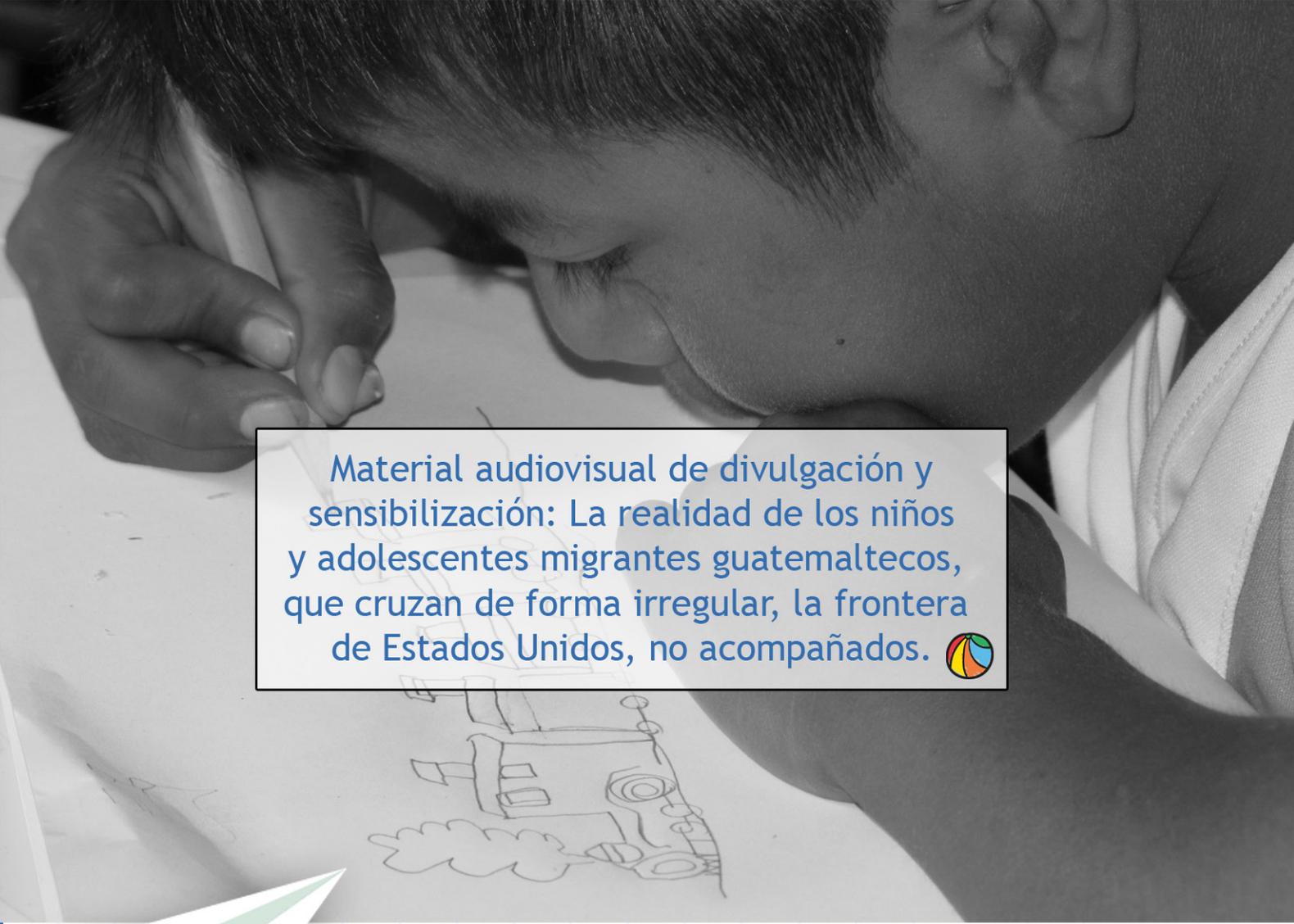


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO



Material audiovisual de divulgación y sensibilización: La realidad de los niños y adolescentes migrantes guatemaltecos, que cruzan de forma irregular, la frontera de Estados Unidos, no acompañados. 🌈



PRESENTADO POR:

Claudia Alejandra Escobedo Figueroa  
PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE  
Licenciatura en Diseño Grafico



GUATEMALA, MAYO, 2016



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

Material audiovisual de divulgación y sensibilización: La realidad de los niños y adolescentes migrantes guatemaltecos, que cruzan de forma irregular, la frontera de Estados Unidos, no acompañados.



PRESENTADO POR:  
Claudia Alejandra Escobedo Figueroa  
PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE  
Licenciatura en Diseño Grafico

GUATEMALA, MAYO, 2016



"El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos"





# NÓMINA DE AUTORIDADES

## Miembros de Junta Directiva

**Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón**  
Decano

**Arqta. Gloria Ruth Lara Cordón**  
Vocal I

**Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini**  
Vocal II

**Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras**  
Vocal III

**Br. Héctor Adrián Ponce Ayala**  
Vocal IV

**Br. Luis Fernando Herrera Lara**  
Vocal V

**Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos**  
Secretario Académico

## Tribunal Examinador

**Licda. Miriam Isabel Meléndez Sandoval**  
Asesor Gráfico

**Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada**  
Asesor Metodológico

**Licda. Alejandra Gordillo Tovar**  
Tercer Asesor

**Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón**  
Decano

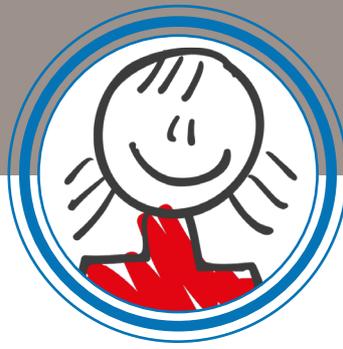
**Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos**  
Secretario



# Índice

Índice.....	03
Dedicatoria.....	07
Resumen.....	08
Introducción.....	09
Objetivos.....	10
<i>Objetivo General</i> .....	10
<i>Objetivos Específicos</i> .....	10
<b>Capítulo 1: Planteamiento del Problema</b> .....	<b>11</b>
1.1 <i>Planteamiento del Problema</i> .....	12
1.2 <i>Justificación del Problema</i> .....	13
1.2.1 Magnitud.....	13
1.2.2 Trascendencia.....	14
1.2.3 Vulnerabilidad.....	14
1.2.4 Factibilidad.....	15
1.3 <i>Casos Análogos</i> .....	16
1.3.1 ¡Quédate!.....	16
1.3.2 No le creas al coyote.....	16
1.3.3 Cambiemos el presente. No dejemos que se vayan.....	17
1.4 <i>Perfil de la Institución</i> .....	17
1.5 <i>Grupo Objetivo</i> .....	18
<b>Capítulo 2: Marco Teórico y Conceptual</b> .....	<b>21</b>
2.1 <i>Marco Teórico y Conceptual</i> .....	22
2.1.1 Dimensión social.....	22
2.1.2 Dimensión funcional.....	26
2.1.3 Dimensión estética.....	28
2.1.4 Dimensión ética.....	32
<b>Capítulo 3: Proceso Creativo y Producción Gráfica</b> .....	<b>33</b>
3.1 <i>Retrato del Consumidor</i> .....	34
3.1.1 S.P.I.C.E. & P.O.E.M.S.....	34
3.1.2 Las 6w del periodismo.....	34
3.2 <i>Estrategia de Comunicación</i> .....	38
3.2.1 Ventajas y desventajas de las piezas.....	39

<b>3.3 Concepto Creativo.....</b>	<b>40</b>
3.3.1 Insight.....	40
3.3.2 Concepto Creativo.....	40
3.3.3 Los 6 sombreros para pensar.....	41
<b>3.4 Pre-Producción.....</b>	<b>43</b>
3.4.1 Preguntas generadoras de contenido.....	43
3.4.2 Decisiones de Diseño.....	44
3.4.3 Construcción de los Guiones.....	46
3.4.4 Guiones literarios.....	47
3.4.5 Construcción de Jingle.....	49
3.4.6 Guiones técnicos.....	50
3.4.7 Story Board.....	54
3.4.8 Guiones Sonido.....	56
3.4.9 Especificaciones de Sonido.....	61
<b>Capítulo 4: Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final.....</b>	<b>63</b>
<b>4.1 Comprobación de la Eficacia.....</b>	<b>64</b>
4.1.1 Escenario y desarrollo de la sesión.....	64
4.1.2 Tema y objetivos de la validación.....	64
4.1.3 Método: Grupo de discusión.....	65
4.1.4 Perfil de los participantes.....	65
4.1.5 Moderador.....	65
4.1.6 Instrumento.....	66
4.1.7 Análisis de la información.....	68
<b>4.2 Propuesta Gráfica Final.....</b>	<b>70</b>
4.2.1 Formato y Layout.....	70
4.2.2 Layout.....	70
4.2.3 Cromatología.....	71
4.2.4 Tipografía.....	71
4.2.5 Imágenes.....	72
4.2.6 Iluminación.....	72
4.2.7 Movimientos de Cámara.....	73
4.2.8 Motion Graphics.....	73
4.2.9 Sonido.....	73
4.2.10 Propuesta Final.....	74
4.2.11 Piezas Complementarias.....	79
<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>87</b>
<b>Lecciones Aprendidas.....</b>	<b>89</b>
<b>Especificaciones Técnicas y Lineamientos para la Puesta en Práctica.....</b>	<b>91</b>
<b>Fuentes Consultadas.....</b>	<b>97</b>
<b>Glosario.....</b>	<b>100</b>
<b>Índice de Imágenes.....</b>	<b>102</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>105</b>



# DEDICATORIA

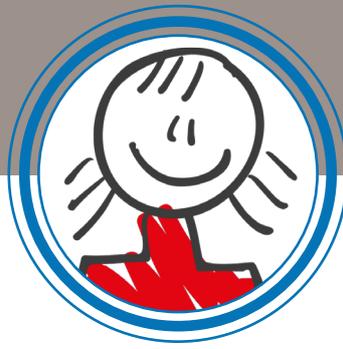
Este trabajo se lo dedico de todo corazón a Dios porque me ha dado toda la felicidad que un ser humano puede pedir.

A mi patria Guatemala tierra bendita por Dios, que como profesionales enaltezcamos su nombre.

A mi familia por todo el apoyo brindado siempre.

A la sociedad que conforma Guatemala y que se ha visto afectada por los peligros de la migración irregular.

Y sobre todo a los niños que han migrado, como un tributo a sus vidas y sus sueños que se han visto desmonorados.



# RESUMEN

El presente proyecto es un apoyo a la labor que realiza el Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala-CONAMIGUA-, el cual de manera didáctica, muestra los peligros que corren los niños al cruzar las fronteras guatemaltecas, colindantes con México, en su viaje irregular hacia Estados Unidos.

El material audiovisual aquí presentado podrá dar a conocer las diferentes causas que llevan a la migración irregular de los niños, a la vez de narrar de manera didáctica los peligros que se corren durante la migración irregular, así mismo da a conocer algunas rutas que toman los niños y costos que puede llegar a tener el viaje y cobros por secuestros.

El resultado son cuatro videos, dos audios, un jingle y 3 piezas gráficas de impresión que sintetizan las preguntas básicas de un posible menor migrante y sus responsables: ¿Qué es migración? ¿Por qué migran los niños? ¿Cómo lo hacen? ¿Qué peligros existen al viajar sin papeles? ¿Cuántas rutas existen? ¿Cuánto dura el viaje?, y las responde de manera rápida y simple utilizando ilustraciones fáciles de entender por el grupo objetivo.

El uso de material audiovisual es una novedad en CONAMIGUA y ayudará a la generación más joven a entender estos aspectos de una manera más dinámica e interesante. A su vez servirá de apoyo para los encargados de brindar los talleres en las distintas sedes de CONAMIGUA a difundir a través de diferentes medios la problemática de la migración y sensibilizar a distintos sectores sobre el tema.



# INTRODUCCIÓN

La migración infantil ha despertado el interés y preocupación entre diversos sectores sociales, estatales e internacionales. En cuanto a la migración, según diversos estudios de la OIM (Organización Internacional para las Migraciones) se identifican dos patrones claramente diferenciados, pero regularmente tratados de la misma manera: la migración internacional irregular hacia Estados Unidos, y la migración de niños, niñas y adolescentes migrantes fronterizos a México. El grado de vulnerabilidad que prevalece sobre los grupos de niños, niñas y adolescentes migrantes, que viajan solos se eleva porque los menores de edad desconocen que son sujetos de derechos humanos. Dentro de los principales actores identificados que violan la integridad de los niños y adolescentes migrantes mientras están en tránsito a través de México, están; “contrabandistas, tratantes de personas, agentes del orden locales, miembros de pandillas, guardias ferroviarios de seguridad y otros actores no estatales”.

En su intento por cruzar la frontera ya sea de Guatemala a México o de México a Estados Unidos, los niños y adolescentes migrantes son muy vulnerables a la explotación, a la trata y a ser víctimas de la delincuencia, por lo que prevenir, documentar y sobre todo frenar la migración irregular de niños es una prioridad.



# OBJETIVOS

## Objetivo General

- Desarrollar un conjunto de elementos audiovisuales de divulgación y sensibilización, dirigida a la población guatemalteca afectada, a la sociedad civil, y comunidad guatemalteca internacional sobre los problemas relacionados con los niños y adolescentes migrantes, que viajan solos hacia Estados Unidos.

## Objetivos Específicos

- Informar a la población guatemalteca en general, sobre los peligros a los que se pueden ver expuestos los niños y adolescentes migrantes que viajan solos.
- Elaborar material audiovisual de divulgación dirigido a la población vulnerable que sufre las consecuencias para hacer notar los numerosos efectos dañinos de la migración irregular en niños.
- Diseñar un conjunto de elementos audiovisuales, digitales para lograr la sensibilización de personas e instituciones que puedan ayudar en la divulgación de los materiales para niños migrantes.
- Producir 2 spot de video animados, que proyecten los peligros que corren los niños migrantes que viajan solos hacia Estados Unidos.
- Producir 2 spot de audio, para exponer de forma concisa, algunos de los peligros que sufren los niños y adolescentes migrantes, irregulares, que viajan solos.
- Elaborar un Jingle, que relate la realidad que enfrentan los niños migrantes que viajan solos.
- Diseñar una infografía animada, que retrate los peligros a los que se enfrentan los niños migrantes que viajan solos en situación irregular.

# Capítulo 1



## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del Problema

¿Quién, qué, dónde, cuándo, por qué?

### 1.2 Justificación del Problema

Magnitud, trascendencia, vulnerabilidad, factibilidad.

### 1.3 Casos Análogos

Estado del Arte.

### 1.4 Perfil de la Institución

Datos generales, propósito, población que atiende.

### 1.5 Grupo Objetivo

Personas a los que va dirigido el material.



## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La migración desde Guatemala empezó, como muchas centroamericanas, como un movimiento lento pero constante. Posterior al terremoto del 1976 y con el inicio de los conflictos internos en la década de los ochenta se detecta un aumento considerable en el número de migrantes. Según datos de la CEPAL (2000), la población migrante se quintuplicó entre 1980 y 1990.

Los datos de la OIM muestran una subida desde 1998, y un dramático descenso en el año 2001, que puede haber sido causa al efecto del 11 de Septiembre del 2001. Posteriormente, los movimientos de migración regular e irregular recuperaron su dinamismo, creciendo de forma sostenida. (Figura 1.1)

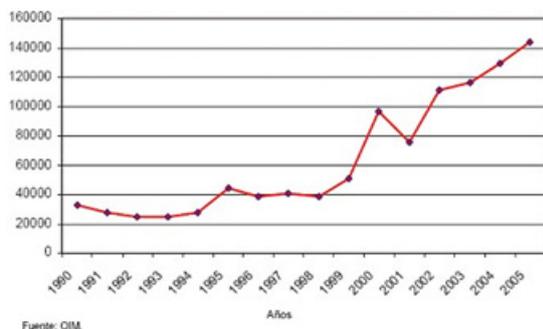


Figura 1.1 Tendencia de la migración durante el periodo 1990-2005 OIM. (2005).

Tendencia de la migración durante el periodo 1990-2005 [Estadísticas dentro del informe anual de la OIM]. Recuperado de <http://migracionguatemalteca.blogspot.com/2010/06/inicios-y-evolucion-de-la-migracion.html>

Durante las dos últimas décadas del siglo XX (1980-2000), se movilizaron grandes grupos de población que huían del peligro de perder la vida por razones de los conflictos armados que azotaron a la región centroamericana y, en particular, a Guatemala. Entre 1982 y 1983, como resultado del conflicto armado, se destruyeron más de 400 aldeas indígenas, lo que provocó la movilización forzada interna de más de 1.5 millones de guatemaltecos y guatemaltecas, obligando la salida de más de 150,000 personas, indígenas en su mayoría, que buscaron refugio en la región fronteriza con México.

La serie de encuestas sobre remesas de la OIM perfilan el origen, la ocupación, estado civil, nivel educativo y causas por las que emigran los guatemaltecos, (los cuales representan 11,4% de la población). Respecto a las proporciones, se indica que el promedio anual de personas (aproximadamente 44.400) que viajan al exterior, tienen como objetivo la búsqueda de mejores oportunidades laborales y salariales. De acuerdo con esa cifra, la cifra de guatemaltecos en Estados Unidos de América es de 1.637.119, cifra que afecta el crecimiento del ingreso de remesas al país.

De acuerdo con la data de conducciones registradas por la Dirección General de Migración, en el año 2015 (enero-octubre), un total de 10,305 niños, niñas y adolescentes han sido repatriados a Guatemala; de los cuales 10,187 provenían de México (deportados vía terrestre) y 118 de los Estados Unidos (deportados vía aérea).

Así mismo niñas, niños y adolescentes manifestaron como principales motivos migratorios la búsqueda de oportunidades laborales, el deseo de reunificarse con su familia, huir de la violencia, explotación, abusos y mejorar sus condiciones. Según datos de CONAMIGUA, revelan que anteriormente se iban 300 menores al día. Esta cifra se ha reducido a 150.



## 1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La migración masiva de niños y adolescentes centroamericanos, especialmente guatemaltecos, hondureños y salvadoreños, hacia Estados Unidos provocó una crisis humanitaria el año pasado (2014), la cual llegó a cifras de más de 67,000 menores de todas las nacionalidades del triángulo norte y México.

Los gobiernos de Guatemala, Honduras y El Salvador, son los que integran el llamado Triángulo Norte Centroamericano.

### 1.2.1 Magnitud

La OIM (2012) estimaba que la población guatemalteca en Estados Unidos alcanzaba las 1,044,209 personas en el 2012. Dadas las dificultades que presume un viaje irregular por tierra desde Guatemala a Estados Unidos por vías no autorizadas, la mayoría de los migrantes por este medio son hombres. Se estima que de la población residente en el extranjero, 72% son hombres y 28% mujeres. La mayor parte de los y las migrantes de Guatemala se encuentra concentrado entre los 15 y 44 años, es decir, en la edad productiva.

El Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala, cuenta con siete sedes regionales divididas de la siguiente manera:

- Región I (Guatemala): Ciudad Capital
- Región II Norte (Alta y Baja Verapaz): Cobán
- Región III Nororiente (Izabal, Zacapa, Chiquimula, El Progreso): Teculután
- Región V Central (Sacatepéquez, Chimaltenango, Escuintla): Antigua Guatemala
- Región VI (San Marcos): San Marcos
- Región VII (Huehuetenango): Huehuetenango
- Región VIII (Quiché): Quiché

En cada una de estas sedes se brindan capacitaciones en forma gratuita en alrededor de 300 áreas por parte del INTECAP a familiares de migrantes, así como apoyo institucional en gestión de jornadas médicas, para regreso de niños estadounidenses de hijos de padres guatemaltecos deportados, atención hospitalaria, gestión de construcción de viviendas.

Así mismo, se brindan talleres dentro de cada una de las sedes de CONAMIGUA, municipalidades y escuelas, tratando el tema de riesgos y consecuencias de la migración, prevención de trata de migrantes, prevención de fraude para gestión de visas de trabajo a EEUU, gestión de becas de estudios y visas humanitarias, gestión de negación de asistencia económica por padres migrantes, etc.

De esta forma, queda establecido que cualquier niño y adolescente, puede ser un posible migrante irregular, a quien se le debe informar y concientizar, junto a sus padres y responsables, de los peligros que vendría a significar el viaje. La población beneficiada ascendería a un total de 10,758,852 personas, habitantes de los departamentos que son atendidos por cada una de las sedes de CONAMIGUA, esto contemplando los datos de población según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística (INE) para el año 2014. (Figura 1.2)

Departamento	Población 2014
 Guatemala	3 457 318
 Huehuetenango	1 143 887
 Alta Verapaz	1 112 781
 San Marcos	1 019 719
 El Quiché	953 027
 Quetzaltenango	789 358
 Escuintla	701 016
 Petén	638 296
 Chimaltenango	612 973
 Suchitepéquez	516 468
 Totonicapán	476 369
 Sololá	437 145
 Jutiapa	436 076
 Izabal	413 339
 Chiquimula	370 891
 Santa Rosa	346 592
 Jalapa	318 420
 Sacatepéquez	316 642
 Retalhuleu	304 168
 Baja Verapaz	270 521
 Zacapa	221 646
 El Progreso	158 092

Figura 1.2 Proyecciones de Población 2014 INE. (2014).

Proyecciones de población del Instituto Nacional de Estadística con base en el censo nacional de población. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Departamentos\\_de\\_Guatemala\\_por\\_poblaci%C3%B3n](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Departamentos_de_Guatemala_por_poblaci%C3%B3n)

## 1.2.2 Trascendencia

Según los datos emitidos en el informe de la OIM del 2012, que no difieren mucho de los emitidos en el 2014, se denota que la gran mayoría de migrantes en el extranjero posee un grado de educación primaria y siendo el destino del mensaje hacia padres y niños en el territorio nacional, una campaña audiovisual, vendría a facilitar el acceso a la información, tanto de niños como de los adultos a cargo. Al no existir material gráfico de este tipo, la información emitida por la institución se pierde, aunque sea emitida varias veces en las redes sociales, y con esto, los niños y adolescentes seguirán partiendo con rumbo a Estados Unidos de manera indocumentada y por vías no autorizadas y peligrosas, por influencia de sus padres o encargados, al no estar enterados de muchos de los riesgos que corren al viajar de este modo.

## 1.2.3 Vulnerabilidad

El proyecto resolverá el problema planteado, por medio de audiovisuales, entre ellos la técnica de la infografía, que es la visualización de grandes cantidades de información condensada en una pieza gráfica que combina descripciones, narraciones, gráficos y animación, para lograr que el espectador comprenda el tema con más facilidad. Esto se logrará en distintos niveles: A nivel institucional, la utilización de infografías animadas mostradas en pantallas de televisión constituirían un paso de crecimiento tecnológico en la manera de divulgar los peligros de la migración irregular en niños, esto significaría una técnica didáctica más moderna.

A nivel social, el material audiovisual propuesto facilitaría el entendimiento del público sobre el tema de la migración irregular.

A nivel didáctico, el material hará de los talleres una experiencia distinta de los años anteriores, tanto para adultos como para adolescentes y niños; además de facilitar el procesamiento de aprendizaje, ya que incluye: forma, movimiento, sonido y color.

La elaboración de este proyecto podrá mejorar la idea que tienen los padres, niños y adolescentes sobre lo que significa viajar de forma indocumentada hacia los Estados Unidos y así lograr sensibilizar e informar sobre algunos peligros que los niños y adolescentes pueden vivir en el viaje irregular por tierra.

Al no llevarse a cabo un proyecto audiovisual de concientización, muchos padres seguirán pagando a un adulto (coyote), para enviar a sus niños

hacia los Estados Unidos, y muchos adolescentes seguirán migrando de forma irregular sin estar enterados de los peligros que en el viaje puedan vivir.

### 1.2.4 Factibilidad

La forma de hacer factible el proyecto es por medio de la información que brinda el Consejo Nacional de Atención al Migrante Guatemalteco (CONAMIGUA), tomando en cuenta las anécdotas relatadas por los niños, adolescentes y adultos que ya han vivido ciertos peligros en dicho viaje irregular, por medio de la convivencia, para crear un material más acorde a la situación y de fácil entendimiento, sin recurrir mucho a los textos. Y así también presentando el resultado final en talleres, escuelas y municipalidades, para su difusión.

Los recursos con que se cuenta resultan suficientes para abordar el problema de manera satisfactoria.

- **Recursos Materiales:** La información pertinente para desarrollar el proyecto: libros, documentos, estadísticas, entrevistas.
- **Recursos Humanos:** Expertos en el tema que pueden contribuir con el desarrollo del proyecto, participación integral de la estudiante. Asesores profesionales de metodología y gráfico-visual.
- **Recursos Infraestructura:** Los programas de diseño para integrar los elementos, internet y medios de almacenamiento. Siendo un medio multimedia, el costo de los materiales es bastante accesible: CD, impresiones de carátula, etc.
- **Recursos Institucionales:** El apoyo del Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala (CONAMIGUA) y respaldo de la Escuela de Diseño Gráfico, USAC.
- **Recursos temporales:** 13 semanas (520 horas). (Figura 1.3)

TIPO DE EPS	Horas por día a la semana	Total de horas a la semana	Total de horas requeridas	Total de semanas
Presencial	8 horas	40 horas	520 horas	15
Semi presencial	4 horas presenciales	20 horas presenciales		
	4 horas a distancia	20 horas a distancia		
A distancia	8 horas a distancia	40 horas a distancia		

Figura 1.3 Duración de EPS (2015).

Recuperado de Manual de Iducción de EPS 2015, Escuela de Diseño Gráfico USAC. P6



## 1.3 CASOS ANÁLOGOS

### 1.3.1 ¡Quédate!

Guatemala lanzó el año pasado (2014), una campaña audiovisual, desde el Departamento de Comunicación Social y la Secretaría de Bienestar Social de la Presidencia de la República de Guatemala. La campaña “Quédate” es la que tuvo participación la esposa del presidente Otto Pérez Molina, Rosa María Leal de Pérez, busca concientizar a los pobladores de tres comunidades de Sololá y San Marcos para que no se vayan de manera ilegal a Estados Unidos. Se busca enviar un mensaje de sensibilización, especialmente a los padres de familia, que tienen el poder de decisión sobre los menores, para evitar que los pequeños emprendan el riesgoso viaje a la nación norteamericana, en situación migratoria irregular y sin la compañía de un adulto. Se lanzaron 2 cuñas radiales, una canción de 2 minutos de duración, la cual es acompañada de un spot de video. La campaña se concentra en centros educativos y organizaciones de padres de familia. (Figura 1.4)



Figura 1.5 No le Creas al Coyote (2014).

Campaña audiovisual, creada por el gobierno de El Salvador y UNICEF. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=wpTgE450llc>

### 1.3.2 No le Creas al Coyote

Campaña informativa que lanzó el gobierno de El Salvador con el apoyo de UNICEF dirigida a padres y niños migrantes. La campaña de sensibilización lanzada a nivel nacional posee dos fases. La primera es la difu-



Figura 1.4 ¡Quédate! (2014).

Campaña audiovisual, creada por la Secretaría de Bienestar Social de la Presidencia de la República de Guatemala. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=wpTgE450llc>

sión del mensaje publicitario denominado “No pongas en riesgo sus vidas”, que pretende advertir a los padres, madres y responsables del cuidado de las niñas, niños y adolescentes de todos los peligros a los que son expuestos cuando les dejan en manos de traficantes de personas, quienes priorizan el lucro de la actividad ilícita por sobre el bienestar de la niñez.

Y la segunda fase de la campaña se basa en un componente de movilización social, que busca llevar el mensaje a las comunidades identificadas de donde provienen la mayor cantidad de niñas, niños y adolescentes que están emprendiendo este peligroso viaje. Esta fase tiene un enfoque formativo de más largo plazo, orientado a promover el arraigo a las comunidades de origen.

La campaña cuenta con un spot de radio y televisión y material gráfico impreso (afiches y volantes) que complementan la acción que se realiza a nivel comunitario. Se utiliza la frase “No le creas al coyote”, para slogan de la campaña, lo cual rápidamente conecta puntos. El mensaje está dado a forma de cuento con un spot de televisión y radio que se titulan: El Cuento del Coyote. (Figura 1.5)

### 1.3.3 No Dejemos que se Vayan

Campaña lanzada por el gobierno de la república de Honduras con el apoyo de UNICEF.

Esta campaña, fue lanzada para presentar un programa para atender a los menores deportados.

La primera dama hondureña, Ana de Hernández, junto a autoridades de Unicef y de la Municipalidad de la segunda ciudad, San Pedro Sula lanzan la campaña junto al programa “Retorno de la Alegría”. La cual busca reducir la migración de niñas y niños hondureños, así como también cuidar de los que han retornado.

La estrategia cuenta con una amplia red de municipalidades, adolescentes y organizaciones gubernamentales, religiosas y comunitarias que a nivel local apoyan directamente para fortalecer a las familias y alentar a las niñas y niños para generar con ellos un arraigo e identidad con el país.

Se ha identificado como audiencia primaria a la población vulnerable que sufre en mayor medida las consecuencias del problema y que está siendo beneficiada, también la audiencia secundaria son los tomadores de decisión, prestadores de servicio, quienes ejercen más influencia en las niñas y niños y apoyan las acciones a nivel comunitario.

La campaña cuenta con seis spots de radio y televisión, material gráfico y mensajes para redes sociales, que complementan la acción que se realiza a nivel comunitario. (Figura 1.6)



Figura 1.6 No dejemos que se vayan (2014).

Campaña: Evitemos la migración de nuestras niñas, niños y Adolescentes. Una campaña promovida por la Presidencia de la República de Honduras y UNICEF. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=92WS0nDFWBA>



## 1.4 PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

Nombre Jurídico Completo:

Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala -CONAMIGUA-

Slogan:

Solidaridad y apoyo incondicional con las entidades estatales encargadas de abordar el fenómeno migratorio y con los guatemaltecos migrantes en el exterior.

Naturaleza Jurídica:

Institución gubernamental, con fines de proyección social y asistencia humanitaria.

Dirección del Domicilio Social:

Edificio de Atención al Migrante, 2do nivel, 2A Avenida 4-17, Zona 10, Guatemala 01010

Municipio:

Guatemala

Departamento:

Guatemala

Teléfono:

2494 8484

Página Web:

<http://www.conamigua.gob.gt/>

Servicio que presta:

Es el ente rector en materia de definición y coordinación de políticas migratorias de la República de Guatemala, siendo su competencia la protección de los migrantes guatemaltecos en el exterior y sus familias en Guatemala, así como de aquellos extranjeros que se encuentran en territorio nacional, independientemente de su situación migratoria.

#### Estructura:

Funciona en los siguientes niveles de atención, coordinación y supervisión.

-El Consejo asesor de CONAMIGUA, está integrado por los representantes institucionales y por los delegados de organizaciones de inmigrantes guatemaltecos que residen en el extranjero.

-A nivel regional, funciona con los delegados de los Consejos Regionales de Desarrollo Urbano y Rural, quienes son designados por cada Consejo para coordinar en su jurisdicción la coordinación interinstitucional del CONAMIGUA.

-Asimismo la Secretaría Ejecutiva funciona con los profesionales y técnicos necesarios para el cumplimiento de sus objetivos, de conformidad con el reglamento de la institución CONAMIGUA.

#### Funciones:

-CONAMIGUA prepara, supervisa y propone acciones necesarias en los planes y políticas públicas de atención a los guatemaltecos en el extranjero.

-Asimismo, promueve y recomienda acciones y mecanismos de verificación, cumplimiento y protección de los derechos humanos, económicos, sociales y culturales, civiles y laborales de los migrantes y de los trabajadores en el extranjero.

-Propone y coordina las mesas de trabajo interinstitucionales para la consulta, gestión y elaboración de iniciativas e impulso de acciones y consensos para la mejora en la atención y servicio de los guatemaltecos en el extranjero.

-Propone acciones conjuntas a desarrollar por las entidades y órganos del Estado guatemalteco, así como por otras autoridades de otros estados e instancias internacionales para la mejor atención del migrante.

-Dar seguimiento y establecer el debido cumplimiento de la política pública, planes programas y proyectos nacionales de atención en el extranjero y de los que se dan en comunidades de familiares de migrantes guatemaltecos.

-Propicia la expresión de los migrantes, especialmente frente a las autoridades del gobierno guatemalteco.

-Plantea al Organismo Ejecutivo y dependencias del Estado de Guatemala, mecanismos adecuados y expeditos para atención de las necesidades de los migrantes guatemaltecos.



## 1.5 GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo al cual irán dirigidas las piezas multimedia para divulgación y sensibilización sobre los peligros de la niñez migrante que viaja de forma irregular, no acompañada, se divide en dos ejes:

- Niños, niñas y adolescentes, comprendidos en las edades de 5-17 años.
- Padres y responsables de los niños, niñas y adolescentes.

### 1.5.1 Grupo 1

Son niños y adolescentes que normalmente están estudiando en escuelas públicas y trabajan para ayudar con la economía de la casa. Por lo regular solo alcanzan el grado de secundaria a nivel escolar. A veces, ellos tienen que trabajar hasta 10 horas diarias para cubrir los gastos del hogar, ya que en su mayoría pertenecen a familias de más de 7 miembros.

Son personas que desde muy pequeños han trabajado y no han crecido con las ventajas de otros o bien ambicionan lo que les muestra la televisión.

La mayoría tiene acceso a programas televisivos nacionales, ya que no todos tienen señal



Figura 1.7 Logotipo de la Institución

Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala. Recuperado de <http://www.conamigua.gob.gt/acerca-de-conamigua/estructura-organica-y-funciones-home/>

de cable. Cuentan con un celular en el hogar y normalmente son campesinos, trabajadores de construcción, mensajeros, entre otros.

## 1.5.2 Grupo 2

Son personas que por lo regular solo alcanzan el grado de secundaria a nivel escolar. A veces tienen que trabajar hasta 14 horas diarias para cubrir los gastos del hogar, ya que en su mayoría pertenecen a familias de más de 7 miembros.

Son personas que toda su vida ha trabajado y no han crecido con las ventajas de otros o bien ambicionan lo que les muestra la televisión.

La mayoría tiene acceso a programas televisivos nacionales, ya que no todos tienen señal de cable. Cuentan con un celular en el hogar y normalmente son comerciantes o campesinos.

Padres de niños y adolescentes entre los 4 y 17 años de edad.

Pertenecientes a los siguientes niveles socio económicos:

- Nivel Medio Bajo C2:  
A este corresponde el 32.5% de la población del área urbana de Guatemala.
- Bajo D:  
A este corresponde el 38.3% de la población del área urbana de Guatemala.
- Popular E:  
A este corresponde el 19.5% de la población del área urbana de Guatemala.  
(Figura 1.8)

	Nivel Alto AB (4.2%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio-Bajo C2 (32.5%)	Nivel Bajo D (38.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitán en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas.	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigera-dora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
Servicio domestico	2 o más. Servicio domestico	1 mínimo. Servicio domestico	1 o no tiene servicio domestico	No	No
Vehiculos	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No

Figura 1.8 Multivex Sigma Dos Guatemala (2011).

Definición de Niveles Socio Económicos (Área Urbana, Zona Metropolitana). [Estadísticas dentro del informe anual de Multivex Sigma Dos Guatemala]. Recuperado de Presentación Power Point.



# Capítulo 2



## MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1.1 Dimensión Social

2.1.1 Dimensión Funcional

2.1.1 Dimensión Estética

2.1.1 Dimensión Ética



## 2.1.1 DIMENSIÓN SOCIAL

### 2.1.1.1 Migración Irregular

La migración irregular es definida por la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), como el proceso en el cual, las personas se desplazan al margen de las normas de los Estados de envío, de tránsito o receptor porque quien migra carece de la autorización y documentación requerida por las autoridades de migración para ingresar, residir o trabajar en determinado país.

Para el caso guatemalteco, la migración irregular inicia con los pioneros migrantes en los años 50, que fueron tejiendo las redes sociales migratorias (familia, amistades, paisanos) que facilitaron la llegada de posteriores oleadas migratorias irregulares.

La serie de encuestas sobre remesas de la OIM perfilan el origen, la ocupación, estado civil, nivel educativo y causas por las que emigran los guatemaltecos, (los cuales representan 11,4% de la población). Respecto a las proporciones, se indica que el promedio anual de personas (aproximadamente 44.400) que viajan al exterior, tienen como objetivo la búsqueda de mejores oportunidades laborales y salariales. De acuerdo con esa cifra, la tasa de emigración durante el año 2009 al 2010 varió de un 10,5% a 11,4% y la cifra de guatemaltecos en Estados Unidos de América es de 1.637.119, cifra que afecta el crecimiento del ingreso de remesas al país.

En relación con los rasgos familiares, la encuesta indica que la mayor parte de guatemaltecos que se encuentra en el exterior son hijos (44,6%), esposos (21,2%), hermanos (16,6%) padres o madres (5,3) y otros parientes (12,5%) de la población encuestada.

La Encuesta determinó que los principales departamentos expulsores en el año 2010 son Guatemala (19,4%), San Marcos (10,5%), Huehuetenango (8,4%) y Quetzaltenango (6,1%). Jutiapa (5,0%), Escuintla (4,6%), Alta Verapaz (4,4%), Chiquimula (4,4%).

El resto de los departamentos tiene un porcentaje de expulsión que oscila entre 1,3 y 3,6%. (Figura 2.1)

De acuerdo a los registros de atención a retornados forzados desde Estados Unidos, atendidos por el equipo de Proyecto de Apoyo a Retornados Guatemaltecos de la OIM (GRP por sus siglas en inglés), el grado de escolaridad de las poblaciones migrantes es predominantemente primaria, con un 38%, la educación básica es de un 27%, Diversificado

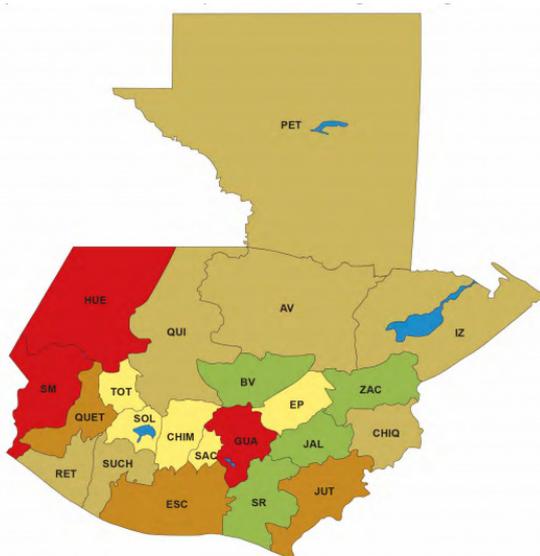


Figura 2.1 OIM/UNICEF. (2012).

Guatemala-departamentos de origen de emigrantes. [Estadísticas dentro del informe anual de la OIM]. Recuperado de Encuesta sobre Remesas 2010. Protección de la Niñez y Adolescencia. OIM/UNICEF.

22%, 11% asistió a la High School (Bachillerato), 1% universitaria y 1% sin escolaridad. Cifras que se asemejan a otras fuentes estadísticas, como la encuesta de la OIM. (Figura 2.2)

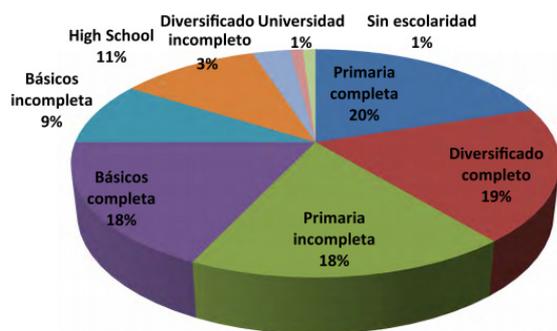


Figura 2.2 OIM/UNICEF. (2012).

Nivel de escolaridad de la población migrante. [Estadísticas dentro del informe anual de la OIM]. Recuperado de Encuesta sobre Remesas 2010. Protección de la Niñez y Adolescencia. OIM/UNICEF.

Sobre las causas, según los resultados de la Encuesta de la OIM 2010, el factor económico es uno de los principales argumentos porque 51,7% emigró con el objetivo mejorar sus condiciones económicas. La búsqueda de empleo es otra de las causas con un 37,2% ya que al momento de migrar estaban desempleados; 3,2% emigró por reunificación familiar, 1,6% emigró con la expectativa de construir una vivienda y 0,8% con la finalidad de iniciar un negocio.

También los factores sociales, como la violencia, reunificación familiar y la desigualdad económica se han identificado como causad de la migración. Según la encuesta, 1,6% salió del país por motivos familiares, 0,6% decidió salir del país por motivos de violencia generalizada o porque su integridad estaba en riesgo, 0,2% emigró por tener problemas con las autoridades. Los desastres naturales también provocan emigración, el 1,7% emigró por diversas causas (desastres) y 1,4% no respondió.(Figura 2.3)

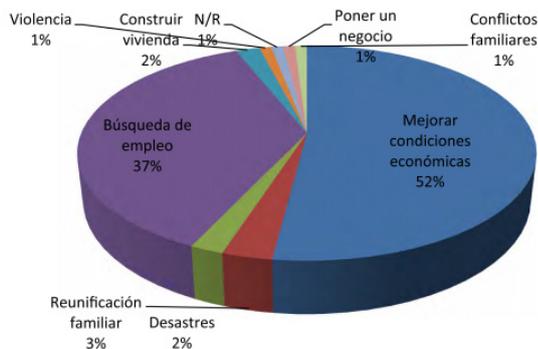


Figura 2.3 OIM/UNICEF. (2012).

Principales causas de la emigración. [Estadísticas dentro del informe anual de la OIM]. Recuperado de Encuesta sobre Remesas 2010. Protección de la Niñez y Adolescencia. OIM/UNICEF.

## ¿Cómo migran los guatemaltecos?

Escondidos en dobles fondos de autobuses, ocultos entre la mercadería que transportan los camiones y furgones. Saltando hacia los furgones del tren en movimiento para avanzar hacia el norte. En bicicleta, autobuses y taxis. Cavando túneles, saltando muros, escondidos en la maleza. Caminando largos tramos en el desierto. Recorriendo las selvas mexicanas para llegar a un poblado próximo.

Cambiando su identidad y aprendiendo los símbolos patrios, historia y autoridades de México.

Pagando 5 mil dólares EE.UU. por un viaje incierto. Exponiéndose a ser secuestrado, tratado, explotado, apresado y hasta perder la vida. (Figura 2,4)

Año	Mediante traficante	Por cuenta propia	Visa	Otros medios	No sabe
2007	78,30	6,19	6,93	2,30	6,26
2008	83,69	8,69	5,02	2,02	0,57
2010	58,00	8,00	16,0	12,00	6,0

Figura 2.4 OIM/UNICEF/El Salto del Norte. (2012).

Formas de realizar el viaje a los Estados Unidos. [Estadísticas dentro del informe anual de la OIM]. Recuperado de Encuesta sobre Remesas 2010. Protección de la Niñez y Adolescencia. OIM/UNICEF.

Sobre las causas, según los resultados de la Encuesta de la OIM 2010, el factor económico es uno de los principales argumentos porque 51,7% emigró con el objetivo mejorar sus condiciones económicas. La búsqueda de empleo es otra de las causas con un 37,2% ya que al momento de migrar estaban desempleados; 3,2% emigró por reunificación familiar, 1,6% emigró con la expectativa de construir una vivienda y 0,8% con la finalidad de iniciar un negocio.

También los factores sociales, como la violencia, reunificación familiar y la desigualdad económica se han identificado como causad de la migración. Según la encuesta, 1,6% salió del país por motivos familiares, 0,6% decidió salir del país por motivos de violencia generalizada o porque su integridad estaba en riesgo, 0,2% emigró por tener problemas con las autoridades. Los desastres naturales también provocan emigración, el 1,7% emigró por diversas causas (desastres) y 1,4% no respondió.(Figura 2.3)

## 2.1.1.2 Niños y Adolescente Migrantes

Las causas de la migración de niños, niñas y adolescentes son comunes a la migración de adultos. Generalmente, son económicas y laborales, pero cobran fuerza las causas de reunificación familiar; Regularmente esta se lleva a cabo porque uno o ambos padres de los menores que han migrado anteriormente y aun bajo diversas formas, prefieren correr el riesgo que sus hijos e hijas emigren a seguir separados. Otros casos, refieren a niños que migran sin el permiso de sus padres, porque muchas veces huyen de situaciones de violencia, explotación o abusos.

Dentro de los principales actores que vulneran la integridad de los niños y adolescentes migrantes identificados están: “contrabandistas, tratantes de personas, agentes del orden locales, miembros de pandillas, guardias ferroviarios de seguridad y otros actores no estatales mientras están en tránsito a través de México.

Similares circunstancias experimentan los niños y niñas migrantes en su tránsito por Guatemala. Según el estudio “Derribando muros”, algunos abusos cometidos contra niños y adolescentes migrantes en Guatemala son: explotación laboral y sexual, abusos físicos, verbales y malos tratos por parte de autoridades migratorias. Mientras que los riesgos económicos se centran en posibilidades de ser engañados por “el coyote”, robos y pérdidas de dinero en efectivo.

Según el Comité de los Derechos del Niño, los niños no acompañados son quienes se encuentran fuera de su país de origen y están “separados de ambos padres y otros parientes y no están al cuidado de un adulto al que, por ley o costumbre, incumbe esa responsabilidad.” (Figura 2.5)

De acuerdo con la data de conducciones registradas por la Dirección General de Migración en el año 2015 (enero-octubre), un total de 10,305 niños, niñas y adolescentes han sido repatriados a Guatemala; de los cuales 10,187 provenían de México (deportados vía terrestre) y 118 de los Estados Unidos (deportados vía aérea).

Así mismo, niñas, niños y adolescentes manifestaron como principales motivos migratorios la búsqueda de oportunidades laborales, el deseo de reunificarse con su familia, huir de la violencia y mejorar sus condiciones. Según datos de CONAMIGUA, revelan que anteriormente se iban 300 menores al día. Esta cifra se ha reducido a 150. (Figura 2.6 y Figura 2.7)

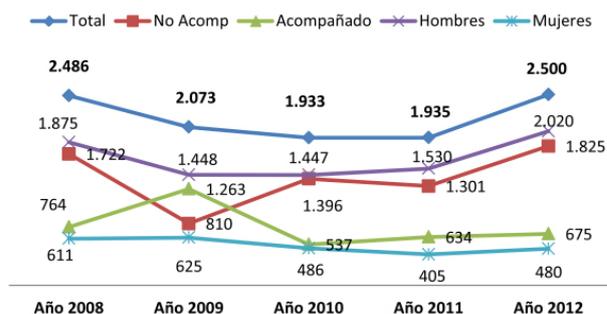


Figura 2.5 OIM/UNICEF/INM (2012).

Tendencias en el retorno forzado de NNA desde México. [Estadísticas dentro del informe anual de la OIM]. Recuperado de Encuesta sobre Remesas 2010. Protección de la Niñez y Adolescencia. OIM/UNICEF.

### ENERO - OCTUBRE 2015-2014

MESES	MAYORES DE EDAD		MENORES DE EDAD		TOTAL 2015	TOTAL 2014
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES		
ENERO	4,104	848	504	217	5,673	2,120
FEBRERO	4,070	848	592	248	5,758	2,651
MARZO	4,741	942	566	247	6,496	3,553
ABRIL	4,409	928	677	299	6,313	2,547
MAYO	4,750	1,083	723	340	6,896	2,588
JUNIO	4,259	1,152	872	499	6,782	2,740
JULIO	4,174	1,209	933	484	6,800	4,115
AGOSTO	3,477	979	874	416	5,746	4,269
SEPTIEMBRE	3,077	776	643	333	4,829	4,675
OCTUBRE	2,189	578	473	247	3,487	5,396
<b>TOTAL</b>	<b>39,250</b>	<b>9,343</b>	<b>6,857</b>	<b>3,330</b>	<b>58,780</b>	<b>34,654</b>

Figura 2.6 Guatemaltecos Deportados Vía Terrestre (2015).

Dirección General de Migración del Gobierno de Guatemala. (2015). Guatemaltecos deportados de México vía terrestre 2015 [Estadísticas dentro del informe anual de la Dirección General de Migración del Gobierno de Guatemala]. Delegaciones. Elaborado por la Oficina de Estadística. Recuperado de <http://www.migracion.gob.gt/index.php/root1/estadisticas.html>

### ENERO - OCTUBRE 2015-2014

MESES	MAYORES DE EDAD		MENORES DE EDAD		TOTAL 2015	TOTAL 2014
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES		
ENERO	4,104	848	504	217	5,673	2,120
FEBRERO	4,070	848	592	248	5,758	2,651
MARZO	4,741	942	566	247	6,496	3,553
ABRIL	4,409	928	677	299	6,313	2,547
MAYO	4,750	1,083	723	340	6,896	2,588
JUNIO	4,259	1,152	872	499	6,782	2,740
JULIO	4,174	1,209	933	484	6,800	4,115
AGOSTO	3,477	979	874	416	5,746	4,269
SEPTIEMBRE	3,077	776	643	333	4,829	4,675
OCTUBRE	2,189	578	473	247	3,487	5,396
<b>TOTAL</b>	<b>39,250</b>	<b>9,343</b>	<b>6,857</b>	<b>3,330</b>	<b>58,780</b>	<b>34,654</b>

Figura 2.7 Guatemaltecos Deportados Vía Aérea (2015).

Dirección General de Migración del Gobierno de Guatemala. (2015). Guatemaltecos deportados de México vía aérea Enero-Octubre 2015. [Estadísticas dentro del informe anual de la Dirección General de Migración del Gobierno de Guatemala]. Delegaciones. Elaborado por la Oficina de Estadística. Recuperado de <http://www.migracion.gob.gt/index.php/root1/estadisticas.html>

### 2.1.1.3 Coyote o Pollero

El término coyote, un nahualismo (cóyotl), originalmente es el nombre de un animal (según distintos autores, de las especies *Thos cagallis* y *T. latrans* o, para otros, *Canis latrans*), pero también el nombre de un actor social de la historia de México y Centroamérica que ha ido cambiando. Este término es usado actualmente en la mayoría de los países latinoamericanos para hacer referencia, a un intermediario en el contexto de relaciones sociales irregulares. *El Diccionario de la Real Academia Española (RAE)* dice, en su segunda acepción: (Ecuad., El Salv., Hond. y Méx.) “Persona que se encarga oficiosamente de hacer trámites, especialmente para los emigrantes que no tiene (sic) los papeles en regla, mediante una remuneración”.

El término surgió en la la región fronteriza de Tijuana, a partir de una historia contada por los lugareños, que dice que los enganchistas (contratistas de mano de obra migrante) que operaban en la frontera Texas-México en los primeros años del siglo XX buscaban evitar el pago al gobierno estadounidense de un impuesto “por cabeza” por cada trabajador que cruzaban por el Río Bravo (Durand 1998; García 1981). Ya que el término es utilizado coloquialmente en la frontera no solo para denominar al traficante de migrantes sino también para cualquier persona que ofrece una asistencia pagada a un cliente con el fin de tramitar algún requisito burocrático siguiendo procedimientos no institucionales. Cardoso (2001)

Cuando el término “coyote” se le aplica a los traficantes de migrantes, sugiere características que están asociadas con el personaje que aparece en muchos cuentos folklóricos mexicanos y de los pueblos indígenas del Suroeste de los Estados Unidos. En estos relatos, el coyote tradicionalmente es retratado como un ser engañoso, ladrón, predador, egoísta, difícil de capturar además de que tiene la habilidad de maniobrar exitosamente los terrenos más crueles y deshabitados. Herrera-Sobek escribió la siguiente lectura de la representación del coyote en el folclor de los migrantes mexicanos:

*“The crafty coyote (smuggler) takes advantage of innocent undocumented pollos. In barnyard lore, the coyote is the animal who sneaks in at night and steals the farmer’s chickens to eat them”.*

Un sinónimo de coyote que fue y es el de “pollo”. Porque cuando se internaban clandestinamente por los senderos con rumbo a los Estados Unidos, los migrantes (ahora también llamados pollos) avanzaban en fila india detrás del guía. La imagen metafórica es la de la gallina seguida de sus pollitos; de ahí el nombre de pollero para el guía de los pollos (que en argot<sup>1</sup> significa “los migrantes”). (Figura 2.8)

NIVEL DE ORGANIZACIÓN DE LOS COYOTES	MIGRANTES SIN ACCESO A UNA RED	MIGRANTES CON ACCESO A UNA RED
Guía comunitario	09%	16%
Bandas estructuradas de bajo nivel	18%	40%
Bandas estructuradas de alto nivel	53%	17%
No usaron coyote	20%	27%

Figura 2.8 Uso de coyote según nivel de organización y acceso a una red de migrantes (2011).

Encuestas del proyecto Migración internacional en el bajo, CER / Colmich.

<sup>1</sup> Los argots se producen continuamente para nombrar aquello que carece de una traducción literal en la lengua normada, vigente en un determinado momento. La mayoría de estos argots acaban siendo aceptados como vocabulario propio de ese idioma o del grupo social.



## 2.1.2 DIMENSIÓN FUNCIONAL

Los gobiernos de Latinoamérica se han encomendado a la tarea de retener a los niños en sus países de origen y educarlos, pero la tarea no es fácil ya que se deben hacer cambios desde la desigualdad social tan marcada que existe en los países latinoamericanos.

En Centroamérica y México UNICEF ha actuado a nivel de divulgación, así también en cada país los gobiernos han emitido diferentes campañas para la divulgación del problema, y en algunos se han tomado la tarea de realizar campañas de persuasión para niños y padres migrantes. En Guatemala las diferentes instituciones de ayuda al migrante han hecho su trabajo de divulgación, realizando foros, talleres y emitiendo material impreso que abarca la violación de los derechos humanos y todo lo que gira en torno al problema de la niñez migrante.

Así también se organizó una pequeña campaña dedicada a los posibles migrantes de la población guatemalteca en general, de la cual aún no se ven los resultados. El no contar con material gráfico audiovisual para informar sobre el tema, hace imposible el persuadir a los niños, adolescentes e incluso a sus padres, de no recurrir a la migración irregular, ya que los perfiles de estos grupos suelen tener baja educación y esto hace más difícil la comunicación por escrito. Si no se cuentan con material gráficos, sencillos y fáciles de entender las estadísticas se vuelven números en papel y lo que puede funcionar como una campaña de sensibilización, termina siendo un papel con notas y cuadros de testimonios.

El material audiovisual, vendría a facilitar el acceso a la información tanto de niños como de los adultos a cargo. Al no existir material gráfico de este tipo la información emitida por la institución se pierde, aunque sea emitida en las redes sociales, y con esto, los niños y adolescentes seguirán partiendo sin educación, y en condiciones precarias con rumbo a Estados Unidos de manera indocumentada por influencia de sus padres o encargados, al no estar enterados de muchos de los riesgos que corren al viajar de este modo.

### 2.1.2.1 Campañas Sociales

Una campaña social es una iniciativa de comunicación cuyo objetivo es influir en la conducta de los individuos. Su propósito es sensibilizar y concienciar sobre una problemática social, y en algunos casos, ofrecer alguna conducta alternativa o solución para estos problemas. Las campañas sociales pueden darse en muchos ámbitos, entre ellos: el de los derechos humanos, salud, medio ambiente, educación, cultura y cualquier otra área que sea considerada como un problema social.

“La campaña tiene la responsabilidad de promover valores y actitudes que contribuyan al bienestar de la sociedad en su conjunto, y aunque emplean muchas técnicas similares al lenguaje publicitario, no deberían promocionar productos o servicios que beneficien a empresas o particulares”. (Licda. Ladis Romero Varela)

### 2.1.2.2 El Brief

El brief debe construirse con base en los objetivos de la campaña o proyecto, en este caso un proyecto social de material audiovisual, en el ámbito de los derechos humanos en favor de la niñez migrante guatemalteca. Este debe levantarse sobre los insights, que son verdades ocultas del consumidor y sus formas de pensar, sentir o actuar reveladoras que generan oportunidades de crear branding y comunicación, en pocas palabras darse a la tarea de conocer al grupo objetivo.

### 2.1.2.3 Comunicación Audiovisual

La comunicación audiovisual se define como el proceso en el cual existe un intercambio de mensajes a través de un sistema sonoro y/o visual. Es un lenguaje múltiple con una gran diversidad de códigos, que pueden ser analizados tanto por sí solos o en conjunto.

James Lett cita: “La televisión ha sido la fuente preferida de noticias para el americano promedio durante más de tres décadas, lo que significa, simple y llanamente, que la mayoría de los americanos adultos obtienen hoy la mayor parte de información acerca de los sucesos que ocurren en el mundo a través de las noticias televisadas.”

Así es como se cree que la interacción entre la persona que va a recibir el mensaje, se basa en primer lugar en la observación, en lo que ve. Las funciones implicadas en la interpretación de los mensajes visuales o sonoros y la creación de un mensaje visual, tienen que ver con varias ciencias que se encargan de la relación entre el desarrollo y la relación entre los elementos lingüísticos; algunas de estas ciencias son la antropología, semiótica, lingüística, entre otras.

En la sociedad de la información, la imagen y el sonido son por los cuales se recrea una realidad o una ficción, aunque, los medios de comunicación legitimados (radio, prensa, televisión, etc.), a través de sus noticiarios han dado la sensación de que todo aquello que transmiten es verídico.



Figura 2.9 Talleres CONAMIGUA (2015).

Talleres impartidos en escuelas, por las sedes regionales de CONAMIGUA. Recuperado de Perfil oficial de CONAMIGUA en Facebook: Apoyo al Migrante de Guatemala.

Afirma Jameson que “Las películas forman parte de un género igual que las personas pertenecen a una familia o grupo étnico. Basta con nombrar uno de los grandes géneros clásicos -el western, la comedia, el musical, el género bélico, las películas de gánsters, la ciencia-ficción, el terror- y hasta el espectador más ocasional demostrará tener una imagen mental de éste, mitad visual mitad conceptual” (1994: ix; citado en Altman 2000 [1999]: 33).

Esto implica que la producción audiovisual no es homogénea y que si el cine esta categorizado por géneros de acuerdo con la narrativa que rige la producción, así debiera ser con el resto de la comunicación audiovisual, tomando en cuenta los estudios del grupo objetivo, se debe desarrollar un retrato con el que se identifique para lograr material puro que se identifique con la realidad que lo rodea.



Figura 2.10 Talleres CONAMIGUA (2015).

Talleres impartidos en escuelas, por las sedes regionales de CONAMIGUA. Recuperado de Perfil oficial de CONAMIGUA en Facebook: Apoyo al Migrante de Guatemala.



## 2.1.3 DIMENSIÓN ESTÉTICA

### 2.1.3.1 Jingle

Según la página de Breed Dogs, el jingle es una melodía o canción breve utilizada con fines publicitarios; de modo que se consigue que la marca sea fácilmente recordada por las personas. Para que el jingle sea más efectivo, también se incluye un eslogan de la marca o se repite una frase.

La eficacia de un jingle es esencial porque tiene que imprimirse en la memoria del grupo objetivo. Por esa razón tiene que ser claro, corto y fácilmente identificable para poderse distinguir pronto. (Figura 2.11)

Muchas veces se utilizan canciones preexistentes para lograr atraer al público, otras veces es sólo un eslogan musical, una frase corta en una unidad formal menor. También existen aquellas instrumentales utilizadas como cortina musical.

Al mismo tiempo, los jingles son importantes porque son parte de la construcción del formato radiofónico: también sintetizan el estilo y el alma de lo que se quiere ofrecer, se recurre al aspecto emocional.

### 2.1.3.2 Spot de Audio y Video

Los seres humanos son motivados por la emoción y no solo por razones de consumo. Una vez más se recurre a la semiótica y a la antropología, donde a través del estudio de las sociedades, se pueden generar cuadros comparativos y simbólicos sobre la mejor forma de retratar los sentimientos y emociones de los seres humanos. Así un breve sonido, un icono, una fotografía, etc. pueden llegar a crear una conexión y lograr que la mentalidad del consumidor sufra un cambio

positivo o negativo.

Según algunos estudios se dice que la frecuencia de transmisión de los spot radiales y televisivos, debe ser entre 8 a 10 repeticiones diarias al menos 5 veces a la semana, esto lograra llegar con éxito a un grupo objetivo, tomando en cuenta los diferentes horarios en que este sintoniza. Los spot deben durar de 15 a 30 segundos, ya que si es más tiempo puede perderse la atención del público, o bien si es menos tiempo podría no captarse.

Para crear un spot de audio o video, debe crearse antes un guión donde se especifica los diálogos, efectos de sonido, música, locutor, entre otros (las imágenes en radio están dadas por los efectos de sonidos, la música y eventualmente la narración), en cuanto a el audio el objetivo es estimular lo mejor posible al oyente para que visualice las emociones que queremos transmitir.

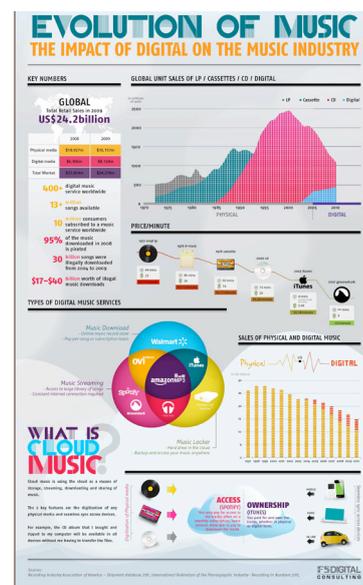


Figura 2.11 El Impacto de la Música en la Industria (2011). Toyoutome blog (2011). Recuperado de <http://toyoutome.es/blog/el-negocio-de-la-musica-suba-a-la-nube/5964>

### 2.1.3.3 Infografía

La infografía es una combinación de imágenes sintetizadas, explicativas y fáciles de entender, junto a textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión. Además de las ilustraciones, se pueden incluir de gráficos estadísticos que ayuden a entenderlas e interpretarlas.

De acuerdo con Richard Curtis, director de fotografía y diseño periodístico, “la gente lee los gráficos primeros; algunas veces es la única cosa que leen”.

Con la ayuda visual que brindan las infografías, suelen entenderse hasta las cosas más complicadas, y además son más fáciles de asimilar y recordar. La información numérica, del tiempo, estadística son más efectivas siendo ilustradas que mediante el puro uso de texto. Además, sirven de elementos diferentes que permiten otorgar mayor variedad y agilidad a la diagramación y pueden ser adecuadamente combinadas con textos, fotografías y en este caso también con movimientos de cámara y/o movimientos de imágenes para maximizar la comprensión de lo que se está informando.

Las infografías pueden dividirse en las categorías de gráficos, mapas, tablas y diagramas. Las aplicaciones más comunes de la infografía son: infografía periodística, infografía online, infografía arquitectónica, infografía instructiva, infografía cartográfica. (Figura 2.12)

#### 2.1.3.3.1 Infografía Animada

Una infografía animada es la que además de sus recursos tradicionales incluye los recursos modernos para contar una historia, animación 3D o 2D, interactividad audio y video. (Cairo,2009: 22-23)



Figura 2.12 3 Pasos para Crear una Infografía (2015).

Lapices Salvajes (2015). Recuperado de <http://lapicessalvajes.blogspot.com/2015/05/3-pasos-para-hacer-una-infografia.html>

## 2.1.3.4 El Guión

### 2.1.3.4.1 Guión Literario

Guión literario o continuidad dialogada: cuando la redacción novelada se convierte en secuencias y escenas, en las que los diálogos y la explicación de los lugares de acción, lugar y tiempo son especificadas con claridad.

### 2.1.3.4.5 Guión Técnico

Su base es el “guión literario”, que se divide en planos, escenas, secuencias, siendo en realidad un montaje en borrador. La estructura del guión un guión se divide en secuencias, que son como los actos de una obra de teatro. Cada secuencia lleva un encabezamiento que indica el lugar y el momento en que se va a desarrollar. La secuencia se subdivide en escenas. Cada escena comprende uno o varios planos, rodados en el mismo ambiente y con los mismos personajes. La estructura del guión, no tiene normas objetivas. Cada director, productor o guionista, decide aquello que es necesario que conste en el guión.

Etapas en la redacción de un guión dramático	
IDEA	objetivo del proyecto y tema sobre el que girará la futura historia
ARGUMENTO	da forma a la idea a través de la narración concisa pero completa de la historia, aparecen los acontecimientos y personajes principales que ya actúan según sus caracteres
SINOPSIS	desarrollo esquemático pero completo del argumento, resumen del guión que ya posee estructura . frontera del audiovisual
TRATAMIENTO	localización secuencial de la acción en su escenario correspondiente
GUIÓN LITERARIO	sucesión de escenas dialogadas y acotaciones explicativas
GUIÓN TÉCNICO	planificación de la realización con elección de planos, óptica, angulaciones e iluminación
story board	anexo del guión técnico en el que se representan los planos de forma gráfica

Figura 2.13 Etapas para escribir un guión (2015).

Recuperado de <http://ficus.pntic.mec.es/~jcof0007/VideoCEP/Tema3/guion.html>

Sec.	Pl.	Ind. Téc.	Story Board	Imagen	Sonido
1	1	PG		Jon discute con su mujer en la cocina. Gesticula violentamente.	Jon: Explícate, te lo ordeno
1	2	PM		Su mujer sale precipitadamente de la estancia para coger su bolso.	Ella: No hay nada que explicar.
1	3	PM Contrap.		Jon le alcanza y le grita ante la indiferencia de ..	Jon: ¡Mírame a ..

Figura 2.14 Guión Técnico.

Recuperado de <http://ficus.pntic.mec.es/~jcof0007/VideoCEP/Tema3/guion.html>

El guión técnico expone todas las especificaciones de carácter técnico para el rodaje o grabación de las distintas escenas. En él se ajusta la puesta en escena incorporando la planificación e indicaciones técnicas precisas. Algunas de las informaciones que encontramos en un guión técnico son:

- nº de escena
- nº de plano
- encuadre y tamaño de plano
- movimiento y dirección de cámara y personajes
- angulación, altura y posición de la cámara
- cobertura en grados
- óptica a utilizar
- decoración
- sonido
- iluminación
- efectos especiales, iluminación.

A estos datos se añade la descripción de la toma de sonido e incluso se puede completar con un plano y planta en el que se especifican las posiciones de la cámara y el orden de las tomas. Se hará asimismo una descripción sintética de la acción que tendrá lugar en el plano, especificando el movimiento interno del personaje en el cuadro y el movimiento de la cámara, marcando claramente los desplazamientos.

Respecto a la banda sonora se describirán -normalmente en otra columna-, sus componentes, palabra, ruidos, efectos y música. (Figura 2.14)

## 2.1.3.5 Story Board

Storyboard el storyboard es una herramienta útil para la elaboración de guiones, tanto del género dramático como el género informativo. Consiste en una serie de pequeños dibujos ordenados en secuencia de las acciones que se van a filmar o grabar, de manera que la acción de cada escena se presenta en términos visuales, producida de antemano para ayudar a los directores y los cineastas a visualizar las escenas y encontrar problemas potenciales antes de que estos ocurran.

El nivel de complejidad del storyboard varía de los dibujos más rudimentarios, hasta los más elaborados. Se puede hacer utilizando fotografías, recortes de revistas, transparencias

y, en general, cualquier material visual. Puede diseñarse a lápiz, a tinta, a color o en blanco y negro. La calidad artística es lo de menos. (Figura 2.14)

### 2.1.3.6 Narrativa Cinematográfica

Consiste en seleccionar todos los cuadros que describan mejor el guion. Se debe de tener un conocimiento amplio sobre la composición de cada plano para que éste exprese la trama en el mejor modo posible y centre la atención del espectador. (Cámara, 2008: 57)

### 2.1.3.7 Movimientos de Cámara

Descripción de un escenario a través del desplazamiento de la cámara en cualquier dirección. (Cámara, 2008: 44)

Según el taller de cine impartido en la página [www.nosvemosigual.com.ar](http://www.nosvemosigual.com.ar), en las primeras películas del cine, los movimientos de cámara eran casi inexistentes. Casi siempre la cámara era como un espectador en una obra de teatro. Todos los movimientos los hacían los actores frente a la cámara. Es decir, eran solo planos fijos.

Al tiempo que los equipos se fueron haciendo más fáciles de manejar y transportar, enseguida se empezaron a usar los movimientos de cámara como un recurso más de narración. Con los movimientos de cámara se empezó a escribir otra área del lenguaje audiovisual.

### 2.1.3.8 Ilustración Vectorial

El lenguaje vectorial desarrollado por Adobe, es ideal para dibujar crear y manipular líneas, curvas y figuras geométricas por que siempre produce las líneas mas afinadas sin ángulos dentados o imágenes borrosas sin importar la escala del diseño.

Existen distintos programas que permiten editar y crear gráficos basados en vectores como son el Adobe illustrator de Adobe, CorelDraw de Corel corporation, Visio de Microsoft corporation, entre otros.

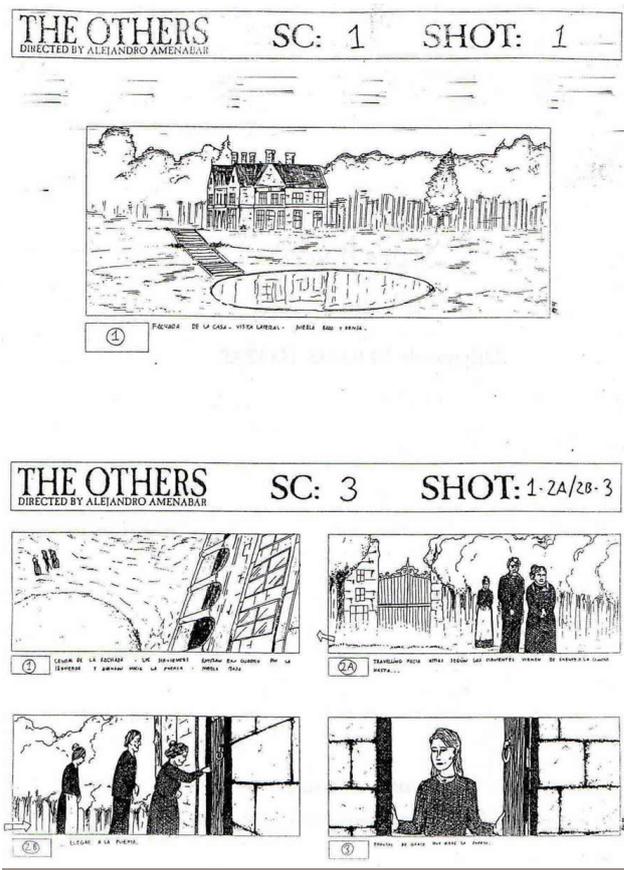


Figura 2.15 Story Board-Producción "The Others" (2001).

Recuperado de <http://ficus.pntic.mec.es/~jcof0007/VideoCEP/Tema3/guion.html>

Estos programas han introducido funciones como en tamaños y resoluciones, color, texto y miles de posibilidades para editar y adaptar el trabajo al gusto y necesidad de cada proyecto

Gracias a estos programas es posible escanear un dibujo a mano y convertirlo en una ilustración vectorial, que luego puede ser animada o editada de distintas maneras.



## 2.1.4 DIMENSIÓN ÉTICA

El diseño gráfico es una disciplina dedicada a la producción de comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente, según Frascara (2000). Como diseñadores gráficos, se tiene una responsabilidad social con el mundo y más cercanamente con el país de origen y sus comunidades, en este caso Guatemala, donde el ámbito de la profesión es atacado constantemente por una guerra mercadológica, enfocada mayormente en la publicidad y la práctica del consumo desmedido, el cual resulta ser uno de los factores principales de la migración, acompañado de la falsa ilusión de “el sueño americano”, donde la población migrante que nació en un país tercermundista con grandes índices de pobreza y desigualdad económica, donde la educación pública es inalcanzable y las nuevas tecnologías rodean al individuo más no lo involucran, donde una “economía naranja” bien implementada generaría empleo y niveles educativos de alto nivel tecnológico y diversidad cultural, pero que suele quedar como una utopía, debido a la falta de conciencia social y a la falta de líderes en los principales puestos.

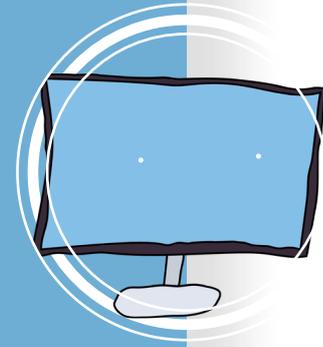
Es en este caso, donde le toca al diseñador gráfico incidir en su rol y crear mensajes gráficos para los compatriotas, creando conciencia para generar respuestas en cada uno de los ámbitos que comprenden a la sociedad humana; mensajes gráficos, asimilados, cortos y coherentes, ya que los bajos porcentajes de educación en la población marcan límites, más no levantan muros indestructibles de comunicación.

La migración masiva de niños y adolescentes centroamericanos, especialmente guatemaltecos, hondureños y salvadoreños, hacia Estados Unidos provocó una crisis humanitaria el año pasado (2014), la cual llegó a cifras de más de 67,000 menores de todas las nacionalidades del triángulo norte y México.

De acuerdo con estos datos es imposible ignorar las cifras y desacreditar el problema, como un problema social, que no se puede arreglar del todo con el diseño gráfico, pero como ciudadanos y compatriotas tenemos el “deber” social de emitir propuestas y divulgar los riesgos, las inseguridades y las amenazas a las que se exponen al emprender un viaje de forma irregular, cruzando fronteras, acompañados o no acompañados y peor aún en compañía de un “coyote”.

Como diseñadores gráficos, jugamos parte en la responsabilidad del futuro de las generaciones venideras, está en la forma creativa de comunicar el compromiso de cambiar mentalidades de consumo, volviéndolas un poco más trabajadoras del pensamiento y de los ideales, un poco más solidarias y menos egoístas, está en los mensajes ilustrados el deber de prevenir e indicar los peligros de migrar de forma irregular a los niños, adolescentes y padres guatemaltecos, y por último está en el poder de la animación, hacer realidad un mundo utópico, mostrando las ventajas que este implicaría.

# Capítulo 3



## PROCESO CREATIVO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

### 3.1 Retrato del Consumidor

Niños, adolescentes y adultos (padres).

### 3.2 Estrategia de Comunicación

Ventajas y Desventajas de las piezas digitales

### 3.3 Concepto Creativo

Insight + Concepto Creativo

### 3.4 Pre-Producción

Storyboard, guiones, bocetaje



## 3.1 RETRATO DEL CONSUMIDOR

Para establecer el retrato del consumidor se empleó la metodología de S.P.I.C.E. & P.O.E.M.S. junto con el método de las 6W y el método de los 6 sombreros y la lluvia de ideas.

### 3.1.1 S.P.I.C.E. & P.O.E.M.S.

El método de S.P.I.C.E. & P.O.E.M.S. es un cuadro comparativo, utilizado como estrategia de enseñanza, que permite identificar las semejanzas y diferencias de dos o más hechos. Es un proceso que facilita el procesamiento de datos y ayuda a ordenar el pensamiento.

Establece pautas que abarcan los componentes de mayor influencia sobre las cualidades del grupo objetivo, con la finalidad de establecer un perfil acertado del mismo. (Figura 3.1)

Interno	Externo
<b>Social:</b> ¿Qué es lo que necesita esta persona de las relaciones de las personas a su alrededor?	<b>People:</b> ¿Quiénes van a estar en contacto con la experiencia?
<b>Physical:</b> ¿Qué es lo que esta persona necesita en un nivel práctico y funcional?	<b>Objects:</b> ¿Qué cosas físicas pueden ser creadas?
<b>Identity:</b> ¿Cómo esta persona necesita definirse a sí mismo?	<b>Enviroments:</b> ¿En qué tipo de locación o en qué lugar se pueden llevar a cabo?
<b>Communication:</b> ¿Qué información necesita esta persona?	<b>Messages:</b> ¿Qué tipo de información puede ser proveída y cómo?
<b>Emotional:</b> ¿Qué es lo que esta persona necesita emocional y psicológicamente?	<b>Services:</b> ¿Qué servicios y sistemas de soportes pueden ser ofrecidos?

Figura 3.1 Tabla Comparativa S.P.I.C.E. & P.O.E.M.S.  
Elaboración propia, 2015.

2 El Lid proviene de la palabra inglesa lead de la que también deriva líder, que significa guía, ejemplo.

### 3.1.2 Las 6W del Periodismo

A través de la técnica de las 6W, 6 preguntas en ingles que empiezan por W o se encuentra en su interior la W, se conforma la noticia.

Las 6W son: Who (Quien), What (Qué), Where (Donde), When (Cuando), Why (Por qué) y How (Cómo).

La respuesta escueta (generalmente en una sola oración, 2 como máximo) sería el Lid<sup>2</sup> de la noticia.

Durante muchos años se ha considerado que un lid correcto debería contestar a todas las preguntas. (Figura 3.2)



Figura 3.2 Las 6W del Periodismo

Recuperado de <https://narrativadigital2012.wordpress.com/2012/03/17/periodismo-digital-y-narrativa/>

## Retrato del Consumidor: Niños y Adolescentes

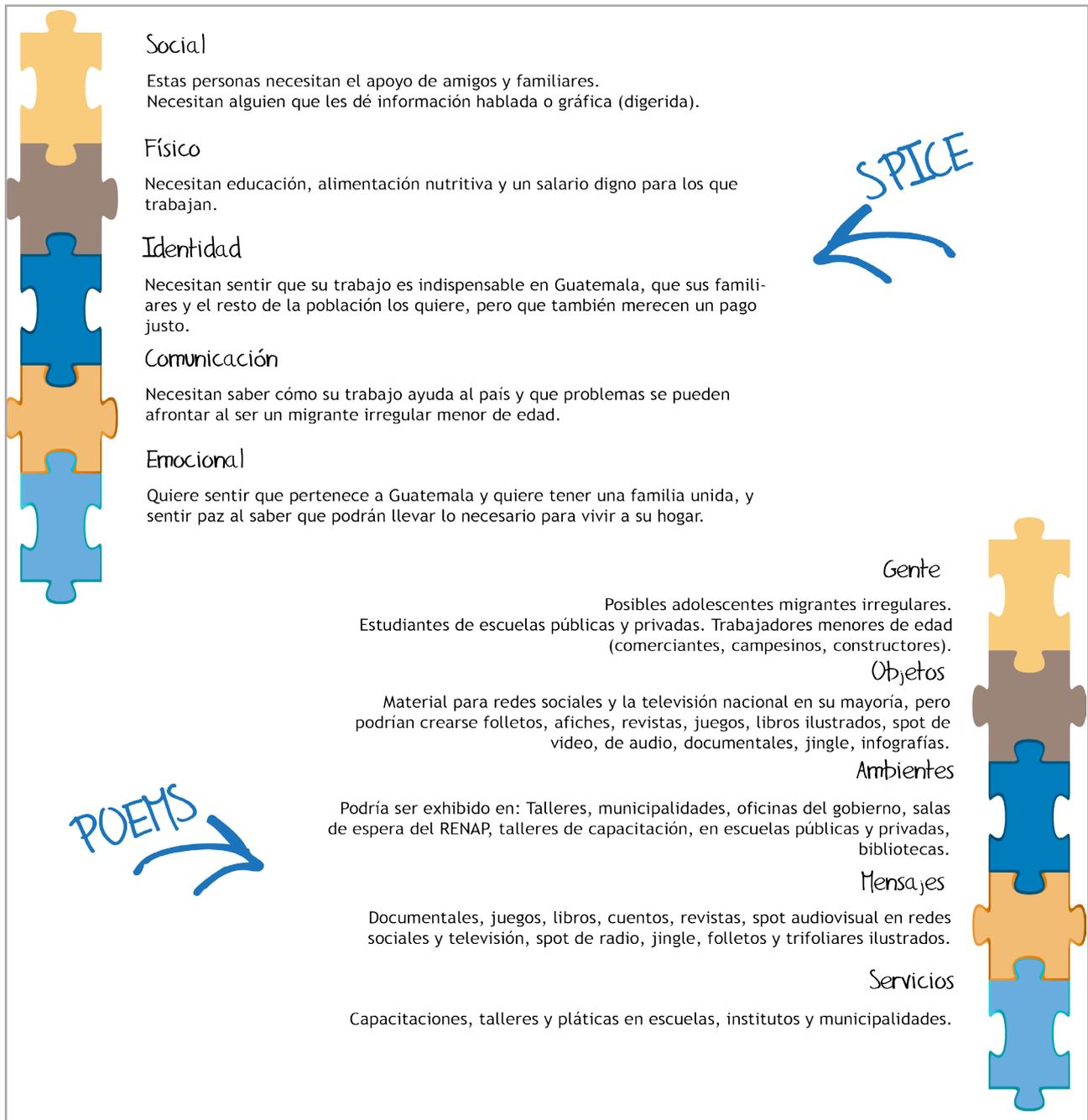


Figura 3.3 Retrato del Consumidor-Audiencia 1

Elaboración propia, 2015

## Retrato del Consumidor: Padres y Responsables

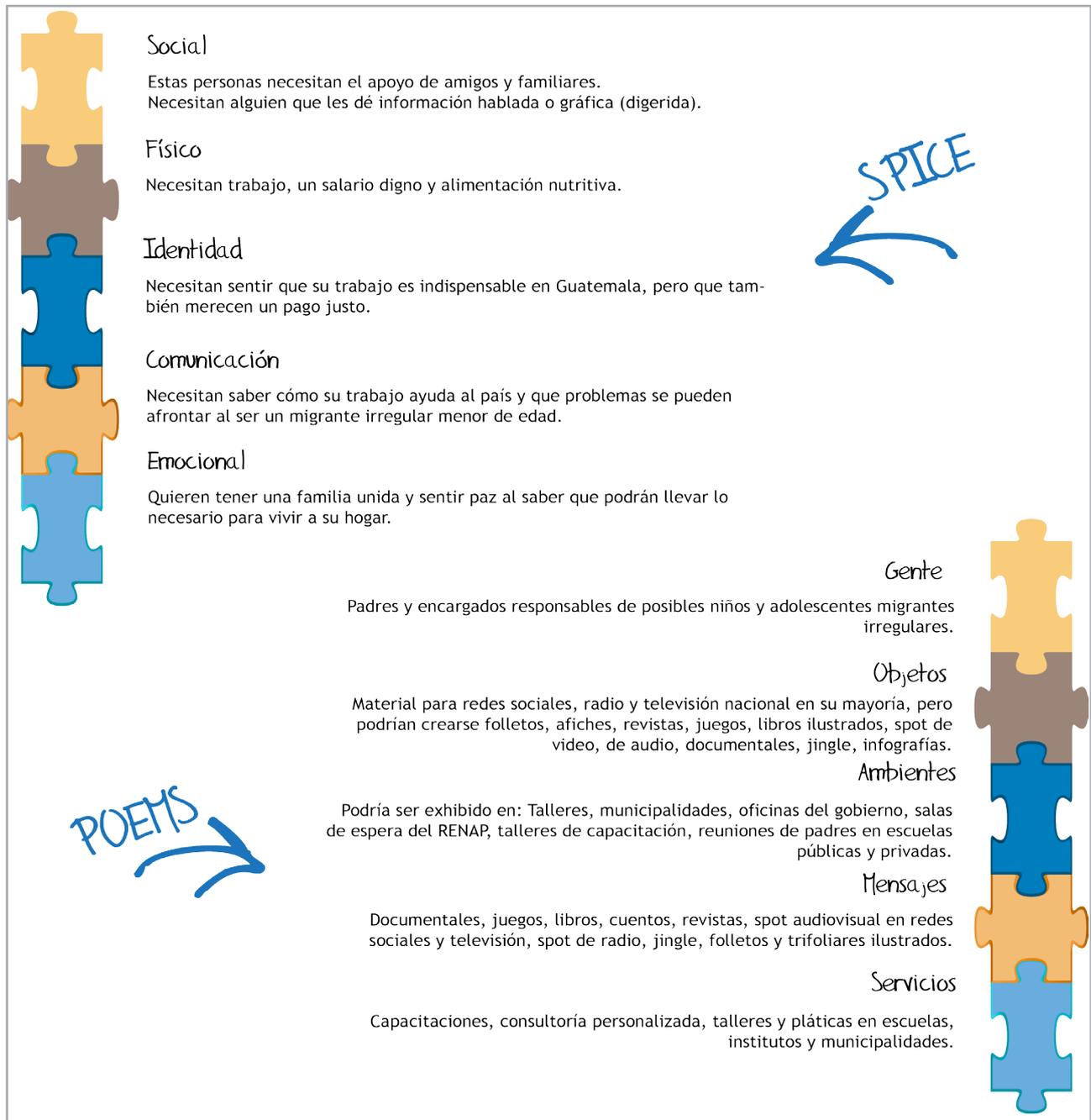


Figura 3.4 Retrato del Consumidor-Audiencia 2

Elaboración propia, 2015

## Las 6 W del Periodismo

### ¿Cuál?

La migración de niños y adolescentes guatemaltecos, hacia Estados Unidos, de forma irregular y viajando solos, enfrentándose a peligros en su viaje a través de México, como: contrabandistas, tratantes de personas, agentes del orden locales, miembros de pandillas, guardias ferroviarios de seguridad y otros actores no estatales mientras están en tránsito. CONAMIGUA necesita material audiovisual con información sintetizada para prevenir a los niños, adolescentes y padres sobre los peligros que enfrentan al viajar solos.

### ¿A quiénes?

El material audiovisual está dirigido a 2 grupos, el primero el de los niños y adolescentes de entre 5 y 17 años, con un nivel socioeconómico medio bajo, bajo y popular, con educación primaria, básicos, diversificado o bien con ningún tipo de educación, que pueden o no ser trabajadores, que residan en la zona metropolitana de Guatemala, y que pueda estar vulnerable a tomar la decisión de migrar hacia Estados Unidos. Y el segundo grupo, el de los adultos, padres y responsables que se puedan ver tentados a enviar a sus hijos con un “coyote o pollero”.

### ¿Dónde?

El material será difundido en primer lugar en las redes sociales y por medio de capsulas informativas en los canales de televisión comunitarios, así también dicho material será compartido durante los diversos talleres que CONAMIGUA brinda en las poblaciones del interior de la República.

### ¿Cuándo?

Entrevistas, citas con expertos y con los niños, con respecto al tiempo que marca el cronograma: 8 de Agosto-24 de Octubre.

### ¿Por qué?

Los instrumentos utilizados serán 100% digitales, esto para hacerlos más económicos para la institución, por la facilidad para difundirlos a través de las distintas redes sociales y por la gran aceptación que el grupo objetivo tiene hacia estos medios.

### ¿Cómo y Quién?

Por el rango de edad tan extenso que ocuparía el grupo objetivo, al ser se ha segmentado en 2 grandes grupos, (5-17 años de edad y 18 años en adelante) y tomando en cuenta que durante los talleres estarán presentes ambos grupos, se ha decidido elaborar 2 spot de video, 2 spot de audio, 1 jingle y 1 infografía animada, con los cuales se ha propuesto que no deben ser totalmente de carácter infantil, ni demasiado extensos. Deben lograr atraer la atención de los espectadores y brindarles la información deseada, de manera que el conocimiento sea adquirido.



## 3.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala, CONAMIGUA, es el ente rector en materia de definición y coordinación de políticas migratorias de la República de Guatemala, siendo su competencia la protección de los migrantes guatemaltecos en el exterior y sus familias en Guatemala, así como de aquellos extranjeros que se encuentran en territorio nacional, independientemente de su situación migratoria.

En este caso, CONAMIGUA quiere tratar el tema de los peligros que enfrenta la niñez migrante guatemalteca, que viaja y cruza la frontera de Estados Unidos, de forma irregular y sin acompañamiento, por medio de material audiovisual, que pueda ser difundido en primer lugar las redes sociales y por medio de capsulas informativas en los canales nacionales de televisión, así también dicho material será compartido durante los diversos talleres que CONAMIGUA, brinda en las poblaciones del interior de la República de Guatemala.

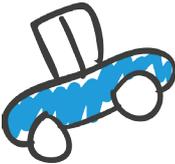
EL material audiovisual debe crear una conexión con los grupos objetivos a tratarse, creando cuadros comparativos y simbólicos, es decir, interconectando la información estadística, apelando a las emociones del público, para tener como resultado un material audiovisual de divulgación y sensibilización.

El material audiovisual está dirigido a los niños, adolescentes, padres y responsables que asistan a los talleres que brinda CONAMIGUA, pero la estrategia de comunicación será dirigir los diseños a las instituciones educativas, para que la información llegue a la audiencia principal.

Los instrumentos utilizados serán 100% digitales, esto para hacerlos más económicos para la institución, por la facilidad para difundirlos a través de las distintas redes sociales y por la gran aceptación que el grupo objetivo tiene hacia los medios digitales.

Uno de los principales objetivos de la institución, con respecto al material, es aconsejar, informar y prevenir a los niños, adolescentes y padres sobre los peligros que enfrentar al viajar solos y sobre los derechos humanos a los que están ligados aun viajando de forma irregular. El material audiovisual será un complemento para los talleres y conferencias que imparte CONAMIGUA en sus diferentes sedes en el interior de la República de Guatemala y escuelas públicas, que les ayude a informarse de una manera más atractiva.

### 3.2.1 Ventajas y Desventajas

Material	Medio	Ventaja	Desventaja
 <p>Spot de Video</p>	 <p>Digital</p>	 <p>El mensaje es corto y puede ser utilizado en talleres y difundido por medio de las redes sociales.</p>	 <p>Puede que el grupo objetivo no posea fácil acceso a las redes sociales y se torne difícil su difusión.</p>
<p>Spot de Audio</p>	<p>Digital</p>	<p>El mensaje es corto y puede ser utilizado en cadenas radiales nacionales a nivel de la ciudad capital o bien departamental.</p>	<p>Puede que el grupo objetivo no sintonice una emisora radial y se torne difícil su difusión.</p>
<p>Jingle</p>	<p>Digital</p>	<p>El Jingle, puede volverse viral en las comunidades de jóvenes adolescentes, si el ritmo logra identificarse con estos.</p>	<p>Puede que el grupo objetivo no se identifique con la música y se haga más difícil marcar la trascendencia del mensaje.</p>
<p>Infografía Animada</p>	<p>Digital</p>	<p>El mensaje es corto y puede ser utilizado en talleres y difundido por medio de las redes sociales</p>	<p>Puede que el grupo objetivo no comprenda en su totalidad el idioma español, y use una lengua materna, lo que puede tornarse en una dificultad de la comunicación oral.</p>



## 3.3 CONCEPTO CREATIVO

### 3.3.1 Insight

Se trabajó en el diseño de unas entrevistas con algunas de las personas que migraron hacia Estados Unidos siendo aún menores de edad, a niños, adolescentes que ya han migrado, así también a sus familiares. Durante dichas entrevistas se les hicieron 2 preguntas claves:

- 1- ¿Por qué se fue o por qué mando al niño(a)?
- 2- ¿A qué pensaba ir a Estados Unidos?

Se realizó un sondeo sobre las respuestas de las personas que migraron de forma irregular, y se encontraron algunas frases que se repiten entre los entrevistados. Entre ellas:

Yo quería conocer a mis papás.  
Yo buscaba una mejor vida.  
Yo pensé que llegando allá iba a tener trabajo.  
Yo soñaba con reunirme con mi mamá.  
Yo quería mandarle dinero a mi familia.  
Yo quería un radio y una tele para mi mamá.  
Yo quería conocer a mi mamá.  
Yo solo quería ir con mi hermanito.  
Yo solo quería que la mara me dejara en paz.  
Mi mamá me dijo que allá si iba a tener muñecas.  
Mi papá me mando porque pensó que iba estar bien.

Con estas frases se realizó una lluvia de ideas y analizando detenidamente cada frase se llegó finalmente a la conclusión que la frase que mejor define al material audiovisual por su contenido es:

**“YO QUERÍA”**

Para complementar el proceso creativo se utilizó la técnica de los 6 sombreros.

### 3.3.2 Concepto Creativo

Del insight se originó una frase asociativa  
**“Yo Quería= Sueños”**

Dos conceptos salieron de esta frase:

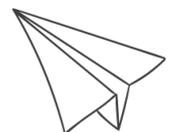
- 1- Que no jueguen con tus sueños.
- 2- Sueños de Papel.

Pero tomando en cuenta los anhelos que los niños mencionaron en sus respuestas, y en lo que los más pequeños suelen hacer en las casas de migrantes “dibujar y jugar”, y lo que algunos de los más grandes hacen: “escribir lo que pudo haber sido y contar sus historias entre ellos”.

Se optó por:

**“SUEÑOS DE PAPEL”.**

Todos los niños y adolescentes iban con altas expectativas, buscando mejores oportunidades, así también los padres y responsables mandaron a algunos con el sueño de un futuro mejor para ellos, todos tratando de cumplir un sueño, que algunos dibujaron, otros escribieron, pero que se destruyó con la facilidad con que se rompe una hoja de papel.



### 3.3.3 Los 6 Sombreros para Pensar

Es una técnica creada por Edward De Bono, una herramienta de comunicación utilizada en todo el mundo para facilitar la resolución o el análisis de problemas desde distintos puntos de vista o perspectivas. Se trata de un marco de referencia para el pensamiento que puede incorporar el pensamiento lateral.

Es un método que permite pensar de manera más eficaz. Los seis sombreros representan seis maneras de pensar y deben ser considerados como direcciones de pensamiento más que como etiquetas para el pensamiento, es decir, que los sombreros se utilizan proactivamente y no reactivamente.

Los beneficios derivados del uso de esta técnica son tres:

1. Fomentar el pensamiento paralelo.
2. Fomentar el pensamiento en toda su amplitud.
3. Separa el ego del desempeño.

Los seis estilos de pensamiento representados por cada sombrero son:

- Sombrero Blanco: Con este pensamiento debemos centrarnos en los datos disponibles. Ver la información que tenemos y aprender de ella.
- Sombrero Rojo: Con este observamos los problemas utilizando la intuición, los sentimientos y las emociones. El participante expone sus sentimientos sin tener que justificarlos.
- Sombrero Negro: Haciendo uso de este sombrero pondremos en marcha el pensamiento del juicio y la cautela, poniendo de manifiesto los aspectos negativos del tema tratado.
- Sombrero Amarillo: Con este sombrero pensaremos positivamente, nos ayudará a ver por qué algo va a funcionar y por qué ofrecerá beneficios.



Figura 3.5 Los 6 Sombreros para Pensar

Recuperado de <http://www.nmformacion.com/blog.asp?vcblog=1302>

- Sombrero Verde: Este es el sombrero de la creatividad. Algunas de las técnicas existentes para desarrollar la creatividad pueden ser utilizadas en este momento.
- Sombrero Azul: Es el sombrero del control y la gestión del proceso del pensamiento. Con él se resume lo que se ha dicho y se llega a las conclusiones. (Figura 3.5)

Los 6 Sombreros para Pensar

#### Sombrero Blanco

Con este pensamiento debemos centrarnos en los datos disponibles. Ver la información que tenemos y aprender de ella.

- Necesidad de recibir un mensaje corto.
- Rutas y principales peligros.
- Estadísticas.

#### Sombrero Rojo

Con este observamos los problemas utilizando la intuición, los sentimientos y las emociones. El participante expone sus sentimientos sin tener que justificarlos.

- Frustración y tristeza reflejada en las entrevistas.

- Desesperación y anhelos.
- Se sienten ignorados.

## Sombrero Negro

Haciendo uso de este sombrero pondremos en marcha el pensamiento del juicio y la cautela, poniendo de manifiesto los aspectos negativos del tema tratado.

- Sueños Frustrados.
- Promesas no cumplidas.
- El dolor en silencio.

## Sombrero Amarillo

Con este sombrero pensaremos positivamente, nos ayudará a ver por qué algo va a funcionar y por qué ofrecerá beneficios.

- El mensaje será resumido en una frase que puedan entender y será ilustrado con sus propios trazos.

## Sombrero Verde

Este es el sombrero de la creatividad. Algunas de las técnicas existentes para desarrollar la creatividad pueden ser utilizadas en este momento.

- Se genero una lluvia de ideas con las frases que más se repitieron durante las entrevistas.
- Se tomaron en cuenta los dibujos y las notas escritas.
- Pensar como niño.

## Sombrero Azul

Es el sombrero del control y la gestión del proceso del pensamiento. Con él se resume lo que se ha dicho y se llega a las conclusiones.

- Frase: “Yo Quería” = Sueños Rotos - Sueños Robados.
- Frase: “Le Dije a mi Mamá” = Promesas no cumplidas.
- Frase Final: Sueños de Papel.



## 3.4 PRE-PRODUCCIÓN

### 3.4.1 Preguntas Generadoras Contenido

Las entrevistas fueron realizadas en un entorno amigable, con los diferentes sectores, para lograr una mejor tabla de contenido. Algunas de las entrevistas a niños y adolescentes migrantes y familiares, fueron acompañadas de dibujos, que luego ellos mismos explicaron para su mejor comprensión.

#### 3.4.1.1 Entrevista CONAMIGUA, Lic. Fernando Castro

- ¿Usted conoce alguna campaña que hable de los temas relacionados a la migración, dentro y fuera del país?
- ¿Qué productos presentaba la campaña (spot de radio, spot de tv, videos, redes sociales, afiches, trifoliales, volantes, etc.)?
- ¿Existen documentos de divulgación sobre la trata de personas, niños migrantes, leyes de migración en CONAMIGUA? ¿Cómo se difunde este material?
- ¿De qué otra forma hacen llegar la información a los migrantes y los futuros migrantes? (charlas, conferencias, talleres, etc.)
- ¿Cómo operan con los centros de CONAMIGUA, en el interior de la república de Guatemala?
- ¿Qué servicio brinda CONAMIGUA a los posibles migrantes irregulares en Guatemala?
- Defina en 3 palabras el aporte que CONAMIGUA tiene en la sociedad guatemalteca.

#### 3.4.1.2 Entrevistas con migrantes fuera de Guatemala

- ¿A qué edad salió de Guatemala?
- ¿Cuál fue su motivo para salir de Guatemala?
- ¿A qué pensaba ir a Estados Unidos?
- ¿De qué forma enfrente su familia y amigos su decisión?
- Podría relatarme algún momento especial en su viaje.
- De ser irregular: ¿Conocía usted los riesgos de migrar antes de hacerlo? ¿Por qué lo hizo?
- De ser irregular: ¿Qué peligros enfrente en su viaje?

#### 3.4.1.3 Entrevistas a niños y adolescentes migrantes deportados

- ¿A qué edad salió de Guatemala? ¿Cuál es su edad actualmente?
- ¿Cuál fue el motivo para salir de Guatemala?
- ¿Qué fue lo que hizo que regresara a Guatemala?
- ¿Qué peligros enfrente en su viaje?
- Podría relatarme algún momento especial que recuerde de su viaje.
- ¿Usted ha trabajado alguna vez en Guatemala? ¿En qué trabajo?
- ¿En el camino hacia EEUU trabajo alguna vez? ¿En qué trabajo?
- ¿Conoce usted sus derechos como niño, fuera del país?
- ¿Antes irse, alguna vez recibió algún tipo de material donde le brinden información sobre temas relacionados a la migración?

#### 3.4.1.4 Entrevista a familiares de niños y adolescentes migrantes

- ¿A qué edad salió de Guatemala? ¿Cuál es su edad actualmente?
- ¿Cuál fue el motivo para salir de Guatemala?
- ¿Qué fue lo que hizo que su familiar regresará a Guatemala?
- ¿Le ha contado de algo peligroso que enfrentó en su viaje?
- Recuerda alguna anécdota de su familiar.
- ¿En el camino hacia EEUU, su familiar trabajó alguna vez? ¿En qué trabajo?
- ¿Antes mandar a su familiar, alguna vez recibió algún tipo de material donde le brinden información sobre temas relacionados a la migración?

### 3.4.2 Decisiones de Diseño

En cuanto a los elementos de diseño de las piezas, son minuciosos detalles del material, cuidadosamente orientados a crear sensaciones y reacciones en el público; atraer, enseñar, sensibilizar.

El material se basa en la utilización de códigos específicos, que sirven eficientemente para transmitir el mensaje deseado y son también elementos que se unifican con el concepto.

#### 3.4.2.1 Códigos Icónicos

En el audiovisual se utiliza una ilustración, que prácticamente fue construida por los mismos niños y adolescentes, quienes durante las entrevistas hicieron algunos dibujos y escribieron algunos mensajes. Estas ilustraciones y los mensajes fueron vectorizados y tratados con aspectos gráficos, algunos para que sean más entendibles y se desarrollaran sobre fondos de cuadernos, hojas de líneas, o bien hojas blancas arrugadas, como si se trataran de recortes del cuaderno de un niño. (Figura 3.6)

#### 3.4.2.2 Códigos Tipográficos

Se utilizó una tipografía miscelánea “Gilles Comic Font” que simulara los trazos de un niño (tipografía hecha a mano). De igual manera servirán los mensajes escritos por los adolescentes, para el desarrollo de esta, o bien para buscar similitudes con las ya existentes.

Así también se utilizó como tipografía comple

mentaria, la fuente “Trebuchet MS” de la familia palo seco, para el desarrollo de algunos textos alternos en el material audiovisual.

#### 3.4.2.3 Códigos Cromáticos

Se utilizaron diversidad de colores, ya que los dibujos de los niños suelen ser saturados, pero predominaron la gama de colores azul cielo, que se identifican con el logo de CONAMIGUA y con la bandera de Guatemala, así también el azul logra crear la conexión con la palabra sueño, ya que muchas veces para referirse a las personas soñadoras, se suele decir que “anda entre las nubes”.

Se utilizaran también la gama de colores ocre, café y amarillo español, ya que estos servirán para crear el toque celestial y de inocencia que quiere reflejar el material, por ejemplo con destellos o en el tratamiento de la iluminación.

#### 3.4.2.4 Códigos Sonoros

##### 3.4.2.4.1 Música

La música que acompaña a los audiovisuales, fue tratada en 2 velocidades (compás de 4 tiempos o cuaternario=más rápido y un compás de 2 tiempos o binario=más lento). Se utilizan diversos sonidos durante el audiovisual, para abrir la composición se decidió el sonido de un lápiz escribiendo en una hoja de papel, como si se tratará de un niño escribiendo una carta, para luego pasar a unas campanas creadas con un xilófono que darán el toque celestial y de inocencia, luego se implementaran 4 acordes de guitarra acústica que le dan un toque más latino a la composición, así también se implementaron chasquidos de dedos y palmadas, que representan el sonido de los juegos de manos, de los niños y por último se implementó la melodía dada por un piano, todo guiado por el sonido de un redoblante y un platillo que funcionan como un metrónomo para marcar el tiempo de la canción. Cerrando la composición con el sonido de una hoja de papel rasgada, para indicar los sueños rotos de los niños.

#### 3.4.2.4.2 Voces

Para el jingle se utilizaron voces blancas (voces de niños), para los spot de video y de radio parte del mensaje fue narrado con voces de niños, que cuentan sus experiencias de la migración y el slogan del material es dictado por la voz de una mujer (locutora), en la infografía una voz de mujer hace el papel de narradora y las voces blancas sirven como complemento para dar la información, interactuando ambos como si un niño tuviera dudas y la narradora le respondiera de la forma más sintetizada posible.

#### 3.4.2.4.3 Efectos de Sonido

Los efectos que se utilizarán serán los de hojas de papel arrugado, papel rasgado, escritura sobre papel, rayar, frases de asombro de niños y efectos que correspondan a pelota rebotando, trampolín, etc. sonidos como sacados de dibujos animados (estos solo serán implementados en el jingle y la infografía animada).

#### 3.4.2.5 Animación

Para la animación, se utilizaron los dibujos vectorizados, creados por los niños. En cada pieza del material se utilizó de fondo una mesa con crayones y algunos otros aspectos que identificaran la inocencia de un niño y sus intenciones de viajar. Para crear un recorrido visual, se tomó la decisión de que toda la animación icónica se desarrollara sobre la mesa, creando una narrativa visual por medio de los movimientos y desenfocados de cámara.



Figura 3.6 Dibujo logrado durante las entrevistas

Dibujo elaborado por Eloisa Chiray Sapón, elaborado durante las entrevistas a niños y familiares de migrantes.

#### 3.4.2.6 Slogan

Para la creación del slogan del material audiovisual, se buscaba enfatizar la labor de la institución y destacar la responsabilidad de los padres y adultos responsables de los niños y adolescentes, en cuanto a la problemática, ya que los padres muchas veces suelen tomar la decisión de enviar a sus hijos con un coyote o pollero. Así también quería destacarse el concepto de “sueños de papel” y tomar en cuenta los dibujos de los niños. De tal manera se llegó a la conclusión de crear un solo slogan y acompañarlo de dos frases complementarias para dar el mensaje, según sea la pieza audiovisual:

Slogan - *Protegerlos es Nuestro Deber*

Frase 1- *No pongas en riesgo sus vidas, no dejes que destruyan sus sueños.*

Frase 2- *Cada día caen más sueños dibujados en el camino hacia Estados Unidos.*

### 3.4.3 Construcción de los Guiones

La creación del guion combina los resultados de dos partes esenciales del proceso de investigación: en primer lugar la exploración de los gustos del grupo objetivo, y en segundo, la investigación a profundidad del tema.

Para descubrir si el grupo objetivo quería conocer más sobre la migración irregular y los riesgos de la misma se creó una sección de la investigación cualitativa en la cual se les preguntó por qué querían saber más.

Aunque la mayoría se limitó a decir que querían saber más sobre la migración irregular y sus riesgos porque era interesante o para saber lo que viven otros guatemaltecos, también se obtuvieron respuestas más específicas como: “Porque me gustaría saber porque se van”, “Para saber porque muchas veces son enviados por los mismos padres”, “Porque quiero saber que caminos toman y a que se enfrentan”, “Porque me gustaría ayudar a otros niños para que no se vayan”.

El siguiente esquema muestra de manera simplificada las preguntas a responder en los guiones.



Figura 3.7 Esquema de Guión  
Elaboración propia, 2015

Una vez seleccionados los datos de mayor relevancia para el grupo objetivo se enumeraron los temas a abarcar y se planteó la explicación gráfica de cada uno de ellos.

El esquema para la infografía animada se planteó de la siguiente manera:



Figura 3.8 Esquema Guión de Infografía Animada  
Elaboración propia, 2015

Para la cración de los guiones se tomo en cuenta el enfoque narrativo múltiple o la perspectiva múltiple que se da cuando dos o más personajes se refieren a los mismos hechos, pero desde distintos puntos de vista, combinando varios de los tipos de relación que tiene el narrador directamente con el relato utilizado para contar la historia.

**El narrador heterodiegético o extradiegético** cuenta la historia externamente, sin tener nada que ver con los hechos relatados. **El narrador intradiegético**, que cumple únicamente con la función de narrar, lo podemos identificar a través de marcas dentro de la historia. El **narrador homodiegético**, cuentan la historia desde su participación en ella, dentro de este tipo de narrador podemos encontrar una subclasificación como narrador **protagonista (autodiegético)**, quien es el que cuenta su experiencia directamente; y el narrador **testigo (metadiegético)** que pertenece al mundo del relato, pero cuenta la historia como alguien que la ha vivido desde fuera.

### 3.4.4 Guiones Literarios

#### 3.4.4.1 Spot de Video 1

INT. DIA. MESA DE MADERA..... Escena 1  
Se observa a una mesa de madera, vista planta con pasaportes, crayones y hojas de solicitud de visa, donde caen hojas de dibujos mientras pasan avioncitos de papel volando.

#### **MÚSICA de autoría propia**

##### **NIÑA**

Me llamo Andrea.  
Yo quería ver a mi mami.

##### **NIÑA**

Me llamo Sofía.  
Yo quería ir con mi hermanito.

##### **NIÑA**

Me llamo Ericka.  
Yo quería zapatos para mi hermanita.

##### **NIÑO**

Me llamo Ronald Vicente.  
Mi papi quería que todo saliera bien.

##### **NIÑA**

Pero, el coyote me abandono en el desierto.

##### **NIÑA**

Yo, me caí del tren.

##### **NIÑA**

A mí me llevo un hombre.

##### **NIÑO**

Todo era mentira.

INT. DIA. MESA DE MADERA..... Escena 1  
Se observa a una mesa de madera, vista planta, donde aparece una mano escribiendo y cae una última hoja en blanco donde se dibuja el logotipo de la institución.

#### **LOCUTORA**

Cada día caen más sueños dibujados en el camino hacia Estados Unidos.  
No pongas en riesgo sus vidas.  
Protegerles es nuestro deber.

#### 3.4.4.2 Spot de Video 2

INT. DIA. MESA DE MADERA..... Escena 1  
Se observa a una mesa de madera, vista planta, donde se encuentran crayones, hojas con dibujos y un mapa, en el que se van trazando ciertos caminos.

#### **MÚSICA de autoría propia**

##### **LOCUTORA 1**

Melany fue enviada por sus papis con un coyote, con tan solo 6 anitos.  
Pero murió de frio en el desierto.

Gloria quería ver a su mama después de 10 años.

Pero un hombre se la llevo y ahora está más lejos.

Rudy corrió con mejor suerte, él quería comprar una radio para su mami y zapatos para sus hermanitos.

Pero fue detenido y ahora escribe una carta para su familia.

##### **NIÑO**

Los quiero a todos.  
Rudy.

INT. DIA. MESA DE MADERA..... Escena 1  
Se observa una mesa de madera, vista planta, donde aparece un mapa, que se rasga y en las hojas debajo de este, se empieza a escribir un mensaje.

#### **LOCUTORA 2**

Cada día son más los sueños que se quedan camino hacia Estados Unidos.  
No pongas en riesgo sus vidas.  
Protegerles es nuestro deber.

### 3.4.4.3 Infografía Animada

INT. DIA. MESA DE MADERA..... Escena 1  
Se observa a una mesa de madera, vista planta, donde se encuentra un cuaderno abierto, junto a una caja de crayones y otros elementos de escritorio. En el cuaderno empiezan a escribirse las palabras y a verse los dibujos con que se dará la información.

**MÚSICA de autoría propia**

**LOCUTORA**

¿Qué es migración?

**NIÑO**

¿Qué cosa?

**LOCUTORA**

Migración.

Es cuando los niños se van a otro país.

En Guatemala y Centro América los niños suelen irse hacia Estados Unidos.

**NIÑO**

¿Y... cómo migran los niños?

**NIÑA:**

¿En avión?

**NIÑA:**

¿En carro?

**NIÑO:**

¿Caminando?

**NIÑA:**

¿Con mamá?

**NIÑO:**

¿Con papá?

**NIÑA:**

¿Con un tío o una tía?

**NIÑO:**

¿Con la fulana o el mengano?

**LOCUTORA:**

SI!, de todas esas formas, pero la mayoría de veces: “solos”!

**LOCUTORA:**

Al viajar solos los niños se exponen a los siguientes peligros:

Muertes al caer del tren, al que llaman “La Bestia”.

En el desierto, por las altas y bajas temperaturas, pueden morir de frío o de calor.

Los niños se exponen a ser esclavizados o prostituidos por dinero.

Pueden sufrir ahogamientos en los ríos que atraviesan la frontera.

**NIÑO**

Pero... ¿Y por qué se van los niños?

**LOCUTORA**

Algunos porque quieren conocer a sus padres en Estados Unidos.

Otros porque quieren ayudar a su familia con dinero.

Y la mayoría de veces porque están huyendo de la violencia.

**LOCUTORA:**

No pongas en riesgo sus vidas, no dejes que destruyan sus sueños.

Protegerlos es nuestro deber.

### 3.4.4.4 Spot de Radio 1

**MÚSICA de autoría propia**

**NIÑA**

Me llamo Andrea.

Yo quería ver a mi mami.

**NIÑA**

Me llamo Sofía.

Yo quería ir con mi hermanito.

**NIÑA**

Me llamo Ericka.

Yo quería zapatos para mi hermanita.

**NIÑO**

Me llamo Ronald Vicente.

Mi papi quería que todo saliera bien.

**NIÑA**

Pero, el coyote me abandono en el desierto.

**NIÑA**

Yo, me caí del tren.

**NIÑA**

A mí me llevo un hombre.

**NIÑO**

Todo era mentira.

**LOCUTORA**

Cada día caen más sueños dibujados en el camino hacia Estados Unidos.

No pongas en riesgo sus vidas.

Protegerles es nuestro deber.

#### 3.4.4.5 Spot de Radio 2

##### **MÚSICA de autoría propia**

##### **LOCUTORA 1**

Melany fue enviada por sus papis con un coyote, con tan solo 6 añitos.

Pero murió de frío en el desierto.

Gloria quería ver a su mama después de 10 años.

Pero un hombre se la llevo y ahora está más lejos.

Rudy corrió con mejor suerte, él quería comprar una radio para su mami y zapatos para sus hermanitos.

Pero fue detenido y ahora escribe una carta para su familia.

##### **NIÑO**

Los quiero a todos.

Rudy.

##### **LOCUTORA 2**

Cada día son más los sueños que se quedan camino hacia Estados Unidos.

No pongas en riesgo sus vidas.

### 3.4.5 Construcción de Jingle

La creación de la letra del jingle, se realizó bajo el propósito de transmitir los riesgos de la migración irregular infantil de una forma atractiva a niños, adolescentes y padres. Dicha letra fue creada con rima pareada, dividida en 4 estrofas de 4 versos cada una, y una introducción de 2 versos, así como un verso final, que solamente es recitado mientras la música sigue.

La melodía fue creada bajo el tono de la menor, ya que las voces blancas (voces de niños) se adaptaban mejor a dicha nota, las voces siguen un estilo de rap, porque dicho estilo era más fácil de memorizar para el grupo objetivo.

#### 3.4.5.1 Jingle

##### **TÍTULO Sueños de Papel**

##### **MÚSICA de autoría propia**

##### **VOCES BLANCAS**

Yo solo quería,  
lo que no tenía

Caerán en el desierto  
Los sueños dibujados,  
por niños asustados  
y algunos maltratados

No iba a quitarte nada,  
yo solo soñaba  
Los chiquillos queremos jugar,  
Y no con el coyote viajar

Me fui de mi casa querida,  
me vine arriesgando la vida  
con hambre y con frío  
nadando en el río

Mientras las balas sigan libres,  
Y los derechos invisibles  
La bestia será,  
el tren de los sueños

##### **NIÑO**

No te preocupes, porque vuelvo papá.

## 3.4.6 Guiones Técnicos

### 3.4.6.1 Spot de Video 1

Sección	Plano	Movimiento de Cámara	Imagen	Texto	Tiempo
Escena 1 Plano 1	P1 Plano General	Travelling lateral de acompañamiento	Mesa de madera vista planta, donde caen hojas con dibujos de niños que a su vez están animados.	Andrea	2 Segundos
Escena 1 Plano 2	P2 Plano General	Travelling lateral de acompañamiento	Dibujos de niños (niña con su madre, una pareja de niños, una muñeca, un radio, zapatos)	Rudy Sofía Eloisa Ericka	18 Segundos
Escena 1 Plano 3	P3 Plano General	Travelling lateral de acompañamiento	Dibujos de niños (niño en una casa, familia proyectada en una televisión, niños en desierto, niña cayendo de un tren)	Ronald Vicente Moisés Dulce	17 Segundos
Escena 1 Plano 4	P4 Plano General	Travelling lateral de acompañamiento	Dibujos de niños que a su vez están animados. (un hombre con una niña, una niña llorando mientras un hombre la besa, paisaje de nieve)	Gloria Abigail Raúl	15 Segundos
Escena 1 Plano 5	P5 Plano Detalle	Zoom Out	Mesa de madera vista planta, donde caen hojas con dibujos de niños que a su vez están animados.	-----	7 Segundos
Escena 1 Plano 6	P6 Plano Detalle	Zoom In	Aparece una mano y cae una última hoja en blanco donde se dibuja el logotipo de la institución.	Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala.	10 Segundos

### 3.4.6.2 Spot de Video 2

Sección	Plano	Movimiento de Cámara	Imagen	Texto	Tiempo
Escena 1 Plano 1	P1 Plano General	Zoom In	Mesa de madera vista plana, donde se encuentra un mapa.	-----	2 Segundos
Escena 1 Plano 2	P2 Plano Detalle	Travelling de acompañamiento  Zoom In	Mesa de madera vista plana, donde se encuentra un mapa, en el que se empiezan a trazar unas líneas punteadas y aparecen escenas representativas de lo que narra la locutora.	-----	34 Segundos
Escena 1 Plano 3	P3 Plano General	Zoom Out	Mientras la rosa de los vientos llega al otro extremo del mapa, este se rasga.	-----	4 Segundos
Escena 1 Plano 4	P4 Plano Detalle	Zoom In	El mapa se rasga y sobre las hojas de papel que quedan debajo de él, se escribe una frase, que cierra la carta de Rudy, mientras la locutora dicta el mensaje.	Los quiero a todos. Rudy	7 Segundos

### 3.4.6.3 Infografía Animada

Sección	Plano	Movimiento de Cámara	Imagen	Texto	Tiempo
Escena 1 Plano 1	P1 Plano General	Zoom In	Mesa de madera vista planta, donde se encuentra un cuaderno rodeado de instrumentos de dibujo y unos pasaportes.	-----	2 Segundos
Escena 1 Plano 2	P2 Plano Detalle	Travelling de acompañamiento	Se hace un acercamiento al cuaderno y se empiezan a ver preguntas escritas, acompañadas de locución.	¿Qué es migración? ¿Cómo migran los niños?	13 Segundos
Escena 1 Plano 3	P3 Plano Detalle	Travelling de acompañamiento	Las preguntas de los niños se escriben y al mismo tiempo se van dibujando unos niños como grafitos.	¿En avión? ¿En Carro? ¿Caminando? ¿Con mamá? ¿Con papá? ¿Con un tío o una tía? ¿Con la fulana o el mengano?	15 Segundos
Escena 1 Plano 4	P4 Plano Detalle	Zoom Out	En el centro de las preguntas se escribe la palabra “solos”, y es encerrada en un círculo.	Solos	6 Segundos
Escena 1 Plano 5	P5 Plano Detalle	Travelling de acompañamiento Zoom Out	Se dibuja un cuadro en el que aparece el dibujo de un tren del que se cae un niño.	La Bestia Caídas del Tren	7 Segundos
Escena 1 Plano 6	P6 Plano Detalle	Travelling lateral de acompañamiento Zoom In	Se dibuja un cuadro en el que aparece un niño parado en el desierto sudando, junto a un termómetro.	Desierto Altas y Bajas Temperaturas	6 Segundos

Sección	Plano	Movimiento de Cámara	Imagen	Texto	Tiempo
Escena 1 Plano 7	P7 Plano Detalle	Travelling de acompañamiento	Se dibuja un cuadro en el que aparece una niña llorando mientras un hombre la besa.	Prostitución y Esclavitud	7 Segundos
Escena 1 Plano 8	P8 Plano Detalle	Travelling de acompañamiento	Se dibuja un cuadro en el que aparece un niño gritando y tratando de salir del agua.	Ahogamientos en el río	6 Segundos
Escena 1 Plano 9	P9 Plano Detalle	Travelling de acompañamiento	Se escribe la palabra pregunta "¿por qué?".	¿Por qué?	4 Segundos
Escena 1 Plano 10	P10 Plano Detalle	Travelling de acompañamiento	Se empiezan a enumerar cada una de las razones y se subrayan.	Porque quieren conocer a sus padres.  Porque quieren ayudar a su familia.  Porque huyen de la violencia.	11 Segundos
Escena 1 Plano 11	P11 Plano General	Zoom Out  Travelling de acompañamiento	Se dibuja un cuadro en el que aparece una familia, donde se suelta un globo y los niños ríen.	No dejemos que destruyan sus sueños.	7 Segundos
Escena 1 Plano 12	P12 Plano Detalle	Zoom In	Se escribe la frase slogan del material.	Protegerlos es Nuestro Deber	11 Segundos

### 3.4.7 Story Board

Algunos de estos Story Boards fueron realizados previos a la realización del guion, a manera de servir de guía para la redacción de éste. Fueron realizados de manera escueta a manera de que no significara una entretención para la producción final.

#### 3.4.7.1 Spot de Video 1

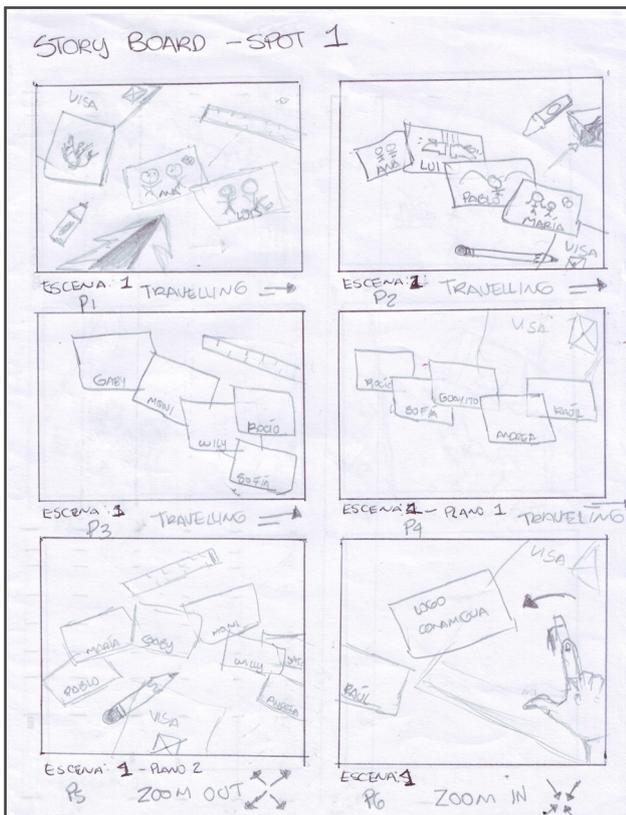


Figura 3.9 Story Board, Spot 1, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

#### 3.4.7.2 Spot de Video 2

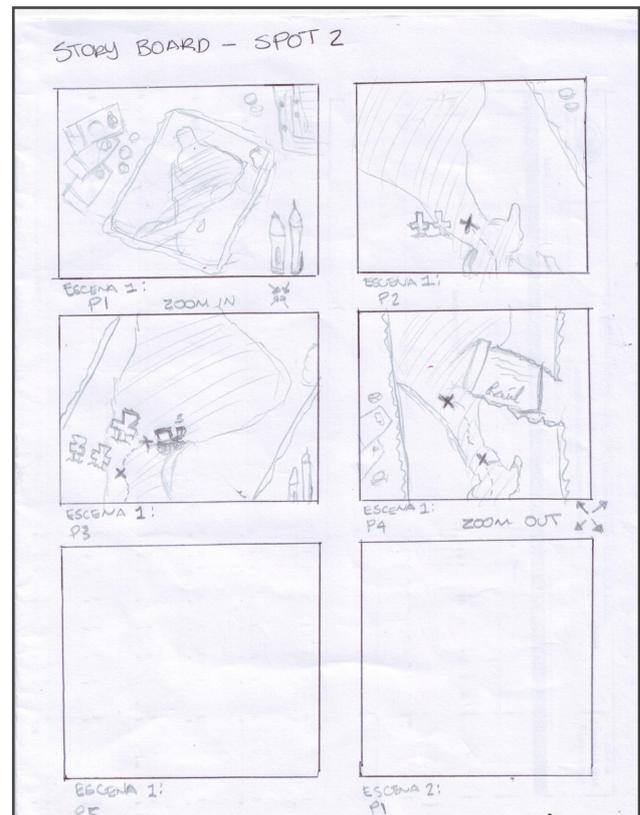
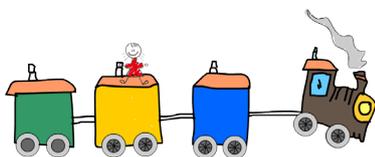


Figura 3.10 Story Board, Spot 2, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015



### 3.4.7.3 Infografía Animada

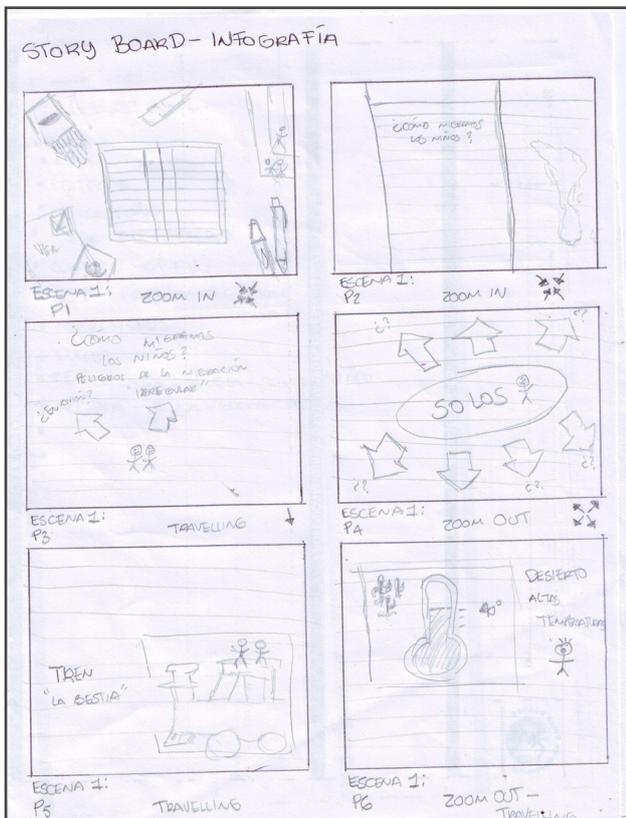


Figura 3.11 Story Board, Infografía Animada, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015



Figura 3.12 Story Board, Infografía Animada, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

## 3.4.8 Guiones de Sonido

### 3.4.8.1 Spot de Video 2

Plano	Sonidos	Duración	Fuentes	Intervención	Anotaciones
Plano 1	-Música: Autoría propia.  - Efectos de Sonido: Lápiz escribiendo.	Música: Corre respecto a la pista  Efecto de Sonido: 2 segundos	Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.  Sonido de librería.	Librería de Sonidos.	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.
Plano 2	-Música: Autoría propia.  -Habla: Voz de Locutora (guión literario).  - Efectos de Sonido: Lápiz escribiendo.	Música: Corre respecto a la pista  Habla: 34 segundos  Efecto de Sonido: 10 segundos	Metadiegetico: Testigo Captado en estudio.  Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.  Sonido de librería.	Librería de Sonidos.	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.
Plano 3	-Música: Autoría propia.  -Habla: Voz de Niño (guión literario).	Música: Corre respecto a la pista  Habla: 3 segundos	Autodiegetico: Protagonista Captado en estudio.  Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.	-----	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.
Plano 4	-Música: Autoría propia.  -Habla: Voz de Locutora (guión literario).	Música: Corre respecto a la pista  Habla: 8 segundos	Intradiegetico: Captado en estudio.  Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.	-----	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.

### 3.4.8.2 Spot de Video 1

Plano	Sonidos	Duración	Fuentes	Intervención	Anotaciones
Plano 1	-Música: Jingle de autoría propia. - Efectos de Sonido: Lápiz escribiendo.	Música: Corre respecto a la pista Efecto de Sonido: 2 segundos	Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia. Sonido de librería.	Librería de Sonidos.	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.
Plano 2	-Música: Jingle de autoría propia. - Efectos de Sonido: Lápiz escribiendo. -Habla: Voz de 3 Niñas (guión).	Música: Corre respecto a la pista Efectos de Sonido: 10 segundos Habla: 12 segundos	Autodiegético: Protagonista Captado en estudio. Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia. Sonido de librería.	Librería de Sonidos.	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.
Plano 3	-Música: Jingle de autoría propia. - Efectos de Sonido: Rebote. -Habla: Voz de Niña y Niño (guión).	Música: Corre respecto a la pista Efectos de Sonido: 1 segundo Habla: 15 segundos	Autodiegético: Protagonista Captado en estudio. Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia. Sonido de librería.	Librería de Sonidos.	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.
Plano 4	-Música: Jingle de autoría propia. -Habla: Voz de Niña y Niño (guión).	-Música: Corre respecto a la pista Habla: 6 segundos	Autodiegético: Protagonista Captado en estudio. Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.	-----	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.
Plano 5	-----	-----	-----	-----	-----
Plano 6	-Habla: Voz de Locutora (guión).	Habla: 8 segundos	Intradiegético: Captado en estudio.	-----	-----

### 3.4.8.3 Infografía Animada

Plano	Sonidos	Duración	Fuentes	Intervención	Anotaciones
Plano 1	-Música: Autoría propia. - Efectos de Sonido: Lápiz escribiendo.	Música: Corre respecto a la pista. Efecto de Sonido: 2 segundos.	Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia. Sonido de librería.	Librería de Sonidos.	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.
Plano 2	-Música: Jingle de autoría propia. - Efectos de Sonido: Lápiz escribiendo y Cucú. -Habla: Voz de Locutora y Niño (guión).	Música: Corre respecto a la pista. Efecto de Sonido: 10 segundos. Habla: 34 segundos	Extradiegético: Captado en estudio. Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia. Sonido de librería.	Librería de Sonidos.	-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.
Plano 3	-Música: Jingle de autoría propia. -Habla: Voz de Niños y Niñas (guión).	Música: Corre respecto a la pista. Habla: 3 segundos	Extradiegético: Captado en estudio. Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.	-----	-----
Plano 4	-Música: Jingle de autoría propia. -Habla: Voz de Locutora y Niño (guión).	Música: Corre respecto a la pista. Habla: 6 segundos	Extradiegético: Captado en estudio. Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.	-----	-----

<b>Plano 5</b>	<p>-Música: Jingle de autoría propia.</p> <p>- Efectos de Sonido: Bocina y Grito.</p> <p>-Habla: Voz de Locutora (guión).</p>	<p>Música: Corre respecto a la pista.</p> <p>Efectos de Sonido: 8 segundos.</p> <p>Habla: 12 segundos</p>	<p>Extradiegético: Captado en estudio.</p> <p>Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.</p> <p>Sonido de librería.</p>	<p>Librería de Sonidos.</p>	<p>-Trasmisión de significados.</p> <p>-Creación de símbolos y metáforas.</p> <p>-Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.</p>
<b>Plano 6</b>	<p>-Música: Jingle de autoría propia.</p> <p>- Efectos de Sonido: Silbido y Resorte.</p> <p>-Habla: Voz de Locutora (guión).</p>	<p>Música: Corre respecto a la pista.</p> <p>Efectos de Sonido: 5 segundos.</p> <p>Habla: 6 segundos</p>	<p>Extradiegético: -Captado en estudio.</p> <p>Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.</p> <p>Sonido de librería.</p>	<p>Librería de Sonidos.</p>	<p>-Trasmisión de significados.</p> <p>-Creación de símbolos y metáforas.</p> <p>-Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.</p>
<b>Plano 7</b>	<p>-Música: Jingle de autoría propia.</p> <p>- Efectos de Sonido: Besos y llanto.</p> <p>-Habla: Voz de Locutora (guión).</p>	<p>Música: Corre respecto a la pista.</p> <p>Efectos de Sonido: 7 segundos.</p> <p>Habla: 5 segundos</p>	<p>Extradiegético: Captado en estudio.</p> <p>Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.</p> <p>Sonido de librería.</p>	<p>Librería de Sonidos.</p>	<p>-Trasmisión de significados.</p> <p>-Creación de símbolos y metáforas.</p> <p>-Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.</p>
<b>Plano 8</b>	<p>-Música: Jingle de autoría propia.</p> <p>- Efectos de Sonido: Grito y Litoral.</p> <p>-Habla: Voz de Locutora (guión).</p>	<p>Música: Corre respecto a la pista.</p> <p>Efectos de Sonido: 7 segundos.</p> <p>Habla: 5 segundos</p>	<p>Extradiegético: Captado en estudio.</p> <p>Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.</p> <p>Sonido de librería.</p>	<p>Librería de Sonidos.</p>	<p>-Trasmisión de significados.</p> <p>-Creación de símbolos y metáforas.</p> <p>-Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.</p>

Plano 9	<p>-Música: Jingle de autoría propia.</p> <p>-Habla: Voz de Niño (guión).</p>	<p>Música: Corre respecto a la pista.</p> <p>Habla: 3 segundos</p>	<p>Extradiegético: Captado en estudio.</p> <p>Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.</p>	-----	-----
Plano 10	<p>-Música: Jingle de autoría propia.</p> <p>-Habla: Voz de Locutora (guión).</p>	<p>Música: Corre respecto a la pista.</p> <p>Habla: 10 segundos</p>	<p>Extradiegético: -Captado en estudio.</p> <p>Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.</p>	-----	-----
Plano 11	<p>-Música: Jingle de autoría propia.</p> <p>- Efectos de Sonido: Risas de niños y Rebote.</p> <p>-Habla: Voz de Locutora (guión).</p>	<p>Música: Corre respecto a la pista.</p> <p>Efectos de Sonido: 5 segundos.</p> <p>Habla: 4 segundos</p>	<p>Extradiegético: Captado en estudio.</p> <p>Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.</p> <p>Sonido de librería.</p>	Librería de Sonidos.	<p>-Trasmisión de significados. -Creación de símbolos y metáforas. -Creación de atmosferas y evocación de sentimientos.</p>
Plano 12	<p>-Música: Jingle de autoría propia.</p> <p>-Habla: Voz de Locutora (guión).</p>	<p>Música: Corre respecto a la pista.</p> <p>Habla: 4 segundos</p>	<p>Intradiegético: Captado en estudio.</p> <p>Pista musical: Pregrabada: Jingle de autoría propia.</p>	-----	-----

## 3.4.9 Especificaciones de Sonido

### 3.4.9.1 Propuesta de Sonido

- Naturalidad y realismo.
  - Sonidos acústicos contemporáneos de guitarra.
  - Sonidos acústicos contemporáneos de piano.
  - Sonidos acústicos de campanas.
  - Sonidos acústicos contemporáneos de tambores.
- Librería de sonidos:  
-Hojas rasgadas, rebotes, risas, gritos, suspiros, llanto, lápiz escribiendo, silbido, resorte, agua corriendo, chasquidos, palmas.

### 3.4.9.2 Necesidades de Sonido

- Micrófonos Boom.
- Estudio de Grabación.
- Computadora para edición.
- Editor de audio Adobe Audition.
- Editor de música Magix Music Maker.
- Niños, niñas y adolescentes de 6-17 años de edad.
- Locutora con voz institucional y facilidad de modulación vocal.



Figura 3.13 Niña que participa en producción (Ericka Chiroy)  
Elaboración propia, 2015



Figura 3.14 Niño que participa en producción (Moisés Chiroy)  
Elaboración propia, 2015



# Capítulo 4



## COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

### 4.1 Comprobación de la Eficacia

Evaluación de la propuesta audiovisual

### 4.2 Propuesta Gráfica Final

Corrección de audio, implementación de escenas,  
implementación de material impreso de apoyo.



## 4.1 COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA

### 4.1.1 Escenario y Desarrollo de la Sesión

Para evaluar la eficacia de la propuesta audiovisual, se llevó a cabo la técnica de investigación cualitativa conocida como Focus Group (también llamado en español “grupos focales”, o “sesiones de grupo”).

Los participantes se eligieron tomando en cuenta el perfil del grupo objetivo para el desarrollo del proyecto, se buscaba que fueran niños, niñas y adolescentes de 6 a 17 años y padres y adultos responsables, mayores de 19 años, habitantes del área metropolitana, con un nivel socio económico medio bajo C2, bajo D y popular E. Para tal efecto se llevó a cabo en el área rural de San Lucas Sacatepéquez, en el cantón “La Cruz”, con padres, niños y adolescentes.

#### 4.1.1.1. Evaluación con Grupo Objetivo

**Metodología:**

Focus Group

**Número de participantes:**

14 personas

**Moderadores:**

Claudia Escobedo Figueroa

Silvana Figueroa Mazariegos

**Lugar:**

Comunidades del Cantón “La Cruz”

**Fecha y Hora:**

07/10/2015 a las 15:00 Horas

**Instrumento:**

Guía de preguntas

**Duración:**

60 minutos

### 4.1.2 Temas y Objetivos de la Validación

Se evaluó la funcionalidad del mensaje emitido en la pieza audiovisual, tomando como base los siguientes parámetros:

**Comprensión del mensaje**

Que el espectador sea capaz de captar la intención del mensaje.

**Aceptación**

Que el audiovisual sea bien recibido por parte del grupo objetivo

**Atracción (impacto)**

Que llame la atención del grupo objetivo y la mantenga.

**Involucramiento**

Que el espectador pueda involucrarse con el audiovisual (interacción) y formar parte de él.

**Persuasión**

Que el mensaje persuada al espectador según su naturaleza.

### 4.1.3 Método: Grupo de Discusión

La técnica de Focus-Group con el objeto de dar a conocer su rigor científico al obtener información cara a cara, moderador-participante, sobre el tema de interés, es implementada paso a paso de la siguiente manera:

#### Paso 1

Los participantes se reúnen en torno a una mesa con una computadora, tableta o algún otro medio electrónico en el que pueda ser expuesta la pieza audiovisual.

#### Paso 2

La pieza audiovisual es presentada ante los espectadores.

#### Paso 3

Se inicia con preguntas generales y concluye con preguntas más específicas.

### 4.1.4 Perfil de los Participantes

Los participantes se seleccionan de acuerdo con ciertas características demográficas y algunos hábitos de consumo previamente establecidos.

Los participantes se eligieron tomando en cuenta el perfil del grupo objetivo para el desarrollo del proyecto, se buscó que fueran niños, niñas y adolescentes de 6 a 17 años y padres y adultos responsables, mayores de 19 años, habitantes del área metropolitana, con un nivel socio económico medio bajo C2, bajo D y popular E.

Así también se evaluó la pieza con el personal de la institución, (CONAMIGUA) que trabaja directamente con el grupo objetivo al que se le brinda los talleres para los que está destinado el material audiovisual, para saber si se satisfacían sus expectativas y si se cubrían las necesidades requeridas para dichos talleres.

#### Paso 4

Se hace uso de la entrevista semiestructurada para asegurarse de que todos los aspectos de interés se cubran durante la entrevista.

#### Paso 5

El grupo es dirigido por un moderador que presenta el tema y facilita la discusión tratando de que participe la mayor cantidad posible de personas y procurando enfocar la discusión en el tema de interés.

#### Paso 6

Se busca que las preguntas sean respondidas en una dinámica donde los participantes se sientan cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.

### 4.1.5 Moderador

#### Conducción de la Sesión

Según Edmunds (2000):

El moderador debe conocer sobre el tema de estudio, debe tener la habilidad de comunicarse claramente, debe tener la habilidad de escuchar y ser auto-disciplinado para controlar sus reacciones personales y no influir en el grupo debe ser flexible para adaptarse a posibles cambios en la guía de sesión y poseer buena memoria. Por lo general, se busca una modalidad de conducción poco directiva, para permitir que la información requerida brote de una manera espontánea. Por otra parte, el estilo de la dirección se elige en relación con las necesidades concretas de la investigación, y siempre se busca que haya suficiente interacción entre los participantes para contestar los objetivos planteados en el estudio. (p.549)

## 4.1.6 Instrumento

### Diseño y prueba de sesiones

#### Diseño y prueba de la guía de sesiones

La primera parte de la guía incluye una introducción donde se presentan los participantes y se da a conocer el propósito de la sesión y las reglas de discusión. Luego, se procede al desarrollo del tema; aquí los objetivos de la investigación se convierten en preguntas. La guía facilita la discusión de los temas de interés.

El instrumento utilizado para la evaluación del grupo objetivo se presenta en la Figura 4.1 y la Figura 4.2

El instrumento utilizado para la evaluación del material por parte del personal de la institución (CONAMIGUA) se presenta en la Figura 4.3 y la Figura 4.4

**Validación con el Grupo Objetivo**

**Perfil del Informante:**  
Niños de 6 a 16 años, originarios del cantón La Cruz en San Lucas, Sacatepéquez.

**Objetivo:**  
Identificar si el mensaje que se propone es entendido y llama la atención de forma positiva por el grupo objetivo.

**Cuestionario:**

**Entendimiento**

¿Qué vieron en el video? \_\_\_\_\_

¿A quiénes escucharon en el video? \_\_\_\_\_

¿Cuál fue el mensaje principal del video? ¿De qué hablan los niños? \_\_\_\_\_

¿Algunas palabras han sido difíciles de entender? \_\_\_\_\_

¿Qué otros mensajes recuerdan? \_\_\_\_\_

¿Qué aprendieron? \_\_\_\_\_

¿Qué no entendieron? \_\_\_\_\_

¿Qué cambios proponen? \_\_\_\_\_

Los que saben leer: ¿Lograron leer la letra en los videos? \_\_\_\_\_

**Aceptación y atractivo**

¿Qué fue lo que más les gusto? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Qué fue lo que no les gusto? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Qué personajes recuerdan del video? \_\_\_\_\_

¿Qué cuentan de ellos? \_\_\_\_\_

¿Les parece muy corto o demasiado largo el video? \_\_\_\_\_

¿Qué les parece la música de fondo? \_\_\_\_\_

¿Les gustaron los dibujos de los videos y el libro para colorear? \_\_\_\_\_

Figura 4.1 Validación Grupo Objetivo  
Elaboración propia, 2015

## Validación con el Grupo Objetivo





**Cuestionario:**

**Identificación**  
¿Para quiénes piensan que fue hecho este video? ¿A quién se dirige?

---

**Inducción a la acción**  
¿Se imaginan a niños cayendo del tren, ahogándose, en un desierto, etc. como está en los dibujos? ¿Por qué?

---

¿Piensan que es malo o bueno lo que se explica en el video? ¿Por qué?

---

¿Hay alguna palabra, frase, sonido, imagen que debería ser reemplazado por algo que propongan? ¿Por qué?

---

¿Qué ideas tienen para que todos los niños entiendan?

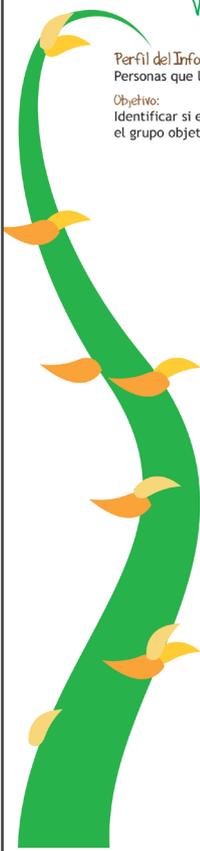
---



Figura 4.2 Validación Grupo Objetivo  
Elaboración propia, 2015

## Validación con la Institución





**Perfil del Informante:**  
Personas que laboran dentro de la institución, en conexión directa con el grupo objetivo.

**Objetivo:**  
Identificar si el mensaje que se propone está acorde a las necesidades de la institución y el grupo objetivo al que le brindan talleres.

**Cuestionario:**

**Entendimiento**

¿Qué vieron en el video?

---

¿A quiénes escucharon en el video?

---

¿Cuál fue el mensaje principal del video? ¿De qué hablan los niños?

---

¿Creen que el material les serviría para la realización de sus talleres?

---

¿Qué piensa del concepto y la idea presentada en el primer spot?

---

¿Qué piensa de la idea presentada en el segundo spot, marcando los recorridos en un mapa?

---

¿Le agrada la forma en como se presenta la infografía?

---

¿Son claras las voces de los niños?

---

¿Es clara la voz de la locutora?

---

¿Qué le parece el mensaje final de cada pieza?

---

1. "Cada día caen más sueños dibujados en el camino hacia Estados Unidos.  
-No pongas en riesgo sus vidas.  
-Protegerles es nuestro deber."
2. "-Protegerlos es nuestro deber.  
-No pongas en riesgo sus vidas, no dejes que se destruyan sus sueños."

**Identificación**  
¿Se entiende el mensaje y cree que será de utilidad para la institución y el público objetivo?

---



Figura 4.3 Validación Personal de la Institución  
Elaboración propia, 2015

**Validación con la Institución**



**Cuestionario:**

**Aceptación y atractivo**

¿Qué fue lo que más les gusto? ¿Por qué?  
\_\_\_\_\_

¿Qué fue lo que no les gusto? ¿Por qué?  
\_\_\_\_\_

¿Les parece muy corto o demasiado largo el video?  
\_\_\_\_\_

¿Qué les parece la música de fondo, qué sentimiento les trasmite?  
\_\_\_\_\_

¿Les gustaron los dibujos de los videos y el libro para colorear?  
\_\_\_\_\_

¿Le agrada la letra del jingle, cree que se apeg a la realidad nacional que sufre la niñez migrante?  
\_\_\_\_\_

**Inducción a la acción**

¿Se imaginan a niños cayendo del tren, ahogándose, en un desierto, etc. como está en los dibujos? ¿Por qué?  
\_\_\_\_\_

¿Hay alguna palabra, frase, sonido, imagen que debería ser remplazado por algo que ustedes propongan? ¿Por qué?  
\_\_\_\_\_

¿Qué ideas tienen para implementar y que todos los niños entiendan el mensaje?  
\_\_\_\_\_



**Figura 4.4 Validación Personal de la Institución**  
Elaboración propia, 2015

### 4.1.7 Análisis de la Información

El análisis de los resultados es producto del panorama global del estudio, el cual empieza una vez que se han transcrito las sesiones grabadas. El proceso de análisis incluye la consideración de las palabras, el tono, el contexto, información no verbal, la consistencia interna, la especificidad en las respuestas (Krueger, 1988).

El análisis cualitativo tiene que ver con el nivel de conocimiento sobre el tema, la espontaneidad con que se responde a los conceptos de interés, y las opiniones e imagen percibida sobre el tema de la niñez migrante.

#### 4.1.7.1 Resultados, Conclusiones y Recomendaciones

Las intervenciones más pertinentes por parte del grupo objetivo fueron:

- La nula explicación del significado de migración en la pieza infográfica.
- La deficiencia en el sonido del primer spot y en algunas partes de la infografía animada.
- La velocidad con que pasaban los textos.
- El gusto por el jingle pero un difícil aprendizaje del mismo.

Las intervenciones más pertinentes por parte del personal de la institución fueron:

- El volumen de la locución variable en una misma pieza.
- La falta de una pieza audiovisual para el aprendizaje del jingle por parte de los niños.
- Sugerencia de crear una pieza impresa, para complementar el objetivo del material audiovisual (enseñar). En cuanto a este punto se decidió elaborar un libro de actividades para niños, como material didáctico, parte de los talleres.
- Sugerencia de crear una pieza impresa, como parte de la presentación en los talleres. En cuanto a este punto se decidió elaborar un banner, como parte de la presentación del material. Así también se diseñó un pequeño trifoliar, con las imágenes del audiovisual, y una línea de corte atractiva, para brindar a los padres y responsables.



Figura 4.5 Participantes del Focus Group  
Elaboración propia, 2015



Figura 4.6 Participantes del Focus Group  
Elaboración propia, 2015



Figura 4.7 Participantes del Focus Group  
Elaboración propia, 2015



## 4.2 PROPUESTA GRÁFICA FINAL

A partir del análisis de los resultados de la validación y las observaciones de los asesores, se procedió a realizar los siguientes cambios.

- Se mejoró el sonido de la locución y algunos audios se repitieron.
- Se generaron más dinámicos los movimientos de cámara de algunas escenas para adaptarse mejor al concepto creativo (sueños de papel).
- Se agregó una escena explicando que era la migración, al inicio de la infografía animada.
- Se aumentó el tiempo en pantalla de los textos de la infografía.
- Se compuso una nueva melodía para el jingle, tomando como base la anterior, para un mejor aprendizaje del mismo.
- Se realizaron 5 piezas complementarias para el proyecto:
  1. Un video con la técnica de “Kinetic” para la enseñanza del jingle a niños.
  2. Diseño de un libro de actividades para niños, como material didáctico, parte de los talleres.
  3. Diseño de banner, como parte de la presentación del material en los talleres que brinda la institución.
  4. Diseño de un trifoliar con imágenes del audiovisual, y una línea de corte atractiva, para brindar a los padres y responsables
  5. Diseño de un troquel con las especificaciones técnicas, para la entrega del disco compacto con el material audiovisual.

### 4.2.1 Formato

El formato a utilizar es el de una pantalla de televisión plasma, la cual de manera predeterminada cuenta con un formato horizontal, el cual implica un movimiento lateral, relativo al horizonte, que es ideal para mostrar planos panorámicos y generales. (Samara, 2007: 36)

**Resolución:** HDTV (Alta Definición)

**Aspect Ratio:** 16:9, es decir Widescreen (pantalla ancha).

**Dimensión:** 1280 x 720 Píxeles

**Cuadros por segundo:** 29.97

### 4.2.2 Layout

Con respecto a los elementos y su relación con el espacio:

#### Márgenes de Seguridad

La primera consideración que se tomará en cuenta son los dos márgenes de seguridad.

El primero es la línea guía donde no se debe colocar nada importante, ya que si el video se ve en un televisor de formato distinto se puede perder.

El segundo es el margen mínimo para colocar texto.

#### Encuadres

Para la animación se utilizarán encuadres que muestren detalles constructivos, relación de estructura con su contexto.

Los niveles de cámara se utilizarán en picada porque se quiere mostrar la vista planta sobre la mesa que aparece en cada pieza audiovisual.

### 4.2.3 Cromatología

Para la creación de la paleta de color se utilizaron diversidad de colores, ya que los dibujos de los niños suelen ser saturados, pero predominaron la gama de colores azul cielo, que se identifican con el logo de la institución (CONAMIGUA) y con la bandera de Guatemala, así también el azul logra crear la conexión con la palabra sueño, ya que muchas veces para referirse a las personas soñadoras, se suele decir que “anda entre las nubes”.

Se utilizaron también la gama de colores ocre, café y amarillo español, ya que estos servirán para crear el toque celestial y de inocencia que quiere reflejar el material, por ejemplo con destellos o en el tratamiento de la iluminación.

### 4.2.4 Tipografía

Se utilizó una tipografía miscelánea “Gilles Comic Font” que simulara los trazos de un niño (tipografía hecha a mano). De igual manera servirán los mensajes escritos por los adolescentes, para el desarrollo de esta, o bien para buscar similitudes con las ya existentes.

Así también se utilizó como tipografía complementaria, la fuente “Trebuchet MS” de la familia palo seco, para el desarrollo de algunos textos alternos en el material audiovisual.

#### Tipografía Principal Trebuchet MS

Será utilizada en el logotipo y en los títulos principales. Esta tipografía proporciona formalidad sin ser demasiado severa y es legible a distintas distancias y su claridad la hace perfecta en este caso tanto para medios impresos y medios audiovisuales.

Su clasificación es Palo Seco. Tiene dos pesos: Regular y Bold (Negrita).

ABCDEFGHUVJKLNMÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

ABCDEFGHUVJKLNMÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

#### Códigos, RGB, CMYK y Hexadecimal (HTML)



Azul Predominante  
RGB: 64,163,205  
CMYK: 75,13,10,3  
HEX: #40a3cd



Amarillo Predominante  
RGB: 246,201,37  
CMYK: 1,25,90,0  
HEX: #f6c925



Café Predominante  
RGB: 165,150,140  
CMYK: 35,35,37,10  
HEX: #a5968c



Naranja Predominante  
RGB: 241,177,90  
CMYK: 2,38,71,0  
HEX: #f1b15a



Rojo Predominante  
RGB: 225,8,22  
CMYK: 2,92,99,0  
HEX: #e10816



Azul  
RGB: 51,98,171  
CMYK: 91,55,2,1  
HEX: #3362ab



Verde  
RGB: 48,153,102  
CMYK: 76,15,73,6  
HEX: #309966



Piel  
RGB: 253,231,216  
CMYK: 2,11,14,0  
HEX: #fde7d8



Rosado  
RGB: 235,140,176  
CMYK: 5,57,3,0  
HEX: #eb8cb0



Celeste  
RGB: 220,233,248  
CMYK: 16,5,1,0  
HEX: #dce9f8

## Tipografía Secundaria: Gilles Comic Font

Será la utilizada en todos los textos dentro de las piezas audiovisuales, ya que simula los trazos de los niños. Esta tipografía es legible a distintas distancias.

Su clasificación es Miscelánea se utilizará en su versión Regular ya que son las que poseen mayor claridad.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890

### 4.2.5 Imágenes

Para el desarrollo del proyecto se utilizó una ilustración, que prácticamente fue construida por los mismos niños y adolescentes, que durante las entrevistas hicieron algunos dibujos. Estas ilustraciones fueron vectorizadas y tratadas en adobe illustrator y adobe flash con aspectos gráficos, algunos para que fueran más entendibles y se desarrollaran sobre fondos de cuadernos, hojas de líneas, o bien hojas blancas arrugadas, como si se trataran de recortes del cuaderno de un niño.

Las ilustraciones fueron montadas sobre imágenes .JPG creadas en adobe photoshop, para darles un toque de realismo y poderlas adaptar con los efectos respectivos en la plataforma de adobe after effects.

### 4.2.6 Iluminación

La iluminación fue tratada para crear el toque celestial y de inocencia que se quiere reflejar en el material, por ejemplo con destellos de luz, partículas iluminadas, como si se tratara del reflejo de una ventana sobre una mesa, lo cual aparte de dotar al proyecto de un toque de inocencia, servirá para representar los sueños que ahora permanecen encerrados debido a una muerte o secuestro inesperado en el camino que recorren estos niños.

Se utilizara una iluminación lateral para destacar el volumen y la profundidad de los objetos



Figura 4.8 Dibujo de niño (Ronald López)

Ilustración de niños, 2015

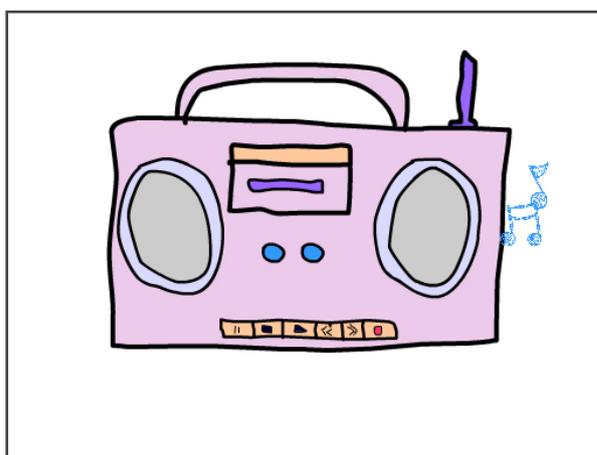


Figura 4.9 Imágen tratada con vectores en adobe flash

Elaboración propia, 2015

tridimensionales, resaltar la textura y aumentar el contraste de las imágenes (dibujos). La iluminación utilizada será de color amarillo para matizar el escenario.

## 4.2.7 Movimientos de Cámara

Serán muy rápidos y dinámicos, para atraer y mantener la atención del espectador.

Serán en su mayoría zoom in y zoom out para mostrar el contexto de una mesa con materiales de dibujo para niños y papeles de solicitud de visa y pasaporte.

En algunos fragmentos de las piezas se tornaran suaves, siempre conservando el dinamismo para resaltar el concepto “Sueños de Papel”.

## 4.2.8 Motion Graphics

Para la animación se utilizaron los dibujos vectorizados, creados por los niños. En cada pieza del material se utilizó de fondo una mesa con crayones y algunos otros aspectos que identificaran la inocencia de un niño y sus intenciones de viajar. Para crear un recorrido visual, se tomó la decisión de que toda la animación icónica se desarrollara sobre la mesa, creando una narrativa visual por medio de los movimientos y desenfoces de cámara. La iluminación tendrá distintas modalidades para plasmarla como si fuera la ventana de una habitación.

Entre los símbolos que destacan en el montaje las intenciones de un viaje migratorio son: pasaportes y papeles de solicitud de visa denegados. También se crearon aviones de papel (origami), los cuales cruzan la escena, como si de niños viajando se tratará. Estos aviones aparte de denotar el concepto “Sueños de Papel”, sirven para connotar la presencia de niños jugando en la escena y el viaje que quisieran realizar.

## 4.2.9 Sonido

Para el jingle se utilizaron voces blancas (voces de niños), para los spot de video y de radio parte del mensaje fue narrado con voces de niños, que cuentan sus experiencias de la migración y el slogan del material es dictado por la voz de una mujer (locutora), en la infografía una voz de mujer hace el papel de narradora y las voces blancas sirven como complemento para dar la información, interactuando ambos como si un niño tuviera dudas y la narradora le respondiera de la forma más sintetizada posible.

Los efectos que se utilizaran, serán los de hojas de papel arrugado, papel rasgado, escritura sobre papel, rayar, frases de asombro de niños y efectos que correspondan a pelota rebotando, trampolín, etc. sonidos como sacados de dibujos animados (estos solo serán implementados en el jingle y la infografía animada).

## 4.2.10 Propuesta Final

### 4.2.10.1 Spot de Video 1



**Escena 1**  
Plano 1 General  
Travelling lateral de acompañamiento



**Escena 1**  
Plano 2 General  
Travelling lateral de acompañamiento



**Escena 1**  
Plano 3 General  
Travelling lateral de acompañamiento



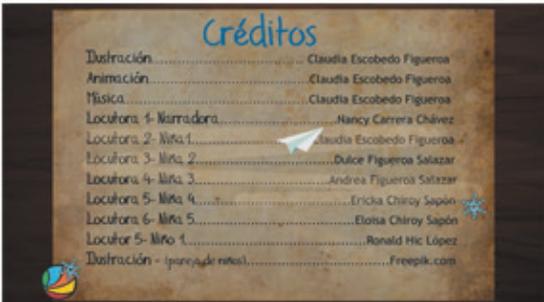
**Escena 1**  
Plano 4 General  
Travelling lateral de acompañamiento



**Escena 1**  
Plano 5 A Detalle  
Zoom Out



**Escena 1**  
Plano 6 A Detalle  
Zoom In



**Escena 2 - Créditos**  
Plano 1 General  
Cámara Fija

Créditos	
Distracción	Claudia Escobedo Figueroa
Animación	Claudia Escobedo Figueroa
Música	Claudia Escobedo Figueroa
Locutora 1- Narradora	Nancy Carrera Chávez
Locutora 2- Niña 1	Claudia Escobedo Figueroa
Locutora 3- Niña 2	Dulce Figueroa Salazar
Locutora 4- Niña 3	Andrea Figueroa Salazar
Locutora 5- Niña 4	Ericka Chirroy Sapón
Locutora 6- Niña 5	Eloisa Chirroy Sapón
Locutor 5- Niño 1	Ronald Hic López
Distracción - (pareja de niños)	Freepik.com

Figura 4.10 Spot 1, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

#### 4.2.10.2 Spot de Video 2



### Escena 1

Plano 1 General

Travelling lateral de acompañamiento



### Escena 1

Plano 2 A Detalle

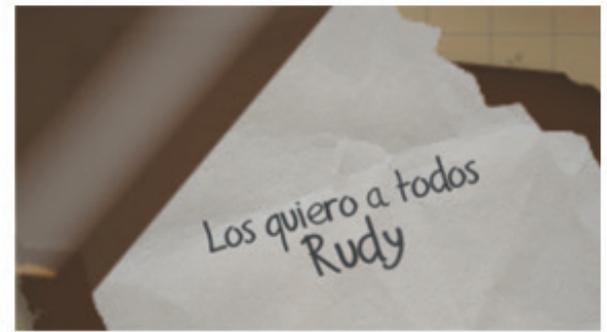
Travelling lateral de acompañamiento



### Escena 1

Plano 3 General

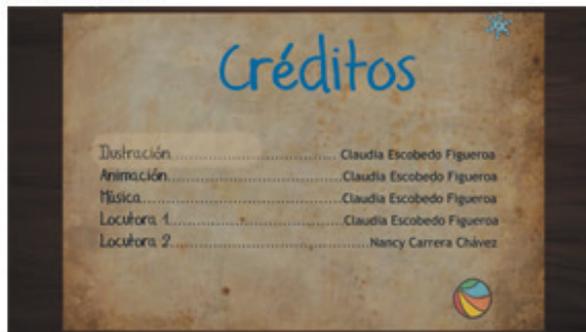
Zoom Out



### Escena 1

Plano 4 A Detalle

Zoom In



### Escena 2 - Créditos

Plano 1 General

Cámara Fija

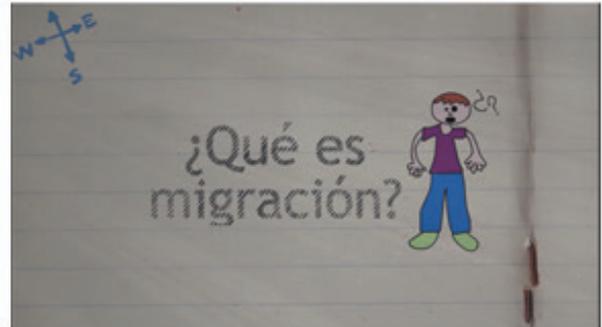
Distraición.....	Claudia Escobedo Figueroa
Animación.....	Claudia Escobedo Figueroa
Música.....	Claudia Escobedo Figueroa
Locutora 1.....	Claudia Escobedo Figueroa
Locutora 2.....	Nancy Carrera Chávez

Figura 4.11 Spot 2, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

### 4.2.10.3 Infografía Animada



**Escena 1**  
Plano 1 General  
Zoom In



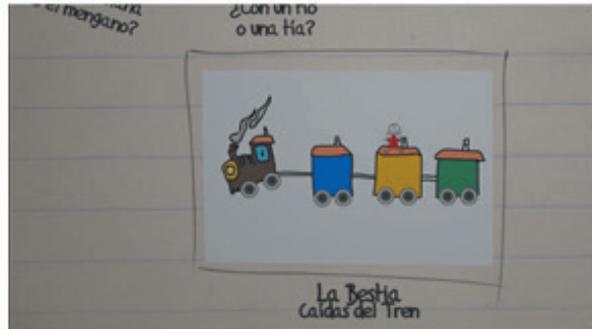
**Escena 1**  
Plano 2 A Detalle  
Travelling lateral de acompañamiento



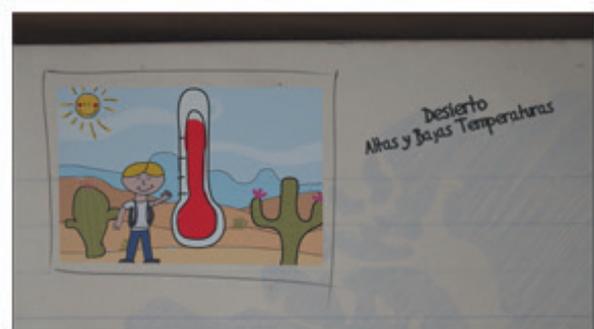
**Escena 1**  
Plano 3 A Detalle  
Travelling de acompañamiento



**Escena 1**  
Plano 4 A Detalle  
Zoom Out



**Escena 1**  
Plano 5 A Detalle  
Travelling de acompañamiento



**Escena 1**  
Plano 6 A Detalle  
Zoom In

Figura 4.12 Infografía Animada, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015



## Escena 1

Plano 7 A Detalle

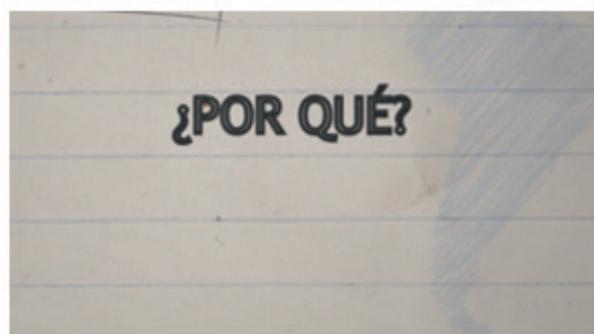
Travelling de Acompañamiento



## Escena 1

Plano 8 A Detalle

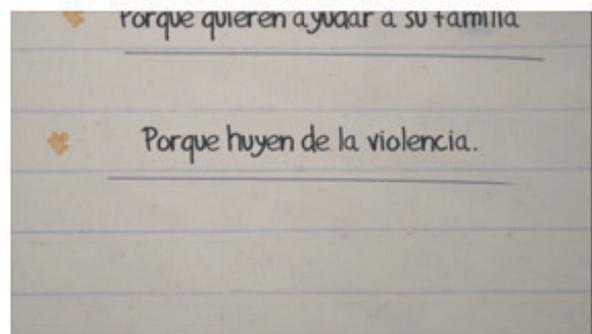
Travelling de acompañamiento



## Escena 1

Plano 9 A Detalle

Travelling de acompañamiento



## Escena 1

Plano 10 A Detalle

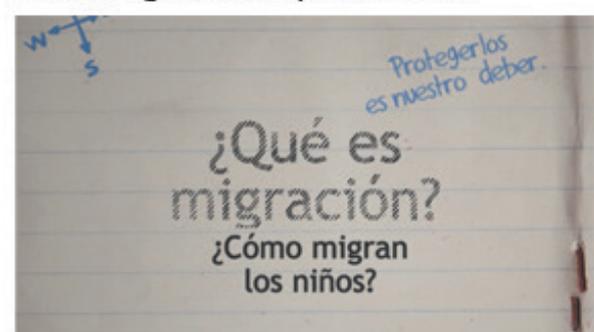
Travelling de acompañamiento



## Escena 1

Plano 11 General

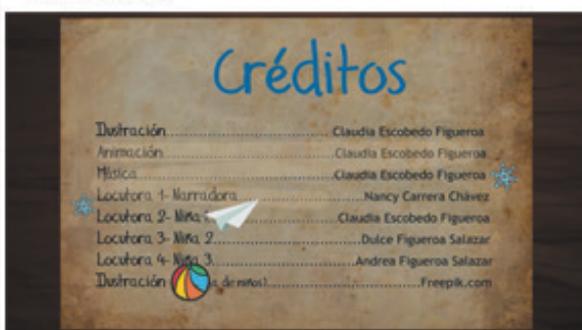
Zoom Out



## Escena 1

Plano 12 A Detalle

Zoom In



## Escena 2 - Créditos

Plano 1 General

Cámara Fija

Figura 4.13 Infografía Animada, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

#### 4.2.10.3 Spot de Audio 1

##### MÚSICA de autoría propia

###### NIÑA

Me llamo Andrea.  
Yo quería ver a mi mami.

###### NIÑA

Me llamo Sofía.  
Yo quería ir con mi hermanito.

###### NIÑA

Me llamo Ericka.  
Yo quería zapatos para mi hermanita.

###### NIÑO

Me llamo Ronald Vicente.  
Mi papi quería que todo saliera bien.

###### NIÑA

Pero, el coyote me abandono en el desierto.

###### NIÑA

Yo, me caí del tren.

###### NIÑA

A mí me llevo un hombre.

###### NIÑO

Todo era mentira.

##### LOCUTORA

Cada día caen más sueños dibujados en el camino hacia Estados Unidos.  
No pongas en riesgo sus vidas.  
Protegerles es nuestro deber.

#### 4.2.10.4 Spot de Audio 2

##### MÚSICA de autoría propia

##### LOCUTORA 1

Melany fue enviada por sus papis con un coyote, con tan solo 6 anitos.  
Pero murió de frio en el desierto.

Gloria quería ver a su mama después de 10 años.  
Pero un hombre se la llevo y ahora está más lejos.

Rudy corrió con mejor suerte, él quería comprar una radio para su mami y zapatos para sus hermanitos.  
Pero fue detenido y ahora escribe una carta para su familia.

##### NIÑO

Los quiero a todos.  
Rudy.

##### LOCUTORA 2

Cada día son más los sueños que se quedan camino hacia Estados Unidos.  
No pongas en riesgo sus vidas.  
Protegerles es nuestro deber.

#### 4.2.10.5 Jingle

##### TÍTULO Sueños de Papel

##### MÚSICA de autoría propia

##### VOCES BLANCAS

Yo solo quería,  
lo que no tenía

Caerán en el desierto  
Los sueños dibujados,  
por niños asustados  
y algunos maltratados

No iba a quitarte nada,  
yo solo soñaba  
Los chiquillos queremos jugar,  
Y no con el coyote viajar

Me fui de mi casa querida,  
me vine arriesgando la vida  
con hambre y con frío  
nadando en el río

Mientras las balas sigan libres,  
Y los derechos invisibles  
La bestia será,  
el tren de los sueños

##### NIÑO

No te preocupes, porque vuelvo papá.

## 4.2.11 Piezas Complementarias

Las siguientes piezas fueron realizadas según las conclusiones obtenidas en el análisis de resultados de la comprobación de eficacia del material audiovisual (4.1.7.1 Resultados, Conclusiones y Recomendaciones), tomando en cuenta las opiniones y sugerencias por parte del grupo objetivo y por parte del personal que labora dentro de la institución (CONAMIGUA).

### 4.2.11.1 Banner Impreso

El diseño del banner impreso para la presentación en talleres, del material audiovisual se realizó de la siguiente manera:

**Formato:** 200cm\*80cm de ancho para que sea visible durante la presentación de los talleres.

**Layout:** Información e ilustraciones centradas.

**Color:** Se utilizó la paleta de colores, orientada de la misma manera que el material audiovisual para tener congruencia firme al momento que los lectores sean redirigidos a la misma.

**Tipografía:** Se utilizará la Tipografía Gilles Comic Font y Trebuchet MS, al igual que el resto del material correspondiente al proyecto.

**Imágenes:** Se ilustra el banner, con una pareja de niños utilizada durante los audiovisuales. (dicha imagen fue facilitada por Freepik.com)



Figura 4.14 Banner Impreso, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

### 4.2.11.2 Trifoliar

El diseño del trifoliar, como material didáctico impreso para la presentación en talleres, del material audiovisual se realizó de la siguiente manera:

**Formato:** 21.59cm\*27.94cm (carta) en orientación horizontal, para que tenga una mejor distribución de la información.

**Layout:** A una columna, con la información alineada a la izquierda y las ilustraciones centradas. Así también se utilizó una línea de corte dinámica, para que cuando el trifoliar es cerrado, cree la ilusión de una pareja de padres, respaldando o protegiendo a una pareja de niños.

**Color:** Se utilizó la paleta de colores, orientada de la misma manera que el material audiovisual para tener congruencia firme al momento que los lectores sean redirigidos a la misma.

**Tipografía:** Se utilizará la Tipografía Gilles Comic Font y Trebuchet MS, al igual que el resto del material correspondiente al proyecto.

**Imágenes:** Se ilustra con las mismas ilustraciones utilizadas durante los audiovisuales. (dichas imágenes fueron dibujadas por niños y vectorizadas en Illustrator).



Figura 4.15 Trifoliar Impreso, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015



Figura 4.16 Trifoliar Impreso, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

### 4.2.11.3 Folleto de Actividades

El diseño del folleto como material didáctico impreso para la presentación en talleres, del material audiovisual se realizó de la siguiente manera:

**Formato:** 21.59cm\*13.97cm (media carta) en orientación horizontal, para que tenga una mejor distribución de la información y para que sea más práctico para dar a los niños asistentes de los talleres. (12 páginas, portada y contraportada, impreso tiro y retiro)

**Layout:** El folleto, resulta ser un libro de colorear que contiene diversas actividades, para el correcto aprendizaje de los niños, sobre el tema de los riesgos de la migración, las actividades están relacionadas con lo que se ve represen-



Figura 4.17 Mockup-Folleto-Actividades, Protegerlos  
Elaboración propia, 2015

tado en el material audiovisual. Las ilustraciones aparecen centradas y las instrucciones alineadas a la izquierda, señaladas por un crayón, para denotar el concepto que se viene manejando durante el proyecto del dibujo de los niños. En la contraportada del folleto se colocó la letra del jingle, para facilitar la enseñanza y aprendizaje de tal.

**Color:** Se utilizó la paleta de colores, orientada de la misma manera que el material audiovisual para tener congruencia firme al momento que los lectores sean redirigidos a la misma.

**Tipografía:** Se utilizará la Tipografía Gilles Comic Font y Trebuchet MS, al igual que el resto del material correspondiente al proyecto.

**Imágenes:** Se ilustra con las mismas ilustraciones utilizadas durante los audiovisuales. (dichas imágenes fueron dibujadas por niños y vectorizadas en illustrator). Así también se utilizó la pareja de niños que se viene utilizando en el material audiovisual. (Dicha imagen fue facilitada por Freepik.com)

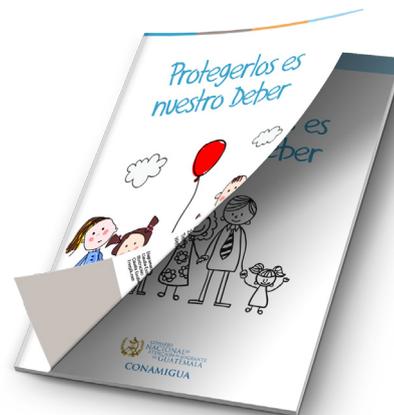


Figura 4.18 Mockup-Folleto-Actividades, Protegerlos  
Elaboración propia, 2015



Figura 4.19 Folleto-Actividades, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

### Colorea

Colorea a Raúl y escribe en que peligro se metió ahora.



### Actíivate

Encuentra los 8 peligros de viajar solos que enfrentan los niños al salir de Guatemala.

A	E	D	T	U	L	S	F	G	H	I	M	N	T
W	E	R	B	J	K	Y	F	R	I	K	V	C	T
H	S	L	E	S	C	L	A	V	I	T	U	D	O
A	E	T	S	L	L	S	C	A	L	M	Y	V	Z
R	C	T	T	R	E	N	H	I	J	O	X	B	Q
A	U	D	I	U	L	F	F	G	H	I	M	N	T
S	E	C	A	L	R	R	G	O	R	R	A	U	M
A	S	D	T	U	M	E	N	T	A	C	U	D	A
V	T	V	T	U	D	O	R	C	A	L	O	R	D
F	R	I	O	U	L	S	F	G	H	I	M	N	T
F	O	I	O	P	V	E	S	T	P	W	P	O	N
A	S	D	T	U	A	H	O	G	A	D	O	N	T
B	E	D	T	Y	A	N	F	K	P	Q	S	T	I
P	R	O	S	T	I	T	U	C	I	O	N	N	L

Excentricidad  
Bautismo  
Tron  
Cáncer

Fra  
Pseudociencia  
Albiguismo  
Secuestro



**Página 3**  
**Página 4**

### Actíivate

Encuentra las 7 diferencias en la casa de la abuelita de Samuel, encerrándolas en un círculo. Después colóralas.



### Colorea

Colorea el desierto con los colores de los números que aparecen abajo.



1. Cielo

2. Arroyo

3. Cactus

4. Verde Oscuro

5. Mariposa

6. Piel

7. Agua

8. Rueda

9. Verde Claro

**Página 5**  
**Página 6**

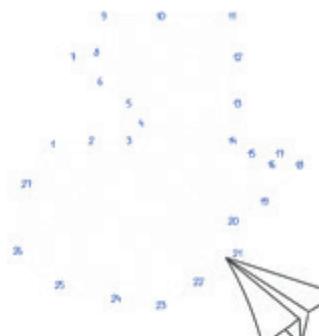
### Colorea

Colorea los zapatos de los hermanitos de Rudy y únelos con una línea a los pares.



### Actíivate

Une con una línea los números y encuentra el mapa de tu país, escribe adentro que es lo que más te gusta de él.



**Página 7**  
**Página 8**

Figura 4.20 Folleto-Actividades, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

### Colorea



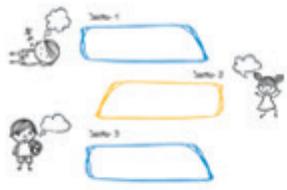
Pinta el tren y escribe 3 sueños que tengas.



### Dibuja



Dibuja y colorea a tu familia.





**Página 9**  
**Página 10**



### Dibuja



Dibuja y colorea lo que te gustaría ver al viajar.



**Consejo a Padres**  
WWW.CONAMIGUA.GOB.GT

El Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala (CONAMIGUA) se complace en obsequiar a su hijo(a) este folleto de actividades como un medio para crear conciencia y enseñarle sobre los peligros de la migración irregular.

No pongas en riesgo sus vidas, no dejes que destruyan sus sueños.  
"Protegerlos es nuestro deber."





**Página 11**  
**Consejo a Padres**





No solo quería,  
lo que no tenía

Contaba en el desierto  
Los sueños dibujados,  
por otros cuentados  
y algunas maltratados

No iba a quitarle nada,  
yo solo quería  
Las Chapulitas queridas jugar,  
Y no con el legítimo jugar

Te fuiste de mi casa querida,  
me vine acompañando la vida  
con hambre y con frío  
resolando en el río

Queridos los hechos según libros,  
Y los derechos según libros  
Los hechos según,  
el tren de los sueños

No te preocupes, porque vamos  
VOLVIMOS






**Contraportada**  
**Letra de Jingle**

Figura 4.21 Folleto-Actividades, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

#### 4.2.11.4 Etiqueta y Troquel para CD y DVD

El diseño de la etiqueta y el troquel, impreso para la entrega del CD o DVD del material audiovisual se realizó de la siguiente manera:

**Formato:** La etiqueta impresa es de 12cm\*12cm y el troquel fue impreso en un formato de 43.18cm\*27.94cm (doble carta) en orientación horizontal, para que tenga una mejor distribución de la información.

**Layout:** El troquel fue diseñado como un sobre para guardar el CD o DVD y se utilizó una línea de corte dinámica, para que cuando es cerrado, cree la ilusión de protección a los niños. Dentro del sobre se encuentra impreso un pequeño manual de usuario para el material.

**Color:** Se utilizó la paleta de colores, orientada de la misma manera que el material audiovisual para tener coherencia firme al momento que los lectores sean redirigidos a la misma.

**Tipografía:** Se utilizará la Tipografía Gilles Comic Font y Trebuchet MS, al igual que el resto del material correspondiente al proyecto.

**Imágenes:** Se ilustra con las mismas ilustraciones utilizadas durante los audiovisuales. (dichas imágenes fueron dibujadas por niños y vectorizadas en illustrator).  
Todo sobre una mesa, como si se tratara de la mesa de dibujo de un niño.

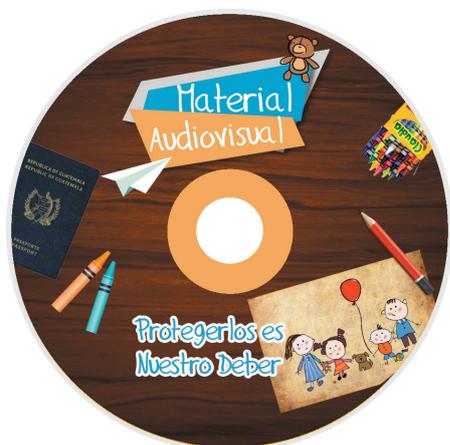


Figura 4.22 Etiqueta CD y DVD, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015

#### 4.2.11.5 Video-Karaoke

El diseño del video, como material didáctico digital, complemento del jingle, para la presentación en talleres, del material audiovisual se realizó de la siguiente manera:

**Resolución:** HDTV (Alta Definición)

**Aspect Ratio:** 16:9, es decir Widescreen (pantalla ancha).

**Dimensión:** 1280 x 720 Píxeles

**Cuadros por segundo:** 29.97

**Layout:** La letra del jingle, fue presentada con la técnica de animación de “kinetic”, sobre una hoja de cuaderno, como si se tratara del cuaderno de un niño.

**Color:** Se utilizó la paleta de colores, orientada de la misma manera que el material audiovisual para tener congruencia firme al momento que los lectores sean redirigidos a la misma.

**Tipografía:** Se utilizará la Tipografía Gilles Comic Font y Trebuchet MS, al igual que el resto del material correspondiente al proyecto.

**Imágenes:** Se ilustra con las mismas ilustraciones utilizadas durante los audiovisuales. (dichas imágenes fueron dibujadas por niños y vectorizadas y animadas en adobe flash)



Figura 4.23 Portada-Empaque CD y DVD, Protegerlos  
Elaboración propia, 2015

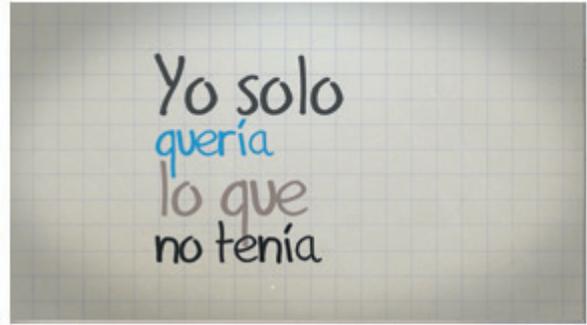
4.2.11.5 Video-Karaoke-Jingle



**Escena 1**

Plano 1 General

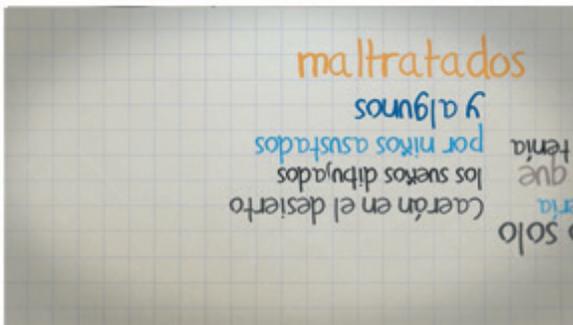
Cámara Fija



**Escena 2**

Plano 1 A Detalle

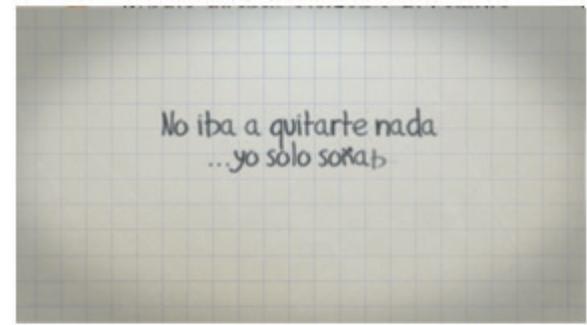
Cámara Fija



**Escena 2**

Plano 2 A Detalle

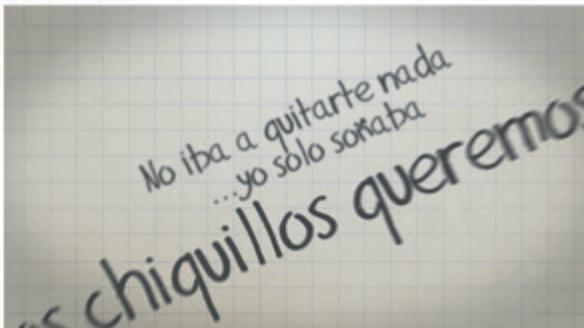
Rotación



**Escena 2**

Plano 3 A Detalle

Zoom Out



**Escena 2**

Plano 4 A Detalle

Rotación



**Escena 2**

Plano 5 A Detalle

Circular

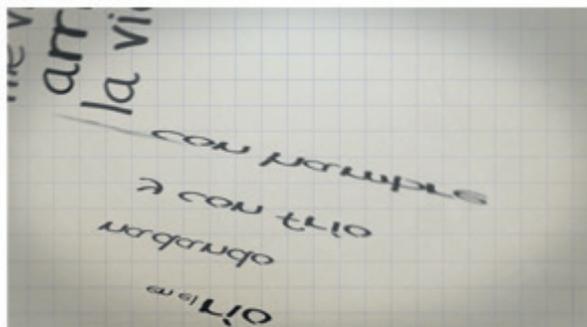


**Escena 2**

Plano 6 A Detalle

Circular

Figura 4.24 Video-Karaoke-Jingle, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015



**Escena 2**  
Plano 7 A Detalle  
Circular



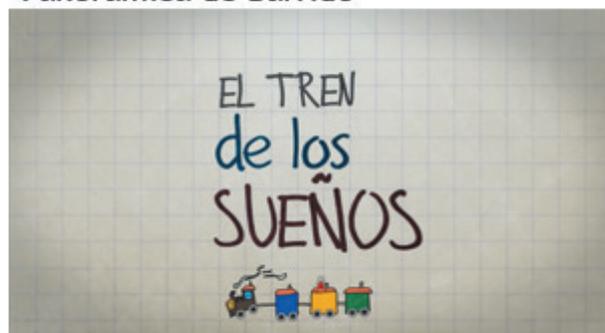
**Escena 2**  
Plano 8 A Detalle  
Circular



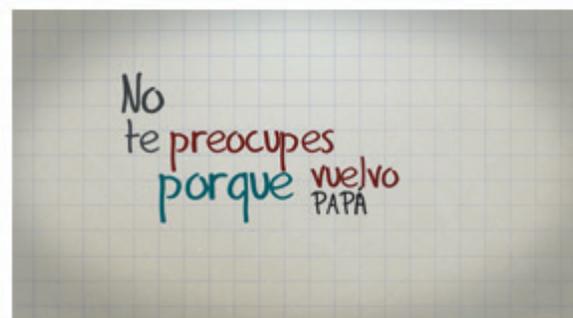
**Escena 2**  
Plano 9 A Detalle  
Panorámica de Barrido



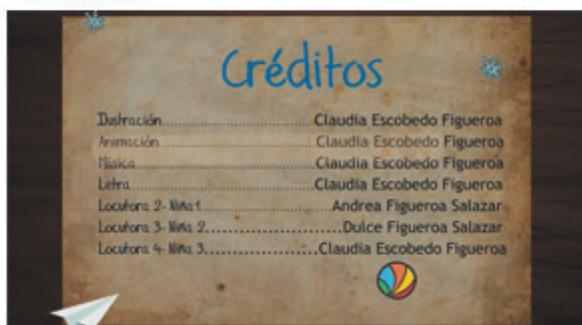
**Escena 2**  
Plano 10 A Detalle  
Zoom In



**Escena 2**  
Plano 11 A Detalle  
Circular



**Escena 2**  
Plano 12 A Detalle  
Cámara Fija



**Escena 3**  
Plano 1 General  
Cámara Fija

Figura 4.25 Video-Karaoke-Jingle, Protegerlos es Nuestro Deber  
Elaboración propia, 2015



# CONCLUSIONES

- Se propuso exitosamente el slogan que englobará al material audiovisual y servirá para comunicar, tanto la labor del Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala -CONAMIGUA, como la acción de protección que se quiere que tomen los padres de familia y responsables con los niños y adolescentes.
- Se produjeron 2 spot de audio y 2 spot de video animado, que comunican y sensibilizan tanto al grupo objetivo como a la población en general, bajo el tema de los riesgos de la migración irregular en niños.
- Se produjo la melodía de una canción, con su respectiva letra y música, que divulga y sensibiliza tanto al grupo objetivo, como a la población en general. Dicha canción servirá como jingle, para enseñar de forma dinámica al grupo objetivo, sobre los peligros de la migración.
- Se diseñó una infografía animada acerca de los riesgos de la migración irregular en niños y adolescentes que servirá como apoyo a los talleres que brinda el Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala -CONAMIGUA. Ésta comunica de manera sintetizada las investigaciones sobre los riesgos de la migración irregular de manera atractiva y fácil de comprender tanto para el grupo objetivo, como para el resto de la población.
- Como proyectos complementarios para el material audiovisual propuesto, se realizaron 3 piezas impresas y un audiovisual extra, que facilitara el aprendizaje del grupo objetivo, sobre los peligros de la migración irregular. Dichas piezas conforman el diseño de un banner, para la impartición de talleres, el diseño de un trifoliar atractivo y dinámico para el público lector, el diseño de un pequeño folleto de actividades para niños, donde de forma dinámica se les enseñará sobre los peligros de la migración, así también como pieza complementaria para el jingle, se elaboró un audiovisual que facilitara el aprendizaje de la letra de la canción de forma dinámica y entretenida.



# RECOMENDACIONES

- **Se recomienda**, explicar el significado del slogan del que engloba al material, durante los talleres para ubicar al grupo objetivo.
- **Se recomienda**, tener dos copias del material audiovisual, para estar preparados en caso de que la copia principal fallara.
- **Se recomienda**, utilizar el máximo volumen de sonido cuando se impartan los talleres, para que todos los participantes tengan la oportunidad de escuchar el contenido del material audiovisual.
- **Se recomienda**, que cada uno de los spot de video sirva para abrir y cerrar la presentación de los talleres.
- **Se recomienda**, que los spot de audio puedan ser facilitados para su reproducción en radios comunitarias.
- **Se recomienda**, que el jingle sea reproducido durante los intermedios en la impartición de talleres.
- **Se recomienda**, enseñar solo una estrofa del jingle a los niños, con ayuda del audiovisual del karaoke y la contraportada del folleto de actividades.
- **Se recomienda**, que la infografía sea reproducida después de que el presentador brinde una pequeña explicación sobre la migración infantil.
- **Se recomienda**, que el DVD se guarde en todo momento en su caja, para evitar ralladuras u otros daños en la superficie del mismo.
- **Se recomienda**, que el banner sea expuesto en una esquina del salón donde será impartido el taller o bien al frente junto al presentador.
- **Se recomienda**, que los trifoliales sean entregados a adolescentes (13-17 años), padres y responsables después de la impartición de los talleres.
- **Se recomienda**, que los folletos de actividades sean entregados a niños de 5-12 años de edad, después de la impartición de los talleres, y sean realizados con la ayuda del moderador.



# LECCIONES APRENDIDAS

## ¿Qué Sabía?

- Innovar y emprender en proyectos gráficos, dinámicos y didácticos.
- Conocimientos sobre conceptualización y síntesis gráfica.
- Conocimientos sobre edición básica de audio y software de grabación y creación de música.
- Conocimientos sobre el proceso de pre-producción, producción de video y animación.
- Conocimientos sobre las formas irregulares y algunos de los peligros que sufren los niños al migrar de forma irregular.

## ¿Qué Aprendí?

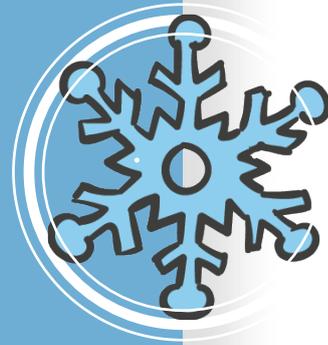
- Redacción del contenido en base a una idea sintetizada.
- A implementar los movimientos de cámara en la animación.
- Identificar insight con otras técnicas metodológicas más introspectivas al grupo objetivo.
- Ejecutar un mejor uso del micrófono e implementar efectos de sonido en adobe audition.
- A integrar y moderar un focus group con niños.
- A delimitar las nuevas ideas para un mejor uso del material gráfico audiovisual.

## ¿Qué Necesito Mejorar?

- A delimitar la información para el proceso de redacción.
- A implementar y crear imágenes vectoriales con mayor calidad de línea gráfica.
- A implementar desenfoces de cámara en la animación.
- A producir mejores mezclas de sonido.
- A esperar y respetar el ritmo de trabajo de los demás.



# Especificaciones Técnicas



## LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA

### 5.1 Medios y Usos Sugeridos

Sugerencias para ser utilizado.

### 5.2 Manual de Usuario

Manual con especificaciones entregado al usuario.

### 5.3 Presupuesto

Costos, Total de Aporte de la Escuela de Diseño Gráfico USAC.



## 5.1 MEDIOS Y USOS SUGERIDOS

### 5.1.1 Material Audiovisual

El medio sugerido es un DVD de video, para ser utilizado en la forma que El Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala-CONAMI-GUA- lo sugirió: mostrarlo en una televisión de pantalla plasma, o bien ser proyectado con cañonera en una pantalla frontal como apoyo a la inducción de talleres en escuelas y las diferentes sedes de la institución.

Este formato es flexible, ya que se puede utilizar en computadoras en caso de que la institución quisiera usarlo en otro tipo de presentaciones. El costo de producción para el material audiovisual se desglosa de la siguiente manera:

- DVD imprimibles: Q.5.00 c/u
- Impresión de DVD: Q.10.00 c/u
- Impresión de portada: Q.12.00 c/u
- Caja protectora: Q10.00 c/u
- Impresión de Caja (Troquel): Q14.00 c/u

### 5.1.2 Trifoliar Impreso

Fue diseñado en un formato de 21.59cm\*27.94cm (carta) en orientación horizontal, para que tenga una mejor distribución de la información, a una columna, con la información alineada a la izquierda y las ilustraciones centradas. Así también se utilizó una línea de corte dinámica, para que cuando el trifoliar es cerrado, cree la ilusión de una pareja de padres, respaldando o protegiendo a una pareja de niños. El costo de producción para el trifoliar se desglosa de la siguiente manera:

- Impresión de 2,000 trifoliales, tiro y retiro, full color, papel couché 80gr. tamaño carta: Q875.00

### 5.1.3 Plataformas de Video Online

Las plataformas de video sharing o videos compartidos son sitios para subir, descargar, compartir y comentar contenido generado por los usuarios. Se recomiendan especialmente tres opciones:

- Youtube (<http://www.youtube.com>)
- Vimeo (<http://www.vimeo.com>)
- Google Video (<http://www.google.com/videohp>)

### 5.1.4 Banner Impreso

Fue diseñado para su impresión en manta vinílica, en un formato de 200cm\*80cm de ancho para que sea visible durante la presentación de los talleres.

El costo de producción para el banner se desglosa de la siguiente manera:

- Impresión en banner de 2mts\*.80mts: Q.90.00 c/u
- Araña para colocar banner: Q200.00 c/u
- Roll Up 2mts\*.80mts: Q300.00 c/u

### 5.1.5 Folleto de Actividades

Fue diseñado en un formato de 21.59cm\*13.97cm (media carta) en orientación horizontal, para que tenga una mejor distribución de la información y para que sea más práctico para dar a los niños asistentes de los talleres.

Este resulta ser un libro de colorear que contiene diversas actividades, y la letra del jingle.

El costo de producción para el folleto se desglosa de la siguiente manera:

- Impresión de 1,000 pastas, tiro y retiro, full color, papel husky, tamaño carta: Q1,750.00
- Impresión de 3,000 páginas interiores, tiro y retiro, full color, papel bond, tamaño carta: Q5,000.00



## 5.2 MANUAL DE USUARIO

El Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala -CONAMIGUA- será la institución encargada de la transmisión del material audiovisual y la implementación de las piezas impresas durante los talleres que imparte en cada una de sus sedes, para ello se les recomienda tomar en cuenta los siguientes aspectos para una exitosa transmisión del mensaje:

### 5.2.1 Planificación de Recursos

Es necesaria la planificación adecuada de recursos, equipo y disposición del lugar.

En cuanto al equipo audiovisual en este caso pueden optar por estas alternativas:

- Televisión plasma y reproductor de DVD.
- Computadora con lector de DVD o CD, con un programa de reproducción de video, un proyector frontal con pantalla (cañonera).
- Bocinas adicionales.

### 5.2.2 Recomendaciones de Sonido

Es muy importante que cuente con bocinas en buen estado y con suficiente margen de aumento de volumen, para que la voz y sonidos del audiovisual sean completamente claros y no sea obstáculo para los objetivos.

Que el sonido llene la sala en donde será presentado el audiovisual, pues por ser un material didáctico, la recepción del mensaje debe ser total, esto influye definitivamente en la atención del espectador y en la retención de información.

### 5.2.3 Recomendaciones del lugar de Proyecciones

El espacio utilizado para la presentación del audiovisual debe ser cómodo, con suficiente capacidad, asientos, cuidando que la iluminación no interfiera la visibilidad así como ocuparse de quitar todos los obstáculos visuales, de preferencia que cuente con las conexiones eléctricas requeridas así como tomacorrientes, disponer de una extensión eléctrica en buen estado, transformadores. Prever peligros y consecuencias.

Previamente a la presentación del material, es muy recomendable realizar una prueba general con el equipo, para eliminar todo margen de error y detectar las áreas en que se debe mejorar, para llevar a cabo la actividad de aprendizaje exitosamente.

### 5.2.4 Instrucciones

Se entregará el material didáctico multimedia en un disco compacto (12cm\*12 cm) con una portada con el mismo concepto y unidad de diseño impresa sobre el mismo. Y un sobre que servirá de empaque para el disco, el cual contendrá un pequeño manual de usuario con especificaciones técnicas, y recomendaciones para la reproducción del material durante los talleres.





### 5.3 ANÁLISIS DE COSTOS - PRESUPUESTO

Área	Trabajo	Costo	Total
<b>Comunicación</b>	Slogan/Lema del Material Audiovisual Definición o “manera de ser” del material y mensaje.	Q 2,120.67	Q 2,120.67
	Creatividad y redacción de folleto díptico	Q1,192.37	Q1,192.37
<b>Publicidad</b>	Folleto Tríptico/Trifoliar Frente y dorso, 2 pliegues.	Q2,912.92	Q2,912.92
	Brochure/Folleto de Actividades Hasta 10 páginas/pliegos	Q,6241.98	Q,6241.98
	Key Visual Estética y concepto que la marca desea transmitir en una campaña específica.	Q1920.60	Q1920.60
<b>Señalización</b>	Banner de Pie	Q928.29	Q928.29
<b>Ilustración</b>	Ilustración Vectorial Para folleto, trifoliar y animación.	Q3,048.96	Q3,048.96
	Digitalización Escaneado Redibujo (logos, tarjetas, etc.). No incluye cambios.	Q400.12 por cada dibujo.	Q6,001.80 por 15 dibujos
<b>Packaging</b>	Cd Pack Tapas, CD y booklet interior hasta 3 pliegos. No incluye tomas fotográficas.	Q6,626.10	Q6,626.10
<b>Audiovisual</b>	Spot publicitario/animación complejidad alta Edición de tomas y placas animadas/3D.	Q280.00 por segundo	Q41,440.00 por 148 segundos



## 5.3 ANÁLISIS DE COSTOS - PRESUPUESTO

Área	Trabajo	Costo	Total
<b>Audiovisual</b>	Placa Animada 2D Diseño de texto, fondo y animación.	Q280.00 por segundo	Q12,888.00 por 179 segundos
<b>Sonido</b>	Spot de Radio Edición/mezcla. No incluye grabación de audio/locución.	Q1,192.37 por 25 segundos	Q15,596.19 por 327 segundos
	Composición y grabación de música original No incluye voz/locución.	Q3,088.98 por minuto	Q6177.96 por 2 minutos
	Locución	Q664.21 por 25 segundos.	Q5,499.65 por 207 segundos
<b>Fotografía</b>	Retoque Digital Imágenes usada para la creación de los fondos del material audiovisual.	Q240.00 por cada imagen usada	Q1,680 por 7 imágenes
<b>Investigación de Mercado</b>	Retrato del Consumidor	Q7,039.67 por sesión	Q7,039.67 por una sesión
	Focus Group	Q7,039.67 por sesión	Q7,039.67 por una sesión
<b>Equipo de Grabación de Sonido</b>	Micrófono shotgun con boom	Q400.06 por día	Q3200.48 por 8 días
<b>TOTAL DE APORTE ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO, USAC</b>			<b>Q 124,515.64</b>

Basado en: Tarifario Modelo (versión 5.0) - Cámara de Diseñadores en Comunicación Visual del CCIRR, Junio-Noviembre 2015  
 Tipo de cambio de referencia vigente para el martes 2 de noviembre del 2015 (viajar.com)



# FUENTES CONSULTADAS

## Sobre Migración

1. ECPAT/Guatemala, Comisión Interinstitucional de combate a la Trata de Personas y sus Delitos Conexos, Ministerio de Relaciones Exteriores/ Guatemala. “Política Pública contra la Trata de Personas Protección Integral a las Víctimas y Plan Nacional de Acción Estratégico” (2007-2017).

2. Grupo Guatemala-México, Migración y Desarrollo. (2009)  
“Las Políticas Migratorias de México y Guatemala: Una Primera Aproximación”.

3. CONAMIGUA. (2009)  
“Tratados Internacionales en Materia de Protección al Migrante”.

4. UNICEF/Guatemala (2007)  
“Protocolo Para la Repatriación de Niños, Niñas y Adolescentes Víctimas de Trata”.

5. OIM/ Organización Internacional para las Migraciones. (2012)  
“Perfil Migratorio de Guatemala 2012. Encuestas”.

6. Irene Palma. (2006)  
“Migración en la Epoca de Post-Conflicto/Vulneración de derechos de las poblaciones excluidas e impactos sobre la participación política”.

7. Yasmina Areli López Reyes. (2012)  
“Niños, Niñas y Adolescentes: Migrantes Trabajadores Guatemaltecos en la Ciudad de Tapachula Chiapas”.

8. Ministerio de Gobernación. Secretaría de Bienestar Social de la Presidencia de la República. (2014)  
“Niñez Migrante en Guatemala. Estadísticas de enero-diciembre, 2013”.

## Sobre Comunicación

9. ANDI/Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia, Save the Children/Suecia, Brasil un País para Todos/Gobierno Federal.(2013)  
“Construyendo la ciudadanía en la pequeña pantalla”.

10. José Alberto García Avilés y Irene Bernal Carcelen. (2006)  
“El Tratamiento de la Inmigración en los informativos Televisivos”.

## Sobre Diseño Gráfico y Multimedia

11. Cabada Del Río, Marina.  
“Análisis Psicosocial de la Comunicación Audiovisual de Masas”  
En el texto: (Cabada del Río, 2005)  
Bibliografía: Cabada del Río, M. (2005). “Análisis Psicosocial de la Comunicación Audiovisual de Masas”. Doctorado. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Psicología, Departamento de Psicología Social.
12. Jonathan Baldwin y Lucienne Roberts. (2007)  
“Comunicación Visual. De la teoría a la práctica”.
13. Isidoro Arroyo Almaraz, Miguel Baños González y Teresa C. Rodríguez García. (2008-2011)  
“Modelo de investigación de las piezas audiovisuales de las organizaciones del tercer sector en redes sociales”.
14. Cámara, Sergi, (2008)  
“El Dibujo Animado”  
Barcelona, España: Parramón Ediciones, S.A.
15. Hornelas Pineda, Carlos Manuel; Wiki, Production Tv  
Producción de televisión / La Pre-producción  
En el texto: (Hornelas Pineda and Wiki, 2012)  
Bibliografía: Hornelas Pineda, C. and Wiki, P. (2012). Producción de televisión / La Pre-producción. [online] Productiontv.pbworks.com. Disponible en: <http://productiontv.pbworks.com/La%20Pre-producci%C3%B3n> [Extraído el: 26 Oct. 2015].
16. González, Jorge; Taller De Cine Y Animación  
Movimientos de cámara  
En el texto: (González, 2014)  
Bibliografía: González, J. (2014). Movimientos de cámara. [online] Nosvemosigual.com.ar. Disponible en: <http://www.nosvemosigual.com.ar/movimientos-de-camara/> [Extraído el: 26 Oct. 2015].
17. Kved; Wikipedia la Enciclopedia Libre en Español  
Cine  
En el texto: (Es.wikipedia.org, 2009)  
Bibliografía: Es.wikipedia.org. (2009). Cine. [online] Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cinematografia> [Extraído el: 20 Oct. 2015].

18. Kordas; Wikipedia la Enciclopedia Libre en Español

Guion (género literario)

En el texto: (Kordas, 2007)

Bibliografía: Kordas, (2007). Guion (género literario). [online] Es.wikipedia.org. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Guion\\_%28g%C3%A9nero\\_literario%29](http://es.wikipedia.org/wiki/Guion_%28g%C3%A9nero_literario%29) [Extraído el: 20 Oct. 2015]

19. Romero Varela, Ladis.

OCTAVOS AÑOS: LECTO-ESCRITURA Y ORTOGRAFÍA: ¿Qué es una campaña Social?

En el texto: (ROMERO, 2012)

Bibliografía: ROMERO, L. (2012). OCTAVOS AÑOS: LECTO-ESCRITURA Y ORTOGRAFÍA: Qué es una campaña Social?. [online] Octavoitsclenglite.blogspot.com. Disponible en: <http://octavoitsclenglite.blogspot.com/2012/07/que-es-una-campana-social.html> [Extraído el: 5 Sep. 2015].

20. ([Http://www.vectoralia.com](http://www.vectoralia.com)), Typephases

Dibujo e ilustración vectorial - Manual de diseño digital: diseño gráfico, diseño web, tipografía, creatividad

En el texto: (<http://www.vectoralia.com>), 2005)

Bibliografía: (<http://www.vectoralia.com>), T. (2005). Dibujo e ilustración vectorial - Manual de diseño digital: diseño gráfico, diseño web, tipografía, creatividad. [online] Vectoralia.com. Disponible en: <http://www.vectoralia.com/manual/html/vectores.html> [Extraído el: 18 Sep. 2015].



# GLOSARIO

- **Animación**

Es el proceso que parte del principio denominado “Persistencia de la Visión” y consiste en proyectar sobre una pantalla 24 fotogramas por segundo, es decir imágenes estáticas de una acción. El resultado es la sensación de un movimiento fluido. (Cámara, 2008: 189)

Tradicionalmente se lograba pintando o dibujando cada cuadro, ahora es posible con una variedad de softwares (Gordon et al., 2005: 214)

- **Composición Escénica**

Establecimiento de el orden y la distribución espacial de los elementos que aparecen en la pantalla para lo cual se toman en cuenta factores de carácter dramático y estético. (Cámara, 2008: 27)

- **Encuadre**

Todos los elementos captados por el ángulo del objetivo de la cámara. (Cámara, 2008: 28)

- **Infografía**

Es una pieza de diseño utilizada para visualizar información, que se vale ilustraciones, mapas, texto y otros elementos para explicar de manera comprensible datos, procesos o sucesos, a menudo de carácter periodístico. La intención principal de la infografía es condensar grandes cantidades de información en un espacio pequeño. (Cairo,2009: 22-23)

Una infografía animada es la que además de sus recursos tradicionales incluye los recurso modernos para contar una historia, animación 3D o 2D, interactividad audio y video. (Cairo,2009: 22-23)

- **MPG-2**

Moving Picture Experts Group 2 (MPEG-2) es la designación para un grupo de estándares de codificación de audio y vídeo acordado por MPEG (grupo de expertos en imágenes en movimiento), y publicados como estándar ISO 13818. MPEG-2 es por lo general usado para codificar audio y vídeo para señales de transmisión, que incluyen Televisión digital terrestre, por satélite o cable. MPEG-2. Con algunas modificaciones, es también el formato de codificación usado por los discos SVCD y DVD comerciales de películas. También proporciona soporte para vídeo entrelazado (el formato utilizado por las televisiones.) (Wikipedia)



- **Multimedia**

Es el termino utilizado para referirse a cualquier medio de comunicación que combine el uso del sonido, gráficos, imágenes en movimiento, video y animación. Generalmente se relaciona con cierta interactividad, lo cual lo distingue de las simples producciones de video. (Gordon et al., 2005: 166)  
Narrativa Cinematográfica

- **Preproducción**

Es la fase más larga y compleja, todas las decisiones tomadas en la preproducción repercutirán directamente sobre las etapas subsecuentes del proyecto. Una buena preproducción resulta en mayores posibilidades de evitar, sorpresas u olvidos, minimizando el impacto de imprevistos, retrasos y dificultades que pudieran encontrarse durante la realización. (Production Tv, 2007)

- **Píxel**

Contracción de la palabra inglesa “picture element” que se traduce como “elemento de imagen”. Es el componenete más pequeño de las imágenes generadas digitalmente, es como un pequeño punto sencillo de luz en el monitor de la computadora. En los monitores a colores un pixel corresponde a varios bits. (Gordon et al., 2005: 216)

- **RGB**

Abreviatura de las palabras inglesas “red, green, blue” (rojo, verde y azul). Se refiere a los colores primarios del sistema aditivo utilizada en monitores de televisión y en el diseño web así como en todos los gráficos multimedia. (Gordon et al., 2005: 216)

- **Visualización de Datos**

Es la representación visual de información en distintas formas gráficas. Es un método sistemático, basado en reglas, externo, permanente de representaciones gráficas, que transmiten información de manera que produzcan insights, creando una comprensión compleja de lo que se muestra en el observador. (Lenger & Martin, 2007: 1)

- **Vector**

(Gráficos vectoriales o imágenes vectoriales): Son ilustraciones creadas a base de descripciones numéricas que pueden ser ampliadas o reducidas a cualquier tamaño sin perder su calidad visual. (Gordon y Gordon, 2005: 217)



# ÍNDICE DE IMÁGENES

**Pag.12** Figura 1.1  
Tendencia de la migración durante el periodo 1990-2005  
OIM. (2005).

**Pag.14** Figura 1.2  
Proyecciones de Población 2014  
INE. (2014).

**Pag.15** Figura 1.3  
Duración de EPS  
(2015).

**Pag.16** Figura 1.4  
¡Quédate! (2014).

**Pag.16** Figura 1.5  
No le Creas al Coyote (2014).

**Pag.17** Figura 1.6  
No dejemos que se vayan (2014).

**Pag.18** Figura 1.7  
Logotipo de la Institución.

**Pag.19** Figura 1.8  
Multivex Sigma Dos Guatemala (2011).

**Pag.22** Figura 2.1  
OIM/UNICEF. (2012).

**Pag.23** Figura 2.2  
OIM/UNICEF. (2012).

**Pag.23** Figura 2.3  
OIM/UNICEF. (2012).

**Pag.23** Figura 2.4  
OIM/UNICEF/EL Salto del Norte. (2012).

**Pag.24** Figura 2.5  
OIM/UNICEF/INM (2012).

**Pag.24** Figura 2.6  
Guatemaltecos Deportados Vía Terrestre (2015).

**Pag.24** Figura 2.7  
Guatemaltecos Deportados Vía Aérea (2015).

**Pag.25** Figura 2.8  
Uso de coyote según nivel de organización y acceso a una red de migrantes (2011).

**Pag.27** Figura 2.9  
Talleres CONAMI-GUA (2015).

**Pag.27** Figura 2.10  
Talleres CONAMI-GUA (2015).

**Pag.28** Figura 2.11  
El Impacto de la Música en la Industria (2011).

**Pag.29** Figura 2.12  
3 Pasos para Crear una Infografía (2015).

**Pag.30** Figura 2.13  
Etapas para escribir un guión (2015).

**Pag.30** Figura 2.14  
Guión Técnico.

**Pag.31** Figura 2.15  
Story Board-Producción "The Others" (2001).

**Pag.34** Figura 3.1  
Tabla Comparativa S.P.I.C.E. & P.O.E.M.S.

**Pag.34** Figura 3.2  
Las 6W del Periodismo

**Pag.35** Figura 3.3  
Retrato del Consumidor-Audiencia 1.

**Pag.36** Figura 3.4  
Retrato del Consumidor-Audiencia 2.

**Pag.41** Figura 3.5  
Los 6 Sombreros para Pensar.

**Pag.45** Figura 3.6  
Dibujo logrado durante las entrevistas (Eloisa Chiroy).

**Pag.46** Figura 3.7  
Esquema de Guión.

**Pag.46** Figura 3.8  
Esquema Guión de Infografía Animada.

**Pag.54** Figura 3.9  
Story Board, Spot 1, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.54** Figura 3.10  
Story Board, Spot 2, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.55** Figura 3.11  
Story Board, Infografía Animada, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.55** Figura 3.12 Story Board, Infografía Animada, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.61** Figura 3.13 Niña que participa en producción (Ericka Chiroy).

**Pag.61** Figura 3.14 Niño que participa en producción (Moisés Chiroy).

**Pag.66** Figura 4.1 Validación Grupo Objetivo.

**Pag.67** Figura 4.2 Validación Grupo Objetivo.

**Pag.67** Figura 4.3 Validación Personal de la Institución.

**Pag.68** Figura 4.4 Validación Personal de la Institución.

**Pag.69** Figura 4.5 Participantes del Focus Group.

**Pag.69** Figura 4.6 Participantes del Focus Group.

**Pag.69** Figura 4.7 Participantes del Focus Group.

**Pag.72** Figura 4.8 Dibujo de niño (Ronald López).

**Pag.72** Figura 4.9 Imágen tratada con vectores en adobe flash.

**Pag.74** Figura 4.10 Spot 1, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.75** Figura 4.11 Spot 2, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.76** Figura 4.12 Infografía Animada, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.77** Figura 4.13 Infografía Animada, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.79** Figura 4.14 Banner Impreso, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.79** Figura 4.15 Trifoliar Impreso, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.80** Figura 4.16 Trifoliar Impreso, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.80** Figura 4.17 Mockup-Folleto-Actividades, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.80** Figura 4.18 Mockup-Folleto-Actividades, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.81** Figura 4.19 Folleto-Actividades, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.82** Figura 4.20 Folleto-Actividades, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.83** Figura 4.21 Folleto-Actividades, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.84** Figura 4.22 Etiqueta CD y DVD, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.84** Figura 4.23 Portada-Empaque CD y DVD, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.85** Figura 4.24 Video-Karaoke-Jingle, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.86** Figura 4.25 Video-Karaoke-Jingle, Protegerlos es Nuestro Deber.

**Pag.94** Figura 4.26 Troquel CD y DVD, Protegerlos es Nuestro Deber.



# Anexos



## **Anexo 1**

Entrevistas de diagnóstico con la institución

## **Anexo 2**

Entrevistas a público migrante

## **Anexo 3**

Dibujos de niños

## **Anexo 4**

Herramienta de Validación

## Anexo 1

### Entrevista de Diagnostico con la Institución



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

*Creación de campaña de concientización para público migrante, en apoyo al Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala (CONAMIGUA)*

#### Entrevista No.1

*Tipo: Semiestructurada.* Estrategia mixta, alternando preguntas estructuradas con preguntas espontáneas, se trabaja con preguntas abiertas, sin un orden preestablecido, adquiriendo características de conversación.

**Objetivo de la Entrevista:** Escudriñar y entender las aspiraciones y los motivos de los involucrados que laboran en la creación de material didáctico y de comunicación dirigida a los migrantes guatemaltecos.

**Perfil de Entrevistados:** Personas que laboran en el departamento de divulgación, de las oficinas de CONAMIGUA.

#### **Instrucciones:**

- Las preguntas se realizarán a las personas que laboren en las oficinas de CONAMIGUA, involucradas en la creación de material didáctico y de comunicación dirigida a los migrantes guatemaltecos, intercalando preguntas dependiendo del matiz que vaya tomando la entrevista.
- La guía está elaborada en forma semiestructurada, por lo tanto no todas las preguntas se encuentran consignadas aquí, y se dejan espacios en blanco, para futuras preguntas que puedan darse durante la conversación.

#### **Preguntas:**

1	¿Existen antecedentes de tesis o EPS en la institución?
2	¿Cómo es la comunicación dentro de la institución? (existen boletines, notas, etc.)
3	¿Existe un departamento de diseño gráfico y de comunicación?
4	¿Cómo funciona el departamento de comunicación? (personas que lo integran, de donde reciben la información oficial y en qué forma?)
5	¿Quién diseña la página web y se encarga de publicar en las redes sociales y actualizar la sección de noticias de la página web?
6	¿Cada cuánto tiempo es actualizada la información que se publica?
7	¿Poseen documentación impresa con información importante (estadísticas, casa de migrantes, direcciones de consulados, etc.) para los migrantes fuera y dentro del territorio nacional?
8	Si existe, ¿quién diseña este material de divulgación?
9	¿Tienen material audiovisual (videos, animaciones, etc.) de carácter informativo en CONAMIGUA?
10	¿Cuántos videos existen, sobre qué temas y de cuanta duración aproximada?
11	¿Dónde se pueden ver los videos?
12	¿Quiénes son los encargados de diseñar la imagen y escoger la información en los videos?
13	¿Hay alguna razón en especial del porque se utilice el escudo de Guatemala, para representar a CONAMIGUA?
14	¿Usted conoce alguna campaña que hable de los temas relacionados a la migración, dentro y fuera del país?
15	¿Qué productos presentaba la campaña (spot de radio, spot de tv, videos, redes sociales, afiches, trífolios, etc.)

# Anexo 2

## Entrevistas a Público Migrante




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

Creación de campaña de concientización para público migrante, en apoyo al Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala (CONAMIGUA)

**Entrevista No. 2**  
 Tipo: Semiestructurada - Estrategia mixta, alternando preguntas estructuradas con preguntas espontáneas, se trabaja con preguntas abiertas, sin un orden preestablecido, adquiriendo características de conversación.

**Objetivo de la Entrevista:** Compenetrarse con los entrevistados, para juzgar e interpretar las causas que los llevaron a migrar, los peligros que corrieron al cruzar las fronteras y las causas que los llevaron a buscar la ayuda de CONAMIGUA, así mismo el medio por el cual se enteraron de su existencia.

**Perfil de Entrevistados:** Migrantes irregulares de ambos sexos (femenino y masculino) guatemaltecos, fuera del país que utilizaron los servicios sociales de CONAMIGUA.

**Instrucciones:**

- Las preguntas se realizarán a los migrantes guatemaltecos, que residen fuera del país, y han recibido ayuda e información de parte de CONAMIGUA.
- La guía está elaborada en forma semiestructurada, por lo tanto no todas las preguntas se encuentran consignadas aquí, y se dejan espacios en blanco, para futuras preguntas que puedan darse durante la conversación. Así mismo no se debe omitir la presentación de ambas partes para entablar una mejor conversación.

**Preguntas:**

1	¿A qué edad salió de Guatemala? ¿Cuál es su edad actualmente? ¿Tiene documento de identificación actualmente? ¿Cómo lo consiguió?
2	¿Cuál fue su motivo para salir de Guatemala?
3	¿De qué forma enfrenta su familia y amigos su decisión?
4	Podría relatarme algún momento especial en su viaje.
5	Podría contarme cómo es su día a día en el ámbito laboral, social y/o estudiantil en donde se encuentra actualmente.
6	¿Existen fuentes de empleo ante la situación migratoria que enfrenta? ¿Cuáles?
7	¿Se ha enfrentado alguna vez a dificultades sociales donde reside? (racismo, acoso, maltrato, persecución, etc.)
8	¿Qué le motiva a confiar en instituciones que ayudan a guatemaltecos migrantes?
9	¿Cómo lo ayudó CONAMIGUA? (servicio que le brindó)
10	¿Cómo se enteró usted sobre la existencia y servicios de CONAMIGUA?
11	¿Ha recibido algún tipo de material donde le brinden información sobre temas relacionados a la migración?
12	¿Conoce otras organizaciones que brinden los mismos servicios que CONAMIGUA?
13	¿Piensa algún día regresar a Guatemala? ¿Qué espera cuando regrese? ¿Por qué no pretende regresar?
14	¿Conoce usted sus derechos como migrante, fuera del país?
15	De ser irregular: ¿Conoce usted los riesgos de migrar antes de hacerlo? ¿Por qué lo hizo?
16	De ser irregular: ¿Qué peligros enfrenta en su viaje?
17	¿Está enterado sobre los servicios de capacitación que brinda CONAMIGUA junto al INTECAP al migrante que regresa a Guatemala?




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

Creación de campaña de concientización para público migrante, en apoyo al Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala (CONAMIGUA)

**Entrevista No. 2**  
 Tipo: Semiestructurada - Estrategia mixta, alternando preguntas estructuradas con preguntas espontáneas, se trabaja con preguntas abiertas, sin un orden preestablecido, adquiriendo características de conversación.

**Objetivo de la Entrevista:** Compenetrarse con los entrevistados, para juzgar e interpretar las causas que los llevaron a migrar, los peligros que corrieron al cruzar las fronteras y las historias de su regreso. Así mismo conocer los motivos que los llevaron a buscar la ayuda de CONAMIGUA y así también el medio por el cual se enteraron de su existencia.

**Perfil de Entrevistados:** Migrantes irregulares de ambos sexos (femenino y masculino) guatemaltecos, de regreso en Guatemala, que utilizaron los servicios sociales de CONAMIGUA.

**Instrucciones:**

- Las preguntas se realizarán a los migrantes guatemaltecos, que se encuentran de regreso en Guatemala, teniendo en cuenta que algunos puede que hayan sido deportados y violentados sus derechos durante su regreso, el entrevistado puede mostrarse susceptible y reacio a contestar.
- La guía está elaborada en forma semiestructurada, por lo tanto no todas las preguntas se encuentran consignadas aquí, y se dejan espacios en blanco, para futuras preguntas que puedan darse durante la conversación. Así mismo no se debe omitir la presentación de ambas partes para entablar una mejor conversación.

**Preguntas:**

1	¿A qué edad salió de Guatemala? ¿Cuál es su edad actualmente?
2	¿Tuvo documentos de identificación en el país donde residió? ¿Cómo los consiguió?
3	¿Cuál fue su motivo para salir de Guatemala?
4	¿De qué forma enfrenta su familia y amigos su decisión?
5	¿Qué fue lo que hizo que regresara a Guatemala?
6	De ser irregular: ¿Conoce usted los riesgos de migrar antes de hacerlo? ¿Por qué lo hizo?
7	De ser irregular: ¿Qué peligros enfrenta en su viaje?
8	Podría relatarme algún momento especial en su viaje.
9	Podría contarme cómo era su día a día en el ámbito laboral, social y/o estudiantil en el país que residió.
10	Podría contarme cómo es su día a día en el ámbito laboral, social y/o estudiantil actualmente, de regreso en Guatemala.
11	¿Existen fuentes de empleo ante la situación migratoria que enfrenta (en Guatemala)? ¿Cuáles?
12	¿Se enfrentó alguna vez a dificultades sociales donde residió? (racismo, acoso, maltrato, persecución, etc.)
13	¿Cómo lo ayudó CONAMIGUA? (servicio que le brindó)




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

Creación de campaña de concientización para público migrante, en apoyo al Consejo Nacional de Atención al Migrante de Guatemala (CONAMIGUA)

**Entrevista No. 3**  
 Tipo: Semiestructurada - Estrategia mixta, alternando preguntas estructuradas con preguntas espontáneas, se trabaja con preguntas abiertas, sin un orden preestablecido, adquiriendo características de conversación.

**Objetivo de la Entrevista:** Compenetrarse con los entrevistados, para juzgar e interpretar las causas que los llevan a querer migrar y en algunos casos a buscar la ayuda de CONAMIGUA, así mismo el medio por el cual se enteraron de su existencia.

**Perfil de Entrevistados:** Posibles migrantes de ambos sexos (femenino y masculino) guatemaltecos, dentro del país que hacen uso de los servicios sociales e información que brinda CONAMIGUA.

**Instrucciones:**

- Las preguntas se realizarán a posibles migrantes guatemaltecos, que residen en Guatemala y han recibido algún tipo de ayuda e información por parte de CONAMIGUA.
- La guía está elaborada en forma semiestructurada, por lo tanto no todas las preguntas se encuentran consignadas aquí, y se dejan espacios en blanco, para futuras preguntas que puedan darse durante la conversación. Así mismo no se debe omitir la presentación de ambas partes para entablar una mejor conversación.

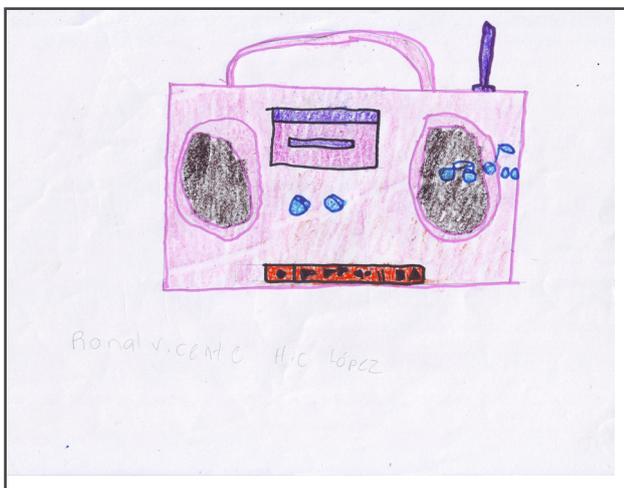
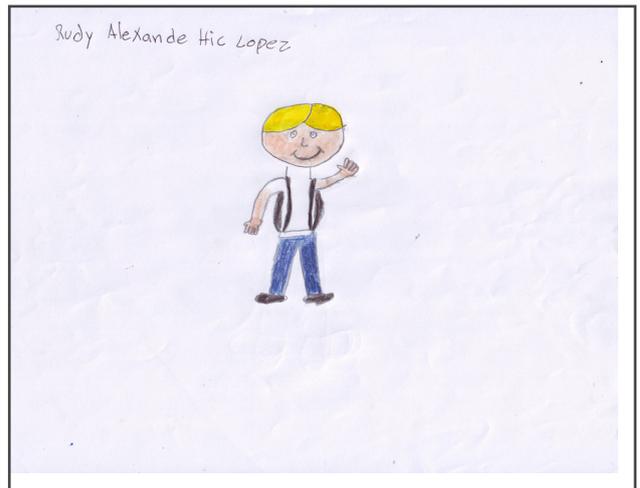
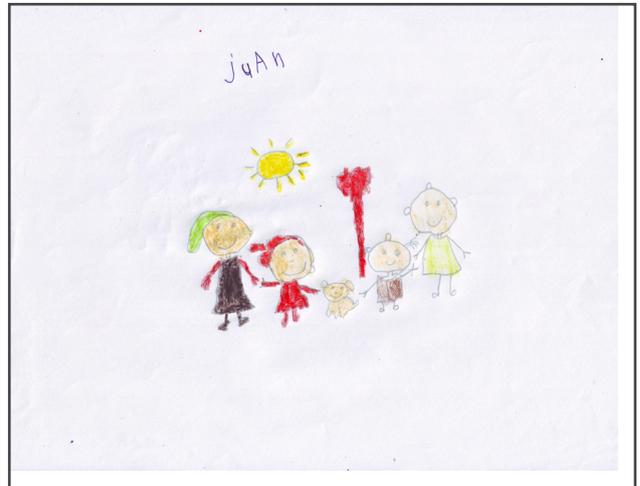
**Preguntas:**

1	¿Cuál es su edad?
2	¿Cuál es su motivo para salir de Guatemala?
3	¿De qué forma enfrenta su familia y amigos su decisión?
4	De ser irregular: ¿Conoce usted los riesgos de migrar antes de hacerlo? ¿Por qué lo hace?
5	De ser irregular: ¿Viajara usted con niños? ¿Conoce los peligros que estos enfrentan?
6	¿Conoce usted sus derechos como migrante, fuera del país?
7	¿Piensa algún día regresar a Guatemala? ¿Qué espera cuando regrese? ¿Por qué no pretende regresar?
8	¿Conoce otras organizaciones que brinden los mismos servicios que CONAMIGUA?
9	¿Qué le motiva a confiar en instituciones que ayudan a guatemaltecos migrantes?
10	¿Cómo se enteró usted sobre la existencia y servicios de CONAMIGUA?
11	¿Cómo lo ayudó CONAMIGUA? (servicio que le brindó)
12	¿Ha recibido algún tipo de material donde le brinden información sobre temas relacionados a la migración?
13	
14	

Entrevistador: Claudia A. Escobedo  
 200821895

# Anexo 3

## Dibujos de Niños





## Anexo 4

### Herramienta de Validación con la Institución



#### Validación con la Institución

**Perfil del Informante:**  
Personas que laboran dentro de la institución, en conexión directa con el grupo objetivo.

**Objetivo:**  
Identificar si el mensaje que se propone está acorde a las necesidades de la institución y el grupo objetivo al que le brindan talleres.

**Cuestionario:**

**Entendimiento**

¿Qué vieron en el video? \_\_\_\_\_

¿A quiénes escucharon en el video? \_\_\_\_\_

¿Cuál fue el mensaje principal del video? ¿De qué hablan los niños? \_\_\_\_\_

¿Creen que el material les serviría para la realización de sus talleres? \_\_\_\_\_

¿Qué piensa del concepto y la idea presentada en el primer spot? \_\_\_\_\_

¿Qué piensa de la idea presentada en el segundo spot, marcando los recorridos en un mapa? \_\_\_\_\_

¿Le agrada la forma en como se presenta la infografía? \_\_\_\_\_

¿Son claras las voces de los niños? \_\_\_\_\_

¿Es clara la voz de la locutora? \_\_\_\_\_

¿Qué le parece el mensaje final de cada pieza?

1. "Cada día caen más sueños dibujados en el camino hacia Estados Unidos.  
-No pongas en riesgo sus vidas.  
-Protegerles es nuestro deber."
2. "Protegerlos es nuestro deber.  
-No pongas en riesgo sus vidas, no dejes que se destruyan sus sueños."

**Identificación**  
¿Se entiende el mensaje y cree que será de utilidad para la institución y el público objetivo? \_\_\_\_\_





#### Validación con la Institución

**Cuestionario:**

**Aceptación y atractivo**

¿Qué fue lo que más les gusto? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Qué fue lo que no les gusto? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Les parece muy corto o demasiado largo el video? \_\_\_\_\_

¿Qué les parece la música de fondo, qué sentimiento les transmite? \_\_\_\_\_

¿Les gustaron los dibujos de los videos y el libro para colorear? \_\_\_\_\_

¿Le agrada la letra del jingle, cree que se apega a la realidad nacional que sufre la niñez migrante? \_\_\_\_\_

**Inducción a la acción**  
¿Se imaginan a niños cayendo del tren, ahogándose, en un desierto, etc. como está en los dibujos? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Hay alguna palabra, frase, sonido, imagen que debería ser reemplazado por algo que ustedes propongan? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Qué ideas tienen para implementar y que todos los niños entiendan el mensaje? \_\_\_\_\_



## Anexo 5

### Herramienta de Validación con niños



#### Validación con el Grupo Objetivo

**Cuestionario:**

**Identificación**  
¿Para quiénes piensan que fue hecho este video? ¿A quién se dirige? \_\_\_\_\_

**Inducción a la acción**  
¿Se imaginan a niños cayendo del tren, ahogándose, en un desierto, etc. como está en los dibujos? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Piensan que es malo o bueno lo que se explica en el video? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Hay alguna palabra, frase, sonido, imagen que debería ser reemplazado por algo que propongan? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Qué ideas tienen para que todos los niños entiendan? \_\_\_\_\_





#### Validación con el Grupo Objetivo

**Cuestionario:**

**Identificación**  
¿Para quiénes piensan que fue hecho este video? ¿A quién se dirige? \_\_\_\_\_

**Inducción a la acción**  
¿Se imaginan a niños cayendo del tren, ahogándose, en un desierto, etc. como está en los dibujos? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Piensan que es malo o bueno lo que se explica en el video? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Hay alguna palabra, frase, sonido, imagen que debería ser reemplazado por algo que propongan? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Qué ideas tienen para que todos los niños entiendan? \_\_\_\_\_



Guatemala, 5 de mayo de 2015

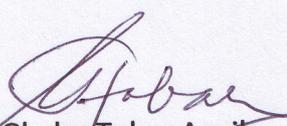
Arquitecto  
Byron Rabé Rendón  
Decano Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación: **MATERIAL AUDIOVISUAL DE DIVULGACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN: LA REALIDAD DE LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES MIGRANTES GUATEMALTECOS QUE CRUZAN DE FORMA IRREGULAR, LA FRONTERA DE ESTADOS UNIDOS NO ACOMPAÑADOS**, de la estudiante **CLAUDIA Alejandra Escobedo Figueroa**, de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, carné **200821695**, previamente a conferírsele el título de Diseñadora Gráfica, en el grado académico de Licenciada.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta cumple con las normas de redacción y ortografía requeridas.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo atentamente,

  
Dra. Gladys Tobar Aguilar  
Revisora  
Colegio de Humanidades  
Colegiada No. 1450  
Cel. 50051959 y 59300210

*Gladys Tobar Aguilar*  
Colegiada 1450



**COLEGIO DE HUMANIDADES DE GUATEMALA**  
 0 CALLE 15-46, ZONA 15, COLONIA EL MAESTRO  
 TEL.: 2369-3670 \* TELEFAX: 2369-3716  
 GUATEMALA, C. A.  
 e-mail: colegiodehumanidades@yahoo.com

**SERIE "B"**

**Nº 220388**

Valor de la Constancia  
 Q. 10.00

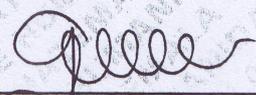
EL (A) INFRASCRITO (A) SECRETARIO (A) DE LA JUNTA DIRECTIVA DEL COLEGIO PROFESIONAL DE HUMANIDADES DE GUATEMALA, hace constar que tuvo a la vista los registros internos del Colegio, en los cuales figura que el Colegiado No. 1450

GRADO: LICENCIATURA EN LETRAS

NOMBRE: TOBAR AGUILAR GLADYS

de conformidad con el Artículo 5to. del Decreto Número 72-2001, de la Ley del Colegiación Profesional Obligatoria para el Ejercicio de las Profesiones Universitarias, es COLEGIADO ACTIVO y en consecuencia, está a la fecha, solvente en el pago de sus cuotas Ordinarias y Extraordinarias, así como del Impuesto Sobre el Ejercicio de las Profesiones Universitarias hasta el mes de DICIEMBRE de 2016, por lo tanto se encuentra activo hasta el mes de MARZO de 2017. Y para los usos legales que al interesado convengan, se extiende la presente CERTIFICACION en la Ciudad de Guatemala, a los 12/01/2016

- NOTA:
1. Esta CERTIFICACION es válida UNICAMENTE EN ORIGINAL extendida por el Colegio.
  2. Original Firmas y Sellos respectivos en original.
  3. Original Contenido en Color Azul.

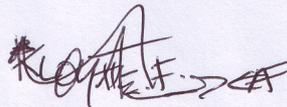
  
 \_\_\_\_\_  
 Secretaria Administrativa



  
 \_\_\_\_\_  
 Secretario de Junta Directiva

Material audiovisual de divulgación y sensibilización: La realidad de los niños y adolescentes migrantes que cruzan de forma irregular, la frontera de Estados Unidos no acompañados.

Proyecto de Graduación desarrollado por:



*Claudia Alejandra Escobedo Figueroa*

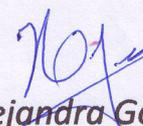
Asesorado por:



Lourdes Eugenia Pérez Estrada



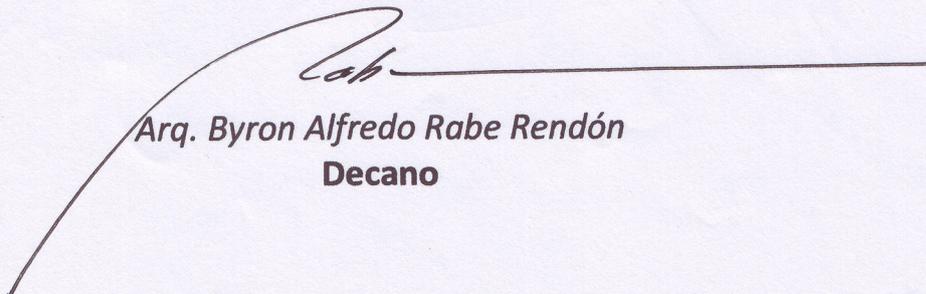
Miriam Isabel Meléndez Sandoval



Heydiie Alejandra Gordillo Tovar

Imprimase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano





FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUEMALA

*"Id y Enseñad a Todos"*