

# Estrategia de Comunicación

que dé a conocer las labores de la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex  
-FUNDAL-

**PROYECTO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:**

Mayrim Belem Meoño Cruz

Carné: 200210036

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

**PREVIAMENTE A OPTAR EL TÍTULO DE:**

Licenciatura en Diseño Gráfico

Guatemala, agosto de 2,016



# *Estrategia de Comunicación*

que dé a conocer las labores de la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex  
-FUNDAL-

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:**

Mayrim Belem Meoño Cruz

Carné: 200210036

\*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.

Guatemala, agosto de 2,016

# Nómina de Autoridades

## Junta Directiva

### **Decano**

Msc. Byron Alfredo Rabe Rendón

### **Vocal I**

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea

### **Vocal II**

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

### **Vocal III**

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

### **Vocal IV**

Br. Gladys Jeanharie Chacón Garcia

### **Vocal V**

Br. Carlos Rubén Subuyuj Gómez

### **Secretario Académico**

Msc. Publio Rodríguez Lobos

## Tribunal Examinador

### **Decano**

Msc. Byron Alfredo Rabe Rendón

### **Secretario Académico**

Msc. Publio Rodríguez Lobos

### **Asesor Metodológico**

Lic. José Francisco Chang Meneses

### **Asesora Técnica**

Lic. María Gutiérrez

# Contenido

Nómina de Autoridades	5		
<b>Capítulo 1</b>	<b>9</b>	<b>Capítulo 3</b>	<b>37</b>
Protocolo		Marco Teórico	
1.1 Introducción	11	3.1 Introducción al Marco Teórico	41
1.2 Antecedentes	13	3.2 Área Institucional	42
1.2.1 Cobertura	14	3.3 Área de Diseño	44
1.2.2 Impacto Obtenido	15	<b>Capítulo 4</b>	<b>53</b>
1.2.3 Sedes	16	Desarrollo de la propuesta de Diseño	53
1.3 Problema	21	4.1 Estrategia de comunicación	54
1.4 Justificación	22	4.2 Proceso Creativo	56
1.4.1 Magnitud	22	4.3 Nivel de Visualización	70
1.4.2 Vulnerabilidad	22	<b>Capítulo 5</b>	<b>73</b>
1.4.3 Trascendencia	23	Propuesta Final	
1.4.4 Factibilidad	23	5.1 Propuesta final	75
1.5 Objetivos	25	5.2 Grupo Focal	76
1.5.1 Objetivo General	25	5.3 Fundamentación	78
1.5.2 Objetivos Específicos	25	5.4 Criterios técnicos	79
		5.5 Cuantificación de la inversión	80
<b>Capítulo 2</b>	<b>27</b>	5.6 Cuantificación del aporte económico	81
Grupo Objetivo		Conclusiones	83
2.1 Perfil Institucional	29	Recomendaciones	84
2.2 Programas Educativos	30	Lecciones Aprendidas	85
2.3 Formas de colaboración con FUNDAL	33	Referencias	87
2.4 Grupo Objetivo	34	Anexos	89
2.4.1 Primario	34		
2.4.2 Secundario	35		







1

Capítulo  
Protocolo





# 1.1 Introducción

La Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex -FUNDAL” es una institución privada, no lucrativa, dedicada a la inclusión educativa, social, recreativa y cultural para niños, niñas y jóvenes con sordoceguera y retos múltiples.

Una fundación como esta, es muy importante en el país porque se beneficia a muchas personas, y sobre todo, porque se brinda algo más que sólo ayuda. Ellos creen en la creación de alianzas para poder brindarles muchas oportunidades, a través de respeto y trabajo, con esto poder desarrollar el máximo potencial de estas personas, por medio de educación y formación para su vida.

Es indispensable poder trabajar material que brinde a la Fundación ayuda, para incrementar sus donaciones, al igual que la participación y así, poder continuar con sus labores por muchos años más.



## 1.2 Antecedentes

Fundada en diciembre de 1,997 con un grupo de amigos y colaboradores, con el apoyo profesional del programa Hilton Perkins, se constituyó legalmente “La Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex -FUNDAL”.y en marzo de 1,998 abrió las puertas de su primer centro especializado en la educación para niños con sordoceguera, siendo una institución dedicada a la inclusión educativa, social, cultural y recreativa para niños, niñas, jóvenes con sordoceguera y discapacidades múltiples, a través de sus Centros Educativos con sede en la Ciudad Capital, Quetzaltenango, y Huehuetenango, así como por medio de programas de apoyo para el interior de la República. (Fundal. 2011-2012)

Fundal fue el primero en atender a niños con sordoceguera, que por consecuencia no puede hablar y les es difícil la comunicación con su entorno.

Abren sus puertas para niños con discapacidad visual pero capaz de escuchar, capaces de ver pero con discapacidad auditiva y niños con otras diferentes discapacidades.

Existen instituciones que ayudan a niños con discapacidad visual, como el Benemérito Comité Pro-ciegos y Sordos pero únicamente tratan ese problema.

En FUNDAL se trabaja con los niños y sus padres para que puedan saber como trabajar en casa, y poder estimular sus demás capacidades, utilizando el tacto y el resto de sus sentidos para crear herramientas de comunicación que les permitan alcanzar su máximo potencial e independencia.

Ha logrado ayudar a otras familias a comunicarse mediante el uso del lenguaje de señas. Actualmente suman unas 100 familias las beneficiadas.

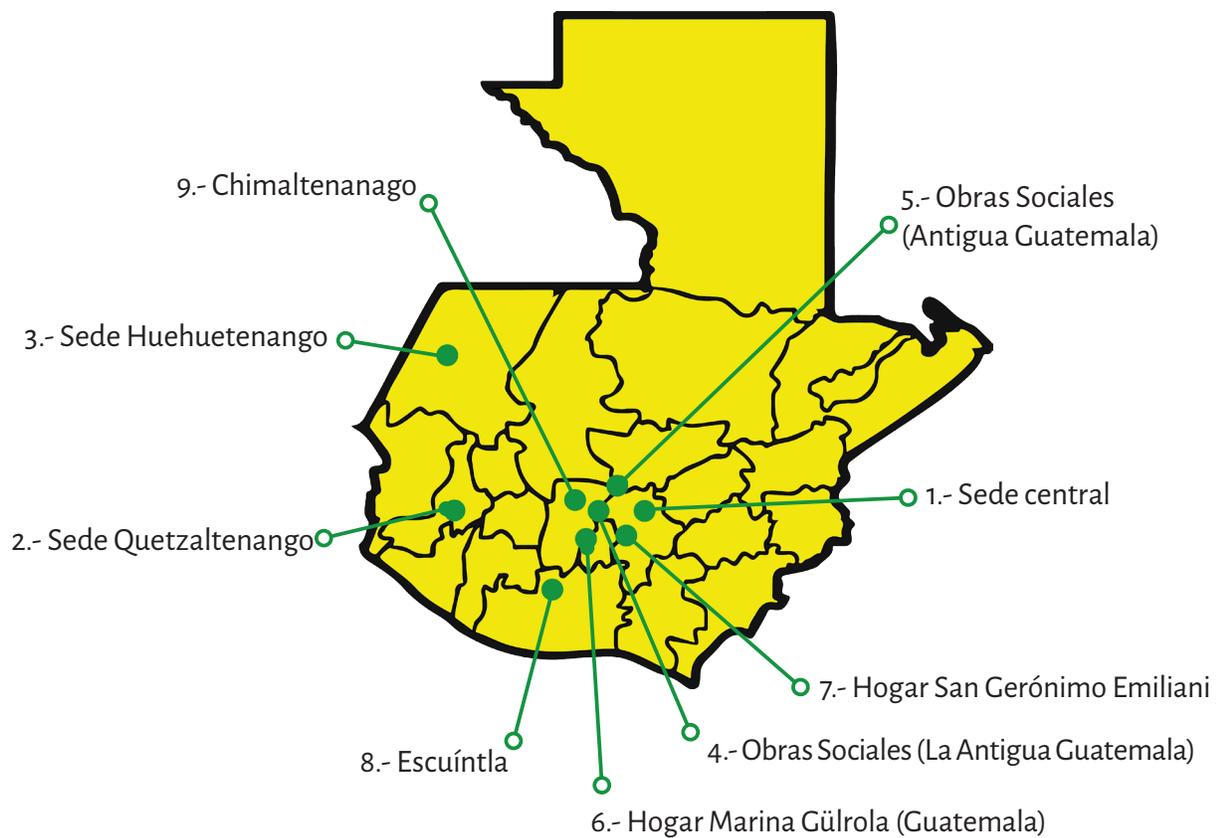
La labor de la fundación a favor de los niños sordociegos, es un llamado de atención a padres y madres para cumplir con la meta del 95% de la vacunación y evitar que más niños al nacer sean afectados por esos problemas que afectan el entorno familiar.



# Antecedentes

## 1.2.1 Cobertura <http://www.fundal.org.gt>

\*10.- Programa Semilla, en todo el país.



## 1.2.2 Impacto Obtenido (<http://www.fundal.org.gt>)

AÑO	FUNDAL GUATE	PROGRAMA A DISTANCIA	FUNDAL XELA	FUNDAL HUEGUETENANGO	ESTUDIANTES INDIRECTOS	ESTUDIANTES ATENDIDOS	PROGRAMA SEMILLA	TOTAL
1998	5	-	-	-	-	5	-	55
1999	8	6	-	-	-	14	-	1414
2000	11	7	-	-	-	18	-	1818
2001	8	11	-	-	-	19	-	19
2002	10	23	-	-	-	33	-	33
2003	10	31	5	-	-	46	-	46
2004	10	30	12	-	-	52	-	52
2005	17	38	27	-	-	82	-	82
2006	21	43	24	-	-	88	-	88
2007	27	53	31	-	-	111	-	111
2008	33	49	30	-	-	119	-	119
2009	36	59	31	7	-	140	1293	1433
2010	40	61	40	14	-	157	907	1064
2011	43	72	43	16	-	180	1614	1794
2012	39	96	41	22	116	314	380	694
2013	39	91	35	34	377	576	1444	2020
2014	48	71	40	38	577	774	419	1193



Foto: Mayrim Meoño

## 1.2.3 Sedes

Fundal cuenta actualmente con 3 sedes una en la capital que es la sede central y dos en el occidente del país, Quetzaltenango y Huehuetenango respectivamente.

Cuando inició la Fundación se encontraba en la casa de la Familia Bonilla en donde se habilitaron 2 habitaciones para que recibieran clases Alex y otros niños. Ésta se encontraba en un lugar poco accesible, por esa razón le fue donado un bus pequeño, para trasportar a los padres y sus hijos. Abrió sus puertas en 1,998.

Su principal objetivo siempre ha sido brindar herramientas educativas a los padres a pesar que no contaban con muchos recursos en ese entonces.

### 1.2.3.1 FUNDAL SEDE CENTRAL

En el 2,011 se inició la construcción de la primera fase del Centro Educativo, en donde se encuentra actualmente la sede central. La construcción fue gracias a la Unión Europea y la municipalidad de Mixco. Fue el ex-alcalde Abraham Rivera quien donó el terreno, la Unión Europea ayudó con la construcción.

Los Centros Educativos reciben estudiantes de cero a 25 años, integrando adecuaciones curriculares de la Currícula Nacional Base del Ministerio de Educación. Cuentan con los servicios de fisioterapia, terapia ocupacional, orientación y movilidad, tecnología y actividades extra curriculares.



Foto: FUNDAL

\*En el acto de la colocación de la primera piedra, asistieron autoridades de la Unión Europea, CBM y la Municipalidad de Mixco, así como staff, padres de familia y alumnos de Fundal.



Sede Quetzaltenango



Sede Huehuetenango

Fotos: Mayrim Meoño

En el año 2,000 fue creado el Programa a Distancia, el cual lleva educación especial a niños que no pueden asistir a las sedes, gracias a éste fue que en el 2,004 FUNDAL logra abrir sus puertas en Quetzaltenango y posteriormente en el año 2,008 se logra abrir en Huehuetenango.

Debido a que dos estudiantes realizaban un esfuerzo muy grande para poder asistir a la sede de FUNDAL Xela, se vieron en la necesidad de crear la sede en Huehuetenango. Iniciando con una aula para poder ofrecer los servicios educativos que ellos necesitaban.

### 1.2.3.2 FUNDAL XELA

La sede de Quetzaltenango que generalmente le llaman FUNDAL Xela, como se mencionó anteriormente, abrió sus puertas en 2,004 gracias a una docente que realizaba visitas mensuales a la casa de un alumno para brindarle orientación a sus padres, y con el entusiasmo los padres de familia de este alumno, varios profesionales y al ver la necesidad de otros casos se decidió crear este centro educativo.

En el año 2,010 la Tormenta Agatha, que ocasionó estragos en todo el país, afectó esta sede, debido a que 3 familias perdieron gran parte de sus bienes, principalmente un alumno de Quetzaltenango que perdió su casa. Las instalaciones de su Centro Educativo quedaron inundadas, dañándose el equipo de cómputo, electrodomésticos, mobiliario y material didáctico. Pero gracias al apoyo incondicional de varias empresas y organizaciones, lograron reemplazar gran parte de lo perdido. A raíz de este suceso la sede se trasladó a un lugar más seguro que es donde se encuentran actualmente.

### 1.2.3.3 FUNDAL HUEHUETENANGO

Fue Sonia Lisette Rivas, actual Directora Educativa en este departamento, quien motivada gracias a su trabajo de prácticas que realizó en la sede de Xela, notó la necesidad que existía de abrir otra sede.

A inicios del año 2,011, el Centro Educativo de Fundal Huehuetenango trasladó su sede a un lugar más amplio que se ajusta a las necesidades educativas. Esto permitió atender a más población y divulgar más el trabajo que realiza Fundal en este departamento.

*“Fundal Huehuetenango, se ha dado a conocer a nivel local, pues este año se contactaron a medios de comunicación locales para dar a conocer el trabajo de esta sede, logrando con ello más donantes e instituciones que apoyan a los alumnos de Huehuetenango.”*

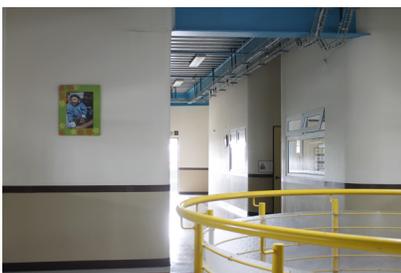
*Se abrió el Aula Vocacional, dando muy buenos resultados pues a raíz de esto se abrieron centros de práctica para los alumnos de Fundal Huehuetenango, en donde están aprendiendo a desenvolverse en la vida laboral.” (Memoria de labores, 2011)*



# Antecedentes

## Sede Central

1ª. Calle 0 – 20, Zona 1 de Mixco, Lomas de Portugal, Carretera Interamericana, Ciudad de Guatemala



Fotos: Mayrim Meoño

# Sede Quetzaltenango (Xela)

1ra. Avenida 6-53 zona 1, Quetzaltenango



Fotos: Mayrim Meoño

# Sede Huehuetenango

10 Avenida 08-09 zona 05 Colonia Alvarado, Huehuetenango.



Fotos: Mayrim Meoño



**“Desactualización del material audiovisual con el que se presenta a la institución.”**

FUNDAL cuenta con dos vídeos institucionales, uno realizado en el año 2,009 y otro en el año 2,013, de los cuales el primero se encuentra en una cuenta de Vimeo y el segundo en su canal de YouTube.

Ambos vídeos narran algunas de las funciones de FUNDAL pero ninguno de los muestra por completo, además de no estar actualizados.

Por esto se ha decidido trabajar una Estrategia de Comunicación Visual, con la que se llegue al grupo objetivo y éstos puedan conocer en qué consiste su labor.



## 1.4 Justificación

La creación de un nuevo material que documente las labores de FUNDAL ayudará a la fundación a llegar a las personas que aún no le conocen, o que están desinformadas del trabajo que ellos realizan. Y para los que ya le conocen será una forma de ver como ha evolucionado y crecido la institución, al igual que mostrar cuanto ha beneficiado a las personas que necesitan de la fundación.

### 1.4.1 Magnitud

FUNDAL brinda servicios educativos para bebés, niños, niñas y jóvenes con Sordoceguera y retos múltiples, durante casi 18 años. Actualmente atiende a 48 alumnos en la Sede Central. Siendo un total de 1,193 personas quienes recibieron estos servicios en sus tres sedes en el 2,014.

El proyecto es realizado por medio de fondos de patrocinio, donaciones, apadrinamientos y voluntariados.

12 patrocinadores que colaboran aproximadamente con Q5,500 teniendo un presupuesto total de Q66,000, por los marcos son Q100 siendo Q1,200 al final son aproximadamente Q80,000 los que son donados.

Poseen 5,644 seguidores en facebook, 1,070 en twitter, 49 suscriptores, 13,722 visualizaciones en YouTube, por lo que es posible llegar aproximadamente a 6,000 personas, las cuales podrían compartir y difundir el material a sus contactos y así poder generar más seguidores.

### 1.4.2 Vulnerabilidad

A pesar del gran impacto visual y de comunicación con el que cuenta, la cantidad de participantes se redujo de 2,020 a 1,193 entre el 2,013 y el 2,014, por lo que la fundación necesita reforzar sus alianzas, enfocado en los que actualmente de una u otra manera colaboran con la institución y así poder llevar el mensaje requerido de forma eficaz.

Es poca la comunicación que llega a las personas y cuando se habla de FUNDAL, los que saben que atienden a niños y jóvenes con sordoceguera o discapacidad múltiple suelen creer que atienden de forma clínica o confunde los servicios.

Poseen muy pocos seguidores en sus redes sociales, por lo que se podría dificultar su propagación. No se había generado material nuevo en su canal de YouTube, por lo que no se genera tráfico.

Se espera que este documental genere ese tráfico necesario para poder atraer al grupo objetivo.



### 1.4.3 Trascendencia

Los donantes ayudan a mantener la Fundación y es gracias a ellos, que le puede prestar este servicio. Entre más presupuesto reciba la Fundación mayor será el apoyo que logren brindar y así podría aumentar el número de beneficiados, colaboradores y voluntarios.

En su memoria de labores mencionan que; gracias a la labor de recaudación de fondos local y de los proyectos de cooperación internacional, se entregaron servicios educativos de calidad a 200 estudiantes y sus familias.

Un Documental de tipo emocional no solo sensibiliza a las personas, porque demuestra lo que pueden ser capaces las personas que a pesar de tener alguna limitación, pueden realizar muchas actividades, es por esto que es importante poder generar un material visual y así poder aprovechar su potencial al máximo.

Con el fin de llegar a más personas y que al conocer cómo funciona, deseen unirse a la Fundación. Este material puede ser difundido y esto generaría mayor interés.

### 1.4.4 Factibilidad

Tomando en cuenta que generar un vídeo documental, es algo que no incrementará gastos para la fundación, si no al contrario la posibilidad de desarrollar el material sí es factible. Además que la institución cuenta con los medios y recursos necesarios para su distribución. Así como salón de audiovisuales, pagina web, redes sociales, vídeo conferencias en las cuales podrán ser reproducidos.

FUNDAL ha sido reconocido por su excelente administración en proyectos en conjunto con varias organizaciones, que se realizan para asegurar el cumplimiento de los derechos de las personas con discapacidad. Durante todo el año se recibieron múltiples visitas de estudiantes, profesores, empresarios y público en general interesados en conocer de cerca su labor. Las actividades de sensibilización impactaron directamente por lo menos a 1,000 personas.

Esto ayudará a poder transmitir el material en la institución al mostrarlo a sus visitantes y a sus benefactores.



## 15 Objetivos

### 1.5.1 Objetivo General

Actualizar la información y promover las labores de los servicios que brinda la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex -FUNDAL-, a través de la implementación de una estrategia de comunicación visual actualizada.

### 1.5.2 Objetivos Específicos

- Producir material audiovisual, de fácil comprensión y con contenido actualizado sobre el trabajo que realiza la fundación, dirigida a potenciales voluntarios, donadores y/o patrocinadores.
- Facilitar el vínculo entre la Fundación y el público objetivo, mostrando la realidad en la que viven sus participantes.
- Dar a conocer la fundación a través de un documental con el cual sea visto desde un enfoque más humano y emocional.



ORGULLOSOS DE  
NUESTRO EQUIPO  
DE TRABAJO

EXTINGUIDOR





# SECTOR que atiende

FUNDAL es una organización privada, no lucrativa, que brinda servicios educativos a bebés, niñas, niños y jóvenes. Está dedicada a las personas con sordoceguera y discapacidad múltiple, brindándoles otra oportunidad de desarrollar su potencial y ocupar un lugar como miembros activos de su sociedad.



Programas educativos individuales y personalizados



Evaluaciones Educativas



Terapia del Lenguaje



Fisioterapia y Terapia Ocupacional



Centro de Práctica para estudiantes de carreras afines

# SERVICIOS



Talleres de sensibilización sobre la discapacidad sensorial



Servicios de información y asesoría para trabajos de investigación



Orientación y capacitación para familias



Apoyo Emocional para las familias y colaboradores

# 2.1 Perfil Institucional



1996

## ADOPCIÓN DE ALEX

Un niño de 4 años con sordoceguera. En Guatemala la sordoceguera era desconocida por lo que no había ninguna institución.



## BUSQUEDA

En la búsqueda de una institución que le ayudara supieron de Perkins School for the Blind en Massachussets y su Programa Hilton Perkins que apoya proyectos educativos para niños con sordoceguera.



1997

## CONSTRUCCIÓN

Con un grupo de amigos y colaboradores, y con el apoyo profesional del programa Hilton Perkins, constituyeron legalmente La Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex "FUNDA" y su primer Centro Educativo improvisado en una bodega familiar para la atención de sus primeros alumnos. Así iniciar la primera organización de esta naturaleza en C.A.



1998

## APERTURA

FUNDAL abrió sus puertas en enero. En la actualidad cuenta con un equipo de trabajo que brinda servicios a 190 familias. Gracias a la colaboración de muchas personas, entidades y organizaciones se ha logrado la apertura de 3 sedes, una en la capital y dos en el occidente del país.

## HISTORIA

## Misión

Un equipo dinámico y comprometido, dedicado a desarrollar al máximo el potencial de las personas con sordoceguera y discapacidad múltiple, por medio de educación y formación para la vida, trabajando con amor y respeto, para que ocupen el puesto que por derecho les corresponde como miembros dignos de la sociedad.

## Visión

Potencializar los talentos de las personas con Sordoceguera y Discapacidad Múltiple para que sus vidas sigan inspirándonos y juntos construir un futuro libre de exclusión y lleno de oportunidades.

## FILOSOFÍA

### Valores

- Amor
- Respeto
- Vocación de Servicio
- Solidaridad
- Honestidad

## Objetivos

- Atender integralmente a las personas con sordoceguera y discapacidad múltiple mejorando su calidad de vida y la de sus familias.
- Atender la sordoceguera como discapacidad única, así como sus causas y cómo prevenirla.
- Cooperación e intercambio con personas e instituciones nacionales e internacionales que tengan fines similares.

## VISUAL

En 1998 el diseñador gráfico Álbaro Gámez de Impacto Publicidad, desarrollo el logotipo con la idea de la carita con un círculo cerrado con una sonrisa pero no se autorizó por que la fundación Happy Face ya lo estaba utilizando.

Es así que en el 2,002 se realizó el rediseño, del que es el actual logotipo.

## Logotipo



Anterior

Actual



# Perfil Institucional



## 2.2 Programas Educativos

(<http://www.fundal.org.gt>)

En cada Centro Educativo los alumnos están divididos en los siguientes niveles según su edad, capacidades y retos:

- Educación Inicial
- Preescolar
- Escolar
- Técnico Vocacional

### 2.2.1 ÁREAS QUE SE DESARROLLAN:

Para elaborar un programa educativo, individual, personalizado e integral se toman en cuenta las siguientes áreas con el eje transversal de la COMUNICACIÓN:

- Orientación y movilidad
- Vida independiente
- Manejo Personal
- Cognoscitivo
- Psicomotricidad
- Socialización
- Autodeterminación
- Sensopercepción
- Académica
- Vocacional
- Actividades en el hogar.

### 2.2.2 OFRECEMOS LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

- Evaluaciones Educativas.
- Programas educativos individuales y personalizados.
- Fisioterapia y Terapia Ocupacional.
- Terapia del Lenguaje.
- Orientación y capacitación para familias.
- Apoyo Emocional para las familias y colaboradores.
- Centro de Práctica para estudiantes de carreras afines.
- Servicios de información y asesoría para trabajos de investigación.
- Talleres de sensibilización sobre la discapacidad sensorial.

### 2.2.3 INCLUSIÓN EDUCATIVA

El trabajo de inclusión en escuelas regulares de los alumnos con retos múltiples de Fundal, se ha llevado exitosamente, se han convertido en actores de cambio, ya que sus compañeros aprenden la forma de comunicarse con ellos, por medio del lenguaje de señas, porque poco a poco van aprendiendo, al mismo tiempo que son fuente de inspiración para los demás, al comprender las barreras que deben superar en su aprendizaje, sin embargo sus buenas calificaciones y desempeño, los motivan a que si ellos pueden, todos los demás que cuentan con sus sentidos intactos deben dar lo mejor en sus estudios, este respeto en el trascurso de su convivencia lo irán transfiriendo a otras personas con discapacidad construyendo juntos una sociedad libre de exclusiones.



Foto: FUNDAL

### 2.2.4 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN:

El Programa Semilla se dedica a la capacitación y concientización de docentes del sector público, estudiantes de carreras afines, empresarios y público en general, con el apoyo del Departamento de Desarrollo Institucional. La capacitación y concientización en temas de sordoceguera y discapacidad múltiple asociados a discapacidad sensorial, se realiza para promover la inclusión educativa, social, cultural y recreativa para la niñez y adolescencia con estas discapacidades. Se capacita alumnos de magisterio, docentes de educación especial y profesionales de disciplinas afines interesados en el tema de la Sordoceguera y Discapacidad Múltiple.



Foto: FUNDAL

### 2.2.5 DISEÑOS ADAPTADOS

Es una fuente de ingresos para FUNDAL. Consiste en la elaboración de adaptaciones utilizando como materia prima el cartón, combinado con cola blanca y pintura. Para su realización se toman en cuenta la necesidad principal del niño o niña y se procede a elaborar la adaptación que mejor se les adecue y sea efectiva. En este taller también se realizan muebles y adaptaciones para las instalaciones de los centros educativos.



Foto: FUNDAL

# Perfil Institucional

## 2.2.6 TALLERES PRODUCTIVOS

FUNDAL, por ser una institución privada no lucrativa, está limitada de ejercer actividades comerciales, sin embargo se sostiene gracias a donativos en especie o monetarios. En una época competitiva en donde las donaciones no están aseguradas, es necesario desarrollar otras estrategias para la captación de fondos. Es por ello que se propuso iniciar con Talleres Productivos esto se refiere a Talleres especializados en Repostería y Manualidades.

**El Taller de Repostería:** se inicio un proyecto piloto a finales del 2,012, horneando galletas de mantequilla, navideñas, alfajores y galletas para perros. Durante el proceso de producción descubrimos que los alumnos disfrutaban de la experiencia a través de las texturas de cada ingrediente y el sabor de cada galleta como resultado de su esfuerzo. En la actualidad se elaboran: alfajores, galletas de avena, brownies, choco chips, cake pops y galletas para perro.

**Taller de Manualidades:** en este taller se elaboran materiales como: cajas multifuncionales, velas de hielo, velas de figuras, estuches multifuncionales, botellas de vidrio decoradas, especieros, memos y separadores.

El próximo paso es aumentar la capacidad de FUNDAL para realizar una producción de galletas al por mayor y bajo pedido, brindando una gama más extensa opciones, para posicionarnos en el mercado gracias a puntos de venta como: tiendas de colegios, universidades, empresas, entre otros, logrando la autosostenibilidad del taller.



## 2.3 Formas de colaboración con FUNDAL

### 2.3.1 Apadrinamiento

Amiguitos de Fundal: Niños que apadrinan a niños con sordoceguera y que, sensibilizados con sus retos, los visitan y comparten momentos inolvidables.

**Q25.00 en adelante**

Padrinos Individuales: Colaboradores y ejecutivos de empresas privadas e instituciones públicas que apadrinan a un niño, niña, joven o a una sede de FUNDAL.

**Q100.00 a Q500.00**

Padrinos sin Fronteras: Padrinos que traspasan fronteras a través de su donativo, para regalar esperanza de un futuro mejor para los niños, niñas y jóvenes de FUNDAL.

**\$25.00 en adelante**

Padrinos Empresariales: Empresas e instituciones públicas o privadas, que apadrinan a un niño, niña, joven o a una sede de FUNDAL.

**Q1,000.00 en adelante**

### 2.3.2 Donaciones en Especie

En FUNDAL siempre se necesita una gran cantidad de artículos e insumos. Puedes colaborar con nosotros, efectuando donaciones de:

Material Didáctico

Medicamentos

Juguetes

Artículos de Limpieza y Aseo Personal

Papelería y Útiles de Oficina, etc.

### 2.3.43 Voluntariado

Ser parte del programa de voluntariado y ser parte de su esfuerzo.

# 2.4 Grupo Objetivo

## 2.4.1 Primario

NSE Nivel Medio–Alto C1 (5.5%)

(Donadores-Padrinos)

21-40 años



## 2.4.2 Secundario

NSE Nivel Bajo D (38.3%)

(Voluntarios, Practicantes)

16-40 años



El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.

Ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500

Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares, etc., (casi siempre alquiladas).



Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.



la 201



# 3

## Capítulo

Marco Teórico



*“El método de investigación científica no es más que la expresión del modo necesario del funcionamiento de la mente humana”.*

**-Thomas Henry Huxley**

## 3.1 Introducción al **MARCO TEÓRICO**

Para este proyecto es de vital importancia establecer un marco teórico conceptual que enfatice los temas a tratar para así poder dar fundamentación al proyecto.

Generando un fundamento teórico, con lo cual se basarán las propuestas y así poder asegurar la eficacia de las mismas.

*“Un buen marco teórico no es aquel que contiene muchas páginas, sino el que trata con profundidad únicamente los aspectos relacionados con los objetivos y proceso del proyecto, y vincula coherentemente los conocimientos, conceptos, experiencias, elementos y decisiones del proyecto”.* (Maco Morales, 2014)



Foto: Majo de León

## 3.2 ÁREA INSTITUCIONAL

Conocer los conceptos que describen a la institución y los términos que utilizan es importante, para así poder comprender aspectos esenciales para tomar en cuenta en la construcción del proyecto, esto debido a que si no se conoce la institución, se puede cometer errores y el mensaje que se desea dar podría no comprenderse.

### 3.2.1 Sordoceguera

La sordoceguera afecta a la mayoría de los estudiantes que asisten a esta fundación. Por qué es importante conocerla, qué es y qué la produce, y así poder generar una pieza gráfica de calidad, que sea comprensible.

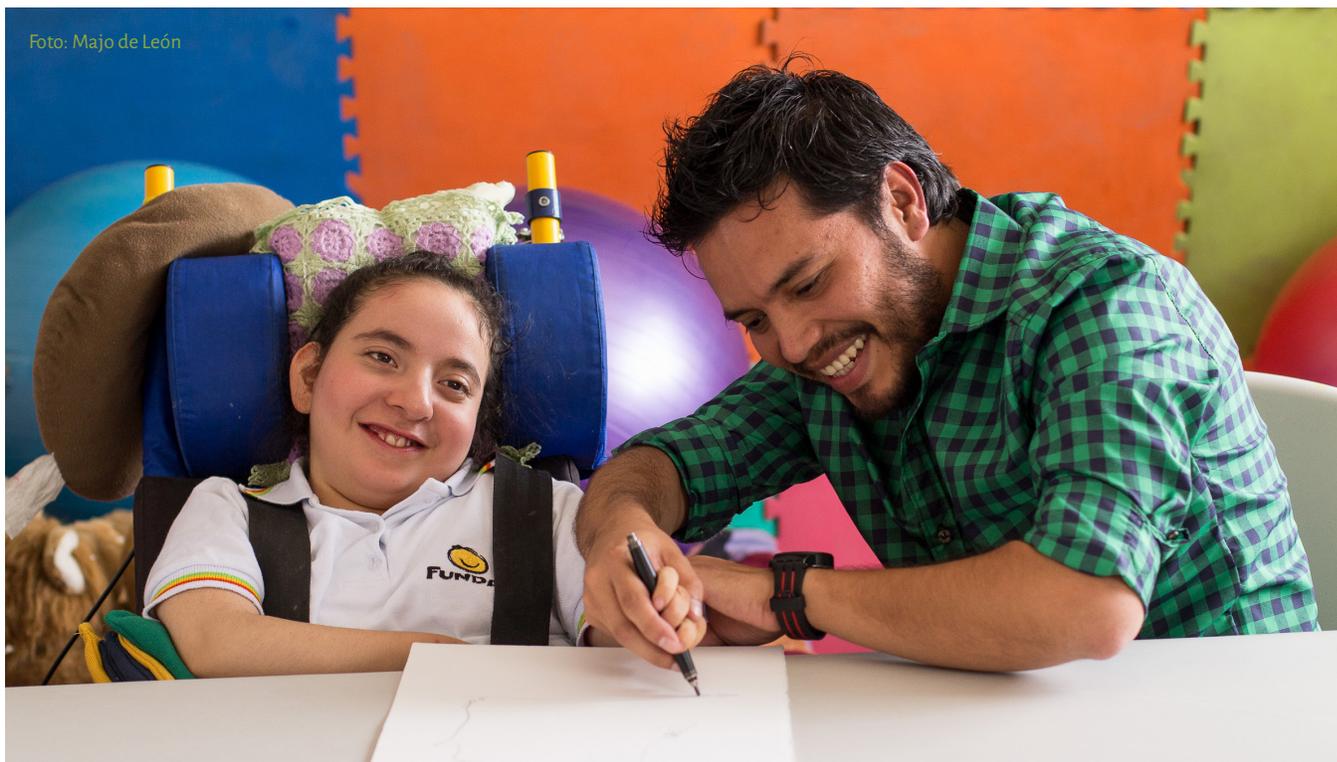
#### 3.2.1.1 Definición

*“La sordoceguera es una deficiencia sensorial – visual y auditiva- que se manifiesta en mayor o menor grado, generando limitaciones en la comunicación, orientación y movilidad, acceso a la información y restricción para la participación social”.* (Varios, 2006)

#### 3.2.1.2 ¿Por qué se produce la sordoceguera?

*“Las causas que hacen que una persona sea sordociega son diversas y pueden producirse en diferentes momentos de la vida. Cuando al nacer la persona tiene dificultades para ver y oír, y esta combinación le genera problemas para comunicarse y para conocer la información de su entorno, se dice que la persona tiene sordoceguera congénita; también se llama así, cuando esta misma situación se produce por motivos que aparecen a lo largo de los dos primeros años de vida antes de la adquisición del lenguaje”.* (Varios, 2006)

La sordoceguera que padecen los niños y jóvenes atendidos en FUNDAL no solo afecta su audición y visión, sino como consecuencia, también se ven afectados otras dificultades como al recibir información, orientarse y comunicarse.



### 3.2.2 Discapacidad Múltiple

*“Se define como una categoría de la discapacidad, que incluye a aquellas personas que presentan alguna discapacidad adicional a su sordera, a su ceguera o a su sordoceguera”.*

(FUNDAL, 2015)

FUNDAL atiende no solo a personas que padecen de sordoceguera, sino también a muchos que presentan discapacidades múltiples. Diana Bonilla Gerente de Comunicación de FUNDAL explica que los Retos múltiples afectan el comportamiento y la manera en que perciben las cosas, ya sea de manera sensoriales, intelectuales o motoras.

*“La discapacidad múltiple se caracteriza por la presencia de distintas discapacidades en diferentes grados y combinaciones: discapacidad intelectual, auditiva, motora, visual, autismo, parálisis cerebral, algunos síndromes específicos, epilepsia, hidrocefalia, escoliosis y problemas de comportamiento. Pueden tener un rango variable, dependiendo de la edad, así como de la combinación y severidad de sus discapacidades.*

*Hablar de discapacidad múltiple no solamente es sumar los tipos de discapacidad que puede tener una persona, sino es la interacción que tienen juntas. Es importante entender las dificultades reales a las que se enfrentan las personas con discapacidad múltiple”.* (Vega, 2011)

### 3.2.3 Discapacidad Visual

*“La discapacidad visual es un término genérico que engloba muchos tipos de problemas y dificultades visuales.*

*Legalmente queda encuadrada dentro del término ceguera legal y deficiencia visual toda persona cuya visión en ambos ojos reúna, al menos, una de las siguientes condiciones:*

*Agudeza visual*

- a) Igual o inferior a 0'1 (1/10 de la escala Wecker) Obtenida con la mejor corrección óptica posible.*
- b) Campo visual disminuido a 10 grados o menos”.*

(Aguirre Barco, y otros, 2007)

En otras palabras son las personas que por algún motivo han perdido la capacidad de ver parcial o completamente. Para esta fundación es importante poder mejorar la calidad de vida de sus estudiantes, y así poder brindarles herramientas, como sus programas educativos.



Foto: Google  
Fuente: <http://idestrelw.edu.ar/wp-content/uploads/2014/03/disenomult4.jpg>

## 3.3 ÁREA DE DISEÑO

### 3.3.2 Diseño Multimedia

*“Etimológicamente, la palabra multimedia significa “múltiples medios”, y utilizada en el contexto de las tecnologías de la información, hace referencia a que existen “múltiples intermediarios entre la fuente y el destino de la información, es decir, que se utilizan diversos medios para almacenar, transmitir, mostrar o percibir la información”. Más precisamente, llamamos multimedia a cualquier combinación de texto, sonidos, imágenes o gráficos estáticos o en movimiento”.* (Behocaray)

El material multimedia cada día es más utilizado para la creación de material gráfico y para comunicar un mensaje a través de un medio visual y tecnológico.

El diseño gráfico multimedia es muy útil para apoyar a la institución en su labor social porque se puede realizar una gran variedad de material, por ejemplo un vídeo institucional o bien un manual interactivo sobre algún tema específico que pueda utilizar la institución.

*“El concepto multimedia refiere a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión—físicos o digitales— para presentar o para comunicar determinada información.*

*El diseño multimedia combina los distintos soportes de la comunicación—el texto, el sonido, la imagen, la fotografía, la animación gráfica y el vídeo— de una forma interactiva, creando un vínculo participativo con el usuario”.* (Behocaray)

### 3.3.3 Motion Graphics

En el diseño audiovisual el motion graphics se ha vuelto fundamental e innovador. Es utilizado en casi todos los campos audiovisuales, desde los cintillos y los banners hasta las intros o los créditos de las películas. Puede ser usado en varios ámbitos como son la publicidad, el diseño gráfico, la fotografía, cine, cortometrajes, vídeos caseros, todo lo que pueda llevar gráficos en movimientos. Es una forma con la cual se le da una vista estética a las animaciones y movimiento. Puede ser realizado en diversos programas de animación como After Effects de Adobe, Discreet Combustion, o Apple Motion. Y también pueden mencionarse programas de edición 3D como Cinema 4D, 3D max, Brender, etc.

*“Surge como área de expansión en la que intervienen elementos que no están presentes de la misma manera en otros productos gráficos”.* (Guarata, 2008)

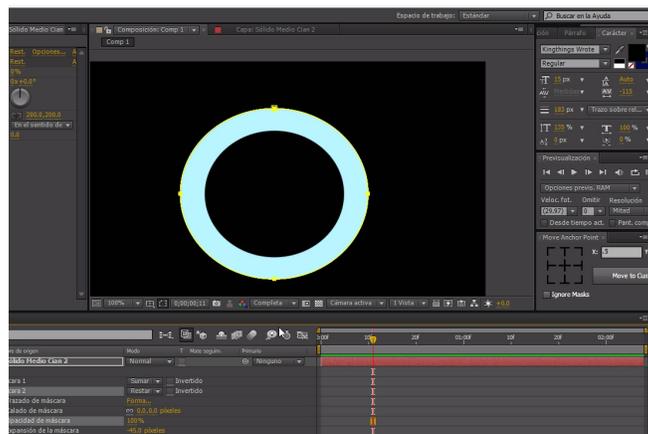
*“Se podría nombrar a Saul Bass como pionero de los motion graphics. Su trabajo en títulos de crédito para películas populares como el Hombre del Brazo De oro (1955), Vértigo (1958), Anatomía de un Asesinato (1959), Psicosis (1960) bien merecen este calificativo. Sus diseños eran simples, pero comunicaron con eficacia el feeling de la película”.* (Suárez, 2009)

Se puede decir que es una de las herramientas para solucionar problemas de comunicación a través del dinamismo y que transmite un mensaje de forma efectiva.

**Se pueden clasificar como:** Kinetic/Motion Graphics, Kinetic Typography (tipografía cinética), Stop Motion, y Combinado con imagen real. Puede ser aplicado en Motion Graphics corporativo, educativo/explicativo, Logo Animado, Videoclip, Títulos de créditos, Presentaciones, Anuncios y muchísimas posibilidades más.



Fotos: Mayrim Meoño



## 3.3.4 Video Documental

Como el nombre lo indica documenta un evento, logrando así captar en imágenes, acontecimientos importantes que se desean mostrar posteriormente.

*“El documental, como rama de la producción audiovisual, es una herramienta perfecta para registrar e ilustrar factores emocionales de un tema en específico”.* (Domínguez)

*“El documental puede ser tanto un ensayo premeditado como una expresión lírica e impresionista, es el opuesto al entretenimiento de escape, a la negación de la realidad; por el contrario, está comprometido con la riqueza y la ambigüedad de la vida tal cual es”.* (Rabiger, 1992)

*“El vídeo documental como nos dice Paul Wells es una representación no ficticia que utiliza material actual y del presente, tales como grabaciones de algún evento en vivo, estadísticas, entrevista, entre otros, para abordar un tema social particular de interés y que potencialmente afecte a la audiencia”.* (Tejada)

Documentar eventos es importante para la historia de las instituciones, porque gracias a ellos se puede mostrar cómo se realizan eventos importantes, y así poder mejorar cada vez más.

*“El documental suele cubrir el presente o el pasado, aunque puede proyectarse también hacia el futuro”.* (Rabiger, 2005)

Puede tener diversas funciones y tener diferentes objetivos y por ello puede enfocarse como tratamiento creativo de la realidad, como crítica social, como individualidad y punto de vista, como historia organizada.

Michael Rabiger menciona que un documental *“debe tener la imposición de un orden y la demostración de la relación causa-efecto y que este puede afrontarse de diversas maneras”.* También menciona que *“puede ser controlado o premeditado, espontáneo o impredecible, lírico o impresionista, de observación estricta, acompañado de comentarios o mudo; puede basarse en las preguntas, catalizar el cambio, o incluso puede coger por sorpresa a sus personajes. Puede “imponer un orde”. con la palabra, con imágenes, con la música, o a través del comportamiento humano. Puede servirse de tradiciones orales, teatrales o literarias y tomar rasgos de la música, de la pintura, la canción, ensayo o la coreografía”.* (Rabiger, 2005)

Anteriormente el documental se veía limitado por la tecnología, al menos hasta los años cincuenta, todo era grande y voluminoso por consiguiente pesado y la grabación del sonido no era el ideal. Pero con el avance del tiempo la tecnología ha permitido mejorar el equipo y así mejorar la calidad en que se realizan los documentales y facilitando sus publicaciones.

*“Uno de los objetivos en el documental, es procurar que el espectador, luego de la proyección, sepa mucho más sobre el propio tema de la obra de lo que sabía antes de verla, y que al mismo tiempo le haya hecho pasar un buen rato”.* (Biasutto, 2004)

### 3.3.4.1 ¿Cómo realizarlo?

Hay que tomar en cuenta muchos aspectos para la realización de un documental comenzando por especificar de qué tipo se desea realizar.

Como parte de la realización se pueden seguir las siguientes etapas:

### 3.3.4.2 Preproducción:

Es importante establecer un guión, ordenar las ideas para poder realizar una historia congruente, escribir y desarrollar la idea ayuda a que la realización del material sea más efectivo. Desarrollar storyboards, storyline, síntesis, guión técnico, todo lo que ayude a sistematizar el proceso.

*“La creación de un documental es un proceso largo y lento por lo cual fácilmente el entusiasmo inicial se pierde después de un rato. Las siguientes preguntas pueden ayudarnos mucho en este momento creativo:*

- *¿Existe algún tema del cual tengo conocimiento e incluso alguna opinión?*
- *¿Siento una conexión emocional fuerte hacia este tema?  
¿Más que a cualquier otro tema?*
- *¿Puedo hacerle justicia a este tema?*
- *¿Tengo suficiente motivación para aprender más de este tema?”* (Tejada)

En esta etapa se debe abarcan todas las decisiones y ajustes que deben tomarse en cuenta antes de la grabación. Se tiene que dar solución a cuestiones como la elección del tema, Investigar a fondo, elegir un equipo de trabajo si es necesario, establecer el equipo que sera necesario para la filmación como cámaras y sus accesorios, micrófonos, props, etc., y decidir todos los detalles de la grabación en sí. Debe darse prioridad a esta etapa y tomar el tiempo para realizarlas y poder avanzar a las siguientes sin problemas.

### 3.3.4.3 Producción:

En esta etapa se realiza el rodaje o grabación del material. Es aquí cuando ciertos elementos del documental antes mencionados se llevan a cabo. Se realiza la filmación de cada escena establecida en el guión.

Se realizarán entrevistas y tomas que se especificaron en la pre-producción y es necesario poder tomar en cuenta tomas que posiblemente pasarán desapercibidas y que podrían contribuir de alguna forma y darle dinamismo y que no sea monótono.

### 3.3.4.4 Postproducción:

En esta etapa se realizan los toques finales, donde se edita la producción, se da vida al material grabado a través de un software de edición como se a mencionado antes, como after Effects, Premiere Pro ambos de Adobe o algún otro editor de vídeo.

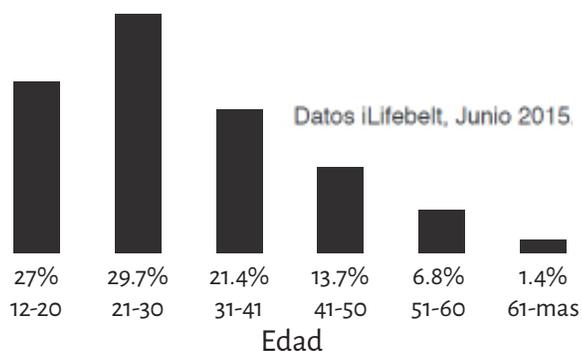
Se realiza corrección de color, se montan los motion graphics, se edita cada escena y se colocan los audios, todo lo relacionado a la edición.

## 3.3.5 Redes Sociales

El uso de las redes sociales puede parecer sencillo y creer que es suficiente con publicar para que el mensaje sea compartido, pero puede ser un poco más complejo que eso, se debe conocer este tema para que se pueda divulgar de una mejor manera el contenido que se desea.

*Internet y las Redes Sociales avanzan más rápido de lo que podemos entender. Hay tanto que aprender que varios estudios no bastarían para cubrir este tema.* (iLifebelt, 2015)

Según el estudio realizado por ilifebelt la mayoría de usuarios son varones en Redes Sociales en Centroamérica y el Caribe. A excepción de Panamá y Honduras, donde al contrario la mayoría son mujeres. El mayor porcentaje de usuarios se encuentra en un rango de 12 a 41 años por lo que es el rango al que más llegaría el documental.



Las redes sociales no son únicamente de uso exclusivo para entretenimiento, también se le puede utilizar como fuente de información. Ahora es más fácil encontrar un perfil de una red social, que buscar una pagina web, las cuales deben ser actualizadas y se les debe de dar mantenimiento, además de que se debe pagar un dominio.

Los usuarios de Internet en un 71.5% visitan sus redes sociales diariamente, siendo Facebook el más visitado con un 90.2% de usuarios. Entre el 2014 y 2015 se incremento en un 17%, siendo Guatemala el país que presentó la tasa más alta de crecimiento en el período 2,014 - 2,015 con un 30%.

Hasta junio de 2,015 Facebook cuenta con más de 18 millones de usuarios activos en la región. En Centroamérica, Guatemala es el país que tiene la mayor cantidad de usuarios de esta Red Social llegando a 4.2 millones. (iLifebelt, 2015)

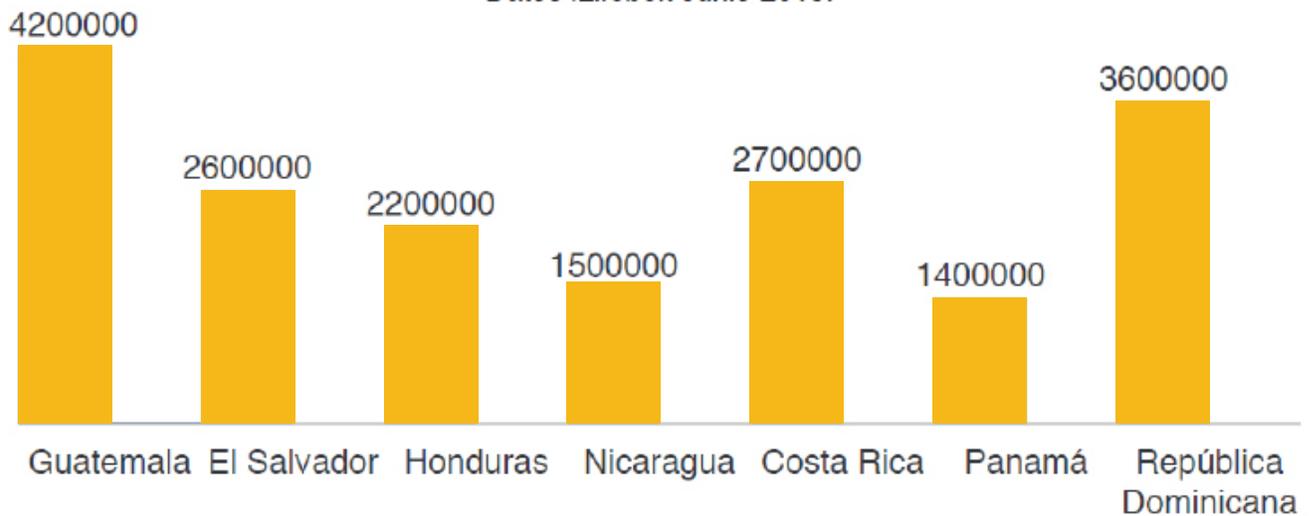
Nuevos ecosistemas de Redes Sociales van surgiendo conforme los hábitos de navegación en Internet van cambiando. La característica diferenciadora de estas Redes Sociales emergentes es que la plataforma para la que óptimamente han sido diseñadas son los dispositivos móviles.

La navegación en redes sociales va cambiando con el tiempo y uno de esos cambios es que no es para uso exclusivo en computadores o laptops, si no que el uso de celulares y tabletas se va haciendo más presente.

Con estos datos se debe tomar en cuenta que el mejor sitio para divulgar es facebook, el cual además puede estar vinculado con las demás redes.

## Usuarios de Facebook en Centroamérica y el Caribe

Datos iLifebelt Junio 2015.



### 3.3.5.1 Redes sociales como nuevo modelo de distribución y marketing

*“Las redes sociales no son medios de comunicación, aunque sí son un nuevo canal de distribución que permite enlazar sus contenidos en función de lo que publique la audiencia. Ahora cada usuario configura su perfil propio o bien participa en una puesta en común interactiva para crear la portada de la red.*

*Todos los medios analizados, que eran los más visitados, han respondido a la demanda de las redes sociales incluyendo la opción de compartir la información que generan estos espacios. Existen dos tipos de espacios entre este tipo de redes: unos espacios que actúan como marcadores y otros espacios que constituyen netamente una red social. En el primer caso, la interactividad del usuario se limita a votar determinados enlaces o a añadir comentarios. En el segundo caso, sí se constituye una red social entre amigos o compañeros y los comentarios no se ciñen sólo a enlaces de noticias, sino también a aspectos personales de los usuarios”.* (digital, 2009)

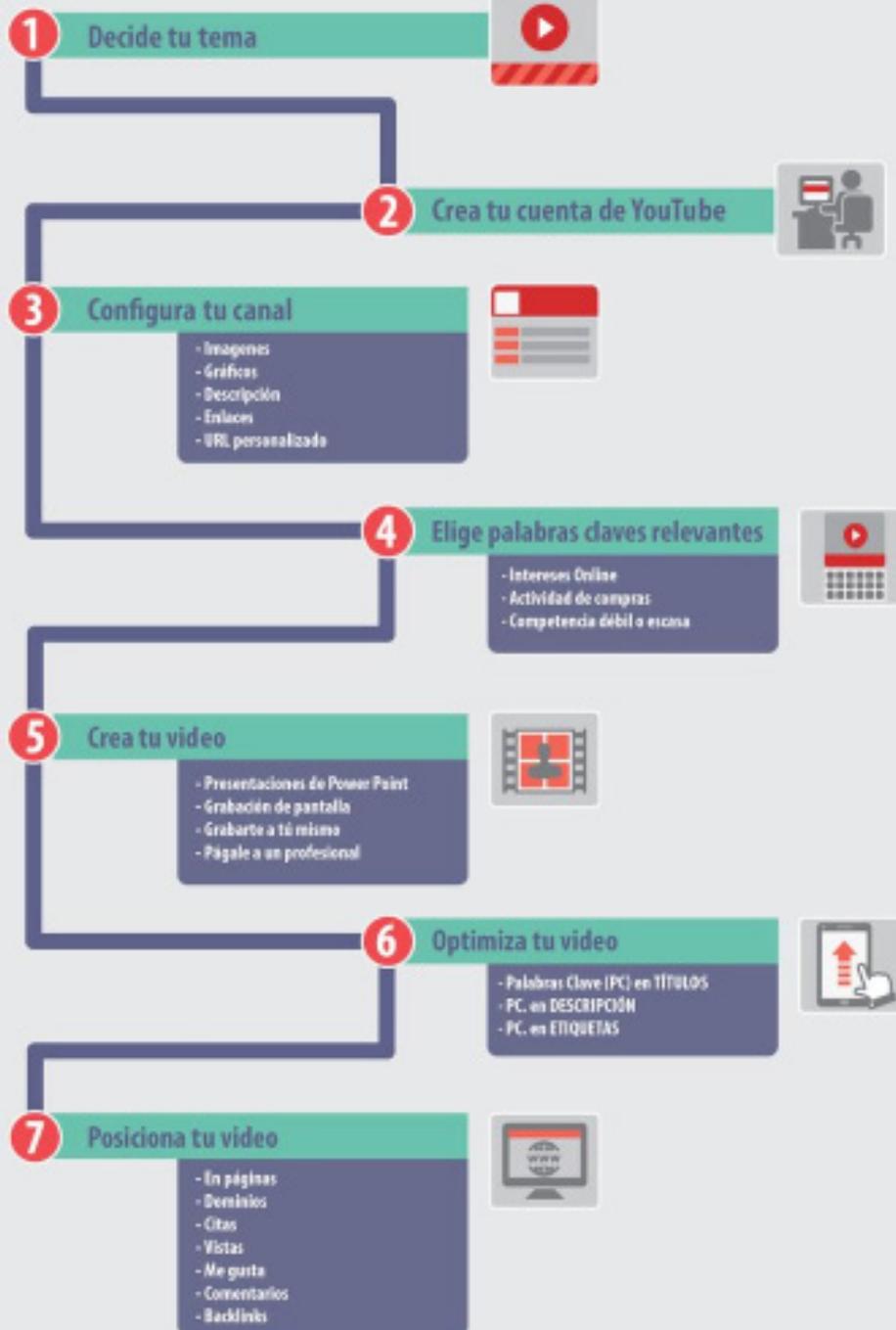
Saber usar las redes sociales como medio de divulgación es muy importante para no cometer errores. Se debe tomar en cuenta que en si la red social no es un medio de comunicación, sino más bien son un canal de distribución, y proporcionan una ventaja debido a que son fáciles de usar y de bajo costo, dependiendo del grupo objetivo se puede llegar aun compartirla información o en este caso el material audiovisual con las personas adecuadas para que estas ayuden con su divulgación.

Cada vez son más las empresas que usan las diferentes redes sociales como fuente de distribución, debido a que es efectivo, se puede publicar todo tipo de contenido desde textos hasta imágenes y vídeos.

Otra cosa que hay que tomar en cuenta es, la importancia de tener claro los objetivos de comunicación, pues no se puede cometer el error de realizarla en el sitio equivocado. Por ejemplo un Chef publicando recetas en un sitio que sea una galería de arte. Si bien el mensaje llega a un cierto número de personas, no se está llegando a las indicadas, para que se pueda generar ese tráfico de información.

## Marketing Fácil

Curso de Marketing para trabajar con video en YouTube



### 3.3.5.1 YouTube

“Desde mayo de 2,005, miles de millones de usuarios encuentran, ven y comparten vídeos originales en YouTube. YouTube se ha convertido en un foro donde los usuarios pueden interactuar, obtener información e inspirar a otras personas de todo el mundo, y sirve de plataforma de distribución para creadores de contenido original y para anunciantes grandes y pequeños”. (YouTube)

Actualmente YouTube le pertenece a Google, por lo que el inicio de sesión se puede hacer con la cuenta de gmail esto facilita el acceso.

YouTube es una de las herramientas más utilizadas para la publicación de vídeos puesto que es una interface muy conocida y fácil de usar. Otra ventaja que posee es que las publicaciones realizadas pueden ser compartidas en otras páginas, como lo son las páginas Web, blogs y redes sociales entre otras. Esto facilita poder llevar mensajes específicos al lugar que se desee.

Un usuario puede suscribirse a un canal y crear uno. Al crear un canal se pueden realizar listas de reproducciones y así poder ordenar por categorías los vídeos para que la búsqueda sea más ordenada.

Desde mayo de 2,007, en YouTube empezaron a aparecer vídeos publicitarios de 15 a 30 segundos y otro en estilo pop-up para toda empresa que lo solicite. El tipo de anuncio mostrado al usuario es completamente aleatorio y sin relación con el contenido del vídeo que buscaba ver, o las palabras clave usadas en la búsqueda. Pero a su vez no es tan efectivo puesto que para algunos usuarios es molesto y realmente no le prestan atención.

“Un vídeo puede trascender las barreras lingüísticas y culturales. Puede llegar a mostrar desde historias emocionantes de la vida cotidiana hasta los momentos más divertidos y surrealistas de todo el mundo. Ejemplo de esto es el famoso vídeo de los dos bebés gemelos hablando entre ellos, un vídeo grabado en el barrio de Brooklyn en Nueva York. Este vídeo obtuvo más de 10 millones de reproducciones en EE UU y más de 30 millones en todo el mundo. El 5% de sus visitas se realizaron desde Brasil y otro 5% desde Rusia.” (20 minutos, 2011)

Esto evidencia que si el contenido es interesante y si los usuarios se identifican con él, puede llegar a difundirse de forma exitosa.

Pero con la creación de Google Analytics el cual muestra a los usuarios resúmenes e informes más detallados ayuda a entender qué tipo de audiencia ve sus vídeos. De esta forma, los usuarios podrán descubrir cuántas personas han visto los vídeos subidos en su canal y desde qué lugares del mundo han sido reproducidos, así como cualquier otro aspecto de interés de la audiencia.

### YOUTUBE EN CIFRAS



Fuente: (maelzel, 2012)



MAGN  
by MAXTO  
Plus



# Capítulo

Desarrollo de la propuesta de Diseño

# 4



## 4.1 Estrategia de comunicación

Implementar una estrategia para lograr los objetivos de comunicación facilitarán el proceso de la creación del material gráfico a diseñar.

En este se definen el medio o canal de distribución de las piezas de diseño elegidas, para tomar en cuenta en el proyecto, el tiempo en que se realizará, las estrategias a implementar, el curso de acción, las tácticas y los medios en base al objetivo.



## OBJETIVO

Promover las labores y actualizar la información de los servicios que brinda la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex -FUNDAL, a través de la implementación de una estrategia de comunicación visual actualizada.



## ESTRATEGIAS

Generar un material Audiovisual que motive al grupo objetivo para querer participar en las actividades relacionadas con la fundación.

Crear otro material Audiovisual que ayude a conocer el proceso del proyecto de Trazos de luz.



## TÁCTICAS

Material Audiovisual.  
Motion Graphics.  
Uso de tecnología.  
Enlaces Virtuales.

Material Audiovisual.  
Motion Graphics.  
Uso de tecnología.  
Enlaces Virtuales.



## CURSO DE ACCIÓN

**Video Documental** Que muestre a través de historias las labores de la fundación y sus beneficios.

**Audiovisual** en el que se muestre el proceso de la creación de cada obra del proyecto de trazos de luz realizada entre el estudiante de FUNDAL y el artista.



## MEDIOS

Distribución a través del canal de YouTube de la fundación y sus redes sociales.

Códigos Q.R. Con enlaces a audiovisuales.

Divulgación en redes sociales.

Divulgación en redes sociales el día del lanzamiento del calendario..



## TIEMPO

**Video Documental:**  
6 semanas: 1) Creación del guión técnico, el storyboard, storyline, organización en general. 2) Grabación del evento y edición del material, 3) Grabación de entrevistas y edición del material y de escenas adicionales y edición del material 5) Realización de motion Graphics y 6) Cambios y renderizado. (19 de OCT.)

**Audiovisual**  
3 semanas: 1. Edición de vídeos, fotos, todo lo referente a Preproducción. 2. Realización de Motion Graphics y finalización de edición. 3. Cambios y renderizado. (19 de SEP.)



## 4.2 Proceso Creativo

Para realizarlo se utilizarán diferentes herramientas para el análisis y a partir de la construcción de un retrato de consumidor; se buscará alinear las estrategias de comunicación en la dirección correcta para satisfacer las necesidades del grupo objetivo.

Para llegar al concepto creativo se usarán como herramientas algunas técnicas de creatividad, esto garantizará la generación de ideas altamente creativas.

## 4.2.1 Mapa de Empatía



# Proceso Creativo

## 4.2.1.1 SPICE

**S**  
*Social*

Seguridad, Apoyo, Oportunidades, compañerismo, lealtad, empatía.



Lo que necesita esta persona de las relaciones a su alrededor.

**P**  
*Físico  
(Physical)*

Estar dispuesto a pasar tiempo de pie, bajo el sol, al intemperie, estar fuera bastante tiempo, gusto por caminar, jugar, reír, cantar.



Lo que esta persona necesita en un nivel práctico y funcional.

**I**  
*Identidad*

Ser una persona que contribuye a la sociedad, dar apoyo a los que lo necesitan, no importa lo que piensen los demás, no tiene prejuicios.



El cómo esta persona necesita definirse a sí mismo.

**C**  
*Comunicación*

Saber lo que está pasando, interés por lenguajes alternativos, la farándula, los avances de la tecnología, conocer temas sobre psicología y estimulación.



La información que esta persona necesita esta persona?

**E**  
*Emocional*

Relajarse, una buena relación con los padres, ser sociable, tener empatía, libre de prejuicios, colaborador, amable, sonriente.



Lo que esta persona necesita emocional y psicológicamente.

## 4.2.1.2 POEMS

Los que van a estar en contacto con la experiencia.



Estudiantes, psicólogos, fisioterapeutas, practicantes, voluntarios, familia, amigos, vecinos, compañeros de trabajo, publico en general.

*P*  
People

Cosas físicas pueden ser creadas.



Spots, vídeos documentales, vídeos cortos, vídeos de música, noticias en redes sociales, páginas web, aplicaciones para celulares, Audiovisuales en transporte público. Accesorios, joyería, regalos.

*O*  
Objects

Tipo de locación o en qué lugar se pueden llevar a cabo.



En redes sociales, Oficinas de la fundación, Escuelas, Universidades, Eventos.

*E*  
Environments

Tipo de información puede ser proveída y compartida.



Vídeos, de las redes sociales, eventos en la sede de la fundación, página web de la fundación, canales de vídeo como YouTube o vimeo,

*M*  
Messages &  
Media

Servicios y sistemas de soportes pueden ser ofrecidos.



Testimoniales, visitas guiadas a la fundación, asesoramiento, espacios para eventos especiales abierto a todo publico, tarjetas con información, concursos en el que puedan interactuar los estudiantes de la fundación.

*S*  
Services



# Proceso Creativo

## 4.2.2 Insight

Lo que se busca es llegar a lo más profundo de lo que piensa y siente el grupo objetivo, acá se definen sus percepciones buscando poder encontrar el concepto que se ajuste a sus necesidades.

Gracias al perfil del consumidor se logró llegar a establecer profundamente al grupo objetivo lograr entender lo que es importante tomar en cuenta para establecer como lograr que ellos se identifiquen con el proyecto. Al igual que ayuda a que no se pase por alto ideas que generalmente podrían no tomarse en cuenta.

Llegando a construir las siguientes frases que envuelve los perfiles encontrados:

- Somos iguales, pero yo tengo más retos
- Mi historia no es tan triste
- El apoyo es importante para mí
- Puedo ser muy fuerte
- Aprendo a ser autosuficiente
- **Si me conoces me entiendes**
- Una sonrisa vale más que mil palabras

## 4.2.3 Concepto

Llegar a un buen concepto es complejo, pero gracias a las herramientas que actualmente se brindan se puede concretar uno.

Conceptualizar una idea gracias a diversas ideas es mucho más concreto, si se realiza un buen estudio del grupo objetivo y así poder llegar a ellos tomando en cuenta sus emociones, gustos y necesidades.

### “Descubriendo otra parte”

Partiendo de la idea a de descubrir una parte, se toma parte como base y se conceptualiza el uso de partículas. Estas ejemplifican el descubrir una pequeña parte de algo.

# “DESCUBRIENDO OTRA PARTE”

«Somos iguales pero yo tengo más retos.»  «Si me conoces me entiendes»



«Puedo ser muy fuerte.»  «El apoyo es importante para mí.»



«Mi historia no es tan triste.»  «Una sonrisa vale más que mil palabras.»



«Aprendo a ser autosuficiente.»



## 4.2.4 ESCALETA (Preproducción)

### 4.2.4.1 IDEA

Mostrar la fundación desde un enfoque emocional, mostrando como participar en la fundación de un modo u otro puede ser de beneficio, no solo del personal si de los que más lo necesitan.

### 4.2.4.2 Argumento

Los niños y jóvenes que van a Fundal se benefician de los servicios que se les presta. El documental mostrará el punto de visita de los que trabajan y los que asisten a la fundación , mostrando así sus funciones.

### 4.2.4.3 Sinopsis

Para conocer una institución hay que conocer a quienes interactúan en él, en siguiente documental podrán conocer de cerca a varios de los que participan en la Fundación, cada uno tiene un rol importante. Para Fundal es importante transmitir sus valores y que sea reconocida por su labor humana y por su contribución la cual beneficia a más personas de las que se cree.



## 4.2.4.4 GUIÓN LITERARIO

INT.DÍA.AULAS..... Escena 1

Se muestra a Alex y otros niños haciendo algunas actividades.

*Voz en off:*

*Frase inspirada en Alex*

MOTION GRAPHICS ..... Escena 2

Introducción con el logotipo de Fundal.

INT.DÍA.OFICINA..... Escena 3

Helen de bonilla narrando la llegada de Alex.  
Se muestran fotografías de Alex cuando era niño.

*Voz en off:*

*Helen de Bonilla*

INT.DÍA.AULA ..... Escena 4

Toma de una clase para hacer transición.

INT.DÍA.OFICINA..... Escena 5

Helen de bonilla narrando porque abrieron FUNDAL.  
Se muestran fotografías de su preparación en Perkins internacional.

*Voz en off:*

*Helen de Bonilla*

INT.DÍA.AULA..... Escena 6

Entrevista aun padre de familia que hable de fundal  
Se muestran imágenes de actividades realizadas en las aulas.

*Voz en off:*

*Padre de Familia*

INT.DÍA.OFICINA ..... Escena 7

Se muestra a Sonia Lissete Rivas narrando...  
Se muestran imágenes relacionadas.

*Voz en off:*

*Sonia Lissete Rivas*

INT.DÍA.OFICINA-FOTOGRAFÍAS..... Escena 8

Entrevista sobre el programa a Semilla Ángela García.  
Luego se muestran imágenes sobre el programa semilla

*Voz en off:*

*Ángela García*

# Proceso Creativo

INT.DÍA.ESCUELA ..... Escena 9

Imagen del Programa Inclusión.

*Voz en off:*  
*Angela García*

INT.DÍA.OFICINA..... Escena 10

Entrevista a Ángela sobre el programa de Inclusión,  
Imágenes de José Pirir.

*Voz en off:*  
*Angela García*

INT.DÍA.CASA ..... Escena 11

Imagen del Programa a Distancia

*Voz en off:*  
*Claudia Aroche*

EXT.DÍA.CASA..... Escena 12

Entrevista a Claudia Aroche sobre el programa a distancia.

INT.DÍA.IMÁGENES ..... Escena 13

Se muestran imágenes de Fátima Aroche recibiendo clases.

*Voz en off:*  
*Claudia aroche*

INT.DÍA.AULAS -FOTOGRAFÍAS..... Escena 14

Entrevista sobre como funciona Fundal a Diana Bonilla

INT.DÍA.AULA..... Escena 15

Diana Bonilla hablando sobre Alex y la importancia de Fundal.

INT.DÍA.IMÁGENES ..... Escena 16

Imágenes de FUNDAL, se narra el futuro de la fundación.

*Voz en Off:*  
*Diana Bonilla*

MOTION GRAPHIC ..... Escena 17

Animación 2d que proporciona los datos de contacto de la fundación.





4.2.4.5

# GUIÓN TÉCNICO

SECCIÓN	PLANO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	IMAGEN	AUDIO		TIEMPO
				Sonido	Texto	
Intro	Primer plano	Cámara de seguimiento	Imágenes de alumnos	Musicalización Alegre de fondo	-----	35 seg
Logotipo	Gran Plano General	Motion Graphic Animación 2D	Logotipo	Musicalización FX sonido	-----	5 seg.
Llegada Alex	Plano Medio	Cámara Fija	Entrevista Helen de Bonilla Directora General	Musicalización suave		30 seg.
	Transición de Imágenes	-----	Galería de fotografías	Musicalización suave Voz en off: Helen de Bonilla	-----	
Preparación	Plano medio	Cámara fija	Entrevista Helen de Bonilla Directora General	Musicalización suave		35 seg.
	Transición de Imágenes	-----	Galería de fotografías	Musicalización suave Voz en off: Helen de Bonilla	-----	
Padre de familia	Plano general	Cámara fija	Entrevista a Neri Córdoba	Musicalización suave		25 seg.
	Planos Generales y primeros planos	Cámara seguimiento	Actividades realizadas en las aulas.	Musicalización suave Voz en off: Neri Córdoba	-----	
Rol como directora	Plano Medio	Cámara fija	Entrevista a Sonia Lissete Rivas	Musicalización suave Volumen bajo		40 seg
	Transición de Imágenes	-----	Galería de fotografías	Musicalización suave Voz en off: Sonia Lissete Rivas	-----	

# Proceso Creativo

SECCIÓN	PLANO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	IMAGEN	AUDIO		TIEMPO
				Sonido	Texto	
Programa Semilla	Plano Medio	Cámara fija	Entrevista a Sonia Lisette Rivas	Musicalización suave		1 min
	Transición de Imágenes	-----	Galería de fotografías	Musicalización suave Voz en off: Angela García	-----	
Programa de Inclusión	Plano Medio	Cámara fija	Entrevista a Sonia Lisette Rivas	Musicalización suave		2 min
	Planos General y primeros planos	Paneo - Cámara fija y de seguimiento	Tomas del salón de casas con José y compañeros José interceptando en la escuela.	Musicalización suave Voz en off: Angela García	-----	
Programa A Distancia	Plano Medio	Cámara fija	Entrevista a Claudia Aroche	Musicalización suave		2 min
	Planos General y primeros planos	Paneo - Cámara fija y de seguimiento	Tomas de Fátima Aroche recibiendo clases a distancia.	Musicalización suave Voz en off: Claudia Aroche	-----	
Cierre	Plano Medio	Cámara fija	Entrevista a Diana Bonilla	Musicalización suave		2 min
	Planos General y primeros planos	Paneo - Cámara fija y de seguimiento	Tomas de Actividades en Fundal	Musicalización suave Voz en off: Diana Bonilla	-----	
Datos de Contacto	Animación 2D	-----	Motion Graphics del modo de forma de contacto de la fundación.	Musicalización suave	-----	10 seg

Total: 10 min

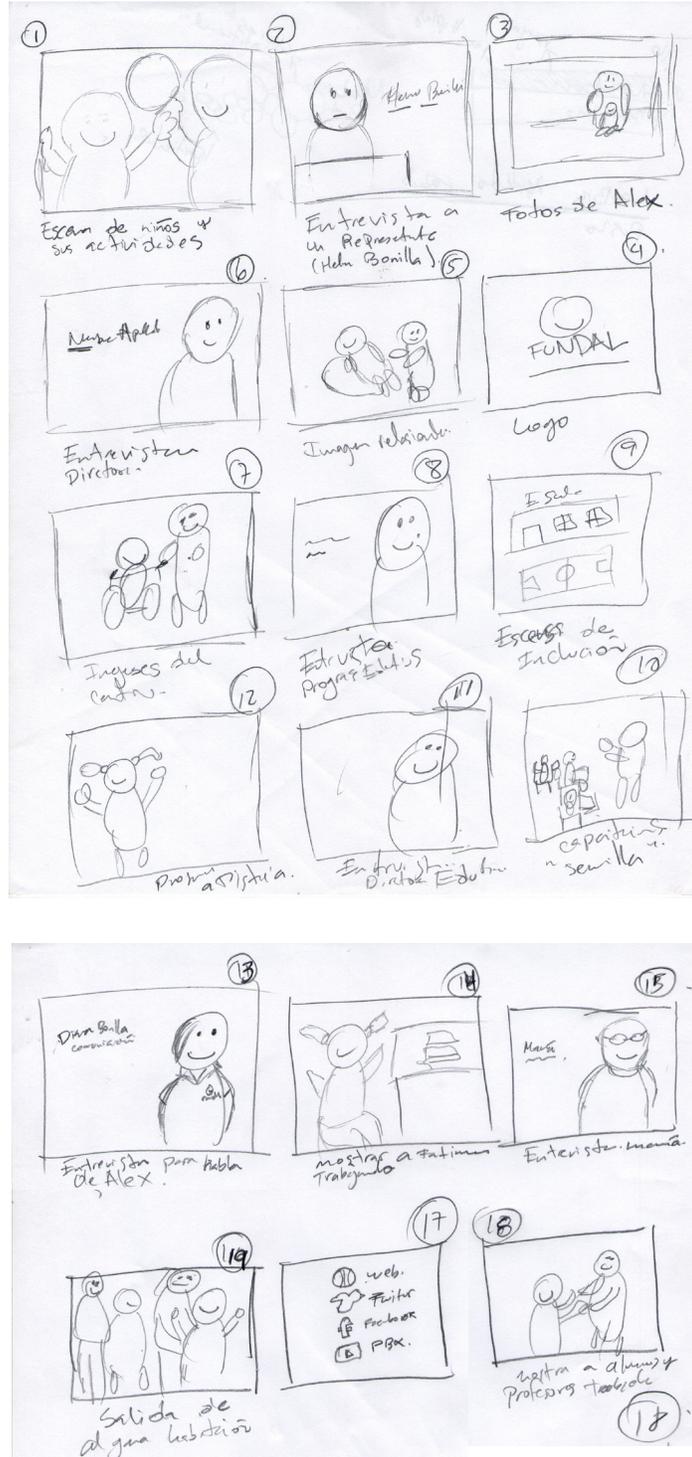


4.2.4.6

# STORY-BOARD

PROYECTO: Documental de Fundal

POR: Mayrim Meño



## 4.2.5 FOTOGRAFÍA

Se utilizarán encuadres en su mayoría cerradas, planos medios y primeros planos. Profundidad de campo para resaltar el mensaje. Movimiento de cámara siguiendo al sujeto a tomar, Cámara fija para las entrevistas y paneo para tomas generales.

Equipo: Cámara Canon T3, Tripode.

## 4.2.6 SONIDO

El sonido que predominará es el sonido ambiente debido a las tomas de establecimiento que se usarán mayormente, también el uso de voz en off.

- Entrevistas: lenguaje natural, realista, simple.
- Música: instrumental, acústico, con temas alegres pero tranquilas.
- Equipo de sonido: micrófonos de solapa. Herramientas de edición de sonido como Audicity y Adobe Audition.



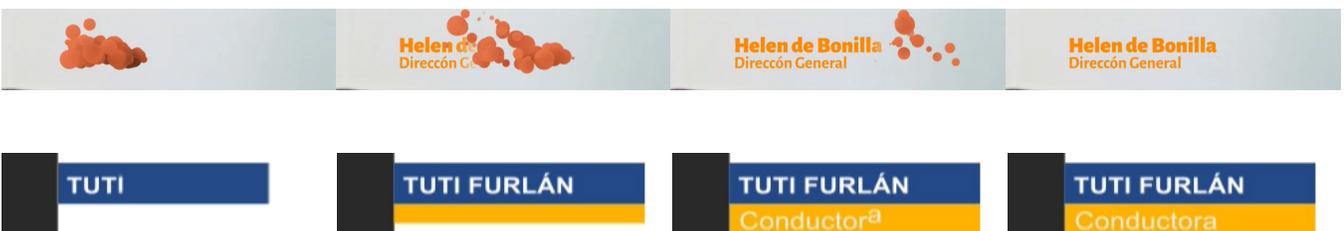
# 4.3 Nivel de Visualización

## 4.3.1 Propuestas (bocetos)

Propuesta para logo



Propuesta para Banner:



## 4.3.2 Evaluación del grupo objetivo y la organización

Ésta nos sirve para recolectar información y poder tomar registro y comprobar a través de las opiniones y comentarios de un pequeño grupo de personas, que forman parte del grupo objetivo al cual está dirigido el material, si se cumplen los objetivos propuestos para el mismo y evaluar aspectos de funcionalidad, comunicación, aceptación, atracción y comprensión del mensaje.

Para esto se realizó la tercera fase de validación la cual se tomó a algunas personas de la Fundación Guatemalteca para niños con sordoceguera Alex -FUNDAL-.

En éste estuvo presente la Directora General Helen de Bonilla, Diana Bonilla Gerente de Comunicación, Maestras, entre otras.

## 4.3.3 Análisis de evaluación y toma de decisiones

**Muestra:** 12 Personal de FUNDAL.

**Metodología:** Puesta en común, iniciando por una exposición del material, seguido de comentarios y sugerencias sobre el material expuesto, por los miembros allí reunidos. La herramienta que se utilizó fue un cuestionario.

**Material a validar:** Visualización del material del documental de la parte introductoria. Y Propuestas de la animación del logotipo y banners para colocar los créditos de las personas entrevistadas.

Para los dos últimos se preguntó cuál de los dos les parecía más atractivos y dinámicos, y que se complementaba con el concepto.

La información recopilada se examina en base a la siguientes preguntas y análisis de las respuestas dadas por los participantes en el proceso de discusión.

1. ¿Considera que el mensaje es claro?
2. ¿Visualmente el vídeo es atractivo?
3. ¿Cómo es la calidad del Documental?
4. ¿Cómo le parece el contenido del Documental?
5. ¿El Documental es adecuado para su difusión?

**Resultados y análisis:**

El resultado que mostró con respecto al logo y los banners fue: el de las partículas, el que les pareció mejor adecuado. Y la animación del logo sin movimiento de cámaras para que fuera más limpio y sencillo.

El mensaje es claro pero podría tomarse en cuenta otras imágenes. Es visualmente atractivo. Su parte favorita.

La calidad del documental les parece buena pero puede mejorar sobre todo el audio.

Tomando en cuenta las sugerencias, se realizaron las modificaciones correspondientes y se procedió a mejorar la calidad del vídeo.



A large, bright yellow number '5' is the central focus, hanging from a chain as if on a swing set. The background shows a room with a wooden wall and several windows looking out onto a lush green landscape. The floor is a light-colored wood. The overall lighting is warm and bright.

*Capítulo*  
Propuesta Final



## 5.1 Propuesta final

Fundal brinda servicios de alta calidad, pero lo que más sobresale de la fundación es la calidad humana que posee, la lucha por los derechos de sus estudiantes y eso es lo que se busca reflejar en el documental.

La propuesta final consta de un Documental de 10 minutos, Bajo el concepto: “Descubriendo una pequeña parte”, como eje comunicacional, desde la narrativa de los audiovisuales hasta los grafismos en ellos contenidos. Por ejemplo en la utilización de partículas que descubren los textos y el logo de introducción.

EL documental inicia con la voz en off de Helen de Bonilla Fundadora y Directora General de FUNDAL narrando una frase inspirada por Alex, él es quien motivó a la familia para crear la fundación. Al mismo tiempo se muestran imágenes la interacción de los alumnos en el centro educativo, al terminar aparece el logotipo animado en 2D, el cual es descubierto a través de partículas de color amarillo y naranja.

Luego de eso viene una serie de entrevistas en donde varias personas narran su percepción de FUNDAL. Se explica el programa semilla, después testimonios de los programas a distancia y de inclusión,

**Ver Documental:**

<https://youtu.be/7B3KHULdPgl>





## 5.2 Grupo Focal

Tomando como base la tercera visualización, se llevó a cabo el focus group con el mismo grupo, debido que no se pudo realizar de otra manera por solicitud de la Fundación.

Asistieron varios del personal de la Fundación Guatemalteca para niños con sordoceguera Alex -FUNDAL-.

En éste estuvo presente la Directora General Helen de Bonilla, Diana Bonilla Gerente de Comunicación, Maestras, y otros miembros.



**Muestra:** 12 Personal de FUNDAL.

**Metodología:** Puesta en común, iniciando por una exposición del material, seguido de comentarios y sugerencias sobre el material expuesto, por los miembros allí reunidos. La herramienta que se utilizó fue un cuestionario.

**Material a validar:** Visualización del material Final.

La información recopilada se examina en base a la siguiente tabla de observación y análisis de las respuestas dadas por los participantes en el proceso de discusión.

1. ¿El mensaje le transmite algún sentimiento?
2. ¿El vídeo refleja profesionalismo de parte de Fundal?
3. ¿Considera que el mensaje es claro?
4. ¿Visualmente el vídeo es atractivo?
5. ¿Cómo es la calidad del Documental?
6. ¿Cómo le parece el contenido del Documental?
7. ¿El Documental es adecuado para su difusión?

### Resultados y análisis:

Los directivos de la Institución manifestaron que les transmite varios sentimientos, sin especificar alguno pero de forma positiva.

Sí se refleja su profesionalismo, Es visualmente atractivo, sobre todo por los colores, les atrajo la forma en que se muestran los créditos de cada persona. Su parte favorita fue cuando se habla del programa semilla inclusión y a distancia.

La calidad del documental mejoró, al igual que el audio, y el cambio de tomas favoreció al producto final.

## 5.3 Fundamentación

Para la fundamentación de los criterios presentes en la propuesta final de diseño, se tomaron como referencia el proceso del nivel de evaluación y el grupo focal.

### 5.3.1 Código lingüístico

Para la fundamentación de los criterios presentes en la propuesta final de diseño, se tomaron como referencia el proceso del nivel de evaluación y el grupo focal.

**5.3.1.1 Oral:** El lenguaje utilizado es un lenguaje natural, con una forma de expresión simple sin tecnicismos marcados para que el espectador comprenda las funcionalidades de la institución sin perderse en el discurso.

**5.3.1.2 Escrito:** Únicamente en los Banners para la colocación de los créditos de los entrevistados.

### 5.3.2 Código Cromático

Se le da al documental un tono cálido para representar la calidez de las historias y así resaltar lo colorido de la fundación que se refleje que es una institución para niños y jóvenes.

Es full Color pero predomina el color azul, naranja y rojo. En las partículas se utilizó el color naranja para crear y reflejar dinamismo, y analogía con el fondo sin que éste se pierda. Además de ser uno de los colores institucionales de FUNDAL.



RGB: 255, 138, 0

CYMK: 0, 55, 94, 0

### 5.3.3 Código tipográfico

La tipografía utilizada para los banners con la información de los entrevistados es Alegreya Sans, Pertenece al tipo San Serif y facilita la legibilidad, es una tipografía que posee una familia amplia. Desde Thin hasta Black. Al poseer esta diversidad de modalidades permite que pueda utilizarse para diferentes funciones. En el Caso de los Nombres se utilizó Black y para su descripción Bold.

Es una tipografía con la que se puede crear jerarquía de textos, así mismo crear más dinamismo en la composición y crear una connotación moderna y llamativa.

#### Alegreya Sans BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ÄËÏÖÜÁÉÍÓÚ äëïöüáéíóú

0123456789

!"#\$%&/'()=?;:~+´}{-.,\_::][\*"'|°~^<>

#### Alegreya Sans BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ÄËÏÖÜÁÉÍÓÚ äëïöüáéíóú

0123456789

!"#\$%&/'()=?;:~+´}{-.,\_::][\*"'|°~^<>

## 5.4 Criterios técnicos para la puesta en marcha del proyecto.

Para la fundamentación de los criterios presentes en la propuesta final de diseño se tomó como referencia el proceso del nivel de evaluación y el grupo focal.

El documental deberá ser colocado en el canal de YouTube y posteriormente difundido en sus diferentes redes sociales. Puede ser colocado en su página Web y otros medios para que llegue a más personas.

La fundación cuenta con el área de Comunicación, la cual se encarga del manejo de sus redes Sociales las cuales incluyen Facebook, Twitter y Youtube como los principales. En estos momentos la encargada es Diana Bonilla quien es la Gerente de comunicación la que se encargará del manejo del Documental, el cual se colocará en las redes sociales antes mencionadas y será utilizado para diferentes eventos o presentaciones especiales en los que sea requerido.

**Lugar:** Guatemala, Ciudad de Guatemala.

**Descripción del Producto:**

Documental que muestra las labores de FUNDAL.

**Duración:** 10min.

**Objetivo:**

Que el vídeo sea difundido de una forma eficiente.

**Formato:** NTSC DV HD

**Dimensiones:** 1280 x 720 px

**Resolución:** 29,97 fps

**Sonido:** Estéreo 48000 Hz

**Codec:** H.264 – mp4

**Género:** Video Documental

**Cliente:** Fundación para niños con sordoceguera Alex -FUNDAL-.



## 5.5 Cuantificación de la inversión para la puesta en marcha del proyecto

Gracias a los avances de las redes sociales el difundirlo no tiene costo, Fundal tiene un canal actualmente en YouTube y cuenta con las redes sociales necesarias.

La Fundación cuenta con servicio de Internet, computadora, y una persona encargada de los medios de comunicación, por lo que no infringe en ningún gasto extra. Estos servicios ya se pagan actualmente, por lo que se colocó en el presupuesto debido a que no debe dejar de pagarse para poder seguir manteniendo el contacto con los subscriptores.

Otros gastos			
SALARIO	UNI	CAST. UNI.	TOTAL
Uso de redes Sociales	3	---	---
Publicación en YouTube	1	---	---
Internet	1	Q 400.00	Q 400.00
Manejador de las redes sociales	1	Q 2,500.00	Q 2,500.00
Computadora	1	---	---
<b>TOTAL</b>			<b>Q 2,900.00</b>

## 5.6 Cuantificación del aporte económico

<b>Consultoría creativa y conceptualización - 20 días</b>				
Salario	uni	cast. Uni.	Dias	Total
Diseñador Gráfico	1	Q 300.00	20	Q 6,000.00
Publicidad	1	Q 350.00	10	Q 3,500.00
Investigación	1	Q 350.00	20	Q 7,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 16,500.00</b>
<b>Producción -20</b>				
SALARIO	UNI	CAST. UNI.	DIAS	TOTAL
Productor	1	Q 250.00	10	Q 2,500.00
Director	1	Q 200.00	10	Q 2,000.00
Director artístico	1	Q 150.00	10	Q 1,500.00
Localizador (gestor)	1	Q 50.00	5	Q 250.00
Camarógrafo	1	Q 450.00	20	Q 450.00
Sonidista	1	Q 150.00	5	Q 150.00
Iluminación	1	Q 50.00	20	Q 1,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 7,850.00</b>
<b>EQUIPO</b>				
SALARIO	UNI	CAST. UNI.	DIAS	TOTAL
Cámara	2	Q 700.00	10	Q 7,000.00
Luz	1	Q 150.00	10	Q 1,500.00
tripode	1	Q 200.00	10	Q 2000.00
Electricidad	1	Q 1,000.00	5	Q 15,000.00
Computadora para edición	1	Q 200.00	20	Q 4,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 29,500.00</b>
<b>POSTPRODUCCIÓN</b>				
SALARIO	UNI	CAST. UNI.	DIAS	TOTAL
PRODUCTOR	1	Q 250.00	10	Q 2,500.00
Director	1	Q 200.00	10	Q 2,000.00
Editor de video y sonido	1	Q 200.00	10	Q 2000.00
Diseñador Gráfico Multimedia	1	Q 200.00	15	Q 3,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 9,500.00</b>

<b>TOTAL</b> (Consultoría creativa y conceptualización - 20 días)	
Descripción	Total
Consultoría y conceptualización	Q 16,500.00
Producción	Q 7,850.00
Equipo	Q 29,500.00
Postproducción	Q 9,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>Q 63,350.00</b>

<b>Otros gastos</b>	
Descripción	TOTAL
Imprevistos (5% del subtotal)	Q 3,167.50
Impuestos (16%)	Q 10,136.00
<b>TOTAL</b>	<b>Q 13,303.50</b>

\*Referencias de Costos en anexos.



# Conclusiones

El documental será visto por cualquier persona en cualquier parte, por lo que se logrará promover los servicios que brinda la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex -FUNDAL,

Se logró producir un material gráfico, que es de fácil comprensión, el cual contiene tomas actualizadas de cómo se encuentra Fundal ahora y cómo ha sido su crecimiento. Gracias a esto, será posible llegar a potenciales participantes, ya sea como voluntario, donador o padrino.

El documental logra crear un vínculo entre Fundal y el Grupo objetivo, gracias a que se evidencia la realidad que están viviendo los niños y jóvenes que asisten a las 3 sedes y a los que están en los programas.

Se logró reflejar un enfoque humano y generar emociones de los que ven el documental.

La puesta en escena de las piezas gráficas a el GO son muy importantes para que el resultado final sea el indicado y el más efectivo.





# Recomendaciones

Al momento de realizar un audiovisual es muy importante contar con los recursos necesarios, porque de ello dependerá la calidad de producción.

Realizar el proceso de preproducción bien definido, esto facilitará el proceso y logrará un uso eficiente de tiempo y recursos.

Organizar muy bien el tiempo de grabación y contar con un plan alternativo en caso de cambios inesperados.

Investigar mucho sobre temas relacionados con la edición y la postproducción, sobre cómo limpiar un audio, cómo manejar el balance, nivelar la iluminación, etc.

# Lecciones Aprendidas

Jamás juzgar un libro por su portada, generalmente se tiene una idea de cómo son las personas que poseen alguna discapacidad, pero ellos pueden ser personas muy fuertes e independientes, sobre todo dispuestos a realizar logros que se pensaría que no son alcanzables.

Fundal brinda servicios de alta calidad, pero lo que más sobre sale de la fundación es la calidad humana que posee, y la lucha por los derechos de sus estudiantes son el reflejo sus valores.

Realizar un vídeo o un audiovisual puede parecer no ser tan complicado, pero sí lo es. Lleva tiempo y preparación, no se puede dar por hecho que las cosas saldrán bien.

Es importante ser consciente de las limitaciones y aptitudes con las que se contaba como diseñador, la falta de experiencia.





# Referencias

- Aguirre Barco, P., Gil Angulo, J. M., González Fernández, J. L., Osuna Gómez, V., Polo Serrano, D. C., Vallejo de Castro, D., . . . Prieto Díaz, I. (2007). *MANUAL DE ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS DE APOYO EDUCATIVO DERIVADAS DE DISCAPACIDAD VISUAL Y SORDOCEGUERA*. (C. d. Educación, & Dirección General de Participación e Innovación Ed, Edits.) España: Junta de Andalucía.
- Behocaray, G. (s.f.). *educ*. Recuperado el 10 de agosto de 2015, de [http://www.educ.ar/dinamico/UnidadHtml\\_get\\_68c644b4-1225-439e-8b3c-27ce6afaad9a/pdf/disenomultimedia\\_1.pdf](http://www.educ.ar/dinamico/UnidadHtml_get_68c644b4-1225-439e-8b3c-27ce6afaad9a/pdf/disenomultimedia_1.pdf)
- Biasutto, M. Á. (2004). *dialnet*. Obtenido de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1063951>
- Digital, G. d.-3. (2009). *cibersociedad*. Recuperado el octubre de 2015, de <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/redes-sociales-y-medios-de-comunicacion/831/>
- Domínguez. (s.f.). *Catarina*. Recuperado el 14 de agosto de 2015, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/dominguez\\_r\\_g/capitulo5.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/dominguez_r_g/capitulo5.pdf)
- (s.f.). *ESTRATEGIAS D E PROMOCIÓN Y VENTAS* .
- Garrido. (s.f.). *catarina*. Recuperado el 14 de agosto de 2015, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/garrido\\_o\\_ja/capitulo4.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/garrido_o_ja/capitulo4.pdf)
- Gráfica, R. L. (Enero de 2011). *Red Gráfica*. Obtenido de <http://redgrafica.com/El-Material-P-O-P-y-su-utilidad>
- Guarata, C. E. (2008). Motion graphics: la nueva visión en el diseño televisivo de continuidad desarrollo de piezas de identidad de un canal de televisión. *Resumen de Proyecto de Tesis*.
- iLifebelt. (2015). *V Estudio de redes sociales*. Centoamerica y el caribe.
- Martí, L. (2012). *acuarelistas.org*. Obtenido de <http://www.acuarelistas.org/p/materiales.html>
- Parramón, J. M., & Fresquet, G. (1973). *Como pintar a la acuarela* (Décima Edición ed.). (J. M. Vilasaló, Ed.) Barcelona , España: Instituto Parramón, Ediciones.
- Rabiger, M. (2005). *Dirección de documentales* (3ª Edición ed.). (M. L. Morejón, Trad.) MADRID: INSTITUTO OFICIAL DE RADIO Y TELE VISIÓN. RTVE.
- Ruiz, H. S. (2015). *Las entrevistas de Heidy* . Obtenido de <http://lasentrevistasdeheidy.blogspot.com/2015/07/la-cara-amiga-de-salvador-orellana.html>
- Sigma, M. (2009). *Definición de Niveles Socio Económicos*. Guatemala.
- Suárez, G. (28 de Enero de 2009). *codigovisual.wordpress.com*. Recuperado el 13 de 08 de 2015, de <https://codigovisual.wordpress.com/2009/01/28/motion-graphics/>
- Tejada. (s.f.). *catarina*. Recuperado el 14 de agosto de 2015 Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/tejada\\_s\\_jc/capitulo4.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/tejada_s_jc/capitulo4.pdf)
- Varios. ( 2006). *LINEAMIENTOS DE INFORMACION SOBRE SORDOCEGUERA Y MULTIDEFICIT*. Bogotá: Universidad del Rosario, Facultad de Rehabilitación y Desarrollo Humano.
- Vega, I. G. (Septiembre de 2011). *GUÍA DE DISCAPACIDAD MÚLTIPLE Y SORDOCEGUERA PARA PERSONAL DE EDUCACIÓN ESPECIAL*. 164. D.F., México.
- YouTube. (s.f.). *YouTube*. Recuperado el 2015, de <https://www.YouTube.com/yt/about/es>
- 





*Anexos*



# Propuesta Final

## Instrumento de validación



**INSTRUCCIONES:** Responda las siguientes interrogantes. Se le presentaran una serie de preguntas de las cuales debe responder de forma sincera. Consta de dos secciones la primera antes de ver el documental y la segunda para después.

1.- ¿El mensaje que transmite le provoca algún sentimiento?

---

2.- ¿El video refleja profesionalismo de parte de la fundación?

Sí No

3.- ¿Recomendaría la Fundación?

Sí No

4.- ¿Al ver el documental consideraría participar de algún modo con la fundación?

Sí No

5.- ¿Considera que el mensaje es claro?

Sí No

12.- ¿Cree que es claro cuál es la función de FUNDAL?

Sí No

13.- ¿Visualmente el video es atractivo?

Sí No

6.- ¿Cómo le pareció el contenido del video?

Interesante Útil Aburrido inútil

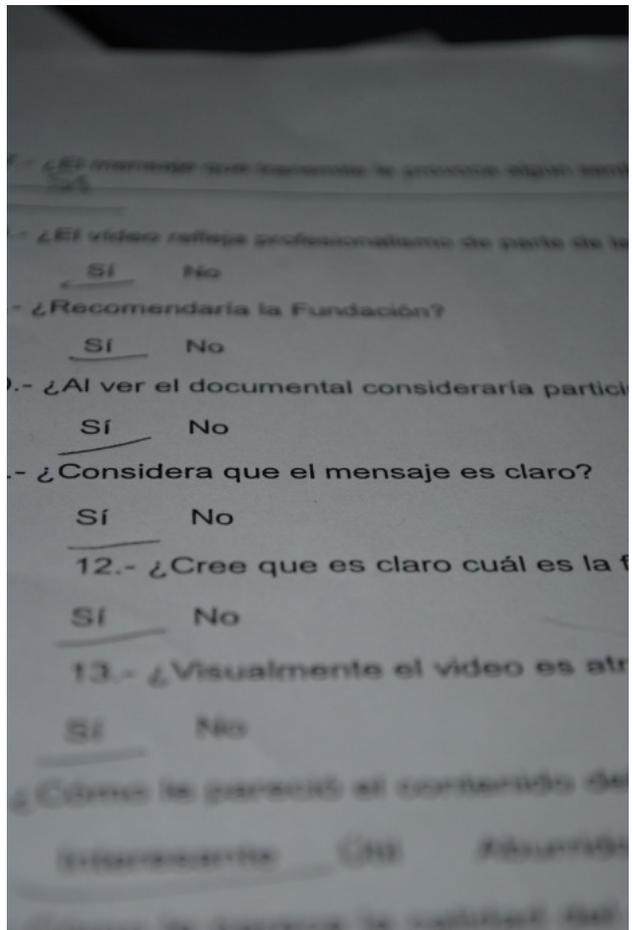
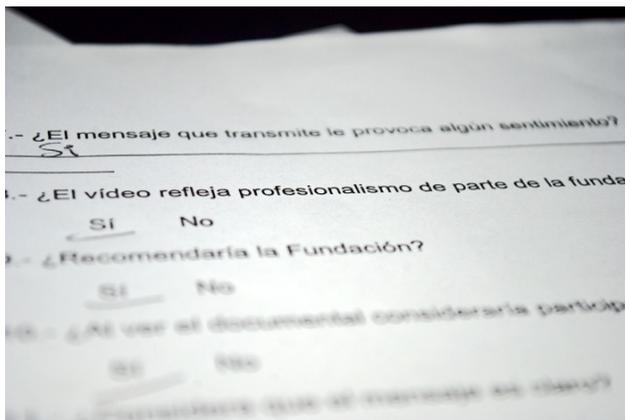
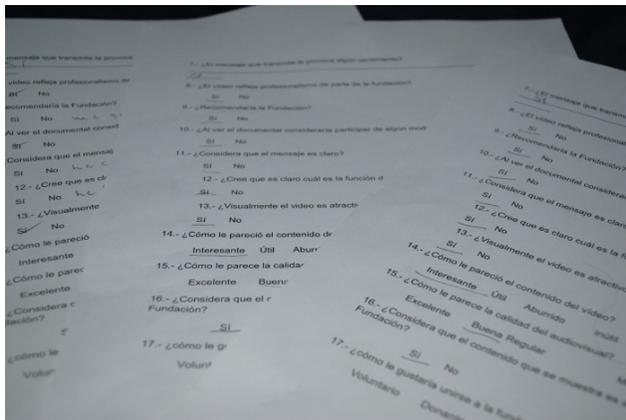
7.- ¿Cómo le parece la calidad del audiovisual?

Excelente Buena Regular Mala

8.- ¿Considera que el contenido que se muestra es adecuado para la divulgación de la Fundación?

Sí No

# Instrumento de validación Resueltas





# Rúbrica de Evaluación

**ENTREGA:** ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Vinculación con los objetivos			Profundidad de la estrategia			Temporalidad de la estrategia		Recursos y responsables		NOTA/10
La estrategia propuesta favorece el logro de los objetivos			La estrategia propuesta aborda todas las necesidades de comunicación del proyecto			La estrategia está planteada en función de tiempo de exposición y frecuencia de las exposiciones		La estrategia planteada establece los recursos humanos técnicos y financieros necesarios		
Mucho	Regular	Poco	Mucho	Regular	Poco	Mucho	Poco	Mucho	Poco	
3	2	1	3	2	1	2	1	2	1	

# Carta de aceptación



*Si usted cierra sus ojos  
y tapa sus oídos por  
sólo un minuto, se  
dará cuenta que  
quedará  
completamente  
aislado, en total  
silencio y oscuridad.*

*Las personas con  
sordoceguera viven  
esta condición y  
requieren servicios  
profesionales y  
métodos  
especializados.*

*FUNDAL, institución  
privada sin fines de  
lucro, se dedica a la  
inclusión educativa,  
social y cultural  
de niños, niñas y  
jóvenes con  
sordoceguera y retos  
múltiples.*

*A través de sus  
centros educativos en  
Guatemala,  
Quetzaltenango y  
Huehuetenango, y por  
medio del programa  
de apoyo para el  
interior del país, se  
orientan a más de 150  
alumnos y a sus  
familias en el  
aprendizaje de  
actividades que,  
sin la vista y el oído,  
parecerían imposibles  
de realizar; utilizando  
el tacto y el resto de  
sus sentidos para  
crear herramientas de  
comunicación y  
desarrollar su  
independencia.*

## Tu apoyo nos hace sonreír

*Apóyanos apradrinando a un niño o  
siendo voluntario, para mayor  
información comunícate con nosotros.*

Guatemala, 10 de agosto 2015

Licenciado  
Gustavo Jurado  
Director  
Escuela de Diseño Gráfico  
Universidad de San Carlos  
Presente

Estimado Licenciado Jurado:

Reciba un cordial saludo en nombre de todos los alumnos, familias y colaboradores de **FUNDAL** - única institución en Guatemala dedicada a la **sordoceguera** y a la **discapacidad múltiple** – y nuestros mejores deseos de éxito en tus actividades diarias.

En estos 17 años de servicio hemos confirmado que es una verdadera bendición contar con instituciones que nos apoyan con nuestra labor proveyéndonos a futuros profesionales para realizar sus prácticas en nuestra institución.

Es para nosotros un gusto darle la cordial bienvenida a **Mayrim Belem Meoño Cruz**, con número de carné **200210036**, estudiante de la Licenciatura en Diseño Gráfico a nuestra institución para que realice su Proyecto de Graduación, equivalente a Tesis y su Ejercicio Profesional Supervisado (EPS).

Nuevamente muchas gracias por su apoyo profesional. Nos tiene a las órdenes para ampliar cualquier información que requiera.

Cordialmente,

Licda. Gladis Merlos Solís  
Coordinadora de Talento Humano  
[talentohumano@fundal.org.gt](mailto:talentohumano@fundal.org.gt)

Diana Isabel Bonilla Sinibaldi de Sandoval  
Gerente de Comunicación y Desarrollo  
[comunicacion@fundal.org.gt](mailto:comunicacion@fundal.org.gt)

*"No hay tarea más hermosa que la de guiar a alguien por la oscuridad y el silencio".  
Helen Keller*



1a. Calle y Carretera Interamericana 0-20, Zona 1 de Mixco,  
Lomas de Portugal, Guatemala, C.A.  
PBX: (502) 2491-7878 ó 1597

[www.fundal.org.gt](http://www.fundal.org.gt)



# Tarifarios



Cámara de Diseñadores en Comunicación Visual del CCRV.

## Tarifario Modelo (versión 5.0)

Se establece un aumento a partir de **Junio de 2015** en base a lo acordado en paritarias Nacionales por los distintos Gremios Comerciales y Gráficos.

**Junio - Noviembre 2015**



Rafaela - Santa Fe - ARG



TM V5.0  
Junio - Noviembre 2015  
□□□□□□

	TRABAJO A REALIZAR	Cliente A	Cliente B	Cliente C
ALICUOTADO	Presentaciones dinámicas PowerPoint, Prezi, etc. Hasta 15 dispositivos/pantallas.	1.160	990	830
	Placa animada 2D Diseño de texto, fondo y animación. Hasta 20 segundos (costo por segundo: 150)	2.700	2.320	1.930
	Spot publicitario/animación complejidad baja Edición de imagen y placa estática. Hasta 30 segundos (costo por segundo: 140)	7.340	6.290	5.240
	Spot publicitario/animación complejidad media Edición de imagen y placa animada. Hasta 30 segundos (costo por segundo: 120)	11.590	9.940	8.280
	Spot publicitario/animación complejidad alta Edición de imagen y placa animada (2). Hasta 30 segundos (costo por segundo: 190)	20.090	17.220	14.350
DÍA	Spot radial Edición/maquila. Hasta 25 segundos. No incluye grabación de audio/locución.	1.490	990	500
	Composición y grabación de música original Hasta 1 hora. No incluye grabación.	3.860	3.310	2.760
	Locución Para spot de hasta 25 segundos.	830	500	170
HORAS	Sesión fotográfica en estudio Hasta 2 horas, 1 cámara.	2.320	1.820	1.160
	Sesión fotográfica en locación Hasta 3 horas, 1 cámara.	4.970	3.310	2.480
	Foto de producto Costo por unidad.	830	580	410
	Escaneo digital Costo por unidad.	50	30	20
	Filmación Costo por hora. Incluye 1 cámara FullHD a un microfibro (standard) + 1 h.a. www.cdcv.com.ar	2.320	1.990	1.660
	Supervisión de tomas fotográficas por hora Acompañamiento en composición de escenas, UE, etc.	580	410	250
	Retoque digital (se recomienda ver ítem N°1) Costo por cada imagen. Fotomontaje, retoque de personas, restauración, etc.	1.560	720	300

Tarifario Modelo | CDCV Rafaela

\*CDCV, datos en Pesos Argentinos

Consultoría Creativa y Conceptualización		1 de agosto a 20 de agosto	
SALARIOS OPERATIVOS	Unidad	Costo	Unidad, días
Director Gráfico Multimedia	1	300.00	20
Publicista	1	300.00	10
Investigador	1	300.00	20
<b>TOTAL de Conceptualización</b>			<b>16.800,00</b>

Preproducción		20 de agosto a 1 de septiembre	
SALARIOS OPERATIVOS	Unidad	Costo	Unidad, días
Productor	1	200.00	10
Director	1	200.00	10
Director Artístico	1	180.00	10
Localizador (gestor)	1	80.00	7
<b>TOTAL de Preproducción</b>			<b>6.380,00</b>

Producción		del 1 de septiembre al 15 de septiembre	
SALARIOS OPERATIVOS	Unidad	Costo	Unidad, días
Productor	1	200.00	20
Director	1	180.00	20
Director Artístico	1	180.00	10
Actores Humanos	10	200.00	2
Actores Perros	2	280.00	2
Camarógrafos	2	480.00	4
Sonidista	1	180.00	4
Gaffer (iluminotécnico)	1	80.00	4
Localizador (gestor)	1	80.00	8
Director Gráfico Multimedia	1	280.00	18
Maquillista	1	100.00	4
Staff de decorados	1	100.00	4
<b>TOTAL Salarios Producción</b>			<b>23.700,00</b>

Equipo			
10e Cámara de video KIT SONY FX	2	2.380.00	4
Centros	8	80.00	4
Melero de luz 1. Luz Directa 2. Luz de Fondo 3. Backlight	2	180.00	4
Trípodes (Manfrotto 388)	2	318.00	4
Set de Reflectores	2	78.00	4
Electricidad	1	1.000.00	4
Computadora para edición	1	280.00	80
<b>TOTALS</b>			<b>34.050,00</b>

\*Marysol Davila  
Diseñadora Gráfica.

PRESUPUESTO PRODUCCIÓN: GASTOS						
Cód	Partida	Concepto	Coste Uni	Concepto u nº	Totales	
1	Personal y auxiliares					
1.1	De la compañía (en nómina)					
1.1.1	Salarios					
1.1.1.1		Director	2,300	coste/mes	1	2,300
1.1.1.2		Realizador	2,500	coste/mes	1	2,500
1.1.1.3		Administración	1,100	coste/mes	0	0
1.1.1.4		Secretaría	0	tanto alzado	0	0
1.1.1		Subtotal salarios				4,800
1.1.2		Cargas sociales y tasas	4,800	porcentaje	38%	1,824
1.1		Subtotal				6,624
1.2	Prestación servicios terceros					
1.2.1		Realizadores	0		0	0
1.2.2		Asesores				
1.2.2.1		Documentalistas	0	tanto alzado	1	0
1.2.2.3		Asesoría fiscal, conta, ...	240	tanto alzado	0	0
1.2.2.2		Traductores	600	tanto alzado	0	0
1.2.2.3		Otros asesores ...	0		0	0
1.2.2		Subtotal asesores				0
1.2.3		Personal temporal				
1.2.3.1		Director de producción	1,200	coste/mes	1	1,200
1.2.3.2		Diseñador infográfico	0	tanto alzado	0	0
1.2.3.3		Iluminador	60		0	0
1.2.3.4		Operadores de cámara	100	coste/día	1	100
1.2.3.5		Auxiliar de cámara	60	coste/día	0	0
1.2.3.6		Técnico de sonido	100	coste/día	1	100
1.2.3.7		Locutores	0	unidad	0	0
1.2.3.8		Otros temporales ...				0
1.2.3		Subtotal personal temporal				1,400
1.2.4		Asistencia legal	300	tanto alzado	1	300
1.2		Subtotal				1,700
1		TOTAL 1				8,324
2	Compra de derechos					
2.1		Guionista	6,000	tanto alzado	1	6,000
2.2		Compra de derechos				
2.2.1		Textos literarios	0		0	0
2.2.2		Música	13,000	tanto alzado	1	13,000
2.2.3		Imágenes de archivo	800	minuto	0	0
2.2.4		Otros	0		0	0
2.2		Subtotal compra derechos				13,000
2.3.1		Acuerdo participación protagonistas	24,000	unidad	0	0
2.3.2		Personajes secundarios	3,000	unidad	0	0
2		TOTAL 2				19,000

3	Costes producción					
3.1	Equipamientos					
3.1.1	Grabaciones					
3.1.1.1		Cámara hdv	120	coste/día	2	240
3.1.1.2		Traveling	0		0	0
3.1.1.3		Iluminación	80		0	0
3.1.1.4		Equipo de sonido	40		1	40
3.1.1.5		Sonido estudio	200		1	200
3.1.1		Subtotal grabaciones				480
3.1.2	Montaje					
3.1.2.1		Sala edición "on line"	400	coste/día	1	400
3.1.2.2		Sala edición "off line"	240		1	240
3.1.2.3		Grabación efectos	0		0	0
3.1.2.4		Sala de efectos	600	coste/día	0	0
3.1.2.5		Montaje de sonido	600	coste/día	1	600
		Mezclas de sonido	450	coste/día	1	450
		Paseo 35 mm	0	minuto	0	0
		Subtotal montaje				1,690
		Subtotal				2,170
	Fungibles					
	Cintas video					
		Cintas grab. Hdv	12	unidad	0	0
		Cintas efec. Hdv	12	unidad	0	0
		DVD	6	unidad	0	0
		Subtotal cintas				0
3.2.2	Otros					
3.2.2.1		Otros spots magn.	30	unidad	0	0
3.2.2.2		Fotos	12	unidad	0	0
3.2.2		Subtotal otros				0
		Subtotal				0
3		TOTAL 3				2,170
4	Viajes					
4.1	Localizaciones					
4.1.1	Viaje 1 (Director)					
4.1.1.1		Pasajes	900	unidad	0	0
4.1.1.2		Viaje	0	unidad	0	0
4.1.1.3		Dietas	80	unidad/día	0	0
4.1.1.4		Alojamiento	60	unidad/día	0	0
4.1.1.5		Alquiler vehículos	20		0	0
4.1.1.6		Gastos vehículo	10	coste/día	0	0
4.1.1.7		Gastos de comunicación	120	tanto alzado	0	0
4.1.1.8		Gastos de producción	600	tanto alzado	0	0
4.1.1.9		Otros	100	tanto alzado	1	100
		Subtotal viaje localización 1				1000
4.1		Subtotal				1000
5	Gastos generales					
5.1	Locales, gastos y otros					
5.1.1		Local	180	unidad/mes	1	180
5.1.2		Teléfono/ Fax / Courier / E-mail	1,100	unidad/mes	1	1,100
5.1.3		Servicios de mensajería	300	tanto alzado	0	0
5.1.4		Muebles de oficina, etc.	0		0	0
5.1.5		Papejería	1	tanto alzado	0	0
5.1.6		Alquileres de equipamientos oficina	0		0	0
5.1.7		Consumibles	60	tanto alzado	1	60
5.1.8		Gastos de vehículos	0		0	0
5.1		Subtotal				1,340
5.2	Seguros y bancos					
5.2.1	Aseguradoras					
5.2.1.1		Responsabilidad civil	0	tanto alzado	0	0
5.2.1.2		Equipamientos	300	tanto alzado	0	0
5.2.1.3		Vida y accidentes	0	tanto alzado	0	0
5.2.1		Subtotal seguros				0
5.2.2	Bancos					
5.2.2.1		Gastos financieros	1,000	tanto alzado	0	0
5.2.2.2		Otros	0		0	0
5.2.2		Subtotal bancos				0
5.2		Subtotal				0
5		TOTAL 5				1,340

\*Proporcionado Por Teresa Jiménez

Productora Cinematográfica

Directora - Fundadora · De 2,007 hasta la fecha · Ciudad de Guatemala de Hacer Cine en Guatemala.

Guatemala, agosto 19 de 2016.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Msc. Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **MAYRIM BELEM MEOÑO CRUZ**, Carné universitario: **200210036**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE DÉ A CONOCER LAS LABORES DE LA FUNDACIÓN GUATEMALTECA PARA NIÑOS CON SORDOCEGUERA ALEX -FUNDAL**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

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



Lic. Maricella Saravia  
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - 5828 7092 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com

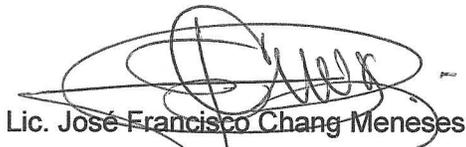
***“Estrategia de Comunicación que dé a conocer las labores de la Fundación  
Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex - FUNDAL”***

Proyecto de Graduación desarrollado por:



**Mayrín Belem Meoño Cruz**

Asesorado por:



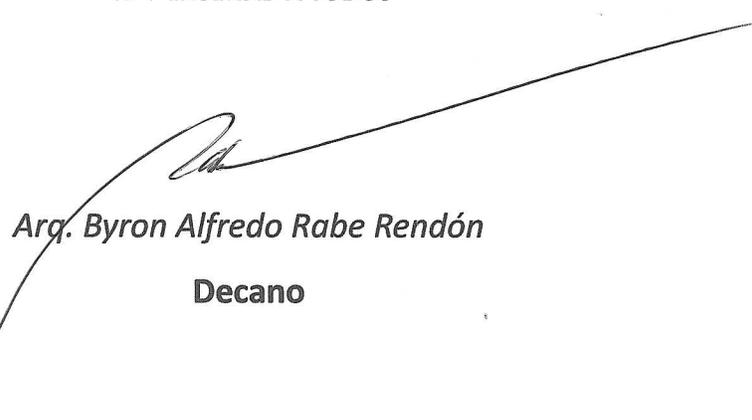
Lic. José Francisco Chang Meneses  
Asesor Metodológico



Lic. María Berthila Gutiérrez De Melgar  
Asesor Gráfico

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón

**Decano**



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

