



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Diseño de página web y material multimedia para visualizar la labor social que AVITRANSP realiza en favor de las viudas y huérfanos de choferes del área metropolitana de Guatemala.

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Sergio David Castellanos Mejía

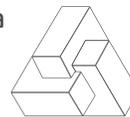
Para optar al título de:

Licenciado en Diseño Gráfico.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Diseño de página web y material multimedia para visualizar la labor social que AVITRANSP realiza en favor de las viudas y huérfanos de choferes del área metropolitana de Guatemala.

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Sergio David Castellanos Mejía

Para optar al título de:

Licenciado en Diseño Gráfico.

“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, 2018

NÓMINAS DE AUTORIDADES

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea
Vocal I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal II

Msc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. María Fernanda Mejía Matías
Vocal IV

Br. Lila María Fuentes Figueroa
Vocal V

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario Académico

Tribunal examinador

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada
Asesora Metodológica

Licda. Larisa Caridad Mendóza Alvarado
Asesora Gráfica

Licda. Azucena María Castellón Guerra
Tercer Asesora

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Msc Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario Académico

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA

A **Dios**, por brindarme salud, inteligencia, sabiduría, fuerza y por guiarme en el camino de la vida.

A mis padres **Reginaldo Castellanos Ruiz y María del Carmen Mejía García** por estar conmigo incondicionalmente y ser el apoyo más grande durante mi educación. Por ser mi ejemplo de vida a seguir, por enseñarme a seguir mis sueños todos los días sin importar las circunstancias.

A mi hermana **Mónica Castellanos** por ser uno de los motores que me impulsa a ser mejor cada día, por tus consejos llenos de sabiduría tanto en el ámbito profesional como en el de la vida.

A toda mi familia, porque todos me han apoyado en diferentes maneras, incluso sin saberlo. Sin ese apoyo no estaría culminando este sueño.

A mis amigos, por ser parte de mi vida, de mis momentos alegres y tristes, por apoyarme, por nunca dejarme caer, por estar siempre ahí: **julián Martínez, Mariela Barrios, Grethel Lucero y Neihjse Rodas**.

A **AVITRANSP** por abrirme las puertas de su institución, confiar en mi criterio y capacidad como profesional y por ayudarme a ayudarlos.

A los profesionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, **Licda. Lourdes Pérez, Licda. Larisa Mendóza, licda. Azucena Castellón y Lic. Axel Barrios**, por su enseñanza, tiempo y dedicación en mi formación profesional.

Y muy especialmente a mi abuelita **María del Carmen García Blanco (Q.E.P.D)**, *porque sin ti no sería nada de lo que soy hoy.*

ÍNDICE

Capítulo 1: Introducción.....15

- Problema
- Justificación
- Trascendencia
- Incidencia
- Factibilidad
- Objetivos del Proyecto
- General (Social)
- Específicos (de Comunicación Visual, de Diseño)

Capítulo 2: Perfiles.....23

- Perfil de la Organización
- Grupos Objetivos

Capítulo 3: Planeación operativa.....31

- Flujograma del proceso (Insumos y tiempos)
- Cronograma de Trabajo Proceso Creativo

Capítulo 4: Marco teórico.....37

- Dimensión Social
- Aspecto Social: Entorno, Contexto y Situación
- Aspecto Ético: Incidencia, Impacto y Beneficio
- Dimensión Estética y Funcional: Ensayo 5 Aspectos principales de diseño:
- Tendencia
- Estilo de Ilustración o fotografía
- Cromatología
- Tipografía
- Retícula

Capítulo 5: Definición creativa.....47

- Descripción de la estrategia de aplicación de la pieza
Preguntas | Cuadro comparativo (ventajas y desventajas)
- Concepto Creativo
- Mapas de empatía
- Insight
- Concepto Creativo
- Propuesta de Códigos Visuales
- Aspecto Estético:
Tendencia y/o estilo más ejemplos
- Brief

Capítulo 6: Proceso de producción gráfica.....63

- Nivel de Producción Gráfica 1 (Bocetos a mano)
- Pieza gráfica: Sitio web, audiovisuales
- Secciones principales
- Descripción y Fundamentación
- Nivel de Producción Gráfica 2
- Pieza Gráfica
- Secciones principales
- Descripción y fundamentación
- Descripción de Validación: Profesionales DG
- Nivel de Producción Gráfica 3
- Pieza Gráfica
- Secciones principales
- Descripción y fundamentación
- Descripción de Validación: Grupo Objetivo y Cliente
- Técnica (Grupo focal, encuesta, entrevista)
- Muestra (Cantidad de personas evaluadas, Rangos de edad, Profesión)
- Aspectos Evaluados
- Funcionalidad

Capítulo 6.1: Propuestas gráficas finales.....83

- Página Web
- Audiovisuales

Capítulo 7: Lecciones aprendidas.....125

- Gestión
- Producción de Diseño Gráfico

Capítulo 8: Conclusiones.....127

- Conclusiones

Capítulo 9: Recomendaciones.....129

- Recomendaciones

Referencias.....132

Glosario.....133

Anexos.....135

- Antecedentes
- Mapas de empatía
- Validación Producción Gráfica 2
- Validación Producción Gráfica 3
- Fotografías



Presentación

El presente informe muestra la sistematización, procesos de investigación, análisis, toma de decisiones, producción y diferentes niveles de validación con los grupos objetivos y expertos en diseño gráfico, que se realizaron para la creación de la página web y materiales audiovisual para AVITRANSP -Asociación de Viudas de Transportes Públicos- con el fin de contribuir en el fortalecimiento institucional y que la labor de desarrollo, prevención e inserción social que la institución realiza a favor de las familias de viudas de pilotos del transporte público de la ciudad de Guatemala, sea conocida y así mismo puedan generar relaciones estratégicas con otras personas e instituciones para su beneficio.

AVITRANSP apoya a través de la búsqueda de mecanismos de atención a la situación de vulnerabilidad que atraviesan las viudas y huérfanos de los pilotos del transporte público, sobre la convicción que el apoyo a las víctimas de la violencia, no solo debe brindarse en el momento de la pérdida. La asociación ha enfocado sus esfuerzos en la búsqueda de mejorar el futuro de las viudas y huérfanos a través de proyectos de ayuda psicológica, capacitaciones y ayuda social.

La misión de la Universidad de San Carlos de Guatemala es promover todos los medios a su alcance la investigación en todas las esferas del saber humano y cooperará al estudio y solución de los problemas nacionales. Es por esto que como parte de la misma se tomó la decisión e iniciativa de ayudar a AVITRANSP, para su fortalecimiento institucional a nivel de comunicación visual.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN



Problema

El país atraviesa hoy, en el año 2017 por uno de los momentos más violentos de su historia, en los últimos 7 años la violencia homicida ha aumentado más del 120%, pasando de 2,655 homicidios en 1,999 a 5,885 en 2,006. Este crecimiento equivale a un aumento mayor al 12% por año desde 1,999 superando ampliamente al crecimiento poblacional que es inferior al 2.6% anual. En 2006 el país presentó una tasa de homicidios de 47 por cada cien mil habitantes y tan solo en la ciudad de Guatemala los homicidios sumaron 108. Estas cifras posicionaron a Guatemala como uno de los países más violentos del mundo oficialmente en paz, donde los derechos humanos de la población continúan sin ser plenamente respetados. (Arturo Rodríguez, 2007).

El Índice de criminalidad a nivel nacional por departamento, muestra que: el departamento de Guatemala es el más afectado por muertes violentas con un total de 150 entre el 1 y el 31 de Enero de 2017, de esas 150 muertes 62 ocurrieron en el municipio de Guatemala, lo cual lo hace el más afectado el país. Según datos proporcionados por la Policía Nacional Civil – PNC, las zonas con mayor índice de muertes violentas del municipio de Guatemala en Enero de 2017 fueron: zona 1 (12 muertes violentas), zona 5 (10 muertes violentas), zona 18 (10 muertes violentas) y zona 6 (6 muertes violentas). (STCNS, 2017)

Según el informe presentado por la Secretaria Técnica del Consejo Nacional de Seguridad (STCNS) en enero de 2017, entre el año 2012 y 2017, 2417 personas murieron de forma violenta en Guatemala. Del 100% de las muertes por violencia el 90% son hombres y el 10% mujeres. Con este dato podemos observar que el sexo más afectado por muertes violentas es el masculino.

Entre los casi 2390 hombres asesinados en este periodo, existe un sector que ha sufrido un fuerte impacto desde 2006, según registros oficiales de la Policía Nacional Civil (PNC), desde 2006 al 2013 han sido asesinados 622 pilotos de buses urbanos y extraurbanos en Guatemala, el mayor motivo de estos homicidios son las extorsiones (STCNS, 2017).

El peor año para los pilotos fue en 2009, donde mataban a razón de un piloto cada dos días, fue tal el impacto que el diario británico "the Sun" público que la profesión de pilotos de buses en Guatemala era la primera de las diez más peligrosas del mundo. (Werner Ramírez, 2014)

En Guatemala anualmente son asesinados 135 pilotos y 41 ayudantes del transporte público, en promedio cada piloto y ayudante tiene en su núcleo familiar 3 hijos, lo cual significa que anualmente 528 niños de 176 familias sufren la pérdida violenta de su padre, lo cual también significa 176 mujeres que deben fungir como madre y padre a la vez para proveer a sus hijos una vida más digna. En Guatemala aunque son varias las instituciones que luchan por detener o disminuir la violencia, son muy pocas las que buscan ayudar o proteger directamente a las familias de los pilotos asesinados.

Las consecuencias que describe Kliksberg en su libro "La situación social de América Latina y sus impactos sobre la familia y la educación", son que con la ausencia del padre en las familias, se afectan el rendimiento educacional producido por el pobre

clima socioeducativo del hogar, la afectación de la inteligencia emocional, refiriéndose a la escasa capacidad de enfrentar adversidades, la salud en general y las sensaciones de inferioridad, agresividad, aislamiento, resentimiento y lo que él denomina "la orientación en aspectos morales".

En este sentido, no solo se trata de una problemática social que tenga que ver con los índices de delincuencia juvenil o los trastornos físicos representados en tasas de morbilidad y mortalidad, sino que también se relaciona con efectos psicológicos sobre muchos sujetos que se desarrollan al interior de una familia con estas características y que también afectan al individuo en su relación con otros. (Kliksberg, 2000)

Algunas de las asociaciones o instituciones que se dedican a hacer proyectos para incidir en dicha problemática en Guatemala son: FADS, USAID, IEPADES y AVITRANSP. Estas instituciones han generado campañas y proyectos para la prevención de la violencia en niños y jóvenes en general, así como proyectos para iniciativas de ley que protejan a los sectores más afectados del país, pero solo la Asociación de viudas de pilotos de transporte público - AVITRANSP se ha enfocado en ayudar específicamente al sector de las familias de los pilotos de transporte público asesinados.

Definición y delimitación del problema de comunicación visual

Según la investigación y el diagnóstico realizados (ver anexo 5 y 6), el problema fundamental es que a pesar de la ayuda que AVITRANSP brinda a las viudas y sus familias, aún existen muchas más viudas de pilotos de transporte público y sociedad civil en general que no saben que la asociación existe y obviamente desconocen la ayuda que esta ofrece. La asociación es desconocida por un gran porcentaje de su grupo objetivo, esto por la poca o nula estrategia de comunicación que tienen para difundirse ante la sociedad. Como efecto colateral a esta mala comunicación visual, muchas organizaciones no identifican o desconocen la labor que AVITRANSP realiza, así que los pasan por alto al momento de ofrecer ayudas económicas o profesionales para proyectos.

Justificación del proyecto

Actualmente el diseño gráfico es importante para resolver distintas problemáticas, en este caso en particular su intervención servirá para darle una identidad concreta a AVITRANSP, así como una buena estrategia de divulgación en medios digitales, para que sea identificada y conocida, nacional e internacionalmente y que a su vez tenga una mejor captación de su grupo objetivo.

La tendencia actual y a futuro en la comunicación, está ligada al uso de nuevas tecnologías y la incorporación de un sitio Web, no importa el tamaño de la institución es de suma importancia poder alcanzar a los grupos objetivos de manera masiva y sencilla para ellos.

Trascendencia

Llevar a cabo un proyecto como el de AVITRANSP también ayudaría a reducir significativamente la tasa de homicidios que actualmente se encuentra entre una de las más altas del mundo de 47 por cada 100.000 habitantes. Ya que la ayuda que la asociación da no solo beneficia a las viudas, sino también a sus hijos dándoles la oportunidad de obtener becas y terapias con las cuales podrían dejar por un lado el resentimiento e integrarse a la sociedad sin necesidad de seguir el círculo de violencia. Si un proyecto como éste, no se realizara 528 niños en la ciudad de Guatemala potencialmente podrían unirse a grupos delincuenciales. A largo plazo esto significaría una mejora en la calidad de vida de las familias de choferes asesinados.

Incidencia del diseño gráfico

Actualmente el diseño gráfico es importante para resolver distintas problemáticas, en este caso en particular su intervención servirá para dar a conocer el aporte que AVITRANSP hace a la sociedad guatemalteca, por medio de una buena estrategia de divulgación en medios digitales como lo es la página web y los video testimoniales, para que sea identificada y reconocida a nivel nacional e internacional y que de esa forma tenga una mejor captación de sus grupos objetivo

Factibilidad

AVITRANSP está consciente de sus deficiencias en identidad institucional y comunicación visual (ver anexo 7) por lo cual, ven importante invertir en material para informar sobre la misión, visión, proyectos y ayudas que brinda la asociación, para que más familias de viudas de pilotos del transporte público en el área metropolitana se vean beneficiadas y de esta manera menos niños se vean involucrados en grupos delictivos.

Esta es además una oportunidad para poder formar relaciones estratégicas con otras organizaciones o bien personas individuales que quieran apoyar ya sea económicamente o de alguna otra manera para que los proyectos mejoren y la asociación pueda seguir ayudando.

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Contribuir con AVITRANSP en el fortalecimiento institucional y de divulgación visual, para que su labor de desarrollo, prevención e inserción social de las familias de las viudas de pilotos del transporte público, sea conocida y puedan formar alianzas estratégicas con otras instituciones para seguir ayudando a más familias.

Objetivo de comunicación visual

Facilitar el traslado de información a través de comunicación visual digital dirigida a viudas de pilotos del transporte público e instituciones (ONG), nacionales e internacionales. Concientizar e informar a través de video testimoniales y fotografías de la labor que la institución hace para ayudar al sector afectado.

Objetivo de diseño

Diseñar y poner en línea una página web que no solamente sea estéticamente agradable, sino cumpla con informar de forma concisa al usuario y facilite el contacto, el proceso de asociación de viudas a la institución y las donaciones de público en general y otras ONG. La misma contendrá dos videos testimoniales cuyo objetivo será generar empatía respecto a la problemática en la que incide la asociación, para que las personas que los vean sienta el llamado a apoyar o donar para que la institución obtenga fondos y pueda seguir funcionando y apoyando a las familias de las viudas.

CAPÍTULO 2

PERFILES



Perfil de la institución

AVITRANSP -Asociación de Viudas de Pilotos de Transportes Públicos-

Es una organización sin fines de lucro, fundada en la ciudad de Guatemala el 11 Noviembre de 2009 a raíz de los altos índices de violencia en el transporte público. Reuniendo a viudas de pilotos asesinados de forma violenta en la periferia del área metropolitana y que poco a poco ha logrado hacer llegar su iniciativa y ayuda social a otros municipios del departamento de Guatemala.

La institución se encuentra situada en 6ta calle 11-87, Zona 2, Ciudad de Guatemala, su representante legal es Lilian Maribel Pérez Camó.

Misión

Dar atención a madres y niños que son víctimas de violencia, promover sus derechos humanos y generar condiciones de desarrollo integral.

Visión

Mejorar la calidad de vida de las familias afectadas por la violencia, específicamente en las que presentan pérdida de su padre o compañero de hogar, sensibilizando a la sociedad sobre esta situación.

Objetivos

Realizar obras benéficas, de servicio social y asistencia prioritariamente en salubridad y educación para las asociadas a través de programas viables. Desarrollar proyectos tendientes a elevar el nivel de vida de la población y promover la formación, capacitación y educación gratuita.

La institución apoya a las familias, a través de la búsqueda de mecanismos de atención a la situación de vulnerabilidad que atraviesan las viudas y huérfanos de los pilotos del transporte público. Sobre la convicción de que el apoyo a las víctimas de la violencia no solo debe brindarse en el momento de la pérdida. La Asociación ha enfocado sus esfuerzos en la búsqueda de mejorar el futuro de las madres y huérfanos.

Las principales acciones de la Asociación van en función de lograr apoyar la búsqueda de una vida digna a través de capacitación, ayuda psicológica y formación educativa. Es por esto que la asociación ha desarrollado 3 grandes programas que la caracterizan.

Ayuda psicológica:

Desde su fundación hasta la fecha y aunados a estudiantes de psicología de la universidad de San Carlos de Guatemala, brindan terapias psicológicas gratuitas para que tanto las viudas como sus hijos logren sobre llevar la pérdida del ser querido y puedan cerrar el círculo de odio en la sociedad.

Capacitaciones

Con la ayuda de INTECAP, la asociación ha realizado talleres de costura, cocina, panadería, bisutería, belleza y otros oficios, con el fin de que las viudas aprendan un oficio para obtener ingresos económicos y puedan ofrecer una vida más digna a sus hijos.

Ayuda social

Este programa cuenta con la ayuda de distintas organizaciones y personas individuales que proveen ropa, víveres, zapatos útiles escolares y cualquier tipo de donaciones en especie. El programa consiste en hacer llegar toda esta ayuda a las familias de las viudas que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Antecedentes Gráficos



Isotipo AVITRANSP



Imagotipo AVITRANSP



Fan page de Facebook



Fan page de Twitter

Grupos Objetivos

Principal

Viudas de pilotos de transporte público.

Características geográficas

Viven en departamentos del área central de la república de Guatemala: Ciudad de Guatemala, Sacatepéquez, Chimaltenango.

Características socio demográficas

Mujeres de entre 21 y 45 años de edad amas de casa, trabajadoras, con un nivel académico entre la primaria y la secundaria

Características socio económicas

Suelen socializar con mujeres dentro de su mismo entorno y perfil socioeconómico, comparten en común sacar a sus familias adelante. Rango socioeconómico: Nivel bajo (D).

Características Psicográficas

Busca exhaustivamente la forma de sacar adelante a los miembros de su familia dadas las circunstancias en las que no cuenta con el apoyo económico de un esposo o conviviente, aunque desconoce de las técnicas o métodos adecuados para manejar situaciones de la vida cotidiana, por ejemplo, cómo manejar el luto de los hijos al no tener presente a una figura paterna cuando los hijos son dejados en la orfandad a edades muy tempranas.

Relación entre grupo objetivo e institución

La institución apoya a las viudas, a través de la búsqueda de mecanismos de atención a la situación de vulnerabilidad que atraviesan. Sobre la convicción que el apoyo a las víctimas de la violencia, no solo debe brindarse en el momento de la pérdida, la Asociación ha enfocado sus esfuerzos en la búsqueda de mejorar el futuro de las madres y huérfanos a través de entidades gubernamentales y no gubernamentales que apoyen a las mismas en la búsqueda del bienestar y desarrollo dentro de una vida digna.

Secundario

Personas que laboran en ONG'S

Características geográficas

Departamentos del área central de la república de Guatemala y el extranjero.

Características Sociodemográficas

Hombres y mujeres con un rango de edad entre 25 a 35 años, con un nivel académico universitaria y/o de postgrado.

Características Socioeconómicas

Hombres y mujeres que cuentan con la capacidad económica de brindar ayuda a la institución.

Características Psicográficas

Son personas que buscan ayudar a uno o varios sectores de la sociedad para fortalecer la mejora en la calidad de vida de los países y sectores con menos recursos. Cuentan con buena ética profesional

Relación entre grupo objetivo e institución

AVITRANSP necesita de otras organizaciones para poder financiar y fortalecer proyectos educativos, de capacitación, prevención y generadores de empleos. Algunas instituciones se han abocado a AVITRANSP para poder realizar proyectos de prevención o capacitación.

CAPÍTULO 3

PLANEACIÓN OPERATIVA



Para iniciar el proyecto, se realizaron proyecciones y estimados del tiempo, materiales y recursos que serían necesarios. Esto con el fin de lograr aprovechar al máximo cada uno de ellos y que el proyecto fuera exitoso.

A continuación se presenta el cronograma y el flujo grama que fue la base del proyecto.

Inicio

1

Proceso creativo

- Definición del proceso creativo
- Fundamentación con cuadros y mapas mentales
- Material para fundamentación
 - Nivel 1 de visualización
 - Nivel 2 de visualización
 - Nivel 3 de visualización

Insumos:

Papel, lapiz, lapiceros, computadora, internet, carro

Tiempo:

Conceptualización 1 día, fundamentar 1 semana, mapas 1 hora, materiales para fundamentar 1 semana niveles de visualización 1 semana cada nivel 8 horas diarias

Total: 3 semanas

2

Nivel 1 de visualización

- Realización de lluvia de ideas
- desarrollo de concepto creativo
 - depuración de bocetos
 - autoevaluación
- correcciones del asesor
- validación 1 (institución)

Insumos:

Papel, lapiz, borrador, computadora.

Tiempo:

lluvia de ideas 4 hrs, concepto creativo 2 semana, autoevaluación 1 hrs, asesoría 1 semana, visita institución 3 horas

Total: 3 semanas

3

Nivel de visualización 2

- aprobación de conceptualización
- elaboración de 3 propuestas digitales página web
 - Desarrollo de creatividad audiovisuales
- implementación de concepto c.
 - Material para validar con institución (piezas gráficas)
 - correcciones (asesores)

Insumos:

Papel, lapiceros, lapiz, computadora, vehiculos, internet.

Tiempo:

Aprobación C.C 1 día, 3 propuestas digitales 1 semana, desarrollo de creatividad audiovisual 1 semana, implementación 1 semana, visita institución 3 horas, correcciones 1 semana

Total: 2 semanas

4

Nivel de visualización 3

- Definición de piezas gráficas
- Correcciones con asesores
- validación de funcionalidad
 - tabulación de datos
 - proceso de validación
 - posibles piezas finales

Insumos: computadora, internet, papel, l

Tiempo:

piezas gráficas 2 semana, correcciones semana, funcionalidad 1 semana, tabulac horas, correcciones 1 semana

Total: 4 semanas

5

Proceso de Validación

- Desarrollo de encuesta
- Validación con G.O.
- Correcciones con Profesionales
- Correcciones con institución
- Proceso final

Insumos:

Papel, impresiones, computadora, lapiceros.

Tiempo:

Conceptualización 2 días = 8 horas

Validación: 1 día = 8 horas

Correcciones: 2 días = 8 horas

Presentación final: 1 día = 8 horas

Total: 1 semana

Validación a la institución

- Tabulación de resultados
- Validación con institución
- Presentación de datos
- Validación final
- Proceso final

Insumos:

Computadora, papel, lapiceros, material gráfico

Tiempo:

Tabulaciones 1 día, validación: 1 día,

presentación de datos: 1 día, validación final: 1

día 4 horas, 1 semana por proceso de

validación

Total: 1 SEMANA

Validación al G.O.

- Tabulación de resultados
- Validación con G.O.
- Presentación de datos
- Validación final
- Proceso final

Insumos:

Computadora, encuestas, papel, impresiones, lapiceros, vehículo.

Tiempo:

Tabulaciones 1 día, validación: 1 día,

presentación de datos: 1 día, validación final: 1

día 4 horas, 1 semana por proceso de

validación

Proceso creativo final

- piezas validadas
- recolectar todos los datos y gráficos validados
- presentación final de piezas gráficas

Insumos:

Computadora, impresiones, papel, lapiceros, vehículo

Tiempo:

Tabulaciones 1 día, validación 1 día,

presentación de datos y piezas: 1 día,

validación final: 1 día, 1 semana por proceso

de validación

informe final:

Total: 1 SEMANA

Final

EL TOTAL DEL PROCESO CREATIVO ES DE 3 MESE Y DOS SEMANAS

Cronograma de actividades

Mes	Semana	Actividad
Agosto	1	-Investigación de campo
	2	-Recopilación documental de temas de interés sobre el género, pieza, metodología de diseño y contenidos a comunicar para marco teórico.
	3	-Investigación: Construcción y aplicación de herramientas de investigación. -Redacción y correcciones de protocolo.
	4	-Desarrollo de insight y concepto creativo -Bocetos a mano de la estructura para la página web y audiovisuales, 3 bocetos por pieza.
	5	-Bocetaje digital de las 3 propuestas para página web -Primera estructura para guion técnico de audiovisuales
Septiembre	1	-Selección de diseño definitivo para página web -Se sube el protocolo al campus virtual para ser evaluado. -Se realiza la validación del diseño web con la institución
	2	-Se inicia el proceso de diseño web con la propuesta aprobada y se continua con la asesoría para mejorarla. -Se aplican los cambios y modificaciones al guion técnico.
	3	-se realiza el storyboard para testimoniales audiovisuales -Grabación de ambos testimoniales de acuerdo a los guiones y el storyboard. -Se diseñan todas las extensiones de páginas para la web -Primera revisión de redacción para marco teórico.
	4	-Se toman y editan las fotografías para la página web, aplicando el tratamiento según línea gráfica

Cronograma de actividades

Mes	Semana	Actividad
Octubre		-Se inicia con la maquetación de la página web. -Se realiza la validación con profesionales y se aplican los cambios necesarios y se agrega al informe.
	2	-Se realiza la compra de dominio y hosting -Se aplica el modo responsivo a la maquetación - se valida el avance con la institución
	3	-Revisión y depuración de las funciones de la página web -Prueba de modo responsivo en diferentes dispositivos -Asesoría con cuarto consultor (web)
	4	-Inicio de selección de escenas y colorización para post producción audiovisual
Noviembre	1	-Edición de audio y musicalización para audiovisuales -Aplicación de motion graphic a la escenas y render final -Validación con grupo objetivo de la página web y videos y se agrega el informe.
	2	-Aplicación de cambios según necesidades y observaciones en la validación con el grupo objetivo.
	3	-Entrega y presentación final de los materiales gráficos a la institución. Entrega de informe final.

CAPÍTULO 4

MARCO TÉORICO



Dimensión social

Para poder comprender la problemática a abordar es necesario mencionar algunos rasgos básicos de la misma. Para empezar es importante conocer alguna definición de violencia; En 2,002 la Organización Mundial de la Salud (OMS) preparó un estudio llamado World Report on Violence and Health en el cual se define la violencia como: “El uso intencional de la fuerza o el poder físico, de hecho o como amenaza, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga posibilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones” (WHO, 2002).

Con esta definición de violencia podemos separar la misma en dos grandes bloques, el primero como la violencia que causa lesiones ya sean físicas, psicológicas o económicas. Y el segundo como la violencia homicida que es la que causa la muerte física de una o varias personas. Para este informe en particular nos enfocaremos en la violencia homicida.

Realidad nacional

El país atraviesa en este 2017 por uno de los momentos más violentos de su historia. En los últimos 3 años la violencia homicida se ha vuelto algo común en la sociedad Guatemalteca, la cantidad de homicidios entre 2014 (4998 homicidios) y 2016 (4520 homicidios) son muy similares, lo cual muestra que no ha existido una incidencia significativa en dicho problema.

En 2006 el país presentó una tasa de 47 homicidios por cada cien mil habitantes y la ciudad de Guatemala llegó a 108 homicidios por cada cien mil habitantes, según Arturo Matute en su Informe estadístico de la violencia en Guatemala 2007 “estas cifras posicionan a Guatemala como uno de los países más violentos del mundo oficialmente en paz, donde los derechos humanos de la población continúan sin ser plenamente respetados”. (Arturo Matute Rodríguez, 2007)

Según el informe presentado el Febrero de 2017 por la secretaria técnica del consejo nacional de seguridad muestra en el Índice de criminalidad a nivel nacional por departamento que: el departamento de Guatemala es el más afectado por muertes violentas con un total de 150 hasta el 31 de Enero de 2017, de esas 150 muertes, 62 ocurrieron en el municipio de Guatemala, lo cual lo hace el municipio más violento del país.

Según datos proporcionados por la Policía nacional civil – PNC, las zonas con mayor índice de muertes violentas del municipio de Guatemala en Enero de 2017 fueron: zona 1 (12 muertes violentas), zona 5 (10 muertes violentas), zona 18 (10 muertes violentas) y zona 6 (6 muertes violentas). (STCNS, 2017)

Los más afectados por la violencia Homicida

Roberto BRICEÑO-LEÓN menciona en su tesis titulada “La violencia homicida en américa latina” que las víctimas fundamentales de la violencia homicida en américa latina son los hombre, los jóvenes y las personas de escasos recursos y que si bien en una situación de violencia generalizada la víctima puede ser cualquier persona, se encuentra que en todos los países, con independencia de si tienen altas o bajas tasas de homicidio, la mayoría de víctimas son los hombres.

Según el informe presentado por la Secretaria Técnica del Consejo Nacional de Seguridad (STCNS) entre el año 2012 y 2017, 2417 personas murieron de forma violenta en Guatemala. Del 100% de las muertes por violencia el 90% de las víctimas mortales fueron hombres y el 10%

mujeres. Con este dato podemos observar que el sexo más afectado por muertes violentas como lo menciona Roberto Briceño-Leon es el masculino.

Entre los casi 2390 hombres asesinados en este periodo, existe un sector que ha sufrido un fuerte impacto desde 2006, este sector son los pilotos del transporte público, según registros oficiales de la Policía Nacional Civil (PNC), desde 2006 al 2013 han sido asesinados 622 pilotos de buses urbanos y extraurbanos en Guatemala, el mayor motivo de estos homicidios han sido las extorsiones (STCNS, 2017).

El peor año para los pilotos fue en 2009, donde en promedio era asesinado un piloto cada dos días. Fue tal el impacto, que el diario británico “the Sun” público que la profesión de pilotos de transporte público en Guatemala era la primera de las diez más peligrosas del mundo. (Werner Ramírez, 2014).

¿Cómo afecta a las familias?

En Guatemala anualmente son asesinados 135 pilotos y 41 ayudantes del transporte público, en promedio cada piloto y ayudante tiene en su núcleo familiar 3 hijos, lo cual significa que anualmente 528 niños de 176 familias sufren la pérdida violenta de su padre, lo cual también significa 176 mujeres viudas por año.

Las consecuencias que describe Kliksberg en su libro “La situación social de América Latina y sus impactos sobre la familia y la educación”, son que con la ausencia del padre en las familias, se afectan el rendimiento educacional producido por el pobre clima socioeducativo del hogar, la afectación de la inteligencia

emocional, refiriéndose a la escasa capacidad de enfrentar las diversidades, la salud en general y las sensaciones de inferioridad, agresividad, aislamiento, resentimiento y lo que él denomina “la orientación en aspectos morales”. (Martínez, 2010).

En este sentido, no solo se trata de una problemática social que tenga que ver con los índices de delincuencia juvenil o los trastornos físicos representados en tasas de morbilidad y mortalidad, sino que también se relaciona con efectos psicológicos sobre muchos sujetos que se desarrollan al interior de una familia con estas características y que también afectan al individuo en su relación con otros.

Los dos grandes problemas

Con base en lo anterior surgen dos grandes problemas con las familias guatemaltecas cuyos padres (pilotos de buses públicos) son asesinados.

El primer problema que afrontan es de índole económico, ya que en la mayoría de estas familias el padre significa la fuente primordial o única de ingresos económicos, en consecuencia al desaparecer el padre también desaparece dicha fuente de ingresos, obligando a las madres a tomar ese lugar y convertirse en la nueva fuente de ingresos, lo cual nos lleva al segundo problema; ahora la madre es la que sale a trabajar y automáticamente esto provoca que los niños queden sin ningún tipo supervisión en casa, cosa que los hace más propensos a caer o pertenecer a grupos delincuenciales como las maras y en consecuencia a continuar con el círculo de violencia en el cual están sumidos.

En Guatemala aunque son varias las instituciones que luchar por detener o disminuir la violencia, son muy pocas las que buscan ayudar o proteger a las familias de los choferes asesinados.

Aunque no existen muchas organizaciones o planes concretos para ayudar específicamente a las viudas de pilotos de transporte público y sus familias. Las pocas organizaciones que existen han optado por brindar ayuda económica o bien oportunidades de trabajo o capacitaciones como cocina, costura, carpintería entre otros, para que puedan emprender y trabajar desde sus casas y no dejen a sus hijos solos, así también promueven ayudas psicológicas para que tanto las viudas como sus hijos puedan reintegrarse a la sociedad y tener una mejor calidad de vida. Entre

estas instituciones esta AVITRANSP que muestra un gran apoyo para la sociedad guatemalteca al incidir en dicha problemática.

El Diseño gráfico

Actualmente las Organizaciones no gubernamentales – ONG, han utilizado el diseño gráfico como un pilar importante para resolver distintas problemáticas de comunicación y así mejorar el alcance de sus objetivos.

Ericka Osorio nos menciona que “a raíz de los diferentes problemas que acaecen nuestra sociedad y que día a día parecen agravarse, las comunicaciones visuales se han puesto a disposición de aquellos que decidan utilizarlos con el fin de persuadir al cambio que constituya una medida a la solución de un problema” (Osorio, 2013).

David Berman menciona en su libro haz el bien diseñando “Todo lo que el diseño gráfico produce va dirigido a la sociedad e incide poderosamente sobre ella, hasta el punto de poder cambiar una ideología o transformar un pensamiento”(Berman, 2008) es por ello que al elaborar piezas o materiales gráficos se debe tener extremo cuidado y llevar a cabo procesos adecuados para comunicar correctamente lo que se desea.

El diseñador gráfico tiene el poder de impactar o incidir en la sociedad ya se para destruirla o ayudar a reconstruirla, es aquí donde la ética profesional entra en juego.

Si bien un diseñador pasa años estudiando y trabajando para poder obtener mejores beneficios económicos y un mejor estilo de vida personal, hemos de entender que no se trata solo de dinero o del beneficio propio, se trata de proporcionar un mejor nivel de vida

a nuestra sociedad, a nuestro país y por ende a nuestras familias o como diría David Berman “se trata de cooperar para evitar que le barco se hunda”.

Dimensión Estética y funcional

Metodología

En este caso AVITRANSP, necesita de utilizar el diseño gráfico y la tecnología para poder comunicar su labor social y así también establecer relaciones estrategias con personas y organizaciones (ver anexo 8) que quieran donar tiempo, dinero e ideas a través de una página web que contendrá material multimedia para apoyar dicho proceso de comunicación. Para ello en este proceso se utilizara el método del “pensamiento de diseño” (desing thinking)

Pensamiento de diseño (Desing Thinking)

Esta es una metodología para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. Proviene de la forma en la que trabajan los diseñadores de productos.

De ahí su nombre, que en español se traduce de forma literal como “Pensamiento de Diseño”, aunque se puede hacer como “La forma en la que piensan los diseñadores”.

Este método según la página web de desing thinking en español consta en cinco pasos. El primer paso consiste en definir el problema para entender la dificultad a enfrentar, se debe ser capaz de ponerse en los zapatos de las personas para concebir soluciones pertinentes a su realidad. El segundo

paso consiste en definir un punto de vista, se debe seleccionar la información recopilada durante la fase de empatía y quedarse con lo que aporte más valor y nos lleve a alcanzar perspectivas interesantes.

El tercer paso es generar ideas, esta etapa nos genera un sinfín de opciones, lo ideal es no quedarse con la primera idea si no dar permiso al pensar expansivo. El cuarto paso consiste volver las ideas realidad, esto ayuda a visualizar las posibles soluciones y mejorar aspectos de las mismas.

El quinto paso trata de probar nuestros prototipos con el usuario implicado, esta etapa es crucial y nos permitirá identificar y mejorar significativamente fallos o carencias en los mismos. (designthinking, 2014)

Página web

Aspectos técnicos y funcionales

Las páginas web están desarrolladas con lenguajes de marcado como el HTML, que pueden ser interpretados por los navegadores. De esta forma, las páginas pueden presentar información en distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones).

Según menciona Diego Gauchat en "el gran libro del html, Css y Java Scrypt que entre las múltiples características que tiene una página web y que sirven para identificarla se encuentran las siguientes: cuenta con información textual y también con material de tipo audiovisual, ejerce como la tarjeta de presentación para una empresa u organización a nivel mundial (Gauchat, 2012), como ya se sabe las ONG sobreviven a través de la ayuda económica y profesional de

otras personas o instituciones por lo que una página web también ofrece una forma efectiva y relativamente fácil para obtener donaciones de cualquier parte del mundo, así también sirve para crear bancos de datos de personas u organizaciones para generar alianza estratégicas.

Como se mencionó antes una páginas web pueden contener material multimedia: Según menciona Antoni Colomer y Rafael Rafols en su libro "diseño audiovisual" los materiales multimedia son aquellos que permiten integrar de forma coherente, diferentes códigos de información: texto, imagen, animación y sonido. Entre los materiales multimedia más utilizados se encuentra el video (Rafols, 2006), en el caso de una ONG se trata de video testimoniales que sirven para darle a la gente una nueva perspectiva y ayuda a que confíen en la organización.

En resumidas cuentas la página web provee de un lugar donde las personas pueden visualizar la misión, visión y los objetivos de la institución, así como sus proyectos y generar conciencia tanto en la sociedad local como en la internacional por medio de video testimoniales y al mismo tiempo permite que usuarios de todo el mundo puedan contactarse y donar a la institución.

Tendencia

Según el diseñador y programador Álvaro Peña la tendencia hoy para páginas web es el diseño flat para el menú y los botones de las paginas así como el uso de páginas responsivas que se adaptan a varios dispositivos. El menú tipo hamburguesa es el típico menú de los teléfonos móviles, es decir, un icono de tres líneas horizontales para ingresar datos como correos,

teléfonos etc. Las llamadas imágenes hero, que son imágenes que ocupan toda la pantalla y llaman mucho la atención del usuario

Según Steve Krug en su libro “No me hagas pensar” menciona que para que un sitio web sea fácil de usar no solo se trata de que nada importante este a más de dos clic de distancia o de hablar el lenguaje del usuario. Se trata de no hacer pensar al usuario de más, es decir que todo lo implícito en la misma sea obvio, evidente y claro (Krug, 2006).

Los efectos Hover son esos efectos que se activan cuando se pasa el cursor por encima de algunos elementos, como por ejemplo los botones de una web. Otra de las tendencias en diseño web que sigue manteniéndose son las galerías en forma de carrousel o slideshow (Peña, 2017).

Retícula

Como toda pieza de diseño gráfico, la página web también necesita de una retícula (Grid en inglés), esta es una herramienta muy útil que nos puede asegurar mayor equilibrio en la composición al momento de diseñar.

La retícula o grid es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar.

Según Creative.es en el caso de la página web habitualmente, el número de columnas verticales suele ser de doce. Esto es debido a que otorga una gran versatilidad compositiva al archivo.

Con doce columnas, podemos dividir la información en un bloque de doce, en dos bloques iguales de seis columnas, en tres de cuatro columnas, en cuatro bloques de tres columnas o seis de dos columnas, se hace de esta forma para poder generar una retícula que sea responsiva es decir que pueda adaptarse al tamaño de cualquier dispositivo (laptop, celulares, ipad, etc.) de utilizar este sistema nos limitamos a que el usuario solo pueda utilizar la página web en un dispositivo. (Creative.es, 2015)

Composición

Las técnicas y leyes compositivas son herramientas fundamentales a la hora de diagramar o conformar una pieza, por lo que su manipulación debe ser utilizada con cautela y precisión. Basándonos en el uso de retícula anteriormente visto la técnica de equilibrio es ideal para la página web ya que como dice Carla Astroza fundamentalmente se basa en el funcionamiento de la percepción humana en la intensa necesidad de equilibrio que se mantiene tanto en el diseño como en la reacción ante la vida, el equilibrio se puede lograr en una declaración visual simétrica donde se logra el control de fuerzas por medio de un eje central o eje de simetría, es decir los elementos se reflejan como un espejo, este tipo de equilibrio se utilizara tanto en la página web como en las video testimoniales. (Astroza, 2009)

Código Cromático

Según Harris Ambrose, autor del libro “bases del diseño color” El color es quizás el primer elemento que registramos cuando vemos algo por primera vez, nuestro condicionamiento y desarrollo cultural nos lleva a realizar asociaciones instintivas

según los colores que vemos lo que nos da una idea de cómo debemos reaccionar antes un objeto o diseño que los incorpore. Por consiguiente los colores pueden emplearse para provocar una reacción emocional concreta.

Por esto para el diseño web de AVITRANSP se podrían utilizar tonos lila para representar la parte femenina, combinado con tonalidades amarillas o azules que contrastan dando seguridad, estabilidad e inspiración según indica Harris Ambrose. Mientras que para los videos testimoniales la colorización podría ser en tonos cálidos o bien en blanco y negro para acentuar el mensaje

Código tipográfico

Para un proyecto como este es necesario tomar en cuenta la legibilidad, la combinación de tipografías entre sí (titulares, subtulares, cuerpo de texto), la combinación de tipografía y fotografía y la combinación de color y tipografía.

Código icónico y lingüístico

El lenguaje icónico es un sistema de representación tanto lingüístico como visual. Se habla de lenguaje icónico al tratar la representación de la realidad a través de las imágenes.

Por realidad se entiende la realidad visual, considerada según Mildred Delgado en sus elementos más fácilmente apreciables: los colores, las formas, las texturas, etc. Cuando se habla de las imágenes, lo que varía con respecto a otros modelos de representación (acústica, sensorial, lingüística, etc.) no es la relación que puede guardar la imagen con su referente, sino la manera singular que tiene la imagen de sustituir,

interpretar, traducir esa realidad. (Delgado, 2013).

Para este proyecto el uso de fotografía será esencial para mostrar la acción que la institución ejerce en la sociedad, así como el uso de botones que representen links para redes sociales, donaciones, videos, galerías e información, Lo que permite la comunicación e interpretación de ese icono no es la relación que puede guardar la imagen con su referente, sino la manera singular que tiene la imagen de sustituir, interpretar, traducir esa realidad.



CAPÍTULO 5

DEFINICIÓN CREATIVA



Descripción de la estrategia de aplicación de la pieza

Se utilizaron las 6w para concluir cuales son los pilares sobre los cuales se realizaran las piezas gráficas, las cuales pueden condicionar posteriormente el plan de acción de las mismas para generar funcionalidad e interés.

¿Qué?

Piezas:

Página Web: Misión, visión, objetivos, proyectos, información general, base de datos y donaciones. Perfil ONG

Material multimedia: 2 video testimoniales de viudas que lograron superarse gracias a la ayuda que AVITRANSP les a brindado.

Relaciones:

Será un canal de comunicación a través del cual se podrá dar a conocer la labor social que AVITRANSP realiza. Como bien se sabe una ONG necesita de distintos tipos de donaciones para subsistir y seguir ayudando, la página web y el material multimedia significará una mejor forma de contacto, concientización y divulgación con otras ONG, lo cual permitirá formar alianzas estrategias.

¿Dónde?

El centro de operaciones del material gráfico, será la institución en la zona 2 de la ciudad de Guatemala; el contexto para el uso de la página web será el ciberespacio, es decir cualquier persona con acceso a internet podrá acceder, visualizar y utilizar el material.

¿Cuándo?

Tiempo de producción 9 semanas

Implementación: La institución está programando el lanzamiento de la página web y el material multimedia para la última semana de diciembre del año 2017.

¿Por qué?

Para el fortalecimiento institucional y de identidad visual de AVITRANSP. La página web y el material multimedia servirá para que su labor de desarrollo, prevención e inserción social de las familias de las viudas de pilotos del transporte público, sea conocida y también puedan generar alianzas estratégicas con otras personas u organizaciones, con el fin de poder financiar económica y profesionalmente su proyectos.

¿Con quién?

Directora y miembros de la institución, asesores en construcción y diseño de página web, Psicólogos que apoyan la institución, asesor en material audiovisual.

¿Para quién?

Grupo Objetivo A: Viudas de pilotos del transporte público que residen dentro de los perímetros de la ciudad capital, que busca exhaustivamente la forma de sacar adelante a los miembros de su familia dadas sus circunstancias

Grupo Objetivo B: Personas que laboran en ONG, mujeres y hombres de cualquier parte del mundo que buscan ayudar a uno o varios sectores de la sociedad para fortalecerlos y mejora su calidad por medio de programas, donaciones o proyectos.

Página web

VENTAJAS

- La información de la institución está disponible para cualquier visitante a cualquier hora del día y se puede acceder desde cualquier parte del mundo.
- Refuerza y actualiza la imagen institucional (innovación).
- Recolección de datos.
- Medios de pagos o voluntariado más ágiles (donaciones).
- Genera posicionamiento SEO (Search Engine Optimization).

DESVENTAJAS

- No hay contacto humano.
- Es más fácil el robo de información por esos medios.
- Se limita la información aquellas personas que no tienen conexión a internet

Video testimoniales

VENTAJAS

- Es emotivo (genera empatía)
- Permite la reproducción instantánea e ilimitada del mismo
- Mejora el posicionamiento SEO
- Mayor recuerdo y permanencia del usuario
- Aumenta la credibilidad en la institución

DESVENTAJAS

- Su reproducción puede verse afectada por la capacidad o velocidad del internet del usuario.

Mapa de empatía

Se trata de una herramienta que nos obliga a “ponernos en el lugar del grupo objetivo” con el fin de identificar, realmente las características que permitirá realizar un mejor ajuste entre sus necesidades e intereses. A continuación se explican las variables que desean conocerse:

Qué ve

Cuál es su entorno y cómo es; qué amistades posee.

Qué dice y hace

Cuál es su actitud en público, qué aspecto tiene; cómo se comporta, qué contradicciones tiene.

Qué escucha

Qué dicen (o le dicen) sus amistades, su familia, su personal, sus jefes o jefas, las personas inuyentes de su entorno; a través de qué canales multimedia le llega la información.

Qué piensa y siente

Qué es lo que realmente le importa; cuáles son sus principales preocupaciones, inquietudes, sueños y aspiraciones

Temores y frustraciones

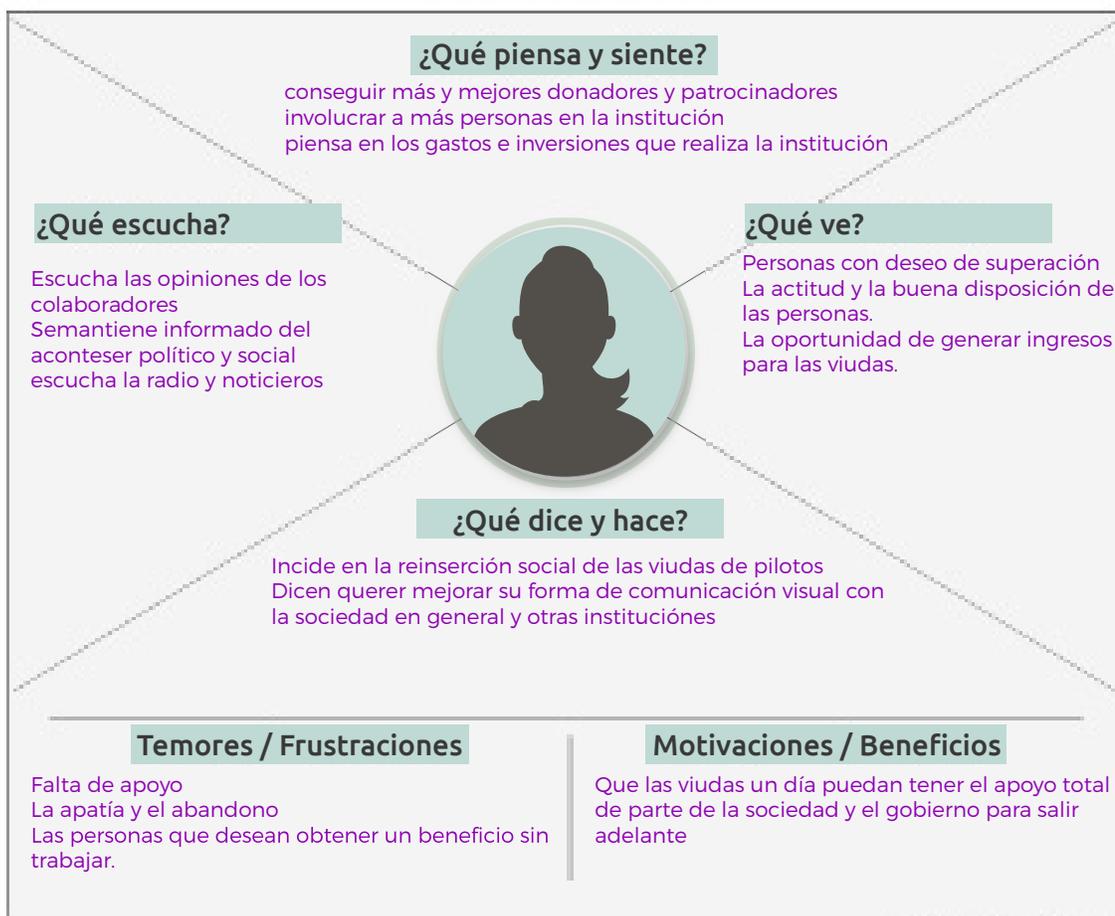
A qué le tiene miedo; cuáles son las barreras y obstáculos que se encuentra para obtener lo que desea; con qué riesgos se tropieza en su camino y debe asumir; qué esfuerzos o riesgos no asumirá.

Motivaciones y beneficios

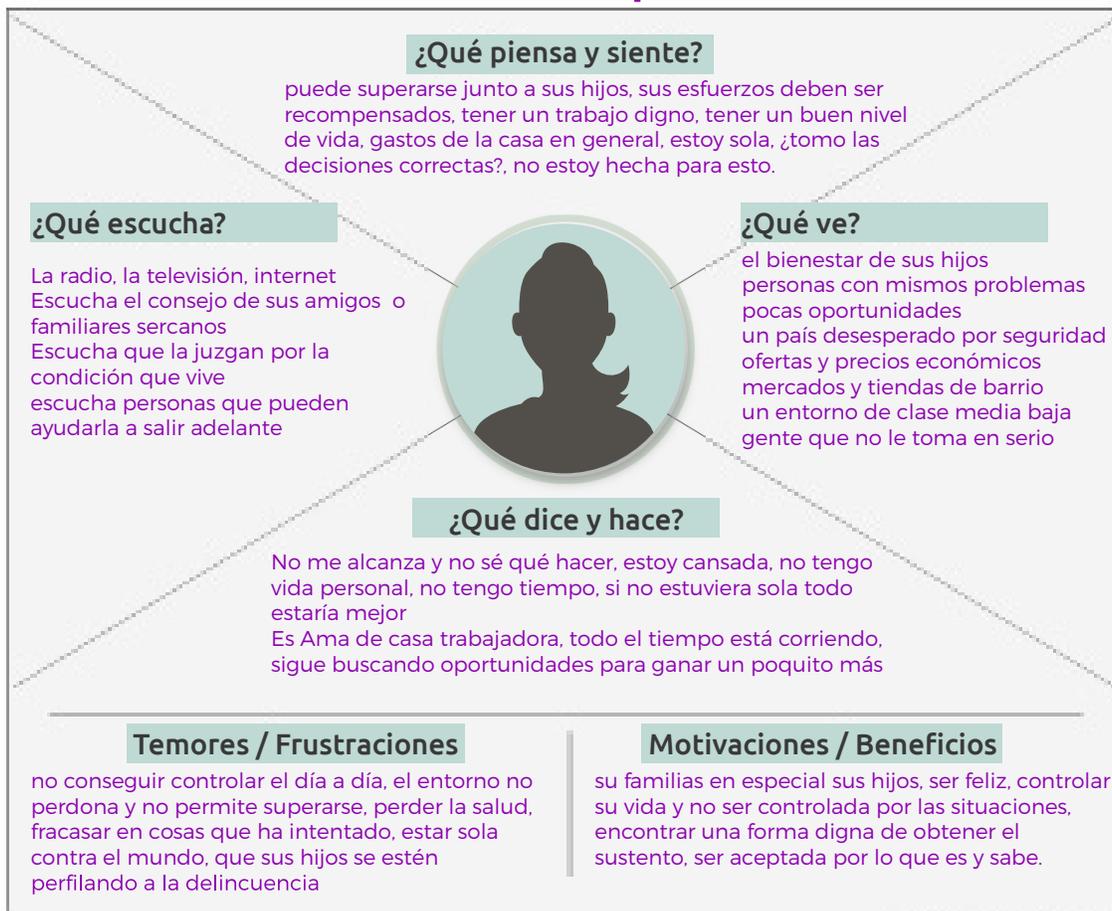
Cuáles son sus necesidades o deseos reales; cómo mide el éxito, en función de qué; cómo podría alcanzar sus objetivos.

A continuación se presentan los resultados de la construcción de los mapas de empatía elaborado para la elaboración del concepto creativo.

AVITRANSP



Viudas de pilotos



Fuente: Adaptado de XPLANE

Trabajadores ONG



Fuente: Adaptado de XPLANE

Concepto creativo, insight y casos análogos

Según la Guía metodológica para desarrollar el proyecto de graduación de diseño gráfico (2017), la definición del concepto creativo nos ayuda a plantear las líneas o criterios de diseño gráfico, ya que para un mismo problema de comunicación visual existen muchas posibles soluciones, incluso para un mismo diseñador.

Insight

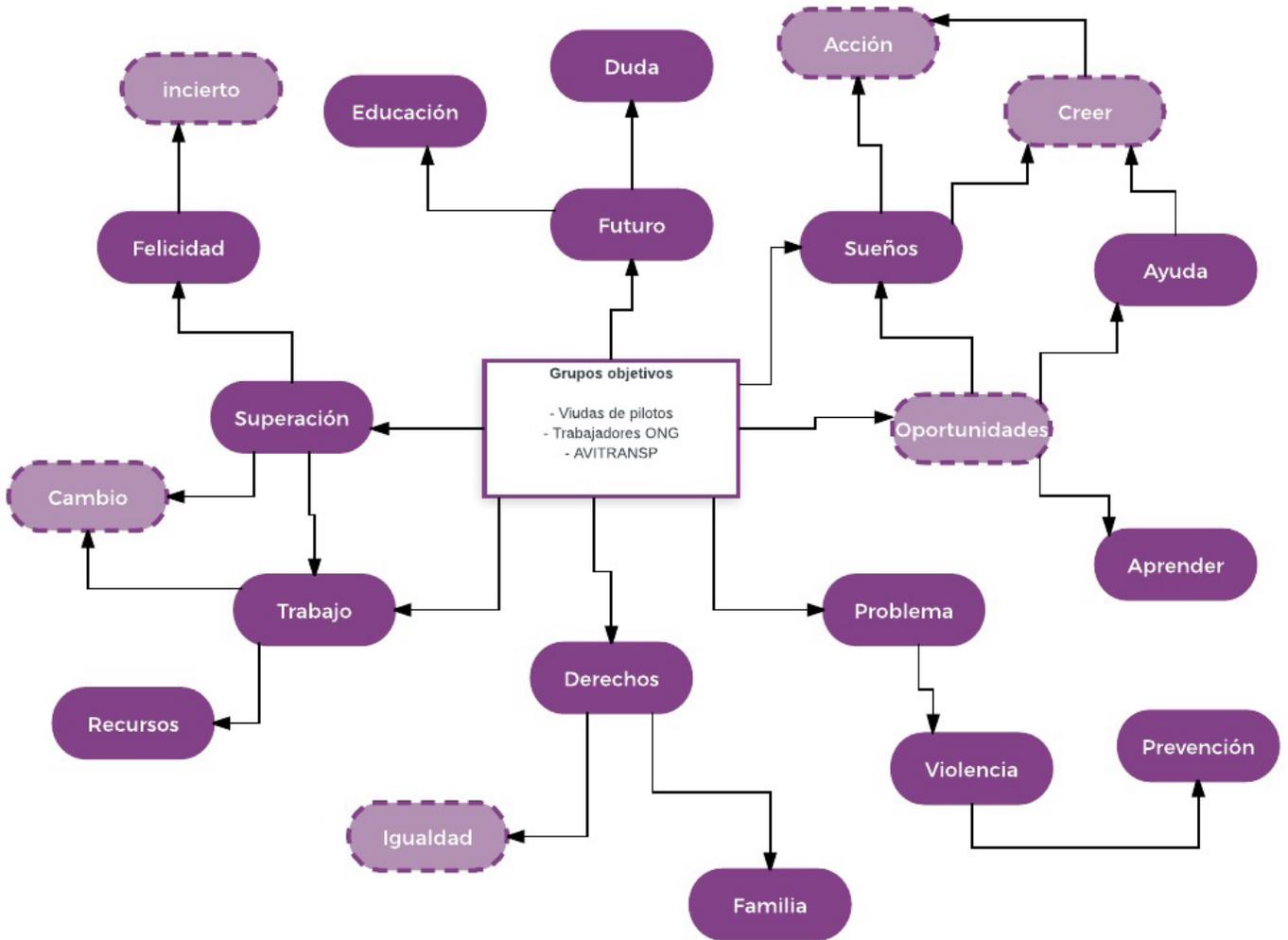
El insight es la interiorización de una percepción clave por parte del consumidor. Cómo el consumidor vive la marca o producto. Se trata de plasmar, en sus propias palabras, una evidencia cotidiana generada a partir de su relación con la marca o producto.

Concepto Creativo

El concepto creativo es la idea a partir de la cual se van a elaborar las propuestas de diseño, debe redactarse en forma de frase que contenga aspectos que se puedan plasmar gráficamente.

El concepto creativo se desarrolla a partir de los sentimientos y formas de pensar de los grupos objetivos, con la ayuda de los mapas de empatía se logró conocer estos sentimientos y formas de pensar y realizar un mapa mental para generar un insight para los grupos objetivos y la institución.

Mapa mental



Las palabras con borde punteado y de tono lila claro fueron las seleccionadas para generar las propuestas de concepto creativo e insight.

Posibles conceptos creativos

Se generaron 3 propuestas de concepto creativo junto con su insight de los cuales se escogió solamente uno para generar los productos de diseño, es importante mencionar que el concepto seleccionado es el que se acerca más a la necesidad que la institución quiere comunicar.

Opción 1

Concepto creativo: La igualdad nos cambia

Insight: Aunque somos distintos, todos sentimos igual.

Opción 2

Concepto creativo: El poder está en una acción.

Insight: Creemos en las oportunidades

Opción 3

Concepto creativo: El futuro puede cambiar sí una oportunidad sabes brindar

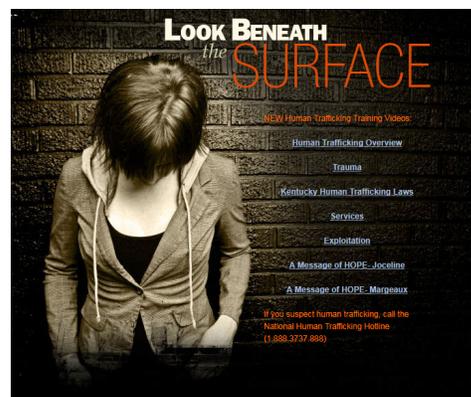
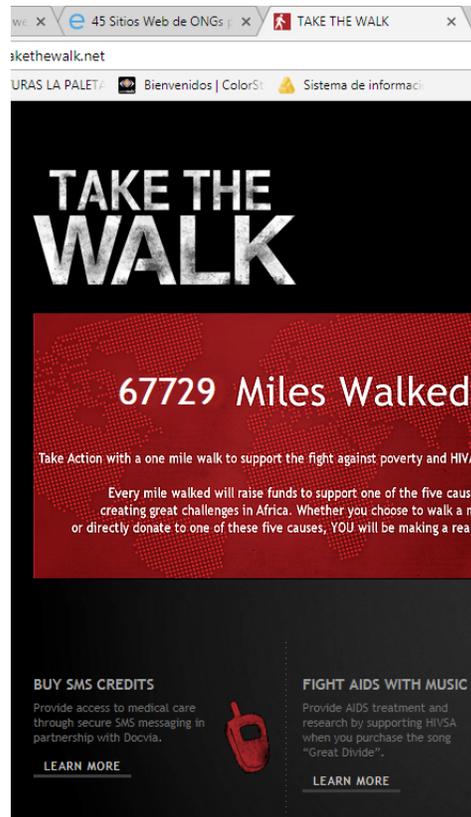
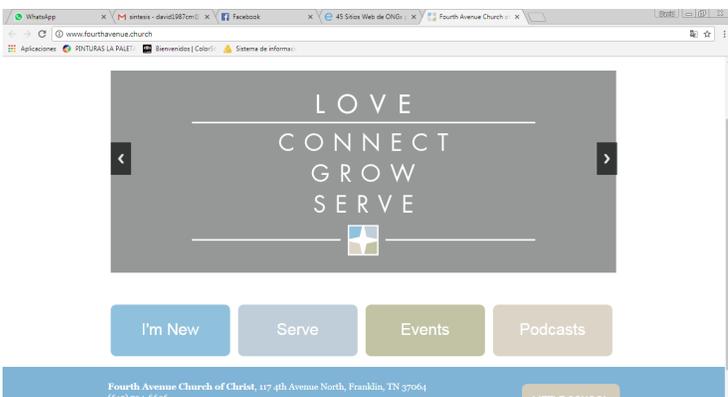
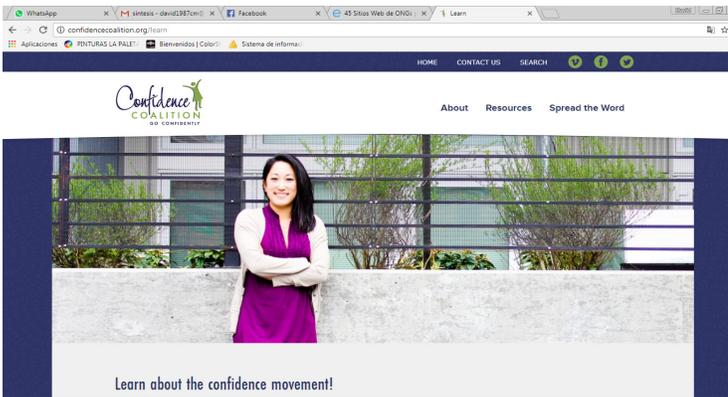
Insight: Creer en otros es creer en ti

Concepto creativo e insight final

“El poder está, en una acción”

**Creemos que las oportunidades,
nos cambian para bien**

Casos análogos



Los casos análogos sirven para iniciar con la toma de decisiones en cuanto al camino que se desea seguir para construir las piezas gráficas. Es por ello que se realiza un mood board o muro de inspiración, la idea es enfocarse en algo que ya existe, no para copiarlo sino más bien para visualizar si lo que pensamos funcionaria o no para nuestro proyecto.

Premisas de diseño

Tendencias

Flat design



Imagen descargadas de google.com



Imagen descargadas de google.com

Elimina sombras, relieves, ornamentos, texturas, degradados, difuminados y cualquier sensación de tridimensionalidad.

íconos



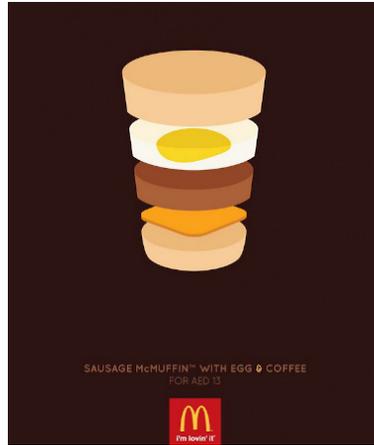
Imagen descargadas de google.com



Imagen descargadas de google.com

Signo que representa un objeto o una idea con los que guarda una relación de identidad o semejanza formal.

Minimalismo



Imágenes descargadas de google.com

El minimalismo musical apareció a finales del siglo XIX; el minimalismo en pintura fue una tendencia abstraccionista.

Aspecto Didáctico Estrategias de comunicación

Página web

Traslado de información y automatización de procesos.

Video testimoniales

Material audiovisual para concientizar y llamar a la acción de donar.

Aspecto Morfológico

Construidos por medio de:

- Imágenes
- Música
- Fotografía
- Textos
- Palabras

Contemplando un aspecto informativo, testimonial y formativo.

Aspecto Sintáctico

Tanto para los audiovisuales como para la página web se maneja la ley de tercios en la composición tanto de fotografía como de video.

En el caso de los audiovisuales se utilizan dos cámaras para grabar dos planos distintos de la entrevistada.

Cromatología

Colores contrastantes para que los textos sean altamente legibles, en las fotografías tratamiento de color para denotar la acción de la institución sobre ellas.

Tipografías

San serif para facilitar la lectura

Brief

Cliente

AVITRANSP -Asociación de Viudas de Pilotos del Transporte Público-.

Cliente inmediato

Representante legal: Lilian Maribel Pérez Camó

¿Que hace?

Brinda apoyo a la viudas de pilotos del tranposrte público.

¿Para qué lo hace?

Para mejorar la calidad de vida de estas familias y romper el círculo de violencia.

¿Qué relación tiene con el diseño gráfico?

No cuentan con estrategias de comunicación visual

Grupo objetivo principal

Mujeres de entre 21 y 45 años de edad amas de casa, trabajadoras, que viven en la ciudad capital de Guatemala.

Grupo objetivo secundario

Hombres y mujeres de entre 25 y 45 años de edad, que trabajan en ONG, y viven en Guatemala o el extranjero.

Estrategia de comunicación

Diseñar una página web que facilite el traslado de información a través de comunicación visual digital multitudinaria dirigida a viudas de pilotos del transporte público e instituciones similares, nacionales e internacionales.

Presentación

Página web: En línea, en el hosting proporcionado por el epecista.

Video: Se presentará en versión digital, dentro de una DVD.

Social media: Se presentará en versión digital, dentro de una USB.

Presupuesto

La institución no cuenta con un capital definido para el renglón de la comunicación visual.

CAPÍTULO 6

PROCESO DE PRODUCCIÓN GRÁFICA



Nivel de producción gráfica 1

Objetivos

Realizar propuesta de retícula y distribución de elementos tipográficos y fotográficos a nivel roof, para la página de inicio del web site para la institución, con el fin de poder seleccionar el más apropiado para su digitalización.

Realizar el primer guion para los video testimoniales, comenzando por crear la trama general de la historia para poder generar una entrevista adecuada y fluida.

Descripción del proceso

Se realizaron 3 propuestas a mano de retículas y distribución de elementos (tipográfico e imagen) para la home page, también se realizaron 3 bocetos a mano de retículas para las páginas anexas que contendrían información de la institución y dos boceto para el guion técnico de los audiovisuales.

Una vez revisadas y realizadas las observaciones del asesor de EPS, se procedió a la digitalización las 3 propuestas tanto para la home page como para las páginas con contenido informativo.

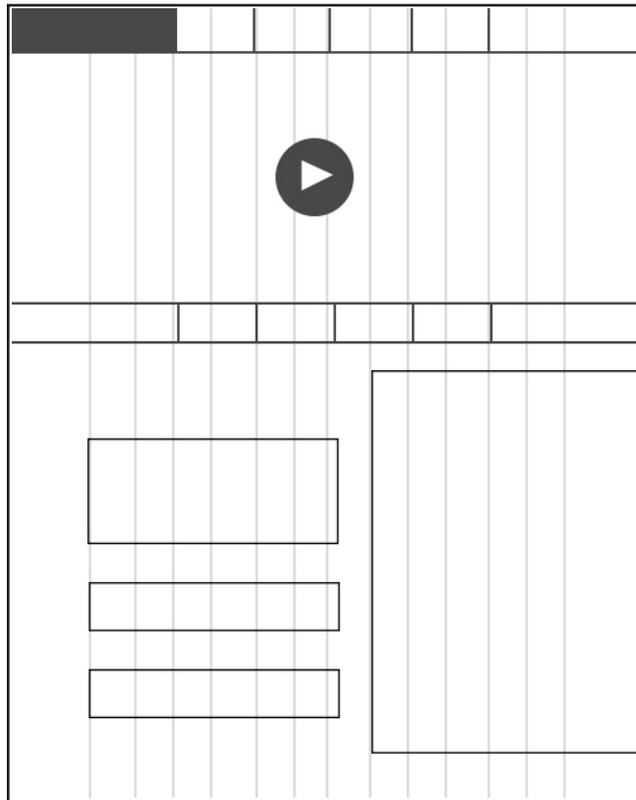
Cada una de las piezas ya digitalizadas fue sometida a un cuadro de autoevaluación en donde se generó una ponderación de entre 0 y 5, siendo 5 la ponderación más alta a los siguientes aspectos: pertinencia, memorabilidad, fijación, composición, abstracción, estilización, identidad visual, diseño tipográfico y uso de color.

Una vez realizada la autoevaluación (ver anexo 9) se procedió a la selección de la pieza final para proseguir con el diseño.

Página web

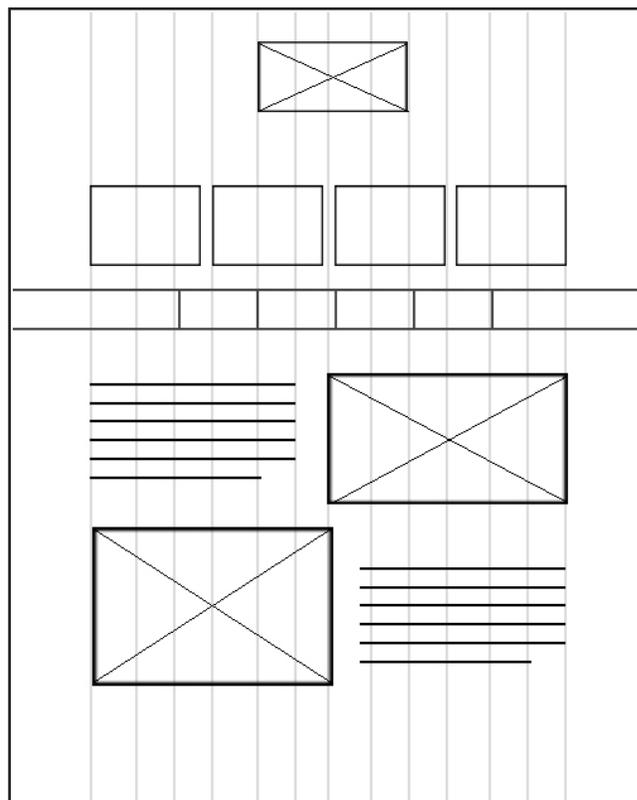
PROPUESTA 1:

Retícula base de 12 columnas, lo cual permite primero el desarrollo de un diseño responsivo para la página web, segundo permite un diseño flexible y fluido en cuanto al uso de texto combinado con imágenes. Cabe mencionar que un botón en la fotografía permitirá ver los video testimoniales en un click. Se usaron dos columnas para las partes que contendrán bloques de texto largo.



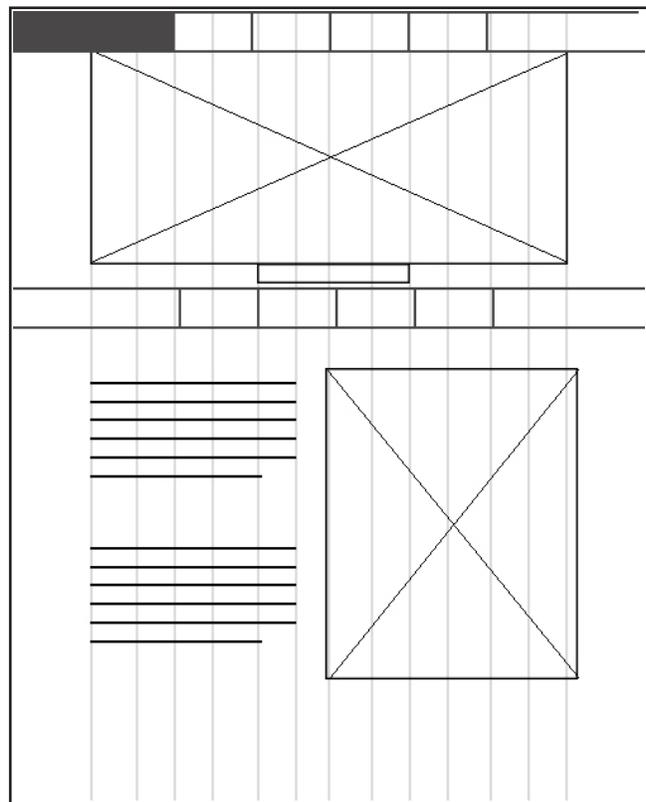
PROPUESTA 2:

Retícula base de 12 columnas, sobre dicha retícula se trabajó una combinación de 4 columnas para generar un menú flotante que rompe en la parte superior con el logotipo de la institución en una sola columna al centro de la composición. La parte con bloques de texto se dividió en dos columnas intercalando texto e imágenes para mantener el interés y reforzar el texto. Este diseño está basado en elementos flat.



PROPUESTA 3:

Retícula base de 12 columnas, lo cual permite diseño responsivo, sobre dicha retícula se trabajó una combinación de una sola columna para el home page que varía en la barra de menú y el pie de la fotografía para romper la monotonía de la imagen en primer plano, cabe mencionar que un botón en la fotografía permitirá ver los video testimoniales en un click. Se usaron dos columnas para las partes que contendrán bloques de texto largos.



Audiovisual

PROPUESTA 1:

Inicio

Se partirá de la realidad que vive un miembro de la asociación de viudas, contexto en el que vive actualmente o desarrolla su actividad diaria.

Trama

El video contara con tres fases importantes, la primera es la historia de la viuda, que contara lo ocurrido con su esposo y como esto cambio su vida y la de sus hijos (Antes), la segunda será como la viuda y su familia llegaron a AVITRANSP y que tipo de ayuda les ofrecieron (Acción), y la tercera será la actualidad de la viuda y su familia, como la ayuda que la institución brinda le permitió salir adelante junto con su familia (después).

Desenlace

Demostrar como la ayuda psicológica, técnica y educativa que la institución brinda puede incidir en una problemática tan gran en Guatemala, "El poder está en dar una oportunidad"

PROPUESTA 2:

Inicio

Se inicia con tomas a detalles del rostro y manos del personaje principal, en un contexto neutro (interior).

Trama

Con vos en off, la viuda comenzara contando su historia, desde la pérdida de su esposo y las consecuencias que este trajo a su vida, hasta como llego a la institución, como le ayudaron y como ha mejorado su situación desde entonces. El video estará apoyado por motion graphics como textos que resalta frases o palabras que el personaje dice.

Desenlace

Se trata de que el personaje transmita a través de sus expresiones físicas, la alegría que la ayuda de la institución ha traído a su vida y la de sus hijos. Cerrando con un llamado a la acción donar

Criterios a evaluar

Conceptualización
Retícula y composición
Código de formato
Código tipográfico
Código cromático

Perfil del informante

Estudiante universitaria de la Universidad San Carlos de Guatemala de la carrera de diseño gráfico 10mo. Semestre, de 29 años de edad.

Instrumento

Autoevaluación

Toma de decisiones

Basados en la asesoría con el catedrático se realizó una función entre la opciones 1 y 3 de la página web para realizar una pieza más completa y funcional para el grupo objetivo.

En cuento a los audiovisuales se aprobó la opción 2 para generar el guion técnico y el storyboard.

Conclusión

La primera etapa de bocetaje permitió arrancar con el diseño de las piezas gráficas tomando en cuenta los elementos básicos de composición, visualización y funcionalidad, depurándolos para obtener material de calidad para continuar con el proceso de diseño.

Nivel de producción gráfica 2

Objetivos

Realizar en base a la fase anterior la digitalización de las piezas finales, con las cuales se realizara y culminara el proyecto.

Validar con expertos de diseño gráfico el uso correcto y apropiado de los diferentes elementos utilizados en las piezas gráficas, así como su funcionalidad y su apego al concepto creativo.

Descripción del proceso

Se realizaron las mejoras y ajustes necesarios de la etapa anterior y se continuo con el proceso de para poder generar pizas gráficas de mejor calidad, ajustándolas al punto de casi tener un producto final, para presentar a los profesionales.

El primer paso fue realizar una presentación para poner al tanto a los profesionales de diseño del enfoque, concepto creativo y problema a resolver de las piezas graficas en cuestión

Se realizó una encuesta (ver anexo 10) para que los profesionales validaran cada una de las piezas, este proceso fue acompañado de una asesoría completa de dichos profesionales.

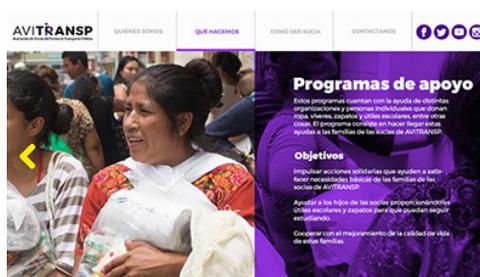
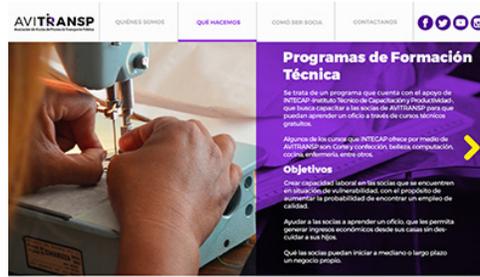
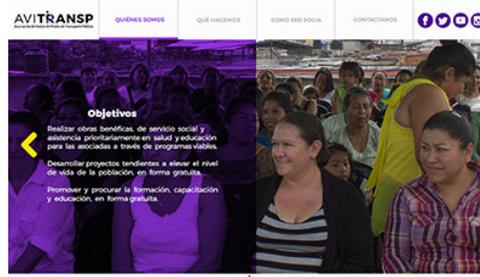
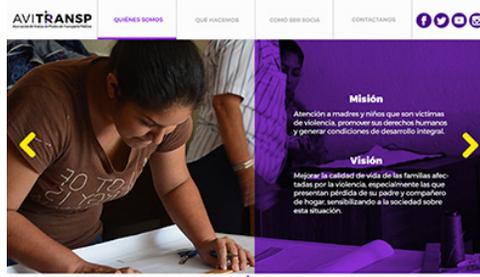
Se generaron o agregaron algunas de las observaciones hechas por los profesionales con el fin de mejorar y perfeccionar el producto gráfico.

PÁGINA WEB / VERSIÓN DIGITAL

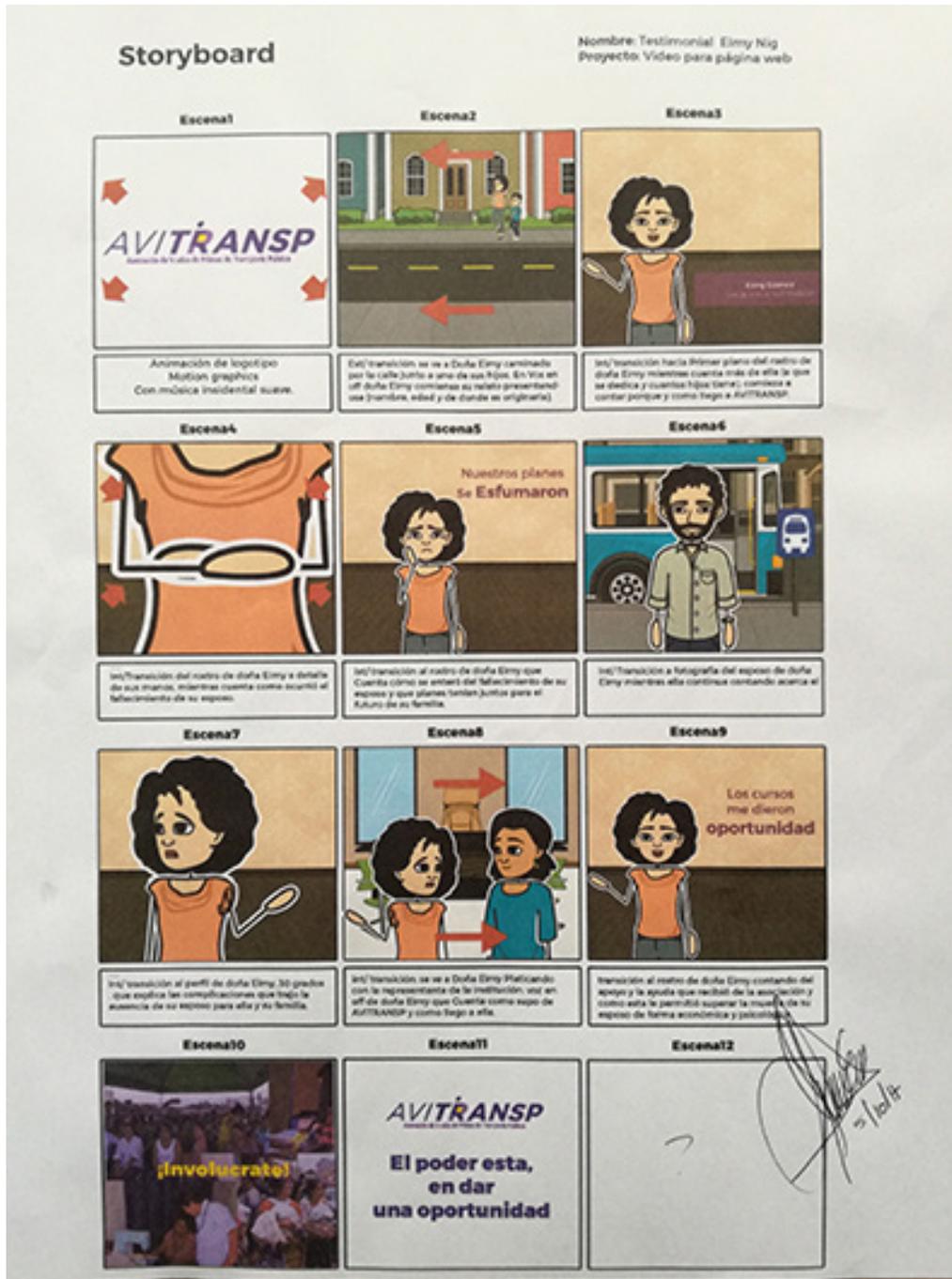
INICIO

Para esta etapa se generaron algunos cambios según la guía de la asesora de EPS, se colocó como opción el uso de la combinación del lila y morado con textos blancos, se realizó un tratamiento sobre la mitad de la fotografía para colocar el texto alineado a la izquierda o derecha para generar interactividad.

Se realizó la maqueta de las páginas de inicio, ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, contáctanos y Donar



VIDEO TESTIMONIAL / VERSIÓN DIGITAL



Uno de los pasos más importantes en el desarrollo de un audiovisual es el storyboard, ya que en base a este se realizan las tomas principales y de relleno, para no dejar ni un solo detalle al azar.

VIDEO TESTIMONIAL / VERSIÓN DIGITAL



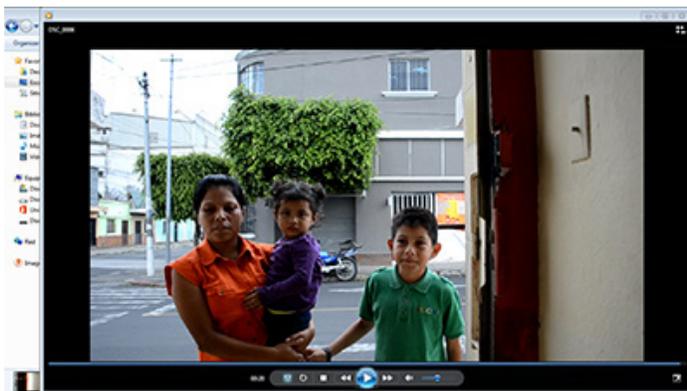
INICIO

El video comienza con la protagonista presentándose e iniciando su historia, menciona datos personales y hacen tomas de perfil y de frente.



TRAMA

Durante el video la protagonista cuenta sobre la trágica muerte de su esposo y como esto le complico la vida a ella y sus hijos, en apariencia todo estaba perdido.



FINAL

El desenlace muestra como la ayuda que la institución le brindo a la protagonista les permite tener un mejor nivel de vida y ser más felices. El video termina con textos animados para el llamado a la acción.

Durante el video, se animaran textos paralelos a la historia contada con la protagonista para reforzar la misma.

Criterios a evaluar

En este punto el propósito de evaluar está enfocado en el nivel de ejecución que han tenido las piezas gráficas: si la tipografía es legible, si la estética composición tiene armonía de acuerdo al diseño, si es memorable, fácil de usar, si refleja el concepto creativo y si es adecuada para el grupo objetivo.

Perfil del informante

Profesionales de diseño gráfico, egresados de la universidad, de 26 a 35 años de edad, con conocimientos y experiencia en diseño web y audiovisual

Instrumento

Encuesta

Toma de decisiones

Se realizaron cambios en cuanto al uso del color amarillo, ya que no tenía fundamento para estar en la página se eliminó y se dejaron únicamente los colores morados, grises y blanco. Para los audiovisuales se modificaron los textos para los motion graphic pasaron de ser palabras mencionadas por la entrevista a ser datos de una historia paralela que refuerza la historia contada por la viuda.

Conclusión

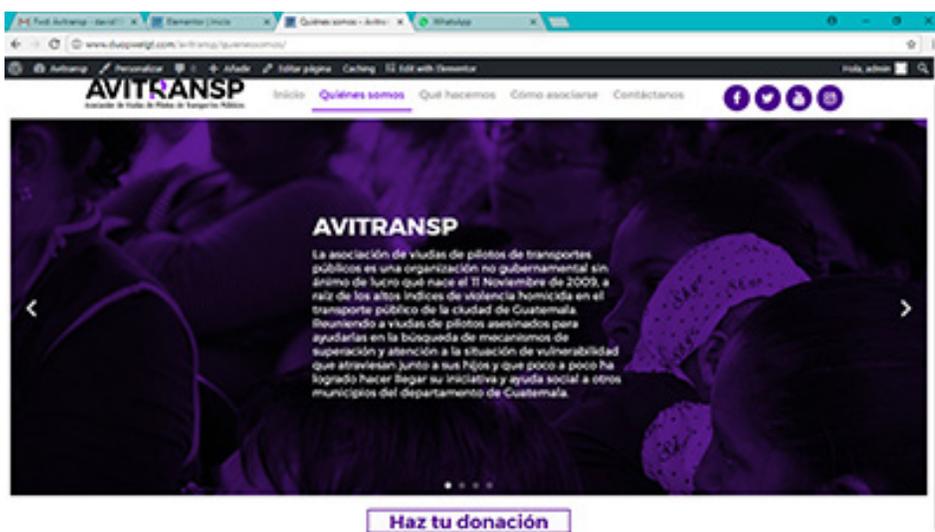
Las propuestas gráficas fueron analizadas satisfactoriamente por los profesionales, dejando únicamente algunos cambios o sugerencias como por ejemplo: hacer uso del scroll vertical en algunas o todas las páginas y que se verificara el contraste entre las fotografías y el color del texto, sugirieron evaluar que las fotografías tuvieran el tratamiento completo para darle más cuerpo e impacto a las mismas y por ende más contraste con el texto.

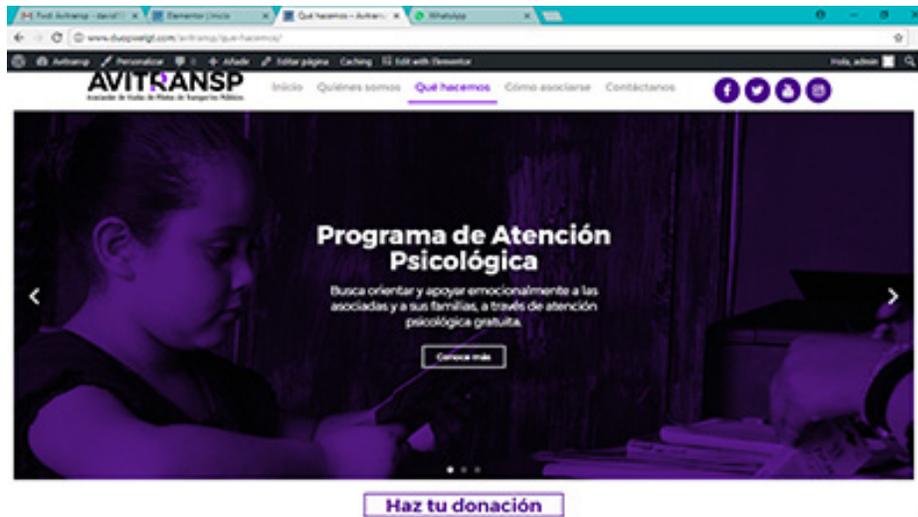
NIVEL DE PRODUCCIÓN GRÁFICA 3

Correcciones según validación con profesionales

Página web

Se realizaron los cambios en cuento a la aplicación del tiramiento total a las fotografías y el uso de scroll vertical en la página de inicio, se evaluó el tamaño de la tipografía y el contraste sobre las imágenes de color lila, para mejorar la legibilidad de la página en general. Para esta etapa la página web ya está maquetada, puesta en línea y con su función responsiva.





Página web versión móvil

VÍDEO INSTITUCIONAL

Para esta etapa se corrigieron algunos aspectos tipográficos, como el interlineado entre las frases de los motion graphic y el kerning, esto con el fin de facilitar la lectura y que la mancha tipográfica fuera más atractiva y profesional. se agregó la animación del logotipo de la institución.

La muerte
de un piloto

Nos han
apoyado

AVITRANSP
Asociación de Viudas de Pilotos de Transportes Públicos

Criterios a evaluar

Funcionalidad, atracción e interés, simplicidad, comprensión, aceptación.

Perfil del informante

10 Mujeres de entre 25 y 55 años de edad que necesitan tener interacción o comunicación con la institución ya sea para apoyar o ser apoyada.

Instrumento

Encuesta y guía de observación. (ver anexo 11 y 12)

Conclusión

En esta fase se presentaron los productos finales al grupo objetivo primario en donde se evaluaron aspectos de funcionalidad para que la página web fuera comprensible y que los usuario no se sintieran confundidos al navegar por la misma.

Resultados entrevista



1. ¿Considera que la página web es atractiva e interesante?



2. ¿Considera que el logotipo de la institución es fácilmente visible e identificable?



3. ¿Considera que el menú principal es fácil de usar y comprender?



4. ¿Considera que es fácil acceder a la información sobre la institución?



5. ¿Considera que los textos son fáciles de leer y comprender?



6. ¿Logro ver información de los proyectos y actividades que se realizan en la institución?



7. ¿Considera que la información descrita sobre la institución en la página web es clara?



8. ¿Considera que las fotografías refuerzan y brindan una buena descripción de la institución?



9. ¿Considera que es fácil contactarse con la institución a través de la página web?



10. ¿En algún momento se sintió perdido(a) al navegar en la página web?



Resultados guía de observación

1. Interacción con la página web

El 90% de las personas que interactuaron con la página web, interactuaron con cada botones disponible.

2. Lectura y legibilidad

El 100% de los encuestados que tuvieron interacción con la página web, no mostraron dificultad al momento de leer los textos.

3. Interés por la página

El 90% de las personas que interactuaron con la página web, interactuaron con cada sección de la página web.

4. Genera impacto, Expresa física o verbalmente emoción positiva

El 100% de las personas que interactuaron con la página web, mostraron algún rasgo emotivo y/o verbal positivo al momento de utilizar la misma

5. Colores y fotografías

90% de las personas mencionan su atracción o agrado por la combinación de colores y el tratamiento las fotografías

CAPÍTULO 6.1

PROPUESTAS GRÁFICAS FINALES



PÁGINA WEB

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

ASPECTOS TÉCNICOS

Medio

Digital

Orientación de formato

Vertical y horizontal: esto porque algunas secciones actúan como un slide de fotografías con contenido en las que se puede navegar en forma horizontal de adelante hacia atrás y viceversa mientras que el home page cuenta con información horizontal, es decir en este tipo de sección el usuario puede navegar de abajo hacia arriba.

Tipo de página web

Dinámica (Responsiva). Este tipo de página no es únicamente informativa, esta permite interacción con el usuario, es decir le da la oportunidad de enviar o descargar archivos, ver videos y movilizarse a otras plataformas desde la misma y se adapta a cualquier dispositivo.

Retícula

Jerárquica. Sobre una rejilla de 12 columnas a un tamaño de 1200 px para permitir que la página sea responsiva, además permite organizar y colocar los elementos de imagen y tipográficos.

Tipografía

Montserrat. Una tipografía San Serif, perfecta para uso en medios digitales ya que facilita la lectura al no tener remates y contener una buena densidad en su estructura.

Fotografía:

El uso de fotografía en los background de las diferentes secciones de la página web permiten que el usuario vea el rostro del sector al cual se está ayudando lo que genera más empatía en el mismo, el tratamiento de color morado en las imágenes, se refiere a como la institución está incidiendo en este grupo de personas cambiando sus vidas, adicional el tratamiento permite un perfecto contraste entre la tipografía blanca y la fotografía morada, facilitando la legibilidad del usuario.

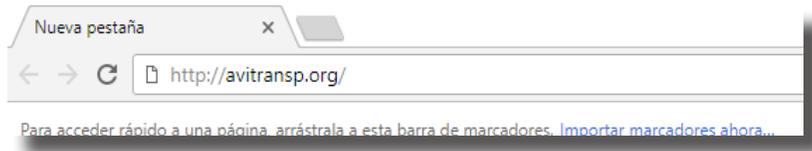
Observaciones

Existen dos secciones que permiten cargar y enviar documentos a través de la página web, una es la sección ¿Cómo asociarse? Que permite a las viudas enviar los documentos requeridos por la asociación para integrarse a la ayuda que la misma brinda y la otra es la sección de Donación, que permite al usuario enviar fotografía de la boleta o transacción electrónica de la donación realizada. Ambas permiten que AVITRANSP, tenga una base de datos para ambos sectores, tengan un mejor control y automaticen procesos para que sean más rápidos y seguros.

ACCESO AL SITIO WEB

Para acceder al sitio web:

1. El usuario debe contar con una computadora, tablet o dispositivo móvil con acceso a internet.
2. Se debe abrir el motor de búsqueda (google, Firefox, yahoo, Bing o safari) y escribir en la barra de búsqueda la dirección o dominio: <http://avitransp.org/>
3. Una vez escrita la dirección simplemente se debe oprimir la tecla enter o buscar para acceder a la página web de AVITRANSP.



USO DEL SITIO WEB

Menú principal



INICIO

Al elegir esta opción, el usuario siempre será trasladado a la página principal del sitio web. Cada vez que el usuario se encuentre en otra sección del sitio y desee regresar a la página principal, deberá seleccionar éste botón.

¿QUIÉNES SOMOS?

Esta sección contiene la información más importante y representativa de AVITRANSP, la cual es mostrada para que conozcan parte de la historia de la institución, así como su misión, visión y objetivos para con las viudas de los pilotos del transporte público y sus familias.

¿QUÉ HACEMOS?

En esta sección se muestran los programas con los que cuenta la institución para apoyar a las viudas y sus familias, así como de que se trata cada programa, qué objetivos tienen y de donde proviene la ayuda para realizar cada uno de ellos.

¿CÓMO ASOCIARSE?

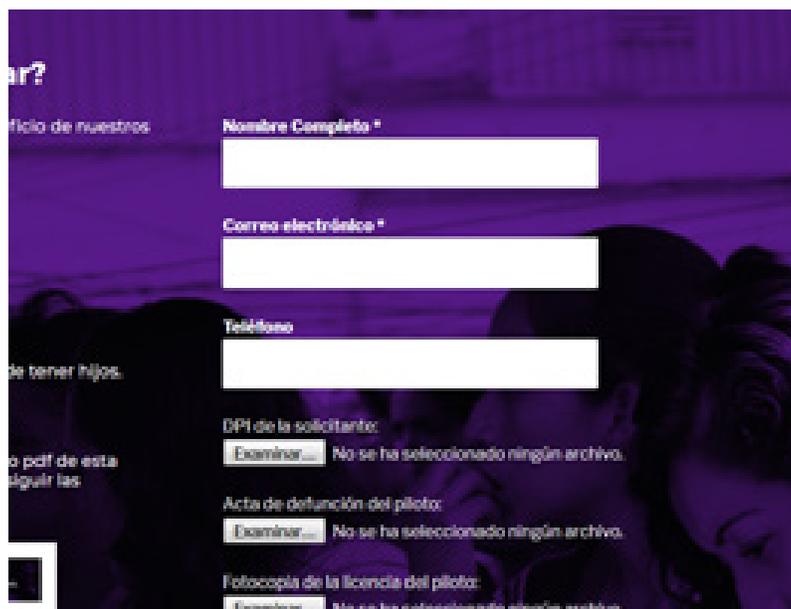
Permite a las viudas poder asociarse a la institución para que puedan recibir la ayuda que la misma proporciona. En ella se muestra la papelería que las viudas deben presentar para poder ser candidatas, también se presenta un instructivo para poder enviar dicha papelería por medio de un formulario que está contenido en esta sección.

CONTACTANOS

Toda institución debe poner a la vista del usuario, el correo electrónico, número de teléfono y dirección para poder ser contactados. Además esta sección contiene un formulario para que los usuarios puedan hacer contacto directo con la institución a través de la página web.

FORMULARIOS

Los formularios tiene campos obligatorio que deben ser llenados por el usuario, tales como nombre y correo electrónico, esto debe ser así ya que cuando un usuario envía un formulario a través de la página web, esta información va directamente al correo info@avitransp.org (correo creado para AVITRANSP para recibir y responder a los formularios en la página web) donde la persona designada por la institución podrá ver lo que el usuario escribió, descargar los archivos que hayan sido adjuntos y responder automáticamente al correo que el mismo usuario coloco. Tan simple como recibir y reenviar un correo.



ar?

Oficio de nuestros

Nombre Completo *

Correo electrónico *

Teléfono

de tener hijos.

DPI de la solicitante:

Examinar... No se ha seleccionado ningún archivo.

Acta de defunción del piloto:

Examinar... No se ha seleccionado ningún archivo.

Fotocopia de la licencia del piloto:

Examinar... No se ha seleccionado ningún archivo.

OTROS BOTONES

Haz tu donación:

Esta sección permite a los usuarios conocer las cuentas bancarias a las cuales puede hacer sus donaciones económicas. Así también contiene un formulario para que el usuario pueda enviar su boleta de depósito y permita a la institución tener un mejor control de los donativos económicos

Redes sociales

Estos botones permiten acceder a las distintas redes sociales con las que AVITRANSP cuenta para dar a conocer sus actividades, entre ellas se encuentra facebook, twitter, instagram y youtube.

Ver video

Este botón permite al usuario poder visualizar los videos testimoniales que son parte de la iniciativa de concientización del problema en el que incide la institución. Aspectos técnicos.

PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Página de inicio



¿Qué es AVITRANSP?

La Asociación de Viudas de Pilotos de Transportes Públicos es una organización no gubernamental y sin ánimo de lucro que nace el 11 de Noviembre de 2009, a raíz de los altos índices de violencia homicida en el transporte público de la ciudad de Guatemala.

Reuniendo a viudas de pilotos asesinados para ayudarlas en la búsqueda de mecanismos de superación y atención a la situación de vulnerabilidad que atraviesan junto a sus hijos y que poco a poco ha logrado hacer llegar su iniciativa y ayuda social a otros municipios del departamento de Guatemala.

Misión

Dar atención a madres y niños que son víctimas de violencia, promover sus derechos humanos y generar condiciones de desarrollo integral

Visión

Mejorar la calidad de vida de las familias afectadas por la violencia, especialmente las que presentan pérdida de su padre y compañero de hogar, sensibilizando a la sociedad sobre esta situación

Conoce nuestros proyectos



PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Página de inicio

Programa de Atención Psicológica

Busca orientar y apoyar emocionalmente a las asociadas y a sus familias, a través de atención psicológica gratuita.

Programa de Formación Técnica y Formación para el Trabajo

Busca capacitar a las asociadas para que puedan aprender un oficio a través de cursos técnicos gratuitos.

Programas de apoyo

Consiste en hacer llegar todas las donaciones y ayudas en especie a las familias de las asociadas de AVITRANSP.



Guatemala tiene un futuro brillante.

Ayúdanos a romper con el círculo de violencia.

[Haz tu donación](#)

[Conoce nuestra ubicación](#)



[Haz tu donación](#)

[Conoce nuestra ubicación](#)



Contacta con nosotros

Teléfono: (502) 2308-3200

Correo Electrónico: info@avitransp.org



300 personas ya siguen a [Avitransp Viajes de público de Transporte Público de Guatemala](#) en las redes y por correo electrónico.

PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Sección ¿Quiénes somos?



PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Sección ¿Quiénes somos?



PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Sección ¿Qué hacemos?



PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Sección ¿Qué hacemos?



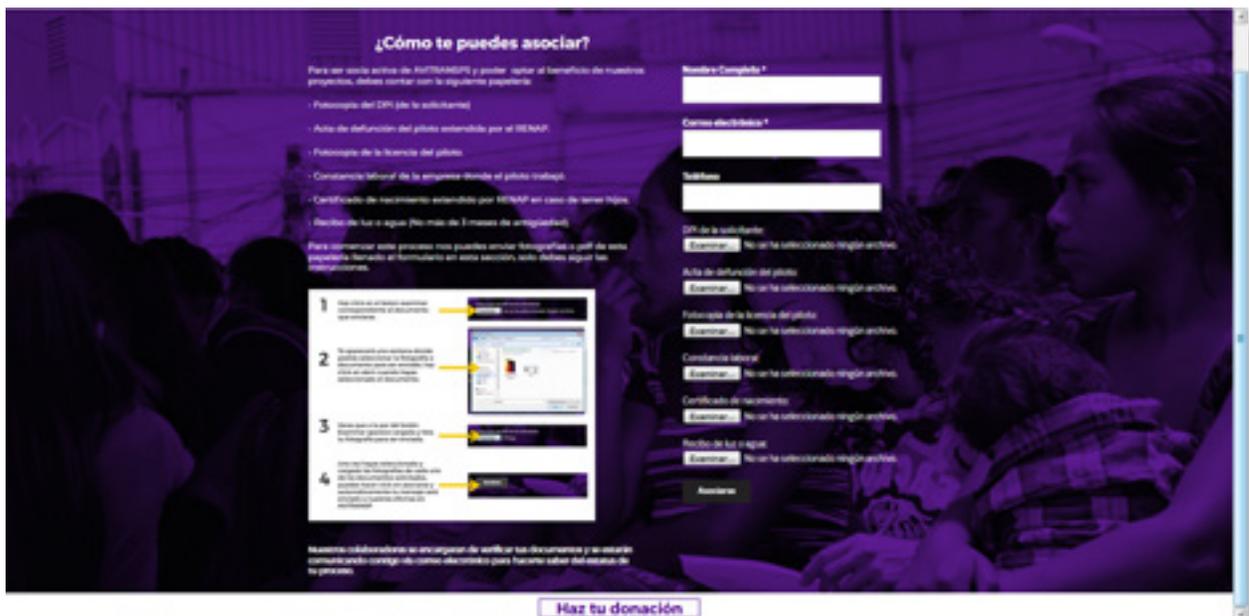
PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Sección ¿Qué hacemos?



PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Sección ¿Cómo asociarse?



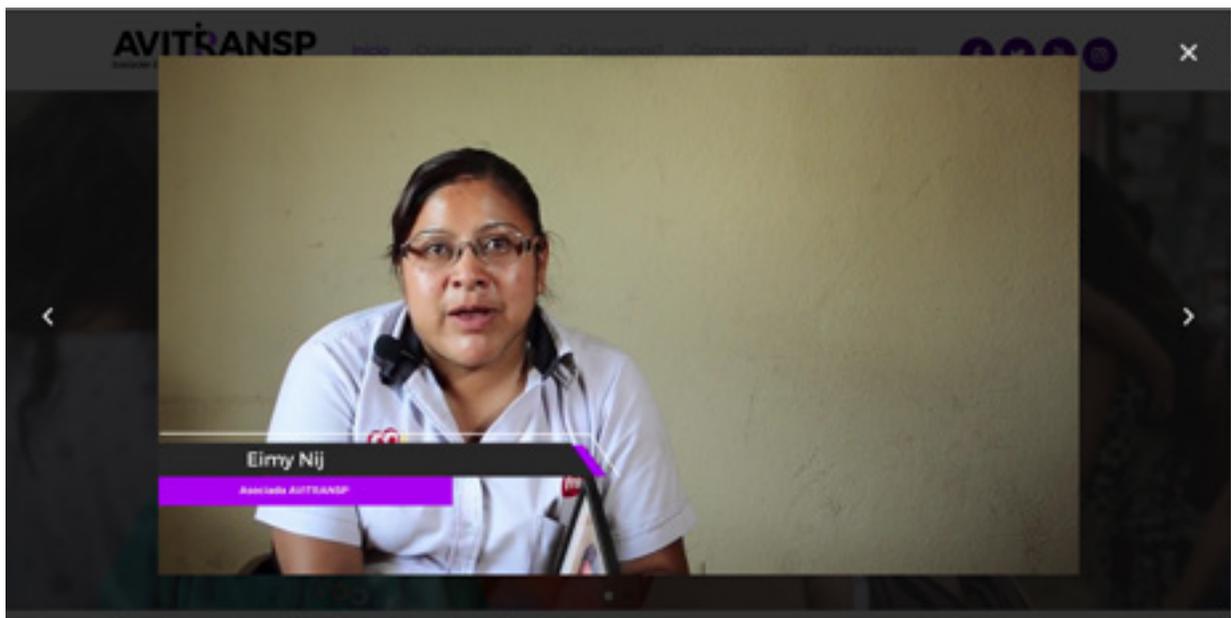
PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Sección Contáctanos



The screenshot shows the contact page of the AVITRANSP website. The header includes the AVITRANSP logo and navigation links: Inicio, ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿Cómo asociarse?, and Contáctanos. Social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, and Instagram are also present. The main content area features a purple background with a crowd of people. The text asks: "¿Quieres ponerte en contacto?", "¿Tienes alguna idea para apoyarnos?", and "¡Nos encantaría saber de ti!". Below this is a contact form with fields for "Nombre *", "Correo Electrónico *", and "Teléfono", followed by a "Escribenos tu mensaje" text area and an "Enviar" button. To the right, under "Más información", the address is "Eta calle 11-87, Zona 2, Ciudad de Guatemala", the phone number is "(502) 2308-3281", and the email is "Info@avitransp.org".

visualización de video en página web



PÁGINA WEB / VERSIÓN DE ESCRITORIO

Sección Donar

AVITRANSP
Asociación de Viudas de Pilotos de Transportes Públicos

[Inicio](#) [¿Quiénes somos?](#) [¿Qué hacemos?](#) [¿Cómo asociarse?](#) [Contáctanos](#)

[f](#) [t](#) [v](#) [i](#)

¡Ayúdanos a cambiar vidas!

Tus contribuciones son las que ayudan a AVITRANSP a hacer una gran diferencia en la vida de las familias de los pilotos de transporte público asesinados en Guatemala, y estamos muy agradecidos por cada donación recibida.

Si deseas donar a la asociación, puedes hacerlo depositando en las siguientes cuentas bancarias en Guatemala.

- Banca: **Banrural S.A.**
Tipo de cuenta: Monetaria
Número de cuenta: 3309110715
A nombre de: Asociación de viudas (AVITRANSP)
- Banca: **G&T CONTINENTAL**
Tipo de cuenta: Monetaria
Número de cuenta: 2000059025
A nombre de: Asociación de viudas

Si has hecho efectiva tu donación en alguna de nuestras cuentas, por favor envíanos tus datos y una fotografía no mayor a 2 MG, de tu boleto de depósito o transacción electrónica. Esto nos ayudará a tener un mejor control y aprovechar de mejor manera tus donaciones.

Nombre Completo *

Email*

Teléfono

Examinar... No se ha seleccionado ningún archivo.

Enviar

PÁGINA WEB / VERSIÓN PARA MÓVIL

Sección de inicio



PÁGINA WEB / VERSIÓN PARA MÓVIL

Sección de inicio



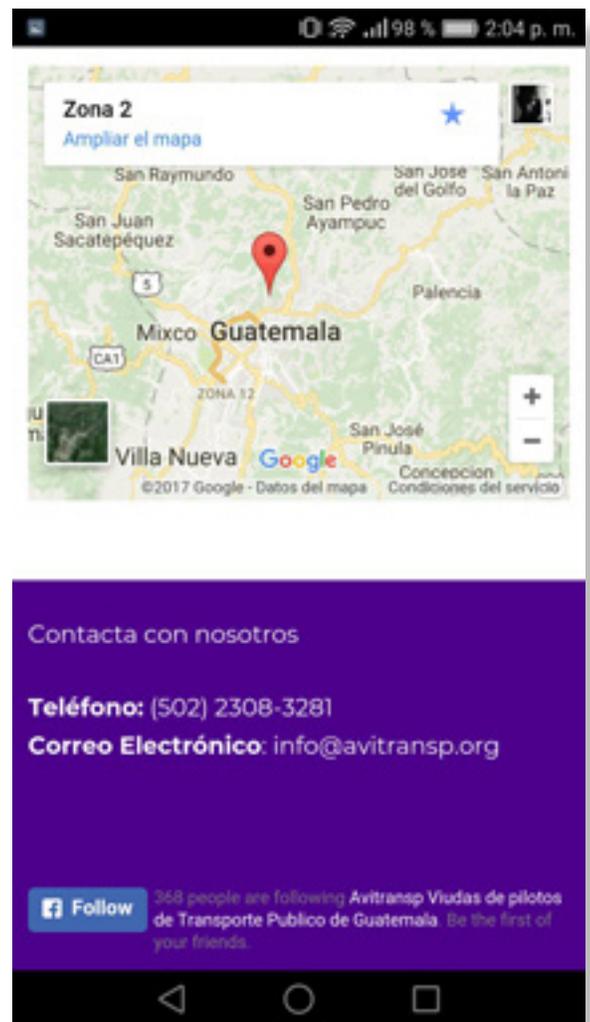
Conoce nuestros proyectos



Programa de Atención Psicológica
Busca orientar y apoyar emocionalmente a las asociadas y a sus familias, a través de atención psicológica gratuita.



Programa de Formación Técnica y



Zona 2
Ampliar el mapa



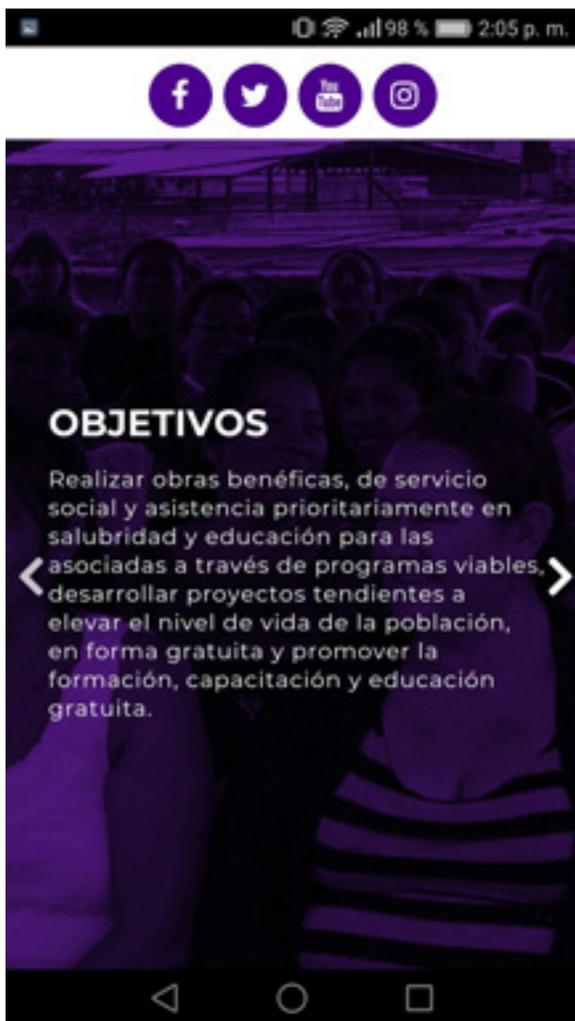
Contacta con nosotros

Teléfono: (502) 2308-3281
Correo Electrónico: info@avitransp.org

Follow 368 people are following Avitransp Viudas de pilotos de Transporte Publico de Guatemala. Be the first of your friends.

PÁGINA WEB / VERSIÓN PARA MÓVIL

Sección ¿Quiénes somos?



PÁGINA WEB / VERSIÓN PARA MÓVIL

Sección ¿Quiénes somos?



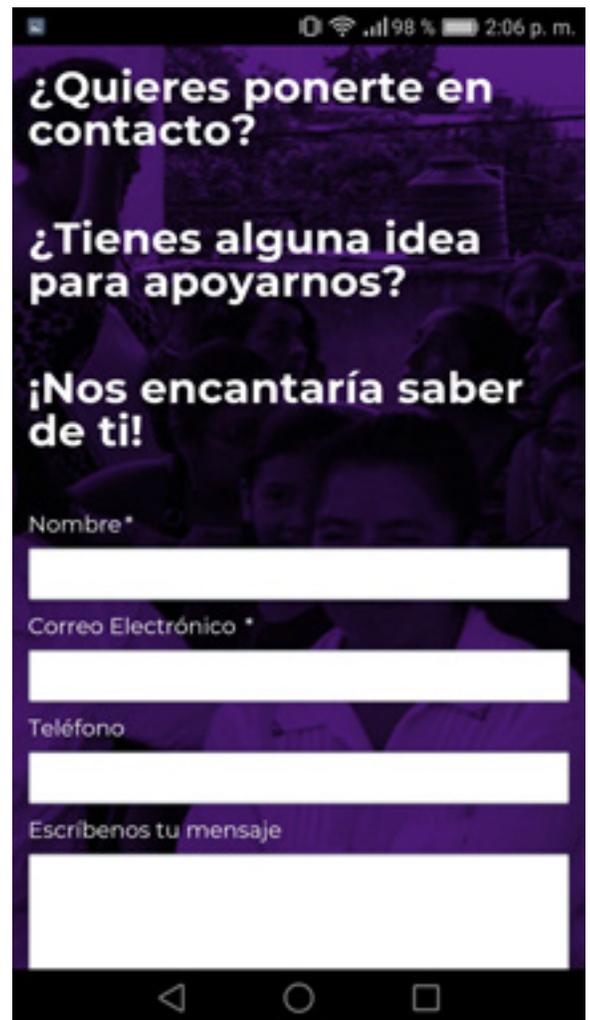
PÁGINA WEB / VERSIÓN PARA MÓVIL

Sección ¿Qué hacemos?



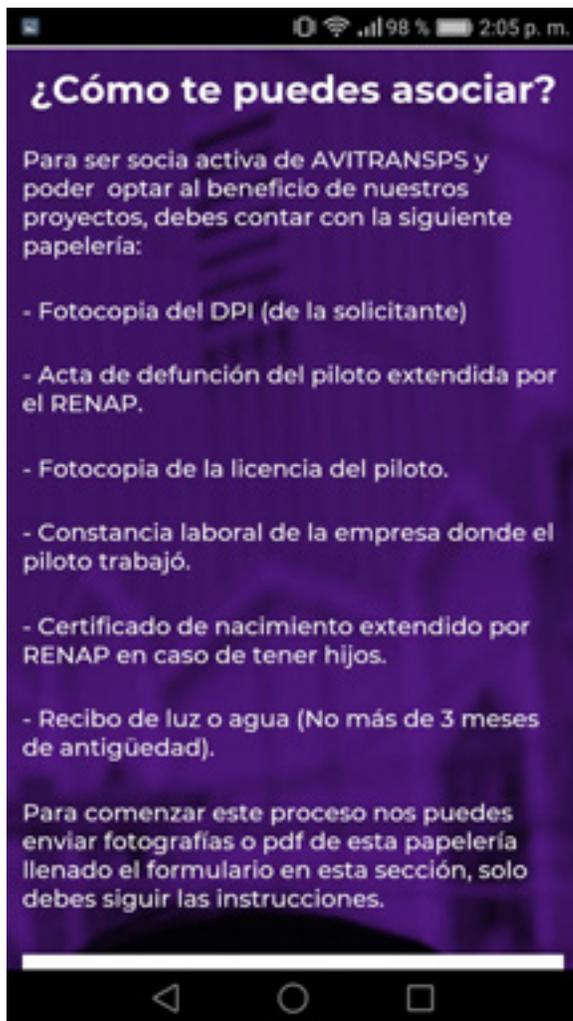
PÁGINA WEB / VERSIÓN PARA MÓVIL

Sección ¿Qué hacemos? y contáctanos



PÁGINA WEB / VERSIÓN PARA MÓVIL

Sección ¿Cómo asociarse?



¿Cómo te puedes asociar?

Para ser socia activa de AVITRANSPS y poder optar al beneficio de nuestros proyectos, debes contar con la siguiente papelería:

- Fotocopia del DPI (de la solicitante)
- Acta de defunción del piloto extendida por el RENAP.
- Fotocopia de la licencia del piloto.
- Constancia laboral de la empresa donde el piloto trabajó.
- Certificado de nacimiento extendido por RENAP en caso de tener hijos.
- Recibo de luz o agua (No más de 3 meses de antigüedad).

Para comenzar este proceso nos puedes enviar fotografías o pdf de esta papelería llenado el formulario en esta sección, solo debes seguir las instrucciones.



Para comenzar este proceso nos puedes enviar fotografías o pdf de esta papelería llenado el formulario en esta sección, solo debes seguir las instrucciones.

- 1 Haz click en el botón examinar correspondiente al documento que enlazaras.
- 2 Te aparecerá una ventana donde podrás seleccionar la fotografía o documento para ser enviado, haz click en abrir cuando hayas seleccionado el documento.
- 3 Verás que a la par del botón Examinar aparece cargada y lista tu fotografía para ser enviada.
- 4 Una vez hayas seleccionado y cargado las fotografías de cada uno de los documentos solicitados, puedes hacer click en asociarse y automáticamente tu mensaje será enviado a nuestras oficinas en AVITRANSP.

Nuestros colaboradores se encargaran de verificar tus documentos y se estarán comunicando contigo vía correo electrónico para hacerte saber del estatus de tu proceso.

Nombre Completo *

PÁGINA WEB / VERSIÓN PARA MÓVIL

Sección ¿Cómo asociarse? y donación

Nombre Completo *

Correo electrónico *

Teléfono

DPI de la solicitante:
 No se eligió archivo

Acta de defunción del piloto:
 No se eligió archivo

Fotocopia de la licencia del piloto:
 No se eligió archivo

Constancia laboral:
 No se eligió archivo

¡Ayúdanos a cambiar vidas!

Tus contribuciones son las que ayudan a AVITRANSP a hacer una gran diferencia en la vida de las familias de los pilotos de transporte público asesinados en Guatemala, y estamos muy agradecidos por cada donación recibida.

Si deseas donar a la asociación, puedes hacerlo depositando en las siguientes cuentas bancarias en Guatemala.

- Banco: **Banrural S.A.**
Tipo de cuenta: Monetaria
Número de cuenta: 3109110715
A nombre de: Asociación de viudas (AVITRANSP)

- Banco: **G&T CONTINENTAL**
Tipo de cuenta: Monetaria
Número de cuenta: 2000059025
A nombre de: Asociación de viudas

PÁGINA WEB / VERSIÓN PARA MÓVIL

Sección donación y visualización de video

Si haz hecho efectiva tu donación en alguna de nuestras cuentas, por favor envíanos tus datos y una fotografía no mayor a 2 MG, de tu boleta de depósito o transacción electrónica. Esto nos ayudará a tener un mejor control y aprovechar de mejor manera tus donaciones.

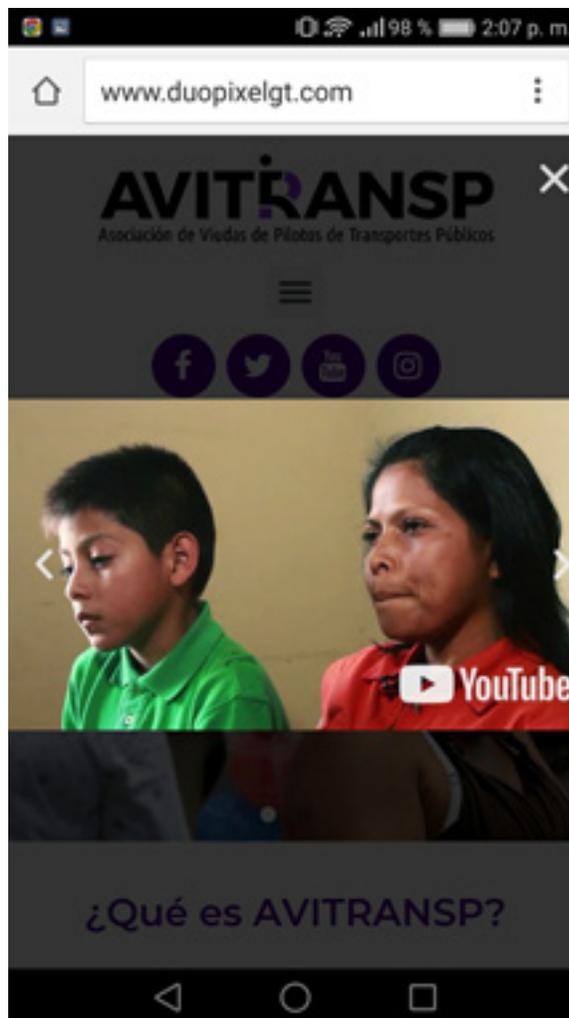
Nombre Completo *

Email*

Teléfono

Seleccionar archivo No se eligió archivo

Enviar



AUDIOVISUALES

TESTIMONIALES

Medio

Digital

Orientación de formato

Horizontal: Para uso en pantallas horizontales incluyendo móviles con sensor de posición activado, este formato permite aprovechar los espacios para colocar motion graphics y permite tener mejor calidad en tamaños más grandes de pantalla, las dimensiones del video son de 720p x 1280p.

Tipo de audiovisual

Testimonial. Se encuentra basado en un formato de entrevista a través del cual una viuda cuenta su experiencia con la institución y como esta le ha apoyado a mejorar su vida y la su familia, este tipo de video es perfecto para concientizar y hacer un llamado a la acción “donar”.

está realizada para ser visualizado en la página web, redes sociales y YouTube.

Planos y encuadres

Para un video testimonial es importante tener por lo menos dos ángulos del entrevistado con el fin de que el audiovisual no se torne aburrido y monótono, por lo cual se utilizaron dos cámaras en primer plano, cumpliendo la regla de los 30 grados para no confundir al espectador, la cámara principal siempre estuvo con encuadre de ley de tercios para poder colocar los motion graphics en ese espacio y se completara la composición del video

Tipografía

Montserrat. Una tipografía San Serif, perfecta para uso en medios digitales ya que facilita la lectura al no tener remates y contener una buena densidad en su estructura.

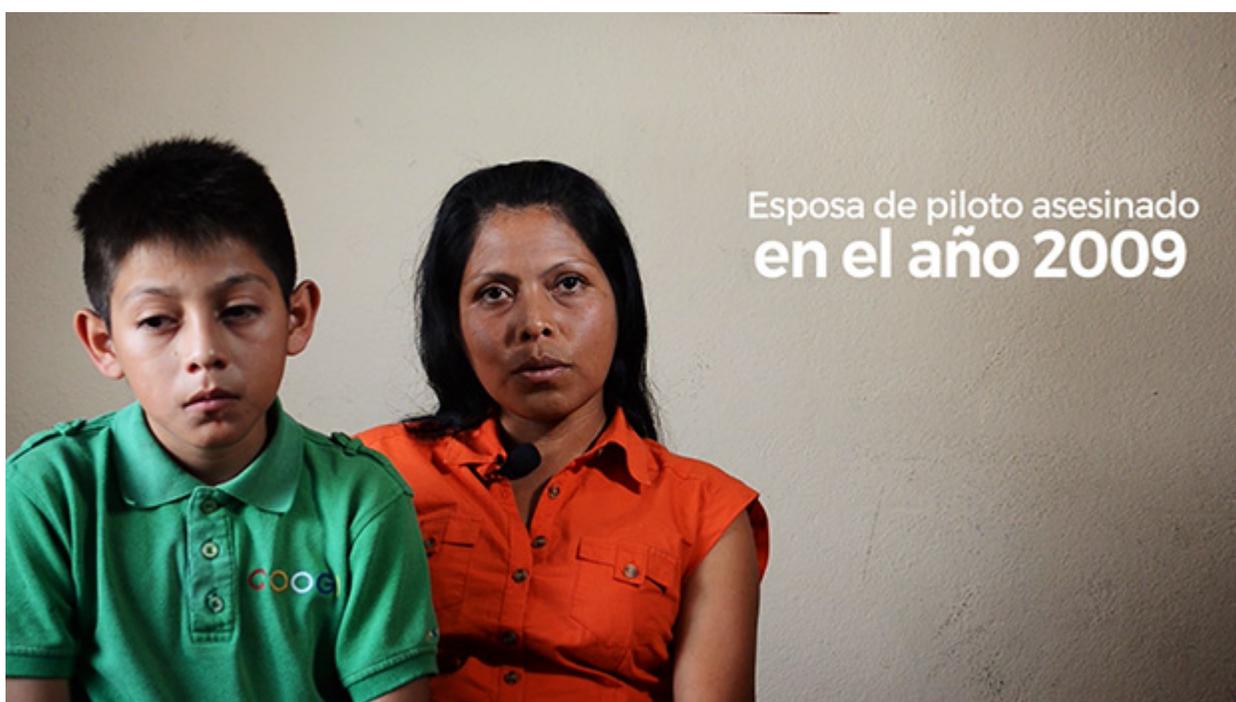
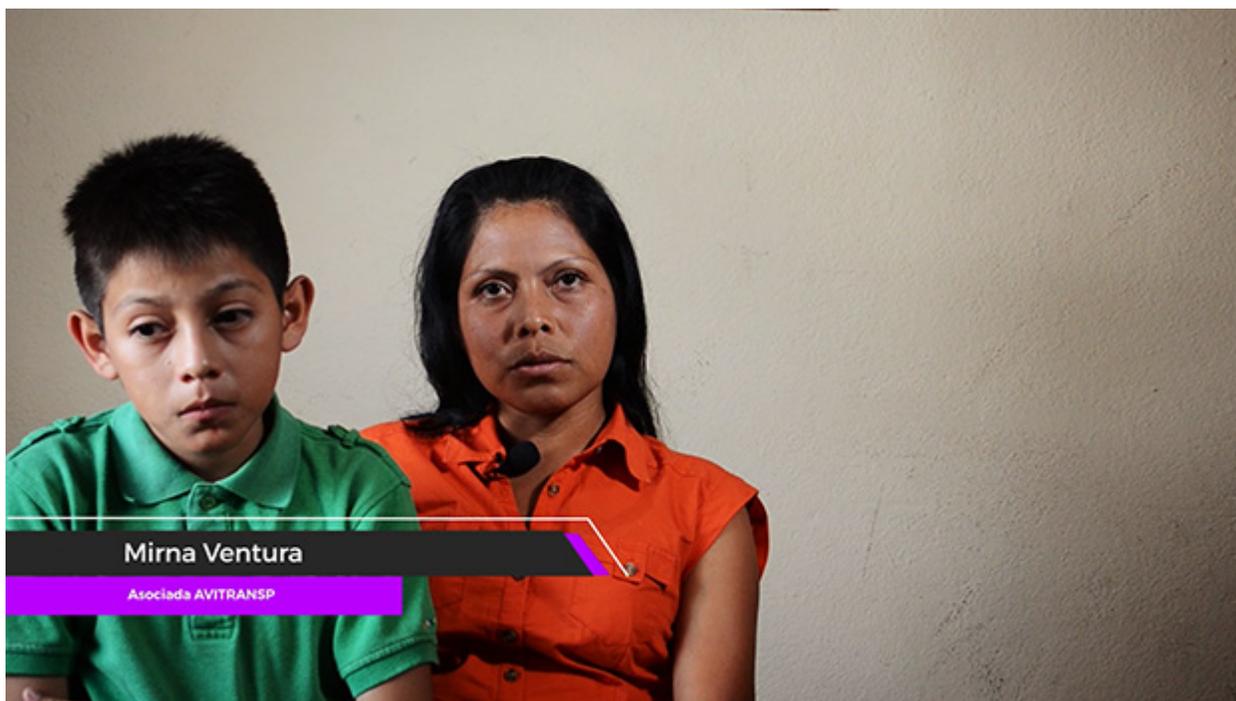
Colorización:

Se utilizaron tonos cálidos para generar un ambiente amigable en el audiovisual, pero sin exagerarlos para mantener la idea del mensaje en acción.

Observaciones

Los audio visuales contiene música incidental para reforzar la historia que se cuenta, la calidad del mismo

AUDIOVISUAL / MIRNA VENTURA VIDEO TESTIMONIAL



AUDIOVISUAL / MIRNA VENTURA
VIDEO TESTIMONIAL



AUDIOVISUAL / MIRNA VENTURA
VIDEO TESTIMONIAL



AUDIOVISUAL / MIRNA VENTURA
VIDEO TESTIMONIAL



Con ayuda psicológica
económica y capacitaciones

**Sólo hace falta dar
una oportunidad**

AUDIOVISUAL / MIRNA VENTURA
VIDEO TESTIMONIAL

**¡Ayúdanos
a cambiar
vidas!**

AVITRANSP
Asociación de Viudas de Pilotos de Transportes Públicos

AUDIOVISUAL / EIMY NIJ
VIDEO TESTIMONIAL

**La muerte
de un piloto**

**Va más allá
de ser solo una noticia**

AUDIOVISUAL / EIMY NIJ VIDEO TESTIMONIAL



AUDIOVISUAL / EIMY NIJ
VIDEO TESTIMONIAL



AUDIOVISUAL / EIMY NIJ
VIDEO TESTIMONIAL



AUDIOVISUAL / EIMY NIJ
VIDEO TESTIMONIAL

**Solo hace falta dar
una oportunidad**

**¡Ayúdanos
a cambiar
vidas!**

AUDIOVISUAL / EIMY NIJ
VIDEO TESTIMONIAL

The logo for AVITRANSP is centered on a black rectangular background. The word "AVITRANSP" is written in a bold, white, sans-serif font. The letter 'R' is stylized with a purple dot above it and a purple vertical bar on its left side. Below the main text, the full name "Asociación de Viudas de Pilotos de Transportes Públicos" is written in a smaller, white, sans-serif font.

AVITRANSP
Asociación de Viudas de Pilotos de Transportes Públicos



CAPÍTULO 7

LECCIONES APRENDIDAS



Lecciones aprendidas

Proceso de gestión

Es importante realizar un buen diagnóstico antes de comenzar a diseñar, este debe contener información real que ayude a localizar desde el principio los problemas reales, tanto a nivel social como a nivel de comunicación visual. De no hacerlo así se corre el riesgo de tener que modificar conceptos esenciales que podrían cambiar por completo la dirección del proyecto.

Es importante gestionar información verídica y trascendental que permita sustentar la redacción del marco teórico, ya que con esos datos se va a fundamentar el diseño de las piezas gráficas, su aplicación, canales y factibilidad del proyecto.

La administración efectiva del tiempo es un factor importante para cumplir con cada paso del proceso en el proyecto, al realizar un cronograma se debe seguir tal cual, para no tener atrasos tanto en la parte gráfica como en la parte de contenidos e investigación

Las etapas de validación no son solo requisitos por cumplir, cada nivel de validación permite enriquecer el proyecto y da la oportunidad de realizar piezas verdaderamente impactante para incidir en un problema social, algo que como profesionales deberíamos hacer constantemente para mejorar nuestro país.

Producción del Diseño Gráfico

Estructurar a nivel de diseño la jerarquía gráfica para poder comunicar con eficiencia las piezas gráficas y que estas tengan memorabilidad en el grupo objetivo.

No importa que tanto se sepa de un tema, técnica, tendencia, estilo o rama del diseño siempre, se puede aprender más y mejorar.

Todos los bocetos son un indicio para llegar a la pieza seleccionada y que sea mejor.

Identificar a fondo las verdaderas necesidades del grupo objetivo, no solo haciendo referencia al diseño gráfico si no apropiándonos del tema para tener un mejor proyecto que no solo cumpla con las premisas de diseño si o que también genere un cambio positivo.

CAPÍTULO 8

CONCLUSIONES



Conclusiones

Este proyecto fue sometido a un proceso de validación, con el cual se puede afirmar que el material diseñado para AVITRANSP permitió a la institución el fortalecimiento de su imagen, el traslado de información a sus grupos objetivos, concientizar sobre el problema que afrontan las viudas de pilotos del transporte público y a establecer alianzas estratégicas con otras personas y organizaciones. La validación no solo permite afirmar la funcionalidad si no también la aceptación de las piezas gráficas por los grupos objetivos.

Además el proyecto da a AVITRANSP por primera vez en su historia un posicionamiento en motores de búsqueda en internet, permitiendo que el mundo pueda conocer más de su labor e incidencia sobre la violencia en Guatemala.

CAPÍTULO 9

RECOMENDACIONES



Recomendaciones

A la institución

Dar seguimiento a los materiales elaborados, con la intención de aprovechar todos los recursos y servicios que estos ofrecen para la asociación.

Una mejora significativa para dar seguimiento a la página web, sería gestionar que las donaciones se puedan realizar en línea, por medio de tarjeta de crédito y/o débito o bien a través de peypal, con lo cual se facilitara a los usuarios el proceso de donación alrededor del mundo y permitiría que la institución obtenga mayor número de donaciones.

A la escuela de diseño gráfico

Capacitar y proporcionar equitativamente recursos y herramientas a los docentes de diseño gráfico, acerca de los procesos metodológicos y administrativos tanto de proyecto de graduación como de EPS, con el fin de unificar información y que los estudiantes sin importar en que sección estén o que asesores tengan, puedan tener acceso y conocimiento del mismo proceso metodológico y administrativo para realizar sus proyectos, evitando así supuestos y confusión entre los mismos.

A los estudiantes de diseño gráfico

Es de vital importancia tener una buena gestión del tiempo en el desarrollo de proyecto de graduación y EPS, una mala aplicación del mismo puede ocasionar estrés innecesario y retrasos en cada una de las etapas a trabajar.



Referencias

- Astroza, C. (2009). Técnicas y leyes compositivas. Santiago de Chile: Universal Diego portales.
- Berman, D. (2008). Haz el bien diseñando. Designio.
- Briceño-Leon, R. (2008). La violencia homicida en america latina. Venezuela: Laboratorio de ciencias sociales, Venezuela.
- Creative.es. (17 de Maroz de 2015). creative.es. Obtenido de <http://www.creativate.es/la-reticulaen-diseno-web-caracteristicas-y-funciones/>
- Cristina, L. (19 de Marzo de 2012). Blogspot. Obtenido de <http://lindacristina16.blogspot.com/2012/03/temas-de-semiotica-tipos-de-codigos.html>
- Delgado, M. (11 de Febrero de 2013). mildredcolaborativo.blogspot. Obtenido de <http://mildredcolaborativo.blogspot.com/>
- Delgado, R. A. (s.f.). Las ONG como organizaciones sociales y agentes de tranformación de la realidad. Bogota Colombia.
- Designthinking, E. e. (Octubre de 2014). designthinking.es. Obtenido de <http://designthinking.es/inicio/index.php>
- Kliksberg, B. (2000). La situación social de América Latina y sus impactos sobre la familia y la educación. Argentina: F.C.E.-BID.
- Krug, S. (2006). no me hagas pensar. Madrir: PRENTICE-HALL.
- Martínez, N. C. (2010). LOS EFECTOS DE LA AUSENCIA PATERNA. Bogota Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Matute Rodríguez, Arturo. I. G. (2007). Informe estadístico de la violencia en Guatemala. Guatemala: Magna Terra editores s.a.
- Morales, Marco A. (2014). Guía Metodológica proyecto de graduación. Guatemala: Escuela de diseño gráfico.
- Osorio, E. Q. (13 de Noviembre de 2013). Prezi.com. Obtenido de <https://prezi.com/pdiew5rzuqcv/enfoque-social-del-diseno-grafico/>
- Peña, A. (2017). alvaropmarketing. Obtenido de <http://alvaropmarketing.com/tendencias-endisenoweb/>
- Producciones, A. (23 de junio de 2013). AMR producciones. Obtenido de <http://amrproducciones.blogspot.com/2013/06/preproduccion-produccion-yposproduccion.html>
- Ramírez, Werner. (2014). Teoría de Juegos, asesinato de pilotos del transporte publico. Guatemala: Escuela de ciencias políticas.
- STCNS, S. T. (2017). Reporte estadistico 2017. Guatemala: Magna Terra editores s.a.
- WHO, W. H. (2002). World Report on Violence and Health. Geneve

Glosario

Audiovisual

Material de imágenes y sonidos grabados que se utiliza generalmente con fines dicácticos.

Boceto

Es el esquema básico o línea ideológica que conforma la pre-visualización de un futuro proyecto artístico.

Concepto creativo

Es una frase o consigna que figura en una o más piezas de comunicación sin la cual la idea no llega a entenderse. Esta consigna le da sentido a la pieza en términos creativos y actúa como complemento del concepto de brief, no lo repite.

CSS

Las hojas de estilo en cascada (Cascading Style Sheets, CSS) son un lenguaje formal usado para definir la presentación de un documento estructurado escrito en HTML o XML

Diseño gráfico

Es el arte o disciplina cuyo fin consiste en idear y proyectar mensajes con carácter e identidad propia a través de la imagen.

Dominio

Un dominio de internet (por ejemplo "codigosur.org") es un nombre de equipo que proporciona nombres más fácilmente recordados en lugar de la IP numérica.

Hosting

El Hosting es el espacio donde se hospeda el sitio web. Este servicio lo brindan instituciones o empresas que cuentan con servidores y software que le permitan gestionar servicios IP

Icono

En artes gráficas, los iconos son signos o pictogramas que se utilizan para ilustrar una idea con la cual guarda una relación de identidad o semejanza.

Insight

Es un término utilizado en Psicología proveniente del inglés que se puede traducir al español como "visión interna" o más genéricamente "percepción" o "entendimiento". Mediante un insight el sujeto "capta", "internaliza" o comprende, una "verdad" revelada. Logotipo para que toma de decisiones

Interlineado

El interlineado, también denominado "espaciado entre líneas", es un concepto que solemos encontrar junto a "sangrías" en los editores de texto, y es el que determina la cantidad de espacio en sentido vertical entre las líneas de texto de un mismo párrafo.

Justificación tipográfica

La justificación en diseño y maquetación de textos hace referencia tanto a los espacios entre palabras, como los espacios entre letras.

Legibilidad

En pocas palabras, la legibilidad puede definirse como la cualidad que tiene un texto para que pueda ser leído.

Logotipo

Identifica o distingue a una empresa o entidad de otras.

Página Web

Es una unidad de información individual a la que se accede a través de la WWW, en ella se presentan texto, imágenes, sonidos, vídeos y enlaces, y su extensión puede ser más larga que una pantalla de computador.

Pixel

El pixel es la unidad básica de una imagen digitalizada en pantalla. En otras palabras, son los puntos de color que conforman una imagen, mediante la constitución de una matriz de píxeles sucesivos

Recorrido

En el campo de la tipografía, éste el espacio en blanco que se ajusta entre los textos y las imágenes.

Retícula

Líneas guías que nos permiten ver las proporciones y dimensiones de elementos tipográficos e imagen para darle jerarquía y composición a la pieza.

Servidor

Es el computador en el que se ejecutan los programas que realizan alguna tarea en beneficio de otras computadoras. Algunos servicios habituales son los servicios de archivos, que permiten a los usuarios almacenar y acceder a los archivos de un sitio web, así como ejecutar sus aplicaciones asociadas, en beneficio directo del usuario final.

Sitio Web

Varias páginas web pueden estar agrupadas conformando un sitio Web, se trata de productos comunicacionales cuya característica básica es que potencian una “desestructuración comunicativa”, es decir, que el sitio no hace explícito todas sus posibilidades de una sola vez, sino que para conocerlas se incita al usuario a explorar y a interactuar con los distintos elementos que aparecen en pantalla.

Tipografía

Procedente del griego, la tipografía es el arte de componer letras para comunicar un mensaje, y por tanto su técnica radica en la elección y el uso de “tipos” o “fuentes”, así como de símbolos que forman parte de un texto escrito.

ANEXOS

ANEXO 1

Diagnostico Institucional



Inscripción legal:

Registro de Personas Jurídicas: Partida No. 24-536, folio(s) 24-536, del libro 1 del Sistema Único del Registro Electrónico de Personas Jurídicas, la entidad denominada Asociación de Viudas de Politos del Transporte Público, abreviado AVITRANSP. Escritura Pública número 42 autorizado en la Ciudad de Guatemala el 22 de Julio del 2009 por el Notario Marvin Rocael Ramos Aguilar.

AVITRANSP es una organización sin ánimo de lucro fundada en la Ciudad de Guatemala, nació a raíz de los altos índices de violencia en el transporte público en Guatemala.

La institución fue fundada en 11 de noviembre de 2009 en la Ciudad de Guatemala, reuniendo viudas de pilotos asesinados de forma violenta en la periferia del área metropolitana y que poco a poco ha logrado hacer llegar su iniciativa y ayuda social a otros municipios del departamento de Guatemala.

En la institución se llevan a cabo distintas actividades a lo largo del año en donde se involucran distintos sectores de la sociedad: sociedad civil, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y profesionales que aportan tiempo y dinero para que AVITRANSP continúe con la labor de seguir ayudando a las viudas de pilotos asesinados.

Misión

Unificar esfuerzos con las autoridades para reducir las muertes de pilotos y el desarrollo integral de viudas y huérfanos hijos de pilotos de transporte público.

Objetivo

Que un que exista la ausencia de padres y esposos, las mujeres y sus hijos pueden encontrar en ésta asociación la ayuda no solamente económica sino también psicológica que sirva para asimilar la ausencia de un ser querido y de ésta forma seguir adelante.

Miembros de la junta directiva

Lilian Maribel Pérez	Presidente y representante legal
Dora Mercedes Muños	Vice- presidente.
Blanca Lilian Salazar	Secretaria
Mariela Juárez	Tesorera
Susy Lorena Gonzalez	Vocal I
Eimi Rosenda Nij	Vocal II

Lo que hacen

En la asociación se realizan talleres de costura, cocina y otro tipo de capacitaciones que ayuden a las viudas a saber un oficio y poder dar un sostén económico a sus familias.

Con la ayuda de estudiantes de la universidad de San Carlos y de Usai brindad terapias psicológicas gratuitas para que tanto las viudas como sus hijos logren sobre llevar la pérdida del ser querido y puedan cerrar el círculo de odio en la sociedad.

Con la ayuda de Proam la asociación ha podido abrir 7 farmacias, que a su vez han generado empleo para 7 viudas las cuales subsisten de las ventas de medicina y aportan una cantidad a la asociación para que un niño de una viuda tenga la oportunidad de estudiar.

¿De quien reciben ayuda?

La asoció cuenta con la ayuda de otras asociaciones y entidades estatales como USAI, Intecap, Usac y Proam, quienes aportan tanto económicamente como con capacitaciones y servicios que ayuden a las viudas y sus familias. También reciben ayuda económica de parte del gobierno para poder sufragar gastos internos.

ANEXO 2

Diagnóstico grupo objetivo

Madres (amas de casa viudas) de entre 25 y 40 años de edad



Nivel socioeconómico bajo (D) que viven en zonas aledañas a zona 2, 6 y 18 de ciudad capital. Son señoras que trabajan de forma voluntaria en la asociación avitransp . ellas se movilizan en transporte público o a pie



Ellas frecuentan mercados, tiendas, escuelas y lugares donde puedan obtener precios bajos. La mayoría de señoras no tiene un nivel académico que supere la primaria o los básicos, tampoco cuentan con una profesión.



Han recibido capacitaciones para ayudar a los niños en sus tareas diarias, no tiene la costumbre o el habito de leer. Y el trabajo o labor que realizan en la asociación es para ayudar a los niños y adolescentes a mejorar su estilo de vida.

SPICE

Social: necesita apoyo de las personas a su alrededor, no siempre expone sus sentimientos, pero es empática, sabe que se requiere ayuda de otras personas para mejorar.

Physical: a veces se sienten muy solas, pero a pesar de eso encuentra la fuerza en sus propios hijos para sobre llevar los problemas que afrontan. No tiene mucho tiempo de pensar en si mismas

Identity: Tiene problemas desarrollando un sentido de identidad o pertenencia, por los problemas que afrontan no les permiten muchas veces desarrollar dicho sentido .

Communication: Les interesa saber de las noticias nacionales, lo que sucede en su entorno y si existe algo que hacer para resolver su precariedad económica.

Emotional: Necesita del apoyo de las personas que la rodean, necesita comprensión, positivismo, paz tanto interior como exterior, necesita sentirse valorado.

ANEXO 3

Imagen de la Institución

Gráfica y tipografía

Los elementos en la línea gráfica actual carecen de una fundamentación y una planeación para su aplicación en distintos métodos y formatos. También se han topado con el inconveniente de que existen personas que han utilizado sus logotipos para actividades fuera de la institución por lo que han optado por retirar dichos logotipos de la página de Facebook.

Logotipo



isotipo



ANEXO 4

Comunicación institucional

Redes Sociales



Avitransp Viudas de pilotos de Transporte Publico de Guatemala



Correo electrónico



lilianperezcamo@yahoo.com

ANEXO 5

Comunicación institucional

Departamento o plaza De diseño o comunicación

La asociación no cuenta con un departamento de diseño o comunicación específico, cuando es necesario generar algún material informativo, de comunicación o de divulgación, lo hace la encargada de la asociación o alguna viuda voluntaria, sin el conocimiento o preparación adecuada, usando programas de Microsoft Office. Por lo cual el material visual no es de calidad ni funcional al 100%.

Principales medios de comunicación

La asociación tiene una cuenta en facebook y otra en tweeter donde hacen divulgación de algunos de los eventos o talleres que realizaron o están por realizar, ellas solo publican lo que consideran importante ya que no cuentan con la capacitación o el conocimiento necesario para mediar sus publicación y generar estrategias para un buen uso del potencial de las redes sociales.

La asociación no cuenta con un correo propio, la comunicación por este medio se hace directamente al correo de la encargada de la misma.

Dificultades de comunicación

No cuentan con un departamento o una persona dedicada a esta parte.

No cuentan con una línea gráfica establecida, por lo que no logran credibilidad y quedar en la memoria de las personas

La divulgación de las actividades, acciones, procesos y funciones que tiene la asociación para con su grupo objetivo no son efectivas o suficientes.

El correo electrónico que utilizan para tener comunicación con otras instituciones o personas que necesitan ayuda es de una persona particular, no es directamente de la asociación.

Las estrategias de comunicación no tiene el impacto necesario para ayudar a más gente.

ANEXO 6

Comunicación institucional

Relación de la institución

La relación de AVITRANSP con la sociedad ha tenido un impacto significativo, la ayuda que han brindado por medio de sus capacitaciones, talleres y ayudas psicológicas han mejorado la vida tanto de viudas como de sus hijos, generándoles una mejor calidad de vida.

Reputación de la institución

La reputación de AVITRANSP está comenzando a surgir ya que no llevan mucho tiempo en actividad y es un proceso que lleva varios años y el esfuerzo de las personas que están trabajando directamente en ella.

ANEXO 7

FODA de la institución

- F**
 - Claridad en su grupo objetivo
 - Crecimiento en su reputación
 - Están dispuestos a poner en práctica y recibir cualquier tipo de ayuda
 - Cuentan con un pequeño presupuesto para material gráfico.

- O**
 - Hacer uso correcto de herramientas tecnológicas como página web para mejorar la comunicación.
 - Generar más y mejor calidad de comunicación con los grupos objetivos
 - Facilitar herramientas para mejorar los sistemas de comunicación

- D**
 - Medios de comunicación deficiente
 - Uso de una sola plataforma para divulgar mensajes
 - Se limita a los medios tradicionales para divulgación (trifoliales)
 - No cuentan con línea gráfica para la institución

- A**
 - Apatía por parte de la sociedad por el futuro de las viudas de pilotos de transporte público y sus familias.
 - Falta de compromiso del gobierno para apoyar a este sector.
 - Falta de recursos económicos para invertir en divulgación.

ANEXO 8

Necesidades y soluciones para la comunicación visual

Necesidades de comunicación visual detectadas	Factores que las causan	Soluciones propuestas por el profesional de Diseño Gráfico
Divulgación por plataformas virtuales de las actividades y ayudas que ofrece la asociación	La institución no cuenta con un espacio virtual formal para que las personas u otras organizaciones puedan obtener información fehaciente de ellos	Crear un correo electrónico institucional y una pagina web para que la divulgación de la asociación sea mas efectiva
Adecuado uso de las redes sociales.	Carecen de estrategia o plan para el manejo de sus redes sociales.	Crear un manual para que sepan como utilizar y darle el mayor provecho a sus redes sociales.
Testimoniales del impacto que a tenido la institución en los grupos objetivos.	No cuenta con ningún tipo de testimonial escrito o multimedia para divulgar su impacto en la sociedad.	Crear vídeos testimoniales para colgar en la página web y redes sociales

ANEXO 9

Autoevaluación, bocetos a mano



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Facultad de Arquitectura
 Escuela de Diseño Gráfico
 EDSI 2017
 1er y 2do. Nivel de bocetaje = Cuadro de autoevaluación
 Licda. Larissa Mendicuti

		Principios a evaluar en el diseño										
		Perfomancia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Exatificación	Identidad visual	Diseño tipográfico	Uso del color	RESULTADO
opción	Nombre de la versión	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1

- Autoevaluación** Es un procedimiento que permite evaluar las propuestas de diseño de manera objetiva e independiente del cual el estudiante determina cuáles reúnen las condiciones necesarias para continuar trabajando en ellas. Se puntúa de 0 a 5 puntos con las siguientes criterios de evaluación: Excelente=5, muy bueno=4, bueno=3, regular=2, malo=1
- Perfomancia** Hace referencia a la forma en que la propuesta guarda relación con el tema que se está tratando. La perfección del diseño establece también si el mensaje contenido en el diseño es adecuado para el grupo objetivo.
- Memorabilidad** Un diseño es memorable si el receptor logra el asociarlo con un recuerdo o evento importante o si recuerda rápidamente el mensaje y lo vive como referente. Las mejores campañas de comunicación visual, son aquellas que son memorables.
- Fijación** La fijación de un mensaje visual es la capacidad que este tiene, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo. El uso de colores, imágenes y mensajes adecuados facilita la fijación de los mensajes.
- Legibilidad** La fijación de un mensaje visual es la capacidad que este tiene, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo. El uso de colores, imágenes y mensajes adecuados facilita la fijación de los mensajes.
- Composición visual** Se refiere a la composición que se presenta, es armónica, agradable, ordenada y reúne las condiciones necesarias para llamar la atención del grupo objetivo. (Diseños de tratamiento gráfico, aperturas, Armadura, espacios, profundos, etc.)
- Abstracción** El diseño de la composición, utiliza elementos constructivos a partir del principio de la abstracción, (diseño reducidos a la misma un componente, el adecuadamente una realidad y el constructo a partir de lo que fue creado.
- Exatificación** El referente que se le da a las imágenes y textos debe resultar estético, agradable, armónico y debe contribuir a despertar el interés y a generar una vibración emocional con el grupo objetivo. (Diseños de técnicas utilizadas: vectores, mano alzada, etc.)
- Comprende** y la propuesta de diseño debe comunicar el concepto creativo en cualquiera de sus aspectos. La determinación de visualización con el sus identificaciones visuales constituyen un elemento muy valioso para potenciar la idea, evitando la ambigüedad en concepto creativo al mensaje.
- Diseño tipográfico** Más allá de elegir las fuentes tipográficas adecuadas, el diseño tipográfico es la forma en que se las incorporan al mensaje al diseño. La adecuación a tema, la legibilidad, la comprensión de los contenidos, se debe evaluar para establecer el aporte de este componente.
- Uso del color** La selección de la paleta de colores debe responder en función de la adecuación al perfil del grupo objetivo y la temática que se está trabajando. Se debe evaluar desde el punto de vista estético, técnico y psicológico.
- Resultado** La evaluación del como resultado una puntuación de entre 0 y 50 puntos, las propuestas que resulten mejor evaluadas, son las que finalmente se ajustan de mejor forma a los requerimientos del proyecto.

ANEXO 10

Encuesta para evaluación con profesionales

Página web AVITRANSP			
	Si	No	Observaciones
Considera que la retícula y la composición de la página web son dinámicas, creativas y pertinentes			
¿El orden y posición de los elementos gráficos genera estética y orden?	✓		
¿La selección tipográfica permite la legible, dinamismo y estética?			Revisar
¿La selección cromática es funcional y permite buen contraste en cada sección?	✓		
¿Considera que el encuadre de las fotografías, su calidad, el tratamiento de color y el uso de la misma es el adecuado?	✓		
¿Considera que el mensaje es entendible, claro y adecuado para el grupo objetivo?	✓		
¿La estructura de la información e interacción que la página web proporciona al usuario es adecuada para su uso?	✓		
¿Considera que la página web permite que el usuario se desenvuelva en la misma sin sentirse perdido?			considerar usar scroll
¿Considera que la página web es atractiva y cumple su función de informar, concientizar e invitar a colaborar con la institución.?	✓		
¿Considera que la página web en general refleja el concepto creativo?	✓		
¿Considera que la estructura de la historia para los video testimoniales es la adecuada?			
¿Considera que el tiempo y el formato del video son adecuados?	✓		
¿El uso de textos (motiongraphic) ayudan a comprender la historia?		—	
¿En general cree que los video testimoniales reflejan el concepto creativo?	✓		

ANEXO 11

Encuesta para validación con grupo objetivo



Encuesta

A continuación se le presentan una serie de preguntas que deberá contestar marcando con una "X" en la respuesta que considera apropiada.

1. ¿Considera que la página web es atractiva e interesante?

Mucho poco nada

2. ¿Considera que el logotipo de la institución es fácilmente visible e identificable?

Mucho poco nada

3. ¿Considera que el menú principal es fácil de usar y comprender?

Mucho poco nada

4. ¿Considera que es fácil acceder a la información sobre la institución?

Mucho poco nada

5. ¿Considera que los textos son fáciles de leer y comprender?

Mucho poco nada

6. ¿Logro ver información de los proyectos y actividades que se realizan en la institución?

Mucho poco nada

7. ¿Considera que la información descrita sobre la institución en la página web es clara?

Mucho poco nada

8. ¿Considera que las fotografías refuerzan y brindan una buena descripción de la institución?

Mucho poco nada

9. ¿Considera que es fácil contactarse con la institución a través de la página web?

Mucho poco nada

10. ¿En algún momento se sintió perdido(a) al navegar en la página web?

Mucho poco nada

ANEXO 12

Guía de observación para encuestar a grupo objetivo



Guía de observación

A continuación se le presentan una serie de preguntas que deberá contestar marcando con una "X" en la respuesta que considera apropiada.

	Item	Descripción	Totalmente	Poco	Nada	Observaciones
1	Interacción con la página web	Que el g.o. logre utilice el sitio sin problema				
2	Lectura y legibilidad	Que el g.o. no haga esfuerzo por leer				
3	Interés por la página	Que el g.o. quiera conocer todo el material				
4	Genera impacto	Expresa física o verbalmente alguna emoción				
5	colores y fotografías	menciona interés por alguno de estos elementos				

ANEXO 13

Presupuesto

| Proyecto A

Página web

Diseño de sitio responsivo/adaptativo

-Home y 8 secciones (vista en pc, tablet y móvi) Q5,100.00

Maquetación de sitio Responsivo/adaptativo

-Sitio web con plataforma autoadministrable.

-Dominio, www.avitransp.org, por un año.

-Hosting por 6 mese.

-Cuentas de correos tipo POP3/IMAP ilimitado.

-Configurables de correos para Outlook y thunderbird

-Protección de Datos, Cookies y Privacidad.

-Carga de documentos.

-Estadísticas.

-Capacitación para administración de contenidos

-Optimización del sitio para buscadores. Q5,540.00

Toma y edición de fotografías para el sitio. Q1,900.00

TOTAL Q12,540.00

| Proyecto B

Audiovisuales: 2 video testimoniales

Equipo y traslados Q2345.32

Preproducción audiovisual

(Guion técnico, Storyboard yConceptualización) Q4543.50

Producción/grabación Q5035.82

Post producción

(Colorización, sincronización, música incidental motion graphics, producción final de video HD). Q7910.32

TOTAL Q21,834.96

Sergio David Castellanos Mejía.

AVITRANSP.

Costo Total: Q34,374.96

Este valor es una donación para la institución, debido a que los proyectos formaron parte del Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación, del estudiante como procedimiento académico y aporte a la sociedad.

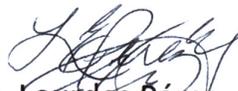
"Diseño de página web y material multimedia para visualizar la labor social que AVITRANSP realiza en favor de viudas y huérfanos de choferes del área metropolitana de Guatemala"

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Sergio David Castellanos Mejía

Asesorado por:



Licda. Lourdes Pérez



Licda. Larisa Mendozá



Licda. Azucena Castellón

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Guatemala, abril 08 de 2018.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Dr Byron Alfredo Rabe Rendón
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **SERGIO DAVID CASTELLANOS MEJIA**, Carné universitario: **200718961**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PÁGINA WEB Y MATERIAL MULTIMEDIA PARA VISUALIZAR LA LABOR SOCIAL QUE AVITRANSP REALIZA EN FAVOR DE LAS VIUDAS Y HUÉRFANOS DE CHOFERES DEL ÁREA METROPOLITANA DE GUATEMALA**, previamente a conferírsele el título de Licenciado 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**



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA