



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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



CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

PARA LA INSTITUCIÓN -CECON-

DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL UNIVERSITARIA

DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

PRESENTADO POR:
Katherine Michelle Moscoso del Cid
Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico,
egresada de la Facultad de Arquitectura de la
Universidad de San Carlos de Guatemala.

Guatemala, Junio 2016

A field of tall, dry, golden-brown grasses in the foreground, with a line of green trees in the background under a blue sky with light clouds.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

DEL CENTRO DE ESTUDIOS CONSERVACIONISTAS -CECON-

PARA LA PROMOCIÓN DE LOS BIOTOPOS ACTIVOS

DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL UNIVERSITARIA

DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

Proyecto desarrollado por: Katherine Michelle Moscoso del Cid,
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, 22 de Junio de 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

Decano Msc. Byron Alfredo Rabé Rendón
Vocal I Arq. Gloria Ruth Lara Cordón
Vocal II Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini *Vocal*
III Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal IV Br. Héctor Adrián Ponce Ayala
Vocal V Br. Luis Fernando Herrera Lara
Secretario Académico Msc. Publio Rodríguez Lobos



TERNA
Sinodal

Decano Msc. Byron Alfredo Rabé Rendón
Licda. Larisa Mendoza // Asesoría Gráfica
Lic. Marco Antonio Morales // Asesoría Metodológica
Lic. Jorge Del Cid // Consultor Experto
Msc. Publio Rodríguez Lobos // Secretario Académico



A Dios

Por bendecirme con un hogar y una familia que siempre estuvo para apoyarme; por iluminar mi mente todos los días para seguir adelante. Por escuchar mis oraciones.

A mis padres

Por enseñarme el valor de tener la oportunidad de contar con educación; por apoyarme en cada momento de mi vida y de la carrera. Gracias por hacer este camino lleno de buenas experiencias y mucha satisfacción. Todo se los debo a ustedes, mis mentores, mis guías, mi ejemplo. Los quiero muchísimo.

A mis hermanas

A mi hermana Karla, por ser uno de mis ideales de superación; gracias por darme ese gran ejemplo de valentía y esfuerzo.

A mi hermana Denice, por siempre creer en mí; gracias por cada momento grato y alegre que hemos pasado.



AGRADECIMIENTOS

Al pueblo guatemalteco, gracias por los aportes de la sociedad muchos podemos tener acceso a la educación superior en la Universidad de San Carlos y ser profesionales.

A la Facultad de Arquitectura, por contar con catedráticos y personal administrativo al servicio de los estudiantes; gracias por seguir con procesos metodológicos para cada etapa de la carrera y por brindar educación de calidad.

A CECON por abrirme las puertas e ir de la mano con el proyecto desde el inicio, para culminarlo satisfactoriamente.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 *Introducción*

Planteamiento del problema	15
Justificación	16
Objetivos del proyecto.....	18

CAPÍTULO 2 *Perfiles*

Perfil de la organización y servicios que brinda	23
Grupo objetivo.....	28

CAPÍTULO 3 *Definición creativa*

Descripción de la estrategia de apli- cación de la pieza a diseñar.....	33
Concepto creativo de diseño.....	36
Propuesta de códigos visuales.....	40

CAPÍTULO 4 *Planeación operativa*

Flujo grama del proceso.....	45
Cronograma de trabajo.....	46

CAPÍTULO 5

Marco Teórico

Relevancia social del contenido a comunicar	49
Funcionalidad, ventajas y desventajas de las piezas a diseñar.....	50
Incidencia del diseño gráfico en el contexto del proyecto	51

CAPÍTULO 6

Proceso de producción gráfica y validación

Primer nivel de visualización y autoevaluación.....	56
Segundo nivel de visualización y coevaluación	70
Tercer nivel de visualización y validación.....	76
Descripción y fundamentación de la propuesta gráfica final	94

CAPÍTULO 7

Lecciones aprendidas

Lecciones aprendidas durante el proceso de gestión y producción del diseño gráfico.....	107
---	-----

CAPÍTULO 8

Conclusiones

Conclusiones.....	110
-------------------	-----

CAPÍTULO 9 *Recomendaciones*

A la institución que se apoya.....	113
A futuros estudiantes.....	115
A la Escuela de Diseño Gráfico.....	116

FUENTES *consultadas*

Referencias bibliográficas.....	118
---------------------------------	-----

GLOSARIO

Glosario.....	119
---------------	-----

ANEXOS

Anexos.....	122
-------------	-----

PRESENTACIÓN

El Proyecto de graduación se desarrolla al final del ciclo universitario con el objetivo de que, por medio de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, los estudiantes dejen un aporte a la sociedad Guatemalteca y a la vez los acredite con tu título profesional.

Este informe da inicio a partir del estudio y selección de las necesidades de comunicación visual que tiene esta institución no lucrativa. El objetivo de este es fundamentar y evidenciar el tipo de aporte que se dará a la institución y a la administración académica de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC.

En este caso se desarrolla el proyecto denominado “Campaña de difusión del Centro de Estudios Conservacionistas –CECON- para la promoción de los biotopos activos, dirigida a la población estudiantil universitaria de la ciudad de Guatemala”. El cual surgió a partir de encuestas y entrevistas a

diferentes integrantes del personal tanto directivo, como administrativo en las que se reiteraba que la institución no es lo suficientemente conocida y por esto las siete áreas protegidas principales a cargo del CECON, tampoco. Se ratificaba que es vital el conocimiento de la institución, ya que CECON es una de las instituciones pioneras en el tema de conservación y protección del ave nacional, El Quetzal.

La importancia de este proyecto radica en la funcionalidad del aporte que se brinde a la entidad en la cual se trabajó, siendo este un instrumento importante para solventar procesos de comunicación y diseño gráfico dentro de esta; al mismo tiempo es una retribución a la sociedad que con sus impuestos permite que muchos estudiantes sean privilegiados de participar en procesos de educación superior y convertirse en profesionales.



• *Capítulo 1* •
INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

Introducción

Se inicia con la producción metodológica del proyecto, en la cual se plantea el tema a desarrollar a partir de las necesidades encontradas en la institución, así como las metas por cumplir al finalizarlo.

1.1 | DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

El Centro de Estudios Conservacionistas (CECON) es una de las instituciones líderes en el tema de conservación y áreas protegidas tanto a nivel nacional como latinoamericano. Sin embargo, a pesar de ser una entidad tan importante, no cuenta con un sistema de comunicación establecido. La difusión de la información, tanto de sus áreas protegidas como de las actividades que se realizan de ellas, no son percibidas; está de más mencionar que no cuentan con personal capacitado para el manejo de material gráfico. Por ello, hoy en día se encuentran con procesos de comunicación lentos, con sitios poco organizados y atractivos que dificultan llegar a la población meta.

Al no contar con un área de comunicación, el personal se ve obligado a crear sus propios materiales y depender de otras entidades para la creación de sus sitios informativos. Tal es el caso de la página web, la cual está constituida por escasa información tanto textual como gráfica. Se necesita que el CECON cuente con material personalizado y manejado, idealmente, por unidades capacitadas para el manejo de los mismos.

A partir de ello se encontró la necesidad de facilitarle a la institución instrumentos gráficos que se adecuen a procesos de comunicación funcionales, que cumplan el objetivo de difundir la información de CECON y promover sus áreas protegidas, lo que el personal de la institución percibe como necesario. Estas áreas tienen gran cantidad de flora y fauna para explorar, lo que puede ser aprovechado por los estudiantes para adquirir nuevos conocimientos en el transcurso de su carrera, además de fomentar el cuidado del ambiente y de sus recursos. Cuenta también con especies nuevas dentro de los bosques, lo que puede ser una potencial fuente de turismo para todo tipo de público.

Esta necesidad latente afecta diferentes sectores sociales y ambientales del país. Al darse a conocer los biotopos como un lugar de turismo y aprendizaje de flora y fauna, las personas se verán involucradas en el cuidado del medio ambiente: tanto las comunidades aledañas que están en constante contacto con éstas, como la población universitaria que reside en la ciudad capital. Se busca que esta población esté involucrada en procesos educativos dentro las diferentes áreas protegidas de CECON.

TRASCENDENCIA DEL PROYECTO DE COMUNICACIÓN VISUAL

La institución necesita darse a conocer por su atributo más fuerte, que son las áreas protegidas. Por ello el proyecto enfatizó en dicho tema. El impacto será relevante en la medida en que las personas conozcan la institución y sus biotopos, que al reconocerla les interese visitarlos e interactuar con diferentes elementos de conservación.

Una de las ventajas al desarrollar este tema es la una mejora en la divulgación. Además de dar a conocer el CECON, permite promover múltiples actividades dentro de los biotopos y lograr así que otras personas se interesen por el turismo, además de los atractivos de belleza paradisíaca que aún no se han aprovechado.

El proyecto tiene la ventaja primordial de aportar a la comunicación de la institución, cuestión con la que no se contaba por diferentes circunstancias. Se buscó que la sociedad estuviera familiarizada con temas de ambiente y conservación, lo cual es favorable hoy, cuando tienen auge los viajes a diferentes destinos de Guatemala por medio de grupos de expediciones.

INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

El diseñador gráfico tiene la responsabilidad creativa y metodológica dentro de un proyecto. Gracias a estos procesos se dan a conocer las vías para llegar al grupo objetivo a partir de estrategias de comunicación. Es por ello que los resultados a partir de la intervención del diseño aportan mejoras desde la visualización, en la cual se interviene con una línea gráfica que unifica tipografía, color, movimiento, entre otros. De este modo, el grupo objetivo puede identificar fácilmente a la institución por medio de códigos visuales. En cuanto al manejo de los materiales dentro del CECON, se necesitan aportes significativos en la funcionalidad, reproducción y uso de proyectos de comunicación.

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

El factor primordial que hace posible un proyecto es el trabajo en equipo, tanto con la institución encargada de brindar los insumos informativos y la revisión de elementos técnicos en cuanto a temas de conservación y de las áreas protegidas--, como el trabajo de los asesores metodológicos y gráficos, quienes proveen al estudiante insumos para un desarrollo satisfactorio del proyecto.

SIEMPRE PARECE IMPOSIBLE

HASTA QUE SE HACE.

Nelson Mandela

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO *general*

Apoyar al CECON en su misión de conservar los biotopos de Guatemala a través de una campaña de difusión dirigida a la población estudiantil universitaria de la ciudad de Guatemala, de la carrera de Ciencias Químicas y farmacia y carreras afines.

OBJETIVOS *específicos*

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN VISUAL INSTITUCIONAL

1. Dar a conocer las siete diferentes áreas protegidas y su riqueza en flora y fauna, con énfasis en las áreas activas por medio de la difusión en una página web.

OBJETIVOS DE DISEÑO GRÁFICO

1. Informar a la población estudiantil universitaria, por medio de un video institucional, acerca de la labor del CECON y sus áreas de trabajo en los temas de conservación.
2. Impulsar el turismo estudiantil en las áreas protegidas de CECON, con énfasis en la Reserva Natural de Usos Múltiples, Monterrico y el Biotopo del Quetzal, por medio de una campaña de difusión para que se reconozca la riqueza guatemalteca.
3. Facilitar el acceso a la información de CECON y las áreas protegidas por medio de una página web.



Capítulo 2

PERFILES

CAPÍTULO 2

Perfiles

Conocer al emisor y al receptor durante el proceso de comunicación es un fase significativa en la cual el diseñador obtiene la primera información para el proceso de diseño. En este período de obtienen datos como cultura visual, pasatiempos, música, etc., los cuales brindan referencias de contenidos que atraen la atención del grupo objetivo para una transmisión de información más directa.

2.1 | PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

El Centro de Estudios Conservacionistas -CECON- fue creado como unidad de estudios interdisciplinarios destinado a la investigación de los mejores procedimientos para la conservación de los ecosistemas de la nación, a través del Acuerdo de Rectoría N° 660-81 del 17 de agosto de 1981. Fue por iniciativa de los profesionales Mario Dary Rivera y Luis Villar Anleu, ambos egresados de la Facultad de Ciencias Químicas (antes Naturales) y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Actualmente forma parte de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la USAC. Cuenta con siete unidades de manejo, de las cuales tres son unidades de investigación y un Jardín Botánico.

Es importante mencionar que como pionero de la conservación en Guatemala, el CECON -desde los inicios del Consejo Nacional de Áreas Protegidas- ha sido miembro permanente del mismo y está estrechamente vinculado a los logros y avances de dicha institución de gobierno.

Misión

Desarrollar modelos de conservación de áreas protegidas y biodiversidad basados en la investigación, experimentación en programas de biología de la conservación y alianzas estratégicas con otros centros de investigación universitarios e instituciones afines que promuevan la sostenibilidad ambiental, social y económica para la conservación del patrimonio natural del país, en beneficio de la sociedad guatemalteca.

Visión

Ser uno de los centros más importantes de consulta y referencia de información de calidad científica para la toma de decisiones en el manejo y conservación de la diversidad biológica y recursos naturales

Objetivos

Con base en el acuerdo de creación que orienta los lineamientos generales de trabajo, el Centro tiene como objetivo general “Contribuir a la conservación de la diversidad biológica del país”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.

Desarrollar estudios que permitan formular un Sistema de Unidades de Manejo que propenda a la conservación, por tiempo indefinido, de ecosistemas, recursos vivos y especies raras amenazadas o de gran valor estético, social, nacional o económico, a través de la creación y manejo de biotopos, jardines botánicos y estaciones de conservación de germoplasma.

2.

Desarrollar programas de investigación y vigilancia que permitan un conocimiento cualitativo y cuantitativo de los recursos naturales renovables del país;

3.

Generar constantemente técnicas, métodos y políticas que permitan una administración y manejo de las unidades de conservación.

4.

Fomentar el desarrollo de la educación ambiental, por medio de la capacitación de recursos humanos guatemaltecos, que estimulen el interés en los problemas ecológicos del país.

UNIDADES TÉCNICAS DE CECON

Áreas protegidas

En 1989, con la creación de la Ley de Áreas Protegidas, Decreto 4-89 y sus reformas, se articula el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas (SIGAP). Está integrado por todas las áreas protegidas y las entidades que las administran, con el fin de lograr los objetivos de conservación, rehabilitación, mejoramiento y protección de los recursos naturales del país y de la diversidad biológica. A su vez, se crea el Consejo Nacional de Áreas Protegidas (CONAP), como el órgano máximo de coordinación y dirección del SIGAP, en cuya integración está representado el Centro de Estudios Conservacionistas, CECON.

Jardín Botánico

El Jardín Botánico, unidad del CECON, es identificable por los organismos universitarios, jardines botánicos e instituciones afines en el extranjero y otras entidades nacionales e internacionales que trabajan en la investigación, conservación y educación. El Jardín Botánico está inmerso dentro de las grandes líneas mundiales de acción sobre conservación y el manejo adecuado de sus colecciones botánicas.

CDC (*Centro de Datos para la Conservación*)

Hasta la fecha, el CDC ha brindado asesoría a más de 5,000 usuarios que han acudido en busca de información especializada en los campos de: áreas protegidas y manejo, fauna silvestre, flora silvestre, sistemas de información geográfica y otros temas.

En general, el 92% de usuarios son nacionales; el resto incluye a científicos y técnicos de diferentes nacionalidades.

Se brinda atención personalizada a estudiantes universitarios, investigadores y docentes, además de facilitar asesoría técnica para la declaración de Reservas Privadas.

ÁREAS DE COBERTURA

Los biotopos se sitúan en diferentes departamentos del país:

- **Petén:** Laguna del Tigre, San Miguel La Pelotada, Cerro Cahú, Dos Lagunas.
- **Izabal:** Chocón Machacas.
- **Baja Verapaz:** Biotopo del Quetzal.
- **Taxisco, Santa Rosa:** Reserva Natural de usos múltiples Monterrico.



IDENTIDAD VISUAL DE LA INSTITUCIÓN

PÁGINA WEB

CECON cuenta con una página web informativa específicamente para el SUAP (Sistema Universitario de Áreas Protegidas), la cual provee al usuario de información acerca de cada biotopo.

También poseen una página web únicamente para uso de CECON, en la cual se publica información institucional. A continuación se presentan algunas partes de las mismas.



Logotipo utilizado en material de la institución y para el biotopo protegido del Quetzal

Página web áreas protegidas CECON / <http://sitios.usac.edu.gt/areasprotegidas/>

SISTEMA DE ÁREAS PROTEGIDAS
Universidad de San Carlos de Guatemala

RESERVA NATURAL DE USOS MÚLTIPLES MONTERRICO | BIOTOPO NAACHTUN-DOS LAGUNAS | BIOTOPO PARA LA CONSERVACIÓN DEL QUETZAL "MARIO DARY RIVERA" | BIOTOPO PARA LA CONSERVACIÓN DEL PAVO OCELLADO "CERRO CAHUI" | BIOTOPO UNIVERSITARIO PARA LA CONSERVACIÓN DEL MANATÍ "CHOCÓN-MACHACAS" | BIOTOPO LAGUNA DEL TIGRE-RÍO ESCONDIDO | BIOTOPO PROTEGIDO SAN MIGUEL LA PALOTADA- EL ZOTZ | CECON/ Página de Inicio | ¿QUÉ ES EL SISTEMA UNIVERSITARIO DE ÁREAS PROTEGIDAS? |

Proyecto "Construcción de facilidades turísticas en el área de Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico", Aldea Monterrico, Taxisco, Santa Rosa"

El pasado 16 de noviembre del 2012, el Centro de Estudios Conservacionistas –CECON–, llevó a cabo la inauguración del Proyecto "Construcción de facilidades turísticas en el área de Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico" en la Aldea Monterrico, Municipio de Taxisco, Departamento de Santa Rosa.

Este proyecto se derivó del trabajo conjunto que realizan el INGUAI y CECON, para el fortalecimiento del manejo de las áreas protegidas que administra y la Universidad de San Carlos de Guatemala a través del CECON, y que tiene como finalidad mejorar las condiciones de las facilidades de visitación del Sistema Universitario de Áreas Protegidas –SUAP– para desarrollar su papel en el turismo guatemalteco como una de las actividades de apoyo al desarrollo económico de Guatemala a través de la conservación del patrimonio natural.

Adjuntamos el documento completo para ustedes.

construccion de facilidades turísticas en el area de la reserva natural

Proyecto "Construcción de facilidades turísticas en el área de Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico", Aldea Monterrico, Taxisco, Santa Rosa"

El pasado 16 de noviembre del 2012, el Centro de Estudios Conservacionistas –CECON–, llevó a cabo la inauguración de

Primer curso sobre el Uso del Manual de métodos para el monitoreo del cocodrilo de pantano (*Crocodylus moreletii*)

En septiembre de 2012, gracias a la asociación binacional entre México y Guatemala se llevó a cabo el evento. El cual...

Home: página inicial SUAP, la cual presenta una serie de noticias de actividades del CECON.

RESERVA NATURAL DE USOS MÚLTIPLES MONTERRICO



HISTORIA

de reserva para protección especial de la fauna, flora y del Acuerdo Gubernativo del 16 de Diciembre de 1977, publicado enero de 1978. Establecida legalmente en Febrero de 1989, 9, Ley de Áreas Protegidas.

Proyecto "Construcción de facilidades turísticas en el área de Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico", Aldea Monterrico, Taxisco, Santa Rosa"

El pasado 16 de noviembre del 2012, el Centro de Estudios Conservacionistas CECON, llevó a cabo la inauguración de...

Primer curso sobre el Uso del Manual de métodos para el monitoreo del cocodrilo de pantano (Crocodylus moreletii)

En septiembre de 2012, gracias a la asociación binacional entre México y Guatemala se llevó a cabo el evento. El cual...

Página web institucional CECON / cecon.usac.edu.gt

CECON
CENTRO DE ESTUDIOS CONSERVACIONISTAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



Noticias y Publicaciones | Departamento de Estudios y Planificación | Centro de Datos para la Conservación | ¿Quiénes somos? |

Convocatoria revista científica "Ciencia y Conservación"

CIENCIA & CONSERVACIÓN
Revista de Investigación y Extensión del Centro de Estudios Conservacionistas

CONVOCATORIA 2015

El Centro de Estudios Conservacionistas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, comparte con la comunidad científica la convocatoria de la revista digital "Ciencia y Conservación"

Esta convocatoria entra en vigencia el día **15 de Abril** y vence el día **31 de Julio de 2015**. Cualquier duda y/o comentario realizarlo a la dirección electrónica revista.cienciayconservacion@gmail.com, o bien al teléfono 23310904 extensión 107.

Así mismo adjuntamos las bases y requerimientos para la publicación de los artículos.

Convocatoria revista científica "Ciencia y Conservación"

...

ECOnciencia infantil 2015

Presentación revista digital "Ciencia & conservación"



Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico

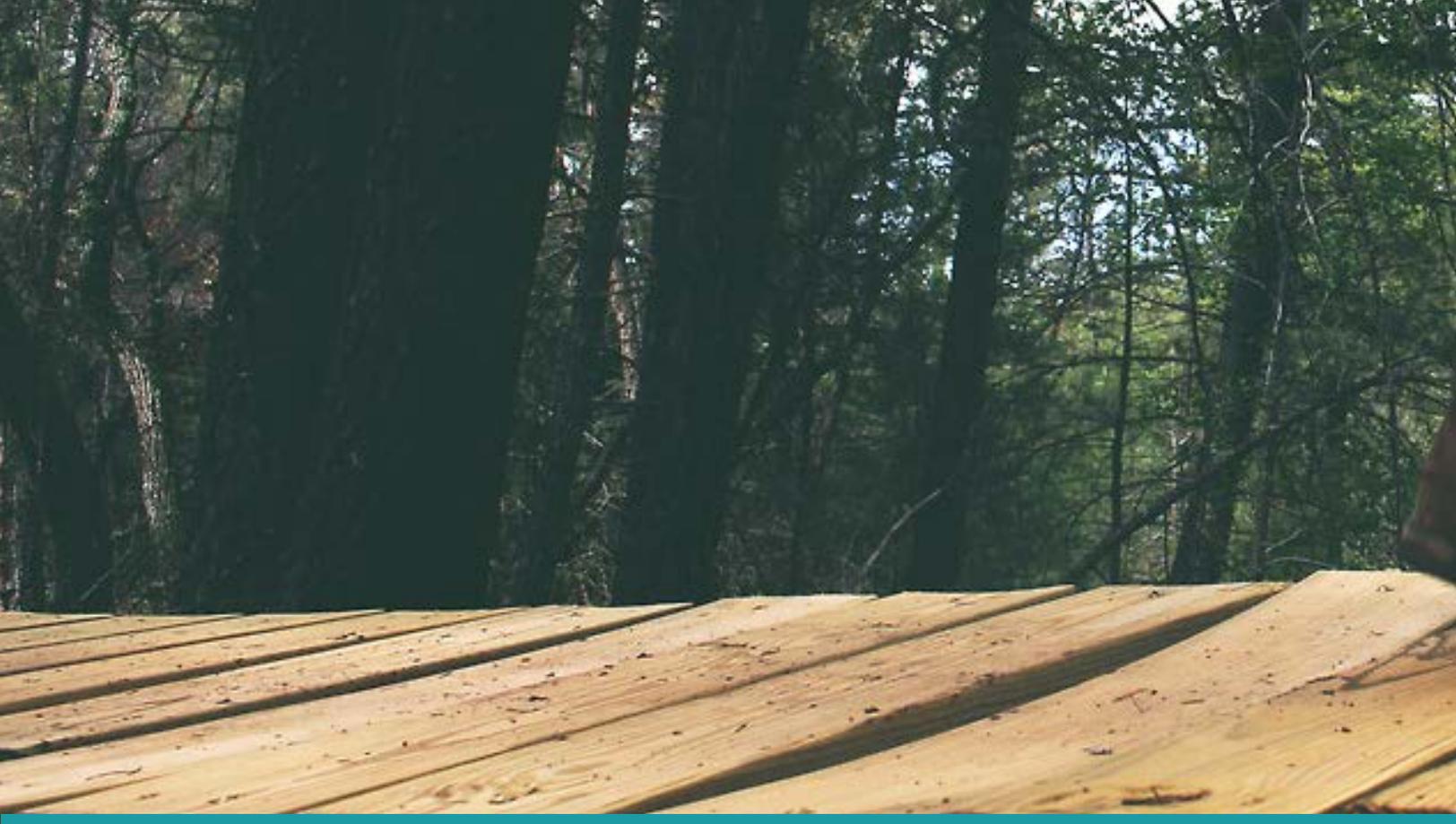


Biotopo protegido "Cerro Cahú"

"Análisis de Sistemas Socio-ecológicos: herramientas para la resiliencia comunitaria"

[Ver más noticias...](#)

Páginas internas: presentan información sobre las áreas protegidas.
Poseen mucho contenido textual y poco visual.



2.2 | PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo para al cual se dirigió este proyecto son personas de 20 a 32 años de edad, estudiantes de Universidad de San Carlos de Guatemala de las carreras de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, como Química Biológica, Biología y Veterinaria. Sin embargo, se pretende llegar a aquellas personas aventureras, que buscan conocer lugares nuevos.

La mayoría son personas solteras que se dedican primordialmente al estudio, ya que las carreras mencionadas requieren un tiempo completo dentro de la universidad. Viven con sus padres en familias de 4 a 5 personas, conformas por dos a tres hermanos y residen en la ciudad de Guatemala. Su estilo de vida gira alrededor de la universidad. Se levantan alrededor de las 5:00 am. Su vida social se

resume en actividades en pro del medio ambiente por parte de la universidad y expediciones que realizan dentro de esta.

Su nivel socioeconómico se encuentra entre C3, C2, C1 y B. A pesar de que no es un alto nivel social, tienen ingresos suficientes para ser apoyados por sus familias y no trabajar. Sus viajes son patrocinados por sus padres y el 40% cuenta con automóvil.

En cuanto a sus características psicológicas, son personas que gustan pasar un rato ameno en la naturaleza; prefieren un viaje hacia un bosque que salir de fiesta durante la noche. Poseen una alta conciencia ambiental y saben apreciar a los animales, a las plantas. Siempre buscan saber más de ellos, analizarlos y explorarlos. Así pues, andan



en busca de viajes de expedición, en donde estén en contacto con la naturaleza y puedan apreciar un paisaje, un amanecer y, sobre todo, en donde puedan respirar el aire puro. Aman el medio ambiente y se sorprenden al ver lugares nuevos que no han sido intervenidos por la mano del hombre.

En cuanto a sus valores morales, son personas llenas de respeto y amistad, principalmente con los más vulnerables. Buscan ayudar al prójimo y a los seres vivos. Son bondadosos y responsables, lo cual se refleja en su dedicación al estudio. Son humildes, tienen mucha conciencia ambiental y buscan estar familiarizados con aspectos tanto positivos y negativos en el medio ambiente y compartir estos conocimientos, lo cual hacen por medio de redes sociales.

Estas personas se distraen viendo televisión en canales como Discovery Channel, Natgeo, History y Fox, en donde pueden ver aventuras, entornos naturales, casos médicos, acción, análisis de la ciencia y situaciones reales en donde pueden medir su capacidad intelectual. Su mayor distractor son la televisión y las redes sociales como Facebook, en donde pueden interactuar y compartir, con otros compañeros, contenidos interesantes sobre diferentes actividades como congresos ambientalistas, cátedras, etc. La mayoría no tiene el tiempo suficiente para practicar algún deporte.

A lush tropical forest with a stone path and hikers. The scene is filled with dense green foliage, including ferns and moss-covered trees. Two hikers are visible on the path: one in a pink shirt and another in a blue jacket. The overall atmosphere is vibrant and natural.

Capítulo 3

DEFINICIÓN CREATIVA

CAPÍTULO 3

Definición creativa

Al conocer las necesidades de comunicación de la institución y el grupo objetivo, se inicia con la definición creativa. En esta se analizan las piezas a utilizar y cómo, cuándo y dónde se llevará a cabo, así como las ventajas y desventajas que conlleva el uso de las mismas. Este análisis se realiza con el fin de conocer si el proyecto a desarrollar es adecuado para solventar los objetivos planteados.

3.1 | ESTRATEGIA DE LA PIEZA A DISEÑAR

Las piezas con las cuales se busca solventar la necesidad mencionada inicia con folletos informativos para cada biotopo. Cuentan con una breve historia de cada uno, su objetivo de conservación, servicios, atractivos, cómo llegar y contactos. El material está destinado a compartirse tanto en centros educativos como en pláticas brindadas por CECON y en el Jardín Botánico, la cual es la tercera unidad de trabajo de la institución en donde se imparte pláticas a los estudiantes sobre la flora y fauna que se encuentran en el lugar.

Se continúa con la página web, la cual contiene información más amplia sobre la institución, los atractivos de cada biotopo y de las especies que habitan en estos. Con esta, la institución podrá actualizar su información constantemente y reemplazar su sitio anterior por el que se elaboró en este proyecto.

Se elaborará un video institucional estructurado para ser compartido en diferentes medios como redes sociales, pláticas informativas y página web. Dentro de esta última se encontrará en la página principal -home- para estar al alcance del usuario y que desde el inicio encuentre contenidos distintos. También se compartirá dentro de las cátedras mencionadas a los centros educativos.

Para finalizar está la fanpage de Facebook, de la cual se entregará un grupo de publicaciones para que sean manejadas dentro de la línea gráfica utilizada a lo largo del proyecto.

Con este proyecto se quiere dar a conocer la labor del CECON en cuanto a conservación y la importancia de su labor en los diferentes modelos de conservación y sostenibilidad ambiental. También cómo estos, por medio de sus áreas protegidas, logran grandes aportes para la sociedad guatemalteca al preservar la flora y fauna de una país que se encuentra entre los megadiversos del mundo.

Los indicadores que demuestran que se alcanzaron los objetivos son que el grupo objetivo se muestre interesado por los contenidos en cuanto a conservación y áreas naturales que brinda CECON. Se verá un incremento en cuanto a la interacción de sus plataformas informativas, tanto de la institución como de sus áreas protegidas, y un movimiento dentro de las mismas.

Para garantizar la factibilidad y funcionalidad de este proyecto se necesitaban diferentes actores. Entre estos se encuentran los docentes, quienes son una guía fundamental para la producción del proyecto; los asesores de EPS (ejercicio profesional supervisado), proyecto de graduación y asesores externos de las instituciones, quienes guiaron en cuanto contenido y funcionalidad según su punto de vista profesional en cuanto a la institución. Por último, contamos con jóvenes estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de carreras afines al medio ambiente y conservación, quienes por medio de sus valores y respeto a la naturaleza, generan interés al contenido del proyecto.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS de la pieza a diseñar

PIEZA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>PÁGINA <i>web</i></p>	<p>Presencia a nivel local, nacional y posiblemente mundial.</p> <p>Reducir recursos: el material es accesible por internet, sin necesidad de invertir en material impreso.</p> <p>Generar público nuevo .</p> <p>Actualización constante: la institución puede cambiar la información sin generar costos adicionales.</p> <p>Al contar con diversidad de imágenes y contenido visual, este se destaca en los resultados de los buscadores.</p>	<p>La mayoría de los usuarios no profundiza en la información de una página web, como se hace con material impreso</p> <p>La web se encuentra propensa a ser intervenida por hacker o virus.</p> <p>Existen comunidades que no cuentan con acceso a internet.</p>
<p>VIDEO <i>Institucional</i></p>	<p>Presenta información protocolaria de una forma interactiva, en el que se ilustre, lo que para muchos es difícil leer.</p> <p>La audiencia se encuentra interactuando más tiempo dentro del contenido que se comparte.</p> <p>Turistas y viajeros utilizan principalmente videos para tomar la decisión de viajar a un lugar</p>	<p>Si se desea actualizar el contenido de este, se debe reanudar por completo el proceso.</p>
<p>REDES <i>Sociales</i></p>	<p>Comunicación constante con el usuario.</p> <p>Bajos costos en publicidad</p> <p>Retroalimentación del contenido por parte de los usuarios.</p>	<p>Trato impersonal con el usuario.</p> <p>Posibilidad de sufrir campañas de desprestigio para la institución.</p>





3.2

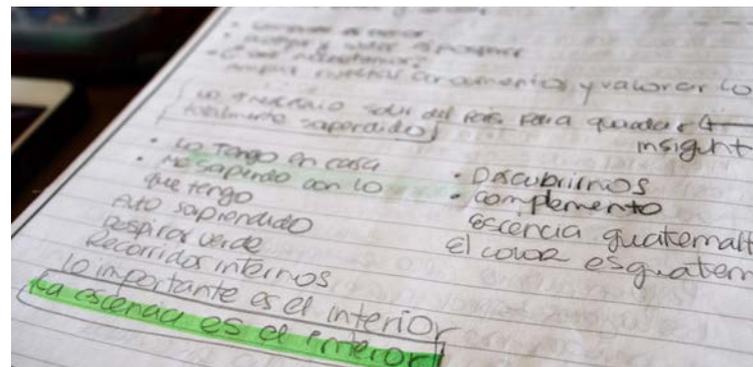
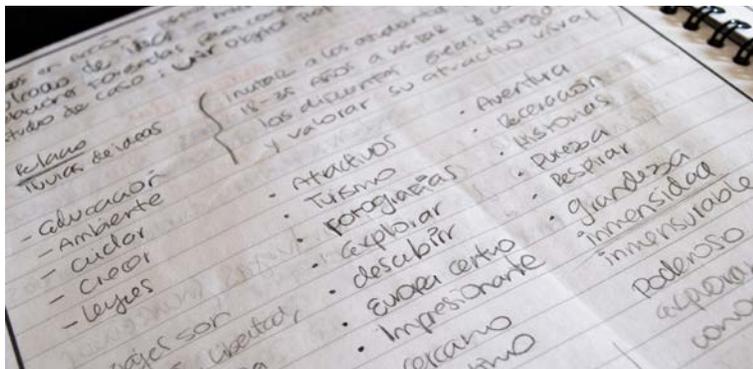
CONCEPTO CREATIVO DE DISEÑO

El concepto creativo es la pieza clave para la creación de todo proyecto de diseño, este se crea a partir un estudio riguroso del grupo objetivo, en el cual se extraen datos sobre sus actividades, entretenimiento y algunos aspectos psicológicos. Así también podemos conocer el trabajo entre el cliente-institución. Se utiliza para conectar al grupo objetivo con el proyecto y al mismo tiempo, darle al diseñador las pautas para la elaboración de la línea gráfica, la cual se conforma por códigos visuales como retícula, tipografía, color, movimiento, entre otros; Gracias a estos códigos visuales, se logra la unificación, tanto con el grupo objetivo como con las piezas que se diseñen para este.

TÉNICAS UTILIZADAS:

Volcado de ideas

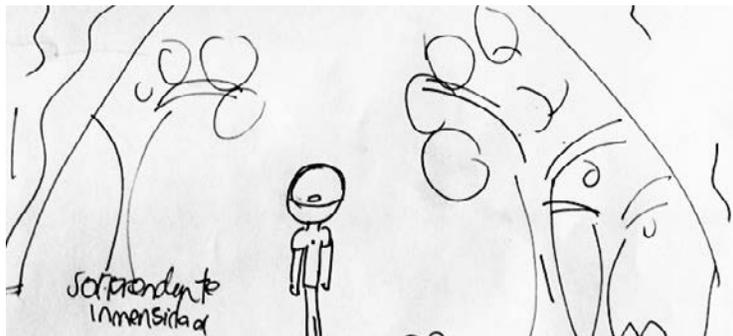
El volcado de ideas es una técnica que pretende generar la mayor cantidad de ideas en un determinado tiempo, por ejemplo; se estima un tiempo de 30 segundos y se generan todas aquellas palabras relacionadas con el tema que necesitamos. En este caso las palabras claves son naturaleza, conocer y turismo. A continuación se presenta algunas imágenes del proceso:



Con el volcado de ideas se extrajeron posibles conceptos. Estos fueron: "Conocer sin fronteras", "El valor de lo nuestro", "Nuevo mundo"

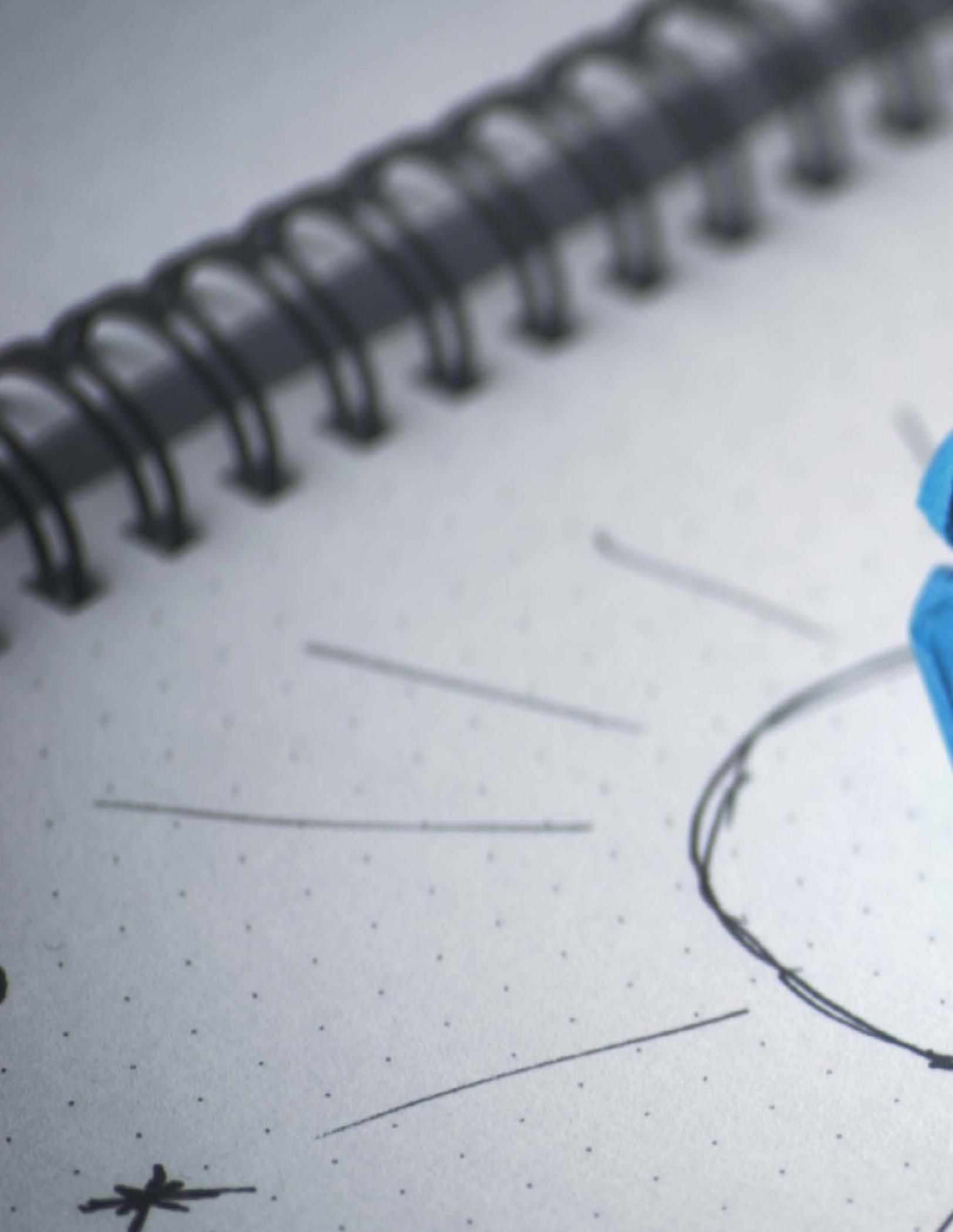
Codiseño

Es una técnica utilizada para conocer acerca de la relación entre el grupo objetivo y el tema que se desea comunicar. En esta se involucran personas afines al proyecto y sus pensamientos respecto al mismo. La actividad se llevó a cabo con dos estudiante de Química Biológica y un estudiante de veterinaria, a quienes se les pidió representar por medio de un dibujo cuál era su sentir al estar en medio de la naturaleza. Ellos lo representaron así:



Se concluyeron las siguientes ideas: estas personas, al estar en un ambiente natural, sienten la sensación de libertad, se sorprenden al conocer lugares nuevos y naturales y, por último, sienten conectarse con la naturaleza. “Es como si tu cuerpo estuviera físicamente en un lado, pero tu alma y tu espíritu se conectaran con los árboles, con el aire puro y con el agua” menciona uno de los colaboradores.

Para finalizar este proceso, se unieron las ideas de las dos técnicas por medio de las asociaciones forzadas. Estas consisten en agrupar diferentes ideas y puntos de vista para formar uno solo. En este caso, las palabras fueron “conocer, descubrir, naturaleza, planeta, mundo, libertad, sorprenderse, algo nuevo”. Se fusionó el *insight*: “visitar la naturaleza nos hace sentir libres y conectados con ella”.





CONCEPTO CREATIVO:
"Descubrir nuevos mundos"

Este concepto busca presentar a las áreas protegidas como un lugar único, un mundo nuevo; en dónde en cada uno muestre flora, fauna, climas y ambientes diferentes, en los cuales se pueden vivir experiencias nuevas.

3.3 | PROPUESTA DE CÓDIGOS VISUALES

Al tener el concepto creativo se establecen los códigos visuales. Estos concretan una línea gráfica conformada por tipografías, color, forma, textura y retícula, que se utilizan a lo largo del proyecto.

A continuación se describen los códigos para la página web, mismos que fueron utilizados para las redes sociales.

TIPOGRAFÍA

Se utilizaría una tipografía palo seco, con el objetivo de transmitir fuerza a la imagen principal, además de ser clara y concisa. Sin embargo, se buscó tipografías script como complemento, para formar un contraste con suavidad a algunos titulares o información. Las tipografías a utilizar son: BEBAS NEUE, la cual se caracteriza por ser palo seco, con trazos rectos y CHEDDAR JACK, cuya característica es ser curva, script, pero con trazos “naturales”. Para el cuerpo de texto se estableció una tipografía palo seco pero, a diferencia de los titulares, ésta sería light y estilizada.

BEBAS

Cheddar jack
Lato

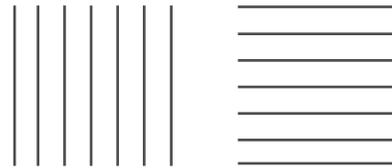
COLOR

Se utilizó como color principal el Pantone institucional de CECON, el cual es verde (Pantone 362C). Se usará el color blanco, con el objetivo de eliminar el ruido con altos contrastes, ya que a pesar de que se necesita un diferencial en cuanto a color, este debe ser sutil. Así mismo, se empleó el gris para textos con alta carga informativa, para ser ligera a la vista.



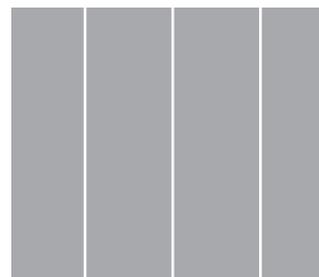
LÍNEA

Se utilizaron líneas rectas en todo el contenido, con una diagramación modular.



RETÍCULA

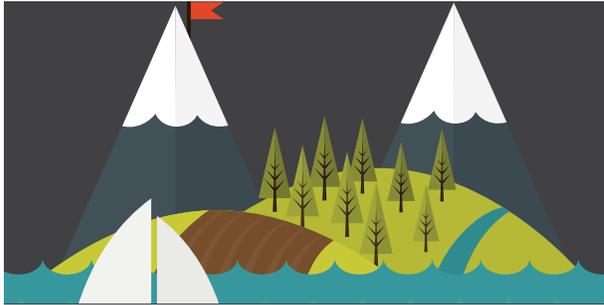
La retícula será distribuida en cuatro columnas, ya que brinda más libertad y espacios para la diagramación de contenidos, además de contar con un orden más estructurado.



CÓDIGOS VISUALES VIDEO INSTITUCIONAL

ENCUADRE

Predominarán los encuadres horizontales, que muestran mayor cantidad de información visual en las tomas.



PLANOS

Plano general: capta mayor información en cada toma.



Primer plano: se usará para mostrar detalles generales de especies de flora y fauna.



Plano a detalle: se usaría para mostrar detalles que no se aprecien en tomas generales.



ANIMACIÓN

Se hará uso de iconos, los cuales resaltarán aspectos relevantes dentro de la locución. Se trabajarán en conjunto con tipografía.



animación

TÉCNICAS

Enfoque-desenfoco: se usará para resaltar detalles importantes.



Capítulo 4

PLANEACIÓN OPERATIVA

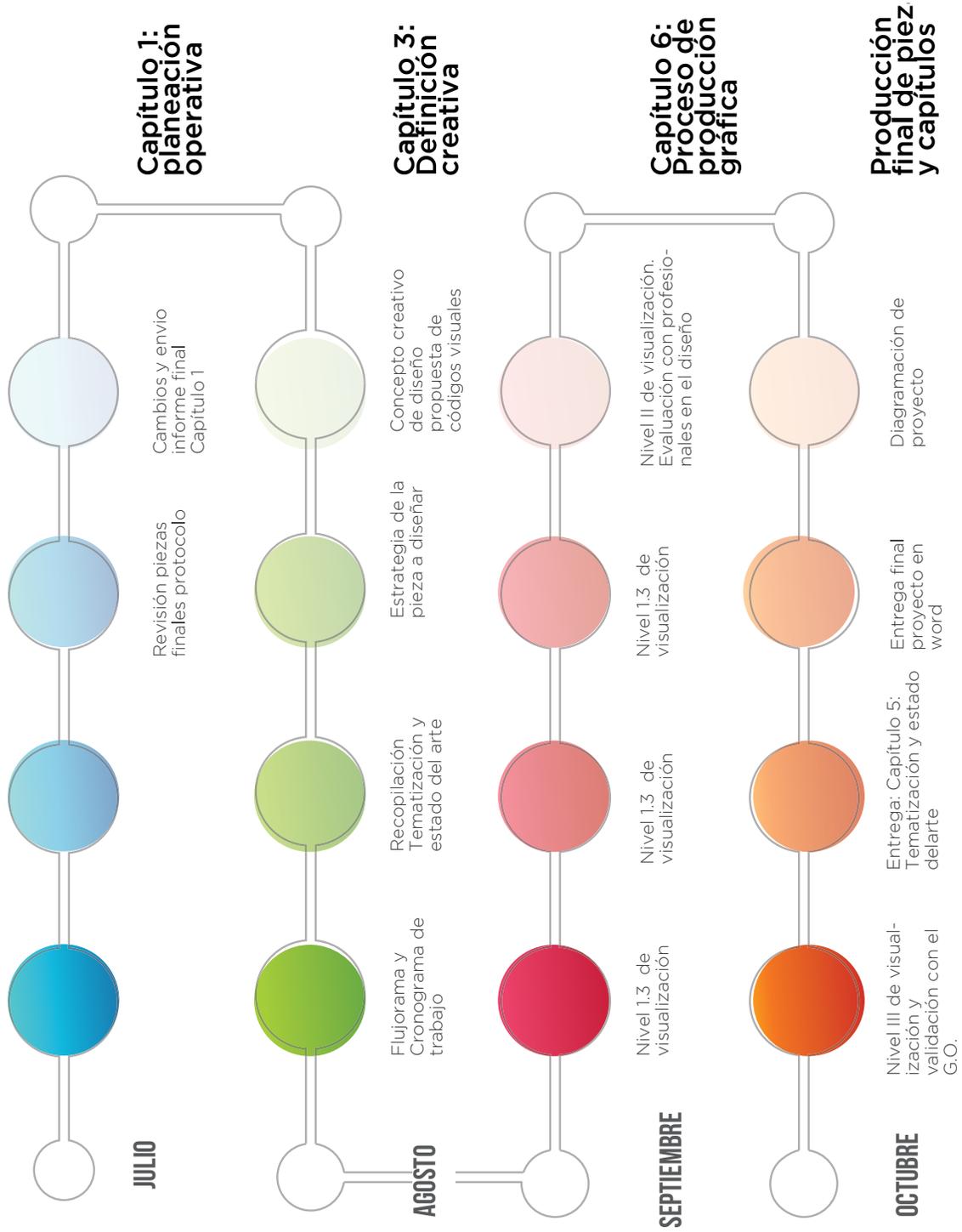
CAPÍTULO 4

Planeación operativa

Contar con orden y planificación durante la gestión de proyectos conlleva a tener un control detallado de las actividades a realizar, así como conocer la cantidad de trabajo que se debe llevar a cabo diariamente. Con ello el estudiante establece tiempos, horarios de trabajo y lleva un control de las etapas realizadas y del avance de aquellas que aún no se han iniciado.

Además de ser un organizador, es una herramienta clave para la distribución de recursos. Con este se conoce la cantidad de material, dinero, tiempo que se requiera durante el desarrollo del proyecto y, por medio de éste, saber distribuirlos y percatarse si es necesario darles seguimiento o retirarlas del proyecto.

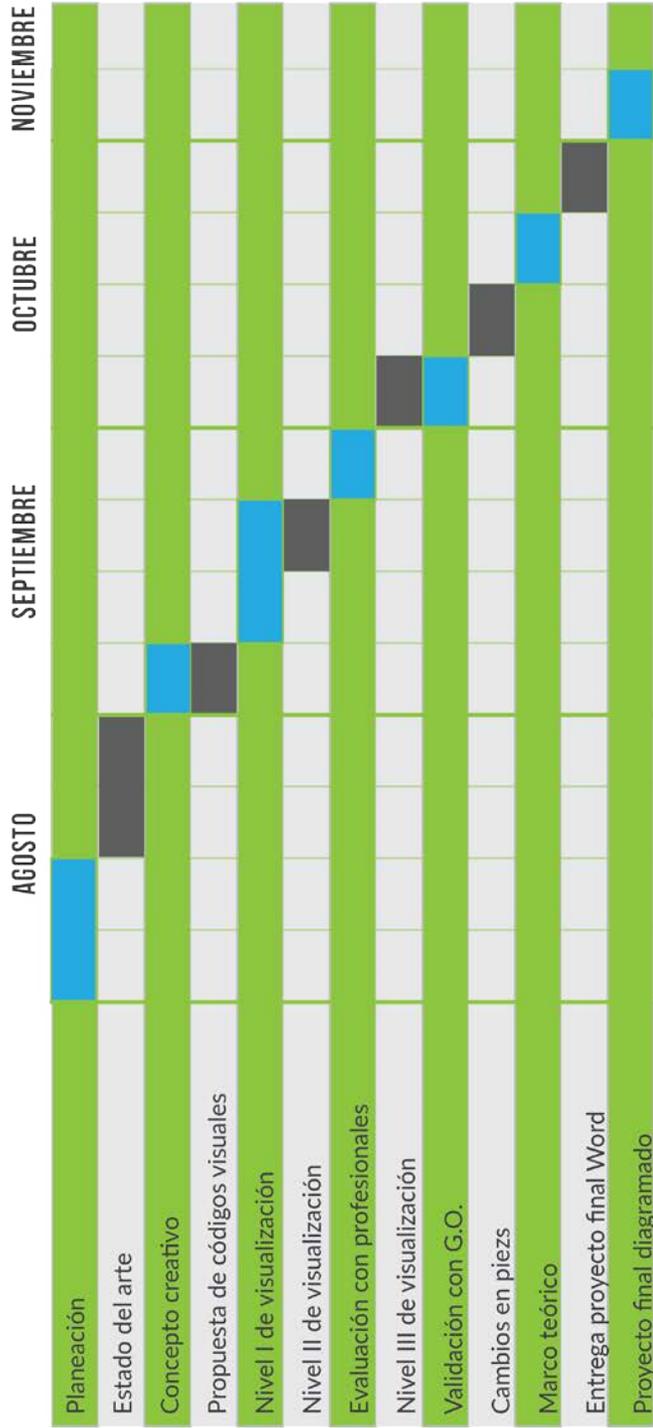
A continuación se presenta la distribución de trabajo por semana, según actividades del proyecto de graduación y Ejercicio Profesional Supervisado –EPS–.





4.2

CRONOGRAMA DE TRABAJO





Capítulo 5

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 5

Marco teórico

A continuación se fundamenta la relevancia del tema que se ha desarrollado, se argumenta la necesidad y la importancia de comunicar dicho contenido, así como las ventajas y desventajas del mismo.

5.1 | APOSTAR AL TURISMO SUSTENTABLE

Hablar de medio ambiente y conservación es un tema que ha tenido auge en los últimos años debido a diferentes factores, tales como la extinción de diferentes especies o la explotación de recursos naturales, los cuales han dado pauta para la habilitación de nuevos espacios naturales, como los biotopos y áreas protegidas. Esto ha generado notables beneficios en cuanto al desarrollo en ámbitos sociales, económicos y culturales en el país, gracias a nuevas vías de turismo que se han desarrollado por las riquezas naturales con las que cuenta Guatemala. Sin embargo, antes de hablar sobre estas las nuevas modalidades de turismo, es necesario saber qué son las áreas protegidas y el rol que juegan dentro de la sociedad guatemalteca.

“El biotopo es la zona o soporte donde se asienta la comunidad de seres vivos” (Vásquez, 2011). El biotopo (clima, agua y tipo de suelo) conforma un ecosistema cuando en él encontramos vida, esa flora y fauna o biocenosis. La suma de ambos, biotopo y biocenosis, se traduce en un ecosistema, pues solo su asociación permite que un determinado espacio pueda albergar biodiversidad.

En Guatemala las áreas protegidas son lugares destinados a la conservación y manejo de la flora y la fauna silvestres. Además incluye espacios de protección del ambiente natural, sitios históricos, arqueológicos y recreativos. “Existen registradas 243 áreas protegidas, las cuales ocupan 3,493,939 hectáreas, equivalente al 32.9% del territorio nacional” (Robles, Elsa 2012). Gracias a esta riqueza en recursos naturales y atractivos ambientales, Guatemala se ha convertido en unos de los países megadiversos del mundo, lo cual ha sido un factor clave al promover actividades dentro de áreas ambientales, como el turismo sustentable.

Este tipo de turismo supone una gran oportunidad en el desarrollo en diferentes sectores del país, ya que se impulsan actividades que generan conciencia ambiental y actividades económicas para las comunidades aledañas. Además, está amparado y potenciado por diferentes organizaciones nacionales e internacionales, las cuales proveen mejoras en los territorios donde habitan las especies en peligro de extinción y que forman parte fundamental en los “siete diferentes biomas del país” (Anleu, 1988).

“Este modelo de turismo es cada vez más innovador en la identificación de las formas de asegurar los beneficios positivos, además de los criterios establecidos de regulación y control del desarrollo” (Castellanos Verdugo y Orgaz Agüera, 2013). A su vez generaría más empleos para las comunidades aledañas a las áreas protegidas. Es el caso de los pobladores alrededor de la Reserva de la Biósfera Maya, quienes al estar lejos de otros poblados ven una fuente potencial de ingresos en el turismo dentro de las reservas.

“Es por ello que al promocionar las áreas protegidas se busca a largo plazo que el desarrollo del turismo sea ecológicamente sostenible, económicamente viable, así como éticamente y socialmente equitativo” (Bresce, 2009). Además busca crear conciencia sobre el uso de los recursos naturales por medio de la interacción de estudiantes dentro de dichas áreas, para fomentar la educación ambiental basada en valores y principios adquiridos por medio de la interacción dentro de las áreas protegidas. A la vez, se promueve el convertirse en educadores ambientales por medio de acciones positivas que ayudan al desarrollo sustentable del país, que muestren cómo la conservación del medio ambiente no es únicamente hoy, sino que más bien sean agentes de cambios que promuevan acciones que perduren por generaciones, para seguir contando con un futuro sostenible.

5.2 | MEDIOS DIGITALES COMO ALTERNATIVA EFICAZ Y VIABLE

Hoy nos vemos envueltos en un mundo dominado por la tecnología, en donde los lápices en las escuelas ha sido sustituidos por tabletas inteligentes y el periódico en papel dejó de ser imprescindible. La difusión de información debe ser más que una valla en medio de una vía principal. Por ello actualmente, gracias a los avances en la tecnología y su influencia en los medios de comunicación, los procesos de envío de información se han visto obligados a cambiar sus modalidades y adaptarse a la nueva generación. Esta nueva modalidad beneficia tanto al emisor como el receptor y, con la explosión de la red, el mundo digital transformó el negocio de la publicidad.

El código es ahora más importante que el copy; la red tiene más relevancia que la televisión y la prensa. “Antes contábamos historias y ahora las construimos en tiempo real con los usuarios” (Castaño, 2014). Entonces, ¿cuán funcionales son los medios digitales para empresas con bajos recursos?

Vemos que a pesar de que la comunicación digital ha dominado los procesos de envío de información, estos métodos deben complementarse por medio de personalización de los materiales, añadiendo estrategias, análisis y, sobre todo, creatividad. Mejorar la calidad del canal de comunicación es condición para el desarrollo exitoso de los medios tecnológicos, los cuales abren posibilidades de interés e interacción dentro de la masa. Por medio de la interactividad se supone una retroalimentación inmediata dentro de los procesos de comunicación, los cuales pueden intercambiar información directamente.

Entonces, “al contar con materiales digitales como medios de comunicación, tenemos un contenido personalizado, lo cual permite al usuario obtener información específicamente acerca de temas en los que está interesado” (Fernández, 2013), y dicha información puede ser llevada a donde vaya. Esta misma información pueden ser compartida a nivel masivo y llegar a más personas, tanto a nivel nacional como internacional, incrementar el mercado meta y ser reconocido por diferente público. Así se tendrá un contenido fluido, lo que garantiza un valor agregado a los datos que conforman en la red. Para lograrlo se requiere una mayor interacción y permanencia del usuario dentro de un sitio. Las posibilidades de sondeo se amplían.

Para entidades con bajos recursos lo anterior repercute en sus posibilidades de renovar constantemente el material, lo cual disminuye el interés del receptor por tratarse de material desactualizado y evidenciar bajas en el conocimiento y difusión de la información que se desea transmitir. Sin embargo, “se pueden probar nuevas ideas con poca inversión y rápida mensurabilidad. Esto beneficia a pequeñas empresas que no disponen de grandes presupuestos publicitarios y necesitan medir el entorno” (Liberos, 2014). Son productos dentro de la red que no demandan costos elevados y constantes para entidades que no poseen los recursos para ello.

“Aunque el incremento de los usuarios de internet ha sido explosivo en los últimos años, es preciso hacer un panorama global y ver que se excluye del mensaje publicitario a segmentos de la población que no tienen acceso a la red” (Liberos, 2014), para lo cual se creen alternativas basadas en información y datos que lleven al público objetivo a un mismo destino informativo. Es decir, que al utilizar medios impresos para la población que no tiene acceso a internet, esta debe estar sincronizada con la información en red.

Así, la digitalización de la comunicación ha traído grandes ventajas en diferentes niveles, también para entidades que no cuentan con gran presupuesto para costear constantemente la difusión de información, o que no poseen personal capacitado para dicha tarea, pero que buscan brechas para llegar con su información a nivel nacional o internacional.

5.3 | DISEÑO GRÁFICO PERSONALIZADO

“El mundo cambia, y también nuestra manera de pensar, de acceder a la información y de relacionarnos entre sí. Lo queremos todo (simultaneidad) y lo queremos ya (inmediatez). Somos globales y digitales, y la clave de una gran ventaja competitiva es dominar el tiempo (aprovecharlo mejor) y el espacio (reducir distancias)” (Rovira, ABC del diseño). Con el paso del tiempo el ser humano se ha adaptado a los diferentes cambios que han surgido en la sociedad, el ambiente y en diferentes entornos de su vida. Muchos de estos se convierten en una necesidad, para lo cual es indispensable habituarse a ellos. El diseño gráfico nunca ha sido la excepción: se han conocido jeroglíficos desde el tercer siglo y hoy es tal la evolución, que se trabaja con lápices digitales. Pero, ¿cómo ha beneficiado esta evolución al diseño y la comunicación?

Actualmente se tiene la ventaja de contar con los “nativos digitales”, quienes son la generación durante o después de la llegada de la tecnología digital. Se observa cómo esta etapa evoluciona; percibimos que los medios impresos cada día pierden relevancia (sin embargo, siguen siendo indispensables) y los medios digitales adquieren cada día más auge.

El diseño gráfico y ahora el diseño gráfico digital, se ha involucrado en diferentes aspectos de los medios de comunicación, como los materiales impresos y editoriales. Se han implementado nuevos métodos para llegar al grupo objetivo, como las áreas de diseño web, multimedia, fotografía, animación, etc., con los cuales se ha logrado crear materiales más allá de lo convencional. Estos aportan movimiento, dinamismo, texturas, fluidez, interacción, entre otros. Personalizan al material que se trabaja, lo cual da un aporte complementario que ayuda a llegar eficazmente al mercado meta, lo cual puede significar para la empresa o institución mejores ingresos. “El diseño se ha convertido en un indicador informal del nivel de la economía, de la regeneración cultural y del bienestar social; e incluso en algunos países es considerado como un factor importante del producto bruto interno. 2 (Julier, G. (2010).

Además de sus beneficios económicos y el diseño personalizado, el diseño gráfico digital también contribuye a la accesibilidad. Brinda un fácil acercamiento para cualquier persona a través de estudios previos que permitan la elaboración de materiales creados para un público específico. A su vez, incluye un comportamiento sostenible y responsable, ya que pueden existir diferentes vías para el envío de información. Estos pueden ser aquellos que no sean meramente tangibles, que contribuye positivamente al cuidado del ambiente, a una sociedad innovadora y una mejora en la calidad de vida.

El diseño es ahora un elemento que da cuenta a la cultura y el bienestar social; “ha trascendido la dimensión formal y las aptitudes expresivas, entendiéndose más como un fenómeno complejo, determinado por las creencias culturales de la gente y el flujo de ideas que los medios modernos están interesados en activar” (Tapia, A. 2004).



Capítulo 6

PRODUCCIÓN GRÁFICA

CAPÍTULO 6

Proceso de producción gráfica

En este capítulo se desarrollan las piezas gráficas realizadas para la institución, las cuales parten del insight y concepto creativo establecido. Estas iniciaron con bocetos básicos a lápiz; posteriormente se digitalizaron y fueron sometidas a diferentes niveles de evaluación, coevaluación y validación hasta llegar a la pieza final. A continuación se presentan las fases por las cuales se desarrolló.

“EL GENIO SE HACE

CON 1% DE TALENTO

Y 99% DE TRABAJO”

Albert Einstein



6.1

PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN Y AUTOEVALUACIÓN

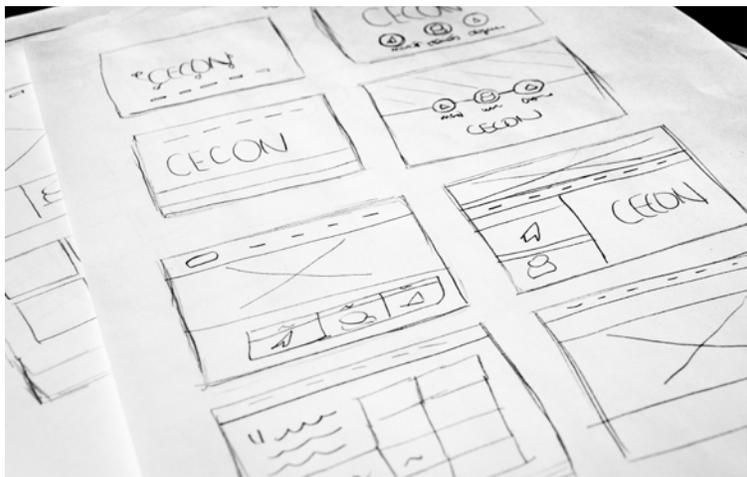


6.1.1 BOCETOS CATEGORÍA I

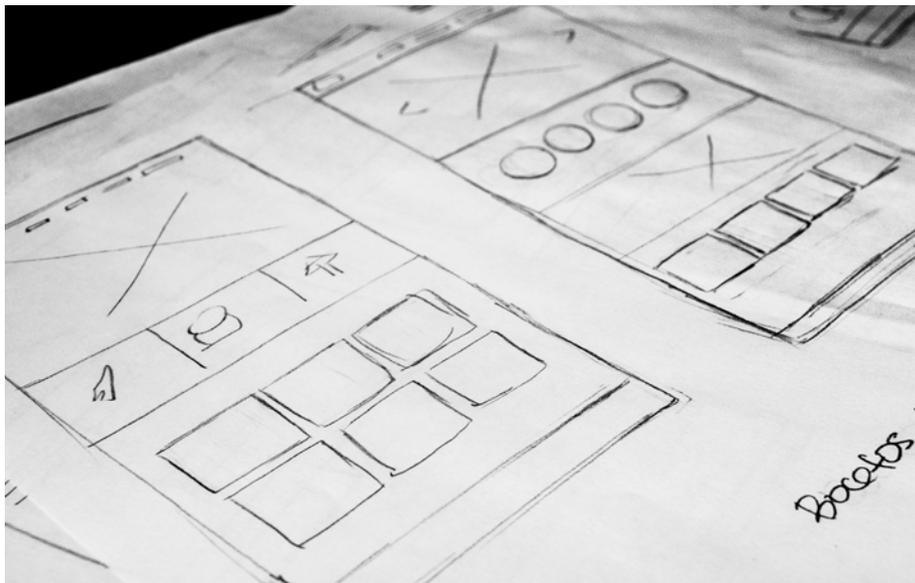
6.1.1 *Página web*

Este proceso busca abrir la mente del diseñador, quien inicia el proceso con diferentes ideas basadas en el concepto creativo. El procedimiento inicia con el nivel I, en el cual se realizan bocetos “roof”, que son primeras ideas realizadas a lápiz. Su objetivo es generar la mayor cantidad de bocetos sin perder tiempo. Lo que cuenta es la cantidad de ideas realizadas.

La página web propuso ser interactiva, modular y fácil de utilizar, con botones en orden jerárquico en los cuales el usuario pudiera ingresar a la información más relevante con facilidad. Se iniciaron los bocetos de la sección “Home”

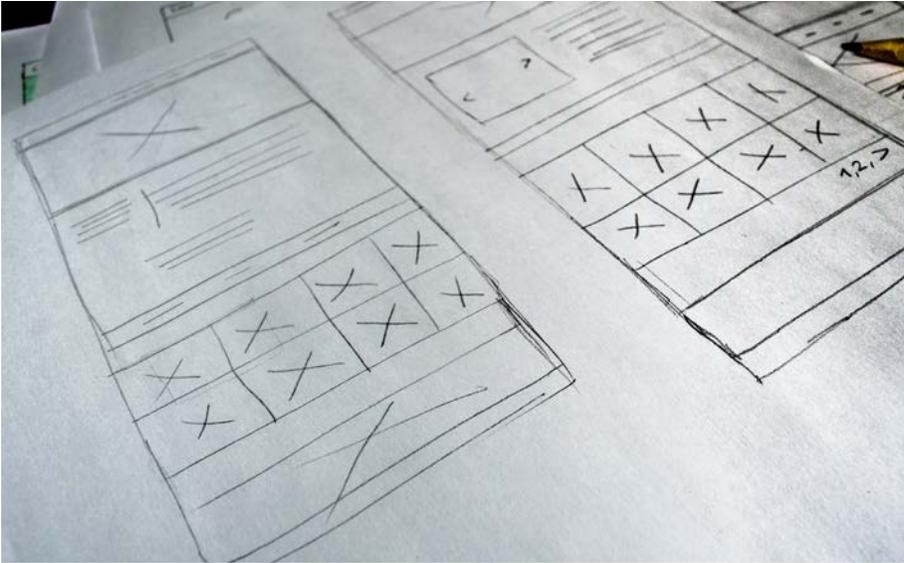


Home: primera propuesta. Se presentaba con una única imagen junto con pequeños íconos que se dirigían a la información institucional del CECON. En esta se podían apreciar solamente los íconos, la imagen de portada y el menú. Se realizaron diferentes propuestas de diagramación con este diseño.



Home: segunda propuesta. Presenta una página más amplia, con un contenido enriquecido. En este se busca mostrar información relevante que guíara a las páginas con información que se necesita difundir, como las áreas protegidas y el trabajo del CECON.

En el primer nivel se concluyó que la segunda opción funciona mejor para la institución, ya que contaba con información accesible al usuario de las páginas más relevantes del sitio, que lo encaminaría hacia los datos que se desea compartir. Inicia con una imagen de portada, sigue con íconos que dirigen a la información de la institución y, posteriormente, a pequeñas fotografías que guían hacia las áreas protegidas. A continuación se presentan bocetos de las páginas internas, la cuales fueron basadas en el diseño extendido del home.



Se presentaron diseños diferentes con los cuales se proponía contar con una imagen amplia de portada, la cual identificaría el biotopo que se estuviese describiendo. Continúa con información dividida en dos columnas y, por último, una galería. Como parte del *footer* hay una imagen e información.

Había otra propuesta final, la cual contenía criterios similares al anterior. Sin embargo, contaba con información distribuida en una columna, acompañada de un slider de imágenes del respectivo biotopo.

6.1.2 Video institucional

El video forma parte complementaria de la campaña. Su función es sintetizar la información institucional, como la historia, misión y áreas de trabajo, y presentarla de una forma dinámica y enriquecida por imágenes. A continuación se presenta la estructura y locución del mismo.

ESTRUCTURA

Introducción: presentación acerca del trabajo del CECON y resumen de su historia.

Desarrollo: se enriquece al espectador con imágenes dinámicas y tomas rápidas. Se abastece la información por medio de imágenes y datos complementarios.

Cierre: información sobre su visualización como institución y su futuro dentro del tema de conservación.

LOCUCIÓN:

El Centro de Estudios Conservacionistas, CECON es una Unidad de estudios interdisciplinarios destinado a la Conservación de los Ecosistemas de la nación. Es parte de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala Y cuenta con siete unidades de manejo de áreas protegidas, tres unidades de investigación y un Jardín Botánico.

Su misión radica en el desarrollo de modelos de conservación de áreas protegidas y biodiversidad basados en la investigación, experimentación en programas de biología de la conservación y alianzas estratégicas con otros centros de investigación universitarios e instituciones afines que promuevan la sostenibilidad ambiental.

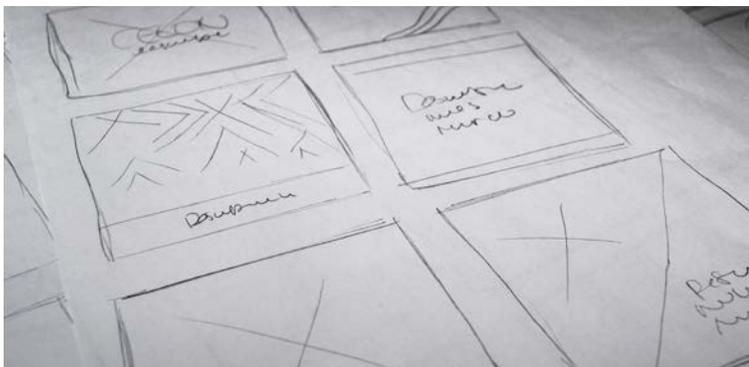
Es así, como CECON se visualiza como una institución líder en biología de la conservación que propone a la población e instituciones rectoras, modelos de manejo de áreas protegidas sostenibilidad ambiental, social y económica para la conservación del patrimonio natural de Guatemala.

6.1.3 Redes sociales

Las propuestas presentadas a continuación son bocetos para material en redes sociales, específicamente para posts de Facebook. En estos se buscaba que, por medio del concepto creativo y de fotografías representativas de los biotopos, se crearan piezas en las cuales prevaleciera la imagen y que el texto fuese únicamente informativo. A partir de estas piezas se define la gráfica de imágenes que se utilizó en todos los materiales.



Propuesta post rectangular Facebook: interacción entre imagen y textos, representando "El descubrir" a través de palabras entre la imagen.

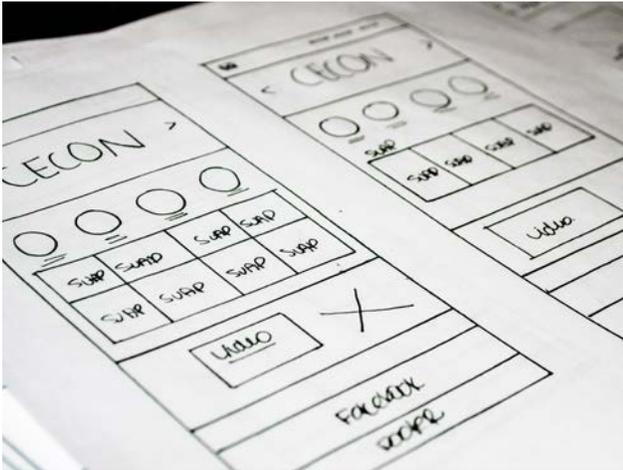


Propuesta de post cuadrados: se propone utilizar tanto imágenes de fondo como colores sólidos con pequeños textos informativos.

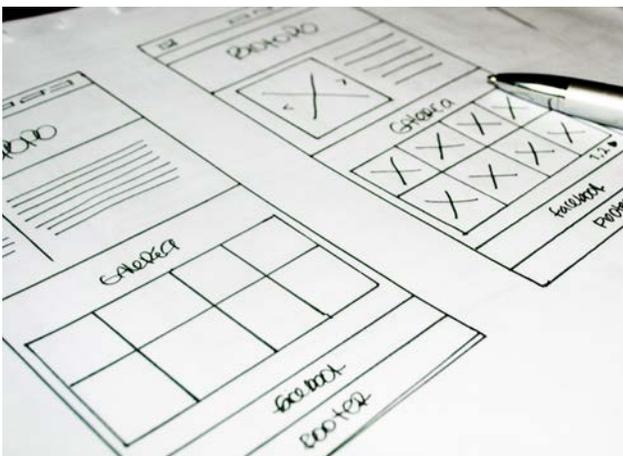
6.2.1 BOCETOS CATEGORÍA II

6.2.1 Página web

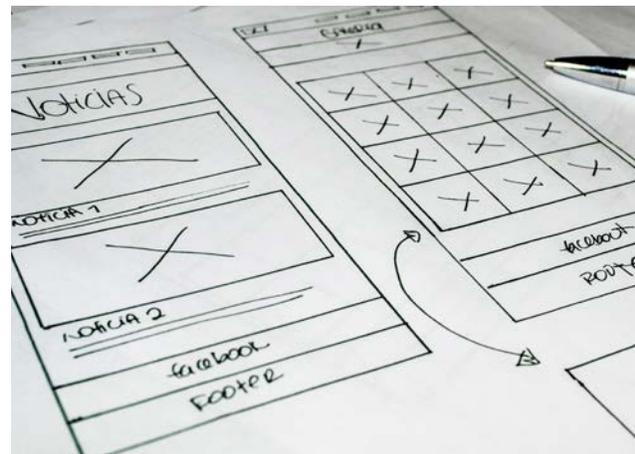
En esta categoría se definió una maquetación para las páginas principales: home, SUAP y noticias, con las cuales se presentan módulos de diagramación.



Se definieron dos estilos de diseño y maquetación de home. La estructura está dividida con una imagen principal de portada. Prosigue con íconos, los cuales serán enlaces que conecten con la información institucional del CECON. Se sigue con imágenes de los siete biotopos, que son enlaces directos a las páginas internas que los contienen. En la parte posterior hay una imagen con el video institucional, el cual se busca que esté al alcance del usuario para que pueda conocer la labor de la institución. Por último está el footer, el cual contiene un link directo para la página de Facebook.



Maquetación de páginas internas de biotopos con la estructura de: portada, información y galería. Se presentan dos diferentes propuestas.



Noticias: se presentan como imágenes completas que muestran la actividad a realizar, seguida por su información.
Galería: serie de imágenes de paisajes de los biotopos.

6.2.2 Video institucional

En esta categoría se definió un storyline e iniciar la producción del video a partir de la locución y el ritmo que se estableció en la categoría En esta nueva etapa se definieron tomas, encuadres, tiempos y musicalización.

ESCENA 1

Locución: no

Descripción de la toma: paisaje, playa y, por último, una toma del bosque.

Animación: se hacen cross dissolve de tres diferentes escenas: aparece, desaparece y aparece. En la última toma se hace cross dissolve y aparece el nombre de CECON.

Duración: siete segundos (dos por cada toma y 3 para la última).

ESCENA 2

Locución: el Centro de Estudios Conservacionistas, CECON, es una unidad de estudios interdisciplinarios destinado a la conservación de los ecosistemas de Guatemala.

Descripción: guarda recursos sembrando los huevos de tortuga.

Animación: fundado el 17 de agosto de 1981.

Duración: diez segundos.

ESCENA 3

Locución: es parte de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

Descripción de la toma: una toma rápida de la facultad.

Animación: no.

Tiempo: tres segundos.

ESCENA 4

Locución: de la Universidad de San Carlos de Guatemala y cuenta con siete unidades de manejo de áreas protegidas, tres unidades de investigación y un Jardín Botánico.

Descripción de la toma: toma de un jardín y/o área verde.

Animación: se intercambia el número en animación de 1 a 7. Cuando llega a 7 salen de él unidades y debajo de unidades de manejo, cuando dice 3 de investigación se cambia el 7 a 3. Del 3 sale investigación y del 3 se cambia a 1 y sale de ahí la palabra Jardín Botánico.

Tiempo: diez segundos.

ESCENA 5

Locución: en conjunto con otros actores promovieron la creación del Consejo Nacional de Áreas Protegidas.

Descripción de la toma: Director de CECON, Francisco Moya, hablando en su oficina.

Animación: aparecen una a una las palabras Consejo Nacional de Áreas Protegidas y CONAP en texto en puntos grandes.

Tiempo: 6 segundos.

ESCENA 6

Locución: esto es importante mencionar porque cuando se establece este consejo, uno de los siete integrantes es la Universidad de San Carlos a través del CECON.

Descripción de la toma: toma de una cascada del biotopo del Quetzal.

Animación: no.

Tiempo: siete segundos.

ESCENA 7

Locución: su misión es el desarrollo de modelos de conservación de áreas protegidas y biodiversidad.

Descripción de toma: toma de una de las iguanas.

Animación: animación de palabra “modelos de conservación”.

Tiempo: ocho segundos.

ESCENA 8

Locución: basados en la investigación, experimentación de programas para la conservación y alianzas.

Descripción de la toma: una persona del personal tomando nota y trabajando. Se cambia la toma a un plano medio donde él está revisando las hojas del registro de las tortugas y está cambiando la página.

Animación: no.

Tiempo: siete segundos.

ESCENA 9

Locución: estrategias con otros centros de investigación afines que promuevan la sostenibilidad ambiental.

Descripción de la toma: dos personas sentadas en el sillón de la sala del director, platicando. Que se note que están “negociando”.

Animación: animación del texto “alianzas estratégicas”.

Tiempo: seis segundos

ESCENA 10

Locución: el estilo de conservación que uno tenga, o el modelo de conservación.

Descripción de la toma: toma de personas en la playa esperando la liberación.

Animación: se anima la frase “Modelos de conservación”.

Tiempo: tres segundos.

ESCENA 11

Locución: y en función de eso, a lo largo de la historia de CECON se han construido los modelos de gestión integral de las áreas protegidas.

Descripción de la toma: toma de cascada de biotopo del Quetzal.

Animación: animación de una hoja o de algo que tenga que ver con integral.

Tiempo: siete segundos.

ESCENA 12

Locución: es así como CECON se visualiza como una institución líder en biología de la conservación.

Descripción de la toma: toma de diferentes especies dentro de las áreas protegidas.

Animación: no. Toma en cámara lenta.

Tiempo: cinco segundos.

ESCENA 13

Locución: que propone a la población e instituciones rectoras, modelos de manejo de áreas protegidas y otras áreas de interés biológico, sostenibilidad ambiental, social y económica para la conservación del patrimonio natural de Guatemala.

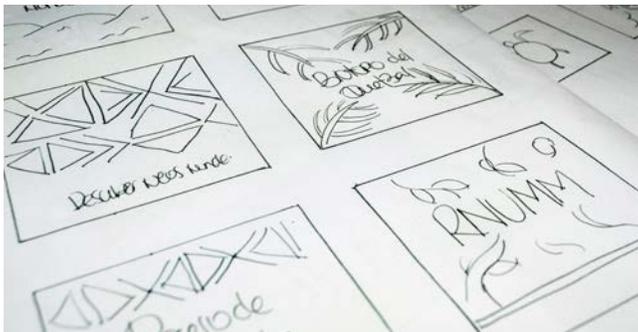
Descripción de la toma: timelapse en la playa en donde se muestra el atardecer.

Animación: no.

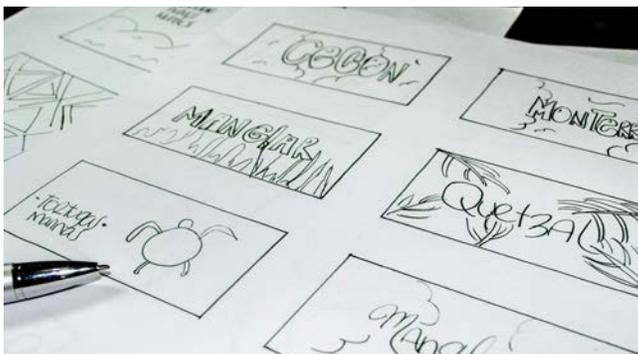
Tiempo: cinco segundos.

6.2.3 Redes sociales

Se realizaron bocetos con trazos definidos, los cuales pretendían aclarar el estilo que se manejaría para la línea gráfica de toda la campaña.



Bocetos para publicaciones cuadradas, las cuales están conformadas tanto de imagen como de colores sólidos. En los dos se busca tener interacción entre nombres e imágenes.

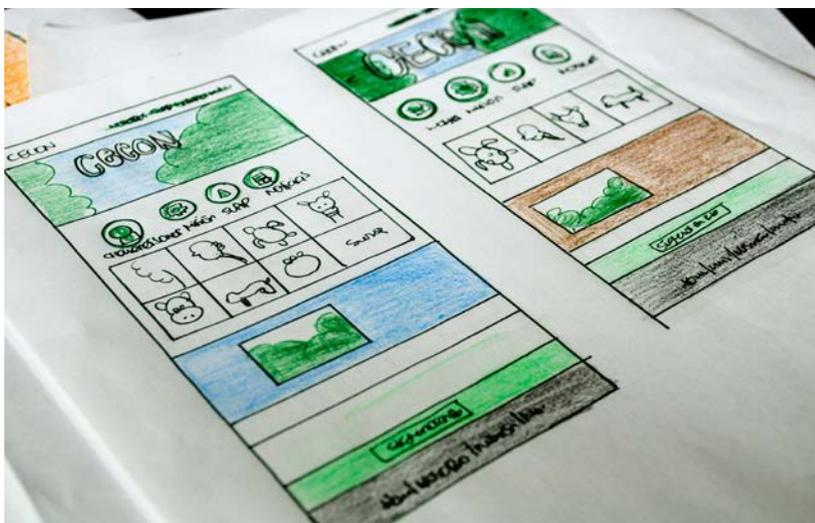


Publicaciones rectangulares, las cuales muestran información gráfica más amplia. En esta se encuentran versiones únicamente con fotografías, que funcionarán como portadas de álbum o series fotográficas que se compartan en la página

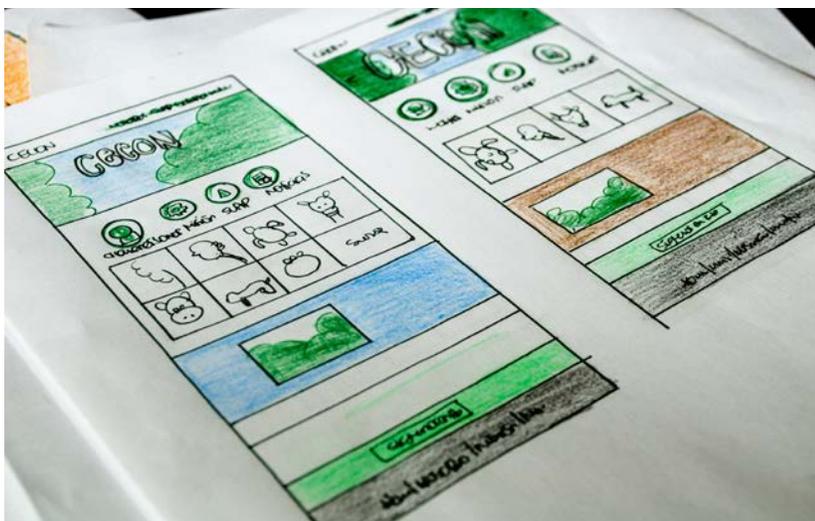
6.3.1 BOCETOS CATEGORÍA III

6.3.1 *Página web*

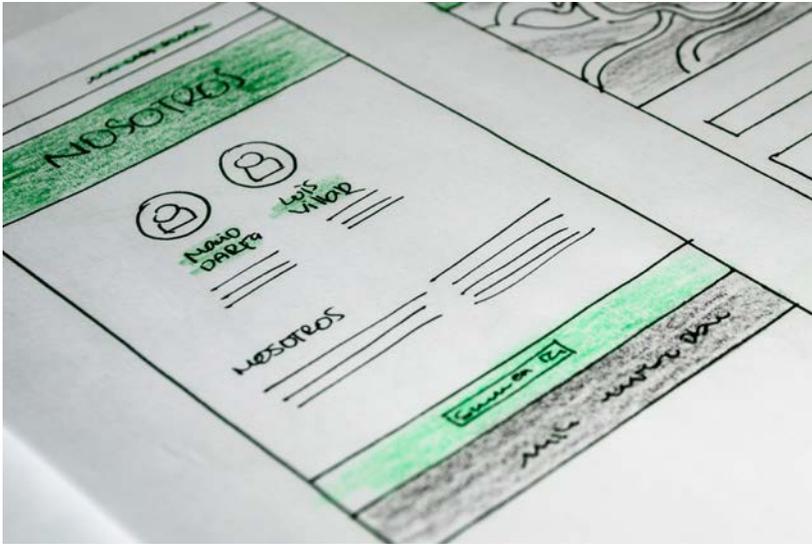
En esta fase se definió la maquetación de la página web, así como su estructura, retícula, color y forma. A continuación se presentan las propuestas realizadas previo a su digitalización.



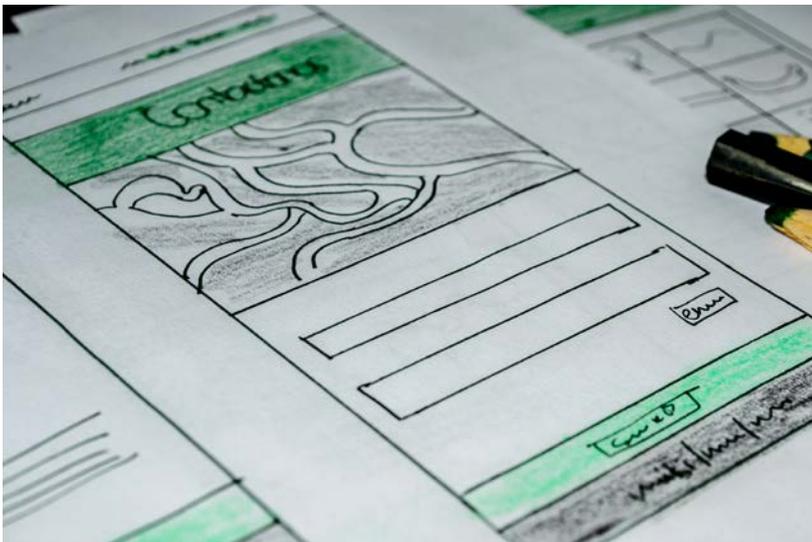
Bocetos para home. Maquetación distribuida en cuatro columnas, en las cuales predomina el color verde institucional.



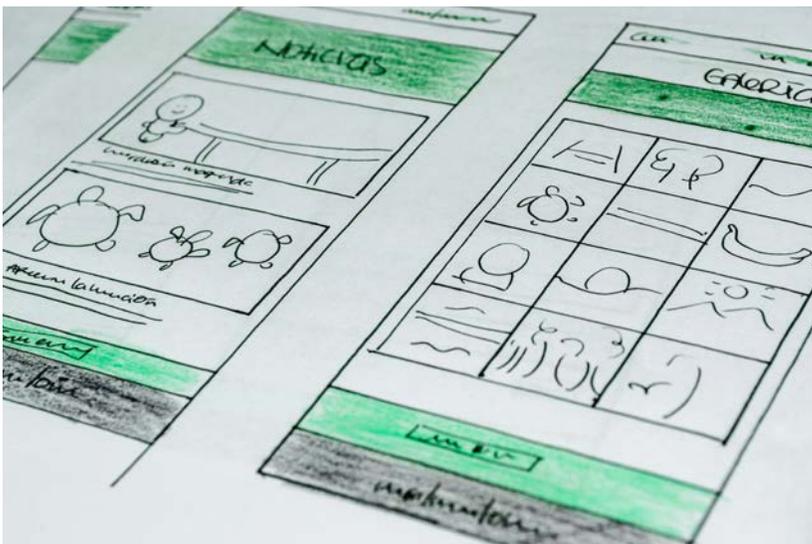
Bocetos para home. Maquetación distribuida en cuatro columnas, en las cuales predomina el color verde institucional.



Maquetación página interna "Nosotros". La información se distribuye en dos de las cuatro columnas divididas en dos.



Página interna "Contacto": se define una ruta en el mapa de Google maps, la cual se dirige hacia el Jardín Botánico, el cual está ubicado en las oficinas de CECON. También cuenta con un área de correo, en donde el usuario puede escribir directamente a la institución.



Páginas internas "Noticias". Se utiliza una retícula de cuatro columnas en conjunto con imágenes extendidas que funcionarían como banner.

Página interna "Galería" estructurada con un titular, seguido de una imagen y una serie de paisajes que se encuentran en los biotopos.

6.3.2 Redes sociales

Se concluye el nivel I de visualización. A continuación encontramos piezas definidas y listas para la digitalización en el nivel II.



Se establecieron colores y trazos para publicaciones en redes sociales. La visualización será principalmente con fotografías; sin embargo, se presentan propuestas con fondos de color sólido.





“VIVE MÁS SENCILLAMENTE

PARA QUE OTROS PUEDAN

SENCILLAMENTE VIVIR”

Gandhi



6.2 | NIVEL II DE VISUALIZACIÓN Y COEVALUACIÓN

Se realizó la digitalización de los bocetos en roof que se llevaron a cabo anteriormente. Además, se evaluaron las piezas con tres profesionales en el diseño gráfico. El objetivo de dichas evaluaciones era recibir retroalimentación acerca de los avances en las piezas y hacer los cambios respectivos para seguir avanzando con una mejor calidad en el proceso. (Ver evaluadores e instrumento en anexo 6.2).

6.2.1 Página web

A continuación se describe la propuesta digitalizada de la página web y su distribución: la página cuenta con seis tabs en las cuales se puede encontrar diferente información de la institución. Posee contenido visual en el cual las personas pueden conocer más de la institución, apoyándose en el texto y los canales informativos que ahí se brindan.

Se presenta la división de la información dentro de la página. El asesor de la institución sugirió que se mostrara en la página principal (home o inicio) la información del CECON. Por ello se crearon iconos de acceso directo a la misma, para que los usuarios puedan acceder fácilmente a la sección.

1. HOME

Se encuentra constituida por un banner pantalla completa, el cual es un slider que intercambia sus imágenes por diferentes paisajes de las áreas protegidas. El slider principal muestra el nombre de CECON con su respectiva línea gráfica. Posteriormente está la iconografía de color verde institucional con enlaces directos a su información e imágenes que dirigen a los biotopos. Por último se encuentra el video institucional y un link directo a Facebook.

2. NOSOTROS

Comparte información institucional. Inicia con un resumen de su fundación, seguido por la labor en que se enfoca la misma.

a) ¿Quiénes somos? Brinda información acerca de la historia del CECON.

b) Misión y visión/ objetivos: describe la misión y visión de CECON junto con los objetivos de la misma.

3. SUAP - SISTEMA UNIVERSITARIO DE ÁREAS PROTEGIDAS

Se sugirió por parte del asesor de CECON que tuviera este nombre, ya que dentro de las normativas el biotopo de Monterrico, llamado Reserva Natural de Usos Múltiples, Monterrico no es considerado como un biotopo, si no como una reserva; entonces, al ser una reserva, el conjunto de estas deja de ser "área protegida".

En esta pestaña podemos encontrar los diferentes biotopos con su respectiva información. Se describe una breve historia de su fundación, las actividades que se pueden realizar en ella, un mapa de cómo llegar y los teléfonos de contacto junto con una galería de fotos en donde se puede apreciar su flora, fauna e imágenes promocionales.

4. GALERÍA

Está conformada por fotografías poco menos institucionales, en las cuales el usuario puede apreciar paisajes, cascadas, fotos panorámicas. Se creó esta sección porque en las galerías anteriores sólo se cuenta con información específica, guiada por los planes maestros.

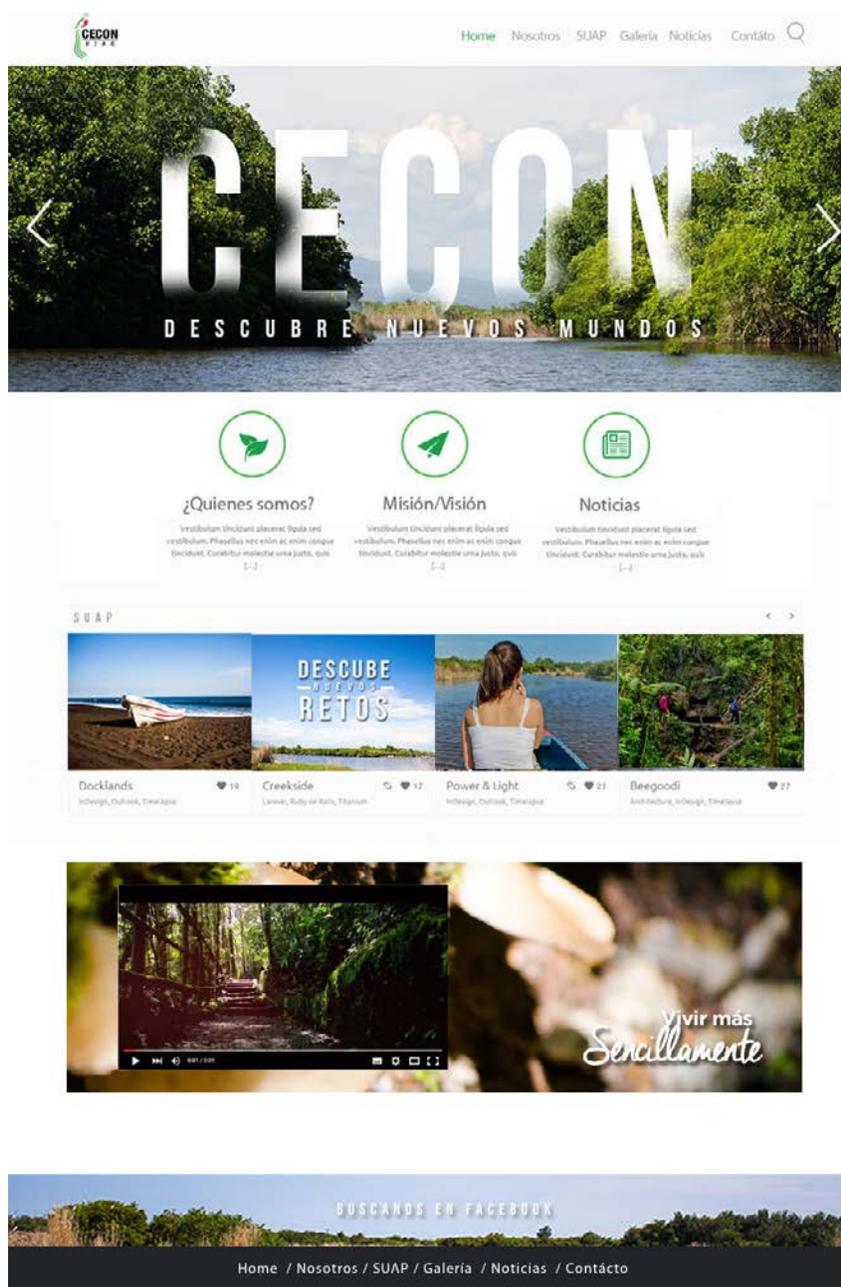
5. NOTICIAS

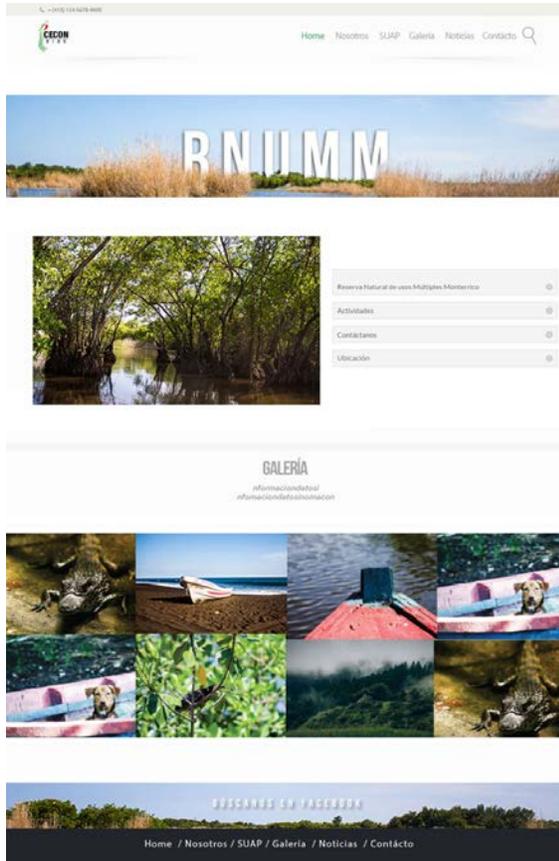
Es un blog en el cual el personal de la institución puede publicar las actividades que se han realizado o que están por venir. Esta sección también se encuentra al alcance del usuario en home.

6. CONTACTO

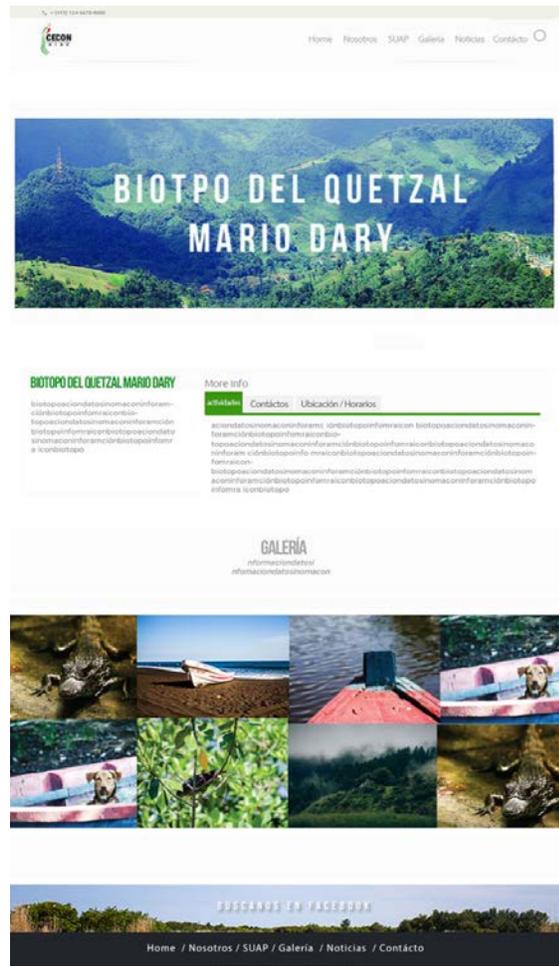
Se encuentra la información del CECON y una sección de correo en donde el usuario puede contactarse con la institución.

A continuación algunas piezas relevantes





Propuesta 1 de página interna –Biotopo- la cual propone presentar la información con un formato desplegable para descubrir así la información.



Propuesta 2 página interna –Biotopo- propone presentar la información por medio de dos tabs, los cuales funcionan como botones que cambian la información.

En esta fase se logró definir el estilo de la página, su maquetación, retícula y visualización. En cuanto a las propuestas de las páginas internas (biotopos), se concluyó que la número 1 es la adecuada para la presentación de las áreas protegidas, ya que está alimentada con mayor contenido visual y las pestañas desplegables aluden al concepto de “Descubrir”, por su mecánica desplegable.

6.2.2 Video institucional

Se presenta la estructura del video institucional con capturas de pantalla de las tomas realizadas a partir del storyline realizado en la fase anterior.



Imágenes de los biotopos.



Textos que refuerzan locución.



Especies dentro de biotopos o reserva.



Entrevista con el personal administrativo.



Especies dentro de biotopos o reserva.



Paisajes.

6.2.3 Redes sociales

Se realizaron las propuestas gráficas para las redes sociales, en las cuales se incluye la portada y foto de perfil con interacción. Se trabajó en publicaciones con imágenes para alimentar el contenido de la página, las cuales tienen como función ser titulares en diferentes álbumes o series de imágenes que serán publicadas. Estas acompañan imágenes con frases inspiradoras con las que el grupo objetivo pueda vincularse y sentirse identificado. A continuación se presentan las propuestas:



Propuesta de imagen de portada y perfil, las cuales interactúan en una misma fotografía.



Publicaciones para post semanales, especialmente en inicios de semana.



6.3

NIVEL III DE VISUALIZACIÓN Y VALIDACIÓN

La evaluación con el grupo objetivo tiene como fin medir la funcionalidad de los materiales con la población para cual fue creado el proyecto, por medio de instrumentos de validación como el cuestionario, encuesta o entrevista pueden calificar el proyecto y así concluir el trabajo llegó a los objetivos planteados. (Ver instrumento en anexo 6.3)



ASPECTOS SOBRE LA VALIDACIÓN

La validación se realizó por medio de encuestas y se utilizaron tres instrumentos de diferentes. Una fue para la página web, para la cual se tomó una muestra de 20 personas. Constaba de 13 preguntas, más un inciso de observaciones. Se examinaron aspectos como calidad de diseño, interactividad de la página, calidad visual, fotográfica y jerarquía.

La segunda encuesta se utilizó para la evaluación del video institucional. Se plantearon 13 preguntas más un inciso de observaciones acerca de musicalización, edición, locución, entre otras, al igual que en el instrumento de la página web. La muestra era de 15 personas. Por último se utilizó una encuesta conformada por siete preguntas y un inciso de observaciones para las redes sociales, en el cual se evaluó si el contenido era de su interés.

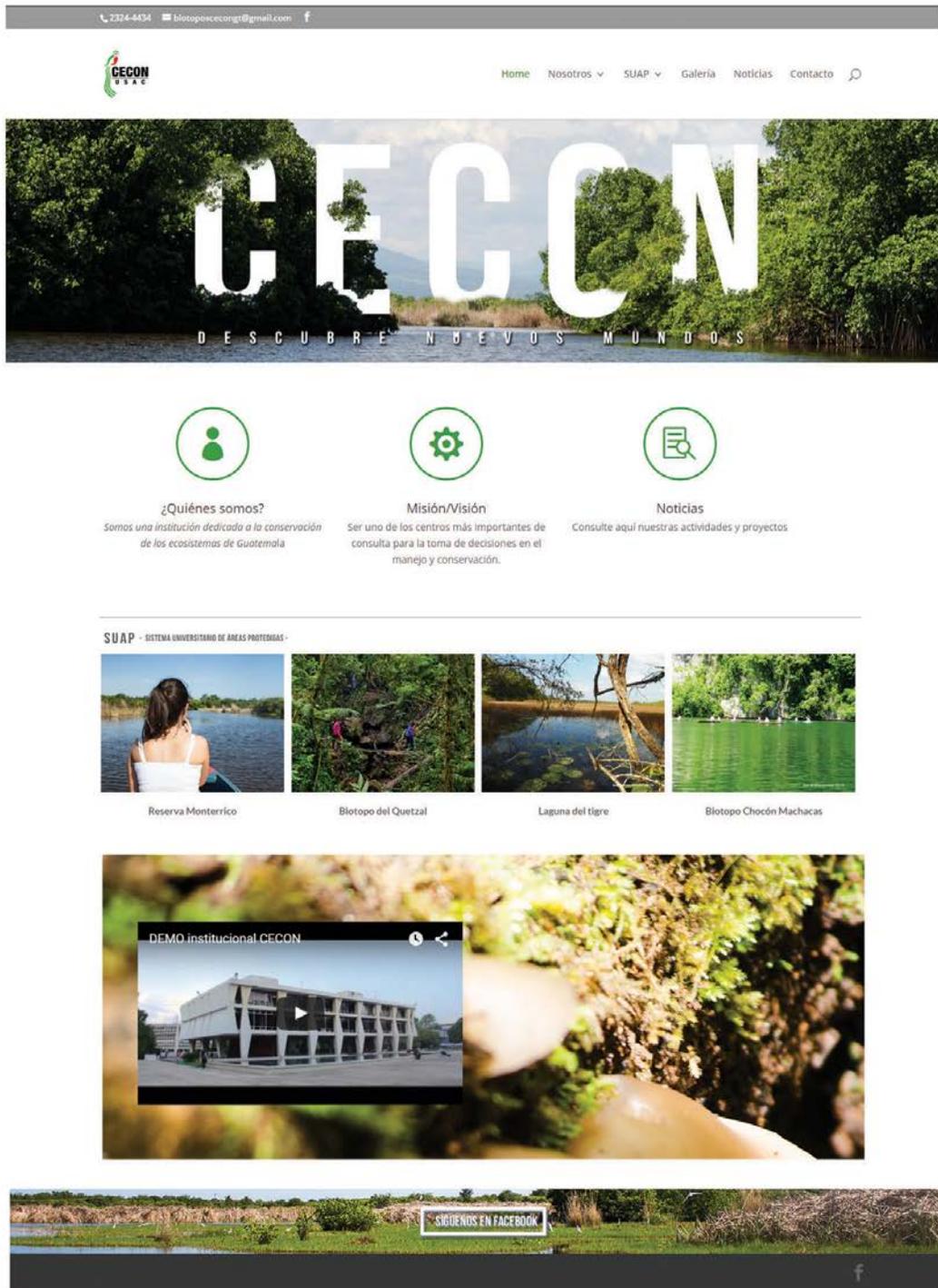
ASPECTOS TÉCNICOS

Para socializar la pieza de diseño de forma digital, se utilizó una computadora y dos tabletas con internet, con las cuales los encuestados podían observar los tres materiales: página web, video institucional y fanpage. Las encuestas se repartieron por grupos, a los cuales se dio un material por persona y se utilizó una muestra total de 45 personas.

(Ver instrumentos en anexo 6.3)

Página web

H O M E



N O S O T R O S

CECON

Home Nosotros SUAP Galería Noticias Contacto



NOSOTROS



Mario Dary Rivera
Biólogo y ecólogo que trabajó en Guatemala, hecho evidente por su como editorial en favor de las ciencias naturales del país desde 1960.



Luis Villar Anlu
Maestro, arquitecto, restaurador, zoólogo que trabajó por las ciencias naturales del país desde 1960.

El Centro de Estudios Conservacionistas (CECON) fue creado como Unidad de Estudios Interdisciplinarios destinado a la investigación de los mejores procedimientos para la Conservación de los Ecosistemas de la Nación, a través del Acuerdo de Fomento N° 660-81 del 17 de agosto de 1981, por iniciativa de los profesionales Mario Dary Rivera y Luis Villar Anlu, ambos egresados de la Facultad de Ciencias Químicas (antes Naturales) y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Actualmente forma parte de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la USAC, y cuenta con tres unidades de manejo de 7 áreas protegidas, tres unidades de investigación y un jardín botánico.

Es importante mencionar que como pionero de la conservación en Guatemala, el CECON desde los inicios del Consejo Nacional de Areas Protegidas ha sido miembro permanente de su Consejo, estando estrechamente vinculado a los logros y avances de dicha institución de gobierno.

El sistema Universitario de áreas protegidas SUAP es uno de los motores de trabajo de la institución y sus áreas protegidas son:

Cerro Cahuj, Reseñón Dos Lagunas, El Tigre, Escudido y El Cerro San Miguel La Palmita, todos en el Departamento de Peten; Chocón Machacas en Livingston;

Salón; Biológico del Quetzal "Mario Dary Rivera" en Panabaj y Salamá, Baja Verapaz y Reserva Natural de Bosque Múltiples Usos en Tuzulután y Chiquimulá, Santa Rosa. Todos juntos suman en total más de 540,000 hectáreas.



CECON

Home Nosotros SUAP Galería Noticias Contacto



MISIÓN/VISIÓN



Misión	Visión	Objetivos
Desarrollar modelos de conservación de áreas protegidas y biodiversidad basados en la investigación, experimentación en programas de biología de la conservación y alianzas estratégicas con otros centros de investigación universitarios e instituciones afines que promuevan la sostenibilidad ambiental, social y económica para la conservación del patrimonio natural del país, en beneficio de la sociedad guatemalteca.		





- Biotopo del Quetzal: un bosque nuboso con senderos
- Actividades
- Contáctanos
- Ubicación

GALERÍA

En esta galería puedes encontrar las especies de flora y fauna que habitan en el Biotopo del Quetzal



Tacuazín (*Didelphis marsupialis*) (2)





- Reserva Natural de usos Múltiples Monterrico
- Actividades
- Contáctanos
- Ubicación

GALERÍA

En esta galería puedes encontrar las especies de flora y fauna que habitan en La Reserva Monterrico



Reserva natural de usos múltiples, Monterrico.



EL ZOTZ



- Biotopo San Miguel la Palotada - El Zotz -
- Atractivos
- Ubicación
- Contáctanos

GALERÍA

En esta galería puedes encontrar las especies de flora y fauna que habitan el Biotopo El Zotz



1 2 Next





- Reserva Biológica Maachitún Dos Lagunas
- Actividades
- Contactanos
- Ubicación

GALERÍA

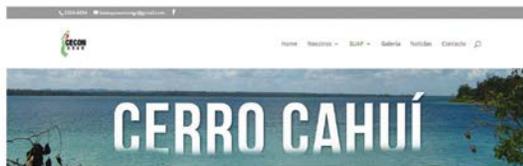
Sección galería con imágenes de especies de flora y fauna del territorio de Maachitún Dos Lagunas.



- Reserva Laguna del Tigre Rio Escondido
- Actividades
- Contactanos
- Ubicación

GALERÍA

Sección galería con imágenes de especies de flora y fauna del territorio de Reserva Laguna del Tigre.



- Reserva Cerro Cahuí
- Actividades
- Contactanos
- Ubicación

GALERÍA

Sección galería con imágenes de especies de flora y fauna del territorio de Reserva Cerro Cahuí.



- Reserva Chocón Machacas
- Actividades
- Contactanos
- Ubicación

GALERÍA

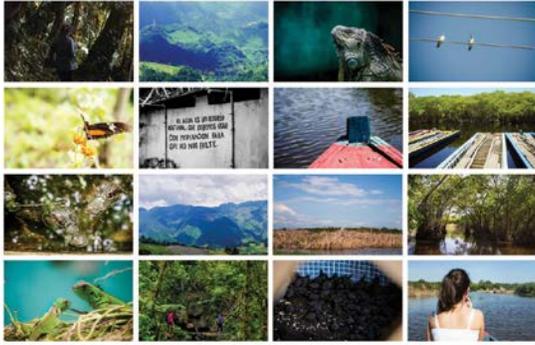
Sección galería con imágenes de especies de flora y fauna del territorio de Reserva Chocón Machacas.



GALERÍA

555-4555 | info@seon.org

 Home Nosotros SUMP Galería Noticias Contacto



1 / 2 Next

CONTACTO

555-4555 | info@seon.org

 Home Nosotros SUMP Galería Noticias Contacto



Contáctanos

Name Email Address

Message

15 / 10



Liberación de tortugas

by CECON EPS | oct 6, 2015 | Sin categoría

Para poder liberar tortugas, lo primero de debes hacer es viajar hacia la costa sur de Guatemala y disfrutar de esta actividad de conservación y preservación de la fauna marina. Cabe mencionar que el Consejo Nacional de Áreas protegidas CONAP, emitió una estrategia...



Se aproxima la liberación de tortugas

by CECON EPS | sep 22, 2015 | Sin categoría

Este próximo 10 de septiembre podrás volver a vivir una experiencia inolvidable, la liberación de tortugas te espera todos los días a las 5:30pm. ¡Te...

Entradas recientes:

[Liberación de tortugas](#)

[Se aproxima la liberación de tortugas](#)

Comentarios recientes

[CONAP en Se aproxima la liberación de tortugas](#)

Archivos

[octubre 2015](#)

[septiembre 2015](#)

Categorías

[Sin categoría](#)

Meta

[Administrador del sitio](#)

[Desconectar](#)

[RSS de las entradas](#)

[RSS de los comentarios](#)

[WordPress.org](#)

Video institucional

L O C U C I Ó N

El Centro de Estudios Conservacionistas, CECON, es una unidad de estudios interdisciplinarios destinado a la conservación de los ecosistemas de la nación. Es parte de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Cuenta con siete unidades de manejo de áreas protegidas, tres unidades de investigación y un Jardín Botánico.

Su misión radica en el desarrollo de modelos de conservación de áreas protegidas y biodiversidad basados en la investigación, experimentación en programas de biología de la conservación y alianzas estratégicas con otros centros universitarios e instituciones afines que promuevan la sostenibilidad ambiental.

Es así como CECON se visualiza como una institución líder en biología de la conservación que propone a la población e instituciones rectoras, modelos de manejo de áreas protegidas sostenibilidad ambiental, social y económica para la conservación del patrimonio natural de Guatemala.

S T O R Y L I N E



Escena 1

Locución: no.

Descripción de la toma: paisaje, playa y por último bosque.

Animación: *cross dissolve* de tres diferentes escenas: aparece, desaparece y aparece. En la última toma se hace *cross dissolve* y aparece el logotipo de CECON entre las hojas.

Duración: siete segundos (dos por cada toma y tres para la última)





Escena 1

Locución: el Centro de Estudios Conservacionistas, CECON, es una unidad de estudios interdisciplinarios destinado a la conservación de los ecosistemas en Guatemala.

Descripción: guardarrecursos sembrando los huevos de tortuga.

Animación: fundado el 17 de agosto de 1981.

Duración: diez segundos.



Escena 3

Locución: es parte de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

Descripción de la toma: una toma de rectoría.

Animación: no.

Tiempo: tres segundos



Escena 4



Locución: ... de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Cuenta con siete unidades de manejo de áreas protegidas, tres unidades de investigación y un Jardín Botánico.

Descripción de la toma: toma de un jardín y/o área verde.

Animación: se intercambia el número en animación de 1 a 7. Cuando llega a 7 salen de él unidades y debajo de unidades de manejo, cuando dice 3 de investigación se cambia el 7 a 3 y del 3 sale investigación y del 3.

Tiempo: diez segundos.



Escena 5



Locución: en conjunto con otros actores promovieron la creación del Consejo Nacional de Áreas Protegidas.

Descripción de la toma: Francisco Moya hablando en su oficina.

Animación: aparece una a una las palabras Consejo Nacional de Áreas Protegidas y CONAP en texto en puntos grandes.

Tiempo: seis segundos.



Escena 6

Locución: esto es importante mencionar porque cuando se establece este consejo, uno de los siete integrantes es la Universidad de San Carlos a través del CECON.

Descripción de la toma: toma de una cascada del biotopo del Quetzal.

Animación: no.

Tiempo: tres segundos.



Escena 7

Locución: su misión radica en el desarrollo de modelos de conservación de áreas protegidas y biodiversidad.

Descripción de toma: toma de una de las iguanas.

Animación: no.

Tiempo: cuatro segundos.



Escena 8

Locución: basados en la investigación, experimentación de programas para la conservación y alianzas.

Descripción de la toma: una persona del personal tomando nota y trabajando. Se cambia la toma a un plano medio donde él está revisando las hojas del registro de las tortugas.

Animación: no.

Tiempo: siete segundos.



Escena 9

Locución: estratégicas con otros centros de investigación afines que promuevan la sostenibilidad ambiental.

Descripción de la toma: personas trabajando en la anidación

Animación: animación del texto "alianzas estratégicas"

Tiempo: seis segundos.



Escena 10

Locución: el estilo de conservación que uno tenga, o el modelo de conservación.

Descripción de la toma: toma de personas en la playa esperando la liberación.

Animación: se anima la frase "Modelos de conservación".

Tiempo: tres segundos



Escena 11

Locución: y en función de eso a lo largo de la historia de CECON se han construido los modelos de gestión integral de las áreas protegidas.

Descripción de la toma: toma de cascada del Biotopo del Quetzal.

Animación: animación de hojas sobre una mano.

Tiempo: siete segundos.



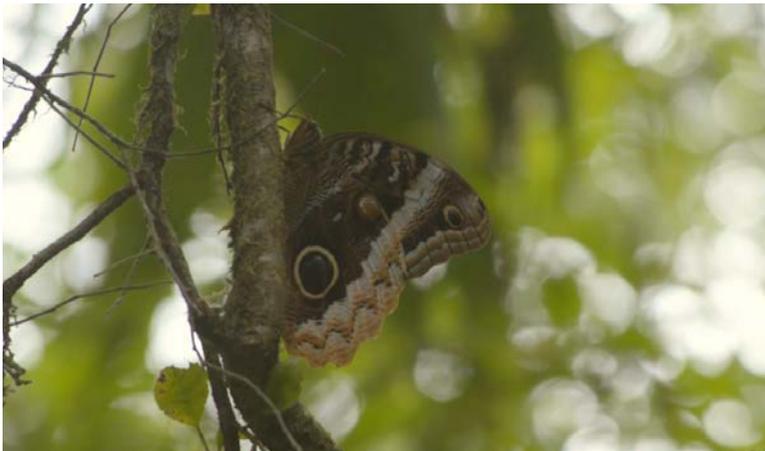
Escena 12

Locución: no.

Descripción de la toma: diferentes especies dentro de la reserva.

Animación: no.

Tiempo: cinco segundos.



Escena 13

Locución: es así como CECON se visualiza como una institución líder en biología de la conservación.

Descripción de la toma: toma de diferentes especies dentro de las áreas protegidas.

Animación: no. Toma en cámara lenta.

Tiempo: cinco segundos.



Escena 13

Locución: que propone a la población e instituciones rectoras, modelos de manejo de áreas protegidas y otras áreas de interés biológico, sostenibilidad ambiental, social y económica para la conservación del patrimonio natural de Guatemala.

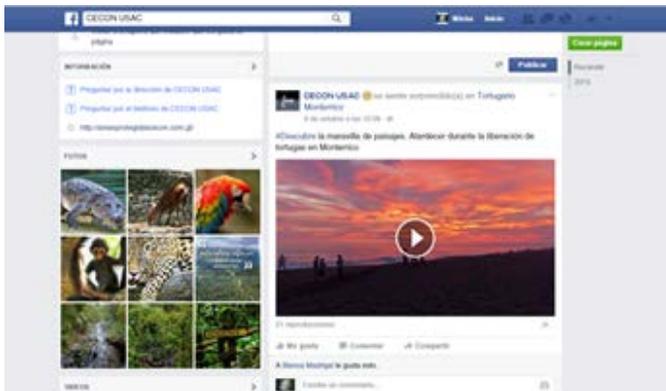
Descripción de la toma: timelapse en la playa en donde se muestra el atardecer.

Animación: no.

Tiempo: cinco segundos

Redes sociales

PUBLICACIONES



Timelapse: cinco segundos de atardecer en playa Monterrico.



Publicación de frases motivadoras inspiradas en la naturaleza.



Publicación de especies de flora y fauna que habitan en las áreas protegidas.



Publicación de especies protegidas.



**DESCRIPCIÓN
Y FUNDAMENTACIÓN
DE LA PIEZA GRÁFICA FINAL**



La página web es un instrumento fundamental para toda empresa, institución o negocio, ya que en esta el usuario puede encontrar el contenido digital más amplio que en cualquier otra plataforma, sin descartar que se puede difundir como una pieza visual atractiva que contenga la estadía del usuario y que este conozca más del sitio. Se considera una pieza clave ya que da formalidad a la institución. El CECON, siendo una de las entidades más importantes en cuanto a conservación, por su labor y el alto contenido de datos en cuanto a ambiente y especies que maneja, debe contar con una.

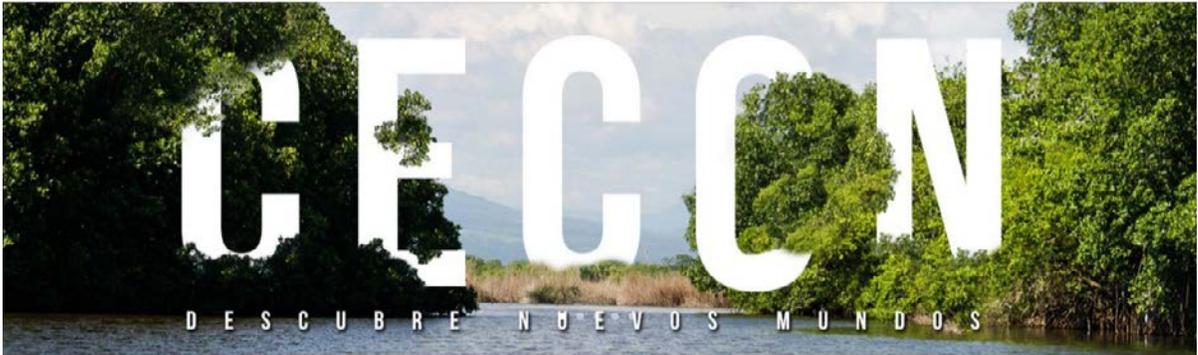
CONCEPTO CREATIVO

El concepto creativo que se manejó para la realización de todos los materiales fue **“Descubrir nuevos mundos”**, basado en el *insight* “visitar la naturaleza nos hace sentirnos libres y conectarnos con ella”, con base en la aplicación de encuestas al grupo objetivo. En estas se detallaba que su mayor inspiración al viajar era encontrar lugares nuevos y vivir

nuevas experiencias. El concepto está ligado tanto al grupo objetivo como a la labor de CECON. Al citar la palabra “descubrir” se alude a llegar a un lugar nuevo –lo que buscan los viajeros–. Al decir “nuevos mundos” se quiso representar a cada biotopo como una atmósfera diferente. Cada especie, cada paisaje, cada clima será un nuevo lugar, un nuevo ambiente, un nuevo mundo por descubrir.

El concepto en la página fue representado por imágenes con la línea gráfica, textos dentro de fotografías de cada biotopo; también se representó el concepto por su interactividad, ya que posee animaciones en diferentes partes. Por ejemplo, en la sección “home” se realizó una animación en el banner principal. Este cambia en un lapso de 20 segundos, durante los cuales el usuario puede observar diferentes paisajes de las áreas protegidas.

Se trabajaron animaciones en la entrada a las páginas del menú. La mayoría ingresa por la parte izquierda de la pantalla; al llegar a ella con el scroll hacían una entrada hacia su lugar de origen.



Intercambio banners home.



Biotopo del Quetzal: un bosque nuboso con senderos

Atractivos

Ubicación

Contáctanos



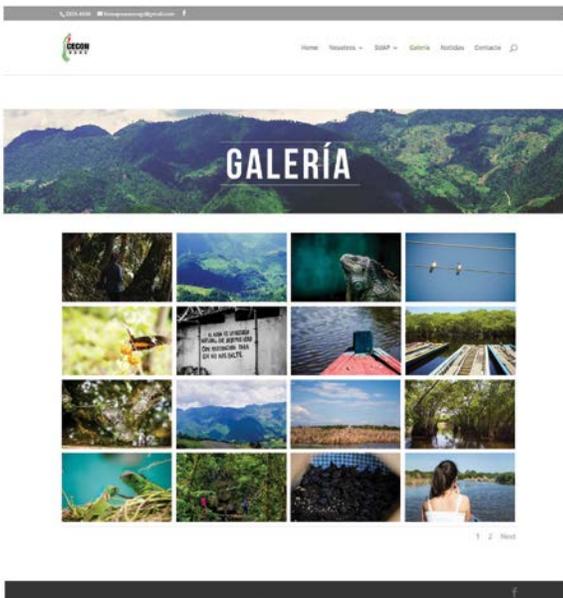
Información desplegable.

Biotopo del Quetzal: un bosque nuboso con senderos

El Biotopo Universitario Mario Dary Rivera para la Conservación del Quetzal, BUCQ, fue fundado en junio de 1976, año en el que el Consejo Municipal de Salamá, Baja Verapaz, otorgó a favor de la Escuela de Biología de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, los terrenos municipales situados en los Cerros Quisis y Carpintero, iniciándose un precedente de liderazgo en el manejo y administración de áreas protegidas en Guatemala.

Se le denomina comúnmente bosque nuboso o nublado por las montañas del área usualmente se encuentran cubiertas por neblina. Esto se debe a los fuertes vientos frescos que provienen del noreste, abundantemente cargados de humedad. Se caracteriza por poseer una de las estructuras florísticas más complejas entre los biomas de Guatemala (Villar 1983), que alberga comunidades consideradas como refugios que representan centros de endemismo y de alta diversidad biológica.

R E T Í C U L A



Se consideró pertinente una retícula de cuatro columnas, ya que con esta se logró dar una lectura visual amplia y mostrar al usuario diferentes imágenes. Esto fue importante ya que en las diferentes secciones de la página se cuenta con galerías, para las cuales es necesaria la interacción de varias imágenes. También se distribuyó la información de los banners, que contenían los titulares en full size (pantalla completa) y jerarquizaban la atracción.

Las cuatro columnas fueron utilizadas en todas las galerías, las cuales son separadas únicamente por 5 px de espacio. Esto las divide como imágenes independientes, con espacios reducidos en blanco para no perder información ni la atención del usuario.

T I P O G R A F Í A

Se utilizaron diferentes tipografías, las cuales obedecieron al material a trabajar. Sin embargo, todas están unificadas y utilizadas para fines específicos. Entre ellas están:

BEBAS NEUE

ABCDEF GHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEF GHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

123456789

Se utilizó para el diseño de titulares y banners, ya que al ser palo seco brindaba una mejor legibilidad e impacto visual en la composición y fusión con la imagen.

Cheddar Jack

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

Tipografía script como complemento a BEBAS NEUE, en el diseño de los banners y titulares. Con esta se obtiene estilización de la imagen.

Lato

ABCDEF GHIJKLMNÑOPQRSTUV
WXYZ abcdefghijklmñopqrstu
vwxyz

123456789

Tipografía utilizada para cuerpos de texto contenido y general de la página. Palo seco, sobrio y formal, lo cual es amigable para la lectura.

C O L O R

El verde institucional fue el color que prevaleció en todo el proyecto y el que identifica los materiales realizados.

Se usó el blanco para elaborar un diseño limpio sin sobrecargar el material, además de no competir en cuanto a carga visual de las imágenes que se presentaban. Se aplicó en fondos.

Por último se usó el negro 85% como complemento al verde y en el uso de los textos.



PANTONE 362C



PANTONE P1-1C



PANTONE 179-13 C



I C O N O G R A F Í A

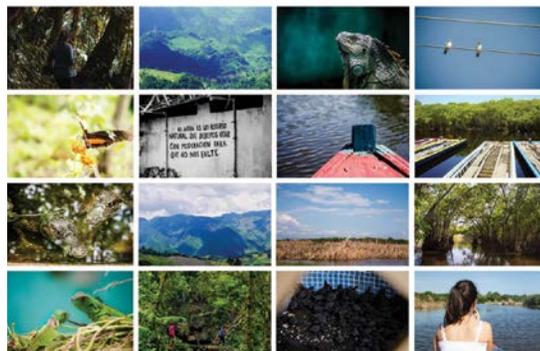
Se utilizaron íconos lineales con relleno para presentar la esencia de la información con el color institucional. Buscan mostrar gráficamente, sin representar competencia en cuanto a peso visual respecto a las imágenes.



F O T O G R A F Í A S

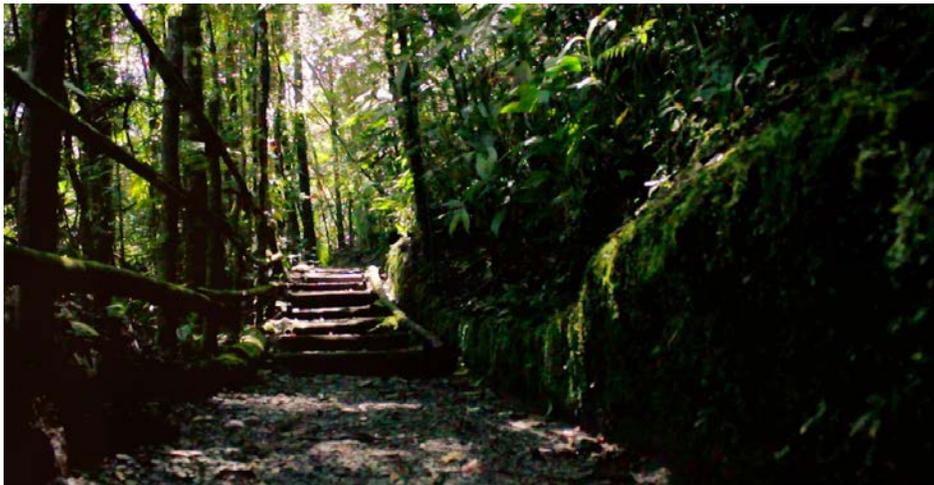
Las fotografías se utilizaron para la presentación de la flora, fauna y como complemento para una promoción. Se hicieron de fotografía de paisaje, en los cuales se puede apreciar al belleza paradisiaca que cada lugar posee.

Las fotos fueron intervenidas en la post producción en cuanto a saturación de color para incrementar la vividez de cada una. La mayoría son tomas en encuadres horizontales con diferentes planos (plano general, medio y detalle).





Al formar parte de una campaña, todas las piezas se conforman por los mismos códigos visuales. Sin embargo, hay excepciones que dependerán el tipo de material que se trabaje. En este caso, los criterios en cuanto concepto creativo, tipografía y color se utilizaron en diferentes tomas durante la postproducción. A continuación se describen los códigos visuales manejados.



ENCUADRE: se utilizaron encuadres horizontales, que muestran mayor cantidad de información en las tomas.

P L A N O S



Plano general

Se utilizó para que el observador aprecie la mayor cantidad de paisaje e información del lugar.



Primer plano

Se usó para mostrar detalles generales de especies de flora y fauna.



Plano a detalle

Empleado para mostrar al espectador pequeños detalles que no se aprecian en tomas más generales.

A N I M A C I Ó N



Animación

Animación de íconos y tipografía que facilitan la interpretación rápida del video.







A sunset over the ocean with silhouettes of people on a beach. The sky is filled with orange and yellow clouds, and the sun is low on the horizon. The water is dark, and the beach is in the foreground with several people standing and looking out at the sea.

Capítulo 7
**LECCIONES
APRENDIDAS**

CAPÍTULO 7

Lecciones aprendidas

A lo largo del proyecto se obtienen aprendizajes en diferentes ámbitos. Uno de ellos es la experiencia dentro de la institución, en la universidad y el trabajo en equipo. Ahora los estudiantes pueden compartir con las nuevas generaciones, con el objetivo de generar proyectos mejorados en los próximos años.

CAPÍTULO 1

Introducción

1. **Detectar el problema real:** durante la investigación es importante llevar a cabo reuniones con el personal de la institución y verificar si el resultado de las necesidades planteadas obedece a lo que realmente se requiere, ya que en algunas conclusiones se atienden temas de forma y no de fondo.
 2. **Conexión de nuestros objetivos:** al establecer los objetivos es necesario estar en contacto con la institución y conocer si las metas del estudiante para la culminación del proyecto, están en sintonía con los objetivos de la institución.
-

CAPÍTULO 2

Perfiles

3. **Análisis de la institución:** si la institución cuenta con diferentes unidades, es necesaria una indagación general acerca del trabajo que desarrolla cada una de ellas y conocer con cuál se llevará el proyecto y la investigación de necesidades. Cada unidad tiende a ser independiente aunque formen parte de una misma institución. Al no centrarse en una unidad, se pueden crear complicaciones en el momento de la producción gráfica, ya que se necesitarían materiales muy generales.
 4. **Apoyo en instrumentos:** conocer al grupo objetivo es importante durante toda la gestión, ya que con base en este fragmento de la población se diseñarán las piezas. Para ello es importante apoyarse en materiales como encuestas, cuestionarios o formularios en *Google* y realizar de dos a tres instrumentos con diferentes preguntas. De esta manera se segmentará el contenido y permitirá ampliar la información y los datos a recabar sin volverse tedioso para el colaborador.
-

CAPÍTULO 3

Definición creativa

5. **Sincronizar piezas:** previo a decidir la pieza a utilizar, es necesario conocer si la institución ha manejado antes las piezas planteadas y, de ser así, con qué aportes se pueden apoyar durante la gestión del proyecto. Incluye un análisis en los beneficios que esta pueda aportar.
 6. **Socialización:** al tener el concepto creativo solventado es enriquecedor compartirlo con compañeros de clase y con el grupo objetivo, para así conocer el impacto que este genere en ellos. Es una forma sencilla de medir la primera impresión y funcionalidad de este.
-

CAPÍTULO 4

Planeación operativa

7. **Fusionar y separar:** durante el inicio de una campaña se necesita escatimar tiempos en conjunto para cada una de las piezas; sin embargo, al avanzar el proceso es necesario separar los procesos y culminar los diferentes proyectos uno a uno.

CAPÍTULO 5

Marco teórico

- 8. Esquematizar procesos:** previo a la redacción de los ensayos, es fundamental iniciar con una esquematización del tema. A partir de ello se realizará la investigación y se solventará la estructura del texto. Esto es importante ya que, al ser faltos de experiencia en el manejo de algunos contenidos, es necesario enriquecerse de conocimientos y a partir de ello jerarquizar ideas.
- 9. Apoyarse en el experto:** además de hacer investigación por diferentes medios, es importante pedir el apoyo de los asesores expertos en cuanto a temas relevantes. Al estar rodeados día a día con experiencias respecto al contenido, darán aportes significativos en un entorno social real y más cercano al grupo objetivo.

CAPÍTULO 6

Proceso de producción gráfica

- 10. Contar con el equipo:** durante la producción de las piezas se necesitó contar con diferentes niveles de equipo, desde la cantidad de cámaras, lentes y complementos como trípode y estabilizador. Es necesario plantear un proyecto para el cual estemos capacitados tanto a nivel intelectual como material, ya que al tener déficit en cualquiera de las partes, puede afectar culminación de los objetivos.
- 11. La unidad es el complemento:** durante la producción de una campaña es necesario unificar todo el material para que el usuario pueda indentificarlas como parte de un mismo proyecto.

Capítulo 8

CONCLUSIONES



1. Se ha culminado el proyecto con un proceso satisfactorio, en el cual, por medio del concepto creativo y un análisis previo, se logró crear piezas de diseño funcionales para la institución. Según los resultados de la validación del proyecto, será para un uso factible a largo plazo, con el cual pueden continuar con la difusión de su labor de conservación.

2. Se apoyó al CECON, en cuanto a su misión de continuar con su labor de áreas protegidas al entregarles una página web completa, en donde se describen su labor y áreas de trabajo en las que el grupo objetivo puede verse invitado, familiarizado e interesado para visitar las áreas protegidas.

3. Se han solventado parcialmente sus problemas en cuanto a difusión, ya que se comprobó, por medio de la validación, que las piezas fueron funcionales y atractivas con el grupo objetivo. Únicamente resta darle seguimiento a estas para hacer llegar la información a más personas, dando a conocer por diferentes medios su labor de conservación y los biotopos, así como invitar a más personas a visitarlos.

4. Se cumplió con el objetivo de dar a conocer las siete áreas protegidas del CECON por medio de una página web con impacto visual y dirigida al grupo objetivo. Durante la validación de las piezas, este se mostró interesado por el material y por conocer los biotopos.

5. Al tener una página web ordenada y dinámica, se logró atraer a los estudiantes de Ciencias Químicas, Veterinaria y carreras afines. Tras conocer la página se gestionaron consultas respecto a tours para visitar las diferentes áreas protegidas, así como la flora y fauna que cada una posee.

6. Se creó un video multimedia funcional que describe la labor del CECON y sus áreas de manejo. Es un material breve y conciso, que puede ser compartido dentro de actividades realizadas por la institución.



Capítulo 9
RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 9

Recomendaciones

Este proceso fue de constante aprendizaje, lo cual es importante compartir con las futuras generaciones, la institución y la escuela de Diseño gráfico de la USAC, con el fin de mejorar procesos y hacer proyectos satisfactorios.

-
1. Se recomienda utilizar la dirección de la página web en todos los materiales informativos que se generen, como banners, mupies, afiches, etc. ya que la información repetitiva, tiene más probabilidades que sea recordada y visitada.
 2. Se recomienda alimentar constantemente la información, tanto la visual como la textual, ya que el ingresar a un sitio web y encontrar información desactualizada, generará desinterés por el usuario.
 3. Para el video institucional se recomienda difundirlo por diferentes medios, como YouTube, instagram y twitter, ya que entre más medios abarque el contenido, más probabilidades tiene de ser visto por el grupo objetivo.
-

RECOMENDACIONES EN ASPECTOS TÉCNICOS

Facebook

4. Diseñar las publicaciones con medidas de 403X403 pixeles para que ocupen toda la pantalla, sin dejar espacios laterales y con una resolución de 72dpi.

En cuanto a publicaciones largas se recomienda usar una medida de 803x403 pixeles,

5. ya que también ocupará todo el ancho de la publicación y se puede estructurar con más información.

6. Se recomienda invertir un porcentaje en anuncios en Facebook. Esta cantidad puede ser aproximadamente Q250 al mes. La clave para que la difusión sea efectiva es la segmentación del grupo objetivo.

7. Llevar a cabo concursos, rifas, premiaciones, etc. con el fin de generar alguna entrada adicional para alguna cátedra sobre educación ambiental, o para un congreso de ambientalistas. Una de las razones que la que los usuarios de Facebook se unen a determinada página es para obtener algún beneficio, conocer ofertas, ganar premios, etc. Esto atraerá mucho más usuarios que podrán estar familiarizados con la información de la institución.

8. Se recomienda utilizar la dirección de la página web en todos los materiales que se publiquen en la página, o la mayoría, ya que la información repetitiva, tiene más probabilidades de ser recordada y visitada.

VIDEO INSTITUCIONAL

1. Se recomienda difundirlo por diferentes medios, como YouTube, instagram y Twitter, ya que mientras más medios abarque el contenido, más probabilidades tiene de ser visto por el grupo objetivo.

PÁGINA WEB

1. Se recomienda trabajar todas las fotografías en resolución de 72 dpi. Esto hará que la página sea menos pesada y más fácil de cargar.
 2. Usar un ancho de 1680 pixeles de largo por 350 pixeles de alto para los banners de titulares. Estos ocuparán el total de la pantalla.
 3. En cuanto a las medidas de las fotografías de la galería, no hay un tamaño específico, ya que al abrirlas adoptan su tamaño original.
 4. En cuanto a la información, no saturar de textos, ya que el usuario tiende a aburrirse al ver mucha información.
 5. Utilizar la dirección de la página web en todos los materiales informativos que se generen, como banners, mupies, afiches, etc., ya que la información repetitiva tiene más probabilidades de que sea recordada y visitada.
 6. Alimentar constantemente la información, tanto visual como textual. El ingresar a un sitio web y encontrar información desactualizada, generara desinterés por el usuario.
- Difundir el video institucional por diferentes medios, como YouTube, instagram y
7. Twitter. Mientras más medios abarque el contenido, más probabilidades tiene de ser visto por el grupo objetivo.

PÁGINA WEB

1. Una vez asentado el diseño, crear un stock con todos los materiales a utilizar, como imágenes, textos, iconos, etc. Ordenarlo por carpetas en el orden como se generarán las ventanas de la página. Esto será útil al momento de la maquetación, ya que únicamente se cargarán los contenidos.
2. En la gestión del proyecto, presentar a la institución todas las etapas del bocetaje. Además de enriquecedor, será más sencillo realizar cambios sobre una versión digital en ps que en la programación de esta.
3. Durante la etapa de diseño se necesita asentar una retícula desde el bocetaje a mano, ya que esta misma se utilizará en la digitalización y la maquetación.
4. Al trabajar imágenes, utilizar una resolución mínima de 72dpi y máxima de 100dpi. Esto ayudará a hacer más ligero el contenido de la página y que cargue con más facilidad.
5. Hacer constantes copias del código de la página, puesto que al momento de modificarlo se cometen pequeños errores que pueden dañar la programación.

En los cuerpos de texto, utilizar un punto mínimo de 12 y un máximo de 15 en tipografías genéricas como myriad pro.

6. Al trabajar en material multimedia, se recomienda utilizar tamaño de 1920x1080 px (HD), ya que muchas plataformas tienden a comprimir los formatos de video y si se tiene un tamaño pequeño, disminuye aún más la calidad.
7. Durante la gestión del proyecto, analizar si se cuenta con el equipo necesario para producción, tales como objetivos, trípode, slider, estabilizador, etc. ya que en ello radicara la calidad final del producto.

En el momento de la producción, si se realizan entrevistas en cualquier ambiente, utilizar un micrófono para facilitar la limpieza del audio.

9. Durante la producción, grabar en la opción con prioridad en apertura y con enfoque manual, ya que al trabajar con enfoque automático el lente intenta enfocar diferentes elementos que no son de interés.
10. Si se necesita realizar animaciones en after effects con transparencia, se recomienda hacer el render en formato Quicktime y PNG, ya que será menos pesado que trabajarlo en AVI.

Trabajar el render con un mínimo de 20mbps y un máximo de 35mbps. Esto ayudará a que el video tenga una buena resolución sin ser un archivo sumamente pesado.

9.3 | A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Evaluar procesos durante la gestión del proyecto y analizar qué etapa es la adecuada para iniciar con la redacción de las diferentes etapas del mismo.

9.4 | COSTOS

La definición de costo sirve para darle una visión a las personas del valor del trabajo realizado ad honorem en las instituciones. Detalles en anexos.

Costo total de proyecto: Q77,590

(Deglose de costos en anexo 9.4)

“NUESTRA RECOMPENSA

SE ENCUENTRA EN EL ESFUERZO

Y NO EN EL RESULTADO.

UN ESFUERZO TOTAL

ES UNA VICTORIA

COMPLETA

Gandhi.

FUENTES CONSULTADAS

- **LUPTON, Ellen.(2013)** Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking. Cómo generar ideas, Volcado de ideas y codiseño. Págs 62 y 93
- **S.N. “JARDÍN BOTÁNICO” Cecon / Unidades técnicas.** S.F. (Consultado el 10 de abril de 2015) <http://sitios.usac.edu.gt/jardinbotanico/plantas-del-jardin/>
- **S.N “ÁREAS PROTEGIDAS” Cecon / Unidades técnicas.** S.F. (Consultado el 10 de abril de 2015) <http://sitios.usac.edu.gt/areasprotegidas/>
- **S.N “CDC” Cecon / Unidades técnicas.** S.F. (Consultado el 10 de abril de 2015) <http://sitios.usac.edu.gt/cdc/>
- **S.N “MISIÓN VISIÓN OBJETIVOS” Cecon / INICIO.** S.F. (Consultado el 10 de abril de 2015) <http://sitios.usac.edu.gt/jardinbotanico/mision-vision-objetivos/contactenos/>
- **S.N “INICIO” Cecon / Página de inicio.** (Consultado el 10 de abril de 2015) <http://cecon.usac.edu.gt/> S.N “TORTUGARIO MONTERRICO” Cecon / Página de inicio. (Consultado el 10 de abril de 2015) <https://www.facebook.com/pages/Tortugario-Monterrico-CECON-USAC/1487630594814269?fref=ts>
- **S.N “EDUCACIÓN AMBIENTAL” Cecon / Página de inicio.** (Consultado el 10 de abril de 2015) <http://sitios.usac.edu.gt/educacionambiental/> S.N “HISTORIA” Cecon / Página de inicio. (Consultado el 10 de abril de 2015) http://www.sitios.usac.edu.gt/cecon/?page_id=28
- **Biotopo.** (Recuperado de <http://www.boletinagrario.com/ap-6,biotopo,1033.html>) Biología. Espacio con condiciones ambientales adecuadas para una determinada comunidad de seres vivos
- **¿Qué es la educación ambiental?** (Recuperado de <http://www.mma.gob.cl/educacion-ambiental/1319/w3-propertyvalue-16421.html>)
- **Definición de conservación.** Qué es, significado y concepto (Recuperado de <http://definicion.de/conservacion/#ixzz3IRT4IMi9>)
- **Importancia de la conservación ambiental** (Recuperado de <http://www.importancia.org/conservacion-ambiental.php>)
- **Todo sobre medio ambiente. (2008).** ¿Qué son los recursos renovables?. 25 de agosto de 2015, de Medio ambiente Sitio web: <http://todosobreelmedioambiente.jimdo.com/recursos-naturales/>



GLOSARIO

- **Autoevaluación:** evaluación o valoración de los propios conocimientos, aptitudes, etc.
- **Boceto:** estudio o ensayo en el que se trazan las líneas generales y la composición que tendrá una pintura.
- **Concepto creativo:** es un conjunto de información recogida para sintetizar todos los elementos que nos permiten transmitir la información necesaria y comunicar a nuestro público objetivo el mensaje elegido para una campaña.
- **Brief:** parte estratégica de la preparación de una acción publicitaria.
- **Encuadre:** fragmento del espacio que capta el objetivo de una cámara y, por extensión, el plano mismo obtenido a través de dicho objetivo.
- **Hosting:** web hosting o alojamiento web es un servicio ofrecido por muchas compañías mediante el cual podemos poner una página web o un conjunto de datos en un servidor remoto para que puedan ser usados y/o consultados por usuarios de internet.
- **Maquetación:** oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos, audiovisuales.
- **Retícula:** conjunto de líneas o elementos dispuestos en forma de red.
- **Píxeles:** unidad básica de una imagen digitalizada en pantalla a base de puntos de color o en escala de grises.
- **Plano:** acción de ver por el visor de la cámara, encuadrar y apretar el obturador. En ese momento, se está usando un plano.
- **Segmentación de mercado:** división de éste en conjuntos más pequeños cuyos integrantes comparten determinadas características y requerimientos.
- **Storyline:** término usado para designar, con el mínimo de palabras posibles, el conflicto matriz de una historia.
- **Validación:** comprobar la eficacia de algo.

A continuación se presentan las partes complementarias de los capítulos descritos anteriormente, tales como instrumentos, estadísticas y resultados durante las diferentes etapas.

5.1 RELEVANCIA SOCIAL DEL CONTENIDO A COMUNICAR

- Hábitat
- Flora
- Fauna
- Biología
- Comunidades biológicas
- Biotopo
- Ecología
- Educación ambiental
- Sustentabilidad
- Desarrollo
- Ecosistema
- Recursos renovables
- Conservación
- Cuidado
- Preservación
- Documentación
- Deforestación
- Vivienda
- Recursos
- Explotación
- Atractivo natural
- Extinción

Tema	Descripción	Enlace
Biotopo	¿Qué es un biotopo? Funciones	http://www.boletinagrario.com/ap-6,biotopo,1033.html
Biotopo	Biotopo Definición	http://dataeca.unad.edu.co/contenidos/102021/AntiguasVersiones/contenidolinea/leccin_3_estructura_y_funcin_de_los_e_cosistemas.html
Educación ambiental		
Educación ambiental	¿Qué es la educación ambiental?	Definición de educación ambiental - Qué es, Significado y Concepto http://definicion.de/educacion-ambiental/#ixzz36fy3ltN
Conservación del medio ambiente	Importancia y razones de la conservación	https://es.wikipedia.org/wiki/Conservaci%C3%B3n_ambiental
Medio ambiente	Definición	http://tpreid.blogspot.com/
Medio ambiente	Consejos para cuidar el medio ambiente	http://www.natura-medioambiental.com/25-consejos-para-cuidar-el-medio-ambiente/
Medio ambiente	¿Cómo cuidar el medio ambiente?	
Flora	Uso del mangle	https://es.wikipedia.org/wiki/Mangle
Medio ambiente	Recursos renovables	http://www.zonaeconomica.com/recursos-renovables
Turismo	Definición	http://definicion.de/turismo/
Turismo	Sitios turísticos Guatemala	http://kirvi.jimdo.com/50-sitios-tur%C3%ADsticos-de-guatemala/
Turismo	Turismo en Guatemala	http://www.inguat.gob.gt/inicio.php
Turismo	Importancia del turismo	http://www.importancia.org/turismo.php
Preservación	Importancia de la preservación de las especies	http://blogecologista.com/la-importancia-de-preservar-las-plantas-y-animales-en-peligro/
Preservación de especies	Conservación	http://www.icarito.cl/enciclopedia/articulo/segundo-ciclo-basico/ciencias-naturales/organismos-ambientes-y-sus-interacciones/2009/12/63-2158-9-conservacion-de-especies-animales.shtml
Especies en peligro de extinción	Especies en peligro de extinción Guatemala	http://animalesextincion.org/GUATEMALA

5.2 CARACTERÍSTICAS, FUNCIONALIDAD, VENTAJAS Y DESVENTAJAS

- Accesibilidad rápida con el grupo objetivo
 - Difusión segmentada
 - Bajo costo
 - Acceso rápido a información
 - Difusión de eventos
 - Vitalización
 - Opiniones libres que conducen a mejoras
 - Se pueden tratar diversidad de temas, enfocándose en su concepto
 - Actualizaciones constantes
 - Interactividad cliente/empresa
- Desventajas:**
- Es más propenso a ser hackeada
 - Falta de credibilidad
 - Trato impersonal frente a un contacto directo con el cliente
 - Relaciones con usuarios anónimos
 - Posibilidad de sufrir campañas de acoso

Tema	Descripción	Enlace
Redes sociales	Análisis de las tendencias de uso de los usuarios	http://foroalfa.org/articulos/planificacion-y-gestion-de-redes-sociales
Redes sociales	Las redes sociales sí convienen	http://foroalfa.org/articulos/las-redes-sociales-si-convienen
Redes sociales	La publicidad en las redes sociales	http://www.puromarketing.com/10/6295/publicidad-redes-sociales-efectiva-para-marcas.html
Redes sociales	Ventajas de las redes sociales	http://enlacetpe.mx/blog/index.php/talento-ti/52-talento-ti/63-los-beneficios-de-las-redes-sociales
Redes sociales	Ventajas de las redes sociales	http://www.webspacio.com/beneficios-redes-sociales/
Redes sociales	Desventajas de las redes sociales:	http://mglobalmarketing.es/blog/20-desventajas-del-uso-de-redes-sociales-por-las-empresas/
Redes sociales	Planificación en las redes sociales	http://foroalfa.org/articulos/planificacion-y-gestion-de-redes-sociales
Redes sociales	Los medios sociales son un canal de marketing de productos y servicios que las empresas no pueden desaprovechar	http://foroalfa.org/articulos/las-redes-sociales-si-convienen
	Publicación de anuncios	https://www.facebook.com/business/a/campaign-structure

5.3 APORTES DEL DISEÑO GRÁFICO (COMUNICACIÓN VISUAL) EN EL CONTENIDO DEL PROYECTO

- Atracción visual
- Estética
- Jerarquías
- Tipografía
- Orden
- Accesibilidad
- Lenguaje sencillo
- Punto de enfoque
- Proporción áurea
- Composición visual
- Tipografía
- Jerarquía visual
- Movimiento
- Continuidad
- Comunicación visual
- Recorrido visual
- Punto focal
- Línea
- Punto
- Figura fondo
- Escala
- Circulo cromático
- Contraste
- Conocimiento del grupo objetivo
- Técnicas
- Visualización
- Texturas
- Contraste
- Jerarquía
- Leyes de Gestalt

Tema	Descripción	Enlace
Diseño gráfico	Elementos básicos del diseño gráfico	http://www.ecured.cu/index.php/Elementos_b%C3%A1sicos_del_Dise%C3%B1o_Gr%C3%A1fico
Línea grafica	Como definir la línea gráfica de un proyecto	http://www.fhios.es/como-definir-la-linea-grafica-de-un-proyecto-web/
Línea gráfica	Definir línea gráfica de un proyecto web	http://www.fhios.es/como-definir-la-linea-grafica-de-un-proyecto-web/
Concepto creativo	Qué es concepto creativo	http://fedexgomez.blogspot.com/2011/12/concepto-creativo-publicidad.html
Composición visual	Tipos de composición	http://comunicaciongraficaemv.blogspot.com/p/composicion.html
Composición visual	Definición	http://graficauniversitas.blogspot.com/2012/10/la-composicion-grafica.html
Punto focal	Definición de punto focal	http://www.ehowenespanol.com/definicion-punto-focal-arte-sobre_122828/
Leyes de Gestalt	Descripción de leyes de Gestalt	http://www.uv.es/asamar4/exelearning/21_las_leyes_de_la_gestalt.html
Animación	12 principios de la animación digital	https://ddsign.wordpress.com/2006/05/15/los-12-principios-de-la-animacion/
Interactividad	Interactividad multimedia	https://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia_interactiva
Maquetación	Definición maquetación	http://www.fotonostra.com/grafico/maquetacion.htm
Elementos de diseño	Elementos de diseño gráfico	https://artdesignina.wordpress.com/elementos-del-diseno/
Jerarquía	6 principios de la jerarquía visual	http://www.paredro.com/6-principios-de-jerarquia-visual-para-disenadores/
Jerarquía	¿Cómo crear jerarquía visual	http://blog.aulaformativa.com/fundamentos-del-diseno-como-crear-jerarquia-visual/



COEVALUACIÓN / EVALUADORES / INSTRUMENTOS

EVALUADORES

Licenciada en diseño gráfico, con especialización en el área de editorial. Es docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la Escuela de Diseño Gráfico en nivel medio. Imparte la clase de Diseño Visual.

Licenciado en Diseño Gráfico, con especialización en el área de multimedia en producción de radio y televisión. Es docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la Escuela de Diseño Gráfico en nivel medio. Imparte la clase de Producción Audiovisual.

Licenciada en Diseño Gráfico, con especialización en el área de web y editorial. Trabaja diseño responsivo para diferentes empresas.

INSTRUMENTO

La evaluación con profesionales se realizó por medio del recurso GoogleForms, el cual permite responder encuestas en forma digital.

Evaluación Piezas Profesionales en Diseño Gráfico
Las siguientes propuestas propuestas se realizaron en base al concepto "Descubrir nuevos mundos"

Insight: Descubrir nuevos lugares naturales nos hace sentirnos libres y conectamos con la naturaleza

Grupo objetivo: personas de 20 a 32 años, estudiantes de la Universidad de San Carlos que gustan de actividades al aire libre, estudiantes de la carrera Ciencias Químicas, biología, veterinaria y carreras afines.

***Obligatorio**

Nombre *

Edad *

Especialización *

1. ¿La Propuesta gráfica refleja el concepto que se maneja? *
Si, No ¿Por que?

2. ¿Considera que la gráfica es adecuada para el grupo objetivo?
Si, No ¿Por que?

3. De 1 a 10, ¿con cuánto califica el impacto visual de la propuesta? *
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bajo Alto

4. ¿Considera adecuado el equilibrio de la imagen?
Si, No ¿Por que?

5. ¿Considera que la composición e imagen invita a la lectura e interacción?
Si, No ¿Por que?

6. ¿Considera que la imagen cuenta con una adecuada jerarquía visual?
Si, no ¿Por que?

7. De 1 a 10, con cuánto califica la imagen de la página web en cuanto interactividad? *
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bajo Alto

Video insitucional: <https://youtu.be/Tp-NOZ7RbAe>
Ingresar al Link. Las preguntas a continuación son basadas en el Demo del video institucional

8. ¿Considera que la musicalización es la adecuada? *
Si, No ¿Por que?

6.3 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN

A continuación se presentan los tres diferentes instrumentos que se utilizaron para la validación con el grupo objetivo.

Instrumento validación página web. Se utilizaron 13 preguntas más un inciso de observaciones

Instrumento validación el video institucional. Se utilizaron 12 preguntas más un inciso de observaciones.

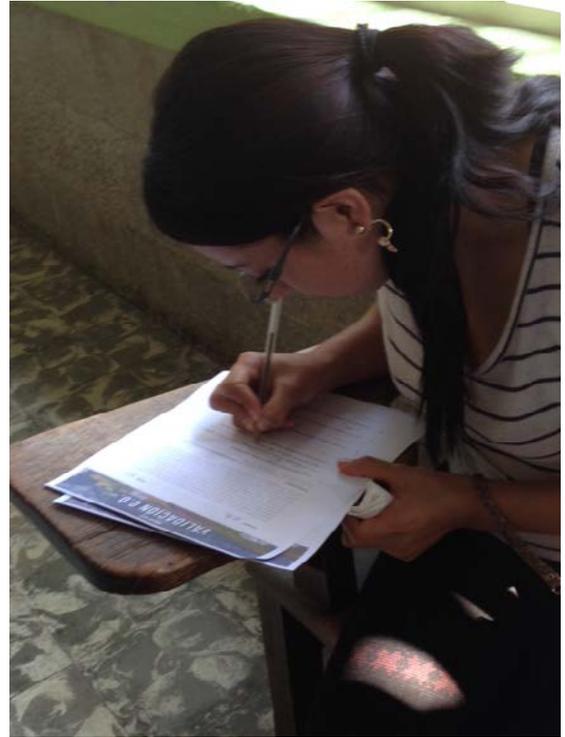
Instrumento validación de las redes sociales. Se utilizaron siete preguntas más un inciso de observaciones.

EVIDENCIA DE VALIDACIÓN

Para evidenciar el proceso, se tomaron fotografías de los colaboradores llenando la encuesta.



Alumnos de la Facultad de Veterinaria, USAC.



Estudiantes de la Facultad de Ciencias Químicas.



Alumnos de la Facultad de Biología.

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

Página web: areasprotedigascecon.com.gt

Acerca de la sección más interesante, el grupo objetivo dijo que la página contenía fotografías llamativas desde el inicio y que por ello invitaba a adentrarse más. Agregó que tenía varios puntos de interés y con fácil acceso hacia los enlaces. Se dijo que no es una página sobrecargada y permite ver que se trata de medio ambiente.

El grupo identificó el concepto creativo por medio de las fotografías, ya que por medio de las diferentes ventanas podían descubrir información e imágenes nuevas. En estas se podía observar diferentes ambiente con flora y fauna, y se podía distinguir entre el bosque nuboso del biotopo del Quetzal, por ejemplo, y la Reserva Monterrico, donde se pueden observar manglares y un ambiente más caluroso.

En cuanto al orden de la lectura, se consideró organizada y estable. Se indicó que los textos no estaban cargados con mucha información y que las pestañas estaban bien distribuidas en las diferentes ventanas, ya que en la sección de SUAP se encuentran los textos ocultos, para un mejor orden. Señalaron que esto ayudaba a una mejor organización y no caer en los textos pesados.

En cuanto el uso de la página, se consideró bastante fácil, ya que los encuestados percibían un orden adecuado en las pestañas. Al observarlos se podían mover dentro de ella con facilidad.

Así mismo, está la información de la sección de SUAP, la cual fue considerada interesante por el enriquecimiento de imágenes y la información con “lenguaje técnico adecuado”, según algunos encuestados. Mostraron interés por esta sección y se dijo que era muy representativa de la flora y fauna del país, además de no desviarse de los temas y tener orden. Se enfoca siempre en la vida silvestre y se torna más interesante por ser lugares poco conocidos.

La sección -¿Quiénes somos? fue una de las evaluadas durante la encuesta, puesto que aquí es donde se describe la labor del CECON. Uno de los objetivos es que las personas tengan conocimiento de esta, por lo que se tomó como parte importante en la evaluación. La respuesta obtenida fue que era información concisa, la cual se comprendía al leer desde el inicio y era favorecido por un peso de texto adecuado.

En cuanto a la pestaña que más atrajo la atención de los encuestados fue la Galería, ya que en esta podían ver paisajes y fotografías propias de los lugares, lo cual se desligó un poco de aspectos técnicos y esto llamó la atención. Fue calificada como atractiva y con buena calidad fotográfica, que motivaba ir a los lugares que se muestran.

A pesar de que los resultados con el grupo objetivo fueron favorables, hubo algunas observaciones en la sección de Galería. Las personas sugirieron agregar más imágenes, ya que esto aumentaba su concentración y atraía la atención a los biotopos, los cuales se veían más atractivos representados por sus paisajes.

ADAPTACIONES A PARTIR DE VALIDACIÓN

Resultados validación video institucional

En cuanto al video institucional, el 87% de los encuestados consideró que el video los invita a conocer las áreas protegidas; el otro 13% opinó que no se sentían invitados a conocer, ya que este solamente hablaba de la institución y de su labor de conservación. Sin embargo, el 60% lo consideró interesante, el 40%, normal, y ninguno lo consideró aburrido. Había una conexión entre la voz y la musicalización, la cual se calificó como apta para el video ya que se relacionaba con sonidos del bosque, y era calmada y relajante.

En cuanto a tiempos y duración del mismo, se consideró con una duración adecuada y con la información necesaria para conocer la labor del CECON y el manejo de sus áreas protegidas. La voz de la locución se consideró pertinente, profesional y clara, por lo que se concluyó que es bastante funcional para la adaptación del video. El video sostuvo la atención del 95% del grupo objetivo durante todo el tiempo, quienes se mostraban interesadas por ver las tomas de los lugares y las especies de fauna que se presentan. Se veían interesados por las escenas de la tortuga y de los atardeceres. La mayoría de comentarios eran sobre aspectos positivos.

El punto de interés de los encuestados fueron las imágenes. Sin embargo, al preguntar sobre la labor del CECON (el objetivo del video es que se diera a conocer), solo una persona no supo responderla.

Para concluir, el video tuvo buena aceptación del grupo objetivo. Se consideró adecuado para representar las áreas protegidas; sin embargo, aún se puede mejorar en cuanto a la calidad de algunas imágenes que se reprodujeron. Los entrevistados mostraron gran interés al verlo y la mayor parte mostró atención durante todo el video, sin distracciones.

TABULACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presenta la tabulación resultados validación G.O.

RESULTADOS PÁGINA WEB

Pregunta	Si	No	Promedio
1. ¿Le parece atractivo el diseño e imagen de la página?	19	1	
2. ¿Considera que el contenido representa "Descubrir" nuevos lugares?	19	1	
3. ¿Considera que las imágenes reflejan conservación y áreas naturales?	19	1	
4. De 1 a 10, califique la interactividad de la página			9.9 / 10
5. ¿Considera que la página tiene un orden de lectura adecuado?	20	0	19
6. De 1 a 10, ¿Con cuánto califica la facilidad de uso de la página			9.95 / 10
7. ¿Considera que la información de SUAP (Sistema Universitario de áreas protegidas) es concisa e interesante?	20	0	
8. Considera que la sección de SUAP es atractiva y lo incentiva a visitar las áreas protegidas	20	0	
9. Considera que la información - ¿Quiénes somos?- Se describe de forma clara y concisa?	20	0	
10. En la sección de galería, de 1 a 10 ¿Con cuánto califica la calidad fotográfica?			9.95 / 10
11. De 1 a 10, ¿cuán atractivas considera las imágenes de la sección de galería?			9.35 / 10
12. ¿Considera que las fotografías le invitan a visitar las áreas protegidas?	19	1	

RESULTADOS PÁGINA WEB

Pregunta	Si	No	Promedio
1. El video le invita a conocer las áreas protegidas?	13	2	
2. ¿Cómo calificaría el video?	11 Interesante	4 Normal	
3. ¿Considera que la música es adecuada para el video?	15	0	
4. ¿Considera que la duración del video es la adecuada y con la información necesaria?	14	1	
5. ¿Considera que la voz de la locutora es la adecuada para el video?	15	0	
6. De 1 a 10, ¿Con cuánto califica la calidad del video?			8.97 / 10
7. ¿Cuánto tiempo estuvo captada su atención con el video?	14 Completo	1 Algunos min	
8. ¿Qué emociones le transmite las imágenes del video?	8 Motivación	7 Interés	
9. ¿Considera que el video refleja conservación y áreas naturales?	15	0	
10. ¿Qué fue la parte más interesante para usted?	13 Imágenes	2 Info.	
11. Responda: ¿Cuál es la labor de CECON?	14 Correcta	1 Incorrecta	
12. ¿Considera que el contenido representa el "Descubrir" de nuevos lugares?	15	0	

RESULTADOS PÁGINA WEB

1. De 1 a 10, ¿Con cuánto califica la atracción de la imagen?			9.6 / 10
2. ¿Considera creativo a interesante el diseño de la portada y perfil?	10	0	
3. En el contenido encontró algún tema de su interés?	8	2	
4. De 1 a 10, ¿Con cuanto califica la legibilidad de los textos en las imágenes?			10 / 10
5. ¿Considera que el contenido le invita a visitar las áreas protegidas?	10	0	
6. ¿Considera que el contenido representa el "Descubrir" de nuevos lugares?	9	1	
7. ¿Considera que las imágenes reflejan conservación y áreas naturales?	10	0	

CAPÍTULO 1
Introducción

ACTIVIDAD	TIEMPO INVERTIDO	COSTO
Análisis de la institución	1 semana	Q2,000
Análisis de necesidades	2 días	Q800
		Total: 2,800

CAPÍTULO 2
Perfiles

ACTIVIDAD	TIEMPO	COSTO
Investigación de las institución	3 días	Q1,200
Análisis e investigación del G.O.	4 días	Q1,600
		Total: Q2,800

CAPÍTULO 3
Definición creativa

ACTIVIDAD	TIEMPO	COSTO
Conceptualización de campaña	1 semana	Q3,500
Análisis e investigación del G.O.	4 días	Q1,600
		Total: 5,100

CAPÍTULO 4
Planeación operativa

ACTIVIDAD	TIEMPO	COSTO
Organización y calendarización de las producción de las piezas	Q1 día	Q400
		Total: Q400

CAPÍTULO 5

Marco teórico

ACTIVIDAD	TIEMPO	COSTO
Análisis de la trascendencia del proyecto	5 días	Q2,000
Redacción	1 semana	Q3,000
		Total: Q5,000

CAPÍTULO 6

Proceso de producción gráfica y validación

PRODUCCIÓN VIDEO Y FOTOGRAFÍA

ACTIVIDAD	TIEMPO	COSTO
Creación de guion	2 días	Q3,500
Edición de video	2min y 30 seg.	Q4,000
Toma de video y fotografías (Monterrico)	4 horas	Q3,000
Fotografías y video Biotopo del Quetzal	6 horas	Q4,500
2da visita Monterrico, fotografías y video	6 horas	Q4,500
Locución	1 min, 30 seg	Q 5,400
		Total: 24,900

PÁGINA WEB

ACTIVIDAD	TIEMPO	COSTO
Recopilación de contenido	2 semanas	Q4,000
Diseño y programación	2 semanas	Q15,000
Costo dominio y hosting	1 pago por año	Q1,800
		Total: 20,800

MATERIAL REDES SOCIALES

ACTIVIDAD	TIEMPO	COSTO
Diseño	5 días (contenido para un mes)	Q2,500
Recopilación de contenido	2 días	Q1,000
Programación	1 día	Q500
		Total: Q4,000

VIÁTICOS: PRIMERA VISITA RESERVA MONTEERRICO

ACTIVIDAD	COSTO
Transporte	Q300
Deterioro del transporte	Q200
Desayuno	Q25
Almuerzo	Q55
Deterioro de equipo	Q200
	Total:Q780

VIÁTICOS: VISITA BIOTOPO DEL QUETZAL

ACTIVIDAD	COSTO
Transporte	Q500
Deterioro del transporte	Q600
Desayuno	Q25
Almuerzo	Q55
Deterioro de equipo	Q200
Hospedaje	Q200
	Total: Q1,580

VIÁTICOS: SEGUNDA VISITA RESERVA MONTEERRICO

ACTIVIDAD	COSTO
Transporte	Q250
Deterioro del transporte	Q200
Desayuno	Q25
Almuerzo	Q55
Deterioro de equipo	Q200
Hospedaje	Q200
	Total: Q930

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN DE SIETE FOLLETOS INFORMATIVOS

ACTIVIDAD	TIEMPO	COSTO
Recopilación de contenido	5 días	Q2,000
Fotografías	3 días	Q3,000
Diseño y diagramación	7 días	Q3,500
		Total: 8,500

Costo total del proyecto: Q77,590

Guatemala, 17 de junio de 2016

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

Por este medio, hago constar que he revisado la ortografía, redacción y estilo de la tesis titulada "Campaña de difusión de la institución Cecon para la promoción de los biotopos activos dirigida a la población estudiantil universitaria de la ciudad de Guatemala", de la estudiante Katherine Michelle Moscoso Del Cid, carné 201112189. Esta tesis fue presentada a la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, previo a conferírsele el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de Licenciada.

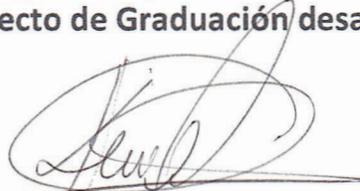
Y para los usos que a la interesada convengan, extiendo, sello y firmo la presente en el lugar y fecha mencionados.



Nanci Franco Luin
Licenciada en Letras
Colegiada No. 8013

Nanci Franco Luin
LICDA. EN LETRAS
Col. No. 8013

"Campaña de difusión de la institución CECON para la promoción de los biotopos activos, dirigida a la población estudiantil de la ciudad de Guatemala", Proyecto de Graduación desarrollado por:

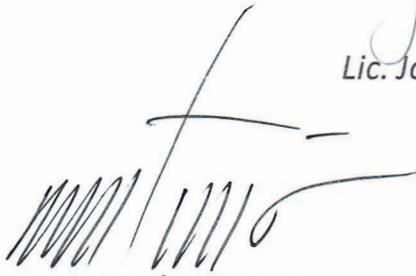


Katherine Michelle Moscoso Del Cid

Asesorado por:



Lic. Jorge Ascensión del Cid



Lic. Marco Morales Tomas



Lcda. Larisa Méndez Alvarado

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA