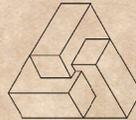




USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

– FACULTAD DE ARQUITECTURA –

Escuela de
Diseño Gráfico

**CAMPAÑA
DE COMUNICACIÓN
PARA PROMOVER
LA CARRERA DE**

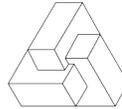
Zootecnia

EN LOS ESTUDIANTES
DEL ÁREA COMÚN
DE LA FACULTAD
DE MEDICINA
VETERINARIA
Y ZOOTECNIA DE
LA UNIVERSIDAD DE
**SAN CARLOS
DE GUATEMALA**
EN EL DEPARTAMENTO
DE GUATEMALA

Manuel Fabián Mendoza Mazariegos



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

– FACULTAD DE ARQUITECTURA –

*Escuela de
Diseño Gráfico*



– PROYECTO DESARROLLADO POR –

Manuel Fabián Mendoza Mazariegos

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

GUATEMALA, JULIO DEL 2018

JUNTA DIRECTIVA

Facultad de Arquitectura

DECANO	Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
VOCAL I	Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
VOCAL II	Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
VOCAL III	MSc. Arq. Alice Michele Gómez García
VOCAL IV	Br. María Fernanda Mejía Matías
VOCAL V	Br. Lila María Fuentes Figueroa
SECRETARIO ACADÉMICO	MSc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos

TRIBUNAL

Examinador

DECANO	Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
ASESOR METODOLÓGICO	Lic. Carlos Enrique Franco Roldan
ASESORA GRÁFICA	Lic. María Berthila Gutiérrez De Melgar
ASESOR EXTERNO	Lic. Axel Jhonny Godoy Durán
SECRETARIO ACADÉMICO	MSc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos

Agradecimientos y Dedicatoria

Agradezco a Dios por guiar mi camino y darme la fortaleza para alcanzar este logro académico, le doy gracias a mi madre por estar siempre presente en cada etapa de mi vida y apoyarme en todas las decisiones que he tomado, a mi hermana, ejemplo de dedicación y perseverancia, a los amigos que he hecho en el transcurso de esta aventura en el mundo profesional, a los catedráticos que me han enseñado que el mejor regalo es el del conocimiento, le doy gracias a la Escuela de Zootecnia por abrir sus puertas para que este proyecto fuera desarrollado, a la Escuela de Diseño Gráfico por abrir mis ojos y mostrarme el compromiso social que adquirimos al ser parte de nuestra *Alma Mater*.

Dedico este especial reconocimiento a mi abuela, la persona que más he admirado y amado en mi vida.

Gracias



PRESENTACIÓN

La Escuela de Zootecnia es parte de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (FMVZ) de la Universidad de San Carlos de Guatemala, hoy en día, es una de las pocas entidades en el país, que imparte estudios superiores en el campo zootecnista, y debido a esto, es una institución de vital relevancia que contribuye con el desarrollo de la nación.

Desde sus inicios, la carrera de Zootecnia ha tenido menor demanda estudiantil, por lo que el número de población universitaria que posee es considerablemente menor que el de la carrera homóloga de Medicina Veterinaria, lo que influye proporcionalmente en las decisiones de asignación de recursos de la Facultad hacia la Escuela de Zootecnia.

La poca demanda estudiantil se debe en gran parte al desconocimiento de la carrera de Zootecnia,

porque los estudiantes tienen una visión limitada de su campo de estudio en el momento de concluir el área común.

En la actualidad, la Escuela de Zootecnia desarrolla actividades para dar a conocer la carrera, sin embargo, cuenta con material gráfico limitado de apoyo, lo cual merma la efectividad de persuasión hacia el grupo objetivo al que van dirigidas.

La implementación de una campaña de comunicación, busca promover la carrera y persuadir a los estudiantes del área común, para que se informen previo al momento de elegir, y posteriormente continúen sus estudios en el campo de la Zootecnia; esto contribuirá a que la Escuela posea mayor demanda estudiantil y con ello adquiera mayor relevancia y prestigio institucional del que actualmente posee.



13 **CAPÍTULO I** *Introducción*

- PÁG. 15 ANTECEDENTES
- PÁG. 18 PROBLEMA
- PÁG. 19 JUSTIFICACIÓN
- PÁG. 21 OBJETIVOS

23 **CAPÍTULO II** *Perfiles*

- PÁG. 26 Perfil de la Institución
- PÁG. 28 Perfil del Grupo Objetivo
- PÁG. 30 Mapa de Empatía
- PÁG. 31 *SPICE*
- PÁG. 32 *POEMS*

33 **CAPÍTULO III** *Planeación Operativa*

- PÁG. 35 Flujograma
- PÁG. 36 Cronograma
- PÁG. 37 Recursos y Costos

39 **CAPÍTULO IV** *Marco Teórico*

- PÁG. 41 **ENSAYO # 1**
La elección correcta: ZOOTECNIA
- PÁG. 45 **ENSAYO # 2**
El nuevo estilo retro y la tendencia al movimiento

49

CAPÍTULO V *Definición Creativa*

PÁG. 52	Brief de Diseño
PÁG. 54	Recopilación de Referentes Visuales
PÁG. 56	Estrategia de las piezas de diseño
PÁG. 58	<i>INSIHT</i>
PÁG. 59	Lluvia de ideas
PÁG. 60	Mapa Mental
PÁG. 61	Conexiones Morfológicas Forzadas
PÁG. 62	Concepto Creativo
PÁG. 63	Premisas de Diseño

65

CAPÍTULO VI *Producción Gráfica y Validación*

	NIVEL 1
PÁG. 68	Bocetaje Inicial
PÁG. 70	Auto validación
	NIVEL 2
PÁG. 72	Bocetos Seleccionados
PÁG. 73	Digitalización Banner
PÁG. 74	Edición <i>Gif</i> Animado
PÁG. 75	Elección de la Propuesta
PÁG. 76	Validación Compañeros
PÁG. 77	Validación Expertos
PÁG. 78	Documentación Validación Nivel 2
	NIVEL 3
PÁG. 80	Correcciones
PÁG. 82	Artes Finales y Validación con el Grupo Objetivo
PÁG. 104	Validación de la Estrategia de Comunicación
PÁG. 105	Documentación de Validación Nivel 3
PÁG. 106	Lineamientos para Puesta en Práctica
PÁG. 108	Presupuesto y Cotizaciones

113

CAPÍTULO VII *Síntesis del Proceso*

PÁG. 115	Lecciones Aprendidas
PÁG. 116	Conclusiones
PÁG. 117	Recomendaciones
PÁG. 118	Glosario
PÁG. 120	Referencias
PÁG. 122	Índice de Tablas
PÁG. 123	Índice de Figuras
PÁG. 127	Anexos





DE COMUNICACIÓN DE LA ESCUELA DE ZOOTECNIA

La Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (**FMVZ**) fue creada en el año de 1957 por el Consejo Superior Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala; en el año de 1962 fue elevada a la categoría de Centro Regional de Estudios de Medicina Veterinaria y Zootecnia para toda Centro América; y finalmente, no fue sino hasta el año de 1969 que se aprobó la diversificación de la carrera de Medicina Veterinaria y Zootecnia, autorizando para el efecto la creación de la Escuela de Zootecnia (**EZ**), independiente de la Escuela de Medicina Veterinaria.

En la actualidad, La Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (**FMVZ**) cuenta con una población total de 871 estudiantes, de los cuales 752 se encuentran inscritos en la carrera de Veterinaria y 119 en la carrera de Zootecnia. Hoy en día, la Escuela de Zootecnia (**EZ**) ha implementado esfuerzos para dar a conocer la carrera de Zootecnia, contando únicamente con un bifoliar para informar sobre los estudios de la carrera. (Ver ANEXO No. 1)

Misión

de la Escuela de Zootecnia

Formar profesionales integrales y competentes en la Medicina Veterinaria y la Zootecnia, acorde con las nuevas tendencias, así como generar y difundir ciencia en el contexto de la salud y producción animal considerando el ambiente, el bienestar animal y la seguridad alimentaria en beneficio del ser humano.

Visión

de la Escuela de Zootecnia

Ser la institución de educación superior acreditada, de referencia Centroamericana en los ámbitos de la Medicina Veterinaria y la Zootecnia, a través de la mejora continua en la docencia, investigación, extensión, servicio y difusión de la ciencia.

Valores

de la Escuela de Zootecnia

- Liderazgo
- Responsabilidad
- Ética
- Conciencia social y ambiental
- Excelencia Académica
- Equidad
- Cultura Científica

Carrera

que ofrece la
Escuela de Zootecnia

Los estudios de Zootecnista, en su carrera tienen una duración de nueve semestres, de los cuales, el primero y el segundo pertenecen al área común, posteriormente se elige la carrera a continuar estudiando (Medicina Veterinaria o Zootecnista). La Escuela de Zootecnia (**EZ**) otorga el título en Grado de "*Licenciatura de Zootecnista*".

Plan de estudios

La Escuela de Zootecnia (**EZ**), comprende las siguientes áreas de estudio:

Nivel Básico

- Estadística y Mejoramiento Animal
- Alimentación Animal
- Económico Administrativo
- Ciencias del Ambiente

Nivel Modular

- Producción Animal Sostenible
- Procesos Agroindustriales

Perfil del egresado

La Carrera de Zootecnista se propone formar un profesional que sea capaz de:

Interpretar la realidad socioeconómica, político institucional, tecnológico-productiva y ecológico-medioambiental de la región de Centroamérica y el Caribe, las macro tendencias que la afectan y la demanda de servicios profesionales.

Formular, conducir y evaluar proyectos de investigación, producción, transformación, comercialización y extensión con un enfoque de desarrollo sostenible, destinado tanto a las cadenas agroalimentarias como a los actores agrícolas y rurales excluidos de los procesos de cambio y modernización.

Diseñar y ejecutar estrategias de producción, conservación, industrialización, comercialización y conservación, aplicables a especies animales de importancia económica, así como algunas amenazadas o en vías de extinción.

PROBLEMA

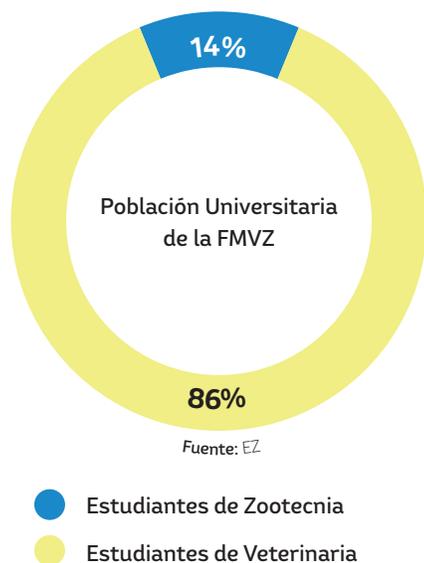


Figura # 01

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

El porcentaje de población universitaria que posee la Escuela de Zootecnia (**EZ**) es considerablemente menor que el de la carrera homóloga Veterinaria, lo que repercute directamente en la asignación de recursos financieros y físicos por parte de la FMVZ.

La poca demanda estudiantil se debe en gran medida al desconocimiento de la carrera de Zootecnia, porque los estudiantes tienen una visión limitada de su campo y áreas de estudio al momento de concluir el área común y elegir, cuál de las dos carreras continuar estudiando (Veterinaria o Zootecnia).

Y aunque la EZ ha implementado esfuerzos realizando actividades para dar a conocer la carrera que imparte, no cuenta con material gráfico BTL de apoyo para generar un mayor impacto en el grupo objetivo, al momento de ejecutar las actividades.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

En la primera quincena del mes de enero de cada año, la EZ lleva a cabo una actividad de "Bienvenida Introdutoria" para los estudiantes de primer ingreso del área común de la FMVZ, durante la cual, se realiza un recorrido por la Granja Experimental de la FMVZ, en el que se exponen charlas de inducción de la carrera de Zootecnia.

Bienvenida Introdutoria



TRASCENDENCIA DEL PROYECTO

Al no poseer una considerable población estudiantil, la EZ se verá afectada gradualmente en la asignación de recursos, por parte de la facultad a la que pertenece, estos serán asignados según la demanda proporcional de estudiantes.

Debido a que la profesión zootecnista es de relevancia para el sustento y desarrollo del país, es necesario que la Escuela de Zootecnia cuente con una considerable demanda estudiantil, para que le sean asignados todos los recursos necesarios para la transmisión magistral de los conocimientos teóricos y prácticos que requiere la formación de profesionales zootecnistas competentes.

Una Campaña de Comunicación con medios BTL, ejecutada durante el mes de enero mientras se da “Bienvenida de introducción” que la FMVZ realiza a sus estudiantes del área común, ayudaría a captar su interés y persuadirlos sobre el contexto de la carrera de Zootecnia, para que, en el momento de continuar los estudios académicos del siguiente año, el estudiante se encuentre informado y motivado para seleccionar la carrera zootecnista.

INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO

Como es bien sabido, los recursos BTL (*Below The Line*) son comúnmente utilizados en campañas no masivas dirigidas a un segmento o *target* específico. La actividad de “Bienvenida Introdutoria” representa una clara oportunidad para implementar de manera creativa, una campaña de comunicación, que promueva el interés por la carrera de Zootecnia en los estudiantes del área común de la FMVZ, para que estos, se tomen la libertad de informarse más a detalle durante el transcurso de ciclo académico del área común, para que al siguiente año, en el momento de llegar al área profesional, el estudiante tenga la motivación y los conocimientos necesarios para elegir la carrera de Zootecnia.

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

Como se expuso con anterioridad, durante el mes de enero, la FMVZ realiza actividades introductorias, en las que se efectúan charlas y se exponen temas relevantes de los estudios que presta esta facultad. Debido a esto, la EZ se encuentra en plena disposición para desarrollar una estrategia que promueva y dé a conocer la carrera de Zootecnia a la nueva población estudiantil del área común.

Consecuentemente, la EZ también, participa en Infousac (actividad realizada durante el mes de abril en la Universidad de San Carlos), en donde se exponen las correspondientes carreras con que cuenta cada facultad que conforma esta casa de estudios superiores. Por tal razón, la EZ también está interesada en reutilizar parte del material gráfico del proyecto en esta actividad.



GENERAL

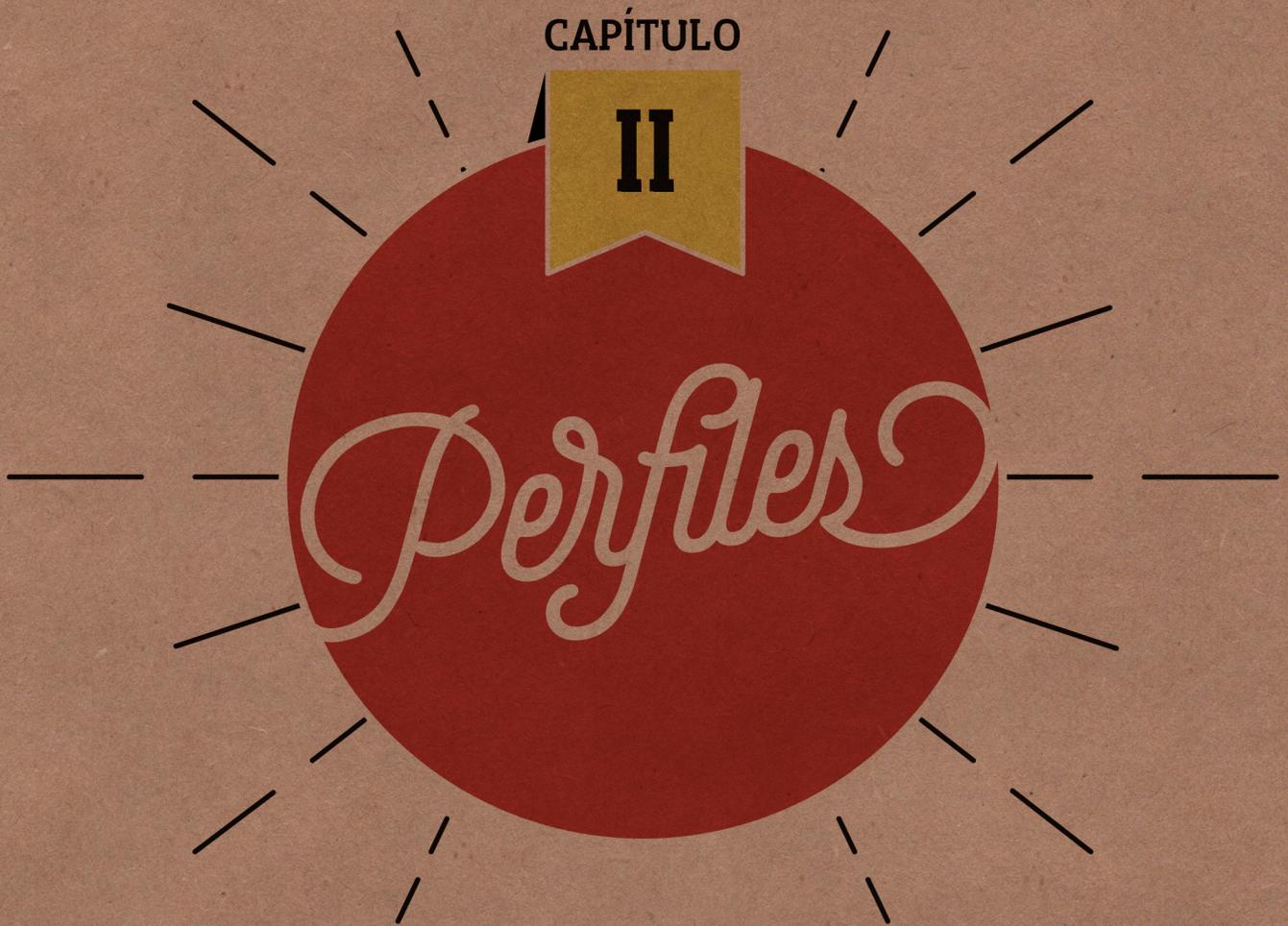
Desarrollar una estrategia de comunicación que incentive a los estudiantes del área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la USAC, sobre el campo de estudio de la Zootecnia, para incrementar, de manera gradual, el número de población estudiantil de la Escuela de Zootecnia.

ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN

Persuadir por medio de recursos BTL a los estudiantes del área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la USAC, para que estos se informen sobre el contexto de estudio de la Zootecnia y consecuentemente inclinen su visión académica en el estudio profesional de la misma.

ESPECÍFICO DE DISEÑO

Integrar un conjunto de materiales gráficos que sirvan de apoyo; que de manera concisa y llamativa expongan y promuevan el interés por el estudio de la Zootecnia, presentando temas relevantes de la carrera para persuadir a la población estudiantil del área común.



“ Lo único importante del diseño es como se relaciona con la gente ” .

–Víctor Papanek–

Perfil de la Institución

ESCUELA DE ZOOTECNIA

Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia

Ciudad Universitaria, Edificio M6, 2do. nivel, Zona 12

Guatemala, Centroamérica

Tel: 2418-8300 Ext. 84193

La administración central de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (**FMVZ**), constituye las principales instancias encargadas de planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades administrativas de la Escuela de Zootecnia en apoyo a las funciones de docencia, investigación, extensión y servicios.

La Junta Directiva de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia es el órgano de gobierno y máxima autoridad que se encarga de la dirección y administración de la FMVZ, así como de velar por la calidad académica de la misma. Está integrada por el Decano quien la preside, el Secretario Académico y cinco vocales, de los cuales tres son profesionales egresados de la Facultad y dos son estudiantes.

La Escuela de Zootecnia (**EZ**) es la encargada de preparar profesionales zootecnistas con los conocimientos necesarios para la transformación y forma racional técnicamente rentable, así como la comercialización de los productos y subproductos animales, zootécnicamente importantes para la seguridad alimentaria de Guatemala.

- Busca nuevos conocimientos por medio de investigaciones.
- Busca transferir adecuadamente conocimiento y tecnología.
- Da a conocer el que hacer del profesional zootecnista.
- Busca la utilización más efectiva del conocimiento.
- Resuelve problemas ambientales derivados de las actividades pecuarias.
- Se encuentra acreditada a nivel regional, por lo que cumple con estándares de calidad, de formación académica.
- Visualiza procesos de cambio socioeconómico y de desarrollo del país.
- Crea programas de salud y producción animal con organismos estatales y privados.
- Desarrolla conocimientos y destrezas en las diferentes técnicas por medios prácticos.
- Contribuye a la formación del estudiante mediante la implementación de sistemas de enseñanza y evaluación.
- Forma ética, técnica y científicamente licenciados zootecnistas.
- Eleva el nivel de docencia mediante la especialización de sus docentes.
- Utiliza metodologías de enseñanza aprendizaje que permiten la integración de conocimientos.
- Busca transferir adecuadamente conocimiento y tecnología.
- Depende directamente de la Junta Directiva de la FMVZ para desarrollar sus funciones.
- Promueve la calidad de todos los procesos de producción y el bienestar animal durante el desarrollo de los mismos.



Figura # 02

Perfil del Grupo Objetivo

PERFIL DE INGRESO

PARA LAS CARRERAS DE MÉDICO VETERINARIO O ZOOTECNIA

Según el Catálogo de Estudios Plan 1,999

FMVZ - USAC REVISIÓN 2,008

Al ingresar a la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia, los estudiantes deberán poseer conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y aptitudes vocacionales, que les permita responder satisfactoriamente a las exigencias propias del nuevo plan de estudios.

- Conocimientos básicos en sistemas de informática, telemática e idioma inglés.
- Preparación en conocimientos en ciencias biológicas, ciencias químicas, ciencias exactas y sociales humanística.
- Adecuada orientación para la definición de la vocación que le permita establecer la capacidad real para el estudio de las ciencias pecuarias.
- Capacidad de interrelacionarse con grupos de diferente nivel cultural y económico.
- Capacidad de trabajar en equipo.
- Capacidad para adquirir formación integral en áreas de administración, investigación, docencia, servicio y extensión.
- Disposición para adquirir una formación en las áreas de sanidad, producción y tecnología de alimentos.

- Son estudiantes recién ingresados a la universidad de 17 a 20 años de edad.
- Pertenecen a la Generación Z, una generación virtual.
- El internet ha existido desde su niñez.
- Todavía no ingresan al mundo laboral.
- Poseen alta propensión al consumo.
- Poseen acceso y manejo de tecnología: Internet, mensajes instantáneos, SMS, celulares, *iPod*, *iPad*, *Notebook*, etc.
- Los medios de comunicación utilizados principalmente son las redes sociales.
- Son autodidactas, aprenden vía tutoriales en internet y leen en *tablets* y dispositivos.
- Son jóvenes muy maduros, autosuficientes y creativos.
- Ven el mundo de una manera diferente, con diversidad social y cambio de roles sociales.
- Tienen intereses particulares por los animales.
- Les gusta ver *Animal Planet* y programas afines.
- Quieren un empleo que impacte al mundo, hacen algún tipo de voluntariado y se preocupan por el impacto que tiene el ser humano en el planeta.
- Es difícil captar su atención, no permanecen mucho tiempo en una página de internet a menos que capte su interés.
- Desean que su vida laboral esté relacionada con sus pasiones y *hobbies*.
- Están dispuestos a emprender y ser sus propios jefes.



Figura # 03





Social

Necesito apoyo de los catedráticos y auxiliares de la FMVZ, para que me orienten sobre la carrera de zootecnia. Necesito saber sobre la importancia y relevancia de la profesión zootecnista en la sociedad; saber que esta es una buena opción de oportunidad laboral.

Físico

Contar con el equipo adecuado, para poder desempeñarse en el campo académico que la granja de la FMVZ demanda; también, se necesita el conocimiento de la seguridad que se requiere para la realización de las tareas dentro de la granja.

Identidad

Soy una persona que se esfuerza para prepararse adecuadamente y tener la capacidad de contribuir con la sostenibilidad social derivada de productos animales. Me preocupo por el bienestar animal, dentro de todo el proceso de producción.

Comunicación

Me interesa saber todo lo relacionado con procesos de producción animal: higiene, seguridad, alimentación, enfermedades; también me interesa saber cuáles son las oportunidades laborales que ofrece el estudio de la carrera.

Emocional

Quiero sentirme seguro y tranquilo de seleccionar la carrera de zootecnia como mi futura profesión; también, quiero sentirme parte del gremio zootecnista, al compartir ideales y recursos.

Figura # 05

p

o

e

m

s

Jorge



Gente

Licenciados catedráticos, auxiliares, personal de la granja, personal administrativo de la escuela, amigos y compañeros de la universidad.

Objetos

Ropa y equipo requerido para realizar actividades propias de la granja, animales que se encuentran dentro de la granja, maquinaria, infraestructura y productos derivados de origen animal.

Ambientes

Instalaciones de la Escuela de Zootecnia (edificio, parqueo, etc.), Granja Experimental de la FMVZ e infraestructura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Mensajes y medios

Afiches, *banners*, trifoliales, bifoliales, mapa de la granja, *banners* digitales para redes sociales.

Servicios

Asesoría sobre el campo de la zootecnia y el contenido de la carrera, charlas introductorias sobre las diferentes áreas con que cuenta la granja.

Figura # 06



Flujograma

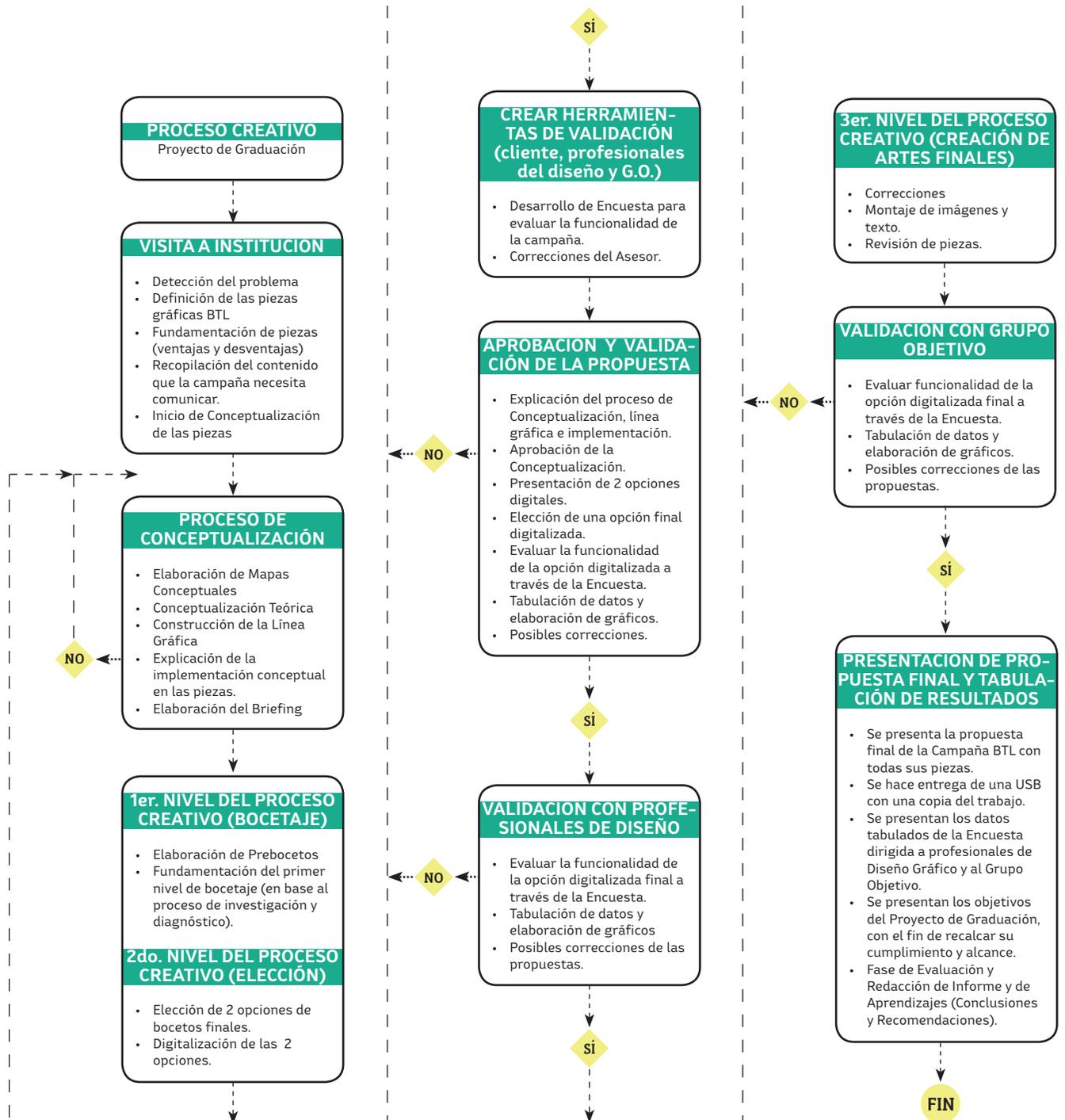
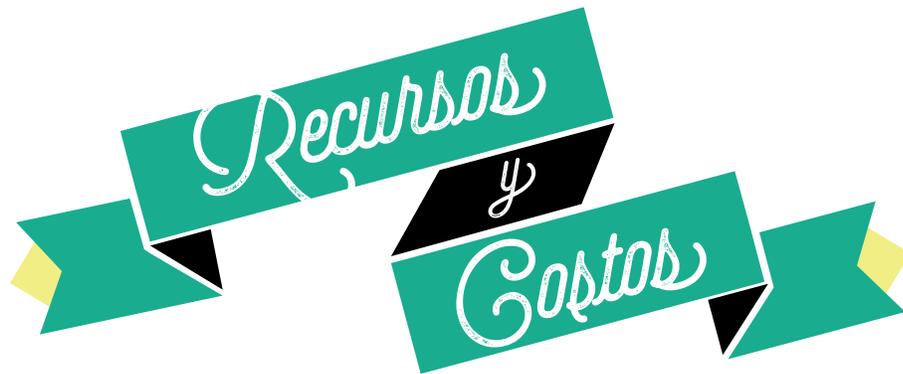


Figura # 07



Actividades/meses		2017																											
		mayo				junio				julio				agosto				sept.				octubre				nov.			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planeación operativa	Revisión y ajuste del protocolo	■	■	■																									
	Definición de ruta crítica con la institución				■	■	■																						
Definición creativa	Análisis y selección de piezas a diseñar							■	■																				
	Concepto creativo de diseño									■	■	■																	
	Definición de códigos visuales											■	■																
Marco teórico	Investigación sobre el tema principal del proyecto													■	■														
	Redacción de ensayos														■	■	■												
Producción gráfica	Nivel 1 de visualización																			■	■								
	Nivel 2 de visualización																					■	■						
	Nivel 3 de visualización																						■	■					
	Presentación y entrega de artes finales, prototipo y recomendaciones a la institución																								■				
Evaluación y validación	Autoevaluación nivel 1																				■	■							
	Coevaluación con profesionales de DG nivel 2																						■	■					
	Validación del nivel 3 con el grupo objetivo																							■	■				
Informe final	Redacción de lecciones aprendidas																								■	■			
	Redacción de recomendaciones técnicas																									■	■		
	Redacción de informe final																										■	■	
	Diagramación de informe final																											■	■
	Revisión y aprobación																											■	■
	Entrega final del informe																												■

Tabla # 01



	RECURSOS	COSTOS
INSUMOS	cuaderno para bocetos	Q. 10.00
	lapicero color negro	Q. 5.00
	lápiz H3	Q. 5.00
	lápiz B3	Q. 5.00
	sacapuntas	Q. 8.00
	borrador	Q. 2.50
	crayones de madera	Q. 100.00
	ciento de hojas bond carta 80 g	Q. 10.00
	regla de 30 cm	Q. 5.00
EQUIPO	computadora con paquete Adobe	Q. 10,000.00
	impresora multifuncional	Q. 1,600.00
	juego de tintas CMYK	Q. 320.00
	tablet digital	Q. 1,000.00
	cámara digital <i>reflex</i>	Q. 5,000.00
	memoria SD de 16 GB	Q. 250.00
	trípode	Q. 300.00
GASTOS	internet	Q. 225.00
	electricidad	Q. 150.00
	TOTAL	Q 18,995.50

Tabla # 02



ENSAYO 1

LA ELECCIÓN CORRECTA :

Zootecnia

Hace miles de años atrás, el hombre primitivo lograba subsistir únicamente de lo que podía cazar y recolectar, eran nómadas que vagaban por el mundo, no explotando, sino hurgando por los pocos recursos, que de manera insostenible obtenían de la madre naturaleza; caminantes sin hogar permanente, con futuro incierto, sin aspiraciones a largo plazo, solamente viviendo el día a día, mejor dicho “sobreviviendo” cada día, dependiendo de la suerte para saciar su hambre.

Cuesta imaginar lo difícil que sería alimentar a una familia entera, sin siquiera saber con qué alimentos se tropezará el proveedor, tal vez un árbol de frutas, unas cuantas vayas –por suerte no venenosas–, o en el mejor de los casos un animal para cazar, una presa que después de un largo y agotador combate, provea al cazador del suministro necesario para nutrir a sus seres queridos.

Ya enmarcada la triste realidad que aquejaba a los pobres hombres prehistóricos, se puede pasar a una etapa en la cual la humanidad comenzó a comprender mejor su entorno –posterior a muchos miles de años de desconocimiento– en la que el ser humano se dio cuenta de que no era necesario emigrar constantemente por el mundo para conseguir comida; ese fue el inicio de una nueva Era.

Esa nueva Era, pronto plantearía las bases del desarrollo; mediante el cultivo de plantas y la crianza de animales, las personas, eran conscientes que por medio de la alteración de la flora y la fauna del lugar, ya no era necesario que deambularan para recolectar y cazar, al fin, los alimentos eran propios y estaban disponibles, provenientes de un lugar en particular, el hogar.

Cole, H. y Ronning, M. (1974) relatan que:

"... a lo largo de una parte sorprendentemente larga de la historia de la humanidad, hombres y mujeres se mantuvieron con éxito alimentándose con lo que podían cazar y recolectar (...) las ovejas fueron los primeros animales domésticos que sirvieron de alimento para el hombre (...) pruebas arqueológicas indican que ovejas, cabras y cerdos (así como el perro), fueron domesticados antes que el ganado vacuno..." (p.5, 11)

Junto con la crianza sostenible de animales vino su domesticación, por lo que el hombre se vio en la necesidad de saber su trato; poco a poco fue descubriendo y adquiriendo conocimientos de su alimentación, como sanar sus enfermedades y con el tiempo a prevenirlas, en fin, todo lo relacionado con el cuidado de los animales y los recursos beneficiosos obtenidos de los mismos.

Cole et al (1974) describe que "los animales domésticos son los que se encuentran bajo el cuidado del hombre durante toda su vida, aquellos cuya reproducción es o puede ser regulada por el

hombre o los que son protegidos o alimentados por el hombre" (p.6).

El estudio proveniente de la domesticación animal ha acompañado a la humanidad desde épocas muy antiguas, ha sido algo tan común, que se ha perdido realmente el verdadero sentido de su importancia; si no fuera por los productos obtenidos de los animales, el hombre no hubiera podido adueñarse de su entorno y haber creado grandes ciudades e imperios.

Oteiza, J. y Carmona, J. (1985) definen la zootecnia como:

"Ciencia y arte de la cría, mejora y explotación de los animales domésticos, mediante la cual se obtiene el mayor aprovechamiento con el menor esfuerzo. Según *Frappé*, es la actividad económica encaminada a la obtención de satisfactores a partir de los animales. Etimológicamente, el concepto deriva de las voces griegas zoon: animal y techne: arte". (p.225)

“Ciencia y arte de la cría, mejora y explotación de los animales domésticos”

Desde tiempos muy remotos, la zootecnia como disciplina ha venido formando parte del día a día del hombre, sin embargo, su contemplación en grado de ciencia es relativamente corta, comparándola por supuesto con otros estudios, tales como: el derecho, la medicina, la ar-

quitectura, entre otras, además, siempre ha estado ligada al campo de la medicina veterinaria; porque al fin y al cabo se deriva de su relación con animales; fue hasta épocas recientes que se tomó en

cuenta, la necesidad de su diversificación, porque la zootecnia se enfoca principalmente en todos los procesos y etapas relacionadas con la producción de origen animal y la veterinaria, en la curación y prevención de enfermedades y lesiones animales.

En Guatemala, la Escuela de Zootecnia de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (FMVZ), de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es una de las pocas entidades en el país que imparte estudios superiores del campo zootecnista; debido a esto, es un ente educativo y formador relevante, que contribuye con el desarrollo de la nación, integrando profesionales capaces de interpretar la realidad socioeconómica, tecnológica, productiva, ecológica y medioambiental de la región Centroamericana y el Caribe, fomentando la formulación y evaluación de proyectos de investigación, producción, transformación y comercialización con un enfoque de desarrollo sostenible destinado a las cadenas agroalimentarias.

El Catálogo de Estudios 1993 de la USAC, expone que el Zootecnista egresado de la FMVZ tiene un amplio campo de actividades en el país:

"La economía agraria mantiene una necesidad imprescindible de estas profesiones (...) el zootecnista puede escoger la administración pública, las entidades o industrias privadas y el ejercicio particular de su profesión para aplicar sus conocimientos. Toda el área de administración pública que mantiene relaciones

con ganadería, avicultura, piscicultura, zoonosis, etc. (...) Muchas empresas privadas (productoras de leche, carne, etc.), requieren ineludiblemente los servicios de especialistas (...) e igual pueden afirmar de los granjeros, finqueros, ganaderos, avicultores, etc."

*“elegir la carrera...
de acuerdo a sus
aptitudes y las po-
sibilidades que le
ofrece el medio”*

“Quizás el campo de actividades más nuevo y beneficioso (...), reside en el trabajo de investigación, tanto para el beneficio animal, como para el bienestar humano.”

Estudiar una carrera universitaria es una de las decisiones que no se deben tomar a la ligera, es el paso

que define lo que se hará profesionalmente, el campo de actividades en las que se gastará tiempo, esfuerzo y dedicación, y por las cuales se obtendrán retribuciones, tanto financieras como emocionales; por lo tanto, es importante determinar previamente el contexto de cada profesión.

Cepero (2009), define a la elección vocacional como “el resultado de un proceso que consiste en elegir la carrera, profesión u oficio que mejor conviene a un individuo de acuerdo a sus aptitudes y las posibilidades que le ofrece el medio”.

Todas las personas que presentan un grado de interés en el contexto animal son propicias para ser zootecnistas, el punto a tomar en cuenta, es que el fin del estudio de la zootecnia se encamina para la creación de productos de origen animal, tales como: carne, huevos, productos lácteos, pieles, lanas y otras fibras animales como materias primas de uso moderno, entre otras.

Al ser un profesional zootecnista se presentan un amplio campo de oportunidades laborales, el hombre siempre ha sido y será dependiente de los recursos provenientes del reino animal; la zootecnia es el pilar del desarrollo que alimenta a la humanidad.

Es imprescindible despertar el interés por el estudio de la zootecnia, hoy en día existen gran variedad de recursos gráficos que pueden ser utilizados de manera efectiva para promover un tema de interés y dar a conocer todos sus beneficios, el primer paso es detectar un segmento de personas que presenten aptitudes potenciales del campo específico, para luego persuadirlas de los beneficios y retribuciones del mismo, despertando una ya existente preferencia vocacional profesional.

Rivas(1998) refiere como preferencia vocacional profesional “al abanico de gustos y posibilidades

que tienen el sujeto, agregándole la expresión del deseo o atracción a ciertas actividades profesionales y la proyección del mismo sujeto como posibilidad de llegar a desempeñarla”.

Es necesaria la intervención de otras disciplinas, mediante la aplicación de una estrategia adecuada de comunicación, persuadiendo sobre la relevancia que el papel de la zootecnia juega en el desenvolvimiento próspero de una sociedad.

La zootecnia ha sido y será parte fundamental en el desarrollo de la humanidad, desde el momento en que el hombre domesticó animales para beneficio propio; en la

actualidad, el desconocimiento tanto de su campo de estudio como de su profesión, se debe en gran medida, a que es una carrera relativamente joven, sin embargo, presenta amplias oportunidades laborales, debido a que el mercado derivado de productos animales es extenso.

“la zootecnia es el pilar del desarrollo que alimenta a la humanidad”

ENSAYO 2

EL NUEVO ESTILO *Retro* Y LA TENDENCIA AL *Movimiento*

Muchas personas afirman que las épocas pasadas fueron mejores, que el mundo era un mejor lugar para vivir, cuando no existían tantos medios tecnológicos, el hombre interactuaba de manera más directa con su entorno y realmente disfrutaba cada instante, grabándolo no en cualquier dispositivo móvil –como los de hoy en día– si no en sus gratos recuerdos que contarían a modo de historia oral en alguna ocasión posterior; un gran número de personas –en especial los jóvenes– sostienen que la época actual, es el mejor período de la historia de la humanidad, por la facilidad de los medios de comunicación y difusión, tecnologías, internet, transporte, etc. Gracias a la fusión de estas dos antagónicas percepciones (lo viejo y lo nuevo) surge una peculiar tendencia denominada “retro”. El estilo retro transmite una sensación relajante, otorga cierto grado de romanticismo con lo natural, simple y funcional, sin dejar a un lado la influencia de lo moderno.

Pero, ¿por qué implementar un estilo retro para dar a conocer la carrera de zootecnia? Bueno, aparte de que la popularidad de este estilo va en aumento y es una tendencia fácilmente aceptada; se hace referencia a cualquier moda o diseño relacionado con el pasado; al igual que el contexto de la zootecnia,

la cual trasciende desde épocas muy antiguas, desde que el hombre ha tenido contacto directo con procesos de producción animal; y aunque en la actualidad existen nuevas tecnologías, equipos, maquinaria, etc., en esencia, ese contacto con los animales y la naturaleza sigue siendo el mismo, por lo que gran parte de esta profesión se lleva a cabo en un medio sencillo; y es debido a esto, que se percibe un ambiente de retrospectiva que se remonta a épocas posteriores.

Para recrear y lograr la implementación gráfica en cada diseño, el estilo retro se vale de ciertos elementos que crean un entorno agradable evocando al pasado, elementos tales como colores, tipografías, formas, textura, imágenes y fotografías.

El uso de colores adecuados es muy importante para transmitir una sensación "retro"; según *Moreno* (2012) los colores están clasificados en grupos de cálidos (amarillos y rojos) y fríos (verdes y azules); el fundamento de esta división radica en la sensación y experiencia humana, más que en una razón de tipo científica. Y es que debido a que en épocas pasadas la impresión a color era muy cara, el uso de una paleta amplia de colores era muy limitado, por lo que un rasgo muy distintivo de este estilo en particular es el uso de uno, dos y en el mejor de los casos hasta tres colores, destacando la predilección de colores pálidos.

La tipografía juega un papel relevante en el diseño retro, destacándose su condensación y la duplicación de ciertos trazos con pinceladas adicionales que transmiten un carácter único; las fuentes manuscritas son distintivas del estilo porque otorgan sensación de movimiento con un toque de libertad.

En los diseños retro también predomina el uso de gráficos e íconos de formas simples, así como también, la implementación de texturas con ruido, confiriéndole personalidad y vida al diseño. En cuanto al diseño de logos, se caracteriza el uso de bordes muy marcados y sobre todo la simpleza de su diseño.

En fin, el estilo retro se caracteriza por ser un estilo ligero y cómodo, que implementa colores pálidos para llamar la atención y probar cosas nuevas recordando el pasado, un término adecuado para referirse mejor a este estilo es "retro moderno" y es un conjunto o mezcla de técnicas que fueron populares y se delimitaron por los recursos disponibles de un período en particular.

El estilo retro también, hace uso de la fotografía, y se vale de recursos visuales que conmemoran al pasado, lo que ayuda a crear una atmósfera idónea propia del estilo. Y es que la fotografía es un elemento visual de vital importancia, por medio de ésta, se puede crear una ventana que explica y demuestra parte de la realidad, algo que existe; según *Sontag* (1989) las fotografías suministran evidencia, algo que conocemos de oídos pero de lo cual dudamos parece irrefutable cuando nos lo muestran en una fotografía.

Gracias a la fotografía se expone una realidad palpable ante los ojos del observador, según *Gorostiza* (2015) la realidad como espacio siempre está mediatizada e interpretada por la percepción humana a través de sus sentidos; una fotografía integrándose adecuadamente con elementos gráficos, tiene el poder de persuadir y convencer subjetivamente a su receptor.

Ahora bien, ¿qué pasaría si una fotografía incluyera detalles en movimiento, detalles que ayudaran a plantear mejor la interpretación de una realidad? Hoy en día con la implementación de las nuevas tecnologías y cada vez más el uso de redes sociales como medios de difusión, ha surgido una nueva tendencia que acapara la atención y el interés de las personas; y es el uso de imágenes en movimiento, imágenes cinéticas o más popularmente conocidas como *cinemagraphs*.

Los *cinamagraph* no son exactamente algo nuevo, no son fotografías ni videos, más bien son una mezcla de ambos, podrían definirse como fotografías en movimiento, y aunque parezca algo hasta cierto punto sin sentido, adhieren un elemento clave en la narración, y es el enfoque en el detalle, prestar atención a un punto específico para exponer una realidad en particular.

Olivares (2017) define que los *cinemagraphs* son:

"Imágenes cinéticas donde una pequeña parte tiene un movimiento repetitivo, creando un bucle animado. El ojo humano es inmediatamente arrastrado a la parte de contraste, movimiento, a medida que el fondo se queda quieto. Debido a su capacidad para destacarse, se vuelven viral muy fácilmente, y pronto serán ampliamente utilizados por sitios de comercio electrónico y para publicidad en banners".

Pero, ¿qué hace que los *cinemagraphs* sean tan populares hoy en día?, quizás la implementación

de estos nuevos recursos surge como respuesta eficaz y simple a uno de los mayores problemas de la publicidad moderna: el tiempo. Cada día las personas se vuelven más intuitivas con la tecnología, por lo que, si una pieza gráfica no capta su interés en los primeros segundos de ser percibida, esta es desechada, es por ello que las nuevas campañas de comunicación deben basarse en nuevas estrategias, que logren llamar la atención de las personas en un tiempo relativamente breve, y los *cinemagraphs* hacen precisamente esto, son elementos curiosos que con sus detalles en movimiento, roban la atención del receptor.

"...llamar la atención de las personas en un tiempo relativamente breve"

En fin, apoyarse en un diseño que evoca a lo tradicional, un estilo de vida más sencillo, cuyo contacto con la naturaleza justifica el sentido de pertenencia por algo único y hasta cierto punto convencional, y teniendo presente el hecho de que lo moderno forma parte del día a día, surge un "nuevo-viejo-estilo",

–el estilo retro–, que recuerda al pasado para vivir el presente y visualizar el futuro. Además, integrando la implementación de nuevos recursos visuales que van de la mano con las nuevas tendencias y tecnologías, se logra reforzar el dicho de que "una imagen vale más que mil palabras", ahora, no se diga si la imagen está en movimiento, ¿cuánto más valor gráfico es añadido?, y es que al final, lo que realmente cuenta es crear un sentido de pertenencia y permanecer en la mente de quien percibe el mensaje visual.



“ La mejor forma de tener una buena idea es
teniendo muchas ideas ”.

–Linus Pauling–



CLIENTE

Escuela de Zootecnia (**EZ**) de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (**FMVZ**) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (**USAC**).

PRODUCTO

Material gráfico BTL para una Campaña de Comunicación para promover la carrera de Zootecnia.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

EL material gráfico BTL que integrará la Campaña, se compone de diez *banners* impresos en vinilo tipo araña de 60cm x 160cm, ubicados estratégicamente en las diferentes estaciones de la Granja Experimental de la FMVZ; cada *banner* tocará una interrogante relacionada con el punto de ubicación; y cada pregunta será respondida mediante un *gif* animado que se colocará en el perfil de *Facebook* de la Escuela de Zootecnia, siendo un total de diez *gifs* respectivamente.

ANTECEDENTES

Actualmente La EZ no cuenta con material gráfico BTL de apoyo para la "Bienvenida Introdutoria" que se realiza año con año en el mes de enero.

OBJETIVOS

- Incentivar a los estudiantes del área común de la FMVZ, a que conozcan sobre el campo de estudio de la Zootecnia.
- Persuadir a los estudiantes del área común de la FMVZ, para que se informen sobre el contexto de estudio de la Zootecnia para que inclinen su visión académica en el estudio de la carrera.
- De manera concisa y llamativa, exponer y promover el interés por el estudio de la Zootecnia,

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A los estudiantes del área común de la FMVZ con un rango de edad de 17 a 20 años.

MENSAJES A TRANSMITIR

Información interesante y relevante en el contexto de la Zootecnia.
Estudiar Zootecnia.

¿QUÉ DEBEN PENSAR LOS ESTUDIANTES AL VER EL MATERIAL?

Que la carrera de Zootecnia es interesante y su campo de estudio es amplio y relevante.

ESTILO Y TONO

Formal, científico, técnico y educativo.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La campaña se compone de dos partes: 1) el material BTL, expuesto en la Granja; y 2) el material animado colocado en la página de *Facebook*.

VENTAJAS DE LA CAMPAÑA

Debido a que parte de la campaña se expone en redes sociales, posteriormente a la ejecución de la campaña, la EZ puede continuar actualizando su página de perfil de *Facebook* para continuar captando el interés de los estudiantes del área común.

RECOPIACIÓN de REFERENTES Visuales

Figura # 08



Fuente: <http://www.adeevee.com/2011/04/o-estado-de-s-paulo-call-for-entries-pig-cow-hen-outdoor/>

Anuncio Publicitario creado por la agencia *Mohallem/Artplan*, para el Festival de *Cannes* del año 2011 celebrado en la ciudad São Paulo, Brazil; la pieza gráfica posee un toque *vintage* y hace énfasis en los animales de granja como los personajes principales.

Figura # 09



Fuente: <https://www.coloribus.com/adsarchive/prints/isla-delice-cow-14942855/>

Anuncio Publicitario creado por la agencia *Herezie* para promocionar productos de origen animal de la marca "Isla Délice", Francia 2011.

Figura # 10



Fuente: <http://www.comoyodsg.com/40-efectos-retro-y-vintage-en-photoshop/>

Póster retro de Boxeo para promocionar una pelea entre dos luchadores en Caracas Venezuela.

Figura # 11



Fuente: <http://www.yorku.ca/index>

Campaña publicitaria para promover la Universidad de York (York Université/University) de Toronto Canadá.

ESTRATEGIA

de

las piezas de diseño



Promover la carrera zootecnista, dando a conocer áreas de estudio dentro de la Granja Experimental de la FMVZ.

Para que los estudiantes del área común de la FMVZ posean una visión más amplia del campo de estudio de la zootecnia y seleccionen esta carrera para continuar sus estudios profesionales.

Con *banners* colocados en las diferentes estaciones de la Granja Experimental de la FMVZ; y con *gifs* animados en las redes sociales (*Facebook*).

Epesista, licenciados en diseño gráfico, autoridades y personal administrativo de la Escuela de Zootecnia y la Granja Experimental de la FMVZ, catedráticos y auxiliares de la escuela y estudiantes universitarios del área común de la FMVZ.

En la actividad de “Bienvenida Introdutoria” que la FMVZ realiza en el mes de enero, a los estudiantes del área común que ingresan a la Facultad.

En las instalaciones de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la Escuela de Zootecnia y la Granja Experimental de la FMVZ.

CUADRO COMPARATIVO

Piezas Gráficas	Ventajas	Desventajas
Banners Exteriores	<ul style="list-style-type: none"> • El tamaño de cada <i>banner</i> es grande (60cm x 160cm), por lo que puede incluir varios elementos gráficos. • Al ser colocados estratégicamente pueden ser visto por varias personas. • Al ser varios <i>banners</i> (diez) hay más posibilidades que el estudiante ingrese al perfil de <i>Facebook</i>. • Son fáciles de poner y quitar, y pueden ser reutilizados en actividades posteriores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si son mal colocados puede que pasen desapercibidos e incluso sufran daños por estar a la intemperie. • Si las personas no llevan consigo teléfonos celulares no podrían ingresar a la página de <i>Facebook</i> en ese momento. • Si hay muchos estudiantes en una misma estación, puede que los <i>banners</i> pasen desapercibidos y la estrategia de diseño no concluya con éxito.
Gifs Animados	<ul style="list-style-type: none"> • Al presentarse por una red social (<i>Facebook</i>) pueden ser compartidos fácilmente a otras personas, por lo que la campaña puede obtener un mayor alcance de lo esperado. • Al tener movimiento es más probable que llamen la atención de los estudiantes y se interesen en el tema. • Crean una oportunidad para que la EZ utilice efectivamente su perfil de <i>Facebook</i> y suba periódicamente información relevante de la carrera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si el estudiante interactúa rápidamente con los <i>gifs</i>, puede disminuir su permanencia en la página. • Cada <i>gif</i> animado puede contener información relevante de la carrera, pero no puede ser suficiente para captar el interés del estudiante, por lo que la EZ, debe actualizar su perfil de <i>Facebook</i> constantemente en el futuro.

INSIGHT



Figura # 12

Echar
un
vistazo

"echar un vistazo"

Es una expresión utilizada cuando alguien se refiere a mirar algo que posiblemente le resulte interesante y que posteriormente pueda verlo más a fondo, para conocer más sobre el tema.

CONCEPTO CREATIVO

Lluvia de Ideas



Figura # 13

Mapa Mental



Figura # 14

la búsqueda de la experiencia
la oportunidad de un futuro

el interés por los animales

la habilidad técnica

CONCEPTO CREATIVO

Conexiones Morfológicas Forzadas

Técnica de conceptualización no evidente

Retro

- pasado
- tiempo
- plenitud
- memorable

Imaginación

- realidad
- historia
- mente
- idea

Cuadro

- enmarcar
- forma
- exhibir
- escena

Granja

- animales
- gestión
- producción
- propiedad

Memorable — historia — enmarcar — animales

Enmarcar la memorabilidad de los animales en la historia.

Pasado — idea — exhibir — propiedad

La idea de exhibir la propiedad del pasado.

Plenitud — realidad — escena — producción

La plenitud que produce una escena real.

Tiempo — mente — forma — gestión

La forma en que el tiempo gestiona la mente.

OPCIONES CONCEPTO CREATIVO

1. Enmarcar el origen
2. El interés por los animales
3. La plenitud que produce una escena real



Figura # 15

***"enmarcar la plenitud
de una escena"***

Para poder "echar un vistazo" de algo es necesario capturar fragmentos de la realidad de un tema en particular, para que el observador pueda visualizar y tener una idea más clara del contexto en el que se desarrolla el tema.

PREMISAS de DISEÑO



Figura # 16



Figura # 17

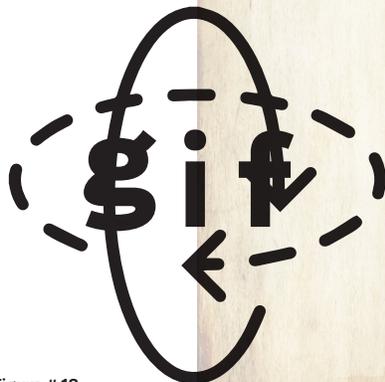


Figura # 18

Aspecto Estético

Se busca crear un aspecto "retro" para evocar la importancia de la carrera Zootecnista desde épocas pasadas; y al mismo tiempo, las características del escudo de la Escuela de Zootecnia añaden un estilo orgánico al diseño.

Aspecto Didáctico

Para promover la carrera de Zootecnia, la campaña tiene una intención pedagógica e informativa sobre datos interesantes en el campo zootecnista.

Aspecto Sintáctico

En el material visual, la fotografía en blanco y negro tendrá relevancia, complementándose con *gifs* animados con las mismas cualidades, la intención de utilizar ambos elementos en blanco y negro, es para resaltar la esencia de los personajes y las acciones que realizan los mismos; se hará uso del primer plano para mostrar rasgos expresivos y emociones; y planos enteros y americanos para los elementos narrativos que muestren la acción en la que se desenvuelven los personajes. Se implementarán líneas verticales, horizontales e inclinadas, para enmarcar elementos principales, y a la vez, transmitir sensaciones de vida, serenidad y movimiento respectivamente. Los colores utilizados serán los propios de la escuela; ya que la intención de la campaña es dar a conocer a la institución y crear memorabilidad.



Figura # 19

En cuanto a la psicología del color: el amarillo es el color del sol y llama la atención por su brillantez; el verde es el color de la naturaleza que tranquiliza y relaja; y el azul es el color del cielo, que simboliza autoridad, lealtad y dignidad. El uso de texto ampliará la información que muestran los elementos gráficos, e invitará a la reflexión; la tipografía a utilizar es "Bw Helder", una fuente sin serifa con rasgos curvos que aportan mayor estética y legibilidad. Se resaltarán signos de puntuación para llamar la atención y resaltar el mensaje.

Paleta de colores:

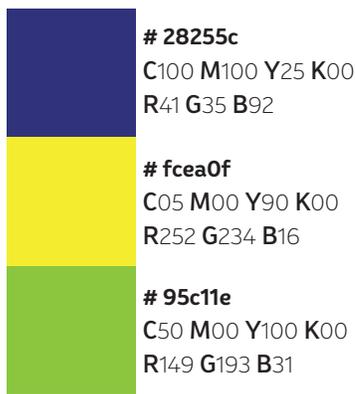


Figura # 20

Fuente tipográfica:

Bw Helder

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890



Figura # 21

Aspecto Semántico

Las piezas gráficas buscan que el estudiante interprete el mensaje como una oportunidad para continuar informándose y a la vez se interese por estudiar la carrera de Zootecnia.

CAPÍTULO
VI
*Producción Gráfica
&
Validación*

▶ VISUALIZACIÓN ▶



BOCETAJE



TEMA

Diseño de *banners* para promover la carrera de Zootecnia, exponiendo temas relevantes de la profesión, para llamar la atención del grupo objetivo.

OBJETIVO

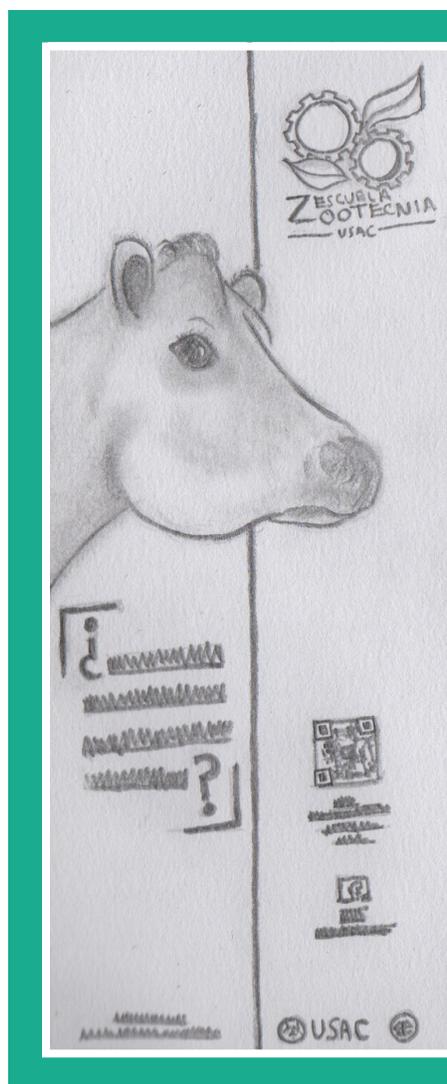
El objetivo de la elaboración de los bocetos, fue crear cuatro propuestas de la línea gráfica para la campaña, y posteriormente por medio de la autoevaluación, seleccionar las dos propuestas más adecuadas para continuar con el proceso creativo.

DESARROLLO

Los bocetos se basaron en el diagnóstico efectuado previamente al grupo objetivo, tomando como base su cultura visual y sus tendencias. La línea gráfica de las propuestas se basa en la simpleza de los elementos y la funcionalidad de los mismos.

OPCIÓN

1



Diseño vertical cuya división central da balance y estabilidad a los elementos.

OPCIÓN

2



Diseño horizontal que otorga profundidad a la composición, transmite tranquilidad y seguridad.

OPCIÓN

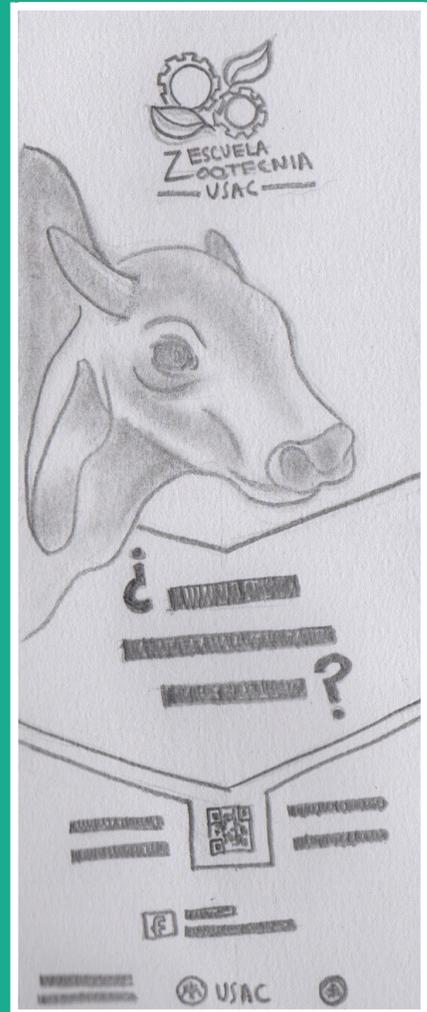
3



Diseño diagonal que brinda movimiento, se divide en partes iguales, lo que a su vez da equilibrio.

OPCIÓN

4



Mezcla de las propuestas previas, se divide al centro, posee profundidad y movimiento a la vez.

Figuras # 22



INSTRUMENTO

Se evaluaron cinco aspectos de cada propuesta: composición, jerarquía, estilización, memorabilidad y legibilidad. Por medio de una tabla, se otorgó una puntuación de uno a diez, siendo uno la menor puntuación y diez la mayor. (Ver ANEXO No. 2)

TABLA DE AUTO VALIDACIÓN

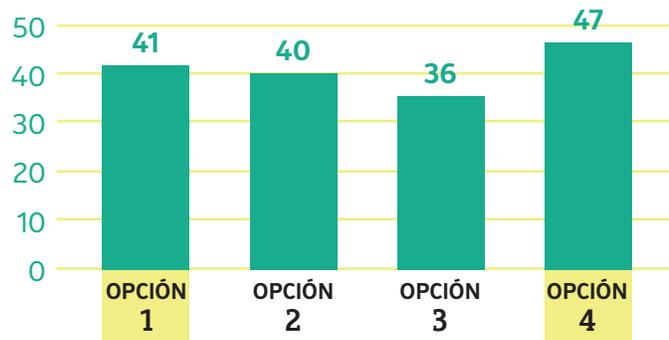
	composición	jerarquía	estilización	memorabilidad	legibilidad	TOTAL
OPCIÓN 1	8	9	9	7	8	41
OPCIÓN 2	7	8	8	8	9	40
OPCIÓN 3	7	7	7	8	7	36
OPCIÓN 4	9	9	10	10	9	47

Tabla # 05

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Luego de evaluar cada una de las propuestas, se eligieron las opciones uno y cuatro, porque la distribución y jerarquía de sus elementos integran una mejor composición, poseen un aspecto más estilizado, son más memorables y su legibilidad es más clara.

GRÁFICA DE AUTO VALIDACIÓN



Figuras # 23

▶ VISUALIZACIÓN ◀



BOCETOS



OPCIÓN

1

TEMA

Diseño de *banners* para promover la carrera de Zootecnia, exponiendo temas relevantes de la profesión, para llamar la atención del grupo objetivo.

OBJETIVO

El objetivo de la elaboración de bocetos más avanzados de las dos propuestas seleccionadas, fue dar una idea más clara de la línea gráfica, previo a la digitalización de las propuestas.

DESARROLLO

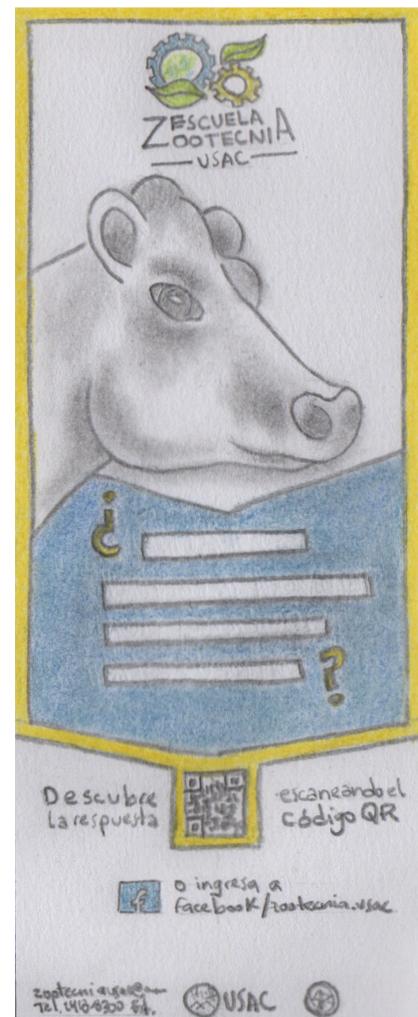
Partiendo de la paleta seleccionada, se agregó color a la composición para determinar la factibilidad de la aplicación de contrastes y equilibrio visual.



Predomina la dicotomía entre los colores azul y blanco y el claroscuro del personaje principal.

OPCIÓN

4



El contorno amarillo encuadra y llama la atención, da orden y equilibrio a la composición.

Figuras # 24

Digitalización

BANNER

OPCIÓN

1

OPCIÓN

4

Previo a la presentación de las dos propuestas gráficas a la institución, se digitalizaron las opciones seleccionadas, las cuales se tomaron de referencia para la edición de un *gif* animado, que complementa la estrategia de comunicación.



ESCUELA DE ZOOTECNIA

 USAC



ESCUELA DE ZOOTECNIA

 USAC

¿Cuál es el promedio de producción del hato lechero nacional ?

¿Cuál es el promedio de producción del hato lechero nacional ?

Descubre la respuesta escaneando el código QR

Descubre la respuesta escaneando el código QR

o ingresa a  **facebook** /zootecnia.usac.5

o ingresa a  **facebook** /zootecnia.usac.5

zootecniausac17@gmail.com
 Tel. 2418-8300 Ext. 84193

zootecniausac17@gmail.com
 Tel. 2418-8300 Ext. 84193







Figuras # 25

Edición

GIF ANIMADO

COMPLEMENTO 1 OPCIÓN 1

COMPLEMENTO 4 OPCIÓN 4



Figuras # 26

Como se explicó en la estrategia de las piezas de diseño, cada *banner* expuesto en los diferentes puntos de la Granja, se complementa con un *gif* animado que da solución a la pregunta planteada.

Tomando como referencia la línea gráfica de las opciones uno y cuatro, se montaron los *gifs* animados, basados en el diseño respectivo de cada opción, para continuar con la integración visual de las piezas gráficas.

Elección

DE LA PROPUESTA

OPCIÓN



La propuesta elegida por las autoridades de la Escuela de Zootecnia fue la **opción 4**, argumentando un mejor uso de los colores representativos de la institución y un adecuado recorrido visual de los elementos de diseño.

BANNER

GIF ANIMADO

Figuras # 27



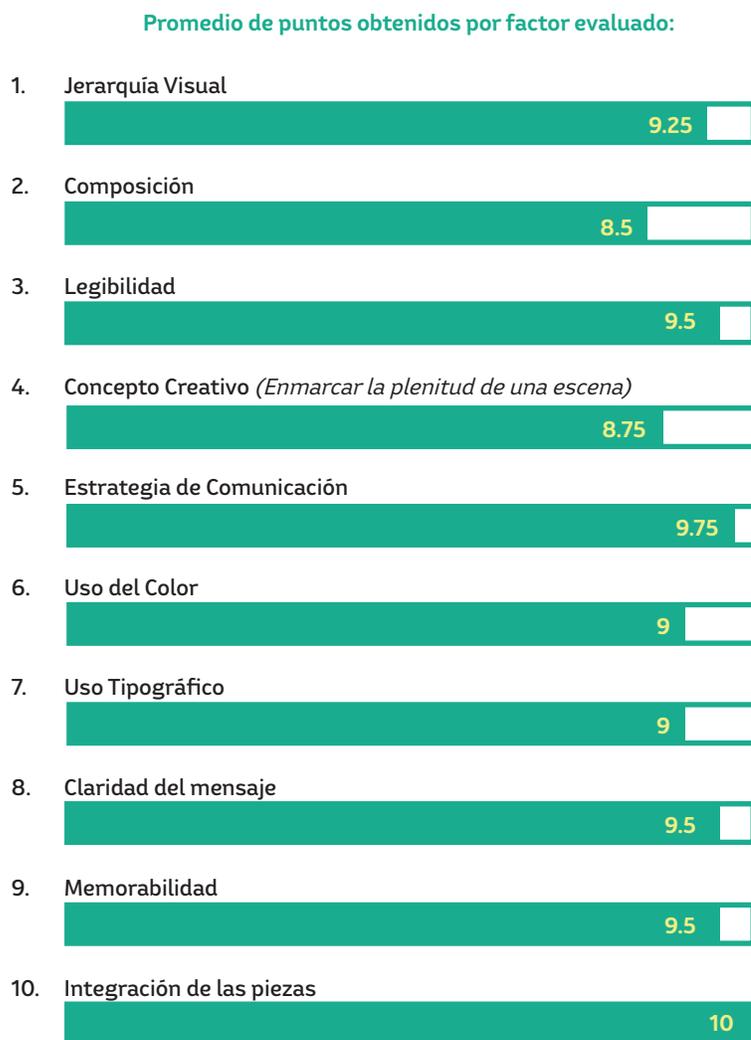
INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a compañeros de la Escuela de Diseño Gráfico, se evaluaron diez factores de la propuesta gráfica elegida por la institución; cada aspecto se valoró con una ponderación de uno a diez puntos (uno la menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 3)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados favorables al momento de ser validada por compañeros, con un promedio total de **9.3 puntos** por factor evaluado, siendo las áreas con más fortaleza, la integración de las piezas gráficas y la estrategia de comunicación a implementar en la campaña.

Figura # 28



- SUGERENCIAS**
- Centrar la pregunta.
 - A la par del ícono de Facebook quitar la palabra "Facebook".
 - Considerar el tamaño del texto de la página de Facebook.
 - Complementar mejor la tipografía del gif.
 - Utilizar más color, se mira monótono.

FUENTE: Encuesta de validación compañeros (ver anexos)



INSTRUMENTO

Se efectuaron dos encuestas, una dirigida a representantes de la Escuela de Zootecnia (docentes y auxiliares) y la otra a profesionales del diseño gráfico.

Cada ítem se evaluó con una ponderación de uno a diez puntos (uno la menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 4 y 5)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta elegida obtuvo resultados favorables al momento de ser validada, con un promedio de **8.8 puntos** por pregunta para los representantes de Zootecnia, y **8.4 puntos** para los profesionales del Diseño Gráfico; siendo las áreas con más fortaleza, la claridad del mensaje transmitido, la estrategia de comunicación a implementar, el uso del color y la integración de las piezas gráficas.

Figura # 29

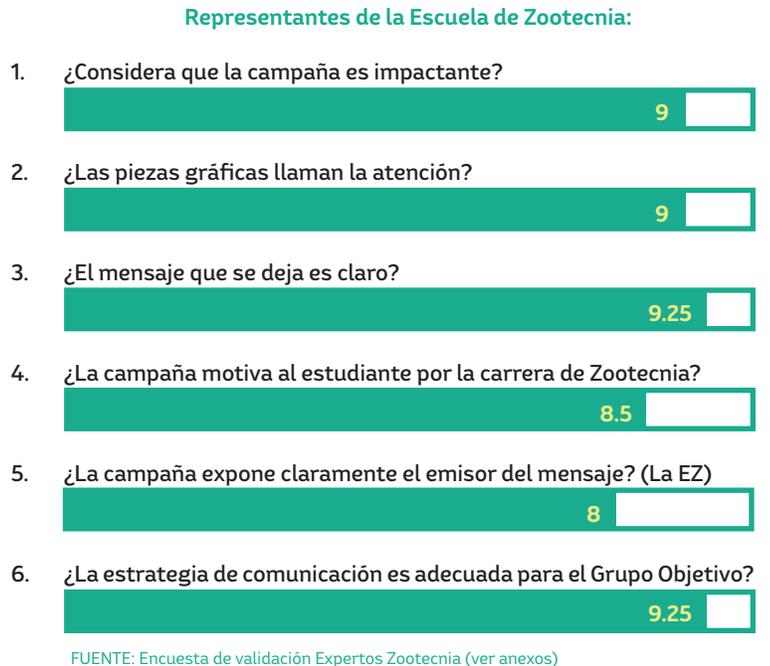
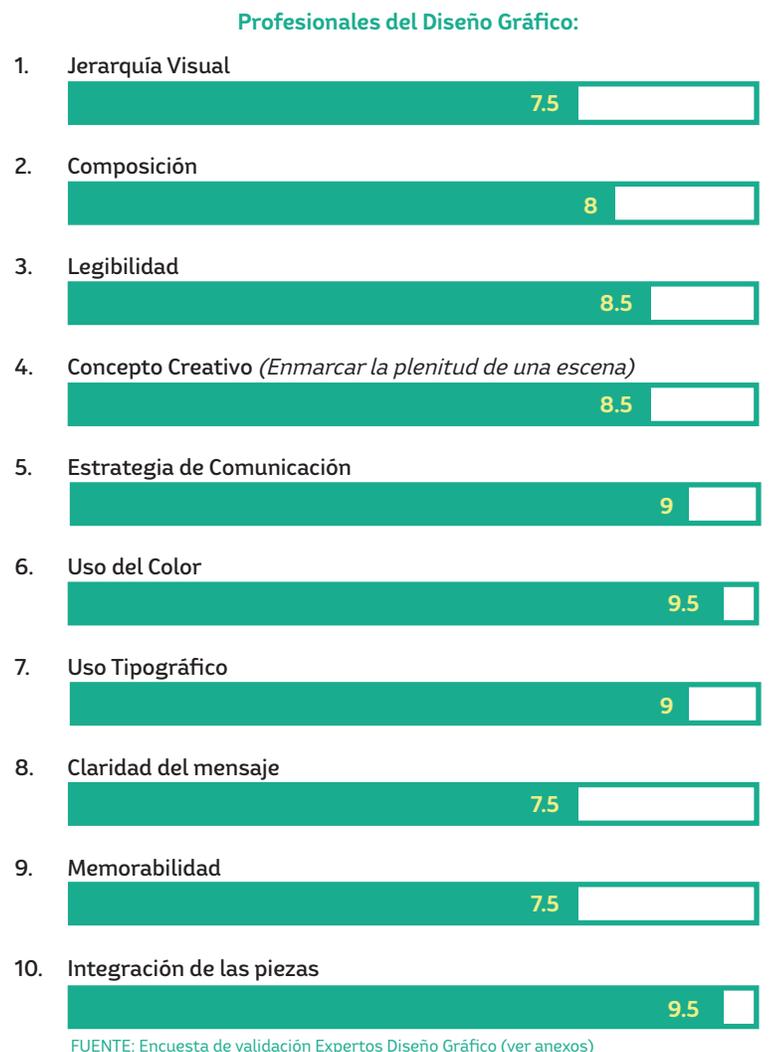


Figura # 30



DOCUMENTACIÓN

Validación

NIVEL 2



Lic. Fernando Fuentes
Docente
Escuela de Diseño Gráfico USAC



M.Sc. Karen Judith Hernández
Docente
Escuela de Zootecnia USAC
Unidad de Ciencias del Ambiente



Melanie Cantoral
Estudiante
Escuela de Diseño Gráfico USAC



M.Sc. Axel Jhonny Godoy
Docente
Escuela de Zootecnia USAC
Unidad Económico Administrativa



Estefanie Calderón
Estudiante
Escuela de Diseño Gráfico USAC



Roselyn Xicay
Auxiliar
Escuela de Zootecnia USAC
Unidad de Ciencias del Ambiente



**Rocío Roman
Alejandra Viau**
Estudiantes
Escuela de Diseño Gráfico USAC



Alejandra Ortiz
Auxiliar
Escuela de Zootecnia USAC
Unidad Económico Administrativa

Figuras # 31

▶ VISUALIZACIÓN ▶



Correcciones

TEMA

Diseño de *banners* y *gifs* para promover la carrera de Zootecnia, exponiendo temas relevantes de la profesión, para llamar la atención del grupo objetivo.

OBJETIVO

El objetivo de este nivel de visualización, es implementar correcciones a la propuesta seleccionada, previo a la creación de todas las artes finales y su validación ante el grupo objetivo. Los cambios se hicieron en base a las observaciones y sugerencias producto del proceso de validación con compañeros y expertos; y también, como fruto de las observaciones de los asesores asignados.

ANTES

DESPUÉS



Figuras # 32

DESARROLLO

A continuación, las correcciones efectuadas como resultado de la validación de los compañeros, expertos y asesores:

- Fondo con textura y ruido para dar un efecto antiguo e integración con las fotografías.
- Agregar más color para que la pieza gráfica no sea monótona y llame más la atención.
- Cambiar el orden del texto para lograr una mejor semántica y recorrido visual.
- Agregar textura en el código QR para que sea un punto focal que llame la atención.
- Integrar la sección de *Facebook* y resaltar su importancia.
- Quitar el escudo de la EZ de la parte inferior, para que no exista redundancia y agrandar los otros dos escudos (USAC Y FMVZ).
- En el *gif* colocar la pregunta con una orientación central.
- Agrandar el escudo de la EZ para resaltar su importancia y memorabilidad.

ANTES

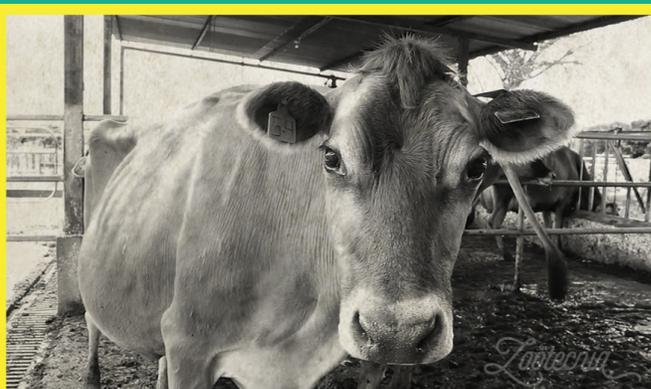


¿Cuál es el promedio de producción del hato lechero nacional ?



En **Guatemala**, cada vaca produce aproximadamente **4 litros de leche** al día.

DESPUÉS



¿Cuál es el promedio de producción del hato lechero nacional ?



En **Guatemala**, cada vaca produce aproximadamente **4 litros de leche** al día.



10 banners & 10 gifs

Los temas a tratar son diez, cada tema se compone de un *banner* tipo araña y un *gif* animado; el *banner* contiene una pregunta y el *gif* animado da respuesta a la interrogante.

Zootecnia	1	ZOOTECNIA
Bovinos (vacas lecheras)	2	
Bovinos (terneros)	3	
Bovinos (toros)	4	
Forrajes	5	
Lombriz Coqueta Roja	6	
Caprinos	7	
Porcinos	8	
Apicultura	9	
Cunicultura	10	

Figuras # 34

1 ZOOTECNIA

BANNER

La pregunta inicial y de mayor relevancia de la Campaña de Comunicación es: ¿Qué es zootecnia? Muchos de los estudiantes del área común que ingresan por primera vez a la FMVZ, no saben con certeza, ¿cuál es el campo de estudio que abarca la zootecnia? por lo tanto, antes de continuar por las siguientes estaciones es necesario dar respuesta a la interrogante.

Se colocó una fotografía de un grupo de estudiantes del 6to ciclo de la carrera de Zootecnia, cuando se encontraban en overol, haciendo Prácticas Integradas en la Granja Experimental, con el objetivo de mostrar la vestimenta necesaria para ejercer actividades propias de la profesión.

GIF

Debido a que son varias las actividades que abarca la carrera, se colocaron fotografías representativas del contacto al que están expuestos los estudiantes: el procesamiento de los alimentos para los animales y el trato directo con los animales durante el proceso de producción.

BANNER

ESCUELA DE
ZOOTECNIA
USAC

¿Qué es zootecnia?

Escanea el código QR y descubre la respuesta

o ingresa a  /Escuela Zootecnia

escuelazootecnia.gt@gmail.com
Tel. 2418-8300 Ext. 84193

USAC
TEUCENTENARIA

FMVZ

Figuras # 35

VALIDACIÓN

GO

Figuras # 36

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados favorables al momento de ser validada con un promedio total de **9.75 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF

1

¿Qué es zootecnia?

Es la disciplina que se dedica a la **cría, reproducción y alimentación** de animales, para lograr el máximo aprovechamiento del **recurso animal**.

ZOOTECNIA

2

¿Qué es zootecnia?

Es la disciplina que se dedica a la **cría, reproducción y alimentación** de animales, para lograr el máximo aprovechamiento del **recurso animal**.

ZOOTECNIA

3

¿Qué es zootecnia?

Es la disciplina que se dedica a la **cría, reproducción y alimentación** de animales, para lograr el máximo aprovechamiento del **recurso animal**.

ZOOTECNIA

ARTES FINALES



BOVINOS (vacas lecheras)

BANNER

Una de las áreas más importantes en el campo de la zootecnia es la de "bovinos"; medir la producción diaria de leche por vaca, ayuda a determinar la productividad lechera para fijar estándares de calidad y efectividad.

GIF

Se puede observar una vaca lechera en su establo, se encuentra de perfil y voltea su mirada para observar al espectador, este movimiento crea una interacción entre los elementos de la pieza gráfica. Los signos de interrogación llaman la atención con un movimiento oscilante; el escudo de la Escuela de Zootecnia tiene una pequeña variación periódica de tamaño, lo cual contribuye con la memorabilidad de la institución; y finalmente la respuesta posee palabras claves resaltadas para mejorar la retención del mensaje expuesto.



Figuras # 37

VALIDACIÓN

GO

Figuras # 38

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados favorables de aceptación al momento de ser validada, con un promedio total de **10 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF

1

¿Cuál es el promedio de producción del hato lechero nacional?

En Guatemala, cada vaca produce aproximadamente **4 litros de leche** al día.

2

¿Cuál es el promedio de producción del hato lechero nacional?

En Guatemala, cada vaca produce aproximadamente **4 litros de leche** al día.

3

¿Cuál es el promedio de producción del hato lechero nacional?

En Guatemala, cada vaca produce aproximadamente **4 litros de leche** al día.

ARTES FINALES



BOVINOS (terneros)

BANNER

Un tema a tratar como consecuencia de la producción lechera, son los terneros; para producir leche, las vacas deben de tener terneros periódicamente, debido a esto, los terneros siempre estarán presentes en las actividades zootecnistas. Es necesario saber la edad y las fases de desenvolvimiento de los terneros para gestionar las decisiones de producción, según sea el caso.

GIF

Como es de entender, los terneros son las crías de las vacas, y la producción de leche de estas, naturalmente es para alimentarlos a ellos, sin embargo, por motivos de producción, el ternero es destetado y separado de su madre, para alimentarlo únicamente con una pacha, y así, controlar las raciones de producción lechera.



Figuras # 39

VALIDACIÓN

GO

Figuras # 40

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados favorables de aceptación al momento de ser validada, con un promedio total de **9.50 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF

1

2

3

ARTES FINALES



BOVINOS (toros)

BANNER

Aunque los toros no son indispensables hoy en día en las fincas de producción, debido a las técnicas de inseminación, todo Zootecnista debe de tener conocimientos sobre toros; es por ello que se plantea la pregunta: ¿Qué es un toro repasador? Primero, para entrar en el debate de tener o no toros; y segundo, para que el estudiante se interese por las técnicas de reproducción animal que demanda la carrera.

GIF

Se presenta un toro rumiando en su establo, mirando fijamente en dirección al espectador. Al igual que los demás *gifs*, los signos de interrogación llaman la atención con un movimiento oscilante; el escudo de la Escuela de Zootecnia tiene una pequeña variación periódica de tamaño, lo que contribuye con la memorabilidad de la institución; y finalmente la respuesta posee palabras claves resaltadas para mejorar la retención del mensaje expuesto.



Figuras # 41

VALIDACIÓN

GO

Figuras # 42

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados favorables de aceptación al momento de ser validada, con un promedio total de **10 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF

1

¿Qué es un toro repasador?

Es el **toro** que se usa para garantizar que las vacas estén en celo y preñadas.

2

¿Qué es un toro repasador?

Es el **toro** que se usa para garantizar que las vacas estén en celo y preñadas.

3

¿Qué es un toro repasador?

Es el **toro** que se usa para garantizar que las vacas estén en celo y preñadas.

ARTES FINALES

5 FORRAJES

BANNER

El procesamiento y la manipulación del alimento para los animales de producción es un tema de interés en la carrera zootecnista, es la base fisiológica del bienestar animal, es por ello que es importante abordarlo, ya que es parte del día a día de la profesión.

GIF

Se presenta por medio de un *cinemagraph*, la picadora de forraje, máquina que facilita el proceso de corte del alimento, en un tamaño más apropiado para su aprovechamiento.

BANNER


 ESCUELA DE
ZOOTECNIA
 USRC

¿Qué es forraje?

Escanea el código QR  y descubre la respuesta

o ingresa a  /Escuela Zootecnia

escuelaazootecnia.gt@gmail.com
 Tel. 2418-8300 Ext. 84193

 **USAC**
 TRICENTENARIA



Figuras # 43

VALIDACIÓN

GO

Figuras # 44

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados favorables de aceptación al momento de ser validada, con un promedio total de **9.75 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF

1

¿Qué es forraje?

Es el material vegetal **cortado o ramoneado** útil en la alimentación animal.

ZOOTECNIA

2

¿Qué es forraje?

Es el material vegetal **cortado o ramoneado** útil en la alimentación animal.

ZOOTECNIA

3

¿Qué es forraje?

Es el material vegetal **cortado o ramoneado** útil en la alimentación animal.

ZOOTECNIA

ARTES FINALES

6 
LOMBRIZ COQUETA ROJA

BANNER

Un punto de gran relevancia a tratar, es de la lombriz coqueta roja, el manejo y cuidado de estos seres, es de vital importancia para el desarrollo efectivo de todo proceso de producción animal.

GIF

Se muestra a un grupo de lombrices durante el proceso de transformación de desechos orgánicos, útil para abono y desarrollo de pastos y forrajes.

BANNER



Logo: **FTVZ** ESCUELA DE **ZOOTECNIA** USAC

¿ Para qué es útil la Coqueta Roja ?

Escanea el código QR y descubre la respuesta

o ingresa a  /Escuela Zootecnia

escuelazootecnia.gt@gmail.com Tel. 2418-8300 Ext. 84193

USAC TRICENTENARIA

FTVZ

Figuras # 45

VALIDACIÓN

GO

Figuras # 46

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados satisfactorios de aceptación al momento de ser validada, con un promedio total de **7.75 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF

1

¿Para qué es útil la Coqueta Roja?

Porque **transforma** los **desechos orgánicos** y mejora la producción de forrajes.

2

¿Para qué es útil la Coqueta Roja?

Porque **transforma** los **desechos orgánicos** y mejora la producción de forrajes.

3

¿Para qué es útil la Coqueta Roja?

Porque **transforma** los **desechos orgánicos** y mejora la producción de forrajes.

ARTES FINALES



BANNER

El área caprina (cabras) también, es importante en producción lechera, la leche de cabra posee propiedades particulares que la hacen diferente a la leche de vaca.

GIF

Se puede observar una cabra lechera que se encuentra de perfil y voltea su mirada para observar al espectador, este movimiento crea una interacción entre los elementos de la pieza gráfica. Los signos de interrogación llaman la atención con un movimiento oscilante; el escudo de la Escuela de Zootecnia tiene una pequeña variación periódica de tamaño, lo cual contribuye con la memorabilidad de la institución; y finalmente la respuesta posee palabras claves resaltadas para mejorar la retención del mensaje expuesto.



Figuras # 47

VALIDACIÓN
GO

Figuras # 48

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados favorables de aceptación al momento de ser validada, con un promedio total de **8.75 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF

1
2
3

¿Por qué la leche de cabra es más **digestible** para el hombre ?

Por que el tamaño **homogéneo de sus moléculas** grasas y protéicas le otorgan mejores **propiedades digestivas**.

¿Por qué la leche de cabra es más **digestible** para el hombre ?

Por que el tamaño **homogéneo de sus moléculas** grasas y protéicas le otorgan mejores **propiedades digestivas**.

¿Por qué la leche de cabra es más **digestible** para el hombre ?

Por que el tamaño **homogéneo de sus moléculas** grasas y protéicas le otorgan mejores **propiedades digestivas**.

ARTES FINALES



BANNER

El área de porcinos es exclusiva, debido a la vulnerabilidad de enfermedades infecto-contagiosas. Probablemente, no se tenga acceso directo a esta estación en particular, sin embargo, hay que resaltar la importancia de la carne de cerdo y sus propiedades para ser considerada como carne blanca.

GIF

Se puede observar a un cerdo que se encuentra sentado y de perfil, volteando su mirada para observar al espectador, este movimiento crea una interacción entre los elementos de la pieza gráfica. Los signos de interrogación llaman la atención con un movimiento oscilante; el escudo de la Escuela de Zootecnia tiene una pequeña variación periódica de tamaño, lo cual contribuye con la memorabilidad de la institución; y finalmente la respuesta posee palabras claves resaltadas para mejorar la retención del mensaje expuesto.

BANNER


¿Por qué
 la carne de cerdo
 se considera
magra?

Escanea el código QR  y descubre la respuesta

o ingresa a  /Escuela Zootecnia

escuelazootecnia.gt@gmail.com Tel. 2418-8300 Ext. 84193  

Figuras # 49

VALIDACIÓN

GO

Figuras # 50

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados favorables de aceptación al momento de ser validada, con un promedio total de **10 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF



Porque la carne está **separada** de la grasa y se aloja debajo de la piel.



Porque la carne está **separada** de la grasa y se aloja debajo de la piel.



Porque la carne está **separada** de la grasa y se aloja debajo de la piel.

ARTES FINALES

9 APICULTURA

BANNER

La apicultura es una rama muy interesante que se estudia en zootecnia, los productos derivados de la misma (miel y cera) son de gran consumo humano, por lo que hay gran demanda en el mercado. El contexto de la apicultura es complejo, es un pequeño mundo en el que existen sociedades y estructuras propias de las abejas, por lo tanto, hay datos curiosos que pueden servir para llamar la atención de los estudiantes a esta área en particular.

GIF

Se representa detalladamente la función específica que desempeña el puesto de una abeja en particular, dentro de la gran estructura de una colmena.

BANNER

ESCUELA DE ZOOTECNIA USRC

¿Cómo se llama la abeja que cuida la entrada de la colmena?

Escanea el código QR y descubre la respuesta

o ingresa a /Escuela Zootecnia

escuelazootecnia.gt@gmail.com
Tel. 2418-8300 Ext. 84193

USAC
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS GUATEMALA

FAVZ

Figuras # 51

VALIDACIÓN

GO

Figuras # 52

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno significa menor puntuación y diez, la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados favorables de aceptación al momento de ser validada, con un promedio total de **8.25 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF

1
2
3

¿Cómo se llama la abeja que cuida la entrada de la colmena?

Centinela, y es la guardiana que cuida la entrada y salida de las abejas a la colmena.

¿Cómo se llama la abeja que cuida la entrada de la colmena?

Centinela, y es la guardiana que cuida la entrada y salida de las abejas a la colmena.

¿Cómo se llama la abeja que cuida la entrada de la colmena?

Centinela, y es la guardiana que cuida la entrada y salida de las abejas a la colmena.

ARTES FINALES



CUNICULTURA

BANNER

Al igual que la apicultura, la cunicultura es un área de la zootecnia que puede ser de interés particular, es poco popular, sin embargo, cada día se exponen más los beneficios de nutrición y salud, derivados del consumo de productos provenientes del conejo.

GIF

Se presenta por medio de un *cinemagraph*, un conejo enjaulado, imagen común que puede observarse en la cunicultura.



Figuras # 53

VALIDACIÓN

GO

Figuras # 54

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluaron cuatro factores de la propuesta gráfica: impacto visual, composición, claridad del mensaje e integración de las piezas gráficas (uno menor puntuación y diez la mayor). (Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta obtuvo resultados satisfactorios de aceptación al momento de ser validada con un promedio total de **7.5 puntos** por factor evaluado.



¿Las piezas gráficas le llaman la atención?



¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?



¿El mensaje expuesto es claro?



¿Las piezas se integran adecuadamente?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

GIF

1

¿Con qué nombre se le conoce a la crianza de conejos?

Cunicultura, y es la técnica de criar conejos para aprovechar su carne y productos.

2

¿Con qué nombre se le conoce a la crianza de conejos?

Cunicultura, y es la técnica de criar conejos para aprovechar su carne y productos.

3

¿Con qué nombre se le conoce a la crianza de conejos?

Cunicultura, y es la técnica de criar conejos para aprovechar su carne y productos.

Validación

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Grupo Objetivo

INSTRUMENTO

Por medio de una encuesta efectuada a los estudiantes del área común de la FMVZ, se evaluó si la Estrategia de Comunicación, propuesta para desarrollar el proyecto es adecuada y factible en su ejecución.

(Ver ANEXO No. 6)

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La estrategia de comunicación obtuvo resultados favorables, los cuales garantizan éxito al momento de su ejecución; el 100% de los encuestados manifestó que el proceso es fácil de comprender y ejecutar, un 60% ha escaneado alguna vez un código QR, por lo tanto, sabe el procedimiento a seguir para utilizarlo; el 100% utiliza la red social *Facebook* como medio de información: y finalmente el 100% de los encuestados buscaría la respuesta ya sea por medio del código QR o directamente por *Facebook*.

Figuras # 55



¿El procedimiento para conocer la respuesta es fácil de comprender y ejecutar?



¿Ha escaneado alguna vez un código QR?



¿Ha utilizado la red social de Facebook para informarse sobre algún tema?



¿Qué medio utilizaría usted para conocer la respuesta?

FUENTE: Encuesta de validación Grupo Objetivo (ver anexos)

DOCUMENTACIÓN DE VALIDACIÓN

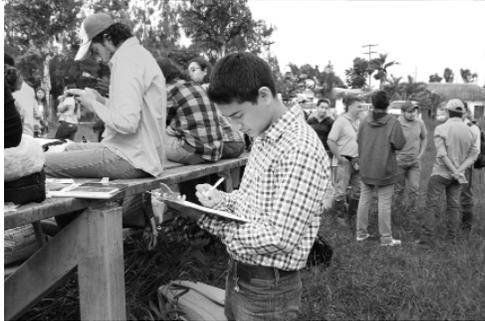
Nivel 3 GO



Daniel Molina
19 años
Estudiante, primer año FMVZ



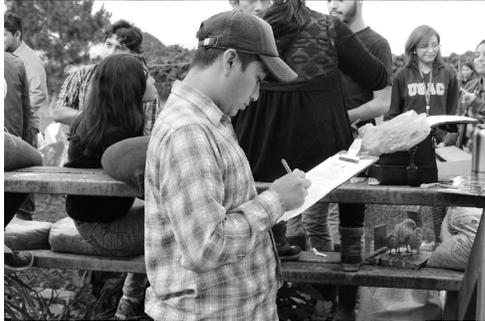
María Castellanos
20 años
Estudiante, primer año FMVZ



Luis Diego Argueta
19 años
Estudiante, primer año FMVZ



Rocío Zavala
21 años
Estudiante, primer año FMVZ



Sofia Marianne Menaldo
20 años
Estudiante, primer año FMVZ



Keneth Navichoque
19 años
Estudiante, primer año FMVZ



Amsi Elisa Macario
22 años
Estudiante, primer año FMVZ



Donis Estrada
23 años
Estudiante, primer año FMVZ



Leonardo Rodríguez
19 años
Estudiante, primer año FMVZ



Victor Martínez
21 años
Estudiante, primer año FMVZ



La Campaña de Comunicación para promover la carrera de Zootecnia en los estudiantes del área común de la FMVZ, se ejecutará en la actividad de “Bienvenida Introdutoria” realizada en el mes de enero en las instalaciones de la Granja Experimental de dicha Facultad.

Para una correcta ejecución, la puesta en marcha de la campaña se divide en dos etapas:

ETAPA # 1

Publicación de los *gifs* en *Facebook*

Previo a iniciar la actividad con los estudiantes, los *gifs* animados que contienen las respuestas a cada pregunta planteada, deben de subirse a la *web* por medio de la página  , para luego ser publicados en el perfil de *Facebook* de la institución:

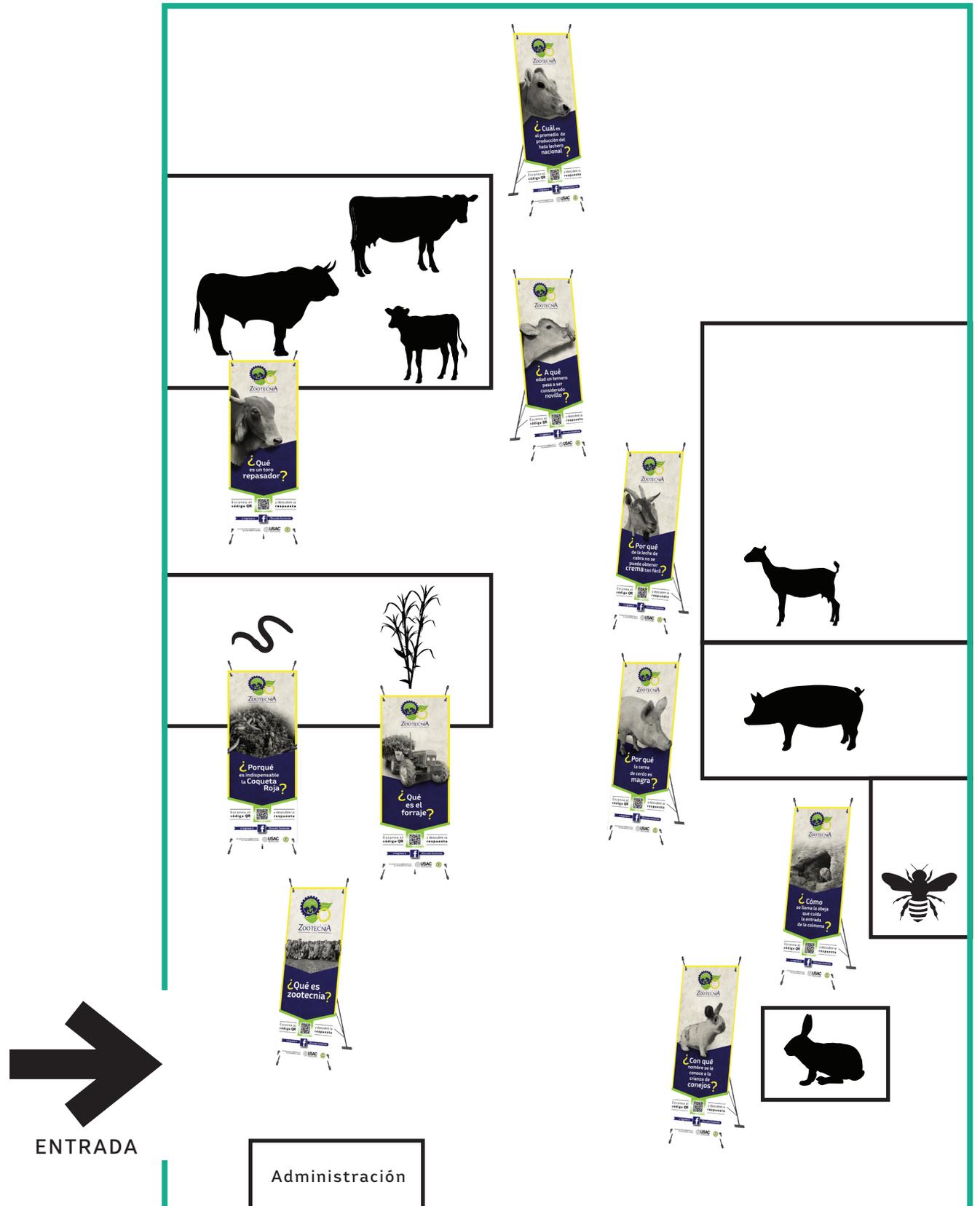
 / Escuela Zootecnia.

ETAPA # 2

Recorrido por la Granja Experimental

Los *banners* deben de ser colocados en puntos estratégicamente visibles en sus estaciones correspondientes, para que al momento de que los estudiantes hagan el recorrido guiado de la actividad, puedan interactuar e ingresar al perfil de *Facebook* de la Escuela, para ver los *gifs* y dar respuesta a cada pregunta planteada.

DISTRIBUCIÓN DE *BANNER* TIPO ARAÑA EN LA GRANJA EXPERIMENTAL DE LA FMVZ



Figuras # 57



Tabla # 06

Precio hora hombre = Q100.00

ACTIVIDAD	HORAS TRABAJADAS	COSTO
FASE I : INVESTIGACIÓN		
Antecedentes de Comunicación	15	Q. 1,500.00
Definición y delimitación del problema de comunicación visual	12	Q. 1,200.00
Justificación del proyecto	6	Q. 600.00
Objetivos	6	Q. 600.00
Perfil de la Institución y Grupo Objetivo	15	Q. 1,500.00
Marco Teórico	45	Q. 4,500.00
TOTAL HORAS Y COSTOS	99	Q 9,900.00
FASE 2 : PLANEACIÓN OPERATIVA		
Diseño de Flujograma	8	Q. 800.00
Cronograma de Actividades	4	Q. 400.00
TOTAL HORAS Y COSTOS	12	Q 1,200.00
FASE 3 : DEFINICIÓN CREATIVA		
<i>Brief</i> de Diseño	10	Q. 1,000.00
Recopilación de Referentes Visuales	20	Q. 2,000.00
Estrategia de las piezas de diseño	8	Q. 800.00
<i>Insight</i> y Concepto Creativo	16	Q. 1,600.00
TOTAL HORAS Y COSTOS	54	Q 5,400.00

ACTIVIDAD	HORAS TRABAJADAS	COSTO
FASE 4 : PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIÓN		
Nivel 1 de visualización (mano alzada)	40	Q. 4,000.00
Auto validación	2	Q. 200.00
Nivel 2 de visualización (digitalización)	50	Q. 5,000.00
Validación con compañeros y expertos	12	Q. 1,200.00
Correcciones	10	Q. 1,000.00
Nivel 3 de visualización (artes finales)	100	Q. 10,000.00
Validación con el grupo objetivo	5	Q. 500.00
Validación de la estrategia de comunicación	5	Q. 500.00
Lineamientos para la puesta en práctica del proyecto	8	Q. 800.00
TOTAL HORAS Y COSTOS	232	Q 23,200.00
OTROS		
Banco de videos cortos y fotografías	61	Q. 6,100.00
TOTAL HORAS Y COSTOS	61	Q 6,100.00
TOTALES		
FASE 1 : INVESTIGACIÓN	99	Q. 9,900.00
FASE 2 : PLANEACIÓN OPERATIVA	12	Q. 1,200.00
FASE 3 : DEFINICIÓN CREATIVA	54	Q. 5,400.00
FASE 4 : PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIÓN	232	Q. 23,200.00
OTROS	61	Q. 6,100.00
TOTAL HORAS Y COSTOS	458	Q. 45,800.00

Aporte del Epesista de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

COTIZACIÓN 1


TBWA. THE DISRUPTION® COMPANY.

23 calle 15-14 Zona 13 Edificio Condesa II, Nivel 8 Oficinas TBWA Guatemala
 tel: 2313 6300
 tbwagate@gmail.com

Perfil de la empresa

TBWA crea y gestiona el comportamiento de las marcas en el mundo moderno con su filosofía de *DISRUPTION*, herramienta única de TBWA\ con la cual ha dado una nueva visión a grandes marcas como *Apple*, *Pepsi*, *Adidas*, *Henkel*, *Playstation*, *Planters*, *Nissan*, entre otras.

Tabla # 07

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO	
		UNITARIO	TOTAL
10	Diseño de banners tipo araña para exterior (60cm x 160cm), para dar a conocer las diferentes áreas de la Granja Experimental.	Q 2,800.00	Q 28,000.00
10	Diseño y publicación de <i>gifs</i> animados para posteo en redes sociales (<i>Facebook</i>). Para dar a conocer la carrera de Zootecnia.	Q 1,110.00	Q 11,110.00
100	Banco de Fotografía para uso interno de la Escuela de Zootecnia.	Q 250.00	Q 25,000.00
50	Banco de videos cortos para crear <i>gifs</i> animados para uso interno de la Escuela de Zootecnia.	Q 450.00	Q 22,500.00
TOTAL			Q. 86,610.00

COTIZACIÓN 2

THE AD COMPANY

G U A T E M A L A

6ª Avenida A 9-24 Zona 9
Edificio plaza Rabí Oficina 204
www.adcompanyguate.com

Perfil de la empresa

Actualmente cuenta con profesionales, apasionados por la creatividad y servicio al cliente, constituyendo el activo más importante de la compañía. Su filosofía está basada en las hormigas por el trabajo en equipo y el tremendo esfuerzo que realizan en cada proyecto.

Tabla # 08

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO	
		UNITARIO	TOTAL
10	Diseño de banners tipo araña para exterior (60cm x 160cm), para dar a conocer las diferentes áreas de la Granja Experimental.	Q 2,000.00	Q 20,000.00
10	Diseño y publicación de <i>gifs</i> animados para posteo en redes sociales (<i>Facebook</i>). Para dar a conocer la carrera de Zootecnia.	Q 300.00	Q 3,000.00
100	Banco de Fotografía para uso interno de la Escuela de Zootecnia.	Q 150.00	Q 15,000.00
50	Banco de videos cortos para crear <i>gifs</i> animados para uso interno de la Escuela de Zootecnia.	Q 250.00	Q 12,500.00
TOTAL			Q. 50,500.00

CAPÍTULO
VII

*Síntesis
del
Proceso*



¿Qué sabía?

Conocimiento	Habilidad
<ul style="list-style-type: none"> • La importancia de implementar una Campaña de Comunicación. • Utilizar métodos convencionales y no convencionales para desarrollar un concepto creativo. • Conocer a fondo el perfil del grupo objetivo para diseñar adecuadas y funcionales piezas gráficas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar el recurso fotográfico como elemento principal de una pieza de diseño. • Apoyarse de las nuevas tendencias de comunicación para que el mensaje transmitido genere más impacto. • Desarrollar habilidades interpersonales para conocer la eficacia de las propuestas gráficas.

¿Qué aprendí?

<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los elementos más relevantes para plantear una Campaña de Comunicación. • Persuadir al grupo objetivo con tiempo, para que este se informe debidamente antes de hacer una elección. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar nuevas propuestas gráficas acordes con las tendencias del momento. • Integración de piezas gráficas mediante un proceso planificado (causa-efecto).
--	--

¿Qué necesito mejorar?

<ul style="list-style-type: none"> • Implementar de manera asertiva, elementos gráficos. • Tener más dominio sobre el tema tratado, para fundamentar más a fondo las propuestas gráficas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción y uso adecuado de la semántica. • Presentar un proceso de bocetaje que contenga más opciones a elegir. • Aceptar puntos de vista crítico-constructivos, que contribuyan al mejoramiento de las piezas gráficas.
---	---



CONCLUSIONES

- La implementación de la Campaña de Comunicación ayudará para que los estudiantes del área común tengan una idea más clara del contenido que abarca la carrera de Zootecnia, lo cual contribuirá al incremento de la población estudiantil de la Escuela y, además, ayudará a que se tenga una mejor percepción institucional de la misma.
- Una vez identificado el grupo objetivo, con base en sus gustos y preferencias, se debe desarrollar una estrategia de comunicación para planificar la manera más efectiva de comunicar el mensaje. Hoy en día, la utilización de medios BTL y redes sociales en campañas de comunicación, ayuda a generar un mayor impacto, gracias a los recursos de difusión disponibles y, al mismo tiempo, permite una mejor segmentación y control a quien va dirigido el mensaje.
- Cuando se elabora una campaña de comunicación, es necesario determinar las partes que engloban el tema a tratar, en este caso en particular, se eligieron las áreas más relevantes que conforman el estudio de la Zootecnia, y en base a eso, se compiló y seleccionó información atractiva e interesante para el grupo objetivo.



RECOMENDACIONES

- **A la Escuela de Zootecnia**, para que continúe realizando actividades que den a conocer la carrera, y para que actualice periódicamente su página de *Facebook* para promoverse como institución de Educación Superior.
- **A los docentes de la Escuela de Zootecnia**, para que inculquen el conocimiento y la curiosidad por aprender más, e inviten a las nuevas generaciones de profesionales a que formen parte del gremio zootecnista.
- **A los estudiantes del área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia**, para que no vayan condicionados a elegir una carrera, sin antes informarse debidamente sobre el campo de estudio de ambas carreras (veterinaria y zootecnia), para que seleccionen la que mejor les convenga en relación a sus aspiraciones y objetivos, tanto personales como profesionales.
- **A la Escuela de Diseño Gráfico**, para que continúe incentivando a los futuros profesionales del diseño, a que desarrollen proyectos con instituciones sin fines de lucro, para retribuir a la sociedad, como agradecimiento por su aporte a nuestra *Alma Mater*.

GLOSARIO

Banner

Es una “tela” plástica fabricada principalmente de PVC, reforzado con una malla de poliéster. Se utiliza extensivamente en publicidad exterior, en la fabricación de vallas, pendones y toldos publicitarios.

Boceto

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

Brief de diseño

Es un documento integral que reúne los parámetros con los que un diseñador empieza a elaborar una pieza gráfica.

Campaña de comunicación

Es un conjunto de estrategias de la comunicación que permitirán establecer un grupo de acciones enfocadas a consolidar un mensaje para obtener un buen resultado.

Cinemagraph

Imágenes cinéticas donde una pequeña parte tiene un movimiento repetitivo, creando un bucle animado.

Código QR

Es un código de barras bidimensional cuadrada que puede almacenar los datos codificados. La mayoría del tiempo los datos es un enlace a un sitio *web*.

Concepto creativo

Es un conjunto de información recogida para sintetizar todos los elementos que permiten transmitir la información necesaria y comunicar

al público objetivo el mensaje elegido para una campaña.

Creatividad

Es la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, de llegar a nuevas conclusiones, resolver cruces en el camino, en pos de un proyecto determinado.

Estrategia de comunicación

Es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades de comunicación, en un tiempo y espacio de interacción humana. Lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida.

Gif animado

Es una variante del formato gráfico *GIF* que permite animación en la imagen, fue la primera forma de animación *web* para las páginas *web*, y es soportada por la gran mayoría de los navegadores.

Grupo objetivo

Es una noción que se emplea en el ámbito del *marketing* y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

Insight

Es un conocimiento colectivo: Situaciones, conocimientos y experiencias vividas por el consumidor.

Recurso BTL

Es el acrónimo de *Below The Line* (debajo de la línea) y consiste en emplear formas de comunicación

no masivas dirigidas a un segmento específico empleando como armas principales la creatividad, la sorpresa o el sentido de oportunidad, creando a su vez canales novedosos para comunicar el mensaje deseado.

Paleta de colores

Es una de las herramientas de diseño gráfico elementales, ya que se utiliza para crear combinaciones de colores que trabajen bien juntos.

Propaganda

La palabra propaganda procedente del latín, y significa acción y efecto de dar a conocer.

Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de difusión de información, ideas u opiniones, con la intención de persuadir a un público objetivo, haciéndole recordar y realizar cierta acción.

Retro

Es lo que evoca al pasado, pero que no necesariamente pertenece a él, no requiere haber sido diseñados en otros tiempos, simplemente emplea la estética de otra época tratando de apelar a la nostalgia.

Vintage

Hace referencia directa al pasado a través de prendas u objetos que fueron diseñados y fabricados en la época a la que pertenece su estilo.

Zootecnia

Ciencia y arte de la cría, mejora y explotación de los animales domésticos, mediante la cual se obtiene el mayor aprovechamiento con el menor esfuerzo.

REFERENCIAS

Libros

Cole, H. y Ronning, M. (Edición en español). (1974). *Curso de Zootecnia, Biología de los animales domésticos y su empleo por el hombre*. Zaragoza, España: Editorial Acribia

Enríquez, A. (2017). *Connotaciones de los elementos y articulaciones visuales y audiovisuales*. USAC, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

Oteiza, J. y Carmona, J. (1ra. edición).(1985). *Diccionario de Zootecnia*. México, D.F.: Editorial Trillas.

Tesis

Gorostiza, J. (2015). *La construcción de la ficción*. (Tesis de grado académico para obtener el título de Doctor, Universidad Politécnica de Madrid). Recuperado de http://oa.upm.es/40340/1/JORGE_GOROSTIZA_LOPEZ.pdf

Moreno, A. (2012). *Psicología del color y la forma*. (Tesis de grado académico para obtener el título de Licenciatura en Diseño Gráfico, Universidad de Londres). Recuperado de <https://trabajosocialucen.files.wordpress.com/2012/05/psicologia-1.pdf>

Panqueba, M. y Mesa, C. (2014). *Orientación vocacional y profesional a estudiantes de grado once de la institución educativa Silvino Rodríguez,*

sede Jaime Rook de la Ciudad de Tunja. (Tesis de grado académico de Licenciatura en Psicología, Universidad UNAD, Colombia). Recupero de <http://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/2757/3/1053606458.pdf>

Quintana, J. (2014). *Estudio cualitativo sobre el proceso de elección vocacional en estudiantes universitarios provenientes de liceos municipales no emblemáticos de la región metropolitana.* (Tesis de grado académico de Magíster en Psicología Educacional, Universidad de Chile). Recupero de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/130155/Tesis%20de%20Mag%C3%ADster.pdf?sequence=1>

Romero, C. (2016). *La fotografía como elemento principal en el diseño de revistas.* (Tesis de grado académico para obtener el título de Doctor, Universidad Complutense de Madrid). Recupero de <http://eprints.ucm.es/39198/1/T37796.pdf>

Rosal, A. (2015). *Campaña de comunicación social para prevenir la violencia intrafamiliar.* (Tesis de grado académico de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Rafael Landívar). Recupero de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/01/Rosal-Andrea.pdf>

Documentos Digitales

Alba, T. (2016). *Diccionario de Diseño.* Recuperado de <http://diseñoCreativo.com/terminos-de-diseno-grafico-diccionario/>

El Estilo Retro en Diseño Web. (s.f.). En Ideas Marketing. Recuperado de <http://www.ideaschicago.com/el-estilo-retro-en-diseno-web/>

Montana, A. (2017). *Principales Tendencias en Diseño Gráfico para 2017.* En g-tech desing. Recuperado de <http://gtechdesign.net/es/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2017>

Olivares, E. (2017). *Las 17 Tendencias de Diseño Gráfico y Web que debes conocer en 2017.* En Ernesto Olivares VisualInformation. Recuperado de <https://ernestoolivares.es/tendencias-diseno-grafico-web-2017/>

¿Por qué estudiar una carrera universitaria? Razones (s.f.). En Cómo estudiar. Recuperado de <http://www.cómo-estudiar.com/2012/11/por-que-estudiar-una-carrera.html>

¿Qué es retro? (s.f.) En Decoesfera. Recuperado de <https://decoracion.trendencias.com/otros-estilos/que-es-retro>



Tabla # 01: Cronograma de actividades para desarrollar el proyecto.

Tabla # 02: Recursos y costos de operación.

Tabla # 03: Cuadro comparativo de las piezas gráficas.

Tabla # 04: Método de conexiones morfológicas forzadas para definir el Concepto Creativo.

Tabla # 05: Auto validación del primer nivel de bocetaje.

Tabla # 06: Presupuesto de la Campaña de Comunicación.

Tabla # 07: Cotización # 1 del proyecto (*TBWA The Disruption Company*)

Tabla # 08: Cotización # 2 del proyecto (*The Ad Company Guatemala*)

Tabla # 09: Lecciones aprendidas del Proyecto.



Figura # 01: Población Universitaria de la FMVZ.

Figura # 02: Edificio M6, sede de la Dirección de la Escuela de Zootecnia.

Figura # 03: Estudiantes del área común de la FMVZ, en las instalaciones de la Granja Experimental de la Facultad.

Figura # 04: Pareja de estudiantes del área común de la FMVZ.

Figura # 05: Estudiante del área común de la FMVZ (nombre ficticio para fines ilustrativos) .

Figura # 06: Estudiante del área común de la FMVZ (nombre ficticio para fines ilustrativos) .

Figura # 07: Flujograma de actividades para desarrollar el proyecto.

Figura # 08: Referente visual # 01 "Festival de Cannes 2011".

Figura # 09: Referente visual # 02 "Publicidad de productos de origen animal".

Figura # 10: Referente visual # 03 "Publicidad estilo retro".

Figura # 11: Referente visual # 04 "Campaña de publicidad de estudios universitarios".

Figura # 12: Estudiantes del área común de la FMVZ.

Figura # 13: Método de lluvia de ideas para definir el Concepto Creativo.

Figura # 14: Método de mapa mental para definir el Concepto Creativo.

Figura # 15: Concepto Creativo.

Figura # 16: Logo de la Escuela de Zootecnia, FMVZ, USAC.

Figura # 17: Estudiantes FMVZ Fotografía en blanco y negro (premisas de diseño).

Figura # 18: Representación de un *gif* animado.

Figura # 19: Utilización de la línea.

Figura # 20: Paleta de color.

Figura # 21: Fuente tipográfica.

Figuras # 22: Opciones de primer nivel de bocetaje.

Figuras # 23: Auto validación del primer nivel de bocetaje (selección de opciones).

Figuras # 24: Segundo nivel de bocetaje (opciones elegidas de la auto evaluación).

Figuras # 25: Digitalización del segundo nivel de bocetaje (*banners*).

Figuras # 26: Digitalización del segundo nivel de bocetaje (*gifs*).

Figuras # 27: Opción elegida por la institución.

Figura # 28: Gráfica de validación de compañeros.

Figura # 29: Gráfica de validación de expertos (Zootecnia).

Figura # 30: Gráfica de validación de expertos (Diseño Gráfico).

Figuras # 31: Fotografías de validación del nivel dos (compañeros y expertos).

Figuras # 32: Correcciones tercer nivel de bocetaje (*banner*).

Figuras # 33: Correcciones tercer nivel de bocetaje (*gifs*).

Figuras # 34: Temas a tratar en la Campaña.

Figuras # 35: Artes Finales: zootecnia (*banner* y *gif*).

Figuras # 36: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (zootecnia).

Figuras # 37: Artes Finales: bovinos, vacas lecheras (*bannery gif*).

Figuras # 38: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (bovinos, vacas lecheras).

Figuras # 39: Artes Finales: bovinos, terneros (*bannery gif*).

Figuras # 40: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (bovinos, terneros).

Figuras # 41: Artes Finales: bovino, toros (*banner y gif*).

Figuras # 42: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (bovinos, toros).

Figuras # 43: Artes Finales: forrajes (*bannery gif*).

Figuras # 44: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (forrajes).

Figuras # 45: Artes Finales: lombriz coqueta roja (*bannery gif*).

Figuras # 46: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (lombriz coqueta roja).

Figuras # 47: Artes Finales: caprinos (*bannery gif*).

Figuras # 48: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (caprinos).

Figuras # 49: Artes Finales: porcinos (*bannery gif*).

Figuras # 50: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (porcinos).

Figuras # 51: Artes Finales: apicultura (*banner y gif*).

Figuras # 52: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (apicultura).

Figuras # 53: Artes Finales: cunicultura (*bannery gif*).

Figuras # 54: Gráficas de Validación del Grupo Objetivo (cunicultura).

Figuras # 55: Validación de la Estrategia de Comunicación (Grupo Objetivo).

Figuras # 56: Fotografías de validación del nivel tres (grupo objetivo).

Figuras # 57: Croquis de distribución de *banners* en la Granja Experimental.



Aneecos

ANEXO 1

ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN

Bifoliar de la Carrera

USAC Universidad de San Carlos de Guatemala

! ESTUDIA ZOOTECNIA !

¿Te gusta el campo?
 ¿Te gustaría trabajar con los animales?
 ¿Has pensado en la escasez del alimento en el mundo?
 ¿Quieres ser parte de la solución y no del problema?

- Nutrición, Genética, Estadística e Investigación Pecuaría.
 - Análisis Económico y Comercialización de productos pecuarios.
 - Botánica, Fertilización y Conservación de Suelos.
 - Reproducción e Inseminación Artificial.
 - Sistemas de Control de Calidad de productos de origen animal.
 - Administración de Empresas Agropecuarias.
 - Biotecnología, Ovicultura, Caprino, Acuicultura.
 - Apicultura, Avicultura, Cunicultura, Pecuaria, Piscicultura.
 - Procesamiento de productos lácteos cárnicos y otros.
 - Social Humanística.

Ministerios de Estado
 SEGEPLAN y otros

Municipalidades
 Comités de Desarrollo
 ambiental

ONG's
 Cooperativas y
 Asociaciones de
 productores

Agropecuarias
 Empresas
 Comerciales
 Compañías de
 Comercio de Insumos
 y productos
 Laboratorios
 Bancarias
 Productoras
 Comerciales

Medicinas y otras
 instituciones educativas

Áreas de Conocimiento

Campos de Acción

Universidad de San Carlos de Guatemala

FMVZ

Escuela de **ZOOTECNIA**

59 Años
 Contribuyendo con el desarrollo
 pecuario de Guatemala

Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia
 Regional para Centro América

¿QUÉ ES ZOOTECNIA?

Zoon = Animal
 Techne = Arte

Es el arte y la ciencia que se ocupa del estudio y manejo de la producción e industria de productos de origen animal, así como de sus derivados (Carne, huevo, leche, piel, etc) teniendo en cuenta el bienestar animal; fijándose como objetivo la obtención del mejor rendimiento de las explotaciones pecuarias

Las Profesiones Zootecnistas: Son componentes porque observan y analizan todos los fenómenos involucrados con la producción animal, genética, forrajes, reproducción, sanidad preventiva, nutrición, agroindustrias y economía, con vocación y gusto por el campo y las actividades que en él desarrollan.

ZOOTECNIA



Visión

Ser la institución de educación superior acreditada, de referencia centroamericana en los ámbitos de la Zootecnia, a través de la mejora continua en la docencia, investigación, extensión, servicio y difusión de la ciencia.

Misión

Formar profesionales Zootecnistas con sensibilidad social, capacidad de gestión científica y técnica para contribuir en alcanzar la satisfacción de las necesidades de seguridad alimentaria de la población guatemalteca y centroamericana pero también con habilidad y destreza en satisfacer la demanda en tecnología propia y aceptada en producción, transformación y comercialización de productos y subproductos de origen animal y su entorno, dentro de un marco de sostenibilidad a nivel de grado y pos-grado.

Requisitos de Ingreso

1. Partida de nacimiento o fotocopia legalizada.
2. Título de enseñanza media y fotostática del mismo, tamaño 5x7 pulgadas.
3. Certificación general de estudios de Educación Media.
4. Tarjeta de Orientación Vocacional.
5. Dos fotografías recientes tamaño cédula y solicitud de inscripción.
6. Formularios de solicitud de inscripción debidamente llenos.

Si no posees el título por ser recién graduado debes presentar la constancia de acta de graduación extendida por el establecimiento donde te graduaste.



Id y enseñad a todos...

ANEXO 2

INSTRUMENTO DE AUTO VALIDACIÓN



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Encuesta de Validación de Campaña de Comunicación

La siguiente encuesta forma parte de la validación para el Proyecto de Graduación de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala; trata sobre una Campaña de Comunicación para promover la carrera de Zootecnia en los estudiantes de área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (FMVZ). Se presentan cuatro propuestas de bocetaje para determinar la línea gráfica a implementar en la campaña.

Instrucciones:

Marque con un "X" el valor que considere más adecuado ("1" representa la menor puntuación y "10" la mayor).

OPCIÓN # 1

Composición	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jerarquía	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Estilización	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Memorabilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Legibilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

OPCIÓN # 2

Composición	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jerarquía	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Estilización	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Memorabilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Legibilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

OPCIÓN # 3

Composición	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jerarquía	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Estilización	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Memorabilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Legibilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

OPCIÓN # 4

Composición	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jerarquía	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Estilización	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Memorabilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Legibilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Comentarios y/o sugerencias:

ANEXO 3

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Compañeros



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Encuesta de Validación de Campaña de Comunicación

La siguiente encuesta forma parte de la validación para el Proyecto de Graduación de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala; trata sobre una Campaña de Comunicación para promover la carrera de Zootecnia en los estudiantes de área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (FMVZ). Se le presenta: A) un banner tipo araña para exterior y B) un gif animado para redes sociales (Facebook). De antemano gracias por su colaboración.

Nombre: _____ **Edad:** _____

Instrucciones:

Marque con un "X" el valor que considere más adecuado ("1" representa la menor puntuación y "10" la mayor).

1. Jerarquía Visual

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. Composición

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3. Legibilidad

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. Concepto Creativo
(Enmarcar la plenitud de una escena)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. Estrategia de Comunicación

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6. Uso del color

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. Uso tipográfico

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. Claridad del mensaje

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

9. Memorabilidad

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10. Integración de las piezas

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Comentarios y/o sugerencias:

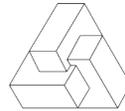
ANEXO 4

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Expertos (zootecnia)



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

Encuesta de Validación de Campaña de Comunicación

La siguiente encuesta forma parte de la validación para el Proyecto de Graduación de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala; trata sobre una Campaña de Comunicación para *promover la carrera de Zootecnia en los estudiantes de área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (FMVZ)*. Se le presenta: A) un banner tipo araña para exterior y B) un gif animado para redes sociales (Facebook). De antemano gracias por su colaboración.

Nombre: _____ **Puesto:** _____

Instrucciones:

Marque con un "X" el valor que considere más adecuado ("1" representa la menor puntuación y "10" la mayor).

1. ¿Considera que la campaña es impactante?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. ¿Las piezas gráficas llaman la atención?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3. ¿El mensaje que se deja es claro?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. ¿La campaña motiva al estudiante a interesarse por la carrera de Zootecnia?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. ¿La campaña expone claramente el emisor del mensaje? (La EZ)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6. ¿La estrategia de comunicación es adecuada para el Grupo Objetivo?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Comentarios y/o sugerencias:

ANEXO 5

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Expertos (Diseño Gráfico)



**Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Encuesta de Validación de Campaña de Comunicación**

La siguiente encuesta forma parte de la validación para el Proyecto de Graduación de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala; trata sobre una Campaña de Comunicación para promover la carrera de Zootecnia en los estudiantes de área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (FMVZ). Se le presenta: A) un banner tipo araña para exterior y B) un gif animado para redes sociales (Facebook). De antemano gracias por su colaboración.

Nombre: _____ **Profesión:** _____

Instrucciones:

Marque con un "X" el valor que considere más adecuado ("1" representa la menor puntuación y "10" la mayor).

1. Jerarquía Visual

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. Composición

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3. Legibilidad

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. Concepto Creativo
(Enmarcar la plenitud de una escena)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. Estrategia de Comunicación

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6. Uso del color

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. Uso tipográfico

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. Claridad del mensaje

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

9. Memorabilidad

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10. Integración de las piezas

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Comentarios y/o sugerencias:

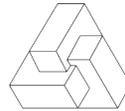
ANEXO 6

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Grupo Objetivo



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Encuesta de Validación de Campaña de Comunicación

La siguiente encuesta forma parte de la validación para el Proyecto de Graduación de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala; trata sobre una Campaña de Comunicación para promover la carrera de Zootecnia en los estudiantes de área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (FMVZ). Se le presenta: A) un banner tipo araña para exterior y B) un gif animado para redes sociales (Facebook). De antemano gracias por su colaboración.

Nombre: _____ **Edad:** _____ **Ciclo que cursa:** _____

Instrucciones:

Marque con un "X" el valor que considere más adecuado ("1" representa la menor puntuación y "10" la mayor).

1. ¿Las piezas gráficas le llaman la atención?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. ¿La composición de las piezas es estéticamente agradable?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3. ¿El mensaje expuesto es claro?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. ¿Las piezas se integran adecuadamente?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. ¿El procedimiento para conocer la respuesta es fácil de comprender y ejecutar?

No	Sí
----	----

6. ¿Ha escaneado alguna vez un código QR?

No	Sí
----	----

7. ¿Ha utilizado la red social de Facebook para informarse sobre algún tema?

No	Sí
----	----

8. ¿Qué medio utilizaría usted para conocer la respuesta planteada en la pieza uno?

Código QR	Facebook
-----------	----------

ANEXO 7

**CONSTANCIA DE
REVISIÓN DE ESTILO**



**AUTORIZACIÓN DE
IMPRESIÓN DEL PROYECTO**

Doctora en Educación y Licenciada en Letras, Gladys Tobar Aguilar
40 calle "B" 5-11 zona 8, Guatemala, Guatemala, C.A.
Correo: ortografiataller@gmail.com
Cel. 50051959 y 59300210

Guatemala, 28 de mayo de 2018

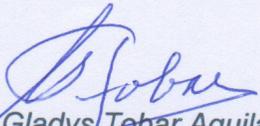
Doctor
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación: "**Campaña de comunicación para promover la carrera de Zootecnia en los estudiantes del área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.**", del estudiante **Manuel Fabián Mendoza Mazariegos** de la Facultad de Arquitectura, carne universitario **200410266**, previamente a conferírsele el título de *Diseñador Gráfico* en el grado académico de Licenciado.

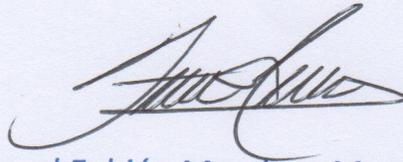
Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

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


Lic. Gladys Tobar Aguilar
Colegio de Humanidades, colegiada 1450
Gladys Tobar Aguilar
LICENCIADA EN LETRAS
Colegiada 1450

**"Campaña de comunicación para promover la carrera de Zootecnia en los
estudiantes del área común de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de
la Universidad de San Carlos de Guatemala."**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

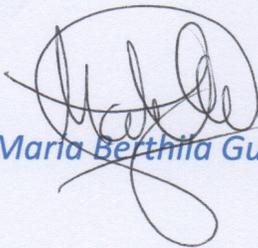


Manuel Fabián Mendoza Mazariegos

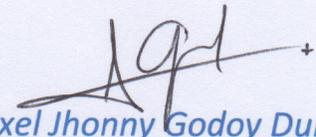
Asesorado por:



Lic. Carlos Enrique Franco Roldan



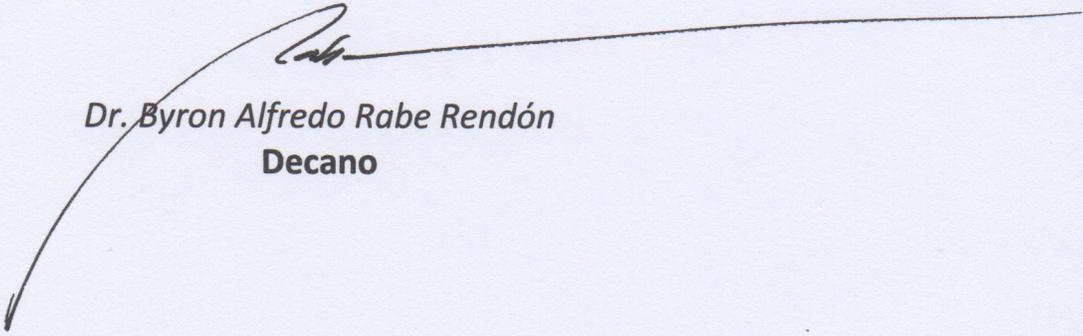
Lic. Maria Berthia Gutierrez De Melgar



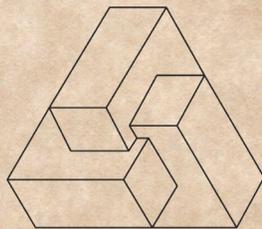
Lic. Axel Jhonny Godoy Durán

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA