



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

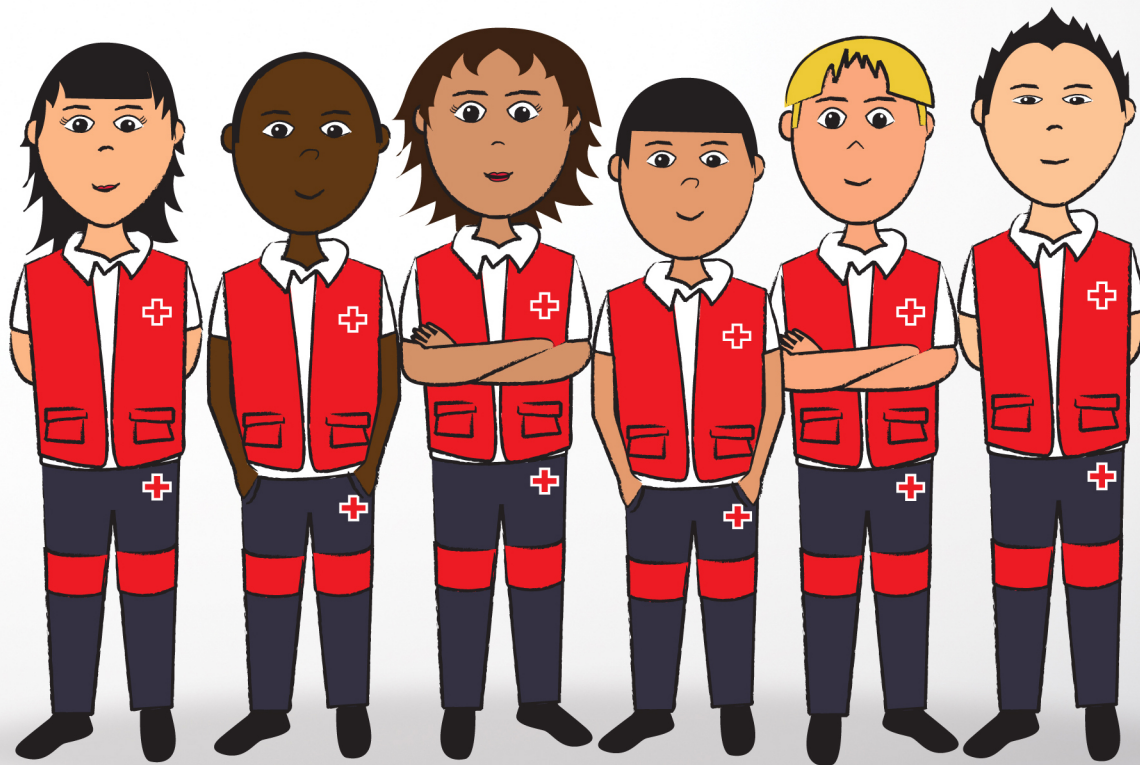


ESCUELA DE
DISEÑO GRÁFICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA

“Material audiovisual para la promoción del voluntariado para Cruz Roja Guatemalteca”

Por Ana González Armas -2007 19221

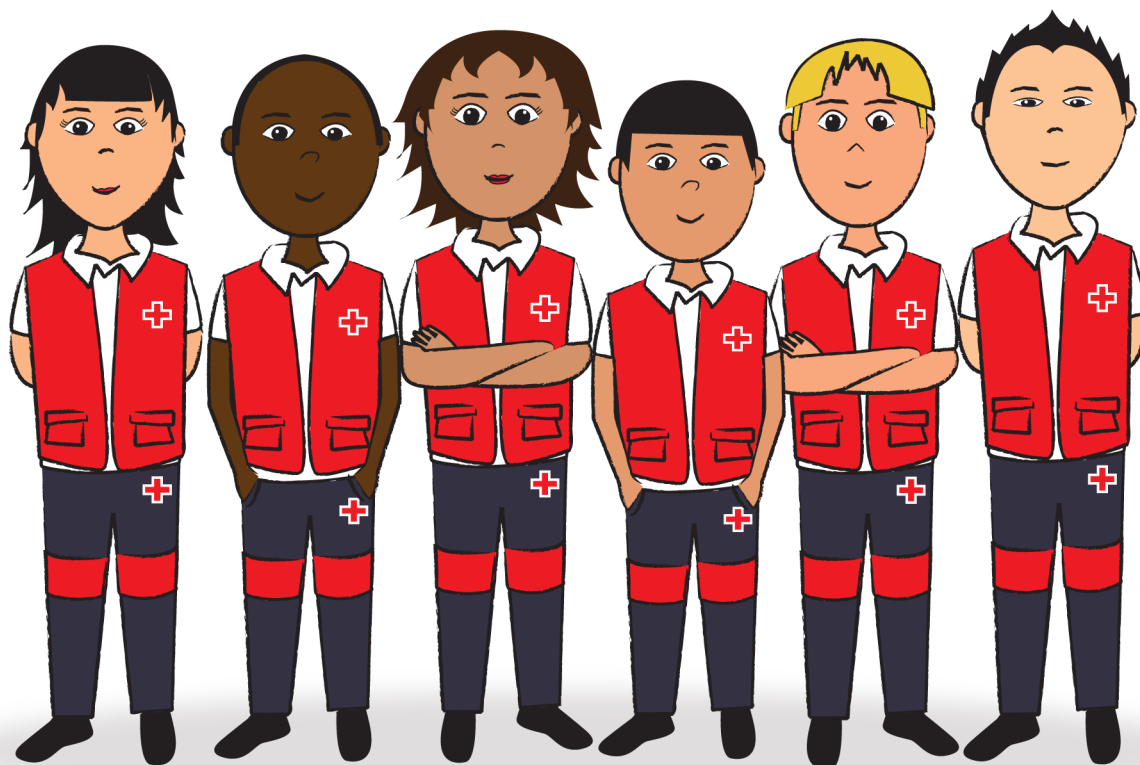
Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Licenciatura en Diseño Gráfico



JUNIO, 2014

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

*Material Audiovisual para la
Promoción del Voluntariado para
Cruz Roja Guatemalteca*



Proyecto de Graduación presentado por Ana del Rosario González
Armas para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico con
Énfasis Informático Visual - Especialidad Multimedia

Guatemala junio, 2014

Índice de contenidos

PRESENTACIÓN	<i>Pag.</i>	9
CAPÍTULO 1		
1.1 ANTECEDENTES	<i>Pag.</i>	13
1.2 PROBLEMA	<i>Pag.</i>	14
1-3 JUSTIFICACIÓN	<i>Pag.</i>	15
1.3.1 Magnitud		
1.3.2 Transcendencia		
1.3.3 Vulnerabilidad		
1.3.4 Factibilidad		
1.4 OBJETIVOS DE DISEÑO	<i>Pag.</i>	16
1.4.1 Objetivo General		
1.4.2 Objetivos Específicos		
CAPITULO 2		
2.1 PERFIL DEL CLIENTE	<i>Pag.</i>	19
2.1.1 Datos generales		
2.1.2 Breve reseña histórica		
Misión		
Visión		
2.1.3 Descripción de actividades		
2.1.4 Programas y proyectos		
2.1.5 Unidades		
2.1.6 Servicios		
2.1.7 FODA		
2.1.7.1 Fortalezas		
2.1.7.2 Oportunidades		
2.1.7.3 Debilidades		
2.1.7.4 Amenazas		
2.1.8 Objetivo de comunicación		
2.2 GRUPO OBJETIVO	<i>Pag.</i>	21
2.2.1 Perfil geográfico		
2.2.2 Perfil demográfico		
2.2.3 Perfil psicográfico		
2.2.4 Perfil conductual		
CAPÍTULO 3		
3.1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES	<i>Pag.</i>	25
3.1.1 Descripción del voluntariado		
3.2.7 Organización del voluntariado	<i>Pag.</i>	26
3.1.3 Costo de los voluntariados		
3.1.4 Captación de voluntarios		
3.1.5 Género		

3.1.6	<i>La motivación de los voluntarios</i>	
3.1.7	<i>El voluntariado es una responsabilidad moral</i>	Pag. 28
3.1.8	<i>El objetivo de los voluntarios</i>	
3.1.9	<i>Red de intervención de emergencia</i>	
3.1.10	<i>Costo de la prestación de servicios</i>	
3.1.11	<i>Los voluntarios como beneficiarios</i>	Pag. 29
3.1.12	<i>Ideología</i>	
3.1.13	<i>Campaña</i>	
3.1.14	<i>Generación de ingresos</i>	
3.2	CONCEPTOS DE DISEÑO	Pag. 30
3.2.1	<i>Animación</i>	
3.2.3	<i>Stop motion o animación cuadro por cuadro</i>	
3.2.4	<i>Animación de recortes o Cutout</i>	
3.2.5	<i>Guión literario</i>	
3.2.6	<i>Guión técnico</i>	
3.2.7	<i>Creación de personajes, fondos y entornos</i>	Pag. 32
3.2.8	<i>Storyboard</i>	
3.2.9	<i>Composición y edición</i>	Pag. 33
3.2.10	<i>Exportar video</i>	
3.2.11	<i>Color</i>	
3.2.12	<i>Simbología del color</i>	
3.2.13	<i>Dimensiones del color</i>	Pag. 34
3.2.14	<i>Técnicas y herramientas para usar color en diseño con una computadora</i>	
CAPÍTULO 4		
4.1	ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN	Pag. 41
4.1.1	<i>Cronograma</i>	
4.2	<i>Concepto creativo</i>	
4.3	<i>Proceso de bocetaje</i>	Pag. 43
4.4	<i>Autoevaluación</i>	Pag. 45
4.5	<i>Segundo proceso de bocetaje</i>	Pag. 46
4.6	<i>Tercer proceso de bocetaje</i>	Pag. 47
4.7	<i>Propuesta final</i>	Pag. 48
4.8	<i>Fundamentación</i>	Pag. 50
4.9	<i>Racionalización</i>	Pag. 51
4.10	<i>Comprobación de eficacia</i>	

4.11	<i>Propuesta final gráfica</i>	Pag.	52
4.12	<i>Lineamientos para la puesta en práctica</i>	Pag.	54
4.13	<i>Empaque</i>	Pag.	56
4.14	<i>Presupuesto</i>	Pag.	57
	CONCLUSIONES	Pag.	59
	RECOMENDACIONES	Pag.	61
	BIBLIOGRAFÍA	Pag.	63
	GLOSARIO	Pag.	65
	ANEXOS	Pag.	67

Nómina de Autoridades



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



ESCUELA DE
DISEÑO GRÁFICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA

MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA

Decano	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Vocal I	Arqta. Gloria Ruth Lara Cordón 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

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Ing. Marco Vinicio del Valle Ortíz
Licda. Claudia Leal
Lic. Francisco Chang

Asesores del Proyecto

Ing. Marco Vinicio del Valle Ortíz
Licda. Claudia Leal
Lic. Francisco Chang

Agradecimientos y dedicatoria

A Dios ser el maestro Divino

A mis padres, por ser mi guía en todo momento, por los valores que me fomentaron, por sus consejos, por el amor que me tienen y sobre todo por el apoyo incondicional en cada locura de mi vida. Gracias por formar una persona de bien.

A mis hermanos, que han sido inspiración para ser mejor cada día, por toda la ayuda y el apoyo. Por todo lo que han contribuido en mi vida. Por ser mis hermanas.

A mis abuelos, por el amor incondicional, el apoyo y por ayudarme en mis apuros económicos.

A mis amigos, por todos los momentos que compartimos juntos, por los desvelos llenos de risas y por compartir el estrés, por enseñarme el verdadero significado de la amistad, y por todos aquellos que formaron parte de este camino, por todos aquellos que se quedaron en alguna parada de mi vida, sepan que los recuerdo, los aprecio y agradezco el haberlos conocido.

A mis maestros que contribuyeron en mi formación académica, a la Universidad San Carlos, a todos los catedráticos y por todas aquellas personas que me enseñaron lo sencillo y lo complicado de la vida.

Presentación

El proyecto nace por la necesidad en que se ve Cruz Roja Guatemalteca al tener que afrontar desastres naturales en nuestra nación, donde requiere de personas voluntarias que puedan apoyar a la institución en distribuir y canalizar la ayuda para los puntos afectados. Los voluntarios surgen por la necesidad de evacuaciones, transportación de víveres, primeros auxilios, entre otros. Para satisfacer las necesidades de Cruz Roja Guatemalteca, debe mantener una invitación constante ante los jóvenes para incentivarlos al voluntariado permanente y no momentáneo. Como solución creativa para aportar una solución a la problemática, se trabajó un Audiovisual en el cual se informa del trabajo que realiza un voluntario, así como la responsabilidad que conlleva el cargo. Su objetivo principal es exhortar el voluntariado en los jóvenes para unirse al movimiento de Cruz Roja Guatemalteca. Mediante una investigación se determinó el por qué la falta de iniciativa en los jóvenes para ser voluntarios, así como la falta de interés y conocimiento de la importancia que tiene esta gran labor. Se llevó un proceso de investigación de algunos términos que fueron útiles para la realización del audiovisual, una fase de creación y validación del material gráfico; para llegar a obtener un resultado efectivo para la institución.

Metodología del diseño



1.1 ANTECEDENTES

En la definición de “voluntariado” en la Política de Voluntariado de la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, aprobada en su Asamblea General en octubre de 1999. En ella, el voluntariado es una “actividad que:

Se funda en el libre albedrío de la persona que presta servicios de voluntariado y no en el deseo de obtener un beneficio material o pecuniario, ni en presiones sociales, económicas o políticas externas.

Tiene por objeto ayudar a las personas vulnerables y a sus comunidades, de conformidad con los Principios Fundamentales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

Según el Informe 2000, esta definición difiere de las que se han dado anteriormente porque describe la actividad y el espíritu en que esta se lleva a cabo y no a la persona que la realiza. Definir el trabajo en vez de la persona implica que quienquiera que lo haga es voluntario mientras lo esté haciendo, incluso si cumple funciones distintas en otros momentos. De acuerdo con esta definición, los voluntarios y voluntarias pueden ser, incluso, miembros del personal remunerado de una Sociedad Nacional.

En 2007, la Federación Internacional publicó el documento “Dar importancia al voluntariado, informe del período 1999-2007”, sobre el desarrollo del voluntariado en la Federación Internacional. Su objetivo era dar seguimiento al grado de implementación de la Política de Voluntariado de la Federación Internacional, aprobada en 1999, y las subsiguientes decisiones y los compromisos asumidos por las

Sociedades Nacionales respecto del voluntariado.

Dicho informe menciona que, a nivel mundial, alrededor de la mitad de las Sociedades Nacionales cuentan con sus propias políticas de voluntariado, pero que el número de Sociedades Nacionales que cuentan con planes de desarrollo de voluntariado es ligeramente menor. Por otro lado, el número de Sociedades Nacionales que ha asignado recursos humanos para la gestión y el desarrollo del voluntariado a nivel nacional es mucho mayor.

A pesar de estos avances, aún se requiere realizar mayores esfuerzos para establecer sistemas eficaces de gestión de voluntariado en las Sociedades Nacionales, capaces de enfrentar el reto de movilizarlos y retenerlos en la institución en un contexto que cambia constantemente. Son muchos los factores que inciden en este constante cambio como por ejemplo la globalización, nuevas tecnologías, nuevas tendencias en salud y gestión de desastres, creciente vulnerabilidad ante desastres y enfermedades, competencia más intensa con otras organizaciones humanitarias y que tienen influencia directa en la gestión de voluntariado. Adicionalmente, factores internos, como la escasa integración entre las áreas de programas de las Sociedades Nacionales y la exigua inversión realizada en el desarrollo del voluntariado, hacen surgir dudas sobre la forma en que las Sociedades Nacionales están mejorando la gestión de quien está en el corazón de la Cruz Roja y Media Luna Roja: nuestros voluntarios y voluntarias. **(Cruz Roja Guatemalteca, 2007)**

1.2 PROBLEMA

1.2.1 Problema:

Existen muchas maneras de ayudar, pero las personas no encuentran razones o no se sienten motivadas a hacerlo. Cruz Roja Guatemalteca, se ve en la necesidad de generar un material sobre la ayuda humanitaria que realiza Cruz Roja Guatemalteca, a través de sus voluntarios.

1.3 JUSTIFICACION

1.3.1 Magnitud

Guatemala cuenta con aproximadamente 15 millones de habitantes, la mayoría que se registró en el último censo nacional de población, más del 50% vive en condiciones de pobreza. habiendo mayor vulnerabilidad, por ello es importante la labor que realiza Cruz Roja Guatemalteca a través de sus voluntarios. Debido a estos datos es necesaria la comunicación y divulgación sobre el voluntariado que realizan estas personas sin remuneración alguna para que la ayuda llegue a más lugares y las personas se comprometan más con sus comunidades.

1.3.2 *Trascendencia*

A pesar de los problemas que atraviesa la humanidad, los voluntarios son personas comprometidas con el prójimo en diferentes situaciones, pero la falta de comunicación y divulgación hace que las personas no se impliquen en el voluntariado, por eso es necesario contar con un material de comunicación debido a que el grupo objetivo son jóvenes y podemos captar su atención por medio de gráficos. El propósito es que Cruz Roja Guatemalteca cuente con un 20%, de un 69% de la población guatemalteca que actualmente se encuentra debajo de los 25 años, para que esta familia del voluntariado pueda llegar a comunidades donde no han llegado, y crezca la ayuda humanitaria.

1.3.3 *Vulnerabilidad*

Debido a la situación en que se encuentra el país, la necesidad ha aumentado en los últimos años, esto implica que cada vez son más las personas necesitadas en diferentes situaciones. Los voluntarios de Cruz Roja Guatemalteca son los que llegan al llamado de esas comunidades vulnerables.

La intervención de un diseñador es esencial en este proyecto, ya que por medio de su conocimiento sabe cómo transmitir visualmente un mensaje que genere el 100% de expectación, tener un exitoso resultado.

1.3.4 *Factibilidad*

Para el desarrollo del material audiovisual a utilizar en la promoción del voluntariado en Cruz Roja Guatemalteca, se cuenta con el apoyo Cruz Roja de Noruega, Holanda y España, dispuestas a invertir en el desarrollo de propuestas que ayuden a lograr las metas y objetivos de Cruz

Roja Guatemalteca, por lo que se espera obtener resultados positivos de este material.

En lo que se refiere a material disponible Cruz Roja Guatemalteca permitirá la facilitación de información sobre las actividades de los voluntarios, así como una guía de las políticas de los voluntarios y voluntarias.

1.4 OBJETIVOS DE DISEÑO

1.4.1 *Objetivo General*

Realizar un material audiovisual sobre el trabajo que desempeña Cruz Roja Guatemalteca a través de sus voluntarios y dar a conocer la importancia de formar parte del voluntariado para cubrir necesidades de emergencia en diferentes situaciones dentro del país.

1.4.2 *Objetivos Específicos*

Elaborar un concepto de audiovisual interesante, creativo y amigable para presentar lo que realizan los voluntarios de Cruz Roja Guatemalteca.

Crear personajes y ambientes combinándolos con música, movimientos y colores para propiciar estados de ánimo y causar diferentes emociones.

Elaborar una animación innovadora que motive a los jóvenes a involucrarse en la familia de voluntarios de Cruz Roja Guatemalteca.

Perfil del cliente y grupo objetivo



2.1 PERFIL DEL CLIENTE

2.1.1 Datos generales

Nombre de la Institución :: Cruz Roja Guatemalteca

Dirección de la Institución :: 3a Calle 8-40 zona 1, Ciudad de Guatemala

Sede :: Central

Tipo de Institución :: ONG

Teléfono:: 2381-6565

2.1.2 Breve reseña histórica

La Asociación Nacional de la Cruz Roja Guatemalteca, es una entidad de servicio de carácter privado, no lucrativa. Cumple una misión humanitaria en el ámbito nacional e internacional. Está reconocida mediante Personería Jurídica por el Gobierno de la República de Guatemala, como una sociedad de socorro voluntaria, autónoma, independiente, con patrimonio propio, auxiliar de los poderes públicos en sus actividades humanitarias. Constituida, de acuerdo con los Convenios de Ginebra de 1949 y sus protocolos adicionales de 1977 de los cuales la República de Guatemala es parte, la Cruz Roja Guatemalteca fue reconocida por el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR) el 15 de agosto de 1923. Es miembro de la Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja a partir de la misma fecha y forma parte del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja. Su Sede Central se localiza en la Ciudad de Guatemala y cuenta actualmente con 19 Delegaciones Departamentales y 4 Puestos de Socorro.

Misión: Cumplir, como auxiliar de los poderes públicos, nuestro mandato humanitario en las áreas que enfoca el Movimiento, contribuyendo en la mejora de la calidad de vida de las personas más vulnerables, movilizando el poder de la humanidad”.

Visión: Cruz Roja Guatemalteca, es una Institución Humanitaria líder, de carácter Voluntario, comprometida con los Principios Fundamentales y Valores Humanitarios del Movimiento, con un sistema de gobierno y gestión, y con talento humano altamente calificado que contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas más vulnerables”.

2.1.3 Descripción de actividades

Ante la necesidad de las personas ha elaborado Planes Estratégicos Institucionales para cada año, el cual implementa en la actualidad y que es el resultado del esfuerzo de un proceso de trabajo participativo, realizado en los meses de necesidad, algunos de sus trabajos son los siguientes:

Da asistencia a los más vulnerables

Recuperación financiera

Desarrollo de recursos humanos

Cobertura nacional

Mejoramiento de su imagen pública.

Con base a su constitución, la Cruz Roja Guatemalteca apoya a las autoridades públicas, aunque conservando su independencia. Coopera con el Ministerio de Salud y Bienestar Social proporcionando cobertura en todas aquellas comunidades que no tienen acceso a servicios de salud.

2.1.4 Programas y proyectos

- Para beneficio de las personas.
- Gestión de desastres
- Salud comunitaria
- Difusión
- Programas comunitarios integrales

2.1.5 Unidades

Los Programas de Gestión de Desastres, Salud Comunitaria, Difusión de Principios y Valores y Programas comunitarios integrales, se apoyan en las siguientes unidades:

- Gobierno y gestión
- Voluntariado
- Desarrollo de recursos
- Planificación y proyectos
- Comunicación social
- Alianzas estratégicas

2.1.6 Servicios

- Primeros Auxilios
- Traslado en ambulancias
- Clínicas médicas especializadas
- Cursos de Primeros Auxilios
- Sistemas de Seguridad Industrial SSI
- Auditorias de análisis de riesgos
- Asesoría para la creación de Brigadas de Emergencia
- Capacitación de Brigadas de Emergencia
- Biblioteca General
- Biblioteca infantil

2.1.7 FODA

2.1.7.1 Fortalezas

- Botiquines para atender a su grupo objetivo
- Medios de transporte para llegar a sus grupos objetivos
- Herramientas para evacuaciones y rescate de personas
- Capacitación constante sobre el cambio climático y necesidades surgidas al personal del departamento de Desastres

2.1.7.2 Oportunidades

- Apoyo financiero y moral de Cruz Roja Holandesa y Española
- Capacitación de personal implicado en rescates y socorristas

2.1.7.3 Debilidades

- Falta de personal en la institución
- Falta de personas voluntarias y socorristas
- Falta de equipo médico para socorristas en llamado de emergencia
- Falta de recursos económicos para llevar a cabo más proyectos de ayuda

2.1.7.4 Amenazas

- Antipatía de otros hacia lo que se hace Cruz Roja por el prójimo
- Falta de apoyo y cooperación de parte del Gobierno de Guatemala

2.1.8 Objetivo de comunicación

Divulgar a través de medios audiovisuales la labor que realizan los voluntarios de Cruz roja Guatemalteca, a todas las personas en general, especialmente a jóvenes.

2.2 GRUPO OBJETIVO

2.2.1 Perfil geográfico

Jóvenes que vivan dentro de la ciudad capital, municipios y departamentos aledaños.

Los siguientes datos se basan en la Guía del Voluntariado de la Cruz Roja Guatemalteca.

2.2.2 Perfil demográfico

Edad: 16-20 años

Género: Masculino / Femenino

Nacionalidad: Guatemalteca

Educación: Media

Estado Civil: Soltero (a)

Ocupación: Estudiantes

Nivel Socioeconómico: C1, C2 y C3

2.2.3 Perfil psicográfico

Personalidad: Extrovertida

Estilo de vida: Saludable

Opiniones: Se necesita no ser indiferente ante la situación actual

Valores: Solidaridad

Actitudes: Impulsivos, coraje

2.2.4 Perfil conductual

Beneficios buscados

- Llegar a más comunidades con más voluntarios para cubrir las necesidades de ese momento.

Estatus del Usuario

- Jóvenes que presten servicios a sus comunidades.
- Jóvenes que realicen cursos

complementarios o de iniciación para convertirse en 'voluntarios' o miembros de la Cruz Roja en el futuro.

- Jóvenes que son por lo general vulnerables y que se beneficiarán de su condición de miembros de un movimiento de la juventud.
- Jóvenes a los que una Sociedad Nacional desea transmitir el mensaje de los Convenios de Ginebra y de los Principios Fundamentales, o conocimientos en primeros auxilios, con miras a establecer una sociedad más sólida en el futuro. **(Cruz Roja Guatemalteca, 2007)**

Conceptos de diseño, estrategia y bocetaje



3.1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES

3.1.1 Descripción del voluntariado

Los sociólogos y los antropólogos coinciden en que la mayoría de las sociedades humanas posee normas, costumbres y tradiciones, conforme a las cuales la gente trabaja en beneficio de los demás y de los intereses mutuos. Esta ayuda recíproca tiene lugar en cualquier comunidad, sociedad y cultura de cualquier nación del mundo. Trabajar para los demás, en relación de reciprocidad, es lo que nos convierte en humanos. La asistencia mutua cobra formas diversas y una de ellas es lo que denominamos el voluntariado.

En lengua inglesa llamamos “servicio voluntario” a una amplia gama de actividades. Ayudar a un vecino de tercera edad con las compras, limpiar canales y reservas naturales, organizar eventos comunitarios. Incluso, los soldados no enrolados son llamados “voluntarios”.

Estos usos, aparentemente diversos del término, tienen dos importantes denominadores comunes: ambos engloban una forma de acción o de trabajo y, lo que es más importante, el trabajo se realiza por voluntad propia. El concepto de libre albedrío es el fundamento de la idea del voluntariado.

Se ha demostrado que la utilización de la palabra “voluntario” se utiliza en diversas circunstancias y con acepciones distintas. Sin embargo, es conveniente acordar una definición de trabajo a los efectos de la formulación de políticas y la práctica. La Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja aprobó una política de voluntariado en su Asamblea General, en octubre de 1999. El voluntariado es

una actividad que:

- Se funda en el libre albedrío de la persona que presta servicios de voluntariado, y no en el deseo de obtener un beneficio material o pecuniario, ni en presiones sociales, económicas o políticas externas;
- Tiene por objeto ayudar a las personas vulnerables y a sus comunidades;
- Su organización corre a cargo de representantes reconocidos de las Sociedades Nacionales de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja”.

Esta definición es diferente de las que se han dado anteriormente porque describe la actividad y el espíritu en que ésta se lleva a cabo y no ya la persona que la realiza. Ello se debe a que la persona que presta servicios de voluntariado puede desempeñar diversos papeles; en algunos contextos es voluntario, en otros empleado de banco, padre, cliente o amigo. Definir el trabajo implica que quienquiera que lo haga es voluntario mientras lo esté haciendo, incluso si cumple funciones distintas en otros momentos. Pueden ser incluso miembros del personal remunerado de una Sociedad Nacional.

Las Sociedades Nacionales han definido sistemáticamente el voluntariado como una prioridad para su labor y como uno de los principales retos a que hacen frente. Este mensaje es tanto más acertado teniendo en cuenta la sorprendente disminución del número de miembros y voluntarios del Movimiento, que pasó de 250 millones a 105 millones en diez años. El enunciado de la nueva misión de la Federación, aprobado por la Asamblea General en noviembre de 1999, lleva el cometido de los voluntarios al primer plano: “mejorar la vida de las personas

vulnerables movilizando el poder de la humanidad”. El voluntariado es incuestionablemente uno de los medios esenciales de “movilizar el poder de la humanidad”, y del cual se enorgullece, con toda razón, el Movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

3.1.2 Organización de voluntarios

Históricamente el voluntariado en la Cruz Roja y la Media Luna Roja nace de la idea que tiene el mundo occidental del voluntariado formal y organizado, que no es apropiado en muchos contextos no occidentales. De hecho, el voluntariado puede llevarse a cabo de diversas maneras menos formales y con ventajas más evidentes para los propios voluntarios.

3.1.3 Costo de los voluntarios

La captación, la formación y la gestión de voluntarios ocasionan un costo importante. Los proyectos de voluntarios deben trazarse cuidadosamente para garantizar que los voluntarios aportan una contribución eficaz. Sin embargo, en los proyectos bien planeados, el valor del trabajo aportado por los voluntarios puede ser muchas veces superior al costo de la gestión de los voluntarios.

3.1.4 Captación de voluntarios

En general, la captación de voluntarios se efectúa haciendo correr la voz. La disminución de las redes sociales tradicionales en las sociedades occidentales hace necesario utilizar nuevas redes para reclutar voluntarios. Las relaciones con empresas y otras organizaciones pueden ofrecer acceso a nuevas redes sociales.

En general, las personas se sienten atraídas por el trabajo voluntario

porque se identifican con los objetivos de un proyecto. En efecto, las Sociedades Nacionales que deciden captar voluntarios consiguen mejores resultados cuando proponen proyectos específicos con objetivos bien determinados, que cuando hacen simplemente un llamamiento general para reclutar “más voluntarios de la Cruz Roja”.

3.1.5 Género

Los parámetros en la captación de voluntarios tienden a corresponder a los de quien realiza la captación. En las Sociedades Nacionales a menudo predominan los voluntarios sea de sexo masculino, sea de sexo femenino. En general hay una representación excesiva de mujeres entre los voluntarios y una representación excesiva de hombres en los órganos de gobierno. Esta propensión bien podría atribuirse al hecho de que la captación se efectúa haciendo correr la voz, aunque habría que examinar más detenidamente el problema para comprenderlo mejor.

3.1.6 La motivación de los voluntarios

Una cuestión que se presta para un minucioso estudio, particularmente en los Estados Unidos, y suscita no poco desconcierto, es por qué las personas desean trabajar sin recibir nada a cambio. Por más sorprendente que sea, la respuesta no es simple y no se dispone de estudios apropiados en la materia. Un factor importante pero poco esclarecedor es que los propios voluntarios no comprenden lo que les motiva y a menudo están sometidos a presiones sociales para explicar su motivación de manera que sea aceptable para los demás. De ahí que muchas evaluaciones sobre el voluntariado lleguen a la conclusión

de que los voluntarios se sienten motivados por razones aparentemente altruistas. En cada una de las cinco secciones presentadas a continuación, se identifica un importante factor de motivación entre los voluntarios. No hay dos voluntarios que den la misma razón y la mayoría explicará que lo que les lleva a realizar actividades de voluntariado es una serie compleja de factores sociales y psicológicos.

Motivación social

Las personas motivadas socialmente prestan servicios de voluntariado por la recompensa que conlleva el contacto con otra gente. La motivación social puede tener muchas formas: disfrutar de la compañía de los demás, compartir experiencias, favorecer el contacto social por intereses laborales o prestigio social. El sentimiento de identificación y de placer de estar con los demás son factores importantes que inciden en la duración del periodo de voluntariado. La índole social del voluntariado explica en parte por qué la gente no ofrece sus servicios como voluntario. En efecto, el grupo de voluntarios se percibe más bien como un grupo social y no como un grupo de trabajo y, por consiguiente, para poder integrarse en él se requiere una invitación personal. Se considera más un cóctel que una oficina.

Motivación material

Las personas motivadas desde un punto de vista material buscan una retribución tangible del voluntariado. Muchas ofrecen sus servicios como voluntarios porque necesitan alcanzar una meta personal o atender necesidades personales (diferentes de las necesidades sociales) que pueden satisfacerse a través del trabajo voluntario. Entre los ejemplos cabe

destacar la formación o el desarrollo de las competencias, causar una buena impresión gracias a un curriculum vitae extenso, o adquirir experiencia profesional.

Responsabilidad social

Las personas motivadas por la responsabilidad social tienen generalmente una creencia ideológica relacionada con la necesidad de ayudar al prójimo. Están convencidos de que es su deber trabajar en beneficio de las personas que están en condiciones más vulnerables. La responsabilidad social se asemeja al altruismo, pero se diferencia del mismo por un aspecto esencial. Es similar, en el sentido de que las personas que realizan actividades de voluntariado por razones de responsabilidad social, lo hacen sin esperar un beneficio personal directo y porque creen que su acción puede aportar algo. Es diferente a la motivación altruista porque puede resultar de las presiones sociales y comunitarias. Estas presiones pueden tomar la forma de una necesidad de cumplir, y una necesidad de ayudar a otros miembros de la propia comunidad del voluntario. Es posible que el voluntariado fundado en la responsabilidad social sea más común en las culturas “colectivistas”, en las cuales los lazos sociales y las comunidades son más fuertes, y lo sea menos en las culturas “individualistas”, en las cuales la gratificación personal prevalece sobre el interés comunitario.

Consecuencias

Comprender las motivaciones de los voluntarios es particularmente importante para los encargados de gestionar y elaborar proyectos de voluntarios. La manera en que está estructurado el trabajo, en que los

gestores tratan de captar nuevos voluntarios, en que los voluntarios son recompensados, todo ello se basa en una comprensión implícita de lo que motiva a los voluntarios.

3.1.7 *El voluntariado es una responsabilidad moral*

Las personas forjan también sus valores en función del entorno familiar y no es raro encontrar gente que presta servicios de voluntariado porque sus familiares cercanos prestan también estos servicios. La importancia de este concepto para los objetivos de este informe es que la mayor parte de las conjeturas respecto al futuro de la sociedad, sobre todo en los países occidentales e industrializados, aluden a la ruptura de los vínculos sociales. Este creciente individualismo lo resumió la ex primer ministro del Reino Unido, Margaret Thatcher: “en realidad, no existe la sociedad como tal sino los individuos”.

3.1.8 *El objetivo de los voluntarios*

En este informe se sugiere que la Estrategia 2010, aprobada por la Asamblea General en 1999, promueve el paradigma de la prestación de servicios. El enunciado de la misión, “mejorar la vida de las personas vulnerables, movilizándolo el poder de la humanidad”, supone que se da la prioridad estratégica al efecto en el mundo exterior y que los voluntarios contribuyen decisivamente a la consecución de este objetivo.

Dentro del paradigma de la prestación de servicios, en esta sección se examinan las diversas razones por las que una Sociedad Nacional desea captar voluntarios y prestarles apoyo en el marco de su fuerza laboral. Se ofrece una serie de alternativas para

los encargados de formular políticas y elaborar programas. Esta lista no es exhaustiva.

3.1.9 *Red de intervención de emergencia*

La razón inicial para alentar a las personas a unirse al Movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja y prestar servicios en el mismo es aprender los conocimientos necesarios a fin de estar preparados para actuar en caso de emergencia, conflicto o desastre. Nunca será económicamente viable remunerar a las personas para que aprendan y practiquen los conocimientos en caso de que ocurra tal situación de emergencia, incluso en las zonas más propensas a conflictos o desastres. Sin embargo, cuando ocurre una crisis, es esencial que haya personas a disposición que sepan qué hacer. Como se expone en el Plan Estratégico de Trabajo para el Decenio de 1990, la red de voluntarios es uno de los principales factores que diferencia al Movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja de las demás organizaciones humanitarias.

3.1.10 *Costo de la prestación de servicios*

La mayoría de las veces una Sociedad Nacional utiliza voluntarios para ayudar a prestar los servicios que le incumben y porque no es económicamente viable remunerar a una persona para que preste tales servicios. Las Sociedades Nacionales utilizan voluntarios en la mayoría de sus programas sobre todo por razones de costo.

3.1.11 *Los voluntarios como beneficiarios*

Las personas que ofrecen sus servicios también pueden ser beneficiarias de un programa. Las personas desempleadas ofrecen sus servicios para adquirir

experiencia de trabajo, confianza y competencias que les permitan encontrar un trabajo remunerado con mayor facilidad. Incorporar a refugiados como voluntarios puede ayudarles a integrarse en su nueva sociedad.

Dado que el voluntariado es un intercambio y no una donación, muchos voluntarios sacarán provecho de dicha actividad. Algunos programas de actividades voluntarias se centran específicamente en los beneficios para los voluntarios y seleccionan a determinados voluntarios, o a todos, como beneficiarios del programa.

3.1.12 Ideología

La Cruz Roja y la Media Luna Roja ha considerado históricamente a los voluntarios como elementos fundamentales de sus operaciones y sus valores. La experiencia de Henry Dunant en el campo de batalla de Solferino consagra el papel de los voluntarios en la cultura del Movimiento. El principio fundamental de servicio voluntario alude al papel de los voluntarios aunque no exige su utilización.

Muchas personas en el Movimiento opinan que los voluntarios deberían ser el punto central de todas las actividades, y ello es particularmente indicativo de los que sostienen el “paradigma” del movimiento. Si los voluntarios se incorporaran por razones ideológicas, la Cruz Roja y la Media Luna Roja no debería intervenir en actividades no apropiadas para los voluntarios.

3.1.13 Campaña

Las personas pueden ofrecer sus servicios a una Sociedad Nacional para difundir una campaña de mensajes de promoción y sensibilización.

Entre los ejemplos, puede citarse la enseñanza de los Convenios de Ginebra a los voluntarios, aun cuando esos conocimientos específicos podrían no serles necesarios para llevar a cabo sus tareas voluntarias cotidianas. Lo que se pretende es que los voluntarios aborden esas cuestiones con otros y, si en alguna ocasión participan en un conflicto puedan aplicar sus conocimientos. Otro ejemplo puede ser la utilización de voluntarios en campañas de salud pública o de sensibilización sobre el problema de las minas.

3.1.14 Generación de ingresos

Los voluntarios participan con frecuencia en actividades de obtención de fondos. Entre los ejemplos, pueden mencionarse las tiendas de ropa usada, los días de visitas, las colectas en calles y cafés. Típicamente, esa clase de actividades de generación de ingresos es un ejemplo muy claro de la utilización de voluntarios, y muy pocas veces se valora en su justa medida su actuación.

Es preciso distinguir las actividades de obtención de fondos de las que se dedican a generación de ingresos comunitaria. En el primer caso, el dinero recaudado se destina a la organización de la Cruz Roja, mientras que en el segundo se destina a los voluntarios y a los miembros de la comunidad (como un medio de reducir la vulnerabilidad y desarrollar actividades económicas locales).

3.1.14 Programas de la juventud

Los programas de la juventud pueden abarcar una compleja combinación de muchos de los mencionados supra y pueden asimismo tener sus propios fundamentos. Algunos programas de la juventud seleccionan a los jóvenes

como beneficiarios y, por ello, sus actividades apuntan al desarrollo de las calidades de los jóvenes, tales como la confianza y las aptitudes sociales.

Los jóvenes participantes en esos programas podrían ser una combinación compleja de los siguientes perfiles:

- Proveedores de servicios: personas que prestan servicios a otras y que casualmente son jóvenes.
- Aspirantes a proveedores de servicios: jóvenes que realizan cursos complementarios o de iniciación para convertirse en voluntarios o miembros de la Cruz Roja en el futuro.
- Beneficiarios: jóvenes que son personas vulnerables y que se beneficiarán de su condición de miembros de un movimiento de la juventud.

Destinatarios de una campaña: jóvenes a los que una Sociedad Nacional desea transmitir el mensaje de los Convenios de Ginebra y de los Principios Fundamentales, o conocimientos en primeros auxilios, con miras a establecer una sociedad más sólida en el futuro.

En conclusión, hay muchos motivos para la participación de los voluntarios en la prestación de servicios. Es importante que las Sociedades Nacionales definan claramente los motivos por los que desean la participación de voluntarios y sean conscientes de las repercusiones en materia de gestión que ello entraña.

3.2 CONCEPTOS DE DISEÑO

3.2.1 Animación

“El movimiento es un fenómeno físico que se define como todo cambio de posición que experimentan los cuerpos en el espacio, con respecto al tiempo

y a un punto de referencia, variando la distancia de dicho cuerpo con respecto a ese punto o sistema de referencia, describiendo una trayectoria”.

Animación: “... simulación de movimiento producida mediante imágenes que se crearon una por una.” (Castillo, Wenceslao 2008)

En sí, una animación es una sucesión de imágenes con pequeños cambios, entre ellas que al proyectarse de manera consecutiva y a una velocidad constante producen la sensación de movimiento.

La animación puede vincularse directamente al cine y la televisión ya que trabajan bajo los mismos principios.

Cuadros: Nombre que denomina a cada imagen en una animación. Existen varias técnicas para crear los cuadros. Entre las más utilizadas están:

3.2.2 Dibujos animados o animación tradicional:

Se dibujan o pintan cada cuadro por separado. Anteriormente se creaba dibujando cada cuadro en su totalidad y filmándolo, posteriormente se pintaba sobre láminas transparentes denominadas “celdas” evitando así dibujar el fondo varias veces. En la actualidad se utiliza la técnica manual de dibujar sobre papel y digitalizarlo, o bien, se puede optar por hacerlo completamente digital.

3.2.3 Stop motion o animación cuadro por cuadro

Animación de objetos, muñecos, marionetas, figuras de diversos materiales, maquetas, modelos a escala, etc.

Se crea fotografiando los objetos

repetidas veces cambiando ligeramente su posición entre cada fotografía. La pixelación es una técnica similar con la diferencia que se crea con objetos cotidianos y personas reales.

3.2.4 Animación de recortes o Cutout:

Se crea recortando los personajes y moviendo sus partes entre cada cuadro. Un claro ejemplo de esta técnica es la serie South Park en sus inicios, creada por Matt

Stone y Trey Parker para Warner Brothers para su difusión por el canal de televisión Comedy Central. Actualmente este tipo de animación es más económica si se hace desde programas especializados que crean la sensación de estar creados artesanalmente.

3.2.5 Guion literario

Consiste en plasmar en papel el diseño visualizándolo a modo de novela.

Hay que escribir y reescribir de manera que se depuren todos los errores y se encuentren todas las partes a las que se deben prestar mayor atención.

En esta etapa se llevan a cabo los diálogos, se describen las reacciones de los personajes, los ambientes, etc. este se puede comparar a una escritura para obra de teatro.

3.2.6 Guion técnico

Lo realiza el director. Utiliza el guión literario como base para descomponerlo en una versión más compleja en la que se realiza el troceo por secuencias y planos; en él se ajusta la puesta en escena, incorporando la planificación e indicaciones técnicas precisas: encuadre, posición de cámara, decoración, sonido, play-back, efectos especiales, iluminación, etc”.

En resumen, el guión técnico ofrece todas las indicaciones necesarias para poder realizar el proyecto. Cabe destacar que en esta fase el realizador puede suprimir, incorporar o modificar pasajes de la acción o diálogos.

No existe una guía para realizar los guiones técnicos ya que todo depende del director, aunque podríamos decir que un guion técnico puede contener los siguientes elementos:

Anotaciones sobre el texto del guion.

- Cada cambio de escenario: se cambia la hoja.
- Cambios de plano: línea horizontal.
- Cambios de bloque o secuencia: línea doble de distinto color.
- Datos de cámara en la columna de la acción: plano; indicando definición, tamaño, angulación, movimiento, altura, modo de transición y diálogos.
- Indicaciones de música y efectos: se anotan a derecha de la página abriendo un corchete que abarque la parte del guión que ocupa.
- Nombre del personaje: subrayado.
- Contener los siguientes apartados:

Nombre del escenario, Interior/ Exterior, día/noche, y numeración sucesiva de planos.

3.2.7 Creación de personajes, fondos y entornos

La creación de los personajes cumple varias funciones, la principal es: tener en claro quiénes serán nuestros actores y en qué espacio físico se desplazarán. Dependiendo del tiempo, presupuesto, y demás factores técnicos del proyecto, se podrá realizar manuales de normas

gráficas de referencia para cada personaje que se animará. Mientras mayor sea el estudio de cada personaje y elemento, mejor será el resultado del producto.

3.2.8 Storyboard

Se realiza con la finalidad de tener una guía visual de cada escena. En algunos casos puede incluir hasta la fuente de la iluminación, movimientos de cámara y personajes, movimientos de objetos, sonidos, etc. Generalmente son a modo de boceto. Estos pueden ser animados de manera muy simple para visualizar mejor cada toma.

Se podría decir que es el guión representado en dibujo, similar a una historieta. Pueden ser tan simples como los *muñecos de palitos* hasta ilustraciones complejas. Esto le sirve principalmente al director para visualizar mejor la idea que desea expresar. En cuanto al formato de los dibujos, todo depende de igual manera de quién lo va a utilizar, así como puede utilizar desde un pequeño cuadro tipo thumbnail, en otras ocasiones es posible que lo necesite más grande para observar detalles de un ambiente.

Ahora es muy común que después de realizados los dibujos estos sean digitalizados (si es que se realizaron de forma tradicional en papel y lápiz), y se creen animaciones desde programas de computación especializados para representar las escenas. También se le añade el sonido que se encuentre disponible para enriquecer aún más la visualización.

Esto ayuda al director a imaginar cada escena final y ayuda al momento de hacer cambios en el movimiento de cámaras, posición de personajes,

sonidos, ambientes, etc.

- **Pruebas a lápiz:** Se dibujan los movimientos de los personajes. Los dibujos quedan a lápiz, sin ser coloreados, luego se superponen sobre los fondos y ayudan a visualizar de manera de boceto la animación final.

Así, si esta se encuentra defectuosa puede cambiarse antes de terminarla.

- **Digitalización de imágenes:** Cada cuadro se ingresa a la computadora por medio de aparatos especializados en el manejo de imágenes.

Gracias al avance de la tecnología esta parte del proceso al igual que la anterior, pueden ser reemplazadas según el criterio del artista, ya que ahora se puede dibujar directamente en la computadora sin necesidad de utilizar papel.

- **Reparación de imágenes:** Cada imagen previamente digitalizada se limpia y se prepara para el siguiente paso.
- **Entintado:** Se repasa cada dibujo para definir la línea final de la animación.

Anteriormente esto se hacía sobre un tipo de acetato transparente llamado *celdas*, que posteriormente se coloreaban y se colocaban una por una sobre los fondos, fotografiando cada cuadro para causar la impresión de movimiento. Actualmente este proceso ha sido reemplazado por las famosas “capas” (layers en inglés) que actúan de la misma manera pero de manera digital, facilitando así el manejo de los planos entre las escenas.

- **Coloreado:** Al dibujo previamente entintado se le colocan los colores

que definen la ropa, piel, pelo, sombras, luces etc.

3.2.9 Composición y edición

Se unen sonidos, música, animaciones finales, fondos y efectos adicionales para lograr el resultado final.

3.2.10 Exportar video

Dependiendo la finalidad de la animación, la película se puede exportar en diferentes formatos para su aplicación en el cine, televisión, web, presentaciones, etc.

3.2.11 Color

La apreciación de los colores se basa en una coordinación complicada de procesos físicos, fisiológicos y psicológicos. El color va muy ligado a las emociones. El color es una ciencia pero también una filosofía profunda, ambos aspectos deben de ir de la mano. Las propiedades más importantes que cada color tiene son: tono, intensidad, luminosidad y calidad.

Simplicidad: la simplicidad es importante en el diseño de interfaces a color. Existe una simplicidad inseparable en el color la cual debería ser usada cuando se desarrolla el diseño. Los cuatro colores fisiológicamente primarios son el rojo, verde, amarillo y azul. Estos colores son fáciles de aprender y recordar. Vinculando significados prácticos e institucionales a estos colores simples cuando se diseña una pantalla, el diseñador de la interfaz enriquece el desarrollo del usuario un modelo mental efectivo.

Consistencia: es vital al asignar significados a los colores. El orden intuitivo de los colores puede ayudar a establecer consistencia en el diseño.

El orden espectral y perceptual rojo, verde, amarillo, azul puede guiar el orden de los conceptos vinculados a los colores. El rojo es primero en el orden espectral y se enfocan en el medio, mientras que el azul se enfoca en el fondo.

3.2.12 Simbología del color

Desde épocas remotas se han asociado los colores a ciertos estados de pánico, con motivos religiosos y mágicos. Pero la simbología de los colores difiere en las distintas civilizaciones, por ejemplo, en algunas el salmón pálido representa amor incondicional (rojo c/ naranja) cuando en otras ese mismo sentimiento es representado con rojo puro.

Los colores (rojo, amarillo, azul) dan muchas combinaciones si estos se mezclan con el negro conseguimos matices, mezclando con el blanco obtenemos tonalidades.

Colores pálidos: la especie humana se siente libre y despreocupada.

Colores sombríos: prudencia y sobriedad.

El mundo está siempre definido por una dualidad inevitable, positivo y negativo, oscuridad y luz, bueno, malo, etc, con los colores pasa lo mismo, tienen un aspecto caliente y uno frío, cualidades positivas y negativas. Las cualidades positivas son las tonalidades, las negativas los matices. En cuanto al aspecto del color es visual y tiene que ver con la filosofía y la psicología.

El rojo, el naranja y el amarillo son colores magnéticos, cálidos, activan y animan. El índigo y el violeta son fríos, eléctricos, calman y sosiegan. El rojo es conocido como el espíritu de la vida y su escasez es igual a sentimientos

letárgicos. El violeta es igual a paz, plenitud, conocimiento, sabiduría y la comprensión, purificador, ayuda a alcanzar aquello que es noble, magnifico, puro y divino.

3.2.13 Dimensiones del color

El matiz: es el color en sí o croma. Por cada color hay más de cien matices. Cada matiz tiene características propias; existen tres matices primarios o elementales: amarillo, rojo y azul. Cada uno representa cualidades fundamentales. El amarillo se considera el más próximo a la luz y el calor, el rojo el más emocional y activo, el azul es mas pasivos y suave. El amarillo y rojo tiende a expandirse, el azul a contraerse. Cuando estos se asocian en mezclas se obtienen nuevos significados.

La estructura cromática en su composición más simple se compone de colores primarios (amarillo, rojo, azul) y secundarios (naranja, verde y violeta).

Saturación: es la segunda dimensión del color. Se refiere a la pureza de un color respecto al gris. El color saturado es simple casi primitivo, carece de complicaciones y es muy explícito, está compuesto de matices primarios y secundarios, cuanto más intenso y saturado es la coloración de un objeto visual, más cargado de expresión o emoción está.

Brillo: va de la luz a la oscuridad.

3.2.14 Técnicas y herramientas para usar color en diseño con una computadora

Fundamentos del color: Para entender el potencial del color en las interfaces, necesitamos examinar algunas características fundamentales de la percepción del color. Hay varios

modelos de color que son organizados en dos divisiones básicas, son divisiones modelos basados en la percepción y en el despliegue. Como pudiera pensarse de estos nombres, el primero es organizado similarmente a la manera como percibimos el color y el segundo está basado en las características de un dispositivo de despliegue.

Los modelos basados en la percepción son conocidos como HSV (Matiz/Hue, Saturación/Saturación y Valor/Valué) y el HLS (Hue, Light/Luz y Saturación).

El sistema HSV está basado en el sistema de color Nonell usado por artistas, diseñadores y fabricantes. El HLS fue desarrollado por Tektronix en 1978 para proporcionar un modelo más porceptual que el modelo de Tektronix que se basaba en despliegues.

Todos los colores presentados en una computadora deben ser trasladados dentro del espacio del color RGB. Desafortunadamente, no hay mapeo uno a uno de los modelos basados en despliegue. Este hecho puede explicar algunas de las dificultades encontradas cuando tratamos de recrear justamente el color correcto para una interfaz de pantalla. No es siempre posible obtener la sombra exacta. (WONG, Wucius, 2010)

3.3 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La televisión es un medio de comunicación de masas más utilizado que llega en la mayoría de los hogares.

Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución.

Utilizaremos dos medios muy importantes de hoy en día como la televisión y la Internet. Estos dos los utilizaremos para difundir el mensaje que se quiere llegar al grupo objetivo, la Internet es un accesorio del siglo XXI que nos ayuda a expandir la información debido al libre acceso que contamos de una conexión de Wi-Fi.

3.3.1 Cronograma

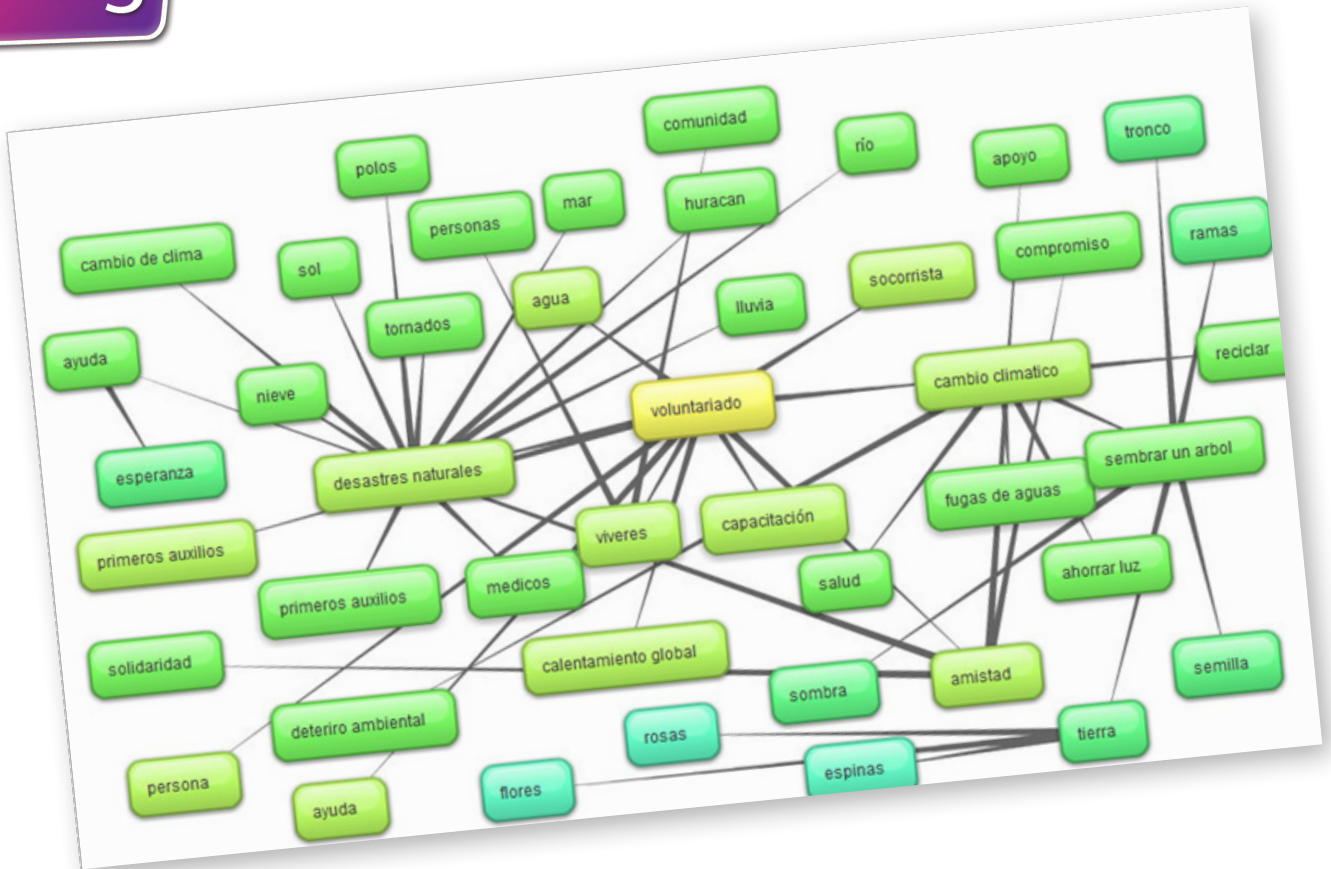
El periodo establecido para la estrategia de comunicación se plantea a partir del 1 de mayo al 1 de noviembre que es el periodo en el cual las lluvias se manifiestan, y debido al cambio climático en el que se encuentra la tierra los desastres naturales son más predecibles, este se emitirá en canales nacionales y en lugares educativos, abarcando nuestro grupo objetivo, para llevar a cabo el proyecto.

Objetivo	Estrategia	Táctica	Curso Acción	
Promover la importancia del voluntariado en emergencia debido al cambio climático.	Informar al grupo objetivo por medio de redes sociales y otros medios del internet y televisión.	Material Audiovisual y didáctico de información. Redes Sociales	Producir la animación. Pre Producción: Recolección de datos estadísticos sobre la falta de personas voluntarias Creación de storyboard, y guión Producción: Creación de escenarios y elementos a animar Post Producción: Medir la visualización del material en medios de internet. Encuestar al Grupo objetivo acerca del material para estudiar si se cumplió con el objetivo	
Pieza	Distribución	Periodo de Ejecución	Tiempo	Medio
Audiovisual Internet	Personal de la Institución	1 de Mayo al 1 de noviembre	4 minutos	Youtube, Facebook, etc.
Pieza	Reproducción	Formato	Soporte	Color
Audiovisual Internet	Archivo digital de video	Video .flv .avi .mp3 .mp4	Archivo digital de video	RGB

3.4 CONCEPTO CREATIVO

La idea principal utilizada para empezar la realización del mapa mental es “voluntariado” ya que es el tema base de la investigación, al igual que todas las explicaciones contenidas dentro de la guía.

Posterior al mapa mental y con todas las ideas colocadas sobre el papel, se enumeraron los posibles conceptos para cada idea por separado. Esto con la finalidad de tener una mejor visualización de los elementos gráficos que podrían llamar más la atención, igualmente ayuda a visualizar los componentes a los que se les puede sacar mayor provecho al momento de diseñar.



Durante el proceso de mapa mental surgieron varias ideas, de las cuales se tomaron las más factibles que en este caso son tres y están apegadas al concepto de voluntariado para estudiar las posibilidades que brinda cada una. Los diferentes conceptos son los siguientes:

- **Tus manos voluntarias:** este concepto se refiere a que nuestras manos son herramientas para ayudar al prójimo, y más en época lluviosa donde ciertas áreas del país son más vulnerables los desastres naturales, donde las personas que habitan estos lugares se ven en necesidad de recibir ayuda. Debido a la falta de concientización de las personas hacia estas situaciones, las instituciones de ayuda llegan necesitar, por ejemplo viveres, ayuda humana para rescates,

transporte para hacer llegar la comida a distintos lugares. Se llego a este concepto ya que las manos son herramienta y mas si se fundamenta en jóvenes, y de hacerles ver la ayuda que brindarían ellos en implicarse en esta gran labor que hace Cruz Roja. Se tomo el grupo de referencia de jóvenes de edades comprendidas de 16 a 20 años, que son jóvenes tan llenos de vida y con un entusiasmo de ayudar sorprendente.

- **Tú más que nadie:** este concepto surge de la importancia de ser voluntarias, debido a la gran necesidad que enfrenta Cruz Roja por la falta de manos voluntarias, además motiva a los jóvenes que nadie mas hará su trabajo, nadie los puede sustituir, así que el grupo objetivo se identifica debido a que es algo propio para ellos. Este concepto tendrá mas impacto debido a que es

más directo el mensaje al grupo objetivo, de cierta manera hasta puede transmitir solidaridad hacia el prójimo ayudando.

- **Extiende tu mano para ayudar:** este concepto surge de la necesidad de conformar un grupo de jóvenes al servicio de las comunidades en llamados de emergencia. Y ayudar dándole un toque de amistad tenemos un concepto como este, y el concepto tendrá impacto debido a que hay muchas personas que ayudan en diferentes situaciones, ya sea monetaria o llegando al lugar, etc. de diferentes maneras ayudan las personas. Y tratamos de dar un impartido de ayuda con este concepto.

3.5 PROCESO DE BOCETAJE

3.5.1 *Conceptualización*

Esta es la etapa en la que se traducen las ideas a una forma gráfica. Lo que se necesita al principio son bosquejos con muy poco detalle, simplemente para saber qué orden se llevará, los elementos que se utilizarán y su posición en la pantalla, tales como iconografía, botones, adornos, etc. Asimismo, se comenzará a definir el tipo de composición y se especifican las ideas que mejor se acoplen al concepto. Luego de varios bocetos se desarrollan los más eficaces y así examinar mejor su potencial individual.

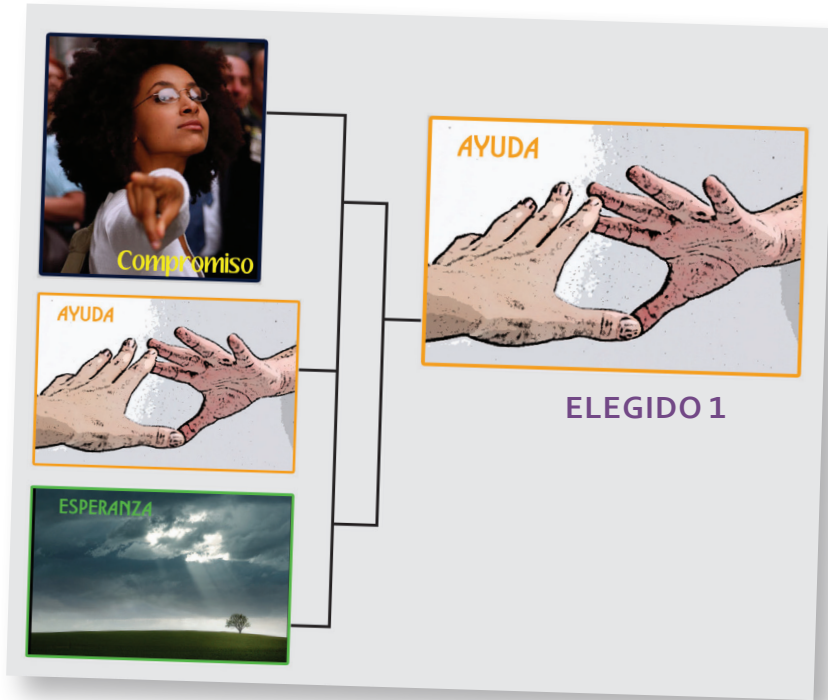
3.5.2 *Primer proceso de bocetaje*

Se trabajaron diferentes imágenes hasta llegar a un segundo proceso de bocetaje.

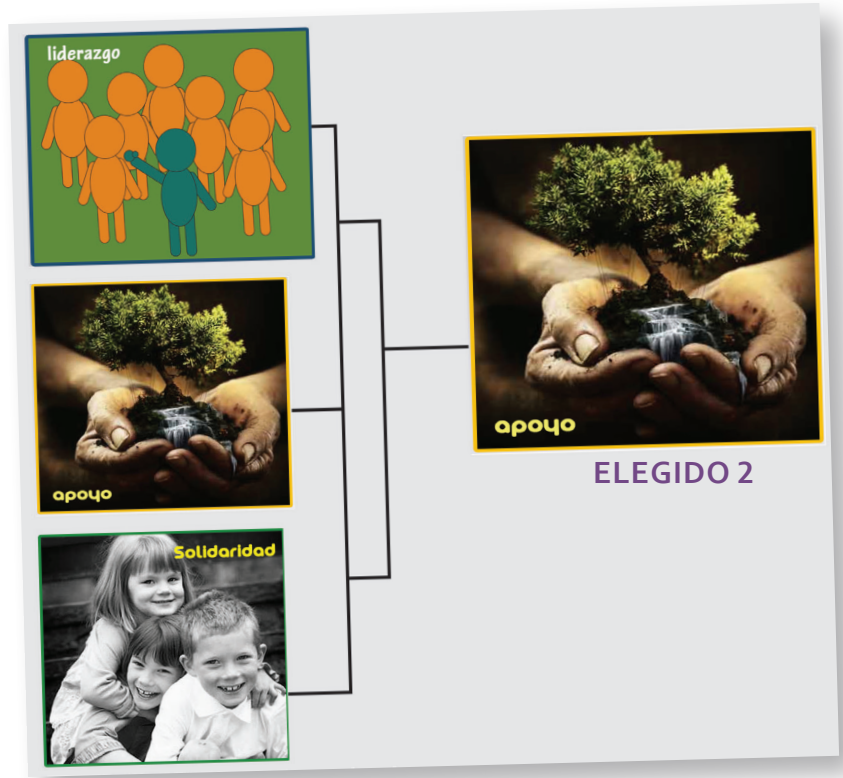
3.5.3 Tres de tres

En la primera etapa de bocetaje se realizó tres propuestas por cada concepto, para evaluar los tres conceptos.

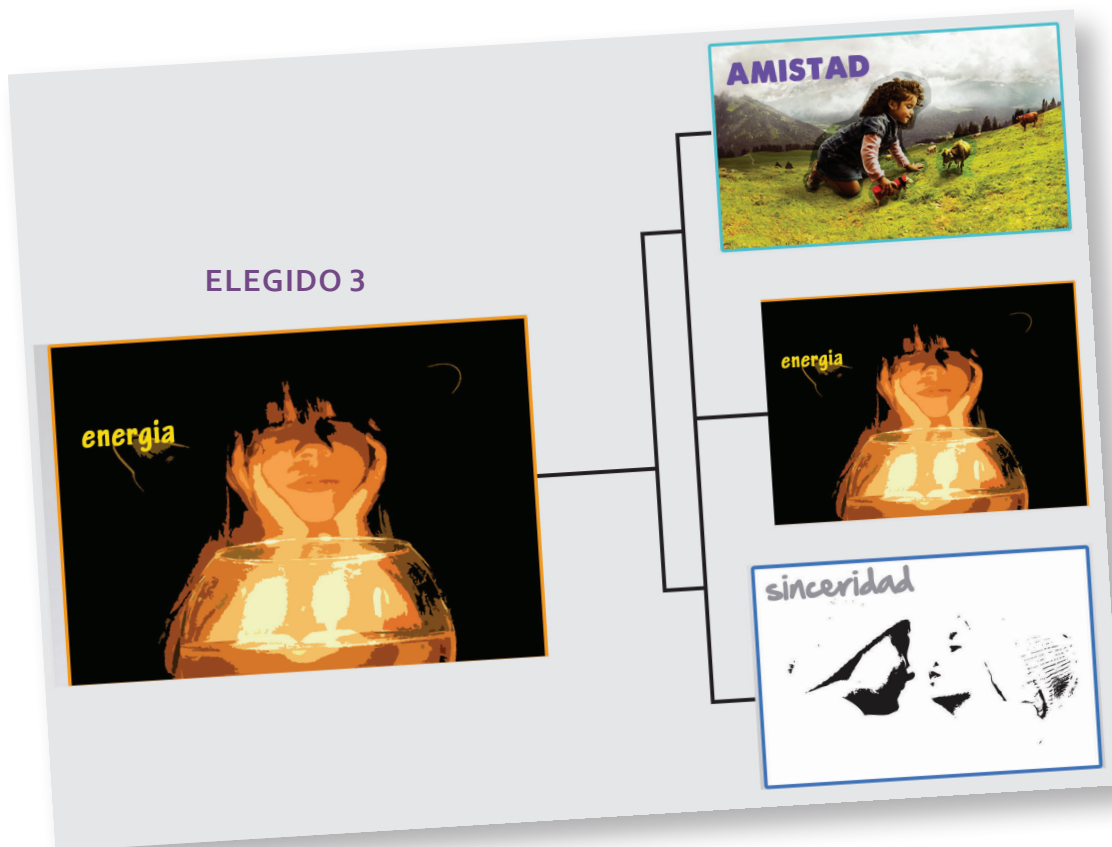
CONCEPTO 1: TUS MANOS VOLUNTARIAS



CONCEPTO 2: TÚ MÁS QUE NADIE



CONCEPTO 3: EXTIENDE TU MANO



3.6 AUTOEVALUACIÓN

Se autoevaluaron las nueve propuestas de los conceptos, eligiendo, **Tú más que nadie.**

		Nombre de la versión	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Diagramación	Diseño Tipográfico	Uso del color	RESULTADO /100
Opción	1	Ayuda	3	3	3	4	3	2	4	3	2	3	30
	2	Esperanza	2	1	2	3	3	2	3	3	2	3	24
	3	Compromiso	3	3	2	3	3	1	3	3	2	3	26
	4	Apoyo	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	31
	5	Solidaridad	2	3	2	3	3	1	2	3	2	2	23
	6	Liderazgo	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	32
	7	Energía	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	17
	8	Amistad	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	19
	9	Sinceridad	2	1	2	3	2	2	3	3	2	2	22

En esta tabla se explica la puntuación de los conceptos evaluados, los cuales surgen de una lluvia de ideas y puestos a evaluación para generar un solo concepto, siendo liderazgo el más alto en la evaluación.

3.6.1 Segundo Proceso de Bocetaje

Luego de la autoevaluación de las nueve propuestas de conceptos, se pasó a bocetar el concepto gráfico numero dos, **Tu más que nadie**, de este concepto se bocetó nueve propuestas .

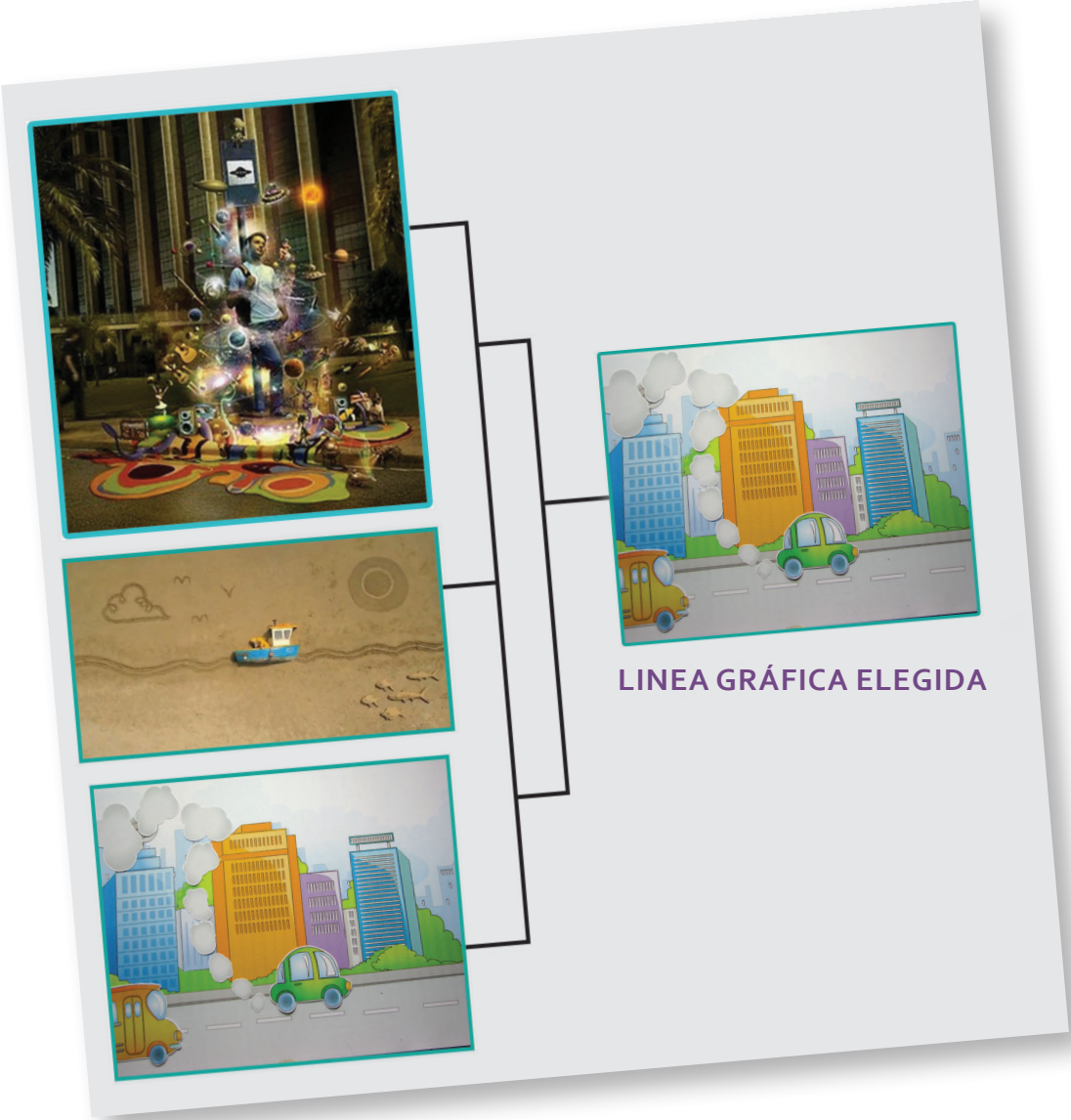


ELEGIDO 3



3.6.2 Tercer proceso de bocetaje

Después de evaluar el segundo proceso de bocetaje por medio de un cuestionario con el grupo objetivo, se redujeron a tres propuestas, de estas tres propuestas se evaluarán de nuevo con el grupo objetivo para llegar a nuestra propuesta final.











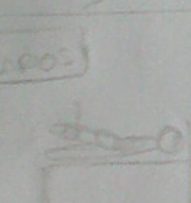



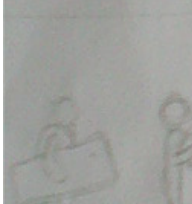

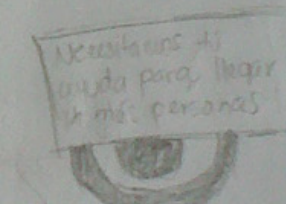
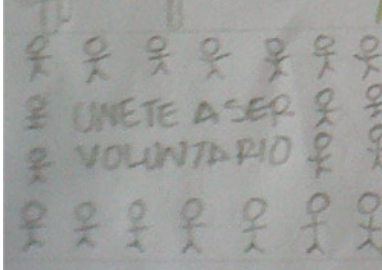


3.6.3 Propuesta final

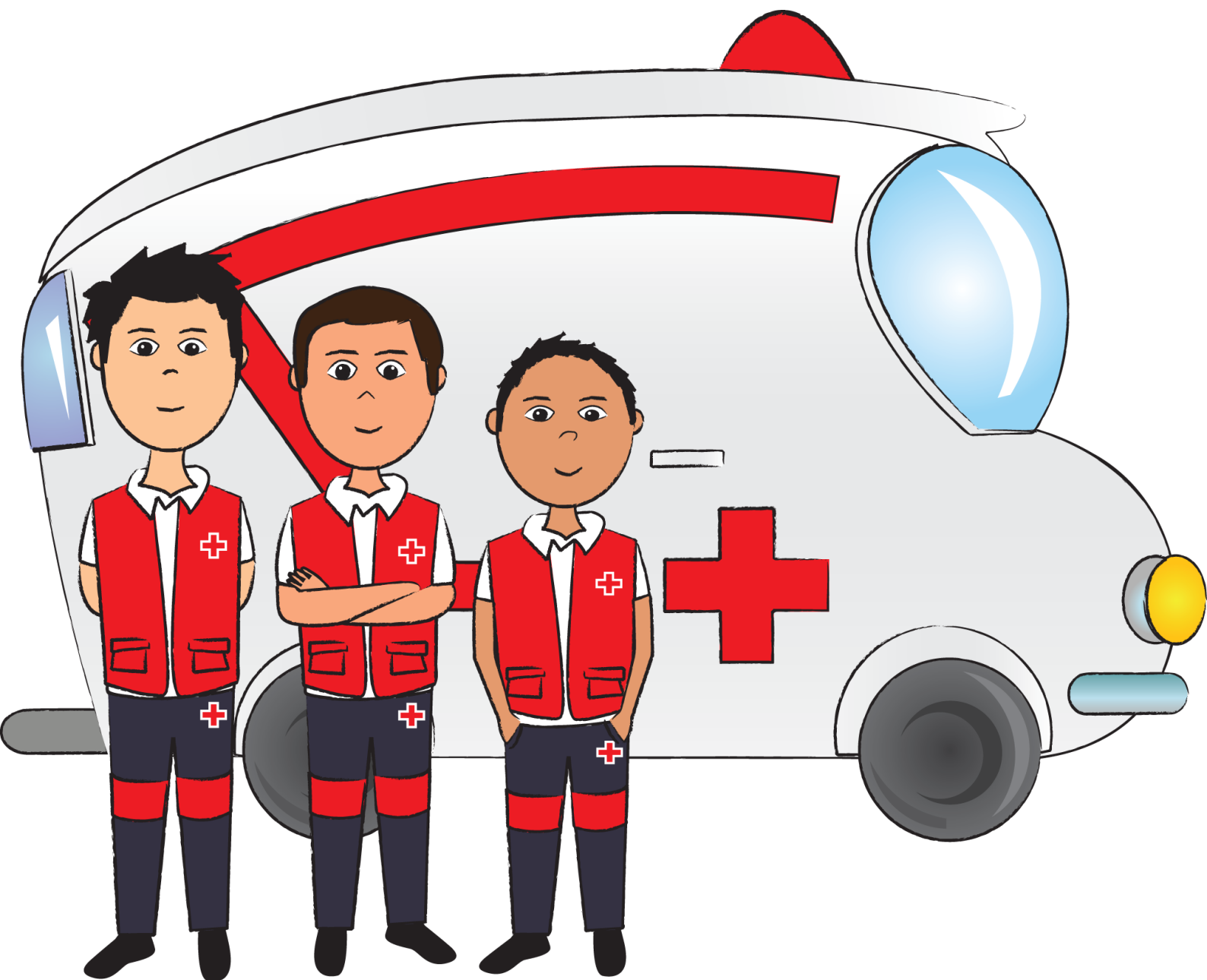
De acuerdo con lo evaluado con el grupo objetivo se llegó a la propuesta de stop motion, esta propuesta se hará de ilustraciones por medio de vectores impresos, luego recortados para ser previamente animados por medio de fotografías.



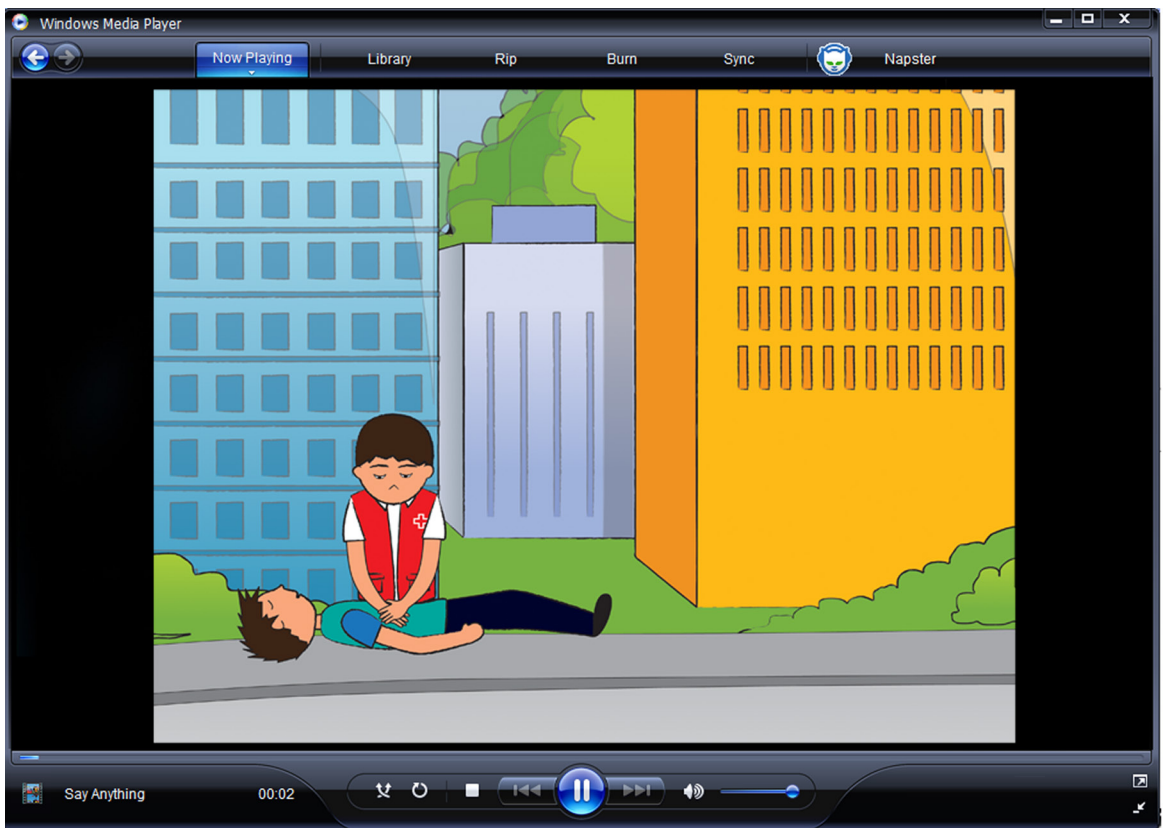
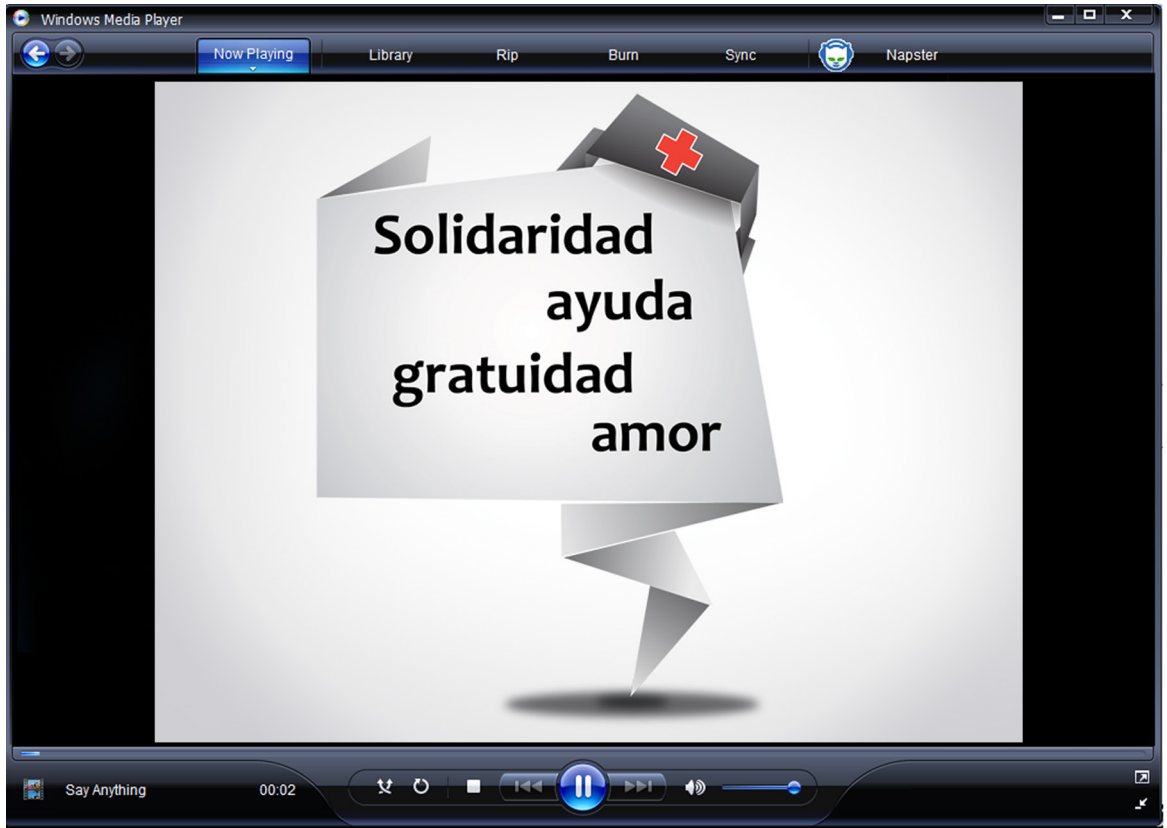
Material audiovisual para la promoción del voluntariado para CRG.

<p>Quitar la banda destruido bata</p>  <p>1</p>	<p>SOLIDARIDAD Y GRATUIDAD</p> <p>2</p>	<p>NO ES FACIL VOLUNTARIAR</p> <p>NO ES FACIL PREPARAR AL PROYECTO</p> <p>3</p>
<p>Quitar el bata destruido bata destruido</p>  <p>4</p>	<p>PRIMEROS AUXILIOS</p>  <p>5</p>	  <p>6</p>
<p>COACHES</p>  <p>7</p>	  <p>8</p>	<p>CONSULTAS DE SALUD</p>   <p>9</p>
<p>PRIMEROS AUXILIOS</p>  <p>10</p>	  <p>11</p>	<p>VEHICULO DIFERENCIAL</p>  <p>12</p>
  <p>13</p>	<p>Y MUCHO MÁS QUE ESTO, PERO...</p> <p>14</p>	<p>Necesitamos de ayuda para llegar a más personas</p>  <p>15</p>
<p>UNETE A SER VOLUNTARIO</p>  <p>16</p>	<p>Los voluntarios de Cruz Roja Guatemalteca estamos comprometidos con las comunidades y luchamos por una sociedad más justa y solidaria.</p> <p>17</p>	

Comprobación de eficacia y propuesta final



4 PROPUESTA GRÁFICA FINAL





4.1 VALIDACIÓN

Para saber si los objetivos se han cumplido, el material debe ser presentado al grupo objetivo, así también a un grupo de profesionales de diseños y expertos del tema. Esto dará a conocer.

Si el material es apto para tomarlo como material audiovisual para la promoción del voluntariado para Cruz Roja. Existen varias técnicas para validar un proyecto, aunque la más utilizada por su eficiencia y facilidad de manejo son las encuestas y entrevistas.

4.1.1 Instrumento

Cuestionario: dependiendo como se presente, esta manera de recabar información puede ser lo suficientemente cómoda para la persona que va a responder. Gracias a las herramientas de tecnología como lo es el internet, pueden ser realizados a distancia para no obligar a ninguno a estar en algún lugar y tiempo determinado y puede llegar a un mayor número de personas. La principal desventaja de utilizar este método es que las personas no son inducidas de ninguna manera a ayudar, por lo que si deciden no contestar después de probar el material no hay nada que pueda convencerlos de hacer lo contrario; por otro lado si se administra como entrevista, hay una mayor influencia del entrevistador.

La razón principal por la que se escogió este tipo de instrumento es la forma que se puede estructurar de manera tal que se pueden conseguir datos cuantitativos o cualitativos según sean necesarios.

4.1.2 Técnica de recopilación de datos

Vía Internet: principalmente está pensado para los estudiantes, debido a que el tiempo es corto y no a muchos les

gusta ser abordados por una encuesta, se pensó en realizarla vía internet ya que no lleva más de 3 minutos en contestarla. Todas las casillas deben ser llenadas para el cuestionario pueda ser enviado y sus datos puedan ser cotejados. Se apoya en la facilidad que se tiene para llenarse desde la comodidad de su computadora sin necesidad de perder tiempo.

Estudiantes de la licenciatura en multimedia:

Este es el grupo objetivo principal. Está conformado por estudiantes de 22 años en adelante, de nivel socioeconómico medio, ambos sexos, cualquier estado civil; con conocimientos en animaciones, especialmente en stop motion. Se creó un cuestionario bastante estructurado, presenta respuestas cerradas para menor posibilidad de sesgo en los resultados. Al final se colocó un apartado en donde pueden expresar sus opiniones generales en caso que hubieran querido hacerlo en alguna respuesta anterior.



"Material audiovisual para la promoción del voluntariado para Cruz Roja Guatemala"

Por Ana González Armas -2007 19221



Cruz Roja Guatemala

Grupo Objetivo

Marque la casilla correspondiente, conforme a su respuesta.

1. ¿El contenido del audiovisual es claro?
 Si No
2. ¿La información es adecuada?
 Si No
3. ¿Había escuchado sobre el voluntariado?
 Si No
4. ¿Sabía a lo que se dedicaba Cruz Roja?
 Si No
5. ¿Sabía que la ayuda que da Cruz Roja es gratuita?
 Si No
6. ¿Apoyaría a Cruz Roja a ser voluntario?
 Si No
7. ¿Estaría dispuesto a servir al prójimo en llamadas de emergencia?
 Si No
8. ¿Sabía alguna de las causas por las cuales nuestro planeta está atravesando por un cambio climático, el cual nos pone en emergencia?
 Si No
9. ¿Después de ver el audiovisual, cambiaría costumbres en cuanto al cuidado de nuestro planeta?
 Si No
10. ¿Cree que el contenido es adecuado para transmitir lo que hace Cruz Roja y la labor que realizan los voluntarios?
 Si No

1. ¿El contenido del audiovisual es claro?



2. ¿La información es adecuada?



3. ¿Había escuchado sobre el voluntariado?



4. ¿Sabía a lo que se dedicaba Cruz Roja?



5. ¿Sabía que la ayuda que da Cruz Roja es gratuita?



6. ¿Apoyaría a Cruz Roja a ser voluntario?



7. ¿Estaría dispuesto a servir al prójimo en llamadas de emergencia?



8. ¿Sabía alguna de las causas por las cuales nuestro planeta está atravesando por un cambio climático, el cual nos pone en emergencia?



9. ¿Después de ver el audiovisual, cambiaría costumbres en cuanto al cuidado de nuestro planeta?



10. ¿Cree que el contenido es adecuado para transmitir lo que hace Cruz Roja y la labor que realizan los voluntarios?





"Material audiovisual para la promoción del voluntariado para Cruz Roja Guatemala"

Por Ana González Armas -2007 19221



Profesionales del tema

Profesionales del tema o con conocimientos de temas similares: se empleó la misma herramienta de cuestionario presentando pequeñas variaciones. Este grupo fue escogido por la posibilidad de aportar datos que ayuden a la producción del cortometraje.

Marque la casilla correspondiente, conforme a su respuesta.

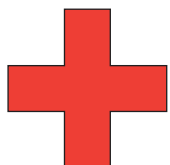
1. ¿El contenido del audiovisual es claro?
 Sí No
2. ¿La información es adecuada?
 Sí No
3. ¿Había escuchado sobre el voluntariado?
 Sí No
4. ¿Sabía a lo que se dedicaba Cruz Roja?
 Sí No
5. ¿Sabía que la ayuda que da Cruz Roja es gratuita?
 Sí No
6. ¿Apoyaría a Cruz Roja a ser voluntario?
 Sí No
7. ¿Estaría dispuesto a servir al prójimo en llamadas de emergencia?
 Sí No
8. ¿Sabía alguna de las causas por las cuales nuestro planeta está atravesando por un cambio climático, el cual nos pone en emergencia?
 Sí No
9. ¿Después de ver el audiovisual, cambiaría costumbres en cuanto al cuidado de nuestro planeta?
 Sí No
10. ¿Cree que el contenido es adecuado para transmitir lo que hace Cruz Roja y la labor que realizan los voluntarios?
 Sí No

1. ¿El contenido del audiovisual es claro?



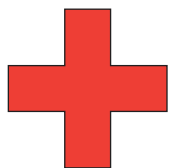
Si. 100%
No. 0%

2. ¿La información es adecuada?



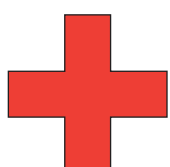
Si. 100%
No. 0%

3. ¿Había escuchado sobre el voluntariado?



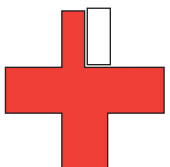
Si. 100%
No. 0%

4. ¿Sabía a lo que se dedicaba Cruz Roja?



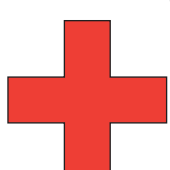
Si. 100%
No. 0%

5. ¿Cree que el uso del material es adecuado?



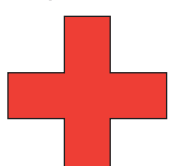
Si. 90%
No. 10%

6. ¿Apoyaría a Cruz Roja a ser voluntario?



Si. 100%
No. 0%

7. ¿Estaría dispuesto a servir al prójimo en llamadas de emergencia?



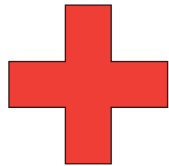
Si. 100%
No. 0%

8. ¿Sabía alguna de las causas por las cuales nuestro planeta está atravesando por un cambio climático, el cual nos pone en emergencia?



Si. 100%
No. 0%

9. ¿Después de ver el audiovisual, cambiaría costumbres en cuanto al cuidado de nuestro planeta?



Si. 100%
No. 0%

10. ¿Cree que el contenido es adecuado para transmitir lo que hace Cruz Roja y la labor que realizan los voluntarios?



Si. 100%
No. 0%



"Material audiovisual para la promoción del voluntariado para Cruz Roja Guatemalteca"

Por Ana González Armas -2007 19221



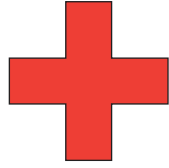
Diseñadores

Marque la casilla correspondiente, conforme a su respuesta.

1. ¿El contenido del audiovisual es claro?
 Si No
2. ¿La información es adecuada?
 Si No
3. ¿Había escuchado sobre el voluntariado?
 Si No
4. ¿Sabía a lo que se dedicaba Cruz Roja?
 Si No
5. ¿Sabía que la ayuda que da Cruz Roja es gratuita?
 Si No
6. ¿Apoyaría a Cruz Roja a ser voluntario?
 Si No
7. ¿Estaría dispuesto a servir al prójimo en llamadas de emergencia?
 Si No
8. ¿Sabía alguna de las causas por las cuales nuestro planeta está atravesando por un cambio climático, el cual nos pone en emergencia?
 Si No
9. ¿Después de ver el audiovisual, cambiaría costumbres en cuanto al cuidado de nuestro planeta?
 Si No
10. ¿Cree que el contenido es adecuado para transmitir lo que hace Cruz Roja y la labor que realizan los voluntarios?
 Si No

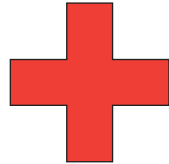
Profesionales de diseño: por último, este grupo apoya en la parte grafica; permite localizar errores de diseño, forma, color, disposición de elementos, centros de atención, etc. Ayudan a tener una mejor perspectiva del diseño en general. Se utiliza un modelo de cuestionario similar al creado para los del grupo de los profesionales en el tema para dar lugar a sugerencias sin descartar los datos cuantitativos.

1. El contenido del audiovisual es claro?



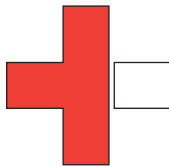
Si. 100%
No. 0%

2. ¿La información es adecuada?



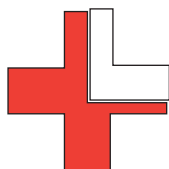
Si. 100%
No. 0%

3. ¿Había escuchado sobre el voluntariado?



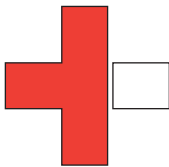
Si. 80%
No. 20%

4. ¿Sabía a lo que se dedicaba Cruz Roja?



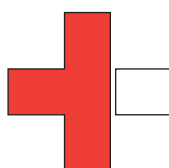
Si. 70%
No. 30%

5. ¿Cree que el uso del material es adecuado?



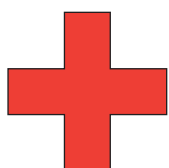
Si. 80%
No. 20%

6. ¿Cree que es adecuado el tipo de animación que se realizó?



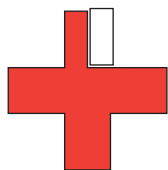
Si. 80%
No. 20%

7. ¿los colores utilizados, cree que son adecuados?



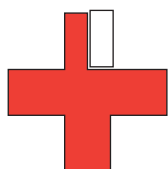
Si. 100%
No. 0%

8. ¿Considera adecuada la tipografía utilizada en el audiovisual?



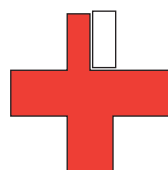
Si. 90%
No. 10%

9. ¿Considera adecuadas las ilustraciones utilizadas?



Si. 90%
No. 10%

10. ¿Considera adecuadas las escenografías utilizadas en el audiovisual?



Si. 90%
No. 10%

5.2 LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA

ESTRATEGIAS DE MEDIOS DE DISTRIBUCIÓN

PIEZA	MEDIO	DISTRIBUCIÓN		
		QUIÉN	DURACIÓN	CÓMO/LUGAR
Audiovisual animado de 1 minuto sobre la importancia del voluntariado	Digital en CD	El audiovisual es para el uso del personal capacitador de Cruz Roja Guatemala	A partir del 1 de mayo al 1 de noviembre de año 2012	Se utilizará como material de apoyo en las charlas de Cruz Roja Guatemala, como también para uso de toda persona que quiera informarse de la importancia del voluntariado
Troquel de empaque	Impreso			

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE REPRODUCCIÓN

PIEZA	REPRODUCCIÓN	TAMAÑO	SOPORTE	COLOR
Audiovisual animado de 1 minuto sobre la importancia del voluntariado	Quemadora de discos o dvd Impresión para disco Litografía para empaque y troquelado	720 x 480 pixeles	Archivo digital en formato swf	Full color
Troquel de empaque	Impreso	11 x 17 pulgadas	Opalina gramaje 220	Full color

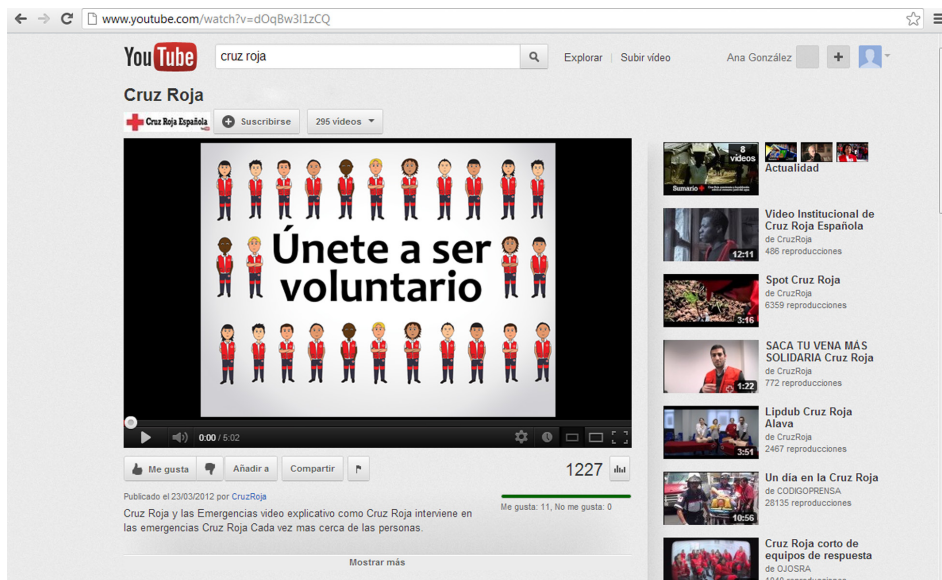
PÁGINA WEB

Se publicará en la página Web de la Institución, debido a que muchos usuarios entran diariamente a ver novedades de noticias, o parámetros de consultas médicas.



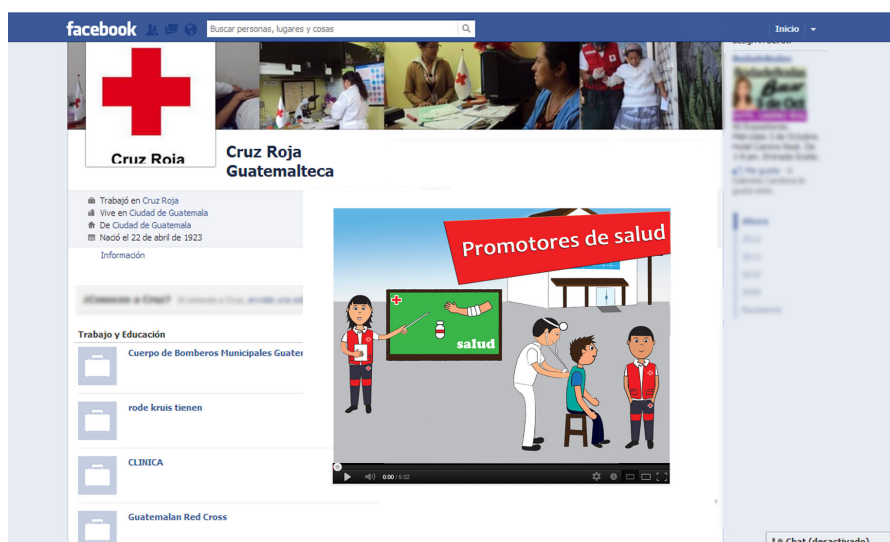
YOUTUBE

Es una gran herramienta visual, ya que por medio de estas se puede visualizar muchos videos de todo tipo y por medio de la búsqueda lograrán ver el video informativo sobre el voluntariado.



FACEBOOK

Se subirá al facebook de Cruz roja Guatemalteca la animación realizada.



5.3 FUNDAMENTACIÓN

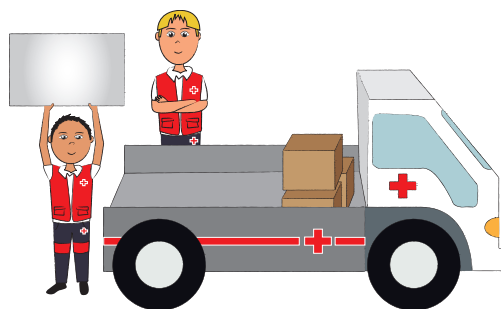
Después de investigar sobre el tema del voluntariado se llegó a una solución de informar de lo que actualmente hacen los voluntarios dentro de Cruz Roja Guatemalteca, que debido a la falta de divulgación de esta información, los jóvenes no se involucran en estas obras.

El concepto que se manejó en la animación fue **Tú más que nadie**. Debido a que nuestro grupo objetivo son jóvenes, las gráficas debían ser y cumplir con su objetivo principal que es informar de este movimiento del voluntariado.

Línea Gráfica

Se utilizaron imágenes ilustradas de forma digital, con colores sólidos y llamativos para nuestro grupo objetivo, debido a que el grupo objetivo es visualmente exigente en cuanto a las ilustraciones. Los colores y vestuarios gráficos se basan en los colores institucionales de Cruz Roja Guatemalteca.

En las ilustraciones de figura humana se tuvo el cuidado de detallar rasgos parecidos al de las personas con el fin de tener más detalle de la animación.



Tipografía

La tipografía que se utilizó se llama CALIBRI y es una tipografía que es clara, palo seco, que combina muy bien con la animación realizada.

CALIBRI

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Colores

Se utilizó una gama extensa de colores, sin embargo se mostrarán los más utilizados:



5.4 RACIONALIZACION

Análisis Ético

Debido a los problemas actuales del país, es importante que las personas sean más solidarias para poder sacar adelante al país y lograr una estabilidad económica para las personas de bajos recursos, ya que esto afecta en muchos ámbitos, como por ejemplo la alimentación, es por ello que Cruz Roja Guatemalteca lucha por una sociedad más justa y digna.

Análisis Técnico

Debido a la realización del material se obtuvo resultado, ya que la animación es atractiva visualmente e informativa, que es nuestro principal objetivo.

Análisis Funcional

Se presenta una comunicación visual que se transmitirá en los medios de comunicación masivos que con un presupuesto medio se puede informar a nuestro grupo objetivo, sobre lo que realizan día a día los voluntarios de Cruz Roja Guatemalteca.

5.5 COMPROBACIÓN DE EFICACIA

Este proyecto surge de una necesidad de informar, debido a la falta de información que se encuentra de dicho tema fue importante hacer esta investigación para llegar a respuesta efectiva.

Se empezó analizando a nuestro grupo objetivo, se establecieron objetivos, tanto generales como específicos. Además de una breve investigación de lo que se trata el voluntariado y algunas características importantes de gran utilidad.

Al realizar el proceso de bocetaje, que fue una etapa de 9 propuestas, nuestro grupo focal se inclinó por la animación de ilustraciones a detalle, dando como resultado el objetivo de informar.

Al ser evaluada se llegó a un mensaje 100% efectivo e informativo, que fue el principal objetivo, dar a conocer lo que realizan dichas personas como voluntarias en Cruz Roja Guatemalteca.

Luego de determinar el tipo de animación se pasa al proceso de Bocetaje de escenas del cortometraje.

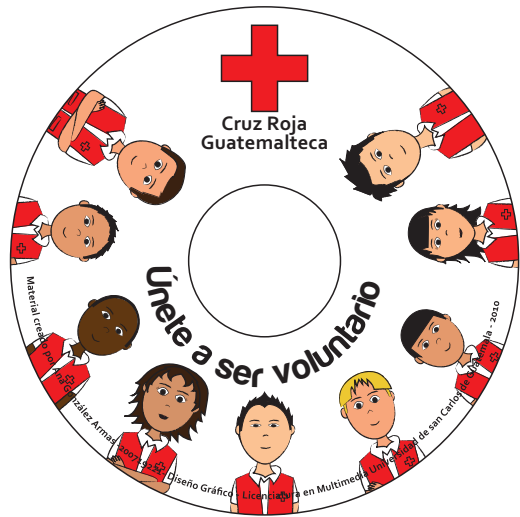
5.6 EMPAQUE

Identificación de CD

Se realizó un diseño referente a los voluntarios, el diseño es muy limpio debido a la saturación de imágenes que contiene el audiovisual. Lo mas conveniente es realizar un diseño del tema tratado, que en este caso es sobre los voluntarios de Cruz Roja.

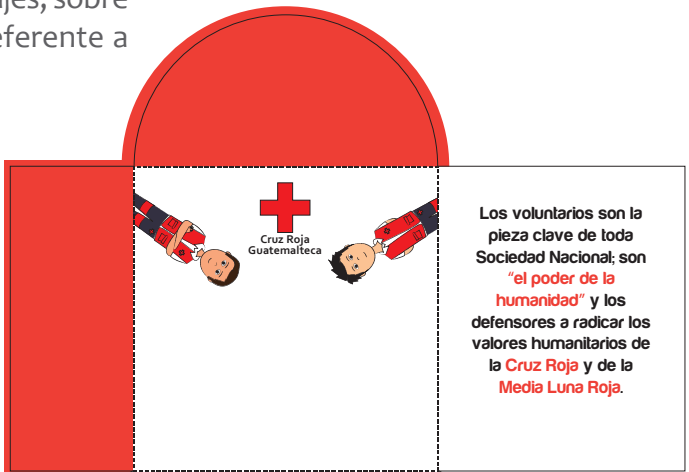
Caja para CD

El disco está colocado dentro de una caja, la que facilita el transporte del mismo. El diseño de la caja sigue el mismo concepto en el que se utiliza a los voluntarios. Al extender la caja del disco se observan los personajes, sobre la que se colocó una frase referente a los voluntarios.



Portada de CD

Diseño interior



Diseño exterior

5.7 PRESUPUESTO

Costos

Los encargados de la distribución del material audiovisual será la institución, en este caso Cruz Roja, que por su medio llegará el mensaje de los establecimientos mencionados, también podrá distribuirlo en diferentes áreas. Lo podrán utilizar como parte de su material de promoción del voluntariado.

El costo aproximado de la producción del audiovisual que se ha realizado Ad-honorem para La Cruz Roja Guatemalteca, asciende a un total de Q. 10,800.00.

DETALLE DEL PRESUPUESTO

Material de apoyo	Costo Q.
Planeación	Q 600.00
Story line, sinopsis, guion literario y técnico	Q 1,000.00
Story board y fotografías	Q 1,500.00
Personajes, ambientes y elementos	Q 2,000.00
Animación y composición de escenas	Q 3,000.00
Edición de Audio y video	Q 2,000.00
Empaque	
Diseño de Caja Protectora	Q 350.00
Diseño de identificación de disco	Q 350.00
Total	Q 10,800.00

Dentro de los discos se incluyen el troquel para poder imprimir la caja protectora y la imagen necesaria para imprimir el identificador del disco.

La impresión de la caja protectora queda a discreción de la institución.

La reproducción de material para distribución de la institución tiene un costo aproximado de Q. 40.00 incluyendo y el empaque protector e identificación del disco.

Conclusiones

Al terminar el proyecto, se llegó a las siguientes conclusiones:

A través de la divulgación del material audiovisual se dará a conocer la institución y al mismo tiempo se exhortará a los jóvenes a realizar voluntariado para conformar grupos más grandes, contribuyendo a distribuir la ayuda más rápido y eficiente en tiempo de emergencias.

Debido a la falta de concientización de la población, el clima es muy vulnerable a cualquier cambio climático, causando desastres naturales cada vez más frecuentes, lo cual incrementa la necesidad de voluntarios en Cruz Roja.

Para hacer un audiovisual que transmita el mensaje de la manera adecuada, se debe hacer un estudio intensivo al grupo objetivo para que los mismos puedan identificarse y comprender el mensaje con total claridad.

Al socializar el material audiovisual, se pudo comprobar que la propuesta creativa, crea un vínculo emocional entre la persona voluntaria y los necesitados en su momento; acción que llevará a las personas a interesarse en el movimiento y que se acerquen a donar su ayuda.

En síntesis se ayudó a divulgar de una mejor manera la importancia del voluntariado para Cruz Roja, por lo cual, se fortalece visualmente y socialmente su imagen institucional y se crea un vínculo directo entre Cruz Roja y el voluntario.

Recomendaciones

Para que el material audiovisual realizado sea efectivo, se le debe de dar un mantenimiento constante al mismo, es decir utilizar varios canales para pautar en distintos lugares y medios. Esto ayudara a que el mensaje quede en la mente del grupo objetivo y que este mismo, comente con las personas cercanas a ellos acerca del proyecto y de como podrían integrarse al equipo. Esta institución es de ayuda social, y muchas empresas trabajan con patrocinio para instituciones de este tipo, por lo cual, lo costos se pueden mantener bajos si se busca en los lugares adecuados para pautar.

Es importante el que las personas que se integren al proyecto, se sientan remuneradas de alguna manera, (no económica), es decir se les pueden dar charlas con respecto a la importancia de el voluntariado con resultados reales de cuantas personas ayudan, con testimonios de personas que han sido favorecidas por el voluntariado y como se han salvado hasta familias enteras.

El crear un sentimiento de pertenencia, ayudará a las personas que se acerquen más para ayudar, es decir, tener una forma en la cual las personas se sientan identificadas con la institución. Por ejemplo, dándoles gafetes para su identificación, playeras con imagen de cruz roja, chumpas, un kit de primeros auxilios personal, lapiceros, etc. Esto será muy útil en el momento del voluntariado y al mismo tiempo les creará imagen institucional y sentido de pertenencia a las personas que estén en la institución.

Bibliografía

Castillo, Wenceslao; Conceptos Generales, Diseño Web

http://www.arrakis.es/~wenceslao/CursoWeb/2/proceso_creativo.html;

Recuperado: 11 de junio 2011

Colaboración; Animación

<http://es.wikipedia.org/wiki/Animaci%C3%B3n>; www.wikipedia.org

Recuperado: 11 de octubre 2011

Colaboración; Cruz Roja Guatemalteca / Voluntariado

<http://www.guatemala.cruzroja.org/voluntariadoN.htm/analisisdelasituaciondelvoluntariado>

Recuperado: 11 de junio 2011

Colaboración; Informe sobre Voluntariado América Latina

<http://www.iidh.ed.cr/documentos/pedagogicasorganismos/cruz%20roja%20guatemalteca.htm>

Recuperado: 11 de junio 2011

Colaboración; Situación del Voluntariado

<http://www.cruzroja.org/documentos/docs/vol/Analisis%20de%20la%20situacion%20del%20voluntariado-America%20Latina%20y%20el%20Caribe.PDF/>

Recuperado: 11 de junio 2011

Colaboración; Guión Literario

http://es.wikipedia.org/wiki/Gui%C3%B3n_literario

Recuperado: 10 julio 2011

Manuel Regado, Guía Interactiva sobre el proceso de producción de videoclip

Universidad San Carlos

Proyecto de Graduación

Guatemala, 2008

Varios; Facultad de Arquitectura

Universidad de San Carlos de Guatemala; Guatemala, 2011

<http://www.usac.edu.gt/facultades/arquitectu/arquitectura.pdf>,

25 Junio 2011

WONG, Wucius. Fundamentos del diseño

Editorial Gustavo Gili.

México, 1998.

Glosario

ANIMACIÓN

procedimiento de diseñar los movimientos de los personajes o de los objetos y elementos a partir de dibujos consecutivos traspuestos de manera que crean la ilusión de movimiento.

BOCETO

Dibujo inicial que se usa para trabajar sobre una idea y exponerla.

DIVULGACIÓN

Acción y efecto de divulgar. Publicar, extender, poner al alcance del público algo.

EDICIÓN

Modificar y disponer de forma lógica una secuencia de imágenes, videos y sonidos extraídos a partir de varios archivos madre.

LAYERS O CAPAS

Utilizadas en edición de imágenes digitales para separar un elemento de otro, para crear la ilusión de diferentes planos al ser colocadas adelante o atrás.

LLUVIA DE IDEAS

Es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado.

MOVIMIENTO

Estado de los cuerpos mientras cambian de lugar o de posición.

SECUENCIA

Las diferentes partes de una película que comparten una unidad en el tema.

VIDEO

Sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética. Captación, procesamiento, transmisión y reconstrucción por medios electrónicos de una secuencia de imágenes y sonidos que representan escenas en movimiento.

Anexos



"Material audiovisual para la promoción del voluntariado para Cruz Roja Guatemala"

Por Ana González Armas - 2007 19221



Cruz Roja Guatemala

Grupo Objetivo

Marque la casilla correspondiente, conforme a su respuesta.

1. ¿El contenido del audiovisual es claro?
 Sí No
2. ¿La información es adecuada?
 Sí No
3. ¿Había escuchado sobre el voluntariado?
 Sí No
4. ¿Sabía a lo que se dedicaba Cruz Roja?
 Sí No
5. ¿Sabía que la ayuda que da Cruz Roja es gratuita?
 Sí No
6. ¿Apoyaría a Cruz Roja a ser voluntario?
 Sí No
7. ¿Estaría dispuesto a servir al prójimo en llamadas de emergencia?
 Sí No
8. ¿Sabía alguna de las causas por las cuales nuestro planeta está atravesando por un cambio climático, el cual nos pone en emergencia?
 Sí No
9. ¿Después de ver el audiovisual, cambiaría costumbres en cuanto al cuidado de nuestro planeta?
 Sí No
10. ¿Cree que el contenido es adecuado para transmitir lo que hace Cruz Roja y la labor que realizan los voluntarios?
 Sí No



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



**Facultad de
Arquitectura**
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he leído y revisado el proyecto de graduación para optar al Grado de Licenciado en Diseño Gráfico de la estudiante **ANA GONZÁLEZ ARMAS**, carné **2007 19221**, titulado **“MATERIAL AUDIOVISUAL PARA LA PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO PARA CRUZ ROJA GUATEMALTECA”**

Dicho trabajo ha sido corregido en el aspecto ortográfico, sintáctico y estilo académico; por lo anterior, la Facultad tiene la potestad de disponer del documento como considere pertinente.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los ocho días de mayo de dos mil catorce.

Agradeciendo su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular No. de Personal 16861
Colegiado Activo 4,509



*Material Audiovisual para la promoción del voluntariado para
Cruz Roja Guatemalteca*

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

Lic. Francisco Chang
ASESOR

Ana del Rosario González Armas
SUSTENTANTE

