / x hoja	Q 5.00
Imagotipo-etiqueta blanca / unidad	Q 4.00
Texto - etiquetas transparentes [Q220.00 paquete - 25 unidades 8.5X 11"] x unidad	Q 8.80
MANIQUÍ DE CARTÓN	
Cartón chip (180 gramos) o cartón reciclado de 2 x 1 metros - pliego	Q 10.00
Valor maiquí x unidad	Q 27.80
- Promedio de 80 mil estudiantes (campus central)	80 Uni.
- 10 maniqués x cada 10 mil estudiantes	
TOTAL MANIQUÍ	Q 2,224.00
MATERIAL GENERAL	
5 Cuchillas-corte - Q10.00 uni.	Q 50.00
Tachuelas - paquete	Q 50.00
Goma - tarro	Q15.00
Lija fina-toques finales - unidad	Q2.00
TOTAL MATERIAL GENERAL	Q 117.00
PROCESO DE DISEÑO	
Conceptualización, diseño visual y comunicación	Q 4,500.00
Logística y realización de campaña en medios impresos y digitales*	Q 500.00
TOTAL PROCESO DE DISEÑO	Q 5,000.0
GRAN TOTAL	Q 9,800.70

Observaciones: Presupuesto sujeto a cambios de acuerdo a variaciones de precios del mercado.

* Aporte de estudiantes del 6to ciclo de la carrera de Diseño Gráfico de la USAC en el marco del proyecto de graduación a nivel técnico.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

1. AJE GUATEMALA. Asociación de jóvenes empresarios de Guatemala
<http://ajeguatemala.net/>
2. ALONZO A. (2013). USAC invierte Q17 mil por estudiante. Diario de Centroamérica [en línea]. [Consultado Ago. 2013]. Disponible en: <http://www.dca.gob.gt/index.php/template-features/item/21939-usac-invierte-q17-mil-por-estudiante.html>
3. ASIES Guatemala. Asociación de Investigación y Estudios Sociales.
<http://www.asies.org.gt/>
4. BENAVIDES, J. (2012) Inversión Social en Guatemala, Educación, Salud y Agua Potable. FUNDESA, Guatemala.
5. CASTRO SOSA, V. M. (2004). El liderazgo en Guatemala. (Maestría en investigación educativa) Universidad de san Carlos de Guatemala, Facultad de humanidades. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07_1430.pdf
6. EJERCITO DE GUATEMALA, Revista Militar No. 48,
(Profesionalización Centro de Estudios Militares CEM), Editorial del Ejército, Guatemala, 2002.
7. FULLANA J., PALLISERA M., PLANAS A., SOLER P., VILÁ M. (2012) La participación de los estudiantes en la universidad: dificultades percibidas y propuestas de mejora. Universidad de Girona. España. DOI: 10-4438/1988-592X-RE-2010-358-090
8. GARCÍA, A., INTERIANO, J.
-(Septiembre, 2012) Entrevista, Estudiante Sancarlita. Ciudad de Guatemala.
-(Octubre, 2012) Socialización 1. Ciudad de Guatemala.
-(Octubre, 2012) Socialización 2. Ciudad de Guatemala.
-(Junio, 2013) Validación. Ciudad de Guatemala.
9. HURTADO, P. (2011) Los 312,697 universitarios ignotos. El Periódico [en línea].
Disponible en: <http://www.elperiodico.com.gt/es/20110403/domingo/193538/>
10. JÓVENES POR GUATE
Disponible en: <http://jovenesporguatemala.org/nosotros/>
11. MEZA PALMA, F. (2010). La participación política de la juventud para el desarrollo nacional. (Análisis Político).
128. Recuperado en: <http://www.kas.de/wf/doc/1695-1442-4-30.pdf>
12. PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO - Indicadores Internacionales sobre Desarrollo Humano - Tendencias desde 1980 hasta la actualidad. Guatemala
Recuperado en: <http://hdrstats.undp.org/es/paises/perfiles/GTM.html>

13. NIRENBERG O. (2007) Participación de adolescentes en proyectos sociales. Aportes conceptuales y pautas para su evaluación.
14. SALVAT EDITORES, (1993): Diccionario Enciclopédico, Barcelona. España. Tomo 8: 504 p.
15. SCHWARTZ G. La falta de compromiso es, realmente, un problema? Un elogio a los adolescentes que cambian de trabajo. Blogde Psicología Laboral - Consultores [en línea]. (2010). [Consultado Oct. 2012]. Disponible en: <http://psicologiaparaempresas.blogspot.com/2010/07/la-falta-de-compromiso-es-realmente-un.html>
16. SEGEPLAN (2012) IV Informe Presidencial y memorial de labores 2008-2012. Gobierno de Guatemala.
17. TORRES M., PAZ K., G. SALAZAR F. Métodos de recolección de datos para una Investigación. Boletín Electrónico No. 03. Facultad de Ingeniería - Universidad Rafael Landívar
Recuperado de > <http://noticias.universia.net.mx/vida-universitaria/noticia/2011/06/02/832742/preocupa-falta-valores-jovenes-instituciones-educacion-superior.html>
18. VON HOEGEN, M. (2002) Política de Desarrollo y Población. SEGEPLAN, Ciudad de Guatemala.
19. WONG, W. (2005). Fundamentos del diseño. España. Editorial Gustavo Gili, SA. 1ra Edición.

GLOSARIO

ANOMALÍA: Es la presencia de la irregularidad en un diseño en el cual aún prevalece la regularidad. Marca cierto grado de desviación de la conformidad general, lo que resulta una interrupción, leve o considerable, de la disciplina total.

ABSTRACCIÓN: Es la representación de ideas, conceptos, pensamientos y sentimientos en donde la función de la imagen es restituir la impresión visual de algo real, con mayor o menor grado de realidad reproductiva.

ESTRUCTURA ACTIVA: Se compone de líneas estructurales que son asimismo conceptuales. Sin embargo, las líneas estructurales activas pueden dividir el espacio en subdivisiones individuales, que interactúan de varias maneras

ESTRUCTURA INACTIVA: Se compone de líneas estructurales que son puramente conceptuales. Tales líneas estructurales son construidas en un diseño para guiar la ubicación de formas o de módulos, pero nunca interfieren con sus figuras ni dividen el espacio en zonas distintas, donde pueden ser introducidas las variaciones de color

JERARQUÍA VISUAL: En toda composición gráfica se debe crear una jerarquía visual adecuada, con objeto que los elementos más importantes de la misma se muestren debidamente acentuados. Mediante un adecuado diseño se puede establecer un camino visual que conduzca el ojo del espectador y le vaya mostrando la información contenida en la composición de forma organizada, lógica y fiable, que dirija su percepción por la ruta más idónea.

PICTOGRAMA: Es un icono, signo o símbolo que está diseñado para formar parte de una misma familia o sistema

SUPERPOSICIÓN: Cuando una forma se superpone a otra, es vista como si estuviera delante o encima de la otra. Las formas lisas pueden carecer de todo grosor apreciable, pero si ocurre la superposición, una de ambas formas deberá tener alguna desviación del plano de la imagen, por ligera que sea esa desviación.

ANEXOS

ENTREVISTA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS USAC, GUATEMALA, DEL 15 AL 22 DE SEPTIEMBRE DEL 2012. HOJA 01

Timestamp	1. Facultad o escuela	2. Año de carrera	3. ¿Cuál es su canal de televisión favorito?	4. ¿Cuál es su programa favorito?	5. ¿Participa en actividades extracurriculares?	6. ¿Qué tipo de actividades?	7. ¿Qué le motiva a ser parte de una actividad nueva?	8. Para usted ¿Cuál sería el aporte significativo para ayudar al desarrollo de Guatemala?	9. ¿Conoce sobre proyectos de desarrollo del Gobierno de Guatemala?	10. ¿Se siente capacitado de aplicar sus conocimientos de la carrera universitaria para apoyar en proyectos de desarrollo?	11. ¿Cuál es el compromiso con la sociedad guatemalteca de un estudiante san carlista?	12. ¿Cree que el universitario es clave para el desarrollo de Guatemala?	13. ¿Qué significa para usted ser san carlista?	14. ¿Con qué se identifica como san carlista?	15. ¿Conoce las leyes y reglamentos de la Universidad de San Carlos de Guatemala?	16. ¿Conoce sobre el fin fundamental de la Universidad de San Carlos de Guatemala?	17. ¿Conoce la misión y visión de la Universidad?	18. ¿Qué opina de los proyectos de desarrollo que lleva a cabo el Gobierno de Guatemala?	19. Según usted ¿En qué etapas quedan los proyectos de desarrollo del Gobierno de Guatemala?	20. ¿En la actualidad usted considera que hay respuesta de parte de los estudiantes de la Universidad de San Carlos en soluciones hacia el desarrollo de Guatemala?	21. ¿Por qué participaría en proyectos de desarrollo para conocer la realidad nacional?	22. ¿Se involucraría en un programa de pasantías en la Universidad de San Carlos para ser asignado en programas para el desarrollo del Gobierno de Guatemala?	23. ¿Quiénes son responsables de la situación económica, social y política actual de Guatemala?	24. ¿Existe en Guatemala la participación de la sociedad civil en las decisiones económicas, sociales y políticas, conformando un equipo de estado y nación?	0. Edad	
9/15/2012 19:00:04	Ingeniería	Tercer año	cartoon network	hora de aventura	Si	Culturales	Me gusta el deporte. Que sea una experiencia donde pueda aprender y ayudar a otros!!	graduarme	No	Si	peliar por los derechos de guatemala	Si	ayudar a los demas	tener conciencia social	No	Si	Si	Pésimo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	Si		21
9/15/2012 19:04:49	Ingeniería	Cuarto Año	Sony	Los caballeros las prefieren brutas	Si	Religiosa	Seguridad	No	Si	Ayudar a Guatemala	Si	Si	Ser una persona de bien		No	No	No	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21
9/15/2012 19:25:13	Arquitectura	Tercer año	AXN	Castle	No	Ninguna	Recreación	Voluntariado	No	Si	Ayudar y comprometerse	Si	Capasitado	?	Si	Si	Si	Malo	Planificación	Si	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		28
9/15/2012 19:25:59	Arquitectura	Tercer año	No veo tv	Good Cristian Bells	Si	Culturales	Intriga y obtener conocimiento para esa area. Que llame mi atención, conocer nuevas personas, algo divertido y mejor si también se puede ayudar a personas	Nutrición y deporte	No	Si	Como estudiante a aportar soluciones obviando lo san carlista.	No	Estudiante de una Universidad llamada San Carlos.	Comer shucos.	No	No	Si	Malo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		22
9/15/2012 19:31:08	Arquitectura	Tercer año	Warner y Fox	Bones	Si	Culturales	un mejor pais	Educación	No	Si	compartir	Si	aprender	estudiante	No	No	No	Malo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21
9/15/2012 19:34:38	Ingeniería	Tercer año	Nickelodeon	iCarly	Si	Educativas		Educación	Si	Si	enseñar	Si	líder	desarrollo	Si	Si	Si	Bueno	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		22
9/15/2012 20:03:39	Arquitectura	Tercer año	Investigation Discovery	Los Simpsons	No		Que cada uno decida cambiar de actitud, pienso que allí se empieza.		No	Si	Dar algo de lo que recibí durante los años que estuve en la Universidad.	Si	Con la lucha, el esfuerzo y empeño que le pongo a mi carrera.	Con la lucha, el esfuerzo y empeño que le pongo a mi carrera.	Si	Si	No	Pésimo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		25
9/15/2012 21:08:16	Ingeniería	Tercer año	discovery home and health	No te lo pongas	No			EDUCACION	No	Si	EDUCAR	Si	EFICIENTE	EL MEJOR CONOCIMIENTO	No	Si	Si	Bueno	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		20
9/15/2012 21:31:15	Arquitectura	Tercer año	Warner	Hora de Aventura	Si	Educativas	Conocimiento	Conocimiento	No	Si	Ayuda	Si	Estudiar en ella	Estudiando en ella	No	No	No	Bueno	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21
9/15/2012 21:45:39	Ingeniería	Tercer año	warner channel	ninhuno	Si	Religiosa	Que capte mi atencion,para dar lo mejor de mi. Que mire que tenga fundamentos validos	Servicio	No	Si	Responsabilidad	Si	Compromiso	guatemalteco	Si	Si	Si	Bueno	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	Si		20
9/15/2012 22:01:09	Ingeniería	Cuarto Año	Discovery	varios	Si	Educativas	Los objetivos, aprendizaje, convivencia	seguridad	Si	Si	desarrollo	Si	emprendedor	conocimientos	Si	Si	Si	Bueno	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21
9/15/2012 22:04:19	Ciencias Químicas y Farmacia	Cuarto Año	warner	the big bang theory	No			motivación	Si	No	enseñar	Si	orgullo	estudioso	Si	Si	Si	Bueno	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		22
9/15/2012 22:16:47	Arquitectura	Tercer año	Infinito	1000 Maneras de Morir	Si	Culturales	Que sea interesante, que haya gente interesante y con los mismos gustos, principalmente las personas que estarán en esa actividad, el ambiente, etc.	Estudio	Si	Si	Justicia	No	Prestigio	Preparación	Si	Si	Si	Pésimo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	El Gobierno de Guatemala	Si		19
9/15/2012 22:21:34	Ingeniería	Tercer año	history	p			Las experiencias que esta me pueda brindar, la novedad, que sea única o que sea acorde a mis intereses personales. Mantener una buena salud	educacion	Si	Si	mejorar el pais	Si	profesional		Si	Si	Si	Pésimo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		19
9/15/2012 22:21:48	Arquitectura	Tercer año	VH1	NEO	No		El animo de conocer gente nueva y explorar otras actividades mejorar profesional y academicamente	Organización	No	Si	Mejoraría	Si	Conocimiento	Enseñanza	Si	Si	No	Bueno	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		20
9/15/2012 22:22:10	Ingeniería	Tercer año	Canal de las Estrellas	Por ella soy Eva	Si	Deportivas	Mantener una buena salud	Educacion	Si	Si	Construir	Si	Superacion	Labor Social	Si	Si	Si	Bueno	Ejecución	Si	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		20
9/15/2012 22:24:39	Ingeniería	Tercer año	FOX	THE WALKING DEAD	No		MEDIR MIS CAPACIDADES Y APTITUDES apoyar a la comunidad guatemalteca primero que genere en mi un interes de hacerlo, y que demuestre seriedad al momento de realizarla.!	EDUCACION	No	Si	DESARROLLO	Si	PUEBLO	REVOLUCION	Si	Si	Si	Pésimo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		22
9/15/2012 22:28:38	Ingeniería	Tercer año	Discovery Channel	en camara lenta	Si	Voluntariado	que sea interesante, que haya gente interesante y con los mismos gustos, principalmente las personas que estarán en esa actividad, el ambiente, etc.	Educación	Si	Si	Aporte	Si	Lider	conocimiento	Si	Si	Si	Malo	Planificación	No	Decisión propia	No	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		22
9/15/2012 22:59:00	Ciencia Política	Tercer año	MTV	South Park	Si	Deportivas	que sea interesante, que haya gente interesante y con los mismos gustos, principalmente las personas que estarán en esa actividad, el ambiente, etc.	POLITICA	Si	Si	RETRIBUCION	Si	EMPATICO	SOCIEDAD	No	Si	Si	Pésimo	Planificación	No	Decisión propia	Si	El Gobierno de Guatemala	No		22
9/15/2012 22:59:36	Ciencia Política	Cuarto Año	space	el club del miedo	No	Deportivas	el animo de conocer gente nueva y explorar otras actividades mejorar profesional y academicamente	haciendo consciencia n las personas	Si	Si		Si	Un gran orgullo de ser parte de la historia de esta casa de estudio	por mi mentalidad critica de la sociedad	Si	No	Si	Bueno	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		24
9/15/2012 22:59:40	Ciencia Política	Cuarto Año	Fox	Los simpsons	Si	Culturales	El animo de conocer gente nueva y explorar otras actividades mejorar profesional y academicamente	educacion	Si	Si	desarrollo	Si	orgullo	valores	No	Si	No	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21
9/15/2012 23:06:46	Ciencia Política	Cuarto Año	Starz	peliculas Extreme Make Over	Si	Educativas	El poder ampliar el conocimiento tanto teórico como en la práctica, lo cual fortalece y complementa mi carrera.	Formación ciudadana	Si	Si	Trabajo	Si	Pertenencia	Académico	Si	Si	Si	Malo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21
9/15/2012 23:37:57	Arquitectura	Cuarto Año	Discovery Home & Health	-----	No		Impacto que tendrá en la sociedad, la difusión en los medios, los beneficios que provocará	Solidaridad	No	Si	Responsabilidad	Si	Valor	Superación	Si	Si	Si	Bueno	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		24
9/15/2012 23:47:56	Arquitectura	Cuarto Año	SPACE	NCIS	Si	Voluntariado	depende del objetivo de la actividad, pero basicamente, algo novedoso, creativo, con un objetivo en claro.	Igualdad	Si	No	Solidaridad	Si			No	Si	No	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		23
9/15/2012 23:52:31	Arquitectura	Cuarto Año	nat geo	mega estructuras	No	Culturales	depende del objetivo de la actividad, pero basicamente, algo novedoso, creativo, con un objetivo en claro.	educacion	Si	Si	social	Si	orgullo	con el pueblo	Si	Si	Si	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		24
9/15/2012 23:53:33	Arquitectura	Cuarto Año	Discovery Home and Health	-----	Si	Educativas	los creditos extracurriculares	educacion	No	Si	devolver	Si	orgullo	campus	No	Si	Si		Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		23

ENTREVISTA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS USAC, GUATEMALA, DEL 15 AL 22 DE SEPTIEMBRE DEL 2012. HOJA 02

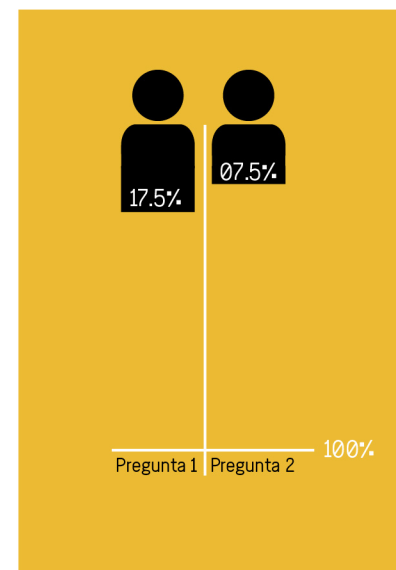
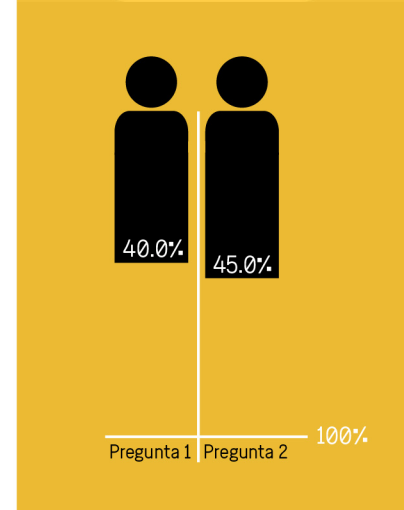
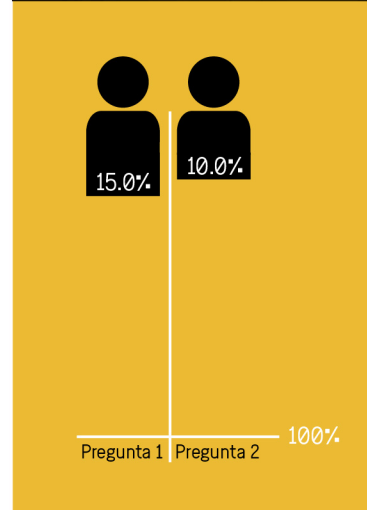
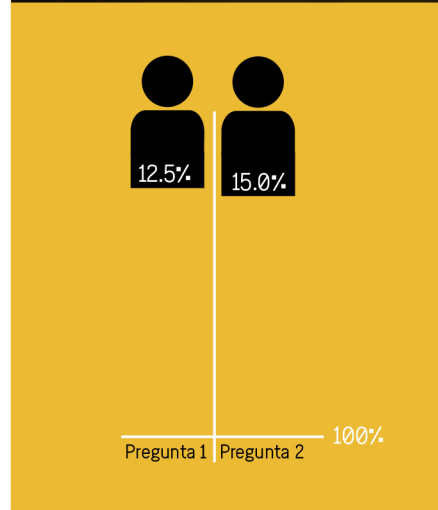
Timestamp	1.Facultad o escuela	2.Año de carrera	3. ¿Cuál es su canal de televisión favorito?	4. ¿Cuál es su programa favorito?	5. ¿Participa en actividades extracurriculares?	6. ¿Qué tipo de actividades?	7. ¿Qué le motiva a ser participante de una actividad nueva?	8. Para usted ¿Cuál sería el aporte significativo para ayudar al desarrollo de Guatemala?	9. ¿Conoce sobre proyectos de desarrollo del Gobierno de Guatemala?	10. ¿Se siente capacitado de aplicar sus conocimientos de la carrera universitaria para apoyar en proyectos de desarrollo?	11. ¿Cuál es el compromiso con la sociedad guatemalteca de un estudiante san carlista?	12. ¿Cree que el universitario es clave para el desarrollo de Guatemala?	13. ¿Qué significa para usted ser san carlista?	14. ¿Con qué se identifica como san carlista?	15. ¿Conoce las leyes y reglamentos de la Universidad de San Carlos de Guatemala?	16. ¿Conoce sobre el fin fundamental de la Universidad de San Carlos de Guatemala?	17. ¿Conoce la misión y visión de la Universidad?	18. ¿Qué opina de los proyectos de desarrollo que lleva a cabo el Gobierno de Guatemala?	19. Según usted ¿En qué etapa quedan los proyectos de desarrollo del Gobierno de Guatemala?	20. ¿En la actualidad usted considera que hay respuesta de parte de los estudiantes de la Universidad de San Carlos en soluciones hacia el desarrollo de Guatemala?	21. ¿Por qué participaría en desarrollo para conocer la realidad nacional?	22. ¿Se involucraría en un programa de pasantías en la Universidad de San Carlos para ser asignado en programas para el desarrollo del Gobierno de Guatemala?	23. ¿Quiénes son responsables de la situación económica, social y política actual de Guatemala?	24. ¿Existe en Guatemala la participación civil en las decisiones económicas, sociales y políticas, conformando un equipo de estado y nación?	0.Edad
9/16/2012 9:18:28	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	Cartoon Network y Universal Channel	Hora de Aventura y Películas	No		Que se pueda ajustar a mi horario	Educacion	Si	Si	Solidaridad	Si			No	Si	Si	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	22
9/16/2012 9:33:52	Veterinaria y Zootecnia	Tercer año	sony	Grey's Anatomy	No	NINGUNA!	No participo --. Esta encuesta está muy desordenada :/	Dinero	No	No	Promover Ninguno, verdaderamente el apoyo está limitado desde el gobierno, hasta las autoridades universitaria, por lo tanto no siento compromiso con nada ni nadie.	Si	Lider	¿Cómo así?	Si	Si	Si	Malo	Planificación	No	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	22
9/16/2012 10:59:31	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	NatGeo	The Big Bang Theory	No	Culturales	Adquirir experiencia	Ayudando a la invasión de potencias extranjeras de esta nación tan desastrosa.	No	No		No	Con nada.	No	No	No	No	Pésimo	Planificación	No	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	No	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	20
9/16/2012 11:31:13	Arquitectura	Tercer año	History	La II Guerra Mundial	No	Culturales	Aprender	Tecnificación	No	Si	Retribución	Si	Compromiso	Humanista	Si	Si	Si	Pésimo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	25
9/16/2012 15:17:05	Ingeniería	Cuarto Año	AXN	Criminal Minds	No		Poder ayudar a las demas personas y hacer mejoras en el lugar en donde participe	Solidaridad	Si	Si	ayudar	Si	igualdad	pueblo	No	Si	Si	Bueno	Ejecución	Si	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	21
9/16/2012 16:06:30	Superior de Arte	Cuarto Año	discovery,natgeo	no tengo por el momento	Si	cursos	me gusta aprender cosas nuevas	mi preparacion	Si	Si	ser efico en la carrera y servir al pueblo	Si	ID Y ENSENAD A TODOS	ID Y ENSENAD A TODOS	Si	Si	Si	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	Si	
9/16/2012 16:53:42	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	FOX	Los Simpson	Si	Voluntariado	Los animales, en la granja.	Conciencia	No	Si	Ayudar	Si	Lo mejor	Encapuchado	Si	No	Si	Bueno	Planificación	Si	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	21
9/16/2012 17:23:34	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	history chanel	buscadores de tesoros	No	Culturales	el hecho de probar algo nuevo y salir de la rutina	progreso	Si	Si	trabajar	Si	excelente	excelencia	No	Si	No	Bueno	Ejecución	No	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	25
9/16/2012 18:28:45	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	Animal Planet	Urgencias	Si	Religiosa	Acercarme mas a Dios y hacer un cambio para ser una mejor persona me gusta estar ocupado en cosas q no son universitarias y me gusta aprender cosas nuevas	Seguridad	Si	Si	Ayudar	Si	Gratitud	Apoyo	Si	Si	Si	Bueno	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	20
9/16/2012 18:52:54	Ciencias Médicas	Tercer año	universal	dr. house	Si	Deportivas	que sea una actividad de interes y productividad personal y si se puede social. Deportivas practicar deporte para mantener una buena salud y cultural para acrecentar mi conocimientos y experiencias.	justicia	No	Si	ayudar	Si	el futuro	camet	Si	Si	Si	Bueno	Planificación	No	Decisión propia	No	El Gobierno de Guatemala	No	21
9/16/2012 19:58:14	Ciencias Lingüísticas	Tercer año	Warner Brothers	Friends	No			Conocimientos	No	Si	Mejorar el futuro	Si	Orgullo		No	Si	Si	Malo	Ejecución	No	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	21
9/16/2012 20:02:42	Ciencias Lingüísticas	Cuarto Año	Ritmoson Latino	Calle 7	No			Educación	No	Si	Ayudar	Si	Inteligencia	Autonomía	Si	No	Si	Bueno	Autosostenibilidad (hay seguimiento del proyecto)	No	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	Si	El Gobierno de Guatemala	No	22
9/16/2012 20:26:36	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	Warner	Friend's	Si	Culturales	Nuevas ideas y conocimientos adquirir una beca en el extranjero	Educación	Si	Si	Enseñar enseñar y promover	Si	Libertad	Pensamientos	No	No	No	Malo	Autosostenibilidad (hay seguimiento del proyecto)	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	22
9/16/2012 20:49:50	Superior de Arte	Tercer año	Mtv	proyect runway	Si	Educativas	Aprender cosas nuevas y poner en practica los conocimientos que poseo	la educacion	No	Si		Si	patriota	la superación	No	Si	Si	Bueno	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	22
9/16/2012 20:59:03	Veterinaria y Zootecnia	Tercer año	warner channel	The big Bang theory	Si	Educativas	Que sea una actividad de interes y productividad personal y si se puede social. Deportivas practicar deporte para mantener una buena salud y cultural para acrecentar mi conocimientos y experiencias.	Colaboracion	Si	Si	Enseñar	Si	Esfuerzo	Emprendedor	Si	Si	Si	Pésimo	Ejecución	Si	Decisión propia	No	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	Si	22
9/16/2012 21:14:16	Superior de Arte	Tercer año			Si	Deportivas	Que sea una actividad de interes y productividad personal y si se puede social. Deportivas practicar deporte para mantener una buena salud y cultural para acrecentar mi conocimientos y experiencias.	educacion	No	Si	EDUCAR	Si	capaz	esfuerzo	No	Si	Si	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	21
9/16/2012 21:20:21	Superior de Arte	Tercer año	Showtime	Dexter	Si	Culturales	Acercar mis conocimientos.	Haciendo arte.	No	Si	Ser un mejor guatemalteco sin acudir a la violencia	Si	Uno que no es del montón.	Compromiso	Si	Si	Si	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	22
9/16/2012 21:27:28	Superior de Arte	Tercer año	natgeo	sout park	Si	Culturales	experiencia	estructura	Si	Si	estructurar	No	superar	superar	No	Si	Si	Malo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	20
9/16/2012 22:17:06	Arquitectura	Tercer año	Warner Channel	The Big Bang Theory	Si	Deportivas	La innovación, el cambio, la evolución.	Eradicar la indiferencia y el egoismo	No	Si	Crear conciencia y desarrollo social	Si	ser ejemplo	con el trabajo y la lucha	No	No	No	Malo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	21
9/16/2012 22:21:28	Superior de Arte	Tercer año	bio	mi historia de fantasmas	No			educacion-salud	Si	Si	educar	Si	profesional	lucha inteligente	No	No	No	Malo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	21
9/16/2012 22:27:32	Ingeniería	Cuarto Año	FOX	glee	Si	Culturales	Conocer nuevas ideas y personas El entretenimiento que pueda causar en mí.	reciclaje	No	Si	union	Si			Si	Si	No	Malo	Planificación	No	Decisión propia	No	El Gobierno de Guatemala	No	23
9/16/2012 22:47:43	Ingeniería	Tercer año	Warner Brothers	The Big Bang Theory	Si	Culturales		Motivación	Si	Si	Cívismo	Si	Profesional	Perseverancia	Si	Si	Si	Malo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	El Gobierno de Guatemala	No	19
9/17/2012 7:28:48	Ingeniería	Cuarto Año	Cine Canal	Top Gear	No			Educar	No	Si	Protección	Si	Humildad	Pais	Si	Si	Si	Bueno	Planificación	Si	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	22
9/17/2012 9:30:26	Superior de Arte	Tercer año	Disney	Las películas	No		Que me guste y además que traiga algún beneficio.	Cultura	No	Si	Servir	Si	profesional		No	No	No	Bueno	Ejecución	No	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	No	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	29
9/17/2012 10:32:38	Ingeniería	Cuarto Año	NatGeo	Man vs Food	Si	Educativas	Los créditos que ofrecezn.	Educación	No	Si	Enseñar	Si	Élite	Ayudar	No	No	No	Bueno	Autosostenibilidad (hay seguimiento del proyecto)	Si	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No	23
9/17/2012 13:19:31	Arquitectura	Cuarto Año	D3	Destructoid	No		Horarios bien establecidos. No religioso. lograr desenvolverme mejor, tener mayor comunicación, aportar a la sociedad	Estudio	Si	Si	Retribucion	Si	nada	estudiante	Si	Si	Si	Bueno	Autosostenibilidad (hay seguimiento del proyecto)	No	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	No	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	Si	23
9/17/2012 16:35:10	Ciencias Jurídicas y Sociales	Cuarto Año	Discovery Channel	WORLD'S LOST TRIBES	Si	Culturales		mejorar educación	Si	Si	actuar ética moral y correctamente	Si	Comprometido con el país	Lucha en beneficio de la sociedad	Si	Si	Si	Bueno	Planificación	Si	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	Si	21

ENTREVISTA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS USAC, GUATEMALA, DEL 15 AL 22 DE SEPTIEMBRE DEL 2012. HOJA 03

Timestamp	1.Facultad o escuela	2.Año de carrera	3. ¿Cuál es su canal de televisión favorito?	4. ¿Cuál es su programa favorito?	5. ¿Participa en actividades extracurriculares?	6. ¿Qué tipo de actividades?	7. ¿Qué le motiva a ser participe de una actividad nueva?	8. Para usted ¿Cuál sería el aporte significativo para ayudar al desarrollo de Guatemala?	9. ¿Conoce sobre proyectos de desarrollo del Gobierno de Guatemala?	10. ¿Se siente capacitado de aplicar sus conocimientos de la carrera universitaria para apoyar en proyectos de desarrollo?	11. ¿Cuál es el compromiso con la sociedad guatemalteca de un estudiante san carlista?	12. ¿Cree que el universitario es clave para el desarrollo de Guatemala?	13. ¿Qué significa para usted ser san carlista?	14. ¿Con qué se identifica como san carlista?	15. ¿Conoce las leyes y reglamentos de la Universidad de San Carlos de Guatemala?	16. ¿Conoce sobre el fin fundamental de la Universidad de San Carlos de Guatemala?	17. ¿Conoce la misión y visión de la Universidad?	18. ¿Qué opina de los proyectos de desarrollo que lleva a cabo el Gobierno de Guatemala?	19. Según usted ¿En qué etapa quedan los proyectos de desarrollo del Gobierno de Guatemala?	20. ¿En la actualidad usted considera que hay respuesta de parte de los estudiantes de la Universidad de San Carlos en soluciones hacia el desarrollo de Guatemala?	21. ¿Por qué participaría en proyectos de desarrollo para conocer la realidad nacional?	22. ¿Se involucraría en un programa de pasantías en la Universidad de San Carlos para ser asignado en programas para el desarrollo del Gobierno de Guatemala?	23. ¿Quiénes son responsables de la situación económica, social y política actual de Guatemala?	24. ¿Existe en Guatemala la participación de la sociedad civil en las decisiones económicas, sociales y políticas, conformando un equipo de estado y nación?	0.Edad	
9/17/2012 17:28:13	Ciencias Químicas y Farmacia	Tercer año	discovery chanel	atlas discovery	Si	Culturales	que sea una buena causa y que haya gente que este en serio involucrada y no sólo sea como pantalla. Una buena estructura y con programa a cumplir para tenga orden y lineamientos que seguir	educación	No	Si		Si	excelencia	estructura	Si	Si	Si	Malo	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21
9/17/2012 18:12:53	Ciencias Químicas y Farmacia	Cuarto Año	Discovery Channel	Caribe	No		Tener experiencias nuevas que me acerquen con las personas. Afinidad mi carrera y tiempo libre.	Educación	Si	Si	Ayudar	Si	Desarrollo	Desarrollo	No	Si	Si	Bueno	Ejecución	Si	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		20
9/17/2012 21:23:07	Ciencias de la Comunicación y Sociales	Cuarto Año	warner	no tengo	Si	Culturales	Afinidad mi carrera y tiempo libre.	compromiso	No	Si	equidad una Guatemala mejor	Si	esfuerzo ser un estudiante por el desarrollo	desarrollo con Guatemala	No	No	No	Bueno	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		23
9/18/2012 8:08:38	Ciencias Jurídicas y Sociales	Tercer año	guatelevision	viva la mañana	Si	Deportivas	que me llame la atención nada, solo participo x participar	el superarme	Si	Si		Si			No	No	No	Bueno	Ejecución	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		22
9/18/2012 10:37:18	Arquitectura	Cuarto Año	fox	los simpson	Si	Voluntariado	Que me guste hacerlo.	cambiar	No	No	ayudar Orientar en lo que pueda.	Si	profesionalismo	buen ciudadano	No	No	No	Bueno	Planificación	No		No	El Gobierno de Guatemala	No		22
9/18/2012 18:03:54	Arquitectura	Tercer año	history channel	Top gear		Deportivas	Que llame la atención, que sirva para aportar nuevos conocimientos (hacia mi persona, o de mi persona hacia otros), que me interese, que sea beneficiosa para mi desarrollo tanto como estudiante como persona (o que beneficie en el desarrollo de los demás mediante mi aporte).	La educación.	Si	Si		Si	Triunfador	Huelga	Si	No	Si	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		23
9/18/2012 19:52:30	Ciencias Químicas y Farmacia	Tercer año	No tengo	No tengo	Si	Todas las respuestas anteriores, excepto "religiosa".	Algo que me llame la atención, sea algo relacionado con mi carrera o mis gustos, pasatiempos, etc. Que no represente una inversión innecesaria de mi tiempo de estudio, que no requiera inversión monetaria.	Conciencia	No	Si	Apoyo	Si	Solidaridad	Pueblo	Si	Si	Si	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21
9/18/2012 21:56:38	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	No veo televisión	No veo televisión	No			Honestidad	No	No	Ayudar	Si	Excelencia	Con el lema "Id y enseñad a todos"	No	Si	Si	Pésimo	Planificación	No	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21
9/18/2012 22:05:31	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	Discovery Channel		No			Capacitación	Si	Si	Educación	Si	Consiente	Sociedad	Si	Si	Si	Malo	Planificación	Si	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	Si	El Gobierno de Guatemala	No		21
9/18/2012 23:31:45	Ciencias Jurídicas y Sociales	Tercer año	ESPN	Sports Center	Si	Deportivas	Una actividad extracurricular la cual ofrezca horarios flexibles de tiempo y continuidad. Proporciona una actividad diferente para desestresarse un poco del estudio.	Educación	No	No	Capacitar	Si	Capaz	Capacidad	Si	Si	Si	Bueno	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ciudadanos guatemaltecos	No		22
9/19/2012 11:39:36	Arquitectura	Tercer año	Warner Channel	Friends	Si	Culturales	saber que se voy a aprender cosas nuevas que pueden ser útiles en mi vida diaria, carrera, salud, etc.	Conciencia social	Si	Si	Participación	Si	Superación	Motivación	Si	Si	Si	Bueno	Ejecución	No	Decisión propia	Si	El Gobierno de Guatemala	No		20
9/19/2012 14:15:28	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	warner chanel	the bing bang theory	No			la educación	Si	Si	id y enseñar a todos	Si	ser solidario, buen académico, una persona de bien.	con mis conocimientos académicos.	Si	Si	No	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		27
9/19/2012 14:25:57	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	animal planet	parásitos aseccionos	Si	Educativas	Capacitacion	Educacion tecnica	Si	No	Poder ayudar a la sociedad	Si	nada	ya nada	Si	Si	Si	Bueno	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		31
9/19/2012 15:55:11	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	discovery chanel	Historias de ultra tumba	Si	Deportivas	Tener buena salud verme bien fisicamente	Respeto haci los animales	No	Si	Ayudar al pueblo	Si	Un orgullo	Aydar al pueblo	Si	Si	No	Bueno	Ejecución	No	Asignado por EPS (Ejercicio Profesional Supervisado)	Si	Ciudadanos guatemaltecos	No		24
9/19/2012 17:52:29	Veterinaria y Zootecnia	Cuarto Año	Nat Geo	Programacion general	Si	Voluntariado	Que haya gente que se vea que este comprometida con lo que hace, que no solo haga proyectos para ganar puntos con determinadas autoridades.	Autosostenibilidad		Si	Servir a su pueblo	Si	Un HONOR	AMBIENTE	Si	Si	No	Malo	Planificación	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		24
9/19/2012 19:23:29	Arquitectura	Tercer año	Enlace	Fe urbana	No	Religiosa	A poder realizar algo que ayude moralmente a las personas por medio de Dios	Amor	No	No	Honradez	Si	Orgullo	Sacrificio	No	Si	No	Bueno	Cierre	No	Decisión propia	Si	Ambos (Gobierno-ciudadanos)	No		21

SOCIALIZACIÓN 1

GRÁFICAS



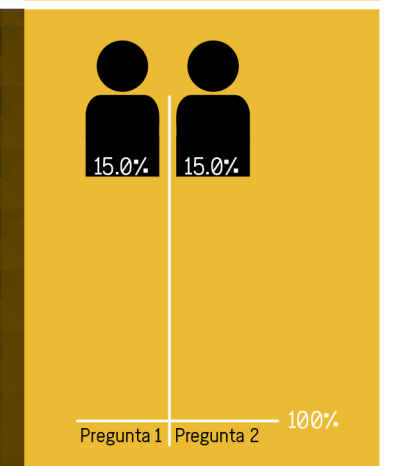
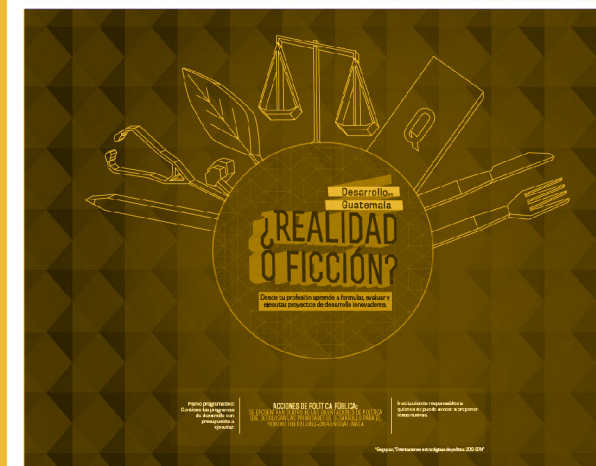
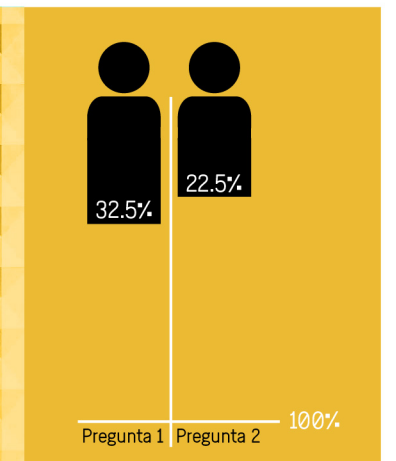
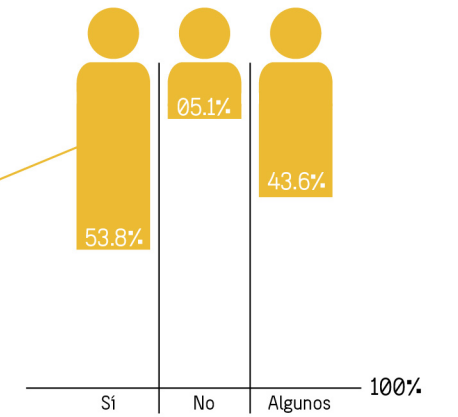
PREGUNTAS

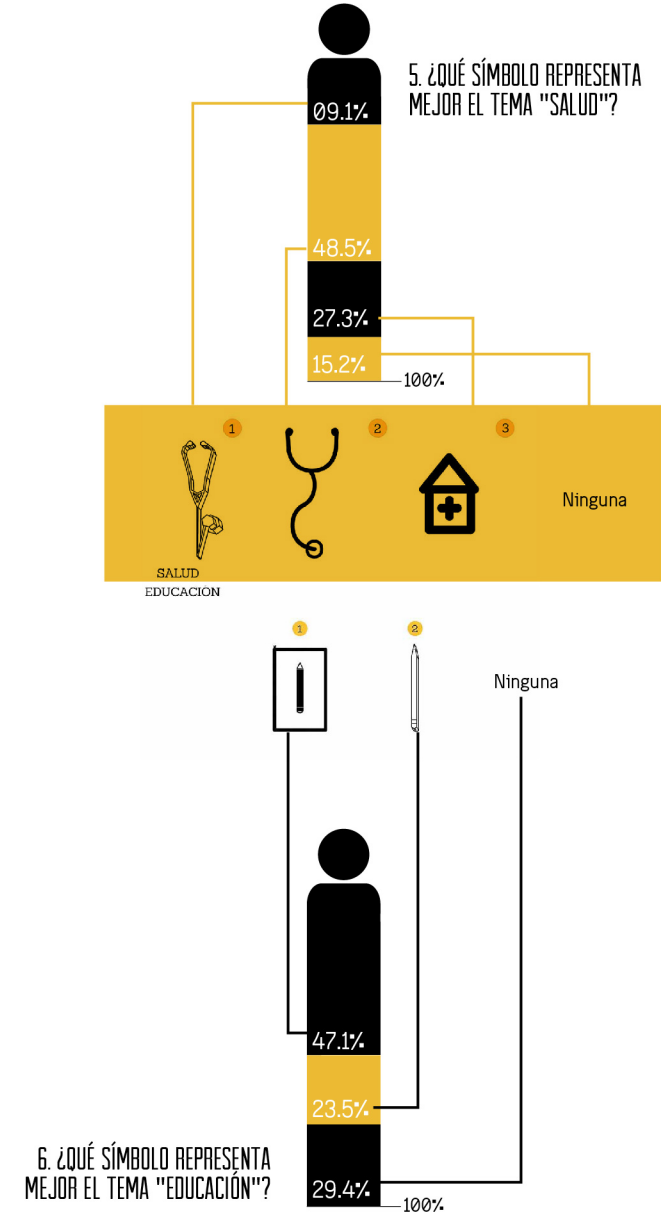
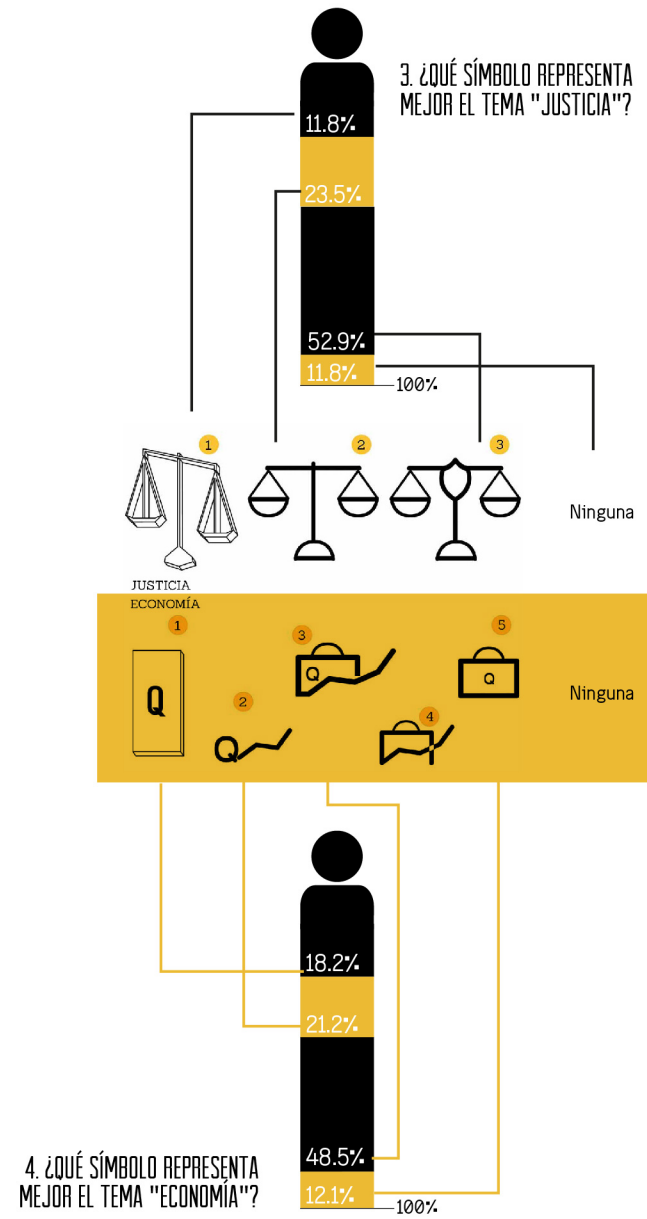
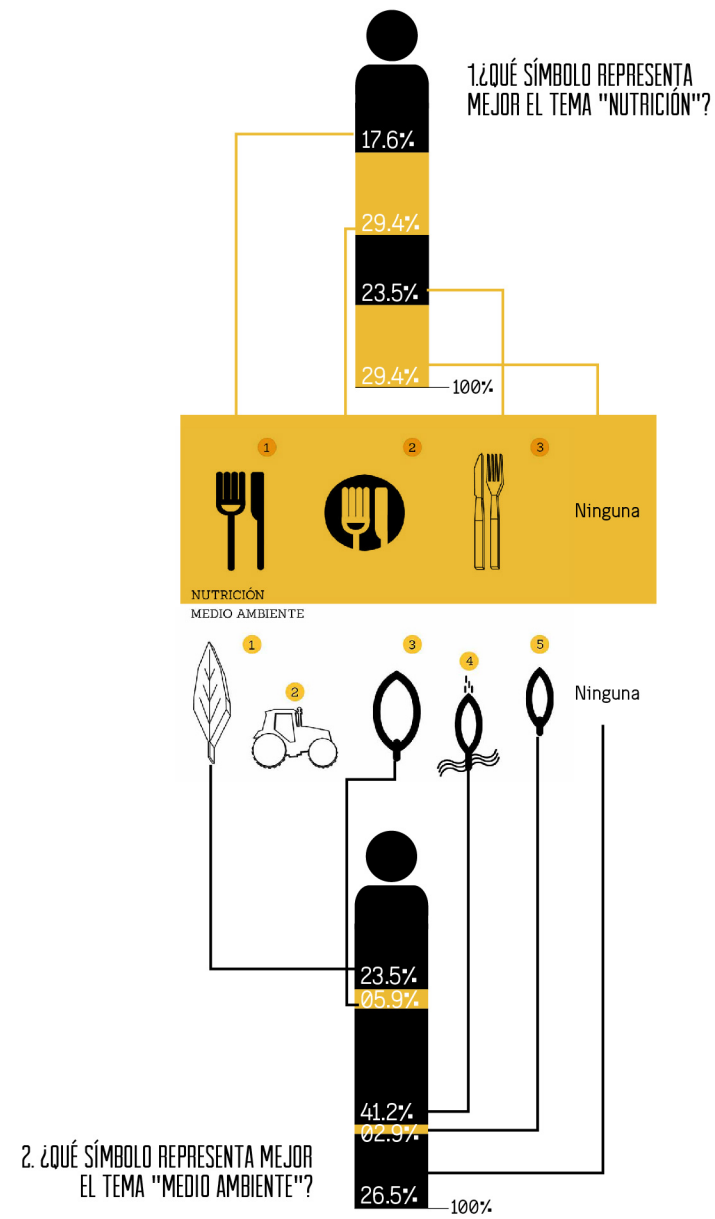
1. ¿CUÁL TE LLAMÓ MÁS LA ATENCIÓN?

2. ¿QUÉ OPCIÓN TE GUSTÓ MÁS LA UTILIZACIÓN DEL COLOR?

3. ¿COMPRENDISTE EN TOTALIDAD LOS SÍMBOLOS?

*Respuesta de encuestadas/os.





*Respuesta de encuestadas/os.

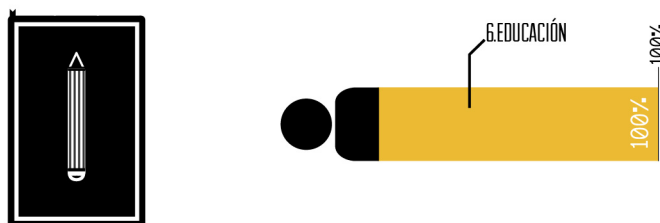
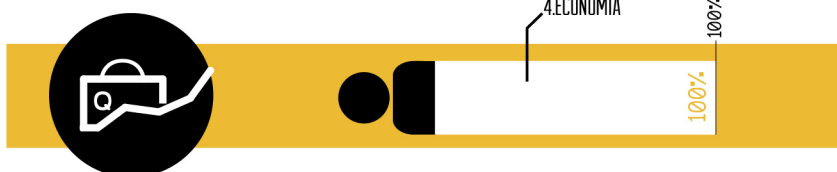
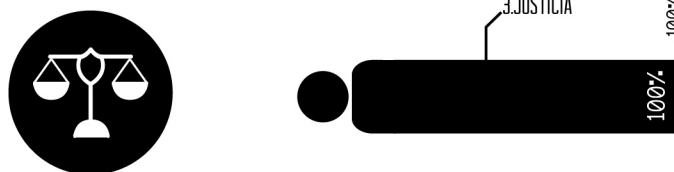
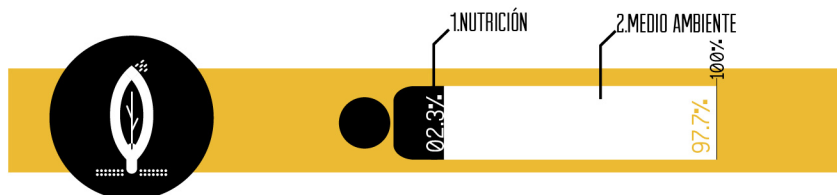
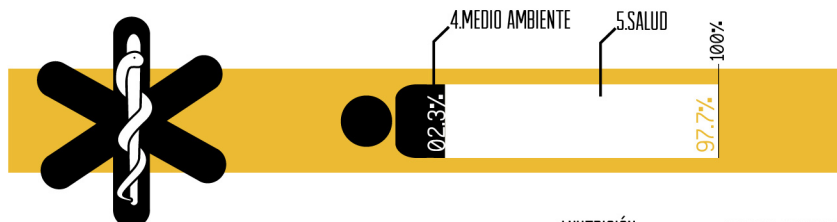
SOCIALIZACIÓN 2

GRÁFICAS

PREGUNTA (PARA TODOS LOS ICONOS.)

¿CON QUÉ TEMÁTICA ASOCIA EL SIGUIENTE ICONO?

- | | |
|-------------------|--------------|
| 1. NUTRICIÓN | 4. ECONOMÍA |
| 2. MEDIO AMBIENTE | 5. SALUD |
| 3. JUSTICIA | 6. EDUCACIÓN |

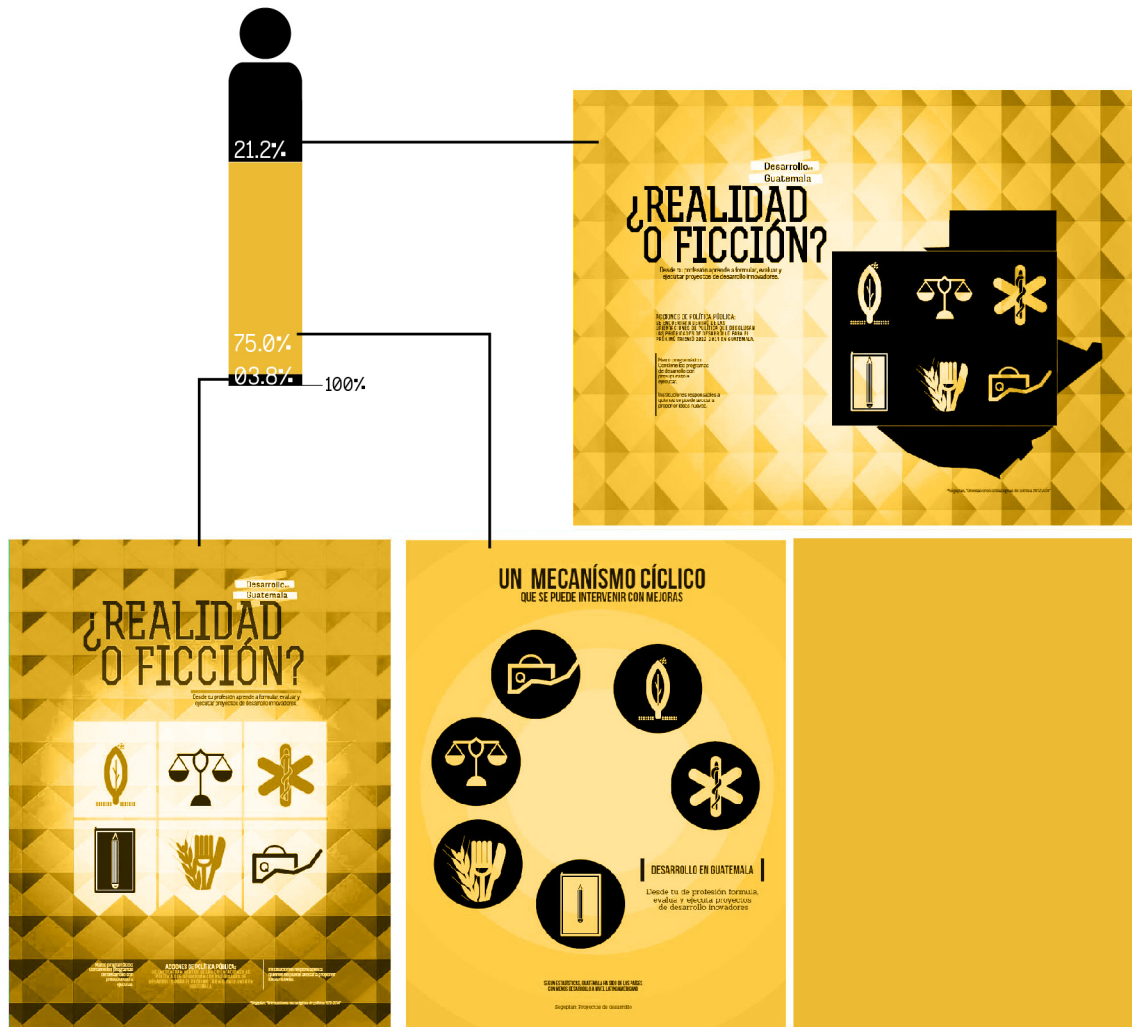


SOCIALIZACIÓN 3

GRÁFICAS

PREGUNTA

¿CUÁL CARTEL COMUNICA MEJOR EL TEMA: DESARROLLO EN GUATEMALA Y LLAMA LA ATENCIÓN VISUALMENTE PARA INFORMARSE MÁS DEL TEMA?



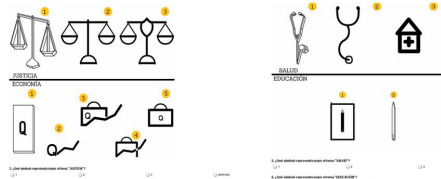
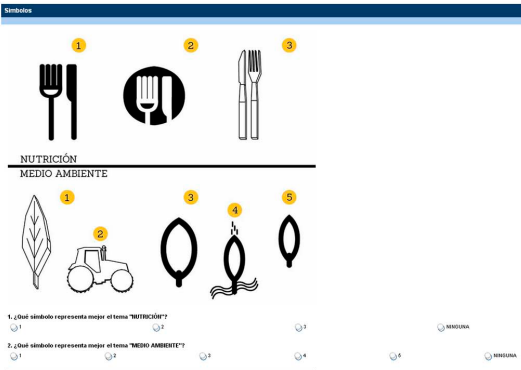
SOCIALIZACIÓN VÍA WEB



Se te muestran SEIS piezas gráficas, en la parte inferior de la página responde las preguntas por favor, **GRACIAS.**



- ¿Qué te llamó más la atención?
 1 2 3 4 5 6
- ¿Qué opción te gustó más la utilización del color?
 1 2 3 4 5 6
- ¿Comprendiste en totalidad los símbolos?
 SI NO ALGUNOS



ICONS



1. ¿Con qué temática asocia el siguiente icono?

- NUTRICIÓN
- MEDIO AMBIENTE
- JUSTICIA
- ECONOMÍA
- SALUD
- EDUCACIÓN

2. ¿Con qué temática asocia el siguiente icono?

- NUTRICIÓN
- MEDIO AMBIENTE
- JUSTICIA
- ECONOMÍA
- SALUD
- EDUCACIÓN



4. ¿Con qué temática asocia el siguiente icono?

- NUTRICIÓN
- MEDIO AMBIENTE
- JUSTICIA
- ECONOMÍA
- SALUD
- EDUCACIÓN

5. ¿Con qué temática asocia el siguiente icono?

- NUTRICIÓN
- MEDIO AMBIENTE
- JUSTICIA
- ECONOMÍA
- SALUD
- EDUCACIÓN

6. ¿Con qué temática asocia el siguiente icono?

- NUTRICIÓN
- MEDIO AMBIENTE
- JUSTICIA
- ECONOMÍA
- SALUD
- EDUCACIÓN

VALIDACIÓN

SE MUESTRAN TRES CARTILES CON EL TEMA DE DESARROLLO EN GUATEMALA, RESPONDE ABAJO.



1. ¿CUAL CARTIL COMIENZA MEJOR EL TEMA: DESARROLLO EN GUATEMALA Y LLAMA LA ATENCIÓN VISUALMENTE PARA INFORMAR MÁS DEL TEMA?

- 1
- 2
- 3

Desarrollo por Guatemala
A 22 personas le gusta esta página

Comunidad 171
Informar a los estudiantes sancionistas sobre los diferentes Proyectos de Desarrollo, e incentivarlos a intervenir mediante la formulación, evaluación y ejecución desde sus carreras profesionales en los proyectos.

22 Me gusta

Lo más destaca

Estado Foto / video Evento, hito +
Escribe algo...

Desarrollo por Guatemala
Hace 2 horas ·

CADA SEMANA SE PUBLICARÁ UN PROYECTO DIFERENTE AL QUE VOS PODES APORTAR CON TUS IDEAS JOVENES!

Ya no me gusta · Comentar · Compartir

A Desarrollo por Guatemala y Tráheni de Leon les gusta esto.

Escribe un comentario...

Desarrollo por Guatemala cambió su foto de portada.
Domingo ·

Desde tu profesión aprende a formular, evaluar y ejecutar proyectos de desarrollo económico innovadores.

Marco programático:
Programa Nacional de Competitividad –Pronacom-

Acciones de política pública:
...Ver más

Me gusta · Comentar · Compartir

Desarrollo por Guatemala
Te gusta · Domingo ·

Desde tu profesión aprende a formular, evaluar y ejecutar proyectos de desarrollo económico innovadores.

Marco programático:
Programa Nacional de Competitividad –Pronacom-

Acciones de política pública:
Estimular el crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios.

Instituciones responsables:
Mineco, Minex, MAGA, Minfin, Pronacom, FACIT, Inguat e Invest in Guatemala. Proactividad en instancias interinstitucionales: CONAPEX, CONACOEX, CONEI y otras.

*Segeplan, "Orientaciones estratégicas de política 2012-2014"

Fotos de la biblioteca 1 de 1 · Etiquetar foto · Opciones · Compartir · Me gusta · Escribe un comentario...

Desarrollo por Guatemala
Domingo ·

Universitarias/os, para darle seguimiento a los carteles y video, comparto información sobre algunos términos, que facilitarán información futura sobre los Proyectos de Desarrollo en Guatemala.

*Marco programático:
Contiene los programas de desarrollo con presupuesto a ejecutar.

*Acciones de política pública:
se encuentran dentro de las orientaciones de política que desglosan las prioridades de desarrollo para el próximo trienio 2012-2014 en Guatemala.

*Instituciones responsables a quienes se puede avocar a proponer ideas nuevas.

*Segeplan, "Orientaciones estratégicas de política 2012-2014"

Me gusta · Comentar · Compartir

Desarrollo por Guatemala Se publicarán diferentes programas de desarrollo, para abarcar la mayoría de profesiones que los estudiantes están estudiando. Aun así, no importa que estén estudiando, porque PODES TENER UNA IDEA QUE APORTE.
El Domingo a las 16:27 · Editado · Me gusta

Escribe un comentario...

Desarrollo por Guatemala cambió su foto de portada.
Domingo ·

SOCIALIZACIÓN VÍA REDES SOCIALES



RESULTADOS

ENCUESTA DE VALIDACIÓN

GRUPOS FOCALES

Tema: Campaña de comunicación persuasiva, para la integración y vinculación de las/los sancarlistas en proyectos de desarrollo.

Objetivo: Conocer la percepción del público objetivo universitario al respecto de la campaña de comunicación persuasiva, en cuatro áreas claves para la comprobación de la eficacia del mensaje visual.

Alcances: Que los integrantes del grupo focal respondan con sinceridad, para que la campaña de comunicación cumpla con los requerimientos visuales y de contenido para el grupo objetivo.

PARTICIPANTES *Sexo: Femenino-(6 personas)/Masculino-(3 personas)

1. Lesly Contreras -22 años- Ciencias políticas
2. Douglas Minera -21 años- Ingeniería
3. Mario Castellanos -24 años -Ingeniería
4. Madeline Sandoval -23 años -Económicas
5. Alejandra Velázquez -20 años-Arquitectura
6. Adriana Luna -19 años- Arquitectura
7. Félix Cardona-Arquitectura -20 años
8. Nelly Aguilera -21 años - Arquitectura
9. María Ac Pérez -20 años- Arquitectura

Guía de Validación del Material Informativo

- Encuesta Campaña de comunicación persuasiva, para la integración y vinculación de las/los sancarlistas en proyectos de desarrollo.- Addiana García, José Interiano. Junio 2013.

1. El material trata sobre el tema:
 - Desarrollo Social-77.8% (7 personas)
 - Ambiente Laboral-0.0%
 - Problemáticas de gobierno-22.2% (2 personas)
2. ¿Comprendiste en totalidad los símbolos?
 - Casi nada-0.0%
 - Poco-11.1% (1 persona)
 - Bastante-55.6% (5 personas)
 - Totalmente-33.3% (3 personas)
3. ¿Es agradable visualmente el color utilizado?
 - Casi nada-0.0%
 - Poco-11.1% (1 persona)
 - Bastante-44.4% (4 personas)
 - Totalmente-44.4% (4 personas)
4. ¿Son legibles los textos?
 - Casi nada-0.0%
 - Poco-22.2% (2 personas)
 - Bastante-44.4% (4 personas)
 - Totalmente-33.3% (3 personas)
5. Posterior a la observación del material,
¿Fue motivado a buscar más información porque entendió y le gustó el mensaje visualmente?
 - SI-66.7% (6 personas)
 - NO-33.3% (3 personas)

ENTREVISTA DE VALIDACIÓN

*Nombre y apellido: María Ac Pérez

*Edad: 20 años

*Sexo: Femenino

*Facultad en USAC: Arquitectura

- Entrevista-

Atractivo

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?

El mensaje de motivación.

2. ¿Qué es lo que no te ha gustado?

Los colores están un poco intensos.

3. ¿Qué opinas de usar simbología?

Se puede llegar a más personas.

Comprensión

4. ¿Qué entendiste del material?

El movimiento por cambiar el enfoque de los proyectos que como profesionales desempeñemos.

5. ¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?

No aplica.

6. ¿Cuál es la idea más importante?

Iniciativa por un mejor desarrollo.

Identificación

7. ¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?

Si.

8. ¿Te sientes identificado(a) con este material?

Desconocía por completo los estudios realizados por PNUD.

Aceptación

9. ¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?

No aplica

10. ¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

No aplica

*Nombre y apellido: Nelly Aguilera

*Edad: 21 años

*Sexo: Femenino

*Facultad en USAC: Arquitectura

- Entrevista-

Atractivo

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?

Su propósito.

2. ¿Qué es lo que no te ha gustado?

La visualización de las piezas, no tenían la misma calidad digital los carteles que las imágenes del documento y los maniquíes.

3. ¿Qué opinas de usar simbología?

Es un buen medio para hacerle recordar al lector en las áreas en las que puede enfocarse los proyectos de desarrollo.

Comprensión

4. ¿Qué entendiste del material?

Primero, que Guatemala está retrasada en su desarrollo y nosotros los futuros profesionales podemos cambiarlo. Segundo, existen distintas áreas en las que podemos aportar principalmente ayuda, enfocando nuestro conocimiento universitario en una o más de ellas.

5. ¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?

Las utilizadas como vocabulario general no, pero como sugerencia utilizar una anotación en la que se escriba a qué responden las siglas PNUD, esto le daría más identificación a los datos presentados.

6. ¿Cuál es la idea más importante?

La participación activa, progresiva y efectiva de los futuros profesionales sancarlistas.

Identificación

7. ¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?

Brevemente, creo busca más la solución que exponer el problema.

8. ¿Te sientes identificado(a) con este material?

Sí, siempre he pensado que como estudiante de una universidad estatal nuestra mayor responsabilidad es retribuirle a la sociedad su apoyo en nuestro crecimiento académico, social y humano.

Aceptación

9. ¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?

Tristemente cuesta creer que en la política algo se pueda hacer, es un área demasiado contaminada por la corrupción y oscuras intenciones.

10. ¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

Algunos de los símbolos no son fáciles de relacionar solamente de manera visual con el tema al cual se le quiere vincular.

*Nombre y apellido: Félix Cardona

*Edad: 20 años

*Sexo: Masculino

*Facultad en USAC: Arquitectura

- Entrevista-

Atractivo

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?

Lo que más me gustó es que se entienden los símbolos porque son simples y comprensibles.

2. ¿Qué es lo que no te ha gustado?

No, la campaña está bien desarrollada.

3. ¿Qué opinas de usar simbología?

Pienso que es un método muy eficiente porque es fácil de recordar y relacionar con conceptos conocidos.

Comprensión

4. ¿Qué entendiste del material?

Que está dirigido a un público específico y que se busca un cambio desde nuestra profesión en diferentes aspectos.

5. ¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?

Las palabras me parecieron claras.

6. ¿Cuál es la idea más importante?

Proponer mejoras desde nuestra profesión.

Identificación

7. ¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?

Sí, porque son diferentes aspectos que afectan nuestra vida diaria y en los que podemos crear un cambio.

8. ¿Te sientes identificado(a) con este material?

Sí, porque soy Guatemalteco y Sancarlita y puedo lograr un cambio en el país.

Aceptación

9. ¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?

No, las ideas son creíbles.

10. ¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

Me parece bastante comprensible.

*Nombre y apellido: Adriana Luna

*Edad: 19 años

*Sexo: Femenino

*Facultad en USAC: Arquitectura

- Entrevista-

Atractivo

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?

El dinamismo e ingenio utilizado, es llamativo y permite la identificación con el texto.

2. ¿Qué es lo que no te ha gustado?

Sin respuesta.

3. ¿Qué opinas de usar simbología?

Es una forma sencilla y eficaz de transmitir un mensaje, me parece una buena opción.

Comprensión

4. ¿Qué entendiste del material?

Que no estamos tomando un papel activo ante la problemática de la sociedad, siendo universitarios debemos ser partícipes de campañas y colaborar con nuestra patria, sin importar nuestra especialización.

5. ¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?

Sin respuesta.

6. ¿Cuál es la idea más importante?

Fomentar la participación ciudadana de universitarios y profesionales.

Identificación

7. ¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?

Sí.

8. ¿Te sientes identificado(a) con este material?

Sí.

Aceptación

9. ¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?

No.

10. ¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

No.

*Nombre y apellido: Alejandra Velázquez

*Edad: 20 años

*Sexo: Femenino

*Facultad en USAC: Arquitectura

- Entrevista-

Atractivo

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?

Que va enfocado a desarrollos del gobierno.

2. ¿Qué es lo que no te ha gustado?

La pieza gráfica no es entendible.

3. ¿Qué opinas de usar simbología?

Que muchos no la conocen entonces no se sabe de qué se trata.

Comprensión

4. ¿Qué entendiste del material?

Nada.

5. ¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?

Sí, el tema principal.

6. ¿Cuál es la idea más importante?

Invitar a las personas a unirse a las campañas.

Identificación

7. ¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?

Sí.

8. ¿Te sientes identificado(a) con este material?

No.

Aceptación

9. ¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?

No.

10. ¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

Siento que muchas personas no reconocen las imágenes.

*Nombre y apellido: Madeline Sandoval

*Edad: 23 años

*Sexo: Femenino

*Facultad en USAC: Económicas

- Entrevista-

Atractivo

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?

Color, ilustraciones.

2. ¿Qué es lo que no te ha gustado?

Letra, no se entiende el mensaje.

3. ¿Qué opinas de usar simbología?

Está bien, pero debería de ser más descriptiva o tener relación con el mensaje que se quiere dejar.

Comprensión

4. ¿Qué entendiste del material?

Nada.

5. ¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?

Sí, intervenir.

6. ¿Cuál es la idea más importante?

No sé.

Identificación

7. ¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?

No.

8. ¿Te sientes identificado(a) con este material?

No.

Aceptación

9. ¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?

No sé.

10. ¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

La relación de las imágenes con el mensaje que se quiere dejar.

*Nombre y apellido: Mario Castellanos

*Edad: 24 años

*Sexo: Masculino

*Facultad en USAC: Ingeniería

- Entrevista-

Atractivo

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?

El poder ayudar en algún aspecto al país para que poco a poco se pueda desarrollar, y poder resolver uno de los muchos problemas actuales.

2. ¿Qué es lo que no te ha gustado?

Convendría agregar algún vídeo, el cual logre mostrar el poco desarrollo de Guatemala en unos pocos segundos o minutos para motivar.

3. ¿Qué opinas de usar simbología?

Me parece bien ya que llaman más la atención que las palabras como tal, y se pueden reconocer fácilmente.

Comprensión

4. ¿Qué entendiste del material?

Que todos debemos colaborar para el desarrollo de nuestro país empezando con obras pequeñas, principalmente nosotros los universitarios.

5. ¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?

Todo claro.

6. ¿Cuál es la idea más importante?

Ayudar a resolver problemáticas para lograr desarrollar al país.

Identificación

7. ¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?

Sí.

8. ¿Te sientes identificado(a) con este material?

Sí.

Aceptación

9. ¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?

Que Guatemala es el país menos desarrollado de Latinoamérica.

10. ¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

Los símbolos deberían de ir acompañados por una pequeña palabra para evitar confusiones.

*Nombre y apellido: Douglas Minera

*Edad: 21 años

*Sexo: Masculino

*Facultad en USAC: Ingeniería

- Entrevista-

Atractivo

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?

La concientización sobre los problemas que el gobierno no ha solucionado o no ha creado proyectos para poder buscar la solución.

2. ¿Qué es lo que no te ha gustado?

El contenido visual que tiene.

3. ¿Qué opinas de usar simbología?

Es excelente ya que nos da la idea o la pauta del tema a tratar.

Comprensión

4. ¿Qué entendiste del material?

La simbología me ayudó a comprender de que trataba o al menos que significado tenía cada uno de ellos.

5. ¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?

La mayoría son palabras claras.

6. ¿Cuál es la idea más importante?

Crear y ejecutar proyectos para solucionar problemas desde la profesión que uno tenga.

Identificación

7. ¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?

Sí, en Guatemala tenemos muchos problemas con respecto a cada uno de los temas mencionados, dentro de los cuales como guatemaltecos no nos comprometemos a buscarles de alguna manera una solución o ser nosotros mismos quienes no buscamos el cambio.

8. ¿Te sientes identificado(a) con este material?

Sí.

Aceptación

9. ¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?

No.

10. ¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

Solo seria de indicar al principio que se vean los carteles y que al final de la presentación se realizara la encuesta.

- RESULTADOS Entrevista de validación-

Atractivo

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?
 - El mensaje de motivación.
 - Su propósito.
 - Lo que más me gustó es que se entienden los símbolos porque son simples y comprensibles.
 - El dinamismo e ingenio utilizado, es llamativo y permite la identificación con el texto.
 - Que va enfocado a desarrollos del gobierno.
 - Color, ilustraciones.
 - El poder ayudar en algún aspecto al país para que poco a poco se pueda desarrollar, y poder resolver uno de los muchos problemas actuales.
 - La concientización sobre los problemas que el gobierno no ha solucionado o no ha creado proyectos para poder buscar la solución.

2. ¿Qué es lo que no te ha gustado?
 - Los colores están un poco intensos.
 - La visualización de las piezas, no tenían la misma calidad digital los carteles que las imágenes del documento y los maniqués.
 - No, la campaña está bien desarrollada.
 - Sin respuesta.
 - La pieza gráfica no es entendible.
 - Letra, no se entiende el mensaje.
 - Convendría agregar algún vídeo, el cual logre mostrar el poco desarrollo de Guatemala en unos pocos segundos o minutos para motivar.
 - El contenido visual que tiene.

3. ¿Qué opinas de usar simbología?
 - Se puede llegar a más personas.
 - Es un buen medio para hacerle recordar al lector en las áreas en las que puede enfocarse los proyectos de desarrollo.
 - Pienso que es un método muy eficiente porque es fácil de recordar y relacionar con conceptos conocidos.
 - Es una forma sencilla y eficaz de transmitir un mensaje, me parece una buena opción.
 - Que muchos no la conocen entonces no se sabe de qué se trata.
 - Está bien, pero debería de ser más descriptiva o tener relación con el mensaje que se quiere dejar.
 - Me parece bien ya que llaman más la atención que las palabras como tal, y se pueden reconocer fácilmente.
 - Es excelente ya que nos da la idea o la pauta del tema a tratar.

Comprensión

4. ¿Qué entendiste del material?
 - El movimiento por cambiar el enfoque de los proyectos que como profesionales desempeñemos.
 - Primero, que Guatemala está retrasada en su desarrollo y nosotros los futuros profesionales podemos cambiarlo. Segundo, existen distintas áreas en las que podemos aportar principalmente ayuda, enfocando nuestro conocimiento universitario en una o más de ellas.
 - Que está dirigido a un público específico y que se busca un cambio desde nuestra profesión en diferentes aspectos.
 - Que no estamos tomando un papel activo ante la problemática de la sociedad, siendo universitarios debemos ser partícipes de campañas y colaborar con nuestra patria, sin importar nuestra especialización.
 - Nada.
 - Nada.
 - Que todos debemos colaborar para el desarrollo de nuestro país empezando con obras pequeñas, principalmente nosotros los universitarios.
 - La simbología me ayudó a comprender de que trataba o al menos que significado tenía cada uno de ellos.

5. ¿Algunas palabras no tienen significado claro? ¿Cuáles?
- Sin respuesta.
 - Las utilizadas como vocabulario general no, pero como sugerencia utilizar una anotación en la que se escriba a qué responden las siglas PNUD, esto le daría más identificación a los datos presentados.
 - Las palabras me parecieron claras.
 - Sin respuesta.
 - Sí, el tema principal.
 - Sí, intervenir.
 - Todo claro.
 - La mayoría son palabras claras.
6. ¿Cuál es la idea más importante?
- Iniciativa por un mejor desarrollo.
 - La participación activa, progresiva y efectiva de los futuros profesionales sancarlistas.
 - Proponer mejoras desde nuestra profesión.
 - Fomentar la participación ciudadana de universitarios y profesionales.
 - Invitar a las personas a unirse a las campañas.
 - No sé.
 - Ayudar a resolver problemáticas para lograr desarrollar al país.
 - Crear y ejecutar proyectos para solucionar problemas desde la profesión que uno tenga.

Identificación

7. ¿Este material dice la realidad de lo que ocurre en la sociedad?
- Sí.
 - Brevemente, creo busca más la solución que exponer el problema.
 - Sí, porque son diferentes aspectos que afectan nuestra vida diaria y en los que podemos crear un cambio.
 - Sí.
 - Sí.
 - No.
 - Sí.
 - Sí, en Guatemala tenemos muchos problemas con respecto a cada uno de los temas mencionados, dentro de los cuales como guatemaltecos no nos comprometemos a buscarles de alguna manera una solución o ser nosotros mismos quienes no buscamos el cambio.
8. ¿Te sientes identificado(a) con este material?
- Desconocía por completo los estudios realizados por PNUD.
 - Sí, siempre he pensado que como estudiante de una universidad estatal nuestra mayor responsabilidad es retribuirle a la sociedad su apoyo en nuestro crecimiento académico, social y humano.
 - Sí, porque soy Guatemalteca y Sancarlista y puedo lograr un cambio en el país.
 - Sí.
 - No.
 - No.
 - Sí.
 - Sí.

Aceptación

9. ¿Contiene alguna idea que no será aceptada o poco creíble? ¿Cuál?
- Sin respuesta.
 - Tristemente cuesta creer que en la política algo se pueda hacer, es un área demasiado contaminada por la corrupción y oscuras intenciones.
 - No, las ideas son creíbles.
 - No.
 - No.
 - No sé.

- Que Guatemala es el país menos desarrollado de Latinoamérica.
- No.

10. ¿Hay algo en el material que no sea comprensible?

- Sin respuestas.
- Algunos de los símbolos no son fáciles de relacionar solamente de manera visual con el tema al cual se le quiere vincular.
- Me parece bastante comprensible.
- No.
- Siento que muchas personas no reconocen las imágenes.
- La relación de las imágenes con el mensaje que se quiere dejar.
- Los símbolos deberían de ir acompañados por una pequeña palabra para evitar confusiones.
- Solo sería de indicar al principio que se vean los carteles y que al final de la presentación se realizará la encuesta.

ÁRBOL DE PROBLEMA



ÁRBOL DE SOLUCIÓN

Formar equipos de trabajo multidisciplinares (estudiantes USAC) que apoyen los proyectos de desarrollo ya existentes del gobierno.

Abrir espacios de participación como una mesa de discusión donde los estudiantes de la USAC puedan proponer soluciones acertadas a los problemas de Guatemala.

Tener un espacio para universitarios donde constantemente se hagan pasantías según su profesión por parte de ellos.

Acuerdo entre USAC y Gobierno de Guatemala para trabajar en conjunto solo en proyectos de desarrollo con dificultad de planeación, desarrollo, ejecución y sostenibilidad.

Hacer conscientes a los estudiantes del trabajo que lleva ejecutar un proyecto, que sus beneficios prevalezcan y la importancia del papel de un profesional comprometido con su país.

Darle un rol de liderazgo y un pensamiento de pertenencia hacia su patria al estudiante, donde él es el principal actor de los cambios.

Llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en la universidad con responsabilidad sin haberse graduado y confiar en nuevas propuestas guiadas por la experiencia del gobierno en los proyectos de desarrollo.

Aplicar el conocimiento de cada profesión al ámbito social que facilite el desarrollo del pueblo de Guatemala, sobre todo no ser escépticos al escenario del gobierno.

VINCULAR E INTEGRAR
A LOS ESTUDIANTES DE LA USAC Y AL GOBIERNO DE GUATEMALA
— EN PROYECTOS DE —
DESARROLLO DEL PAÍS

DESINTERÉS

DE ESTUDIANTES

SANCARLISTAS

EN APOYAR PROYECTOS DE
DESARROLLO DEL ESTADO



PROS

- Entusiasmo en aumento de una generación de jóvenes emprendedores, con ánimo de cambio, proactivos y con determinación.
- Existencia de agrupaciones y empresas interesadas en apoyar al joven emprendedor, enfocado al desarrollo social, económico y político.
- Interés del GOBIERNO en integrar a jóvenes en las temáticas de política y desarrollo social, como individuo ejecutor.

CONTRAS

- Desinterés o hasta repugnancia que siente la mayoría de jóvenes a cerca de los procesos del gobierno, la poca confianza que se mantiene hacia procesos políticos, pero ante todo el desinterés de ejecutar el cambio, al no integrarse.
- Por el nivel alto de corrupción que se maneja en cualquier proyecto del estado, se presentarían trabas para la integración de jóvenes con entusiasmo de cambiar esa problemática.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Facultad de
Arquitectura

*“CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA PARA LA INTEGRACIÓN
Y VINCULACIÓN DE LAS/LOS SANCARLISTAS EN PROYECTOS DE DESARROLLO”*

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

Lic. Lourdes Pérez
ASESOR

Adriana García
201016741

José Interiano
200921969

SUSTENTANTE

