



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Facultad de Arquitectura  
**Escuela de Diseño Gráfico**

FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

# **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA EL PROYECTO DE SANEAMIENTO DE AGUAS EJECUTADO POR LA FUNDACIÓN HUNGER RELIEF INTERNATIONAL EN COMUNIDADES DEL DEPARTAMENTO DE SANTA ROSA**



Proyecto de graduación desarrollado por:  
**Brando Jean Pierre Villeda Campos**

Previo a optar el título de:  
**Licenciado en Diseño Gráfico**

Guatemala febrero 2025



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
Facultad de Arquitectura  
**Escuela de Diseño Gráfico**

FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

# **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA EL PROYECTO DE SANEAMIENTO DE AGUAS EJECUTADO POR LA FUNDACION HUNGER RELIEF INTERNATIONAL EN COMUNIDADES DEL DEPARTAMENTO DE SANTA ROSA**

Proyecto de graduación desarrollado por:  
**Brando Jean Pierre Villeda Campos**

Previo a optar el título de:  
**Licenciado en Diseño Gráfico**

Guatemala febrero 2025

El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la facultad de arquitectura de la universidad de San Carlos.

# Nómina de autoridades

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

***Decano***

MSc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque

***Vocal II***

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas

***Vocal III***

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola

***Vocal IV***

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez

***Vocal V***

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

***Secretario Académico***

.....

# Tribunal examinador

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

***Decano***

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

***Secretario Académico***

MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte

***Asesor metodológico***

MSc. Lic. Carlos Enrique Franco Roldán

***Asesor gráfico***

# Dedicatoria

En primer lugar, quiero expresar mi gratitud al Creador Supremo del Universo, quien, nos ha otorgado el regalo invaluable de la vida.

A mis queridos padres, Manolo y Eva, les debo un agradecimiento especial, ya que fueron ellos quienes me apoyaron durante todo el proceso en mi desarrollo profesional.

Agradezco también a mis familiares y amigos, quienes han compartido conmigo parte de estas alegrías, desafíos y triunfos.

Agradezco a los licenciados, que formaron parte de esta realización porque de ellos provino el conocimiento y la inspiración para la realización de los proyectos académicos.

A la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala por ser el Alma Mater donde alcance el nivel académico de licenciado.

***¡Gracias!***



# CONTE — NIDO

*Proyecto de graduación - Guatemala 2024*  
*Brando Jean Pierre Villeda Campos*

---

# 01

Presentación

## **Capítulo Uno**

*Pág. 13*

Introducción

Antecedentes

Problemas de comunicación visual

Justificación

Objetivos

# 02

## **Capítulo Dos**

*Pág. 21*

Perfiles

Perfil de la institución

Perfil del grupo objetivo

# 03

## **Capítulo Tres**

*Pág. 33*

Planeación operativa

Flujograma

Diagrama de gantt

Previsión de recursos y costos

# 04

## Capítulo Cuatro

*Pág. 43*

Marco teórico

Seamos transparentes, el agua limpia es vida.  
Sedientos de comunicación  
Campaña creativa que limpia y purifica

# 05

## Capítulo Cinco

*Pág. 65*

Definición creativa

¿Qué es un *brief*?  
Recopilación de referencias  
Estrategia de aplicación de piezas a diseñar  
Definición del concepto creativo  
premisas de diseño

# 06

## Capítulo Seis

*Pág. 89*

Producción gráfica

Nivel 1 de visualización  
Nivel 2 de visualización  
Nivel 3 de visualización  
Resultado final  
Fundamentación técnica  
Lineamientos para la puesta en práctica  
Aporte económico del estudiante

---

---

# 07

## Capítulo Siete

Síntesis del proceso

*Pág. 129*

Lecciones aprendidas

Conclusiones

Recomendaciones

Glosario

Referencias

Anexos

Guion de preguntas para expertos en Diseño Gráfico

Guion de preguntas para grupo objetivo

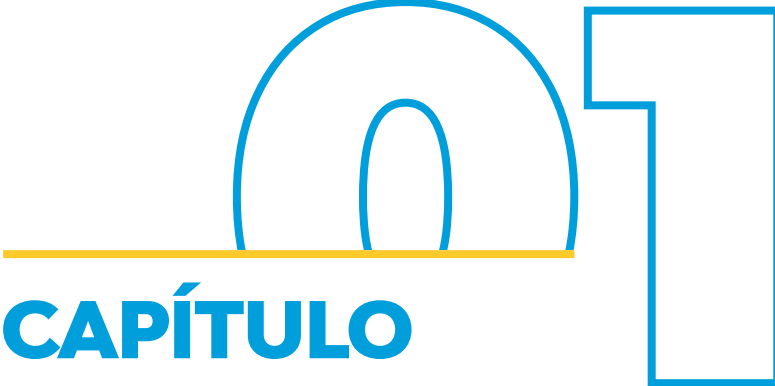
# Presentación

Guatemala, un país conocido por su rica biodiversidad y sus impresionantes paisajes. Dentro de su geografía Guatemala cuenta con recursos hídricos que desempeñan un papel fundamental en la vida cotidiana y económica del país. Dichos recursos consisten en una gran variedad de ríos, lagos y lagunas, este país cuenta con una abundante red de suministros acuáticos que proporcionan recursos para actividades, tales como: procesos industriales, riego agrícola, generación de energía hidroeléctrica y recreación acuática.

Aunque Guatemala posee una basta riqueza de recursos hídricos, también enfrenta desafíos relacionados con la gestión de agua potable, la deforestación y la contaminación amenazas que impactan negativamente en la calidad y disponibilidad del agua. Las comunidades locales y las autoridades trabajan constantemente para abordar estos problemas mediante la implementación de políticas de conservación, programas de educación ambiental y el fomento de prácticas agrícolas más respetuosas con el medio ambiente, sin embargo, a medida que aumenta la población guatemalteca, la contaminación de este recurso aumenta de igual manera.







# CAPÍTULO

## **Introducción:**

En este capítulo, los antecedentes del problema social del proyecto, así como la definición del problema, los objetivos a alcanzar y la solución propuesta desde el punto de vista del diseño gráfico.



# Antecedentes e identificación del problema de comunicación social

.....

Guatemala es un país que cuenta con 550 corrientes naturales de agua, de las cuales 38 se consideran ríos grandes sin embargo el 90% del agua de estos ríos no es apta para ser consumida según un estudio del Instituto de Agricultura, Ciencias Naturales y Ambiente de la Universidad Rafael Landívar. Que la principal fuente de contaminación del recurso hídrico es por heces fecales.

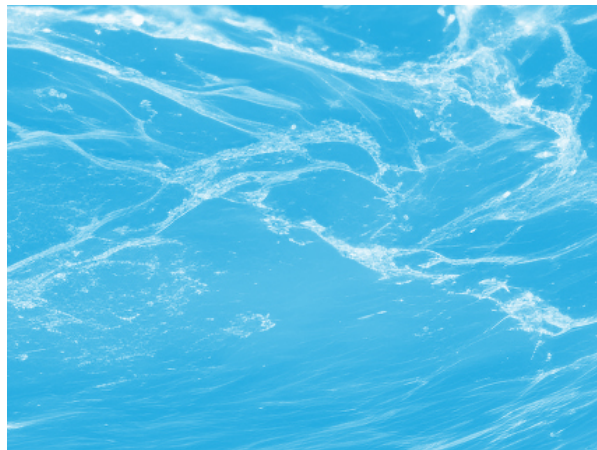
Uno de los mayores problemas relacionados con la contaminación del agua en Guatemala está vinculado al depósito de aguas negras que son vertidas en los ríos sin ningún tipo de tratamiento que limpie los desechos, con el transcurrir del tiempo estas prácticas son más recurrentes provocando una mayor contaminación a medida que la población Guatemalteca aumenta.

Alrededor de tres millones de personas en Guatemala, principalmente residentes en zonas rurales, enfrentan la carencia de acceso al suministro de agua potable. Esta circunstancia, lamentablemente, tiene consecuencias de gran magnitud, incluyendo la pérdida de vidas humanas. Se considera que, de las principales causas de enfermedades endémicas que afectan a la población, cinco de ellas están directamente relacionadas con la ingesta de agua contaminada. Dentro de esta problemática, los más afectados son los niños, siendo un grupo sumamente vulnerable.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> José Elías. 2015. *Las aguas sucias de Guatemala*. *El País*, 24 de junio 2015. Acceso el 15 de enero 2023, [https://elpais.com/internacional/2015/06/24/actualidad/1435177135\\_432060.html?event=go&event\\_log=go&prod=REGCRART&o=cerradoam](https://elpais.com/internacional/2015/06/24/actualidad/1435177135_432060.html?event=go&event_log=go&prod=REGCRART&o=cerradoam)

De acuerdo con datos proporcionados por la Secretaría General de Planificación Económica, en Guatemala se registra una tasa elevada de mortalidad infantil, particularmente en menores de cinco años, con un índice de 42 fallecimientos por cada 1,000 niños. Esta tasa es la más alta en comparación con otros países de Centroamérica. Es aún más preocupante que el 48,1% de estas tragedias se pueda atribuir directamente al consumo de agua no apta para el consumo humano.<sup>2</sup>



El censo que el Instituto Nacional de Estadística (INE) realizó en el 2018 demuestra que Santa Rosa cuenta con una población de más 390.000 personas, siendo este poco más del 2,5% de la población total de Guatemala. Este departamento tiene un índice del 54,3% de personas que viven en pobreza y un 12,9% de pobreza extrema.<sup>3</sup>

Otra cifra reveladora del censo del 2018 demuestra que en dicho departamento el 22% de la población que habita en Santa Rosa se integra de personas de entre 0 a 9 años siendo el grupo de población más vulnerable por ingesta de agua contaminada.

Debido a las carencias del sistema guatemalteco para solventar problemas relacionados al saneamiento y al agua potable la Fundación Hunger Relief International Guatemala lleva a cabo la labor de apoyar esta causa afrontado algunas dificultades de comunicación para expandir el apoyo en sectores de Santa Rosa.

<sup>2</sup> Ministerio de Trabajo y Previsión Social. *Modelo de identificación del riesgo de trabajo infantil*. Santa Rosa. Región IV: Suroriente. 2021. Acceso el 20 de febrero del 2023. [https://www.mintrabajo.gob.gt/images/Documentacion/Trabajo\\_Infantil/Ficha\\_Departamental\\_10\\_Santa\\_Rosa\\_b2.pdf](https://www.mintrabajo.gob.gt/images/Documentacion/Trabajo_Infantil/Ficha_Departamental_10_Santa_Rosa_b2.pdf)

<sup>3</sup> INE. Portal *Resultados del Censo 2018. Resultados departamento de Santa Rosa*. 2018. Acceso el 21 de enero del 2023, <https://censo2018.ine.gob.gt/mapas>

# Problema de comunicación visual

.....

Después de llevar a cabo un diagnóstico de necesidades en los lugares de Plan de Ávila, Las Brisas y el Retiro en el departamento de Santa Rosa, para la Fundación Hunger Relief International (HRI), se identificó una limitación que ocasiona dificultades para generar el alcance considerable que la organización necesita para llevar a cabo labores de divulgación de información sobre temas referentes al consumo de agua.

Debido a los diversos proyectos en donde la institución tiene presencia para subsanar problemas de carácter social relacionados con el agua se detectó un déficit en la labor que se realiza por parte de la institución en cuanto a la producción de piezas gráficas que intentan comunicar información sumamente relevante relacionada con el saneamiento y consumo de agua.



# Justificación

.....

## Trascendencia del proyecto

El proyecto planteado es trascendental, porque influirá directamente en las comunidades beneficiadas en el departamento de Santa Rosa, logrando un cambio positivo en el estilo de vida de las personas que utilicen los filtros para consumir agua de calidad. El consumo de agua limpia es de suma importancia debido a su estrecha relación con el bienestar humano y desarrollo integral de las personas. El acceso a agua potable y limpia es un elemento fundamental para una vida saludable.

## Incidencia del proyecto

Este proyecto busca realizar a través del diseño gráfico con una campaña de comunicación visual que busca recaudar filtros de agua para que sean donados en comunidades del departamento de Santa Rosa. Este proyecto tiene como propósito abordar un tema importante, que genere conciencia sobre los problemas sociales y de infraestructura que el país enfrenta. Su propósito es generar emociones que propicien empatía y que impulsen a las personas a unirse a la causa.

## Factibilidad

- ✦ Se contó con la autorización y el apoyo de las autoridades de la Fundación HRI Guatemala.
- ✦ Se dispuso de los recursos materiales y humanos, para la consecución del desarrollo del proyecto.
- ✦ El proyecto fue factible gracias al apoyo de la USAC a través del estudiante, el asesor metodológico y el asesor gráfico.

# Objetivos

## Objetivo general

Colaborar con la Fundación HRI con el fin de apoyar en el programa de saneamiento para las comunidades del departamento de Santa Rosa, mediante un proyecto multimedia que demuestra las consecuencias de ingerir agua contaminada.

## Objetivos específicos de comunicación visual

Difundir la labor que realiza la Fundación HRI con el fin de asociar el trabajo de la institución con las donaciones por medio de un proyecto, que demuestre la vigencia del problema del agua potable en el interior del país.

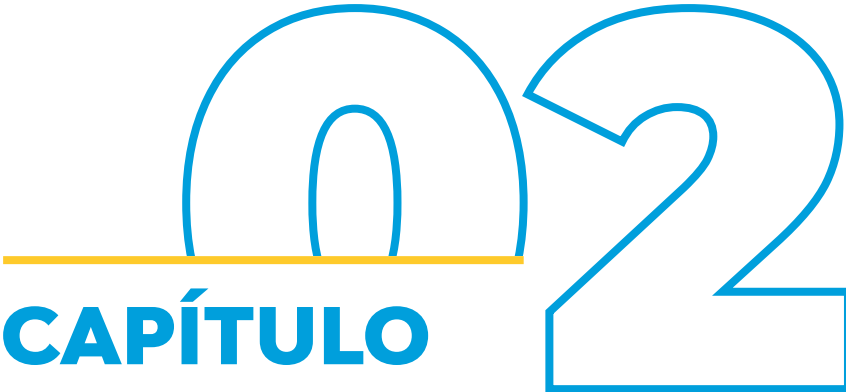
## Objetivos específicos de diseño gráfico

Diseñar una campaña de comunicación visual, utilizando materiales producidos para redes sociales, que de a conocer las graves consecuencias de ingerir agua contaminada.









# CAPÍTULO 22

## **Perfiles:**

En el segundo capítulo se presentan las características esenciales del perfil de la institución y del grupo objetivo, ambos perfiles son fundamentales debido a que aportan información valiosa para desarrollar eficientemente el material.



# Investigación y delimitación del perfil de la Institución

.....

Según el sitio de internet [directorioguatemala.org](http://directorioguatemala.org) cuya información está actualizada hasta el 2023. El sector social en el cual la Fundación HRI se encuentra inmersa es en el fortalecimiento comunitario.

## **Historial de la institución**

### Inicio de la institución en Guatemala

La fundación HRI en Guatemala inicia sus actividades en el 2014 con sedes en la ciudad de Guatemala y el departamento de Santa Rosa.

### Programa de Juventud

Hasta el momento, la Fundación HRI ha brindado sus servicios a más de 750 jóvenes mediante la realización de 230 eventos de formación personalizados, enfocados en el desarrollo de habilidades de autosuficiencia. Además, a través de colaboraciones con instituciones, se ha establecido y gestionado redes comunitarias en diversas áreas, incluyendo la zona 18, San Miguel Petapa y varios municipios de Santa Rosa.

### Programa de Nutrición

La Fundación HRI ha proporcionado suplementos nutricionales a más de 500 niños mediante diversos programas en los que se incluye alimentación escolar y canastas de alimentos y más. Además, han dirigido la distribución de semillas entre agricultores y llevado a cabo iniciativas de empoderamiento económico en colaboración con mujeres, con el objetivo de elevar la capacidad y autosuficiencia de las familias.

## WASH (siglas en inglés de Water, Sanitation and Hygiene; agua, saneamiento e higiene)

La Fundación HRI ideó el “Programa Trifecta” con el propósito de garantizar los recursos esenciales como el agua potable en donde se abordan preocupaciones sobre salud y seguridad para niños y familias en situación de vulnerabilidad. Este esfuerzo ha impactado positivamente a cerca de 100 hogares beneficiados.

## Adulto Mayor

La fundación también ha apoyado en temas de salud mental y ha repartido víveres a personas de la tercera edad.

# Filosofía de la institución

.....

### **Visión**

Hunger Relief International (HRI) es una organización judeocristiana que trabaja para mejorar y proteger las vidas de niños y familias desesperadamente pobres mediante el desarrollo de la resiliencia, la lucha contra el hambre, la promoción de la unidad familiar y el aumento de la autosuficiencia. HRI lo hace a través de la programación directa y la sensibilización del público.

### **Valores**

Valoramos la resiliencia, la ayuda humanitaria, la educación, el trabajo en red.

### **Misión**

Fundación HRI atiende a niños y familias afectados por la pobreza extrema o desastres naturales que carecen de alimentos, agua, educación y / o saneamiento respondiendo a las crisis, desarrollando resiliencia y creando oportunidades que tratan y previenen los efectos a corto y largo plazo del hambre y la desnutrición. Juntos estamos encendiendo el poder de un cambio positivo y trabajando para mejorar y proteger las vidas de las familias pobres y marginadas creando resiliencia al involucrar a los jóvenes en el desarrollo de sus comunidades.

# Objetivos de la Institución

.....

## ***Objetivos a largo plazo***

---

### **Crecimiento**

La organización se da a la tarea de crear grupos nuevos de jóvenes, ancianos y de mujeres en cada una de nuestras áreas de intervención (zona 18, Santa Rosa, San Miguel Petapa).

### **Calidad**

Para mantener la calidad de la organización esta proporciona formación continua y espacios de autocuidado para su staff.

### **Impacto**

La fundación intenta tener al menos un nuevo aliado en cada comunidad y al menos un proyecto financiado por la cooperación internacional ya que estos fondos le permiten a la institución acciones de mayor impacto.

## ***Objetivos a corto plazo***

---

### **Crecimiento**

La organización busca aumentar la presencia en nuevos departamentos.

### **Calidad**

Los programas de HRI buscan que las comunidades se apropien del proceso y lo mantengan activo.

### **Impacto**

La fundación busca tener un efecto que multiplique, ya que más que crear programas, se busca crear un movimiento social que involucre a la mayor cantidad de actores posibles.

## Servicios que presta la institución

La institución ofrece los siguientes programas a sus beneficiarios.

### 1. Programa de Juventud

Este programa ha beneficiado a jóvenes a través de eventos en lugares como la zona 18, San Miguel Petapa y varios municipios de Santa Rosa.

### 2. Programa de Nutrición

El programa de nutrición de HRI ha proporcionado suplementos nutricionales a niños mediante programas en el que se incluye alimentación escolar, canastas de alimentos y más.

### 3. WASH (agua, saneamiento e higiene por sus siglas en inglés)

HRI ideó el “Programa Trifecta” con el propósito de garantizar recursos esenciales y donde se abordan preocupaciones sobre salud y seguridad para niños y familias en situación de vulnerabilidad, siendo esta el área seleccionada para la propuesta gráfica.

### 4. Salud mental para adultos mayores

En este programa la fundación ha apoyado en temas sobre salud mental y ha repartido víveres a personas de la tercera edad.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> El Directorio Guatemala. *Fundación Hunger Relief International*. 2023. Acceso el 21 de enero 2023. <https://directorioguatemala.org/es/organizacion/fundaci%C3%B3n-hunger-relief-international>.

# Identidad corporativa

.....

A nivel de comunicación, la institución utiliza un logotipo, donde se puede apreciar su construcción a través de una tipografía san serif en color naranja sobre un fondo blanco.



## ***Identidad visual***

La institución no cuenta con una línea gráfica, en donde se pueda apreciar una continuidad visual de las piezas gráficas utilizadas, sin embargo, periódicamente se realizan publicaciones aunque cada una de estas piezas son independientes gráficamente unas de las otras, a continuación una muestra del trabajo realizado.



**Figura 1.** Facebook fanpage, Hunger Relief International  
<https://n9.cl/c6eb7>



**Figura 2.** Facebook fanpage, Hunger Relief International  
<https://n9.cl/dp40f>



**Figura 3.** Facebook fanpage, Hunger Relief International  
<https://n9.cl/uh4cn>



**Figura 4.** Facebook fanpage, Hunger Relief International  
<https://n9.cl/3ykfb>

# Caracterización del Grupo Objetivo

.....

La capital de Guatemala es el epicentro económico del país. Como principal motor de la economía guatemalteca, concentra un gran porcentaje de las actividades comerciales, financieras y gubernamentales. Su ubicación geográfica la convierte en un punto de conexión clave para el comercio regional e internacional, lo que ha contribuido significativamente al desarrollo económico del país. Es por eso que este proyecto fue destinado al público objetivo residente en esta área del país siendo la capital de Guatemala el lugar que concentra la mayor cantidad de riqueza per cápita en comparación a otras áreas.<sup>5</sup>



<sup>5</sup> Wikipedia. Anexo: *Departamentos de Guatemala por PIB*. 2021. 30 de enero del 2023, [https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Departamentos\\_de\\_Guatemala\\_por\\_PIB#cite\\_note-0-1](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Departamentos_de_Guatemala_por_PIB#cite_note-0-1)

## Características geográficas

Las características geográficas del público objetivo definen a personas que viven en la capital del país. En zonas exclusivas como zona 10, 14, 15 y 16.

## Características socio-demográficas

**Edad:** 30 a 60

**Sexo:** Hombres y mujeres

**Escolaridad:** Estudios finalizados en, diversificado, universidad, maestrías.

**Hábitat:** Cuenta con una o varias viviendas propias a su nombre, construida de manera planificada con elementos constructivos de alta calidad.

**Función:** Tiene un puesto importante en alguna empresa o es dueño de alguna empresa.

**Responsabilidad familiar:** protector de su núcleo familiar.

## Características socioeconómicas

### **Nivel de ingresos:**

Clase Media, siendo este el 35,4% del total de los habitantes en Guatemala, pertenecientes a esta clase, con un ingreso que va de los Q11.900 mensuales a Q25.600.<sup>6</sup>

### **Horizonte de consumo:**

El público objetivo suele consumir en tiendas con altos estándares de calidad.

<sup>6</sup> Santiago Méndez Herrera. 2023. *Tipos de clases sociales que existen en Guatemala*. 2023. Acceso 30 de mayo del 2023, <https://timov.la/blog/noticias/tipos-de-clases-sociales-que-existen-en-guatemala.html>.



## Características psicográficas

Son personas con una personalidad serena, y despreocupada, cuentan con un trabajo bien remunerado y son solventes económicamente. Tienen valores relacionados a la empatía y la caridad. Este grupo objetivo ha visto, ha experimentado o conoce las consecuencias graves que resultan en el ser humano al momento de beber agua contaminada.

La cultura visual del grupo objetivo es alta debido a su nivel académico y a los puestos laborales en los que trabajan, estas características hacen que tengan un nivel de comprensión visual y lectura amplio que les permite comprender sin dificultad los mensajes que se les presentan.

## Relación entre el grupo objetivo y la institución

La relación que existe entre la institución y el público objetivo es el sentido de empatía y apoyo hacia las personas que se encuentran en una situación desfavorable aportando voluntariamente recursos humanos y económicos a través de causas benéficas que intentan subsanar problemas en la sociedad guatemalteca.









# CAPÍTULO 03

## **Planeación operativa:**

En el tercer capítulo se desarrolla la planificación del proyecto, se toman en cuenta aspectos, tales como: las etapas del proceso, el tiempo para desarrollar dichas etapas y el presupuesto necesario para llevar a cabo las actividades esenciales del proyecto.

# Flujograma

.....

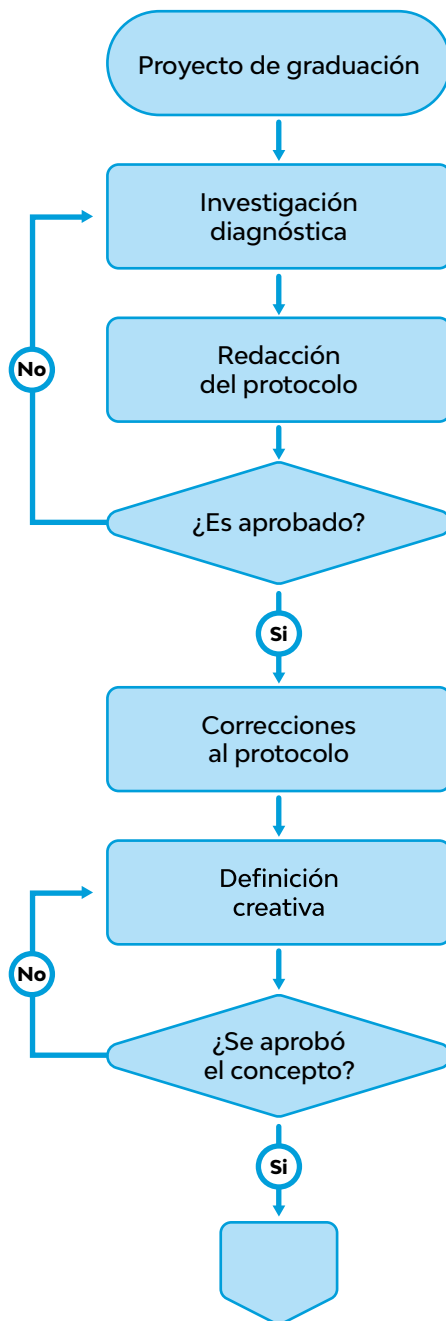
Un diagrama de flujo, también conocido como flujograma, constituye una herramienta gráfica destinada a representar de manera visual algún proceso o proyecto. Su aplicación abarca diversos campos, como la informática, la economía, la industria e incluso la psicología, el propósito del flujograma es simplificar la organización de las decisiones implicadas en un determinado procedimiento.

La construcción de un flujograma sigue un recorrido que involucra la utilización de símbolos específicos acompañados de texto, los cuales se conectan mediante flechas. Esta estructura permite que al observar el diagrama se pueda distinguir la secuencia del proceso, es decir, qué acciones se realizan antes que otras, de esta manera se establece que las etapas posteriores dependen de etapas previas.<sup>7</sup>

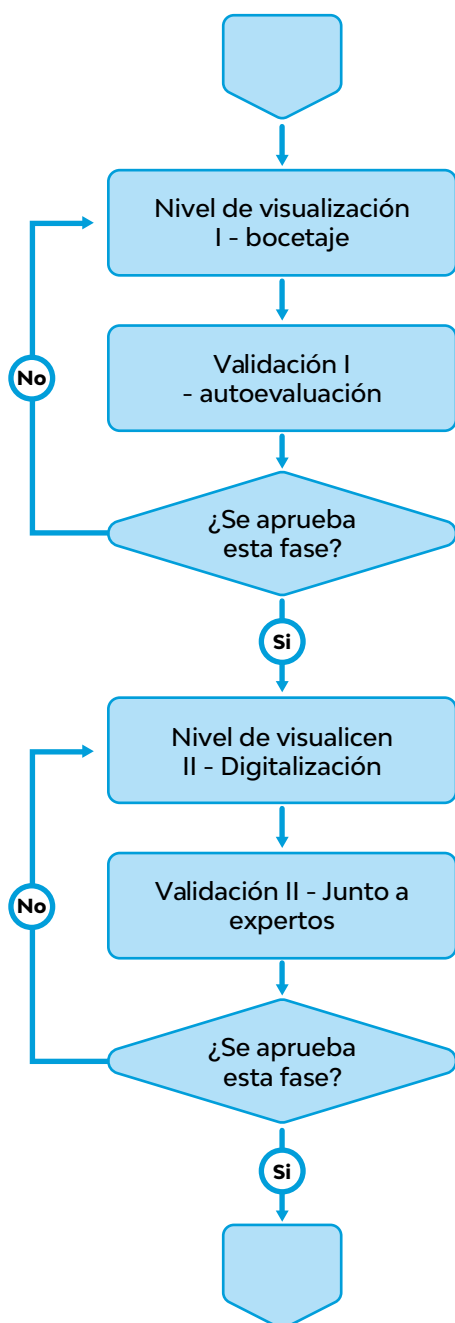
<sup>7</sup>

Gilberto Farías. *Flujograma*. 2023. Acceso el 25 de febrero del 2023. <https://concepto.de/flujograma/>

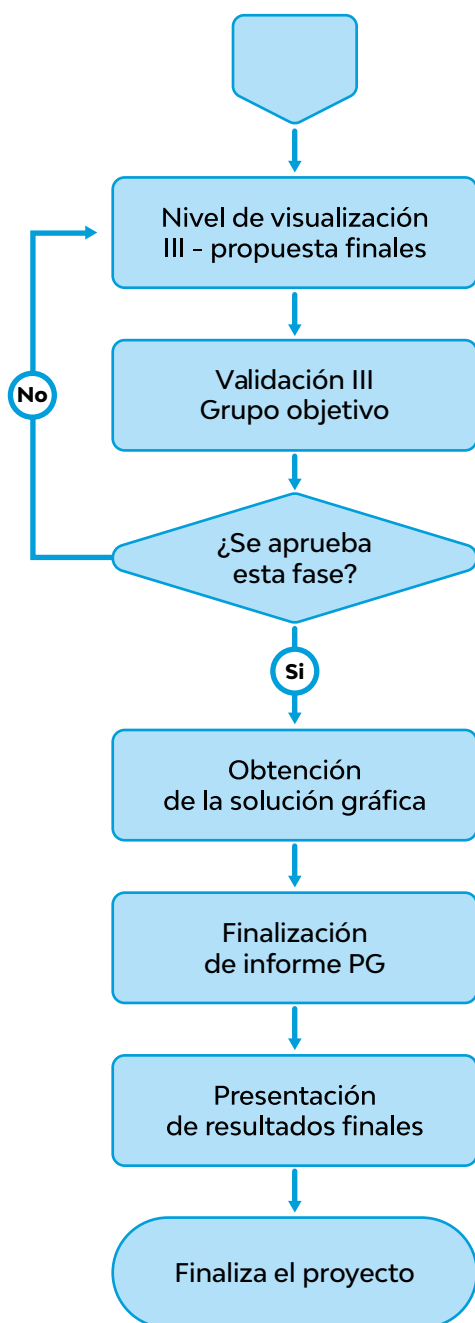
## Flujograma: Primera parte



## Flujograma: Segunda parte



## Flujograma: Tercera parte





# Cronograma



El cronograma es una herramienta fundamental para planificar y estructurar el programa de trabajo o las actividades de un proyecto. Se trata de un registro en el que se describe la extensión temporal de un proyecto, junto con las fechas de inicio y conclusión de cada tarea específica.<sup>8</sup>

## Diagrama de Gantt

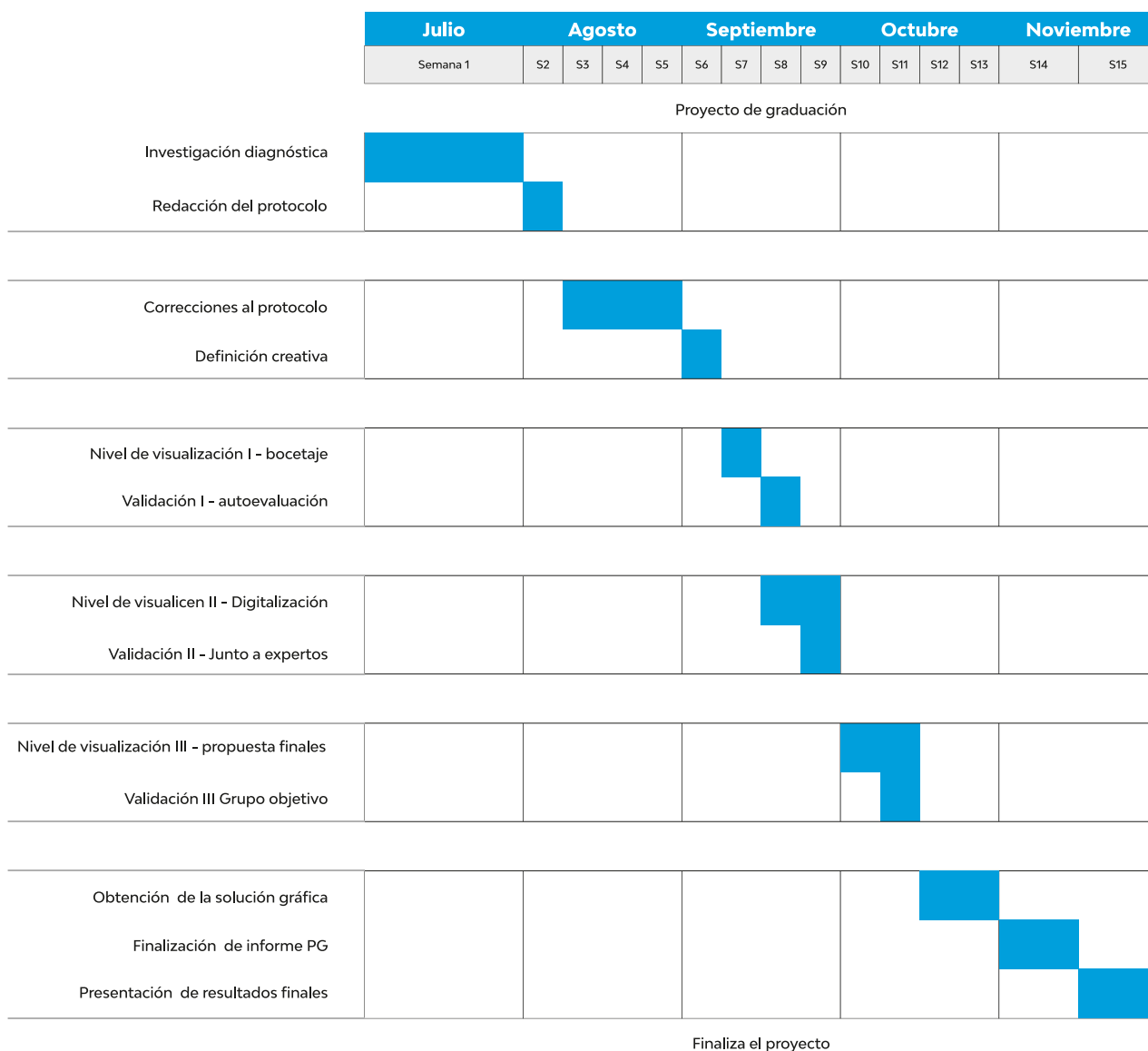
El diagrama de Gantt, desarrollado por Henry Gantt, es una herramienta de gestión utilizada para la planificación y gestión de actividades a lo largo de un periodo determinado. Su principal virtud radica en la visualización clara y cómoda de las acciones previstas, lo que facilita el seguimiento y control del progreso en todas las etapas de un proyecto.

Este diagrama representa gráficamente las tareas, su duración y la secuencia en el calendario global del proyecto mediante un gráfico de actividades y sus respectivos plazos. La relación entre las acciones se establecen a través de su posición en el cronograma, donde el inicio de una tarea que depende de la conclusión de una acción previa se representa mediante un enlace del tipo "fin-inicio".<sup>9</sup>

<sup>8</sup> bizneo. *Cronograma de un proyecto: ¿qué es y cómo crearlo?* 18 de noviembre 2020. Acceso el 19 de mayo 2023, [www.bizneo.com/blog/cronograma/](http://www.bizneo.com/blog/cronograma/)

<sup>9</sup> Ana Pérez. *¿Qué es un diagrama de Gantt y para qué sirve?* 2021. Acceso el 15 de mayo 2023, <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>

## Diagrama de Gantt del proyecto



Finaliza el proyecto

# Presupuesto

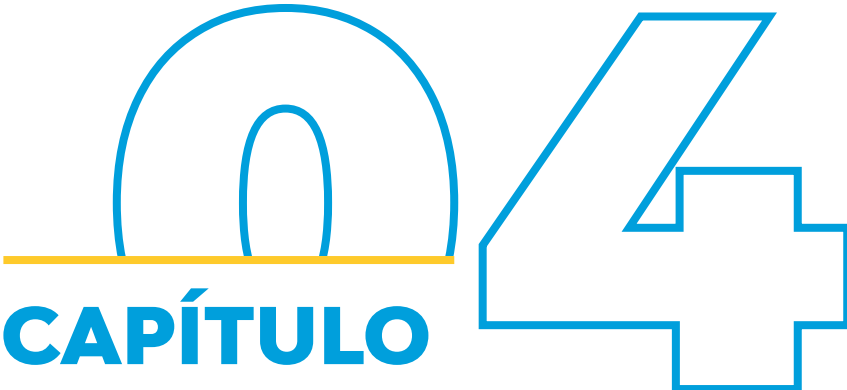
En el ámbito económico, un presupuesto se refiere al monto de dinero requerido para cubrir una serie de gastos esenciales relacionados con la ejecución de un proyecto. En este sentido, se puede describir como una estimación anticipada que calcula el costo asociado con la consecución de dicho propósito.<sup>10</sup>

COSTOS FIJOS:	VALOR
Agua + mantenimiento	Q 260.00
Energía eléctrica	Q 250.00
Internet	Q 185.00
Adobe creative	Q 236.00
Plan telefónico	Q 315.00
COSTOS VARIABLES:	
Escritorio:	Q 1,200.00
Equipo de computo:	Q 12,000.00
Tableta wacom:	Q 800.00
Audífonos:	Q 200.00
Gastos de viaje a Santa Rosa:	Q 800.00
SERVICIO PROFESIONALES	
Investigación y desarrollo de conceptos por hora:	Q 6,000.00
Bocetaje por hora:	Q 1,500.00
Digitalización por hora:	Q 10,500.00
Artes finales por hora:	Q 3,000.00
IMPREVISTOS: (10% del total) :	
	Q 3,724.00
SUBTOTAL	
	Q 40,970.00
IMPUESTOS:	
IVA (12% sobre el total)	Q 4,916.00
ISR (5% sobre el total)	Q 2,048.00
TOTAL	<b>Q 47 934.00</b>

<sup>10</sup> Javier Sánchez Galán. 2023. *Definición, qué es y concepto*. 2023. Acceso el 25 de junio 2023, <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto.html>.





A stylized graphic featuring a blue outline of a dome with a smaller dome inside it, positioned above a horizontal yellow line. To the right of the line is a large, blue-outlined number '4'.

# CAPÍTULO 4

## **Marco teórico:**

En el cuarto capítulo se desarrollan las bases teóricas del proyecto. Conocido como marco teórico, en él se presenta el resultado de la investigación teórica sobre la problemática social y sobre la intervención del diseño gráfico.

# Seamos transparentes

## el agua limpia es vida

.....

### ¿Qué es el saneamiento?

Según la página Pan American Health Organization (PAHO), "El saneamiento básico es un conjunto de acciones que se pueden aplicar sobre el ambiente para reducir los riesgos sanitarios, prevenir la contaminación y, consecuentemente, lograr mejores niveles de salud."<sup>11</sup>

A este respecto, el Licenciado en Medicina por la Universidad de Buenos Aires y Máster en Ayuda Internacional Humanitaria, Jonatan Rapaport, define el saneamiento como: "El acceso al agua potable y al saneamiento adecuado son los recursos más importantes de la salud pública para prevenir las enfermedades infecciosas y proteger la salud de las personas, además de ser esenciales para el desarrollo."<sup>12</sup>

Por esa razón se afirma que, el saneamiento es fundamental para asegurar la higiene de cualquier entorno, ya sea de carácter público o privado. Los enfoques holísticos de esta labor contribuyen significativamente a la preservación de un ambiente libre de contaminación. A pesar de que hoy en día existe una mayor conciencia sobre la relación entre el saneamiento y la salud.



<sup>11</sup> OPS. *Saneamiento básico: agua segura, disposición de excretas y manejo de la basura: cuadernillo para capacitaciones con enfoque intercultural en áreas rurales*. Buenos Aires, 31 de mayo del 2022. Acceso el 30 de junio del 2023, <https://iris.paho.org/handle/10665.2/56014>

<sup>12</sup> Jonatan Rapaport. *Agua y saneamiento*. 2006. Acceso el 30 de junio del 2023, <https://www.dicc.hegoa.ehu.eus/listar/mostrar/8>

# Referente histórico

## sobre la contaminación hídrica

.....

Generalmente, se considera que las preocupaciones ambientales son un fenómeno relativamente nuevo, asociado principalmente con la Revolución Industrial que tuvo lugar a finales del siglo XVIII.

Sin embargo, los primeros poblados que se formaron en las cercanías de ríos y lagos, para asegurar el acceso a recursos hídricos esenciales, tanto para beber como para la irrigación de sus cosechas, crearon avances en técnicas agrícolas que contribuyeron al crecimiento de las ciudades y al surgimiento de Estados, marcando un punto de partida crucial en el progreso de la civilización.

El lecho de los ríos, no solo cumplió la función de abastecer agua para consumo y riego de los cultivos, sino que también, se utilizó como lugar de depósito de residuos humanos, incluyendo principalmente desechos orgánicos como la orina y heces de personas y animales, cadáveres de animales y los restos alimenticios.



La contaminación natural se ha mantenido a lo largo de la historia, ya que el agua, en su curso natural, arrastra una diversidad de residuos hacia los arroyos, ríos y océanos. La actividad humana, por su parte, incide en esta contaminación natural al introducir plaguicidas, fertilizantes y otros productos químicos y orgánicos en el suelo o el agua, permitiendo que estos agentes formen parte de los cuerpos hídricos superficiales y subterráneos, estos agentes contaminantes finalmente llegan a los ríos y, por último, al mar.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Víctor Hugo Salazar Ortiz. *Breve historia de la contaminación hídrica*. LJA Aguascalientes. 17 de febrero del 2019. Acceso el 12 de agosto del 2023, <https://www.lja.mx/2019/02/breve-historia-de-la-contaminacion-hidrica/>



# Características hídrica en Guatemala

.....

En Guatemala, experimentamos un desequilibrio hídrico, en vista de que de los 95 mil millones de metros cúbicos de agua que los ríos brindan anualmente, apenas se aprovecha una fracción inferior al 10%, aproximadamente ocho mil metros cúbicos, destinados al consumo humano y a la agricultura.

Magaly Arrecis, quien lidera la División Socioambiental en el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos (IPNUSAC), expresó su profunda preocupación acerca de las condiciones que sufren las fuentes de agua en el país. Esto se debe a una alarmante tasa de contaminación que se enfrenta en Guatemala y al hecho de que, a pesar de esta situación, la población sigue haciendo uso de agua contaminada. mencionando que la calidad de los ríos es tan deplorable que incluso resulta inapropiada para actividades recreativas.<sup>14</sup>



<sup>14</sup> César Pérez Marroquín. *El 95% del agua se desperdicia en Guatemala debido a la contaminación ambiental*. Prensa Libre, 7 de agosto de 2017. Acceso el 5 de julio del 2023, <https://n9.cl/vpxdk>

# Características que puede tener el saneamiento hídrico

.....

El adecuado manejo de cualquier tecnología de purificación se considera beneficioso para mejorar tanto el sistema de alcantarillado como la depuración de aguas. Esto se traduce en un enfoque de saneamiento que promueve el respeto por el entorno y la sostenibilidad, es por esto que el saneamiento puede tener alguna de estas características.

- ✚ Gestiona el agua enfocada en el ahorro, el reuso y el reciclaje de este recurso.
- ✚ Separa los residuos y elementos contaminantes del agua de manera independiente, evitando su mezcla.
- ✚ Devuelve los agentes tóxicos, a ecosistemas donde puedan ser aprovechados.
- ✚ Protege la calidad del agua tanto superficial como subterránea contra la contaminación.
- ✚ Previene la contaminación de recursos ya sean (físicos, bióticos y abióticos) para ecosistemas terrestres y acuáticos.<sup>15</sup>



<sup>15</sup> Inviasa. *Sistemas de saneamiento básico sustentable. Tipos, técnicas y ejemplos*. 13 de enero del 2017. Acceso el 25 de julio del 2023, <https://ovacen.com/saneamiento-sustentable-concepto-experiencia-implementada/>

# Tipos de saneamiento utilizados para mejorar la calidad de vida de las personas

.....

Existen diversos tipos de saneamiento que contribuyen a establecer un proceso adecuado de purificación, los cuales son importantes y fundamentales para el bienestar de las personas.

## **Filtro de aguas grises:**

Mediante filtros especializados, las aguas residuales pueden ser tratadas y recicladas para diversos propósitos, esto ayuda a disminuir la demanda de agua potable.

## **Baños secos sostenibles:**

Prominentes por su carencia de consumo hídrico en la gestión de residuos, estos baños previenen la contaminación del agua y el suelo. Los desechos humanos se transforman en fertilizantes naturales, evitando la conexión a sistemas de alcantarillado y la subsiguiente polución.

## **Sistemas de compostaje:**

Basado en la conversión de materia orgánica en compost estable y sanitizado, este sistema permite el uso del resultado como enmienda para el suelo.

## **Captación de aguas de lluvia:**

Este enfoque implica la captura y filtrado de las aguas pluviales, separando las impurezas durante su trayecto. Luego, se almacena para su utilización en diversas actividades domésticas.<sup>16</sup>



<sup>16</sup> Inviasa. *Sistemas de saneamiento básico sustentable. Tipos, técnicas y ejemplos*. 13 de enero del 2017. Acceso el 25 de julio del 2023, <https://ovacen.com/saneamiento-sustentable-concepto-experiencia-implementada/>

# Consecuencias sociales que surgen a partir de beber agua contaminada

.....

Aproximadamente, 5 millones de personas en todo el mundo lamentablemente pierden la vida debido a la ingestión de agua contaminada, y aproximadamente 750 millones de personas carecen de la posibilidad de acceder a agua potable.<sup>17</sup>

La Dra. Ana Carolina García, directora a.i. del Centro de Salud de la zona 11 en Guatemala, mencionó diversas enfermedades que pueden transmitirse a través del agua y los alimentos, tales como la diarrea, hepatitis A, fiebre tifoidea, intoxicaciones alimentarias de origen bacteriano o viral, disentería (caracterizada por diarrea con sangre) y el rotavirus, entre otras.

Los síntomas que se pueden experimentar son varios, entre ellos diarrea, malestar abdominal, náuseas, vómitos, fiebre y deshidratación, en algunas personas.

## ***Estas enfermedades pueden ser adquiridas a través del agua de las siguientes maneras:***

- ✦ Al ingerir agua directamente de ríos o de techos sin realizar un tratamiento previo.
- ✦ El consumo de vegetales que han estado en contacto con aguas residuales contaminadas.
- ✦ Emplear utensilios que no se han lavado correctamente para comer.
- ✦ No mantener una adecuada higiene de las manos, ya sea antes de preparar, manipular o servir los alimentos, después de usar el baño o al cambiar pañales..
- ✦ Al realizar la limpieza personal o cepillarse los dientes con agua que esté contaminada.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Alcora. *Causas y consecuencias del agua contaminada*. 2022. Acceso el 13 abril 2023,

<sup>18</sup> Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. *Las enfermedades que se transmiten por agua y alimentos*. 26 de enero del 2022. Acceso el 25 de julio 2023, <https://prensa.gob.gt/comunicado/las-enfermedades-que-se-transmiten-por-agua-y-alimentos>.

# ¿Qué es el diseño gráfico?

## Definición de diseño gráfico

.....

Según la autora Anna López Besa "El diseño es un elemento de la vida que combina imaginación, creatividad, libertad de expresión y visión. Pero hay algo que muchas personas no saben sobre dicha rama del arte: todos podemos hacerlo. Además de descubrir qué es el diseño gráfico, veremos una introducción al diseño gráfico, nos sumergimos en los elementos del diseño gráfico y descubriremos las distintas ramas del diseño gráfico."<sup>19</sup>

Por otro lado la autora: Aurora Martínez, define el diseño gráfico como: "una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de comunicación visual con un fin específico, como por ejemplo, la publicidad. Se ocupa de organizar las imágenes y los textos, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico a un determinado grupo social y con objetivos claros y definidos. Esta profesión se vale de herramientas para su ejecución, siendo el computador el principal instrumento utilizado en la actualidad por estos profesionales."<sup>20</sup>

El autor Agustín Pérez menciona que "Un diseñador gráfico se encarga de dar vida a determinados mensajes e ideas que se necesiten transmitir a un público, y de hacerlo a través de dibujos, bocetos, folletos o libros, entre otros soportes. Pero si hablamos de qué hace este profesional, antes hay que definir algunos conceptos."<sup>21</sup>

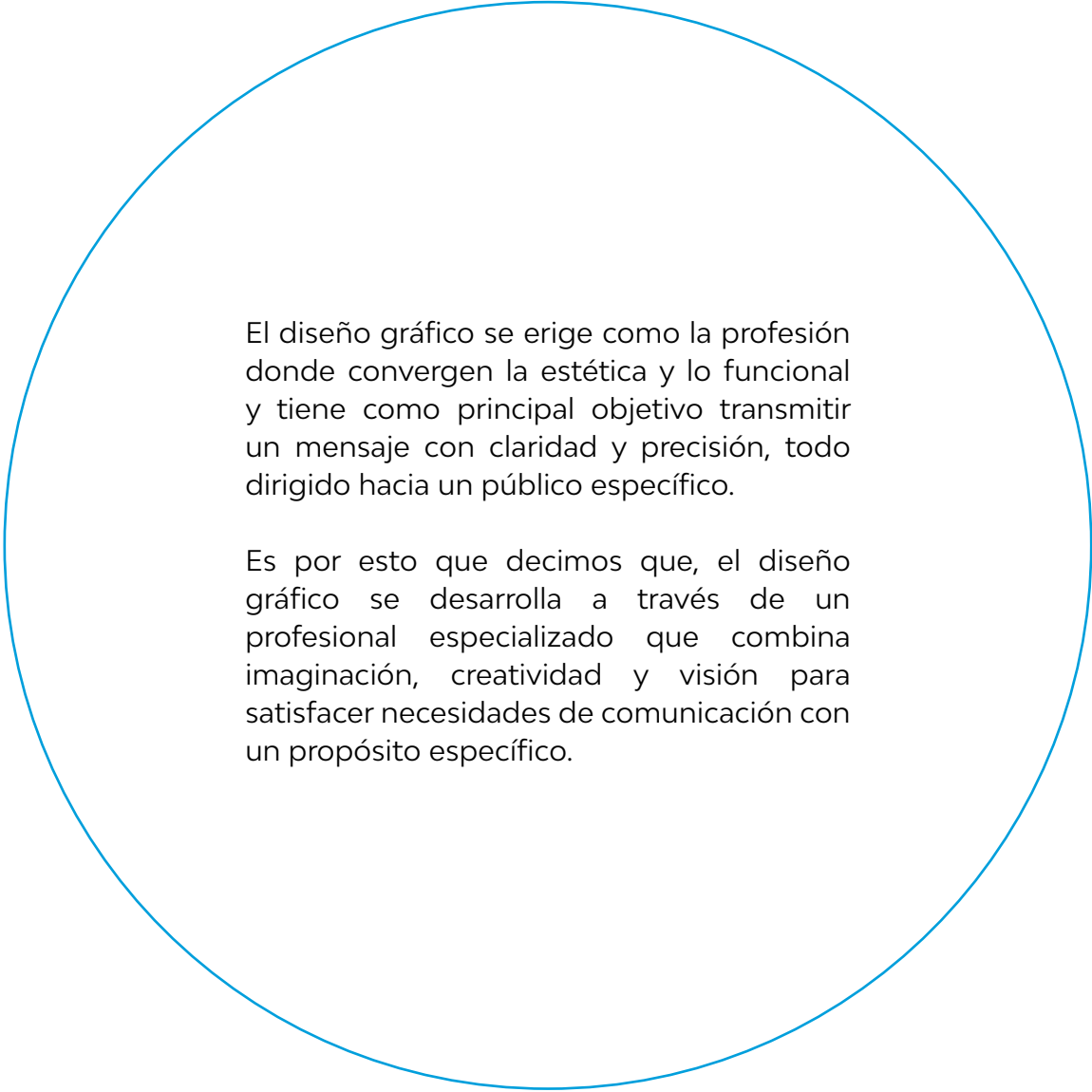
<sup>19</sup> Anna López Besa. *Qué es el Diseño Gráfico: introducción, elementos y ramas del Diseño Gráfico*. 16 de noviembre del 2023. Acceso el 22 de diciembre del 2023, <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/>

<sup>20</sup> Aurora Martínez. *Definición de Diseño Gráfico*. 25 de octubre de 2023. Acceso el 29 de noviembre 2023, <https://conceptodefinicion.de/disenio-grafico/>.

<sup>21</sup> Agustín Pérez. *¿Qué hace un diseñador gráfico? Todas las funciones y tareas que desempeña a diario*. 3 de noviembre de 2023. Acceso el 13 diciembre del 2023, <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/dise-no-grafico/que-hace-un-disenador-grafico-todas-las-funciones-y-tareas-que-desempena-diario>

### ***Definición personal de diseño gráfico:***

---



El diseño gráfico se erige como la profesión donde convergen la estética y lo funcional y tiene como principal objetivo transmitir un mensaje con claridad y precisión, todo dirigido hacia un público específico.

Es por esto que decimos que, el diseño gráfico se desarrolla a través de un profesional especializado que combina imaginación, creatividad y visión para satisfacer necesidades de comunicación con un propósito específico.



# Características del diseño gráfico

.....

## **Cumple un propósito:**

El propósito es esencial antes de iniciar la creación de cualquier material gráfico. Se debe cumplir con un objetivo, ya sea educar sobre un tema, proporcionar información sobre un proceso, representar la identidad de una marca o facilitar la orientación de las personas, entre otros posibles fines.

## **Se orienta hacia un público determinado:**

Aunque el acceso puede estar abierto para todos, el diseño gráfico tiene un público objetivo específico en mente. Por lo tanto, incorpora elementos que repercuten especialmente con el grupo de personas al que se dirige, lo que lo convierte en un diseño estrechamente vinculado con sus destinatarios.

## **Incorpora un concepto:**

Los elementos que constituyen el diseño gráfico trabajan en conjunto para transmitir de manera efectiva una idea central. Por ejemplo, podría tratarse de la importancia de la higiene para prevenir enfermedades. Todos los aspectos del diseño contribuyen a facilitar la comprensión de este mensaje.

## **Es funcional:**

Si bien el diseño gráfico puede tener un alto valor artístico y estético, su función principal es la de ser útil. A diferencia de una obra de arte, que puede ser interpretada de diversas maneras, el diseño gráfico debe ser claro y preciso en su mensaje.

## **Comunica:**

El diseño gráfico debe ser directo y sin ambigüedades. La claridad en la comunicación es esencial para que cumpla su función prevista, y cualquier ambigüedad puede obstaculizar la transmisión del mensaje de la manera deseada.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Diego Santos. *Qué es el diseño gráfico, para qué sirve y ejemplos*. 6 de junio 2023. Acceso el 29 de julio 2023, <https://blog.hubspot.es/marketing/disenio-grafico>

# Historia del diseño gráfico

.....

Desde los tiempos remotos de las pinturas en las cavernas hasta las tendencias contemporáneas de publicidad en el ámbito del diseño gráfico, se afirma que este arte ha dejado una huella constante en la historia de la humanidad.

Los orígenes del diseño gráfico se remontan a las primitivas pinturas rupestres, que datan aproximadamente del año 38000 a.C. Estas expresiones artísticas ancestrales sirvieron como medio de comunicación intergeneracional por parte de antiguas civilizaciones.

La siguiente etapa en la evolución del diseño gráfico se materializó en la creación del lenguaje escrito y la representación visual mediante el uso del alfabeto, desarrollado por los sumerios alrededor del año 3300 a.C. En esta fase temprana, las palabras se plasmaron en pictogramas, también se utilizaron símbolos que representaban objetos para transmitir ideas.

No obstante, un hito crucial en la evolución del diseño gráfico tal como se conoce hoy en día fue la invención de la imprenta en China en el siglo VI. Este avance tecnológico revolucionario marcó un antes y un después en la capacidad de producir y distribuir de manera efectiva materiales gráficos, sentando las bases para la disciplina que conocemos hoy como diseño gráfico.<sup>23</sup>





# Tipos

## del diseño gráfico

.....

Las ramas de ejecución que puede abarcar el diseño gráfico son muy amplias ya que esta profesión lleva años siendo útil, y entre dichas ramas es posible encontrar algunas ejecuciones de antaño; así como también, aplicaciones muy modernas.

### **Diseño de marca o identidad visual:**

La identidad de marca se describe como la personalidad y estilo que la empresa posee, lo que la hace reconocible y coherente en todas sus formas de comunicación, como anuncios, tiendas, sitios web, etc. Es esencial que una marca muestre su identidad corporativa en todo momento.

### **Packaging o diseño de empaques:**

El diseño de empaques para productos, incluye aspectos como el material, la forma (caja o bolsa), la visibilidad del contenido, y si esta transmite un mensaje importante a los consumidores bajo algún concepto.

### **Diseño editorial:**

En el diseño editorial se pueden desarrollar revistas, periódicos, libros, catálogos, directorios, informes o boletines. Estos son algunos ejemplos de los medios que se benefician del arte del diseño editorial. Aunque este no involucra la investigación de contenido ni la creación de texto, el diseño editorial desempeña un papel crucial al estructurar la información en estas páginas, ya sea en formato impreso o digital.



### **Campañas visuales:**

Aquí se incluyen todos los recursos destinados a la promoción y difusión de mensajes, tanto en el ámbito tradicional como en el digital. Su función principal es transmitir información sobre campañas informativas o comerciales, nuevos productos, ofertas de tiendas o ventajas de servicios.

### **Interfaz de usuario:**

El diseño de interfaz de usuario puede ser el diseño web, aplicación o página en línea pensada para brindar una experiencia amigable. La disposición de sus elementos facilita la navegación y el uso de la aplicación, permitiendo a los usuarios aprender rápidamente cómo aprovecharla en el menor tiempo posible.

### **Gráficos en movimiento:**

Además de su denominación como “motion graphics”, este estilo de diseño ofrece la posibilidad de producir contenido audiovisual sin necesidad de una inversión significativa de recursos. En los últimos tiempos, ha experimentado un notable auge, siendo evidentes su aplicación en diversas formas, como animaciones para exposiciones, secuencias de títulos en películas, presentaciones corporativas, guías instructivas, videojuegos y GIFs animados.

### **Arte e ilustración:**

A pesar de que este estilo de diseño no se enfoca principalmente en la comunicación típica del diseño gráfico, aún desempeña un papel importante en contextos que van más allá de las galerías de arte. Este enfoque se manifiesta en proyectos como la creación de portadas de libros o álbumes, el diseño de camisetas, la producción de elementos para bancos de imágenes, la elaboración de infografías, animaciones entre otros.

### **Diseño de ambientes:**

Se puede apreciar como una disciplina distinta al diseño de interiores, ya que su objetivo es embellecer los lugares de acceso público para enriquecer la experiencia de quienes los visitan. Nos referimos a las acciones relacionadas con la disposición de mobiliario, decoración y organización de espacios en entornos como librerías, agencias de oficinas, museos, señalización en sistemas de transporte público, centros de convenciones y más.<sup>24</sup>

# Puede el diseño gráfico aportar un beneficio a este problema social

.....

El diseño gráfico puede aportar un beneficio significativo al problema que sufren las comunidades en temas relacionados con el agua potable y el saneamiento, porque muchas veces este problema persiste en gran parte debido a la falta de visibilidad del problema en lugares remotos.

Es precisamente en este contexto donde el diseño gráfico puede llegar a comunicar y difundir un mensaje que informe y evidencie que este tipo de problema existe en Guatemala y es más frecuente de lo que se piensa.

## ***¿Cómo se utilizará el diseño para favorecer el problema social relacionado al agua y saneamiento ?***

---

Una campaña de comunicación efectiva puede crear conciencia sobre el uso de filtros de agua en comunidades vulnerables donde se bebe agua potencialmente contaminada. Es crucial identificar y presentar el problema de manera legítima, utilizando información que refleje la gravedad que conlleva beber agua contaminada, mostrando las consecuencias en la salud de las personas.

Por otro lado, también es fundamental comunicar los beneficios que conlleva el uso de filtros de agua, como la mejora de la salud, la reducción de enfermedades relacionadas con el agua y el acceso a agua limpia y segura.

Para motivar esta acción, se deben utilizar contenido que alienten a las personas a donar recursos para la distribución de filtros de agua, buscando apoyar proyectos de purificación de agua en comunidades vulnerables.

# Campaña creativa que limpia y purifica

.....

## Definición de campaña de comunicación visual.

En la actualidad, debido a la constante agitación de nuestras vidas, nos vemos expuestos a una gran cantidad de estímulos visuales y auditivos que provienen generalmente de dispositivos electrónicos.

Independientemente de la naturaleza de las marcas y del público al que se dirigen muchos de estos anuncios que se nos presentan de manera periódica, por lo general pertenecen a una campaña de comunicación que busca colocar información en el centro de las miradas ofreciendo una ventaja significativa sobre el resto de la competencia, estos anuncios se pueden realizar a través de dispositivos electrónicos o medios tradicionales. Esto nos permitirá establecer una conexión emocional con nuestro público, generando una respuesta antes de presentar nuestro mensaje en su totalidad.<sup>25</sup>

El concepto de comunicación visual, se trata de un método de transmisión de información que se vale de elementos visuales para transmitir un mensaje, evocar emociones en el destinatario y alterar su pensamiento o percepción. Su esencia radica en la creación de un mensaje que no solo impacte al receptor, sino que también lo inspire, eduque y atraiga su atención.

Para que una comunicación visual cobre relevancia, se requiere una adecuada amalgama de distintos recursos visuales tales como íconos, paletas cromáticas, figuras, imágenes y textos, entre otros, con el propósito de impactar al destinatario.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> CE.GE. *Comunicación visual: potencia tu campaña de marketing y crea emociones auténticas*. 9 de marzo del 2023. Acceso el 15 de agosto del 2023, <https://cegegloboal.com/blog/comunicacion-visual/>

<sup>26</sup> COMUNICARE. *Características del diseño de comunicación visual*. 3 de diciembre del 2021. Acceso el 19 de marzo del 2023, <https://www.comunicare.es/caracteristicas-del-diseno-de-comunicacion-visual/>

# Características que poseen las campañas de comunicación visual

La comunicación visual se caracteriza por tener sus propias particularidades, y para lograr una efectividad óptima en su ejecución, es esencial comprender y considerar estas características al crear nuestros mensajes visuales. Las principales características de las campañas de comunicación visual son las siguientes:

## **Universalidad:**

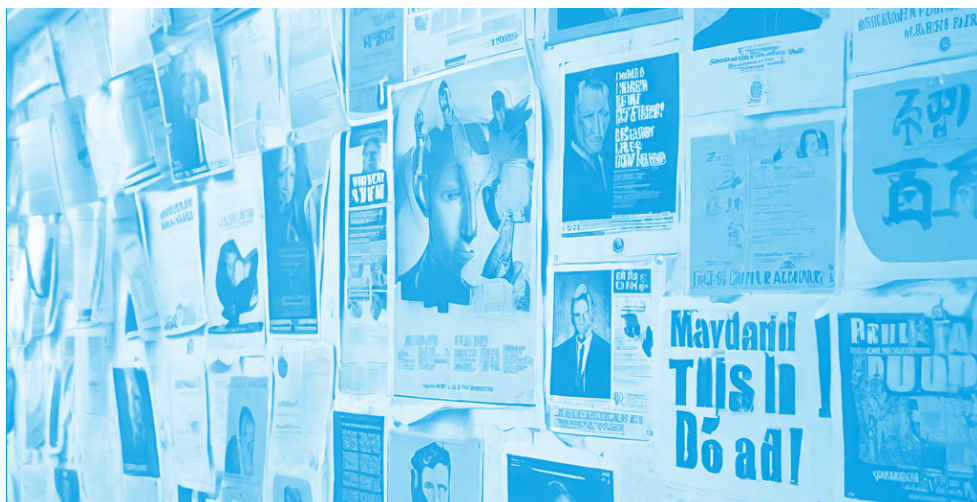
Un mensaje visual debe ser comprensible para cualquier persona, sin importar su edad, creencias, preferencias, estatus social o cultura. Esto permite llegar a un público amplio y diverso, asegurando que el mensaje sea accesible para todos.

## **Claridad de propósito:**

Cada mensaje visual debe tener un propósito claro y transmitir una única idea o concepto.

## **Simplicidad y naturalidad:**

Los mensajes visuales tienen que ser efectivos, simples y directos, sin excesivas elaboraciones. La claridad se logra a través de un diseño natural y sobrio que permita que el mensaje se comprenda de un vistazo.<sup>27</sup>



# Historia de la campaña de comunicación visual

.....

En 1450 se crea una significativa evolución al momento de hacer campañas visuales gracias a la invención de la imprenta por parte de Gutenberg. Este avance tecnológico permitió la reproducción en masa de revistas y libros, estableciendo así los cimientos para la difusión masiva de información.

Este tipo de campañas no se rezagaron en la adopción de nuevas tecnologías, y encontraron un terreno fértil con el surgimiento de los medios de comunicación tradicionales. El primer anuncio televisivo apareció en 1941, dirigido a una audiencia de alrededor de 4.000 dispositivos, promocionando los relojes de la marca Bulova. Este período marcó un cambio al momento de transmitir información, ya que comenzó a aprovechar las posibilidades de transmisión a gran escala. En 1954, los ingresos por publicidad televisiva superaron por primera vez a los provenientes de la radio y las revistas.

En 1994, se dio el primer caso de correo no deseado de carácter comercial. En el 2003, se promulgó la primera normativa destinada a combatir el correo electrónico no deseado, más conocido como "spam". En ese mismo año, surgió Facebook, una de las pioneras en el campo de las plataformas sociales, que posteriormente daría origen al concepto de redes sociales.

En el 2012, se presenció un notable aumento en la diversificación de los formatos disponibles. Además de esta evolución, es importante destacar que se comenzó a considerar de manera significativa la variabilidad de públicos objetivos, introduciendo diferencias notables en la promoción de productos basadas en la edad y el género. La importancia de la analítica se volvió innegable, convirtiéndose en una pieza fundamental para realizar campañas efectivas.<sup>1</sup>

# Tipos de campañas de comunicación visual

.....

## ***Campañas según la naturaleza del producto***

### **De propaganda:**

En este contexto, se observan campañas que no tienen un enfoque comercial, en vista de que su propósito es promover conceptos o individuos. Algunos ejemplos incluyen campañas que respaldan o se oponen a ciertas políticas, aquellas que abogan por los derechos humanos, las que alientan a votar por un partido político o un candidato en particular, entre otras iniciativas similares.

### **Campañas sociales:**

Estas campañas tampoco tienen un enfoque comercial; en cambio, buscan apoyar una causa, promover o modificar determinadas conductas, como la preservación del medio ambiente o el abandono del hábito de fumar.

### **Campañas institucionales:**

Estas campañas son similares a las acciones sociales, aunque estas están motivadas principalmente por intereses comerciales. Su propósito radica en promover una imagen positiva para una marca o empresa, ocasionalmente mediante el respaldo a causas benéficas.

### **Campañas industriales:**

Se trata de las estrategias promocionales ejecutadas por coaliciones de fabricantes o distribuidores que comparten un producto en común, tales como la industria láctea, cárnica, avícola, entre otros.

### **Campañas de co-branding:**

Se refiere a las colaboraciones de marketing en las que dos o más marcas se unen de manera estratégica, aprovechando que se complementan y comparten un público objetivo común. En este tipo de iniciativas, todas las involucradas obtienen beneficios mutuos de manera equitativa.



**Campaña de patrocinio:**

Se trata de aquellas campañas en las que una marca expresa su apoyo o financiamiento a un individuo, a una acción, o a un evento.

**Campaña de marca:**

Se refiere a las estrategias diseñadas para resaltar los principios y cualidades de una marca, con el propósito de consolidar o perfeccionar su reputación. Su objetivo principal es que la audiencia tenga una percepción positiva de la empresa y sus productos.

**Campaña de producto:**

Se lleva a cabo con el propósito de fomentar la promoción de productos o servicios específicos.

**Campañas industriales:**

Se refiere a la inclusión de diversos productos de una empresa en un único mensaje durante una misma campaña.<sup>28</sup>



<sup>28</sup>

Guest Author. *Campañas publicitarias de todas las especies: ¿Conoce los diferentes tipos que existen?* 24 de mayo del 2018. Acceso el 15 de mayo del 2023, <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-campanas-publicitarias/>



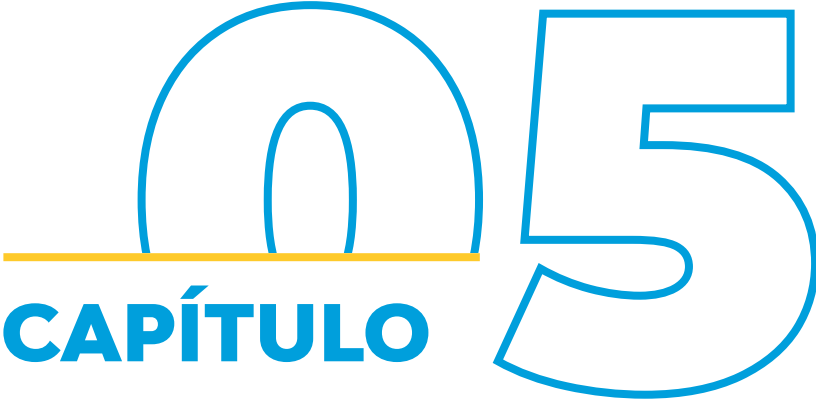
## ***Así es como se puede utilizar esta rama del diseño para favorecer a comunidades que no tienen acceso al agua potable***

---

Una campaña de comunicación visual puede brindar información relevante a un potencial grupo de personas que quieran aportar recurso para beneficiar la para beneficiar la causa. Para que dicha campaña sea funcional se pretende exponer información relacionada al tema con videos cortos y explicativos desde las redes sociales de la Fundación HRI Guatemala puesto que son ellos quienes conocen a fondo las necesidades de las personas que viven en situaciones desfavorables. La fundación periódicamente aporta recursos para mejorar al saneamiento y la alimentación en estas comunidades pertenecientes al departamento de Santa Rosa.





A large, stylized graphic of the number '05' in a light blue outline font. A horizontal yellow line is positioned below the '0'. Below the yellow line, the word 'CAPÍTULO' is written in a bold, blue, sans-serif font.

# CAPÍTULO 05

## **Definición creativa:**

Este capítulo contiene la estrategia y las premisas de diseño, previo a la producción gráfica, se procedió a desarrollar la definición creativa, la cual consistió en la presentación del brief así como referencias que sirvieron para el proceso de diseño de la estrategia aplicada a las piezas de diseño para concretar el concepto creativo.

# Brief de diseño

.....

Según el autor Diego Santos *"El brief o briefing es un documento claro y conciso que guía a una persona o grupo de personas para realizar un proyecto o tarea determinada, con el cual se tiene un panorama completo de qué es lo que se busca, cómo se hará, en qué tiempo y en qué contexto en particular."*<sup>29</sup>

## Información del cliente

Nombre de la institución : Fundación Hunger Relief International (HRI)  
Dirección de la institución : 7ave 5-45 Oficina  
701 edificio XPO1 - Zona 4, Guatemala

## Datos de jefe inmediato

Nombre: Dewi Yazmin Rosal Afre  
Contacto: dewi.rosal@hungerreliefintl.org

## Actividad de la institución

Fundación HRI se enfoca en desarrollar la resiliencia de las familias y las comunidades, fortalecer la unidad familiar y establecer la autosuficiencia del hogar con el objetivo de mejorar la vida de los niños y adolescentes.

## Programas con los que cuenta la institución

- + Programa de Juventud
- + Programa de Nutrición
- + water, sanitation and higiene en español: agua, saneamiento e higiene).
- + Salud mental para adultos mayores

## Instituciones análogas

Fundebase  
StoveTeam International - Guatemala  
Limitless Horizons Ixil

## Proyecto a desarrollar

Campaña de comunicación visual para redes sociales con el fin de dar a conocer las graves consecuencias que se viven en el interior del país respecto a la ingesta de agua contaminada, con el fin de buscar donaciones de filtros para las comunidades del departamento de Santa Rosa.

<sup>29</sup> Santos, Diego. *Qué es un brief, para qué sirve y qué tipos existen*. 4 de abril del 2022. Acceso el 29 de julio del 2023, <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-un-brief>

## **Objetivos**

Crear conciencia sobre la importancia y beneficios que implica beber y utilizar agua en buen estado.

Generar el interés y la motivación necesaria en los integrantes del público objetivo, que los persuada para aportar recursos que permitan donar filtros de purificación de agua a comunidades vulnerables.

## **Presupuesto**

Se estima que el proyecto tenga un costo de Q60,414.00.

## **Restricciones**

Se deben utilizar una paleta de color que incluya colores institucionales.

## **Público objetivo**

Posibles donadores que aporten recursos a la Fundación HRI de entre 30 a 60 años.

## **Mensaje a transmitir**

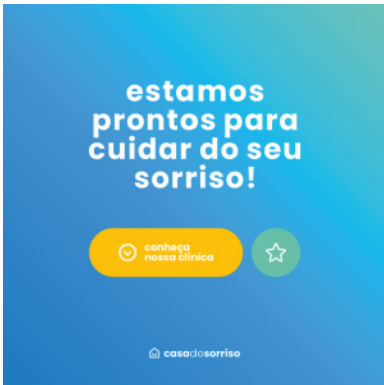
Conjuntamente con la HRI se busca transmitir un mensaje de esperanza y apoyo para personas que se encuentran en entornos vulnerables, demostrando que hay acciones que se pueden llevar a cabo para apoyar en temas de agua potable y saneamiento.



# Recopilación de referencias

.....

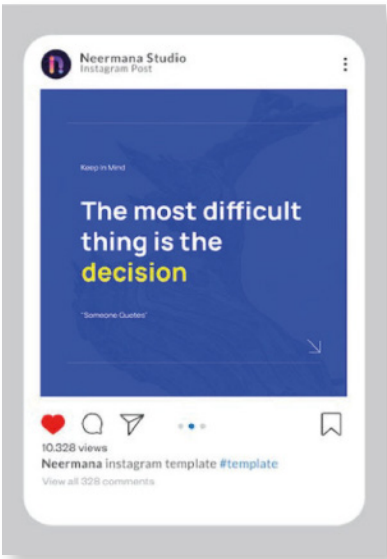
En esta sección se recopilan referencias gráficas acordes con la cultura visual del grupo objetivo.



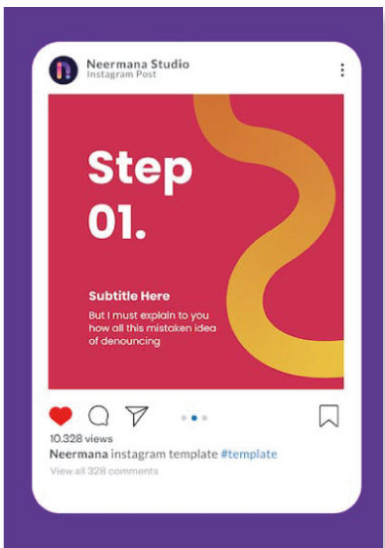
**Figura 2** Social Media - Sandrin Design - 12  
Sandrin Design <https://n9.cl/cpbijh>



**Figura 6.** Modern Instagram Posts Template  
Creativity Studio <https://n9.cl/zj27g>



**Figura 7.** Business Marketing Instagram Post Template  
Marku Fhall <https://n9.cl/qzrts>



**Figura 8.** Colorful Instagram Post Template V.12  
Kevins Othomas <https://n9.cl/e6xfq>

# Descripción de la estrategia de las piezas de diseño gráfico

.....

En este apartado se utiliza la serie de preguntas de las 6W con sus respectivas respuestas que contextualizan la información de manera general respecto al proyecto.

El método de las 6W, también conocido como el método de las 6 preguntas, es una técnica que se utiliza para analizar y comprender de manera completa cualquier situación, evento, problema o información. Está basado en responder seis preguntas clave: "What" (qué), "Why" (por qué), "Who" (quién), "Where" (dónde), "When" (cuándo) y "How" (cómo) en un contexto específico. Este método es utilizado en diversas disciplinas, debido a que proporciona una estructura clara para analizar y comprender cualquier situación de manera completa y detallada.

## 6ws de la campaña de comunicación visual:

### A. ¿Qué?

Dar a conocer los riesgos de consumir agua contaminada, mostrar los beneficios de consumir agua potable y como se puede ayudar a esta causa, a través de una campaña visual animada tipo reel.

### B. ¿Cuándo?

De julio a noviembre del 2023.  
Vigencia: 1 año.  
Contexto: saneamiento, social

### C. ¿Para qué?

Objetivo: Persuadir a posibles donadores para generar apoyo para las comunidades de Plan de Ávila, Las Brisas y el Retiro del departamento de Santa Rosa, siendo estos los lugares con escaso acceso a agua potable y donde HRI tiene incidencia como organización benéfica.

### D. ¿Con qué?

Insumos: Información proporcionada por la institución, contenido final aprobado, códigos de diseño, animaciones para reels.

Recursos: Photoshop, Illustrator, Premiere pro, After effect, google docs.



## ***6Ws de la campaña de comunicación visual:***

---

### **E. ¿con quiénes?**

Involucrados directos: Colaboradores, asociados y trabajadores de la Fundación HRI, asesor de diseño, asesor metodológico, asesor experto.

Involucrados indirectos: Personas que validen parte del proyecto desarrollado.

### **F. ¿Dónde?**

Lugar: Ciudad de Guatemala, zonas exclusivas como zona 10, zona 14, zona 15 y zona 16.

Forma de difusión: Redes sociales de la Fundación Hunger Relief International

Personas a las que va dirigida: posibles donadores de 30 a 60 años clase media alta.

## **Concepto creativo**

---

El concepto creativo se materializa principalmente a través de elementos visuales, como: imágenes, colores, composición, tipografía, etc. Estos elementos desempeñan un papel fundamental como el núcleo de la comunicación, vinculando de manera estrecha a todos los proyectos que se fundamentan bajo el mismo concepto, garantizando una conexión coherente entre todos los elementos diseñados.

Para concretar el concepto creativo se pueden desarrollar distintas técnicas creativas como pueden ser: Mapa mental, Imágenes activadoras, SCAMPER, Storyboard, Pensamiento Visual, Diagrama de Afinidad, Roleplaying. Para la construcción del concepto creativo de este proyecto se decidió utilizar 3 técnicas creativas distintas, las cuales son: SCAMPER, imágenes activadoras, relaciones forzadas.

# Técnica creativa

## SCAMPER

.....

La técnica de creatividad SCAMPER es un acrónimo que representa una serie de preguntas y enfoques que se utilizan para generar ideas y fomentar la creatividad en diversos procesos. Esta técnica creativa fue desarrollada por Bob Eberlee en 1971 y consiste en que cada letra en "SCAMPER" representa una palabra clave que sugiere una pregunta específica que ayuda a explorar diferentes perspectivas y posibilidades al abordar un problema en específico.<sup>30</sup>

### **S= Sustituir:**

¿Qué pasaría si sustituimos documentos tradicionales por trabajos mayormente visuales con textos simples de comprender?

Accesibilidad: Los documentos visuales con textos simples podrían ser más accesibles para personas con diferentes niveles de escolaridad. La información se presentaría de manera más clara y directa, lo que facilita la comprensión.

Rapidez en la asimilación de la información: Incluir elementos mayormente visuales, pueden transmitir información de manera rápida y eficiente. Esto podría llevar a una asimilación más rápida de la información, especialmente en situaciones donde el tiempo es un factor crucial.

Universalidad del lenguaje visual: El lenguaje visual puede trascender barreras lingüísticas y culturales, lo que podría permitir una comunicación más efectiva.

### **C= Combinar:**

¿Qué pasaría si combinamos materiales de enseñanza con contenido multimedia?

Llamado de atención: El contenido multimedia, como videos, imágenes y animaciones, tiende a captar mejor la atención de los observadores. Esto puede aumentar su interés en el tema y mantenerlos comprometidos durante más tiempo en comparación con el aprendizaje basado solo en texto.

Personalización del aprendizaje: Los materiales multimedia permiten una mayor flexibilidad en cómo los observadores interactúan con el contenido. Pueden pausar, rebobinar y avanzar según su propio ritmo, lo que es especialmente útil para adaptarse a diferentes estilos de aprendizaje.

Facilitación de la memorización: El uso de elementos visuales y auditivos puede ayudar a los estudiantes a recordar información de manera más efectiva que solo a través de texto.

<sup>30</sup>

Nelson Martínez. *ProtoThinking (r): Pensamiento de Diseño en acción*. Amazon: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.

## **Técnica creativa: SCAMPER**

---

### **A= Adaptar:**

¿Qué pasaría si adaptamos los métodos de enseñanza a uno más simple y fácil de comprender?

Reducción de la frustración: Los métodos de enseñanza complicados pueden llevar a la frustración y el desánimo a los observadores, especialmente si luchan por entender los conceptos.

Mayor participación: Los enfoques de enseñanza simples podrían hacer que los estudiantes se sientan más seguros para participar en dichas actividades. Al sentir que los conceptos son más accesibles, es más probable que se involucren activamente en el proceso de aprendizaje.

Tiempo eficiente: La simplificación de los métodos de enseñanza puede ayudar a cubrir conceptos clave de manera más eficiente. Esto podría permitir a los educadores abordar una mayor cantidad de temas en el mismo período de tiempo.

### **M= Modificar:**

¿Qué pasaría si modificamos los documentos con pocas imágenes y mucho texto por documentos más gráficos y con poco texto?

Mayor claridad visual: Los documentos gráficos tienden a ser más efectivos para transmitir información. Las imágenes y gráficos pueden ayudar a resumir conceptos complejos de manera más clara que un texto.

Mayor retención de información: Las imágenes pueden ser más memorables que el texto, lo que podría llevar a una mayor retención de la información por parte de los lectores.

Comunicación universal: Las imágenes pueden trascender las barreras del idioma y la cultura, lo que podría hacer que la información sea más accesible para una audiencia diversa.

## **Técnica creativa: SCAMPER**

---

### **P= Poner:**

¿Qué pasaría si ponemos información textual junto a contenido audiovisual para mejorar la comprensión de la información?

Mejor comprensión: Al incluir información adicional, como descripciones, gráficos explicativos y anotaciones, puede lograrse que los espectadores entiendan mejor el contenido. Esto es especialmente útil en situaciones en las que el material es complejo o requiere un fondo de conocimiento específico.

Retención de información: La combinación de múltiples modalidades sensoriales (visual, auditiva y textual) puede aumentar la comprensión de la información.

Claridad en la comunicación: En situaciones en las que el habla es ambigua o los acentos son difíciles de entender, los subtítulos o las transcripciones pueden garantizar que el mensaje se transmita con precisión.

Promoción del contenido viral: Incluir diversas formas de información puede hacer que el contenido sea más compatible y viral, puesto que se facilita su comprensión y se amplía su alcance a una audiencia más amplia.

### **E= Eliminar:**

¿Qué pasaría si eliminamos los textos largos y complicados al momento de enseñar?

Accesibilidad: Textos más simples y concisos permiten que la información sea más accesible para una gama más amplia de estudiantes, incluidos aquellos con dificultades de lectura o aprendizaje.

Comprensión inmediata: La simplificación de textos puede permitir que los estudiantes comprendan rápidamente los conceptos esenciales sin tener que descifrar lenguaje complejo.

Mayor retención: Al presentar la información de manera más clara y concisa, los estudiantes la retienen con mayor facilidad y aplicarla de manera efectiva.

Fomento de la curiosidad: Textos más cortos y amigables aumentan el interés de las personas en los temas a tratar, alentándolos a buscar más información por sí mismos.

## **Técnica creativa: SCAMPER**

---

### **R= Reordenar:**

¿Qué pasaría si ordenamos el método de enseñanza tradicional con elementos visuales con poco texto acompañado de contenido multimedia que amplíen la información?

Mayor compromiso: La mayoría de las personas tienden a captar y retener información visual de manera más efectiva que el texto escrito. El uso de elementos visuales y multimedia podría aumentar el interés y el compromiso del público objetivo.

Claridad y comprensión: Los elementos visuales, como gráficos y videos, simplifican conceptos complejos, haciendo que sean más fáciles de entender. Esto es especialmente útil para personas que presentan dificultades con la comprensión de conceptos abstractos a través del texto.

Interconexión de conceptos: Los elementos multimedia ayudan a mostrar cómo los conceptos están relacionados entre sí en el mundo real. Los videos, por ejemplo, muestran aplicaciones prácticas de teorías abstractas.

Conceptos obtenidos a través de la técnica creativa SCAMPER.

S: Comunicación visual efectiva

C: Simplificación de contenido

A: Información eficaz y concisa

M: Más gráficos menos textos

P: Información multidimensional

E: Estímulo de interés

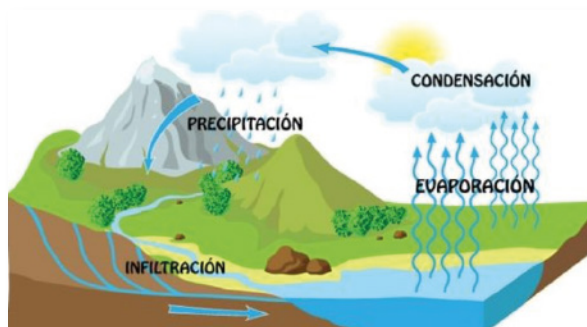
R: Conexión entre la realidad y la información

# Técnica creativa

## Imágenes activadoras

.....

La utilización del concepto creativo imágenes activadoras consiste en trabajar con los atributos que representan los objetos, las personas (personajes) o situaciones a través de imágenes para potenciar la creatividad por medio de de uno o varios conceptos. Se utilizan en el foco de Experimentación que recopila fases de Ideación. Esta técnica creativa es descrita en el libro *Proto Thinking: Pensamiento de Diseño en Acción* del autor Nelson Martinez.<sup>31</sup>



**Figura 9.** El ciclo del agua es vital para el mantenimiento y la estabilidad del planeta Tierra, Editorial Etecé - <https://concepto.de/ciclo-del-agua/>

Para obtener un concepto de esta imagen, se extraerán conceptos básicos sobre el ciclo del agua.

**Evaporación:** El calor solar provoca la evaporación del agua de superficies como océanos, ríos y lagos, convirtiéndose en vapor de agua en la atmósfera.

**Condensación:** El vapor de agua en la atmósfera se enfría y se condensa para formar pequeñas gotas de agua, creando nubes.

**Escurrimiento:** La precipitación que no es absorbida por el suelo fluye sobre la superficie de la Tierra, formando arroyos, ríos y finalmente llegando a lagos y océanos.

**Precipitación:** Cuando las gotas de agua en las nubes se agrupan y aumentan de tamaño, caen a la Tierra en forma de precipitación, que puede ser en forma de lluvia, nieve, granizo, entre otros.

**Infiltración:** Parte de la precipitación es absorbida por el suelo, filtrándose hacia las capas subterráneas, recargando acuíferos y alimentando fuentes de agua subterránea.

## ***Técnica creativa: Imágenes activadoras***

---



**Figura 10.** Descubierta un nuevo comportamiento de las gotas de agua  
<https://n9.cl/073ng>

Para obtener un concepto de esta imagen, se extraerán formas visuales sobre el aspecto del agua.

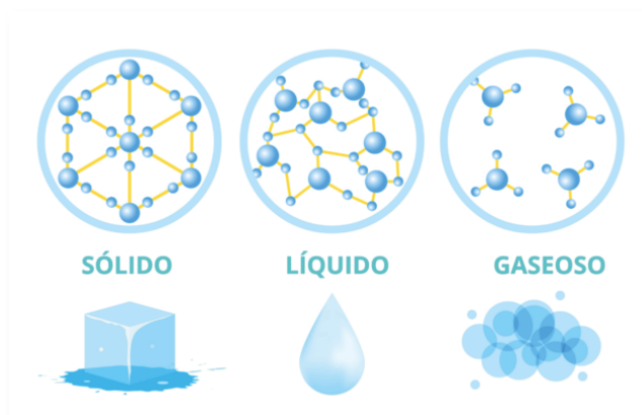
**Transparencia:** El agua es transparente, lo que significa que la luz pasa a través de ella sin ser absorbida en gran medida. Esto permite ver claramente a través del agua, lo que es especialmente notable en cuerpos de agua como lagos, ríos y océanos.

**Reflejo:** La superficie del agua actúa como un espejo, reflejando los objetos y paisajes que la rodean. Esto es especialmente evidente en aguas tranquilas, donde el reflejo es casi perfecto, creando una imagen especular de lo que está encima de ella.

**Superficie ondulada:** El agua en movimiento o expuesta a fuerzas externas tiende a formar ondas y olas en su superficie. Estas ondas pueden ser suaves y tranquilas, como en una superficie de agua quieta, o agitadas y tumultuosas en caso de viento o corrientes.

**Formación de burbujas:** Cuando el agua está bajo presión o se agita, forma burbujas de aire en su interior. Estas burbujas son visibles como pequeñas esferas de aire atrapadas en el líquido.

## Técnica creativa: Imágenes activadoras



**Figura 11.** Los estados de la materia describen la relación entre las partículas que la componen, Equipo editorial, Etecé <https://n9.cl/xaq2d>

Para obtener un concepto de esta imagen, se extraerán conceptos básicos sobre los estados que presenta el agua.

**Estado sólido:** En este estado, el agua se encuentra en forma de hielo. Las moléculas de agua están organizadas en una estructura cristalina y tienen una menor energía cinética, lo que hace que las moléculas estén más cerca unas de otras y en una disposición ordenada.

**Estado líquido:** Es el estado más común en el que solemos encontrar el agua. En este estado, las moléculas de agua están más separadas que en el estado sólido y tienen suficiente energía cinética para moverse libremente pero aún mantienen cierta cohesión. Esto permite que el agua fluya y adopte la forma del recipiente que la contiene.

**Estado gaseoso:** En el estado gaseoso, el agua se encuentra en forma de vapor de agua. Las moléculas de agua tienen una alta energía cinética y se separan unas de otras. En este estado, el agua es invisible y se mezcla con el aire. El vapor de agua es fundamental en el ciclo del agua y en la formación de nubes y precipitación.



## ***Técnica creativa: Imágenes activadoras***



**Figura 12.** Facebook fanpage, Flash 25  
<https://n9.cl/es/s/rn36y>

Para obtener un concepto de esta imagen, se extraerán conceptos sobre el vínculo que tiene el ser humano con el agua.

El ser humano y el agua tienen una relación intrínseca y vital. El cuerpo humano está estrechamente vinculado al agua en varios aspectos clave. Aproximadamente el 60% del cuerpo humano está compuesto de agua, lo que resalta la importancia fundamental de este elemento en las funciones biológicas.

El cerebro, un órgano esencial, está compuesto en un 70% de agua, lo que subraya cómo la hidratación adecuada es crucial para un funcionamiento cognitivo óptimo.

Además, la sangre, un componente esencial para el transporte de nutrientes y oxígeno, está compuesta en un 80% de agua, resaltando su papel en la salud cardiovascular y la homeostasis corporal. Estos hechos subrayan la profunda interconexión entre el ser humano y el agua, destacando la necesidad de mantener un equilibrio adecuado de hidratación para garantizar un funcionamiento saludable del organismo.

## ***Técnica creativa: Imágenes activadoras***

---



**Figura 13.** Contaminación del agua: causas, consecuencias y soluciones, agua.org.mx  
<https://n9.cl/6olxh>

Para obtener un concepto de esta imagen, se extraerán conceptos relacionados al agua y la contaminación.

La contaminación es la introducción de sustancias o agentes contaminantes en el medio ambiente, en cantidades superiores a las naturales, que causan efectos adversos en los ecosistemas, la salud humana y otros organismos.

Estos contaminantes pueden ser químicos, físicos o biológicos, y provienen de diversas fuentes como: la industria, el transporte, la agricultura y la actividad humana en general.

La contaminación afecta el aire, el agua y el suelo, y es una preocupación importante debido a sus impactos negativos en la calidad de vida, la biodiversidad y el equilibrio de los ecosistemas.

Para obtener resultados que favorezcan al proyecto en general se sumarán aspectos como conceptos gráficos, de aprendizaje o de ayuda a la comunidad.

Conceptos obtenidos de la técnica creativa Imágenes activadoras.

- + Purifiquemos a los nuestros.
- + El medio ambiente es valioso y nuestra gente también.
- + Mantengamos el ciclo, purifiquemos lo nuestro.
- + Seamos el ecosistema que da vida.
- + Seamos transparentes, el agua es vidas.

# Técnica creativa

## Relaciones forzadas

.....

La técnica de creatividad “Relaciones Forzadas” fue creada por el autor Charles S. Whiting en 1958, consiste en un enfoque utilizado para generar nuevas ideas al establecer conexiones entre elementos que normalmente no están relacionados entre sí. Esta técnica busca superar las limitaciones mentales y fomentar la generación de ideas originales al forzar la unión de conceptos aparentemente inconexos.<sup>32</sup>

Fundación	Estrella	→	Seamos la estrella que guíe un movimiento.
Desarrollo	Felicidad	→	El desarrollo es felicidad.
Resiliencia	Libro	→	Seamos la página del libro que vale la pena leer.
Comunidad	Sueño	→	El sueño de la comunidad es su bienestar.
Autosuficiencia	Pintura	→	Pintemos nuestra propia autonomía.
Educación	Esperanza	→	Esperanzados en la educación.
Derechos humanos	Libertad	→	Tengamos el derecho a saber y ser libres.
Voluntad	Éxito	→	Voluntad que genera éxito.
Unión	Reloj	→	Estamos a tiempo para unirnos.
Humanidad	Lápiz	→	Dibujemos una sonrisa en las comunidades.
Formación	Equilibrio	→	Equilibrio entre salud e información.
Actividad	Perseverancia	→	Actuemos y seamos perseverantes.
Salud	Apreciación	→	Valoremos la salud.
Agua	Solidaridad	→	Apoyemos limpiando el agua.
Filtros	Océano	→	Filtramos la información y sabemos vidas.
Agua potable	Felicidad	→	Consumamos agua felizmente potable.

<sup>32</sup> Sandra. *Trabajando técnicas de creatividad*. 26 de julio del 2016. Acceso el 29 de julio del 2023, <https://tresdosu.com/es/trabajando-tecnicas-creatividad/>

## ***Técnica creativa: Relaciones forzadas***

---

Saneamiento	Inspiración	→ Inspiremos a sanear vidas humanas.
Progreso	Verdad	→ La verdad genera progreso.
Educación	Integridad	→ Eduquemos de manera íntegra.
Sostenible	Empatía	→ Mantengamos la empatía por las comunidades .
Humanidad	Color	→ Creemos comunidades visibles.
Colaboración	Paz	→ Colaboremos por llevar paz a las comunidades.
Participación	Pasión	→ Generamos pasión por participar.
Solidaridad	Visual	→ Generemos conciencia visual.
Cultura	Punto	→ Seamos el punto central del bienestar cultural.
Servicios	Potable	→ Servimos para salvar vidas.
Autonomía	Movimiento	→ Movimiento autónomo potable.
Salubridad	Visual	→ Desarrollo de salubridad visual.
Conocimiento	Comunicación	→ Comunicación información efectiva.

Conceptos obtenidos de la técnica creativa relaciones forzadas

- + Estamos a tiempo para unirnos.
- + Dibujemos una sonrisa en las comunidades.
- + Filtramos la información y salvemos vidas.
- + Hagamos comunidades visibles.
- + Movimiento autónomo potable.

***Luego de desarrollar las tres técnicas creativas los mejores conceptos desarrollados son los siguientes***

---

**Aprendizaje circular (técnica SCAMPER)**

El concepto refiere al ciclo natural del agua y al aprendizaje que debería ser circular y no lineal para mantenernos constantemente aprendiendo.

**Agua transparentes (técnica imágenes activadoras)**

Este concepto intenta replicar una de las características mayormente conocidas del agua en buen estado y al concepto de ser transparentes al momento de recibir donaciones.

**Mantengamos el ciclo (técnica relaciones forzadas)**

Para este concepto se pretende que las personas mantengamos el ciclo natural del agua evitando la contaminación de los recursos hídricos.

El concepto seleccionado es el siguiente.

## **Concepto creativo**

### **Agua transparente**

El fundamento para utilizar este concepto es el siguiente:

Este concepto se seleccionó por sobre los otros porque reúne todos los elementos conceptuales que, a su vez, son aplicables al diseño de mejor manera con respecto a los otros dos conceptos desarrollados.

# Premisas de diseño



Entendemos por premisas de diseño a los elementos gráficos y la estructura que se utilizarán para la producción de material gráfico del proyecto siendo coherentes con los códigos de diseño.

## ***Paleta cromática: codigos RGB y hexadecimales***



**RGB:** R 251 G 95 B 32  
**HEX:** #FB5F20



**RGB:** R 116 G 182 B 197  
**HEX:** #74b6c5

## ***Tipografía:***

Familia tipográfica

**MONTERRAT**

## ***Formato:***

Video: MP4  
1080 x 1920 @ 60 FPS  
Orientación vertical

# Referencia de imágenes

.....

La recopilación de referencias consiste en compilar antecedentes gráficos que sirvan de inspiración al momento de diseñar, desarrollando una base visual para la elección de ciertos aspectos de diseño como pueden ser, la tipografía, palets de color y estilo gráfico, a partir de este punto se obtienen referencias para crear un estilo distintivo.

## **Referencias visuales**

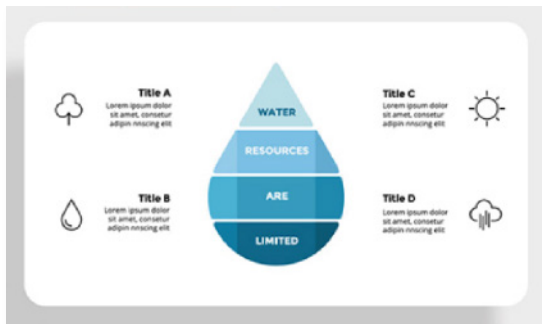


**Figura 14.** P&I Printed Report, Mikey Dilworth  
<https://n9.cl/9hfna>



**Figura 15.** EFEMÉRIDES | Vector Art, Katherine Ramos  
<https://n9.cl/9xa4x>

## Referencias visuales



**Figura 16.** Free Eco Infographics. PowerPoint Presentation Template, Wowly Infographics - <https://n9.cl/b8j4t>

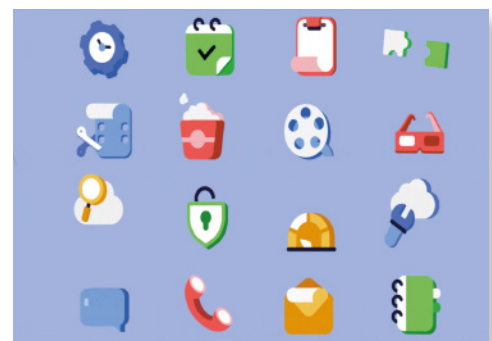


**Figura 17.** Satori Water Chi Vö <https://n9.cl/4gou8>

## Referente de ilustración:



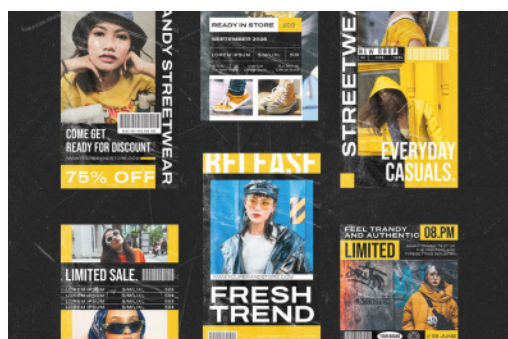
**Figura 18.** Summer Camp, Maria Maldonado <https://n9.cl/c3dn0t>



**Figura 19.** AFTER EFFECTS [lottie animation], Natali Minakova - <https://n9.cl/mm1fd>



## Referente de tipografía:



**Figura 20.** Fashion Instagram Templatem, Ronalde Aanderson - <https://n9.cl/b1u75>

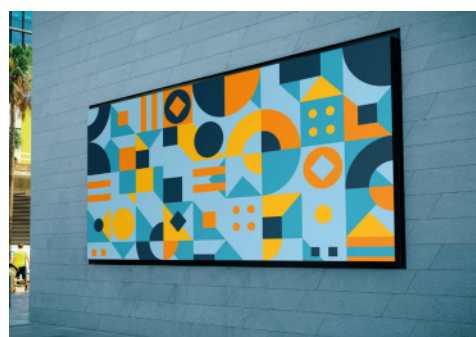


**Figura 21.** Odontologia - Social Media (Pack download), Isaque dsgn® - <https://n9.cl/l9rcn7>

## Referente de color:



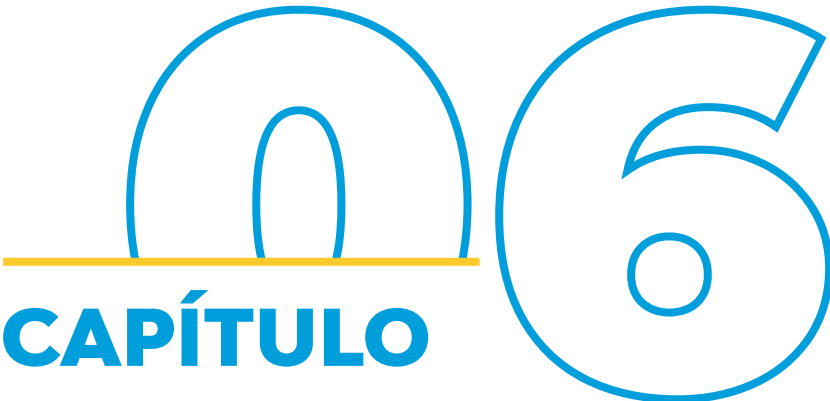
**Figura 22.** Mobile App Explainer Video, Nadya Chunikhina <https://n9.cl/wszv4>



**Figura 23.** Geometric Seamless Pattern Constructor, Igor Polyakov - <https://n9.cl/6vaoh>







# CAPÍTULO 66

## **Producción gráfica:**

En este capítulo se presentan los avances realizados en cuanto a la producción gráfica y los resultados obtenidos que fueron validados a través del estudiante, los expertos en diseño gráfico y el grupo objetivo. Finalmente en este capítulo se presenta la fundamentación técnica de los productos finales se explican los lineamientos para su puesta en práctica y el aporte económico del estudiante a la institución.

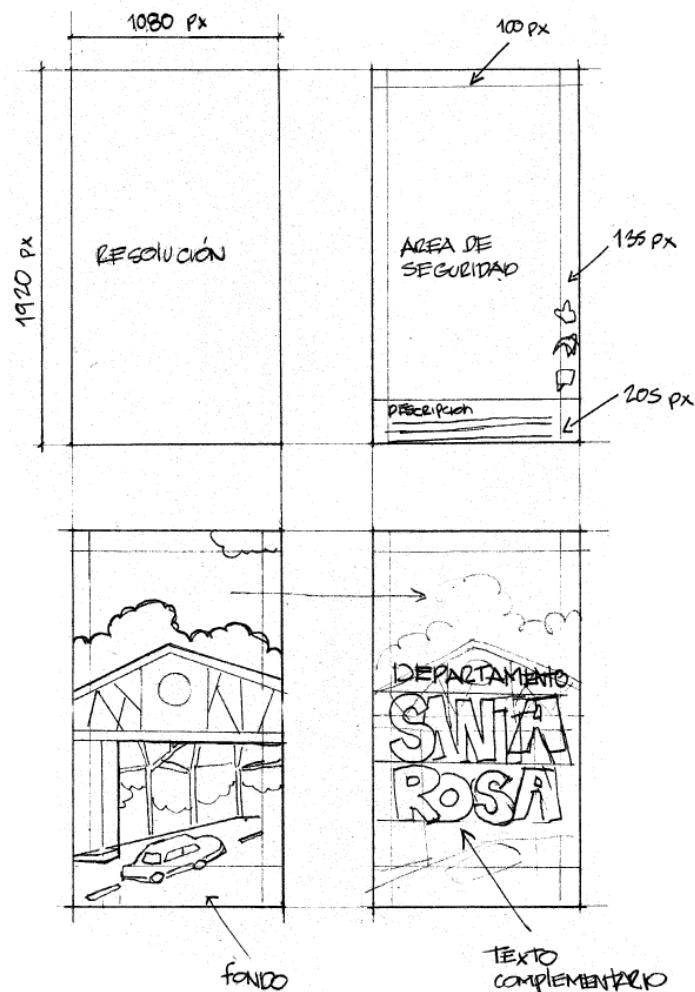
## Nivel 1 de visualización

### Autoevaluación

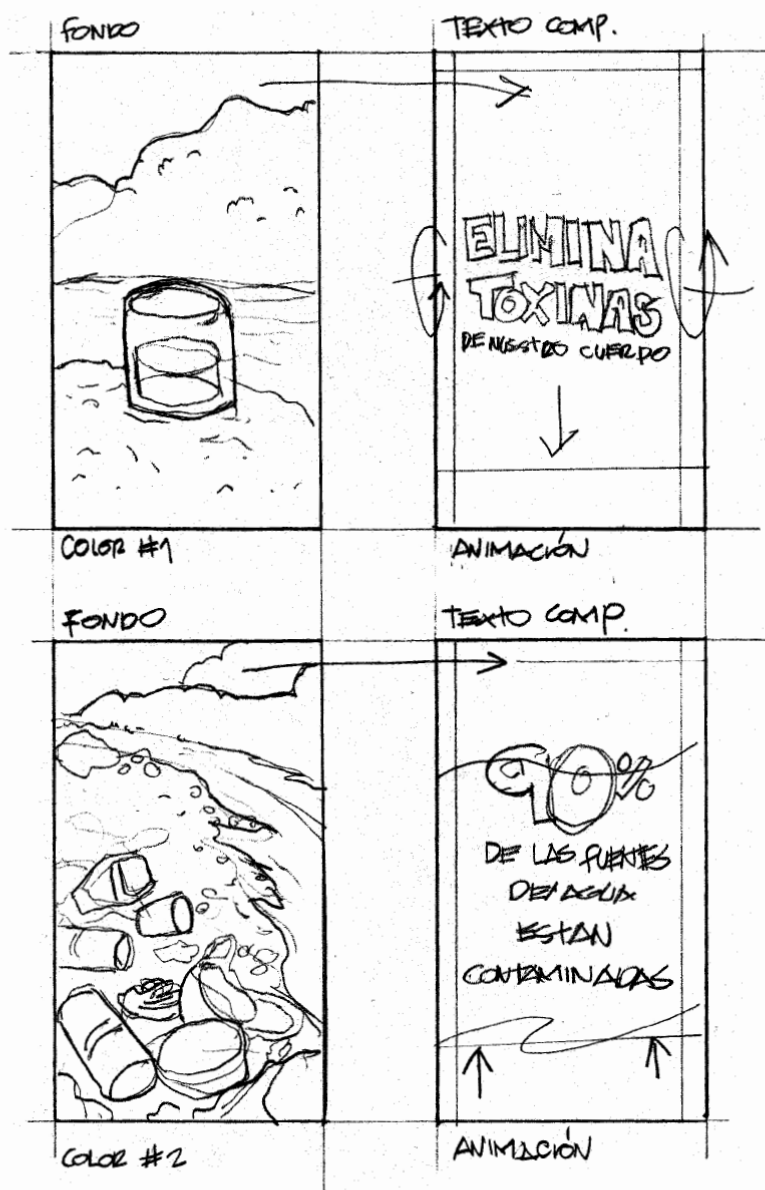
Partiendo del concepto creativo seleccionado se procedió a realizar 3 propuestas para dar solución gráfica al problema de comunicación detectado dentro de la institución.

Las 3 propuestas realizadas fueron las siguientes.

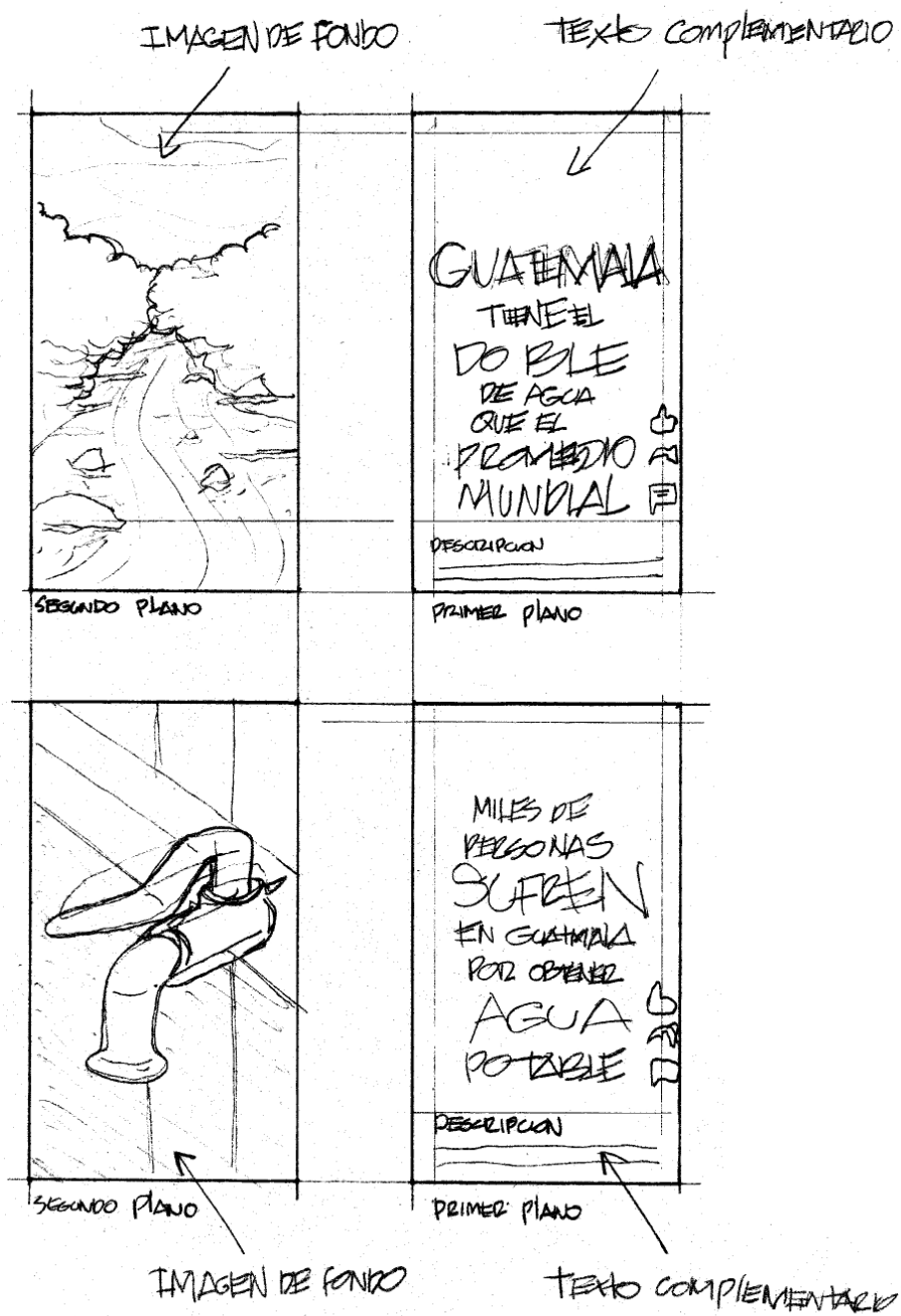
### Boceto #1



## Boceto #2



### Boceto #3



Alas propuestas realizadas se les aplicó una matriz de evaluación proporcionada por el asesor metodológico que contempla los siguientes aspectos:



### AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada con base en los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	<b>Pertinencia:</b> La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.			x		
2	<b>Memorabilidad:</b> Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.					x
3	<b>Fijación:</b> El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.				x	
4	<b>Legibilidad:</b> Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.		x			
5	<b>Composición Visual:</b> Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.			x		
6	<b>Abstracción:</b> Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.	x				
7	<b>Estilización:</b> Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.		x			
8	<b>Diagramación:</b> La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.			x		
9	<b>Diseño Tipográfico:</b> La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.				x	
10	<b>Uso del Color:</b> Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.				x	
TOTAL		1	2	3	3	1


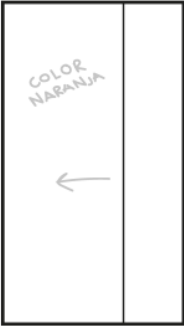



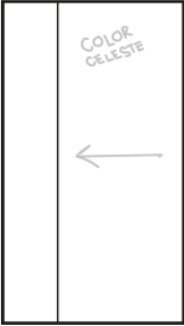
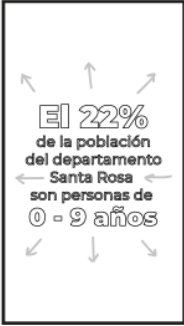
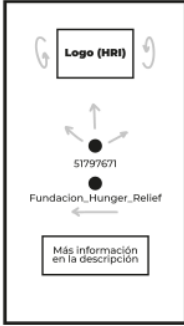
Luego de evaluar los bocetos con base en la matriz, la propuesta seleccionada es la **numero 3**.



Seleccionada la propuesta, se digitalizó con el objetivo de tener una mejor visualización de la misma. adicionalmente, se completó el trabajo de bocetaje digital por tratarse de una propuesta de producción audiovisual.

Storyboard #1

Título:  
Reel #1 Guion institucional y su vínculo con el departamento de Santa Rosa.  
Nomenclatura:  
A: animación      F: Fondo

<p>Escena #1</p>  <p>A: Inicio del video con fondo naranja, entrada de texto animado y animación de logotipo</p> <p>F: Toma de personal de HRI en las comunidades de Santa Rosa.</p>	<p>Escena #2</p>  <p>A: Cambio de color naranja a color celeste de forma lateral para cambiar de texto.</p>	<p>Escena #3</p>  <p>A: Animación de desplazamiento de texto medium hacia la derecha, salto de texto black con salto de atrás hacia adelante.</p> <p>F: Tomas del departamento de Santa Rosa.</p>	<p>Escena #4</p>  <p>A: Cambio de color celeste a color naranja de forma lateral para cambiar de texto.</p>
<p>Escena #1</p>  <p>A: Animación de salto de texto black con salto de atrás hacia adelante, desplazamiento de texto medium hacia la derecha.</p> <p>F: Tomas del departamento de Santa Rosa.</p>	<p>Escena #2</p>  <p>A: Cambio de color naranja a color celeste de forma lateral para cambiar de texto.</p>	<p>Escena #3</p>  <p>A: Animación de desplazamiento de texto medium hacia la derecha, salto de texto black con salto de atrás hacia adelante.</p> <p>F: Tomas de personas en las comunidades.</p>	<p>Escena #3</p>  <p>A: Información de contacto que se desplaza de manera lateral, al final sale logo de la institución.</p> <p>F: Tomas de personas en las comunidades.</p>

## Storyboard #2

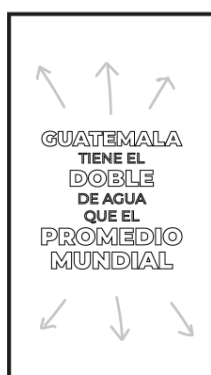
### Título:

Reel #2 Carencias del departamento de Santa Rosa.

### Nomenclatura:

A: animación F: Fondo

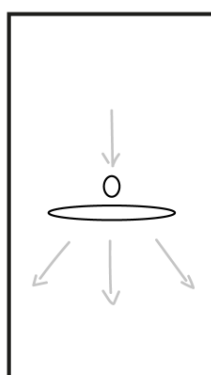
Escena #1



**A:** Inicio del video, con letras ondulándose y saltando hacia el frente del video.

**F:** Imagen de agua color celeste.

Escena #2



**A:** Transición de gota de agua, de un fondo celeste a un fondo blanco.

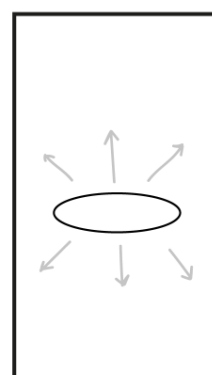
Escena #3



**A:** Aparición de texto saltando desde el fondo hasta el frente del video. El texto del 90% cuenta con un efecto ondulado en la parte superior.

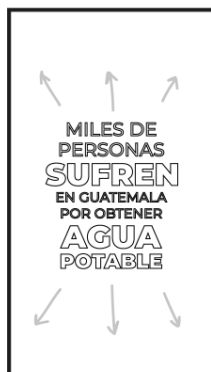
**F:** Imagen de agua color blanco.

Escena #4



**A:** Transición de gota de agua, de un fondo blanco a un fondo celeste.

Escena #1



**A:** Texto que salta desde el fondo hacia el frente del video.

**F:** Imagen de agua color celeste.

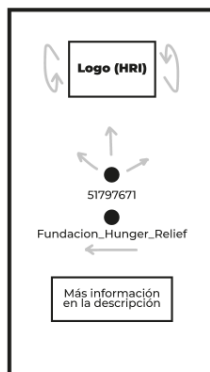
Escena #2



**A:** Transición de letras que se desvanece para dar paso a la información de contacto.

**F:** Imagen de agua color celeste.

Escena #3



**A:** Información de contacto que se desplaza de manera lateral, al final sale logo de la institución.

**F:** Imagen de agua color celeste.

## Storyboard #3

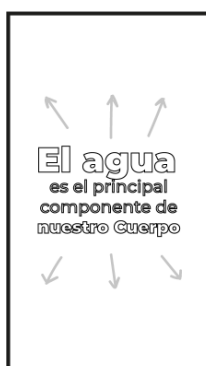
### Título:

Reel #3 Beneficios de beber agua potable.

### Nomenclatura:

A: animación F: Fondo

Escena #1



A: Inicio del video, con letras saltando hacia el frente del video.

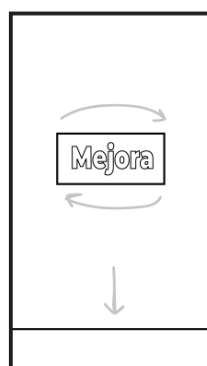
F: Imagen de personas tomando agua

Escena #2



A: Transición de video con cortinilla en sentido vertical que se mueve desde arriba hacia abajo.

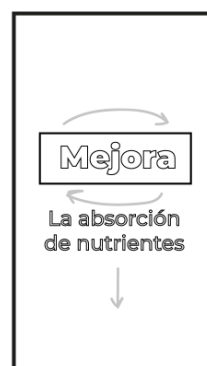
Escena #3



A: Texto de mejora, con movimiento rotativo de izquierda a derecha.

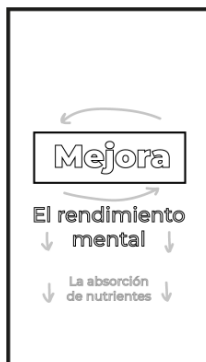
F: Imagen de vaso con agua

Escena #4



A: Texto de mejora, con movimiento rotativo de izquierda a derecha. Texto inferior que aparece de arriba hacia abajo.

Escena #5



A: Texto ya narrado que se desvanece desde arriba hacia abajo.

F: Imagen de vaso con agua.

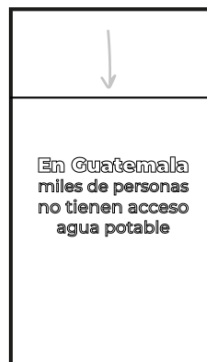
Escena #6



A: Texto de mejora, con movimiento rotativo que revela la parte final del texto.

F: Imagen de vaso con agua.

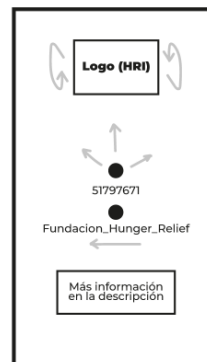
Escena #7



A: Transición de video que se desvanece con cortinilla en sentido vertical.

F: Fotografía de paisaje de Guatemala.

Escena #8



A: Información de contacto que se desliza de manera lateral, al final sale logo de la institución.

F: Fotografía de paisaje de Guatemala.

## Storyboard #4

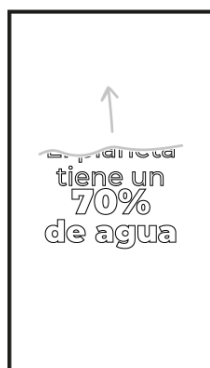
### Título:

Reel #4 Personas sin acceso a agua potable en el mundo y en Guatemala.

### Nomenclatura:

A: animación F: Fondo

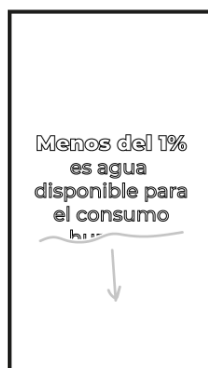
Escena #1



A: Texto descubierto por una transición líquida que se desplaza de abajo hacia arriba.

F: Imagen de un río.

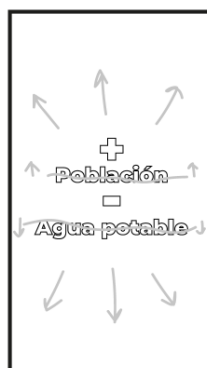
Escena #2



A: Texto descubierto por una transición líquida que se desplaza de arriba hacia abajo.

F: Imagen de un río.

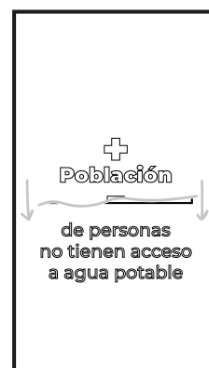
Escena #3



A: Animación de texto que salta hacia el frente de la pantalla, con animación de relleno en las letras.

F: Imagen de personas caminando.

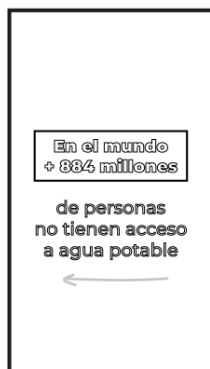
Escena #4



A: Texto descubierto por una transición líquida que se desplaza de arriba hacia abajo.

F: Vaso con agua.

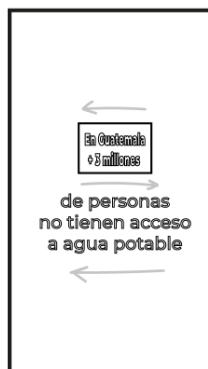
Escena #5



A: Animación de texto inferior que se desplaza de derecha a izquierda.

F: Vaso con agua.

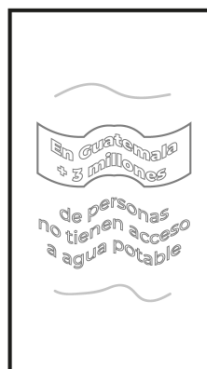
Escena #6



A: Animación de texto superior con flecha que rota de forma horizontal, Animación de texto inferior que se desplaza de derecha a izquierda.

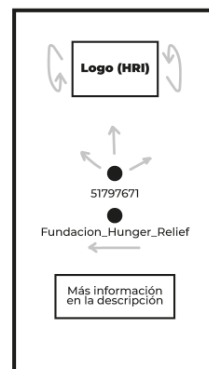
F: Vaso con agua.

Escena #7



A: La animación se ondula simulando las ondas del agua y se desvanece.

Escena #8



A: Información de contacto que se desplaza de manera lateral, al final sale logo de la institución.

F: Imagen de personal de la institución.

## Storyboard #5

### Título:

Reel #5 Agua potable, un derecho humano.

### Nomenclatura:

A: animación F: Fondo

Escena #1



**A:** Animación de desplazamiento de texto hacia la derecha, salto de texto inferior con salto de atrás hacia adelante.

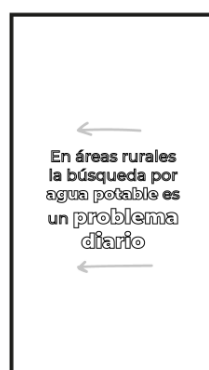
**F:** Imagen de fondo de con personas de la aldea yendo con botes de agua.

Escena #2



**A:** Animación de texto desvaneciendo y ondulando.

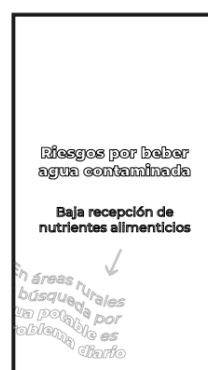
Escena #3



**A:** Animación de texto que se desplaza de derecha a izquierda.

**F:** Imagen de fondo de con personas de la aldea yendo con botes de agua.

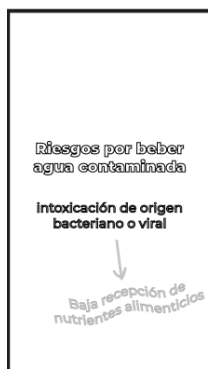
Escena #4



**A:** Aparición de texto superior y desvanecimiento de texto inferior.

**F:** Imagen de río en Guatemala.

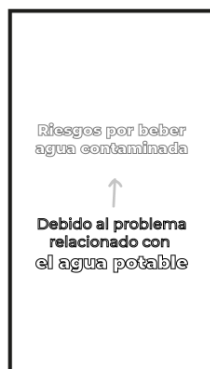
Escena #5



**A:** Aparición de texto superior y desvanecimiento de texto inferior.

**F:** Imagen de ríos en Guatemala.

Escena #6



**A:** Desvanecimiento de texto superior y aparición de texto inferior.

**F:** Imagen de ríos en Guatemala.

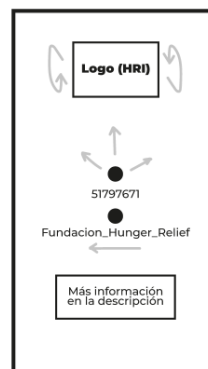
Escena #7



**A:** Desvanecimiento de texto superior y aparición de texto inferior.

**F:** Imágenes del personal de la fundación en comunidades de Santa Rosa.

Escena #8

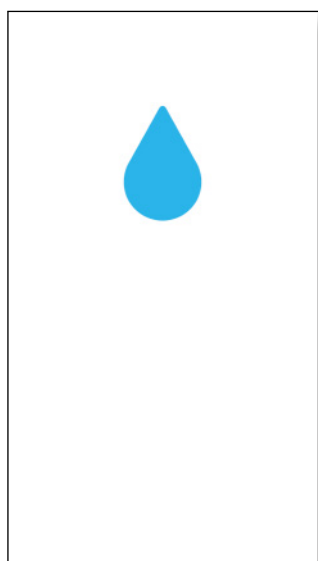


**A:** Información de contacto que se desplaza de manera lateral, al final sale logo de la institución.

**F:** Imágenes del personal de la fundación en comunidades de Santa Rosa.

## ***Propuesta digital animada***

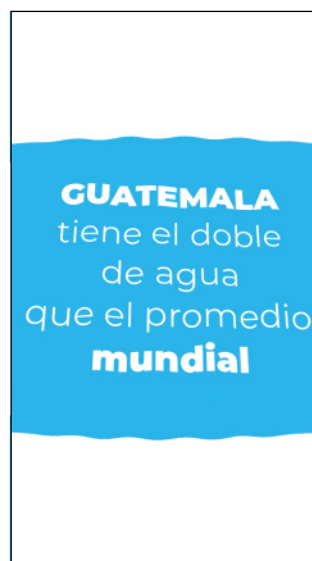
---



Escena 1.



Escena 2.



Escena 3.

La propuesta digitalizada se presentó a estudiantes de décimo ciclo de la Escuela de Diseño Gráfico, quienes hicieron los siguientes comentarios:

Comentario número 1. La velocidad del video era muy baja y eso podría repercutir en la visualización del público objetivo.

Comentario número 2. Se comentó que sería bueno quitarle efectos al video ya que cargar el video distrae al lector del objetivo principal que es comunicar una idea.

Comentario número 3. El video debería de tener al final un call to action dirigido a la descripción del video.

Comentario número 4. El trabajo se puede sintetizar de mejor manera en cuanto a gráficos.

Comentario número 5. Sería bueno mejorar el ritmo de vídeo.

Previo a la segunda visualización se trabajó en 5 guiones bajo el concepto de storyline y sus respectivas escaletas para mejorar la narrativa y el contexto de los videos cortos.

## **Reel #1**

### **HRI y su vínculo con el departamento de Santa Rosa**

## Guion

### **Introducción**

Las comunidades del departamento de Santa Rosa son las áreas en donde la Fundación HRI lleva a cabo sus programas que buscan favorecer el desarrollo de familias y comunidades.

### **Climax**

Según el censo realizado por el INE en el 2018, Santa Rosa cuenta con una población de más de trescientas noventa mil personas. De estas personas el 54,3% viven en pobreza y un 12,9% viven en pobreza extrema.<sup>32</sup>

Debido a estas carencias, varias comunidades en Santa Rosa sufren por la falta de agua potable, siendo la población de 0 a 9 años la más vulnerable por ingesta de agua contaminada.<sup>33</sup>

### **Final**

Si te gustaría ayudarnos a filtrar agua para personas en situaciones vulnerables, contáctanos y salvemos vidas.

<sup>33</sup> Ministerio de Trabajo y Previsión Social. *Modelo de identificación del riesgo de trabajo infantil*.

<sup>34</sup> IINE. Portal Resultados del Censo 2018. *Resultados departamento de Santa Rosa*.

## **Reel #2**

### **Carencias del departamento de Santa Rosa**

## Guion

### **Introducción**

Guatemala tiene el doble de disponibilidad de recursos hídricos que el resto de países alrededor del mundo.<sup>35</sup>

### **Climax**

Sin embargo el noventa por ciento de las fuentes de agua en Guatemala están contaminadas.

Debido a esta situación miles de personas en el territorio nacional sufren diariamente por obtener agua potable.<sup>36</sup>

### **Final**

Si te gustaría ayudarnos a filtrar agua para los más necesitados, contáctanos y salvemos vidas.

<sup>35</sup> Miguel Martínez Tuna. *¿Cuál es el valor del agua?* 19 de marzo de 2021. Acceso 30 de mayo del 2023, <https://www.undp.org/es/guatemala/blog/cual-es-el-valor-del-agua>

<sup>36</sup> David Toro Escobar. *Guatemala y el tormento de vivir sin agua en un país que tiene demasiada*. EFE Noticias, 19 marzo del 2023. Acceso el 30 de agosto del 2023, <https://efe.com/medio-ambiente/2023-03-19/el-tormento-de-vivir-sin-agua-en-un-pais-que-tiene-demasiada>



## **Reel #3**

### **Beneficios de beber agua potable**

## Guion

### **Introducción**

El agua es el principal componente del cuerpo humano y este representa del 50 al 70 % de nuestro peso total.<sup>37</sup>

### **Climax**

Entre algunos de los beneficios que podemos obtener al beber una apropiada cantidad de agua están:

Mejora nuestro rendimiento mental.

Hace que tengamos un buen flujo sanguíneo.

Aumenta nuestro rendimiento físico.<sup>38</sup>

Elimina toxinas de nuestro cuerpo.

A pesar de que el agua es un componente fundamental para nuestras vidas, en Guatemala, miles de personas no tienen acceso a los beneficios que brinda el ingerir agua de calidad.

### **Final**

Si te gustaría ayudarnos a filtrar agua para personas sin acceso a agua potable, contáctanos y salvemos vidas.

<sup>37</sup> Mayo Clinic. *Agua: ¿cuánto tienes que beber todos los días?* 12 de octubre del. 2022. Acceso el 29 de octubre del 2023, <https://n9.cl/osfic>.

<sup>38</sup> Redacción DoctorAkí. *Descubre cómo el agua mejora tu bienestar: 20 beneficios para el cuerpo* 15 de noviembre del 2023. Acceso el 2 de diciembre 2023, <https://www.doctoraki.com/blog/%20nutricion/20-beneficios-de-tomar-agua-para-el-cuerpo/>

## **Reel #4**

### **Personas sin acceso a agua potable en el mundo y en Guatemala**

## Guion

### **Introducción**

El planeta tierra está cubierto por un 70% de agua, sin embargo, el agua dulce que podemos usar para consumo humano se encuentra en algunos lagos y ríos, y este es menos del 1% del total del agua disponible.<sup>39</sup>

### **Climax**

Debido al aumento de la población mundial y la reducida cantidad de recursos hídricos de nuestro planeta, se estima que más de ochocientos ochenta y cuatro millones de personas viven sin acceso a agua potable en el mundo.<sup>40</sup>

En Guatemala, más de 3 millones de personas no tienen facilidad de acceso a este recurso natural.<sup>41</sup>

### **Final**

Debido a esta situación, la Fundación Hunger relief international, se ha dedicado a donar filtros de agua a comunidades vulnerables en el departamento de Santa Rosa.

Si te gustaría donar recursos para llevar filtros de agua a comunidades en situaciones vulnerables, contáctanos y salvemos vidas.

<sup>39</sup> María José Montesinos. *Día Mundial del Agua 2022: ¿Cuánta agua potable hay en la Tierra? ¿Se puede acabar?* *Eltiempo.es*. 22 de marzo del 2022. Acceso el 29 de mayo 2023, <https://www.eltiempo.es/noticias/dia-mundial-del-agua-2022-cuanta-agua-potable-hay-en-la-tierra-se-puede-acabar>

<sup>40</sup> ACNUDH; ONU Hábitat y OMS. *El derecho al agua. folleto informativo No. 35*. S.f. Acceso el 15 de noviembre del 2023, <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/FactSheet35sp.pdf>

<sup>41</sup> Universidad del Valle de Guatemala y UNOPS. *3er Foro Virtual del Agua y Saneamiento*. Guatemala, 29 de agosto del 2022. Acceso el 13 noviembre del 2023,

## **Reel #5**

### **Agua potable, un derecho humano**

## Guion

### **Introducción**

La falta de agua potable afecta a más de un millón de niños en Guatemala. <sup>42</sup>

### **Climax**

En las áreas rurales la búsqueda por obtener agua potable es un problema constante. Muchos niños en el interior del país se dedican diariamente a recolectar agua para sus familias.

Las personas que se someten al riesgo de beber agua sin previa filtración pueden padecer alguno de los siguientes problemas:

Baja recepción de nutrientes alimenticios.

Intoxicación de origen bacteriano o viral.

Dolores corporales, náuseas, vómito, fiebre, o incluso hasta la muerte. <sup>43</sup>

### **Final**

Debido al problema relacionado con el agua potable, la Fundación Hunger Relief International, se ha dedicado a donar filtros de agua en comunidades vulnerables en el departamento de Santa Rosa. si te gustaría ayudarnos, contáctanos y salvemos vidas.

<sup>42</sup> “World Vision. *Así afecta la falta de agua potable a la niñez en Guatemala*. 31 de marzo del 2023. World Vision Guatemala. Acceso el 13 noviembre del 2023, <https://worldvision.org.gt/noticias/asi-afecta-la-falta-de-agua-potable-a-la-ninez-en-guatemala/>.

<sup>43</sup> Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. *Las enfermedades que se transmiten por agua y alimentos*.

## Escaleta Reel

### Escaleta, guion 1.

Tiempo	Efecto / Música	Locutor
10 segundos	Música	Introducción sobre el vínculo de (HRI) y el departamento de Santa Rosa.
25 segundos	Música	Climax: Narración sobre datos estadísticos de las precariedades del departamento de Santa Rosa.
7 segundos	Música	Final: Narración final donde se mencionan las formas de contactos con la institución para apoyar su trabajo.

### Escaleta, guion 2.

Tiempo	Efecto / Música	Locutor
5 segundos	Música	Narración sobre la disponibilidad que tiene Guatemala sobre sus recursos hídricos.
12 segundos	Música	Narración sobre datos estadísticos relacionados a la contaminación del agua en Guatemala y como las personas sufren por el poco acceso de agua potable.
7 segundos	Música	Final: Narración final donde se mencionan las formas de contactos con la institución para apoyar su trabajo.

### Escaleta, guion 3.

Tiempo	Efecto / Música	Locutor
7 segundos	Música	Narración sobre los porcentajes de agua en el cuerpo humano.
27 segundos	Música	Narración sobre los beneficios de beber agua potable.
8 segundos	Música	Final: Narración final donde se mencionan las formas de contactos con la institución para apoyar su trabajo.

## Escaleta Reel

### Escaleta, guion 4.

Tiempo	Efecto / Música	Locutor
20 segundos	Música	Narración de datos estadísticos sobre la disponibilidad de agua en el mundo
13 segundos	Música	Narración de datos estadísticos sobre la disponibilidad de agua que tienen las personas en Guatemala y alrededor del mundo
20 segundos	Música	Final: Narración final donde se mencionan las formas de contactos con la institución para apoyar su trabajo.

### Escaleta, guion 5.

Tiempo	Efecto / Música	Locutor
6 segundos	Música	Narración sobre los niños que se ven afectados por la ingesta de agua contaminada.
30 segundos	Música	Narración sobre los problemas sociales que sufren las personas en áreas rurales por obtener agua potable
20 segundos	Música	Final: Narración final donde se mencionan las formas de contactos con la institución para apoyar su trabajo.

## **Nivel 2 de visualización**

### **Evaluación con profesionales**

---

En esta segunda etapa de visualización se presentó el trabajo a diseñadores profesionales.

En esta etapa participaron los siguientes profesionales.

#### **Ana Carolina Shaw Acevedo**

Licenciada en Cine y TV 7 años de experiencia en La Casa de Producción.

#### **Erik Francisco Castellanos Alvarado**

Diseñador gráfico 7 años de experiencia en Alicante Films.

#### **Jorge Mario Escobar Taqué**

Diseñador gráfico 7 años de experiencia en Los Cebollines.

#### **Cristian Ricardo González**

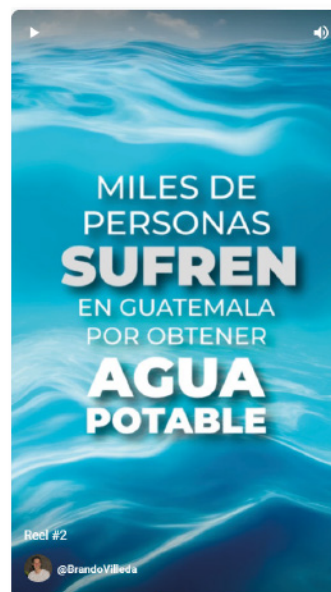
Director de fotografía 5 años de experiencia en Cine Concepción.

#### **Carlos Roberto Ayala Ramos**

Diseñador gráfico 5 años de experiencia en Modulesa Guatemala.

## ***Presentación a profesionales del diseño***

Realizados los cambios sugeridos por los estudiantes del décimo ciclo de la Carrera de Diseño Gráfico, las propuestas que se mostraron a los diseñadores profesionales fueron las siguientes:



Con los diseñadores seleccionados para este segundo nivel de visualización se realizó un grupo focal, el cual consistió en llevar a cabo una reunión en la cual se expuso el trabajo realizado por el estudiante para obtener, reacciones, comentarios o sugerencias, que mejoraran y se adaptaran de mejor manera al trabajo realizado hasta el momento.

Luego de realizar el grupo focal y analizados aspectos tales como: color, forma, formato, animación, tipografía. Los comentarios obtenidos de los diseñadores fueron los siguientes.

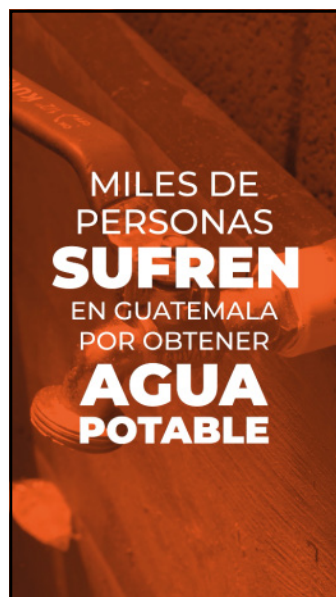
## **Comentarios**

1. Respecto al inicio del video opinaron lo siguiente: El video no debe comenzar con el logotipo de la organización, ya que esto puede repercutir en el interés del observador.
2. Respecto a la tipografía opinaron lo siguiente: La tipografía no debería de mantener una sombra tan marcada porque esto genera ruido visual al momento de ver el video.
3. Respecto al fondo de los videos se opinó lo siguiente: Las imágenes no deben ser tan genéricas y deben ser más apegadas al contexto del video.
4. Respecto a los colores del video se opinó lo siguiente: El color celeste utilizado puede cambiarse por uno que sea institucional puesto que dentro de la organización existe un color celeste que puede ser utilizado.
5. Respecto al final del video se opinó lo siguiente: El final del video no debería ser tan estático, este debería tener una pequeña animación, que llame la acción del observador.



## ***Aplicación de sugerencias***

Aplicadas las sugerencias de los diseñadores expertos la propuesta quedó de la siguiente manera.



### **Nivel 3 de visualización**

#### ***Evaluación con personal de la institución y grupo objetivo***

---

En esta tercera etapa de visualización se presentó el trabajo a personal de la institución y al grupo objetivo. Para ello se realizaron grupos focales para presentar el trabajo realizado hasta el momento.

#### **Por parte de la institución participaron las siguientes personas:**

##### **Rachel Zelon**

CEO y Presidenta Internacional de HRI.

##### **Jennifer Jones**

Directora de Relaciones con Donantes y Comunicaciones en HRI.

##### **Licda. Dewi Yazmin Rosal**

Directora de país (HRI) Guatemala.

##### **Licda. Kimberly Misshel Juárez López**

Oficial técnico de campo, Cuilapa.

##### **Hector Adolfo Alay MacDonald**

Oficial de Donor See Guatemala.

#### **Por parte del grupo objetivo participaron:**

**Ing. Erwin Rubio Monterroso** 64 años

**Ing. Efren Ubaldo Vicente Lorenzo** 60 años

**Evelyn Marleny Cinco Arroyo** 53 años

**Wanda Yadira Herrera Osoy** 30 años

**Kimberli Arasemi López Alarcón** 32 años

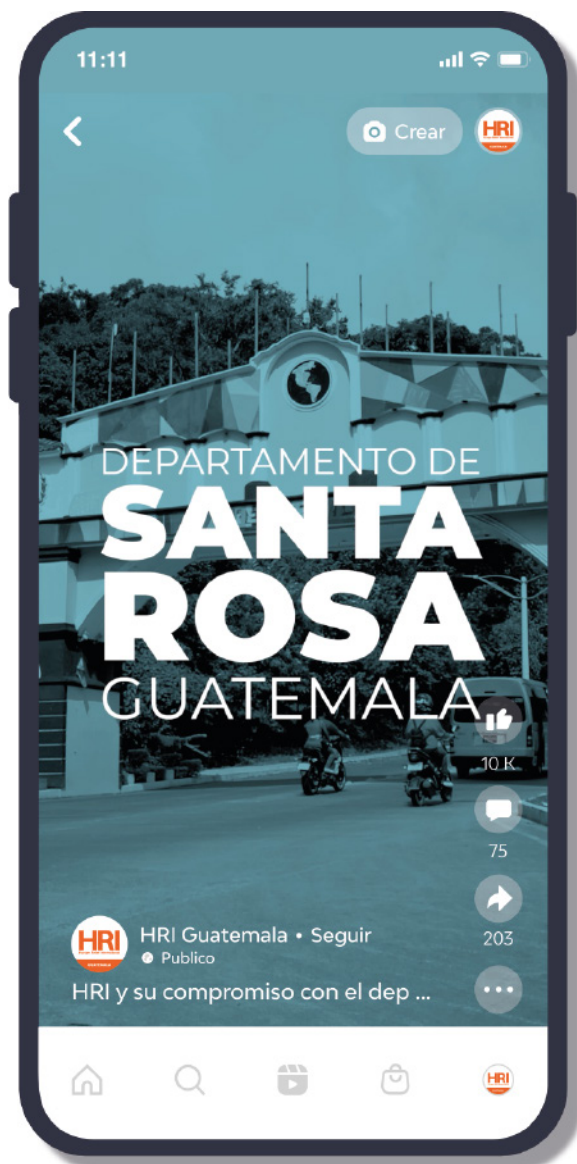
### ***Los comentarios obtenidos fueron los siguientes:***

1. Se debería incluir más mujeres y niños en los videos cortos, para generar empatía.
2. La campaña debería tener contenido más impactante en vista de que la sociedad guatemalteca en estos tiempos se encuentra desensibilizada.
3. Aplicadas las sugerencias del tercer nivel de visualización a la propuesta se agregó el siguiente contenido.



Para atender a los comentarios obtenidos, se agregaron imágenes de mujeres y niños creados con inteligencia artificial, además, se hizo énfasis en las infecciones que una persona puede padecer y las consecuencias fatales de no tratarse a tiempo.

***Finalizado el proceso de validaciones el resultado final es el siguiente:***



Accede a la campaña completa desde el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/@BrandoVilleda>



## Visualización Reel #2



Accede a la campaña completa desde el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/@BrandoVilleda>





### Visualización Reel #3



Accede a la campaña completa desde el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/@BrandoVilleda>



## Visualización Reel #4

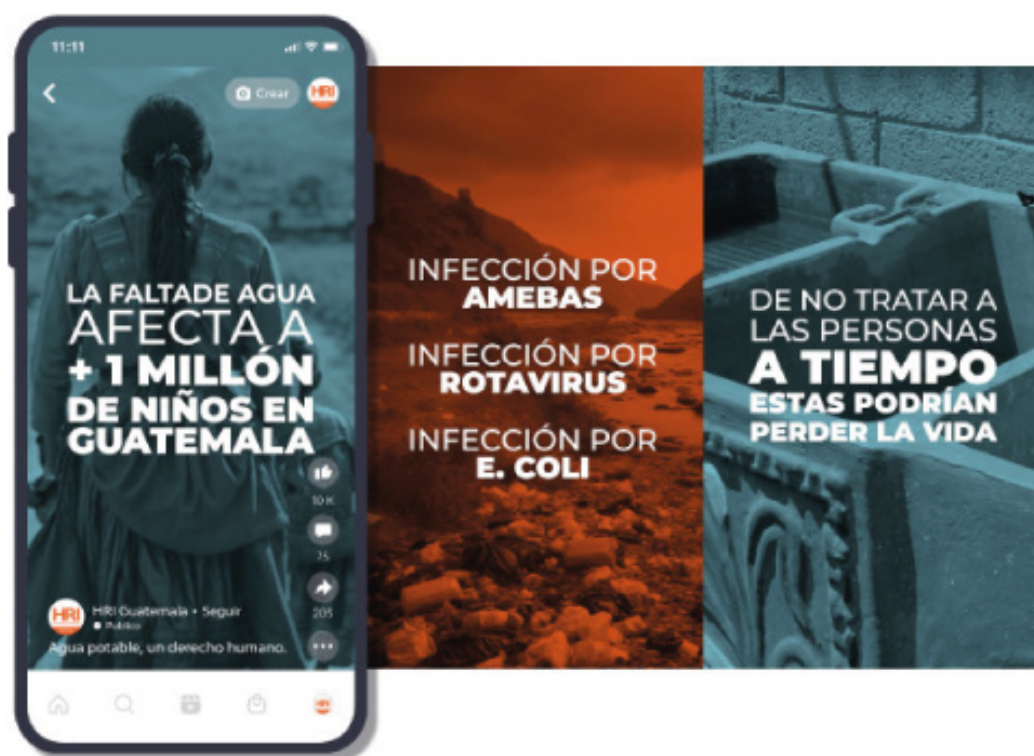


Accede a la campaña completa desde el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/@BrandoVilleda>



## Visualización Reel #5



Accede a la campaña completa desde el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/@BrandoVilleda>





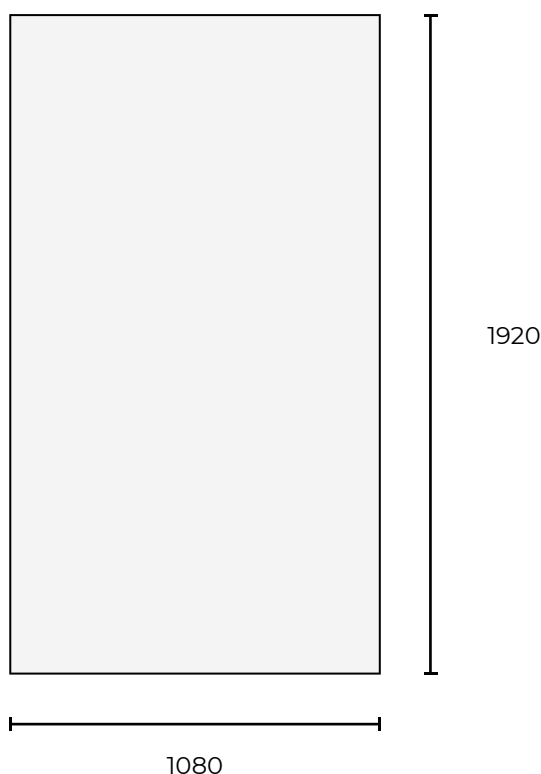
# Fundamentación técnica

.....

Presentados los resultados finales de los vídeos cortos, a continuación se presenta la fundamentación técnica de los elementos de diseño gráfico que se utilizaron en la creación de la estrategia de comunicación visual.

## **A. Formato**

Después de analizar las posibles medidas que deberían tener los videos cortos se optó por utilizar una medida de 1080 x 1920 en formato vertical buscando una medida intermedia entre el formatos más cuadrados y los formatos más extendidos, esta decisión buscó que la reproducción de los videos se adapté y consuma en la mayor cantidad de dispositivos posible.



## B. Composición

### Retícula

Este proyecto fue trabajado sobre una retícula que permite cierta distancia entre los textos y los iconos que las distintas plataformas utilizan para las interacciones entre los consumidores y los creadores de contenido.

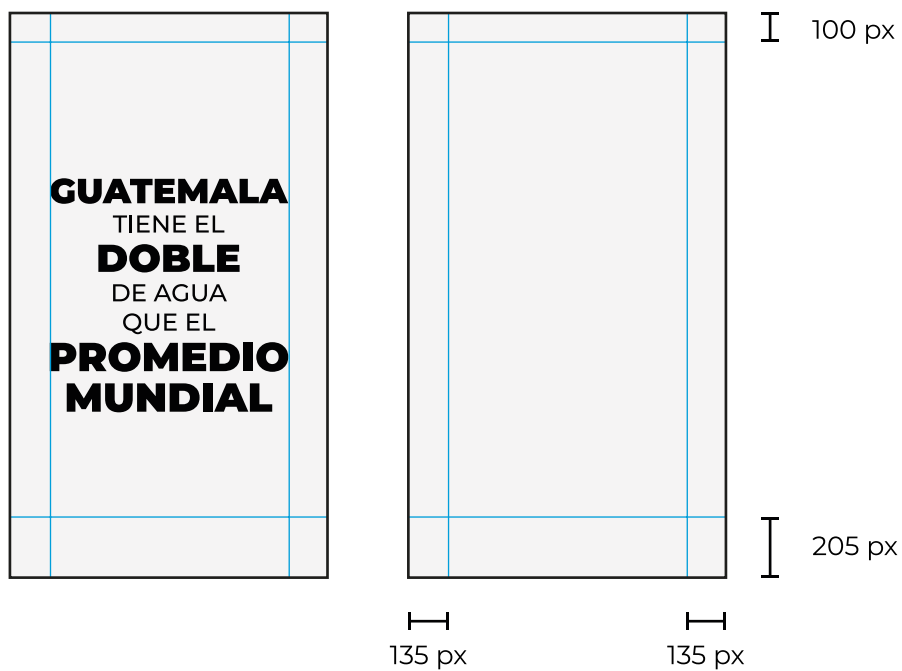
### Área de seguridad para texto

Parte superior: 100 píxeles

Parte inferior: 205 píxeles

Lado izquierdo: 135 píxeles

Lado derecho: 135 píxeles



## C. Código cromático

La paleta de colores utilizada se basó en tonalidades de colores institucionales que la Fundación HRI utiliza, los colores fueron proporcionados por personal de la institución a través de un intercambio de información.

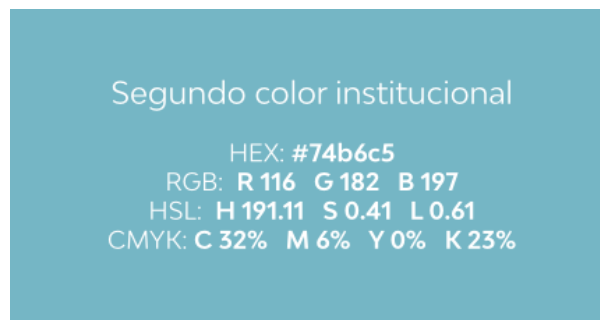
### Color naranja

El color naranja es el color principal que la institución utiliza para representarse, este también es el color bajo el que está construido el logotipo.



### Color celeste

El color celeste es el segundo color institucional utilizado por la Fundación HRI.



## D. Código Tipográfico

Para los diferentes videos cortos de la campaña visual se utilizó la familia tipográfica sin serifa llamada Montserrat, esta tipografía permite una buena legibilidad y lecturabilidad, esta tipografía es de fácil acceso y de uso libre lo que permite utilizarla para futuras publicaciones, el tratamiento que se le dio a la tipografía para este proyecto son, correcciones en tracking y kerning para mejorar el recorrido visual.

# Montserrat

Aa, Bb, Cc, Dd, Ee, Ff, Gg, Hh, Ii, Jj, Kk, Ll,  
Mm, Nn, Ññ, Oo, Pp, Qq, Rr, Ss, Tt, Uu, Vv,  
Ww, Xx, Yy, Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

## ***E. Código icónico visual***

El código icónico visual utilizado en este proyecto se utilizó imágenes y texto en la siguiente disposición.

No.1 Texto. Las composiciones buscan ser dinámicas y llamativas, los textos están situados al centro de la composición siendo el elemento que transmite la información concreta y que busca obtener la mayor atención dentro de la campaña visual.

No.2 Imagen de fondo. Las imágenes utilizadas para la campaña fueron tomadas de las visitas de campos realizadas a Santa Rosa, estas imágenes son apoyadas con imágenes generadas con inteligencia artificial ya que solo de esta manera se pudieron conseguir imágenes en situaciones complejas de recrear que complementan el trabajo, todas las imágenes fueron tratadas para visualizar un aspecto único y reconocible sobreponiendo colores sobre las imágenes que vinculan el proyecto con la institución.

## ***F. Código lingüístico***

Todo el material de la campaña de comunicación visual está creado en el lenguaje propio de la institución, siendo este un lenguaje de desarrollo social, diplomático e institucional, mismo que se utiliza en el ámbito de la cooperación internacional. La comunicación mantiene un carácter formal y utiliza términos técnicos de la institución.

# Lineamientos para la puesta en práctica

.....

Con el fin de garantizar la eficacia de la estrategia de comunicación visual realizada en este proyecto, se presentan a continuación una serie de descripciones técnicas, pautas de uso y directrices de reproducción para los materiales diseñados, con el objetivo de mejorar su utilidad.

A la Fundación HRI se le hizo la entrega de los siguientes materiales digitales.

## ***A. Componentes del proyecto***

1. videos cortos renderizados a máxima calidad.

Reel #1. HRI y su compromiso con el departamento de Santa Rosa

Reel #2. Agua potable en Guatemala

Reel #3. Beneficios de beber agua potable

Reel #4. Personas sin acceso a agua potable en el mundo y en Guatemala

Reel #5. Agua potable, un derecho humano

## **B. Especificaciones técnicas**

### Videos cortos tipo reel en formato vertical para redes sociales.

Reel #1. HRI y su compromiso con el departamento de Santa Rosa

Duración: 47 segundos

Resolución: 1080 x 1920 @ 60 FPS

Orientación: vertical

Formato: MP4

Reel #2. Agua potable en Guatemala

Duración: 37 segundos

Resolución: 1080 x 1920 @ 60 FPS

Orientación: vertical

Formato: MP4

Reel #3. Beneficios de beber agua potable

Duración: 51 segundos

Resolución: 1080 x 1920 @ 60 FPS

Orientación: vertical

Formato: MP4

Reel #4. Personas sin acceso a agua potable en el mundo y en Guatemala

Duración: 58 segundos

Resolución: 1080 x 1920 @ 60 FPS

Orientación: vertical

Formato: MP4

Reel #5. Agua potable, un derecho humano

Duración: 59 segundos

Resolución: 1080 x 1920 @ 60 FPS

Orientación: vertical

Formato: MP4

## **Archivos editables**

Para manipular de manera correcta los archivos editables se debe contar con los siguientes archivos y softwares disponibles.

Adobe Premiere Project (.prproj) Versión 2020 o superior.  
Archivo que incluye la edición general del proyecto.

Adobe After Effects Project (.aep) Versión 2020 o superior.  
Archivo que incluye las animaciones de los textos.

Recursos digitales.

Para llevar a cabo cambios o modificaciones al trabajo elaborado se debe contar con los archivos de extensión (.prproj) y (.aep) sumado a todos los recursos digitales que componen el proyecto, archivos Jpg, archivos mp3, y archivos necesarios que componen la totalidad el proyecto.

## **C. Condiciones de uso**

### Publicación y metadatos

Se recomienda la publicación de los videos cortos únicamente en las páginas oficiales de la institución por ser el medio efectivo y creíble de comunicación. La información complementaria asociada a estos videos debe estar estrechamente vinculada al tema presentado, en la descripción de los videos, se sugiere la inclusión de no más de tres formas de contacto. Estas vías de contacto pueden variar en cada video.

Además, en cada video, es importante agregar hashtags o palabras clave precedidas por el signo "#". Se recomienda un mínimo de tres y un máximo de diez palabras asociadas al tema. Estas prácticas de etiquetado contribuirán con las publicaciones y mejorarán la visibilidad del contenido por los algoritmos de las redes sociales donde se comparta.

Estas directrices buscan facilitar la visibilidad del problema con posibles donantes, promoviendo las publicaciones a través de la viralidad orgánica, fortaleciendo el trabajo que realiza la institución en el departamento de Santa Rosa.

## **D. Condiciones de reproducción**

### Duración de la campaña

Para que la campaña visual sea efectiva esta debe programar las publicaciones de la siguiente manera: para un modelo de campaña rápida y constante debe existir entre 1 a 2 días entre cada publicación de cada video. Para un modelo de campaña medio debe considerarse un período de 3 a 7 días entre la publicación de cada video.

Un modelo de campaña más largo, no debe exceder los 10 días de publicación entre cada vídeo, también deben realizarse publicaciones intermedias entre cada publicación de videos cortos ya sean post, videos cortos o información sobre el trabajo de la institución, estas publicaciones deben tener aspectos de diseño utilizados en los videos cortos por ejemplo: tipografía, misma paleta cromática, mismo formato y mismo tratamiento de texto e imágenes.



# Aporte económico a la institución

.....

COSTOS FIJOS:		VALOR
Agua		Q 260.00
Energía eléctrica		Q 250.00
Internet		Q 185.00
Teléfono		Q 100.00
COSTOS VARIABLES:		
Papel		Q 50.00
Insumos de escritorio		Q 2,000.00
Tintas para impresora		Q 50.00
Transporte		Q 1,000.00
Equipo técnico y suministros		Q 12,000.00
Servicios digitales		Q 236.00
Otros costos variables		Q 4,400.00
SERVICIO PROFESIONALES		
Diagnóstico		Q 200.00
Elaboración del plan operativo		Q 500.00
Elaboración del Brief		Q 300.00
Elaboración de Insight y Concepto Creativo		Q 3,000.00
Bocetaje		Q 500.00
Fotografías		Q 4,000.00
Digitalización		Q 5,000.00
Validaciones (tres niveles de validación)		Q 2,400.00
Elaboración de propuestas finales de diseño		Q 5,000.00
Impresiones finales		Q 200.00
Adaptaciones		Q 3,000.00
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS		Q 456.00
HONORARIOS DEL DISEÑADOR		
Honorarios (precio por mes Q1,800)		Q 5,400.00
IMPUESTOS:		
IVA (12% sobre el total)		Q 6,058.00
ISR (5% sobre el total)		Q 2,524.00
TOTAL		<b>Q 59,069.00</b>







# CAPÍTULO

## **Síntesis del proceso:**

En este capítulo se sintetiza el desarrollo del proyecto presentando las conclusiones, las recomendaciones y las lecciones aprendidas en su realización.

## **7.1 Conclusiones**

Se colaboró en la comunicación y visibilidad del proyecto de agua y saneamiento que la Fundación HRI realiza con beneficiarios del departamento de Santa Rosa. Se logró informar al público objetivo respecto a las deficiencias que se viven en el interior del país sobre el consumo de agua potable en comunidades rurales.

Se diseñó la totalidad de los vídeos cortos que contienen información relevante sobre los problemas relacionados al saneamiento y como la Fundación HRI apoya esta causa.

## **7.2 Recomendaciones**

### **Recomendación a la institución**

Administrar de mejor manera el tiempo al momento de que surgen imprevistos, delegando el cargo a otra persona para mantener el seguimiento al estudiante.

### **Recomendación a la Universidad de San Carlos**

Mejorar, de manera general, la gestión administrativa que se brinda al estudiante

### **Recomendación a la Escuela de Diseño Gráfico**

Incentivar a los catedráticos para que busquen técnicas que inspiren y motiven a los estudiantes, a través de prácticas cortas, de desarrollo de proyectos.

### **Recomendación al estudiante que desarrolle proyecto de graduación**

Programar como mínimo el doble de tiempo correspondiente a un semestre normal para desarrollar de manera adecuada todo el Ejercicio Profesional Supervisado y el Proyecto de Graduación.

Para lograr inspiración al momento de desarrollar los proyectos es de suma importancia buscar una institución que trabaje en alguna temática de interés para el estudiante, o bien, donde pueda desarrollar un proyecto cuyo proceso sea impulsado a través de la motivación.

### **7.3 Lecciones aprendidas**

En la realización de este proyecto, se aprendió acerca de la relevancia de una apropiada y necesaria planificación y organización de cada etapa, para llevar a cabo un proyecto de diseño gráfico de esta magnitud.

En este trabajo se exploraron los detalles que influyen en el desarrollo de una campaña de comunicación visual, desde la concepción inicial hasta la ejecución final. Este proceso no solo revela la importancia de una planificación exhaustiva, sino que también, evidencia la necesidad de considerar cada faceta del diseño gráfico con atención y cuidado.

Este aprendizaje no solo enriqueció mis conocimientos sobre el diseño gráfico, sino que también, demostró la importancia que tiene la atención al detalle en la creación de proyectos visuales impactantes.

# Referencias.

## Referencias en línea

- ACNUDH; ONU Hábitat y OMS. *El derecho al agua. Folleto informativo No. 35*. S.f. Acceso el 15 de noviembre del 2023, <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/FactSheet35sp.pdf>
- Alcora. *Causas y consecuencias del agua contaminada*. 2022. Acceso el 13 abril del 2023, <https://n9.cl/f2g20>
- Bizneo. *Cronograma de un proyecto: ¿qué es y cómo crearlo?* 18 de noviembre 2020. Acceso el 19 de mayo del 2023, [www.bizneo.com/blog/cronograma/](http://www.bizneo.com/blog/cronograma/)
- CE.GE. *Comunicación visual: potencia tu campaña de marketing y crea emociones auténticas*. 9 de marzo del 2023. Acceso el 15 de agosto del 2023, <https://cegeglobal.com/blog/comunicacion-visual/>
- COMUNICARE. *Características del diseño de comunicación visual*. 3 de diciembre del 2021. Acceso el 19 de marzo del 2023, <https://www.comunicare.es/caracteristicas-del-diseno-de-comunicacion-visual/>
- El Directorio Guatemala. *Fundación Hunger Relief International*. 2023. Acceso el 21 de enero del 2023. <https://directorioguatemala.org/es/organizacion/fundaci%C3%B3n-hunger-relief-international>
- Elías, José. *Las aguas sucias de Guatemala*. El País, 24 de junio 2015. Acceso el 15 de enero 2023, [https://elpais.com/internacional/2015/06/24/actualidad/1435177135\\_432060.html?event=go&event\\_log=go&prod=REGCRART&o=cerradoam](https://elpais.com/internacional/2015/06/24/actualidad/1435177135_432060.html?event=go&event_log=go&prod=REGCRART&o=cerradoam)
- Farías, Gilberto. *Flujograma*. 2023. Acceso el 25 de febrero del 2023, <https://concepto.de/flujograma/>
- Guest Author. *Campañas publicitarias de todas las especies: ¡Conoce los diferentes tipos que existen!* 24 de mayo del 2018. Acceso el 5 de mayo del 2023, <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-campanas-publicitarias/>
- INE. Portal *Resultados del Censo 2018. Resultados departamento de Santa Rosa*. 2018. Acceso el 21 de enero del 2023, <https://censo2018.ine.gob.gt/mapas>
- Invasia. *Sistemas de saneamiento sostenible, técnicas para cuidar el medio ambiente*. 2022. Acceso el 21 de junio del 2023, <https://invasia.com/noticias/sistemas-saneamiento-sostenible>
- Leonardo.ai. *Unleash your Creativity with the power of Leonardo Ai*. S.f. Acceso el 21 de junio del 2023, <https://leonardo.ai/>
- López Besa, Anna. *Qué es el Diseño Gráfico: introducción, elementos y ramas del Diseño Gráfico*. 16 de noviembre del 2023. Acceso el 22 de diciembre del 2023, <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/>
- Marketingdirecto; Redacción. *La historia del marketing: de 1450 a 2020*. 26 de octubre del 2020. Acceso el 29 de mayo 2023, <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/historia-del-marketing>

## Referencias en línea

Martínez Tuna, Miguel. *¿Cuál es el valor del agua?* 19 de marzo de 2021. Acceso 30 de mayo del 2023, <https://www.undp.org/es/guatemala/blog/cual-es-el-valor-del-agua>

Martínez, Aurora. *Definición de Diseño Gráfico*. 25 de octubre de 2023. Acceso el 29 de noviembre 2023, <https://conceptodefinicion.de/disenio-grafico/>

Martínez, Nelson. *ProtoThinking (r): Pensamiento de Diseño en acción*. Amazon: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.

Mayo Clinic. *Agua: ¿cuánto tienes que beber todos los días?* 12 de octubre del. 2022. Acceso el 29 de octubre del 2023, <https://n9.cl/osffc>

Méndez Herrera, Santiago. *Tipos de clases sociales que existen en Guatemala*. 2023. Acceso 30 de mayo del 2023, <https://timov.la/blog/noticias/tipos-de-clases-sociales-que-existen-en-guatemala.html>

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. *Las enfermedades que se transmiten por agua y alimentos*. 26 de enero del 2022. Acceso el 25 de julio 2023, <https://prensa.gob.gt/comunicado/las-enfermedades-que-se-transmiten-por-agua-y-alimentos>

Ministerio de Trabajo y Previsión Social. *Modelo de identificación del riesgo de trabajo infantil*. Santa Rosa. Región IV: Suroriente. 2021. Acceso el 20 de febrero del 2023. [https://www.mintrabajo.gob.gt/images/Documentacion/Trabajo\\_Infantil/Ficha\\_Departamental\\_10\\_Santa\\_Rosa\\_b2.pdf](https://www.mintrabajo.gob.gt/images/Documentacion/Trabajo_Infantil/Ficha_Departamental_10_Santa_Rosa_b2.pdf)

Montesinos, María José. *Día Mundial del Agua 2022: ¿Cuánta agua potable hay en la Tierra? ¿Se puede acabar?* El tiempo.es. 22 de marzo del 2022. Acceso el 29 de mayo 2023, <https://www.eltiempo.es/noticias/dia-mundial-del-agua-2022-cuanta-agua-potable-hay-en-la-tierra-se-puede-acabar>

OPS. *Saneamiento básico: agua segura, disposición de excretas y manejo de la basura: cuadernillo para capacitaciones con enfoque intercultural en áreas rurales*. Buenos Aires, 31 de mayo del 2022. Acceso el 30 de junio del 2023, <https://iris.paho.org/handle/10665.2/56014>

Pacheco Rivas, Igma. *Sistemas de saneamiento básico sustentable. Tipos, técnicas y ejemplos*. 13 de enero del 2017. Acceso el 25 de julio del 2023, <https://ovacen.com/saneamiento-sustentable-concepto-experiencia-implementada/>

Pérez Marroquín, César. *El 95% del agua se desperdicia en Guatemala debido a la contaminación ambiental*. *Prensa Libre*, 7 de agosto de 2017. Acceso el 5 de julio del 2023, <https://n9.cl/vpxdk>

Pérez, Agustín. *¿Qué hace un diseñador gráfico? Todas las funciones y tareas que desempeña a diario*. 3 de noviembre de 2023. Acceso el 13 diciembre del 2023, <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/que-hace-un-disenador-grafico-todas-las-funciones-y-tareas-que-desempena-diario>



## Referencias en línea

Pérez, Ana. *¿Qué es un diagrama de Gantt y para qué sirve?* 2021. Acceso el 15 de mayo 2023, <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>

Rapaport, Jonatan. *Agua y saneamiento*. 2006. Acceso el 30 de junio del 2023, <https://www.dicc.hegoa.ehu.eus/listar/mostrar/8>

Redacción DoctorAkí. *Descubre cómo el agua mejora tu bienestar: 20 beneficios para el cuerpo*. 15 de noviembre del 2023. Acceso el 2 de diciembre 2023, <https://www.doctoraki.com/blog/%20nutricion/20-beneficios-de-tomar-agua-para-el-cuerpo/>

Salazar Ortiz, Víctor Hugo. *Breve historia de la contaminación hídrica*. LJA Aguascalientes. 17 de febrero del 2019. Acceso el 12 de agosto del 2023, <https://www.lja.mx/2019/02/breve-historia-de-la-contaminacion-hidrica/>

Sánchez Galán, Javier. *Presupuesto. Definición, qué es y concepto*. 2023. Acceso el 25 de junio 2023, <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto.html>

Sandra. *Trabajando técnicas de creatividad*. 26 de julio del 2016. Acceso el 29 de julio del 2023, <https://tresdosu.com/es/trabajando-tecnicas-creatividad/>

Santos, Diego. *Qué es un brief, para qué sirve y qué tipos existen*. 4 de abril del 2022. Acceso el 29 de julio del 2023, <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-un-brief>

\_\_\_\_\_. *Qué es el diseño gráfico, para qué sirve y ejemplos*. 6 de junio 2023. Acceso el 29 de julio del 2023, <https://blog.hubspot.es/marketing/disenio-grafico>

Toro Escobar, David. *Guatemala y el tormento de vivir sin agua en un país que tiene demasiada*. EFE Noticias, 19 marzo del 2023. Acceso el 30 de agosto del 2023, <https://efe.com/medio-ambiente/2023-03-19/el-tormento-de-vivir-sin-agua-en-un-pais-que-tiene-demasiada>

Universidad del Valle de Guatemala y UNOPS. *3er. Foro Virtual del Agua y Saneamiento*. Guatemala, 29 de agosto del 2022. Acceso el 13 noviembre del 2023, <https://n9.cl/d1vfx>

Wikipedia. *Anexo: Departamentos de Guatemala por PIB*. 2021. 30 de enero del 2023, [https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Departamentos\\_de\\_Guatemala\\_por\\_PIB#cite\\_note-0-1](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Departamentos_de_Guatemala_por_PIB#cite_note-0-1)

World Vision. *Así afecta la falta de agua potable a la niñez en Guatemala*. 31 de marzo del 2023. World Vision Guatemala. Acceso el 13 noviembre del 2023, <https://worldvision.org.gt/noticias/asi-afecta-la-falta-de-agua-potable-a-la-ninez-en-guatemala/>

# Índice de figuras

.....

Figura 1. Facebook fanpage, Hunger Relief International  
<https://n9.cl/c6eb7>

Figura 2. Facebook fanpage, Hunger Relief International  
<https://n9.cl/dp40f>

Figura 3. Facebook fanpage, Hunger Relief International  
<https://n9.cl/uh4cn>

Figura 4. Facebook fanpage, Hunger Relief International  
<https://n9.cl/3ykfb>

Figura 5. Social Media - Sandrin Design - 12  
Sandrin Design  
<https://n9.cl/cpbijh>

Figura 6. Business Marketing Instagram Post Template  
Marku Fhall  
<https://n9.cl/qzrts>

Figura 7. Modern Instagram Posts Template  
Creativity Studio  
<https://n9.cl/zj27g>

Figura 8. Colorful Instagram Post Template V:12  
Kevins Othomas  
<https://n9.cl/e6xfq>

Figura 9. El ciclo del agua es vital para el mantenimiento y la estabilidad del planeta Tierra, Editorial Etecé  
<https://concepto.de/ciclo-del-agua/>

Figura 10. Descubierta un nuevo comportamiento de las gotas de agua, iagua  
<https://n9.cl/073ng>

Figura 11. Los estados de la materia describen la relación entre las partículas que la componen, Equipo editorial, Etecé  
<https://n9.cl/xaq2d>

Figura 12. Facebook fanpage, Flash 25  
<https://n9.cl/es/s/m36y>

## Índice de figuras

Figura 13. Contaminación del agua: causas, consecuencias y soluciones, agua.org.mx  
<https://n9.cl/6olxh>

Figura 14. P&I Printed Report, Mikey Dilworth  
<https://n9.cl/9hfn>

Figura 15. EFEMÉRIDES | Vector Art, Katherine Ramos  
<https://n9.cl/9xa4x>

Figura 16. Free Eco Infographics. PowerPoint Presentation Template, Wowly Infographics  
<https://n9.cl/b8j4t>

Figura 17. Satori Water Chi Vö  
<https://n9.cl/4gou8>

Figura 18. Summer Camp, Maria Maldonado  
<https://n9.cl/c3dn0t>

Figura 19. AFTER EFFECTS [lottie animation], Natali Minakova  
<https://n9.cl/mmlfd>

Figura 20. Fashion Instagram Template, Ronalde Aanderson  
<https://n9.cl/b1u75>

Figura 21. Odontologia - Social Media (Pack download), Isaque dsgn®  
<https://n9.cl/l9rcn7>

Figura 22. Mobile App Explainer Video, Nadya Chunikhina  
<https://n9.cl/wszv4>

Figura 23. Geometric Seamless Pattern Constructor, Igor Polyakov  
<https://n9.cl/6vaoh>

Las imágenes complementarias que aparecen en este documento fueron creadas con la plataforma para creación de imágenes con inteligencia artificial Leonardo.Ai cuya página es la siguiente. <https://leonardo.ai>

# Anexo

.....

## ***Guión de preguntas para expertos de Diseño Gráfico.***

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Facultad de Arquitectura

**Escuela de Diseño Gráfico**  
Proyecto de Graduación



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**FACULTAD DE  
ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

### **Guion de preguntas para expertos de diseño gráfico**

1. ¿Considera que el video tiene un buen ritmo?
2. ¿Cuál es su opinión sobre la tipografía seleccionada?
3. ¿Cuál es su opinión sobre las imágenes de fondo del video?
4. ¿Cuál es su opinión sobre los colores seleccionados?
5. ¿Qué recomendaciones considera necesarias para que el trabajo mejore?

**Brando Jean Pierre Villeda Campos**

**Asesor metodológico**  
MSc. licenciado Luis Gustavo Jurado Duarte

Estrategia de comunicación visual para el proyecto de saneamiento de aguas ejecutado por la Fundación Hunger Relief International en comunidades del departamento de Santa Rosa.

## ***Guión de preguntas para grupo objetivo.***

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Facultad de Arquitectura

**Escuela de Diseño Gráfico**  
Proyecto de Graduación



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**FACULTAD DE  
ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

### **Guion de preguntas para grupo objetivo**

1. ¿Considera que el material desarrollado es útil?
2. ¿Considera que la información de los videos cortos es clara?
3. ¿Considera que se comprende el objetivo de los videos cortos?
4. ¿Considera que existe algún segmento difícil de comprender?
5. ¿Qué recomendaciones considera necesarias para que el trabajo mejore?

**Brando Jean Pierre Villeda Campos**

**Asesor metodológico**  
MSc.Licenciado Luis Gustavo Jurado Duarte

Estrategia de comunicación visual para el proyecto de saneamiento de aguas ejecutado por la Fundación Hunger Relief International en comunidades del departamento de Santa Rosa.



Guatemala, 20 de mayo 2024

Arquitecto  
Sergio Francisco Castillo Bonini  
Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que llevé a cabo la revisión de estilo y lingüística del proyecto de graduación del estudiante, **Brando Jean Pierre Villeda Campos**, carnet **201905913** de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, titulado:

*Estrategia de comunicación visual  
para el Proyecto de Saneamiento de Aguas  
ejecutado por la Fundación Hunger Relief International  
en comunidades del departamento de Santa Rosa*

Proyecto de grado, previo a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Luego de las adecuaciones y correcciones 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.

  
Norma Leticia Toledo Morales  
Licenciada en Letras Colegiada 22970  
[nortolmo2@gmail.com](mailto:nortolmo2@gmail.com)  
WhatsApp 35498645 y Cel. 59469408



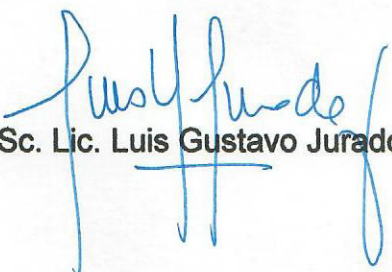
***"Estrategia de comunicación visual para el proyecto de saneamiento de aguas  
ejecutado por la fundación Hunger Relief International en comunidades del  
departamento de Santa Rosa"***

Proyecto de Graduación desarrollado por:



***Brando Jean Pierre Villeda Campos***

Asesorado por:



**MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte.**



**MSc. Lic. Carlos Enrique Franco Roldan**

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



**Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini**  
**Decano**



Escanea el código para  
ver los videos cortos de  
la campaña visual



**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 de graduación desarrollado por:

**Brando Jean Pierre Villeda Campos**

---