

PROYECTO DE GRADUACIÓN

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA LA ASOCIACIÓN GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS EN BENEFICIO DE NIÑOS Y JÓVENES EN RIESGO SOCIAL EN EL ÁREA DEL RELLENO SANITARIO DE LA ZONA 3 CAPITALINA.

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

Gabriel José
Dieguez Coronado.
200710981.
Previo a optar el título de:
Licenciado en Diseño Gráfico
con énfasis en Multimedia.

Guatemala, mayo del 2015.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de
Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de
Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA LA ASOCIACIÓN
GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS EN BENEFICIO DE NIÑOS Y JÓVENES EN
RIESGO SOCIAL EN EL ÁREA DEL RELLENO SANITARIO DE LA ZONA 3 CAPITALINA.

Proyecto desarrollado por:

Tec. DG. Gabriel José Dieguez Coronado.

Para optar al título de Licenciado en
Diseño Gráfico con énfasis en Multimedia.

Guatemala, mayo del 2015.

“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”

El alma humana está diseñada para tener un propósito,
desea revelarse en libertad.

De lo contrario, toda acción que no involucra el espíritu
humano, obvia lo extraordinario de cada ser.

Juan Carlos Molina.
Director “Guatemaltecos Extraordinarios”





NÓMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA

Msc. Arq. Byron Rabe Rendón
Decano
Arq. Gloria Ruth Lara Cerdón de Corea
Vocal I
Arq. Edgar Armando López Pazos
Vocal II
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal III
Tec. D.G Wilian Josué Pérez Sazo
Vocal IV Br.
Carlos Alfredo Guzmán Lechuga
Vocal V
Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos
Secretario Académico

TERNA DE ASESORES

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Lic. Carlos Franco
Asesor Metodológico

Lic. Fernando Fuentes
Asesor Gráfico

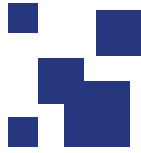
Lic. Juan Carlos Molina
Tercer Asesor

ÍNDICE

Nómina de autoridades	5
Dedicatoria	9
Presentación	11
	13
Capítulo 1: Planteamiento del Problema	
1.1 Antecedentes	15
1.2 Identificación del problema	16
1.3 Justificación	17
1.3.1 Magnitud,	17
1.3.2 Trascendencia	17
1.3.3 Vulnerabilidad	18
1.3.4 Factibilidad del proyecto	18
1.4 Perfil de la institución	20
1.5 Perfil del grupo objetivo	22
1.6 Objetivos del proyecto	25
Capítulo 2: Marco teórico	27
2.1 Dimensión social	33
2.2 Dimensión estética y funcional	34
2.3 Dimensión estética	35
Capítulo 3: Proceso creativo y producción gráfica	39
3.1 Las 6 W	41
3.2 Mapas de empatía SPICE - POEMS	44
3.3 Conceptualización: Insight - concepto creativo	53
3.4 Pre Producción	56
3.5 Manifiesto: Ejes temáticos	58
3.6 Preguntas Generadoras de Contenido	60
3.7 Ficha Técnica	61
3.8 Guion Técnico	62
3.9 Casting Entrevistados	64
3.10 Locaciones	65
3.11 Fotografía	66
3.12 Producción	67
3.13 Sonido	64

Capítulo 4: Comprobación de la eficacia y propuesta gráfica final	69
4.1 Escenario y desarrollo de la sesión	71
4.2 Tema y objetivos de la validación	71
4.3 Método (Grupo de discusión)	72
4.4 Perfil del informante	72
4.5 Moderador	68
4.6 Instrumentos	72
4.7 Interpretación de resultados	73
Capítulo 5: Propuesta gráfica final fundamentada	75
5.1 Aplicación del concepto creativo - previsualización del proyecto	77
5.2 Código icónico	85
5.3 Código tipográfico	86
5.4 Código lingüístico	87
5.5 Composición visual	88
5.6 Mothion Graphics	89
Capítulo 6: Especificaciones técnicas y lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta	91
6.1 Medios y usos sugeridos	93
6.2 Presupuesto	94
6.3 Manual de uso	96
Conclusiones	99
Recomendaciones	100
Lecciones Aprendidas	101
Fuentes consultadas	102
Glosario	104
Anexos	105

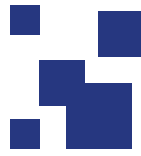




DEDICATORIA

Es una satisfacción personal terminar algo que costó mucho al inicio y durante estos años, en este tiempo en la universidad aprendí de mis errores, conocí cual es mi verdadero potencial y descubrí que la vida es más bonita cuando se trabaja por las cosas que uno quiere junto a personas de buen corazón y carisma. Mi más profundo agradecimiento a todos mis docentes, compañeros y sobre todo a mi familia, jamás lo olvidare.





PRESENTACIÓN

En este proyecto esquematizamos los procesos de creación de una estrategia de comunicación que busca conseguir contribuyentes para que apoyen con los procesos de sanación en donde todos sus niños y jóvenes consigan una vida digna. El proyecto se fija en un video institucional que solucionará el problema comunicacional que hay entre la asociación y el contribuyente, explicando puntualmente el uso de los recursos y su uso directo en sus beneficiarios.

1

::CAPÍTULO:: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



*AMOR A LA FAMILIA
El hogar trae, salud, amor y bienestar*

1.1 ANTECEDENTES DE LA ORGANIZACIÓN

Deseamos evitar un sufrimiento humano a los jóvenes y señoritas que no conocen la realidad detrás del involucramiento en temas de drogadicción y delincuencia. Nuestro fin: que la persona descubra su esencia para revelar su naturaleza extraordinaria explica Juan Carlos Molina Director de la Organización. (Molina, 2014)

Para ello, en marzo de 2011 se constituyó legalmente la Asociación Guatemaltecos Extraordinarios y dio inicio a sus labores en septiembre del mismo año, gracias a un financiamiento del programa USAID/PAVI. Iniciaron con 12 jóvenes y sus familias en los alrededores del basurero de la zona 3. Gracias a los resultados, recibimos un segundo financiamiento del mismo programa para continuar con nuestro trabajo, logrando demostrar la efectividad de nuestra metodología. En mayo de 2013, logran expandir su equipo permitiéndonos duplicar su trabajo y actualmente atienden a 22 familias. (Web, 2014)

Según, (Beneficiarios, 2014) es una asociación sin fines de lucro que trabaja con familias y jóvenes que viven en zonas de alto riesgo en Guatemala, trabajando de cerca especialmente con jóvenes de las áreas aledañas al basurero de la zona 3 Capitalina.

La Organización se dedica a ayudar a la juventud que se encuentra próxima a sufrido de abuso físico, verbal o sexual a temprana edad, en el seno familiar o en su comunidad y su objetivo consiste en educar y guiar a la persona enseñándole a encontrar su propósito, para que cada joven que esté dispuesto mejorar por sí mismo siendo guiado por profesionales entregados a encaminar con valores a estos futuros guatemaltecos extraordinarios.



ACTUALES INSTALACIONES DE LA ASOCIACIÓN

Fuente: Gabriel Dieguez.



FUNDADORES DE GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS

Fuente: David Juárez / Pagina de Guatemaltecos Extraordinarios



PRIMER GRUPO DE JÓVENES TRATADOS EN EL 2011

Fuente: David Juárez / Pagina de Guatemaltecos Extraordinarios

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La asociación Guatemaltecos Extraordinarios trabaja con niños y adolescentes profundamente dañados y heridos socialmente que se encuentran en riesgo social. Ellos viven en los alrededores del relleno sanitario que colinda con las zonas 3 y 7 de la capital, fueron estudiantes y son estudiantes repitentes con bajo nivel académico. Algunos han tenido contacto con drogas, alcohol, armas y pandillas. Son niños y adolescentes que sus condiciones de vida los empujan a que huyan de casa, del sistema educativo y que busquen ingenua y equivocadamente una solución en lugares y personas que los desviarán de su realización personal. Sin embargo, una de las deficiencias de dicha asociación es la forma en que divulgan la información para el grupo objetivo, careciendo de asistencia creativa e informativa se logra generar material audiovisual que transmitirá el mensaje a la misma vez, el grupo objetivo entenderá al 100 por ciento el proceso de curación y saneamiento que la asociación busca y al mismo tiempo, efectivamente captar donativos, cual es el fin ultimo de este proyecto de graduación.



NIÑOS JUGANDO PENITENCIAS

Fuente: Gabriel Dieguez.



AULA DE TERCERA ETAPA

Fuente: Gabriel Dieguez.



AULA DE SEGUNDA ETAPA

Fuente: Gabriel Dieguez.



NIÑOS EN HORA DE RECREO

Fuente: Gabriel Dieguez.



FOTOGRAFÍA DE ASENTAMIENTOS ALEDAÑOS
Fuente: David Juárez / Fotógrafo de la Asociación



NIÑOS DEL RELLENO SANITARIO
Fuente: David Juárez / Fotógrafo de la Asociación



JUAN CARLOS MOLINA MOSTRANDO AULAS
Fuente: Gabriel Dieguez.



ANA ISABEL CIFUENTES
Fuente: David Juárez / Fotógrafo de la Asociación

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 MAGNITUD

La magnitud de este lugar es equivalente a ocho estadios de foot ball y con una profundidad de 500 metros y viven aproximadamente 140 familias de 4 a 6 integrantes por cada una (SALAZAR, 2004) . En este lugar, diariamente son depositadas 3,000 toneladas de desechos industriales, médicos y de hogares, de estos desechos sobreviven familias en su mayoría formadas por madres. Algunas con adicción al pegamento o al alcohol, sin escolaridad quienes trabajan 10 horas al día para llevar el alimento diario a sus familias, que exige un desgaste físico y emocional muy grande. Con la elaboración de material audiovisual la organización podrá mostrar la verdadera cara de la problemática que viven los niños y familias en el vertedero sanitario de la ciudad de Guatemala.

1.3.2 TRASCENDENCIA

El principal fundador y director de la Asociación de “GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS” tiene un currículo que abarca trabajo con presidiarios y pandilleros, destreza que le brindo el conocimiento de la problemática y creando la estructura de la asociación la cual cuenta con pediatras, sociólogos y psicólogos, y maestros que buscan cubrir todas las necesidades de la asociación en cuanto a profesionalismo al tratar con menores de edad afectados psicológica-mente desde temprana edad.

Es importante que el objetivo de este proyecto es mejorar las condiciones la niñez guatemalteca que ha sido obviada por el sistema, por pertenecer a los estratos más bajos de la sociedad, ellos son parte de la misma y del futuro de nuestro país y no podemos ignorar el hecho que también son producto del sistema social en el que vivimos, todo niño puede encaminarse hacia un buen futuro solo tenemos que

mostrárselo con amor y desinterés consiguiendo así su bienestar.

1.3.3 VULNERABILIDAD

Uno de los aspectos débiles principales del proyecto es la seguridad para la investigación pero se han analizado diferentes alternativas de poder llegar al fondo del porque el abandono o descuido de estos niños que viven y trabajan en el basurero. Son factores limitantes son la criminalidad en el área ya que, de no ser considerados, pueden impedir la búsqueda de una estrategia de abordaje adecuado y para superarlos se han implementado métodos de seguridad conjuntos a la organización “GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS” y por lo tanto al no tener optimizado este aspecto, podría sesgar el resultado final contemplado.

1.3.4 FACTIBILIDAD

Recursos institucionales: La institución no cuenta con ayuda de ninguna entidad del gobierno y mucho menos de colaboraciones de instituciones benéficas así que podemos establecer que es autosustentable y una de las pocas asociaciones que subsisten con sus recursos y colaboraciones.

Recursos de espacio: La infraestructura de la Asociación está ubicada alejadamente al ingreso al basurero y este cuenta con una guardería al cual está en funcionamiento desde marzo del presente año. Un edificio de tres niveles el cual se encuentran dándole acondicionamiento para su uso óptimo.

Recursos de infraestructura: GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS cuenta con el equipo necesario así como yo mismo cuento con los insumos para llevar a cabo el estudio y grabación multimedia.





GRABACIÓN EN EL OBELISCO
Fuente: Gabriel Dieguez.



NIÑOS EN ALTO RIESGO DE CALLEJIZACIÓN
Fuente: Lizardo Cabrera



DÍA DE LA INDEPENDENCIA 2014
Fuente: Gabriel Dieguez.



de operación de estos tres

TOMA DEL VIDEO HECHO POR GUATEVISIÓN
Fuente: Screenshot / Guatevisión

Previo haber revisado los recursos, este estudio trascenderá por su importancia en el país actualmente muchos de los temas sobre criminalidad y pobreza surgen de los lugares marginados y dentro de este marginamiento, lo más marginado es el basurero capitalino, es llevado al nivel infrahumano dentro de la marginación ya que es tabú vivir de la basura y vivir en la basura. Este estudio está contemplado para que sea de interés no solamente en diseño sino en varios aspectos, siempre teniendo como objetivo crear en forma estratégica, audiovisuales para la asociación.

La asociación cuenta con material gráfico, elaborado anteriormente, mas un video institucional, el cual fue brindado por "GUATEVISIÓN" en el año 2011. Teniendo como referencia el tratamiento Audiovisual del material que posee la organización cubriría la parte del enfoque que querían darle en ese año y parte de la propuesta a realizar en la parte de pre-producción. Y es sostenible ya que su difusión es por medio de Eventos Ministeriales Católicos los cuales están aliados con varias organizaciones con el mismo fin y que comparten insumos y medios de comunicación. Por lo tanto, dicho proyecto es sostenible para llevarse a cabo, en el momento de ser aprobado.

1.4 PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:
Guatemaltecos Extraordinarios

DIRECCIÓN:
03 Calle 3-03 Zona 7 Col Landívar, Ciudad de Guatemala.

TELÉFONOS: 2440-3182 / 5202-9523

SITIO WEB:
www.guatemaltecosextraordinarios.org

TIPO DE INSTITUCIÓN:
Organización no gubernamental sin fines de lucro.



LA ASOCIACION SE ILUMINA POR PRIMERA VEZ PUDIENDO ATENDER A JÓVENES EN LA JORNADA NOCTURNA

Fuente: Guillermo Cameros / Director de Programas



GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS
Fuente: Gabriel Dieguez.



ESTUDIANTES JORNADA VESPERTINA
Fuente: Lizardo Cabrera



SOPHY ENSEÑANDO A NIÑOS
Fuente: Gabriel Dieguez.

FILOSOFÍA DE SERVICIO

“GUATEMALTECOS GOZOSOS EN SU SUPERACIÓN, AUTÉNTICOS EN SU SER Y EXTRAORDINARIOS EN SU VIVIR”

MISIÓN

Conocer, amar a la niñez y juventud guatemalteca sin sentido de vida, con familias destructivas, al borde de elegir un camino indigno de vida.

Ser un equipo de corazón que da lo mejor de sí para intervenir profundamente a través de la sanación de cada beneficiario y proveer servicios extraordinarios de superación acompañándolo en dicho proceso para que alcancen su plena felicidad.

VISIÓN

Guatemaltecos auténticos en su ser, gozosos en su superación, y extraordinarios en su vivir.

VALORES QUE ENSEÑA

Los cuatro pilares de la institución, mediante la sanación, es completada son los siguientes valores:

- FAMILIA
- AMOR
- PERSEVERANCIA
- PERDÓN
- VALENTÍA
- AMISTAD
- VOLUNTAD
- OBEDIENCIA
- DEDICACIÓN

1.5 PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO PATROCINADORES

A organizaciones nacionales e internacionales, empresas y personas individuales que tengan la capacidad económica para contribuir a la manutención y sanación de los niños mediante el método de asociación. De acuerdo con la información del proyecto (Roman, 2014) posee el mismo perfil de patrocinador. Las características más específicas del grupo objetivo son:

NIVEL SOCIOECONÓMICO A / B (posibilidades superiores)

Este es el estrato que contiene a la población con el más alto nivel de vida e ingresos del país.

PERFIL EDUCATIVO Y OCUPACIONAL DEL JEFE DE FAMILIA

En este segmento, el jefe de familia tiene en promedio un nivel educativo de licenciatura o mayor. Los jefes de familia de nivel AB se desempeñan como grandes o medianos empresarios (en el ramo industrial, comercial y de servicios); como gerentes, directores o destacados profesionistas.

Normalmente laboran en importantes empresas del país o bien ejercen independientemente su profesión.

PERFIL DEL HOGAR

Los hogares de las personas que pertenecen al nivel AB son casas o departamentos propios de lujo que en su mayoría cuentan con 6 habitaciones o más, dos 2 ó 3 baños completos, el piso de los cuartos es de materiales especializados distintos al cemento y todos los hogares de este nivel, tienen calentador de agua. En este nivel las amas de casa cuentan con una o más personas a su servicio, ya sean de planta o de entrada por salida. Los hijos de estas familias asisten a los colegios privados más caros o renombrados del país, o bien a colegios del Extranjero.



MINISTRA DE EDUCACIÓN CYNTHIA DEL ÁGUILA
REACCIÓN AL PRESENCIAR PROYECTO B EN EVENTO
DE LA ASOCIACIÓN
Fuente: Gabriel Díeguez.



GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS
Fuente: Gabriel Dieguez.



GRUPO OBJETIVO
PRIMER NIVEL DE EVALUACIÓN
Fuente: Gabriel Dieguez.

ARTÍCULOS QUE POSEE

Dos de cada tres hogares de clase C posee al menos un automóvil, regularmente es para uso de toda la familia, compacto o austero, y no de modelo reciente; casi nunca está asegurado contra siniestros. Cuentan con algunas comodidades: telefonía celular, 1 o 2 televisores, y reproductor de DVD. La mitad de los hogares tiene horno de microondas y uno de cada tres tiene televisión pagada y PC. Muy pocos cuentan con servidumbre de entrada por salida.

Consumo con base en necesidades cubiertas satisfactoriamente, enfocado a precios y promociones, dándose algunos gustos limitados a su presupuesto. Servicios

Cuentan con los servicios básicos y algunos extras como calentador de agua y servicio de cable. Consumen agua purificada embotellada en algunos casos. En cuanto a instrumentos bancarios, algunos poseen tarjetas de crédito nacionales y es poco común que usen tarjeta internacional.

	Nivel Alto AB (4.2%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio-Bajo C2 (32.5%)	Nivel Bajo D (38.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitán en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas).	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigera-dora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
Servicio domestico	2 o más. Servicio domestico	1 mínimo. Servicio domestico	1 o no tiene servicio domestico	No	No
Vehículos	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No

DEFINICIÓN DE NIVELES SOCIO ECONÓMICOS / AREA URBANA, ZONA METROPOLITANA DE GUATEMALA.

DIVERSIÓN/PASATIEMPOS

Dentro de los principales pasatiempos destacan el cine, conciertos, eventos culturales y visita de parques públicos. Este segmento usa la televisión como pasatiempo y en promedio la ve diariamente por espacio de dos horas. Gustan de los géneros de telenovela o series, películas y programación cómica.

Estas familias vacacionan en el interior del país, aproximadamente una o dos vez por año, van a lugares turísticos accesibles (poco lujosos).



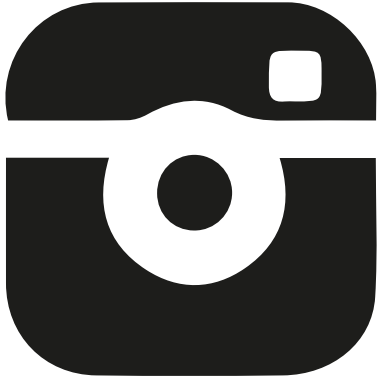
GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS
Fuente: documentación propia.



GRUPO OBJETIVO
PRIMER NIVEL DE EVALUACIÓN
Fuente: Lizardo Cabrera



1.6 OBJETIVOS DEL PROYECTO



OBJETIVO GENERAL (Social)

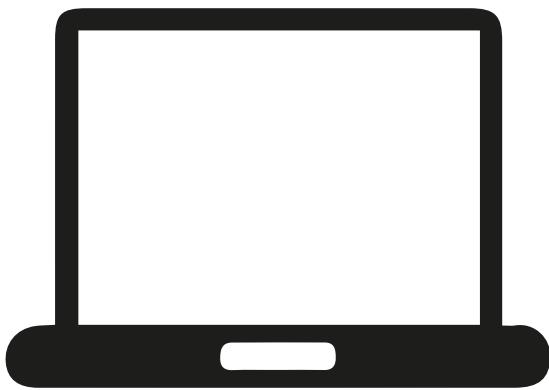
CREAR UNA ESTRATEGIA AUDIOVISUAL PARA LA ASOCIACIÓN “GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS” EN BENEFICIO DE LOS NIÑOS Y JÓVENES EN RIESGO SOCIAL DEL RELLENO SANITARIO METROPOLITANO, PARA CAPTACIÓN DE FONDOS.

ESPECÍFICO 1 (De Comunicación Visual Institucional)

REALIZAR UN VIDEO INSTITUCIONAL QUE DOCUMENTE LA LABOR SOCIAL QUE LA ASOCIACIÓN REALIZA Y FACILITE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS.

ESPECÍFICO 2 (De Diseño Gráfico Multimedia)

DESARROLLAR UN VIDEO INFORMATIVO SOBRE EL PROYECTO “PASITOS EXTRAORDINARIOS” CON EL FIN DE OBTENER PATROCINIO PARA MAESTROS.



2

::CAPÍTULO::

Marco Teórico



EL PERDÓN
El perdonar nos hace ser libres de espíritu

2.1 DIMENSIÓN SOCIAL

LA NIÑEZ DEL RELLENO SANITARIO, UNA TRISTE REALIDAD.

¿QUÉ ES UN RELLENO SANITARIO?

Según estudios del Ministerio de Salud, el relleno sanitario es un método diseñado para la disposición final de la basura. Este método consiste en depositar en el suelo los desechos sólidos, los cuales se esparcen y compactan reduciéndolos al menor volumen posible para que así ocupen un área pequeña. Luego se cubren con una capa de tierra y se compactan nuevamente al terminar el día, (Ministerio de Salud, 2014)

¿A QUÉ NOS REFERIMOS CON RIESGO SOCIAL?

Según (Castillo, 2014), se engloban como factores de riesgo social los problemas económicos, culturales, de desestructuración familiar, conductas anómalas y otras circunstancias personales, familiares o del entorno que afectan a los cuidados y a la atención que reciben los niños, niñas y adolescentes. Una vez se ha dado lo anterior fue pertinente como parte del título de la presente investigación, refiriéndonos a la juventud aledaña al relleno sanitario de la zona tres como niños y jóvenes en riesgo social por el entorno en el que se encuentran.

¿QUÉ ES UN GUAJERO?

“Guaje” en Guatemala significa algo que tiene poco valor. Viene de la palabra “guajero,” que tiene muchas definiciones y connotaciones. En el caso de Guatemala, las personas que viven y trabajan en el basurero de la ciudad se llaman “guajeros”, porque su trabajo enfoca en coleccionar las cosas que otras personas han tirado en la basura. Esas cosas, esos “guajes”, forman el central punto de la vida de la comunidad de “guajeros.” Un estimado de 1.500 personas, la mayoría de ellos son niños, encuentran cosas para sus casas y cosas para vender o reciclar por dinero para que ellos puedan sobrevivir. Muchas



RELLENO SANITARIO METROPOLITANO
Fuente: Libre Infancia, 2014.



GUAJEROS
Fuente: Libre Infancia, 2014.

veces los niños andan en busca de juguetes.

Dentro de la estructura de las exclusiones en Guatemala, las familias guajeras (que trabajan y viven de la recolección de basuras y desechos) no constituyen excepción. Estas familias forman parte de los amplios sectores de la población que permanentemente ven reducidas sus expectativas de mejorar sus condiciones de vida.

Lo que sí es definitivamente posible, necesario e impostergable hacer es la disminución e inclusive la erradicación completa del trabajo infantil en el basurero de la zona tres de la ciudad de Guatemala.

La erradicación del trabajo de los guajeros adultos podría ser, durante mucho tiempo, una realidad casi imposible, porque mientras haya una forma de sacar provecho de la basura, hombres y mujeres seguirán trabajando en un lugar que ofrece un medio para su subsistencia, ya que muchos preferirán los graves inconvenientes del basurero al hambre que padecen en los demás sectores de la población precaria.

El guajero cumple una función social y ambiental de reciclaje. Sin embargo, es visto por gran parte de la población como una de las más lamentables formas de pobreza.

En el basurero, las personas que se dedican a la recuperación de desperdicios y clasificación manual de basura se denominan a sí mismos, “guajeros”. La palabra se refiere a una ocupación y no necesariamente implica un juicio de valor negativo. Guajero es entonces toda aquella persona, niño, niña, adulto y anciano que vive y trabaja en áreas destinadas a la basura, dedicado a la actividad de buscar y clasificar objetos y materiales que puedan ser reciclados; guaje se refiere al objeto o material mismo. (Libre Infancia, 2014)

LA FAMILIA GUAJERA

Los lazos de unión entre la familia no son estables, la figura paterna es valorada como símbolo de seguridad y respeto. Quizá ésta sea una de las causas por la que las mujeres tan pronto se separan de un hombre busquen a otro. Muy pocas veces se da el matrimonio; la mayoría de parejas jóvenes y adultas se unen.



NIÑOS GUAJEROS
Fuente: Libre Infancia, 2014.



NIÑOS DEL RELLENO SANITARIO
Fuente: Libre Infancia, 2014.

Algunos argumentan para no casarse, que la ceremonia y otras actividades sociales vinculadas a la boda exigen dinero. Además, para los hombres significa adquirir responsabilidades y perder su libertad. Cuando se produce la separación el hombre abandona a la mujer y de j con sus hijos. De allí que muchas mujeres guajeras tengan hijos de diferentes padres.

Generalmente es la madre o el padre quien lleva a sus hijos a trabajar al basurero. En muy pocos casos son llevados por amigos o parientes. Dentro de las actividades de las mujeres que son madres, primero está el trabajo en el basurero y en segundo lugar ser amas de casa. (Libre Infancia, 2014)

TRABAJO EN EL RELLENO SANITARIO

Desde antes de su concepción, el niño guajero ya vive el ambiente del basurero; allí crece expuesto al sol, al humo, al polvo y a los olores putrefactos de la basura y los animales muertos. Es común ver a madres embarazadas recogiendo objetos dentro de la basura. Para muchos niños y niñas además de convertirse en su hábitat o entorno, se convierte en el espacio de juego similar a un parque o patio escolar. Y ,muchas veces, los niños y niñas que no participan en las tareas de recolección y clasificación de basura, acostumbran bajar al basurero con el incentivo de encontrar y recolectar juguetes. (Libre Infancia, 2014)

SALUD AMBIENTAL DEL RELLENO SANITARIO

Frecuentemente, los niños que trabajan en el basurero sufren cortes y heridas con algunos productos enterrados dentro de la basura. Debido al entorno el riesgo de infecciones fatales es alto. Los gases que emanan de la descomposición de la basura causan ardor en los ojos. Las largas jornadas bajo el sol y los olores provocan frecuentes dolores de cabeza.

Debido a las condiciones en que desarrollan el trabajo, además de los malos olores propios del basurero, tanto niños como adultos, están expuestos a otras condiciones adversas para su salud.

En el basurero abundan los insectos, particularmente las hormigas y diferentes variedades de piojos. También hay ratas y serpientes, muchas veces, del tipo venenoso, ocultas entre la basura. Los perros y los zopilotes compiten con seres humanos por los restos de comida que llegan entre la basura.

La salud del guajero, especialmente la de los niños y niñas, está marcada por la herencia de la pobreza que los condena desde temprana edad a la desnutrición o mal nutrición. Su estatura es pequeña y su complexión delgada. Las secuelas de una nutrición deficiente, se presentarán después, a lo largo de toda su vida. (Libre Infancia, 2014)

VIDA ENTRE LA BASURA

El relleno sanitario de la ciudad de Guatemala, más conocido como el basurero de la zona 3, es el vertedero más grande de Centroamérica. Este lugar recibe los desechos sólidos no solo de la capital, sino de varios municipios aledaños. Para 2003, la administración general del relleno identificó a 1,927 guajeros, que significaban 1,031 más que en 1999. Para ese año, estaban identificados con gafete 254 niños, niñas y adolescentes, de entre 7 y 18 años de edad. Un 63.8% eran niños y el 36.2% niñas. La OIT indica que la composición étnica de los trabajadores menores de edad es variada con predominio de la población indígena. Es probable que dichas niñas y niños indígenas emigraran con sus padres del campo a la ciudad en busca de mejores condiciones de vida.

Un aspecto positivo es que en la actualidad laboran ocho organizaciones no gubernamentales a favor de los niños y niñas del basurero, lo que ha significado la reducción de un 20 por ciento de la población infantil que trabajaba en ese lugar. (DEMI, 2014)

CRIMINALIDAD EN EL RELLENO SANITARIO

El basurero es tierra de nadie, lugar propicio para la venta de drogas y reducto para actos delictivos. Dentro del basurero operan cuatro maras, incluyendo la Mara Salva truchas reconocidas como una de las más temibles que operan en la ciudad.

De esa manera, la autoridad real está en manos de las maras. Aparentemente, estas aprovechan esa condición para desarrollar actividades ilícitas como trata de personas y narcotráfico.

Las drogas legales como alcohol y cigarros son las más conocidas por los guajeros, especialmente adultos y la inhalación de pegamento, uso de crack y marihuana por parte de los más jóvenes y, al final, llega a los niños. (Libre Infancia, 2014)



FAMILIAS GUAJERAS
Fuente: Libre Infancia, 2014.



NIÑEZ EN RIESGO SOCIAL
Fuente: Libre Infancia, 2014.

Guatemaltecos Extraordinarios, hace un llamado a la sensibilidad y al compromiso de todas las personas frente a una realidad poco visible y valorada: La situación en que viven los niños y jóvenes que viven en el relleno sanitario metropolitano.

Guatemala tiene una población mayoritariamente joven que enfrenta una serie de rezagos y brechas de género, etnia y clase en aspectos sociales y de participación, que necesitan ser superadas para que el país pueda avanzar y desarrollarse.

Conocido lo anterior, es importante el rescate y prevención de la juventud del sector y a través de la asociación se está logrando llegar a esa meta, con la ayuda de los contribuyentes y voluntarios que, con todo su corazón y dedicación, se acercan a los jóvenes, sanación es la meta.

2.2 DIMENSIÓN ESTÉTICA Y FUNCIONAL

ANTECEDENTES GRÁFICOS

La institución cuenta con varios elementos gráfico y visuales los cuales usan para elaborar sus campañas para obtención de donativos al igual que hay empresas que ayudan a la institución a promover el servicio que la asociación presta, a continuación una muestra del material gráfico.

Material que Actualmente usa la Institución:

1. Logotipo
2. Video Institucional proporcionado por GUATEVISION en el año 2011.
3. Perfil en Facebook, poco monitoreado.
4. Camisas Institucionales.
5. Hojas Membretadas y presentaciones en PowerPoint.
6. Sitio Web.



2.3 DIMENSIÓN ESTÉTICA

CONCEPTOS DEL DISEÑO AUDIOVISUAL

¿QUE ES EL DISEÑO GRÁFICO AUDIOVISUAL?

El Diseño Gráfico Audiovisual se define como la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones audiovisuales de carácter gráfico sonoro y en movimiento, producidas normalmente por medios tecnológicos, y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados por los medios de comunicación audiovisual. Gracias a esta actividad podemos comunicar gráficamente ideas, hechos, valores.

El Diseño Gráfico no significa crear un dibujo, una imagen, una ilustración o una fotografía. Es algo más que la suma de todos esos elementos, y para poder comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva deben conocerse a fondo todos esos recursos gráficos. (www.desarrolloweb.com, 2014)

EL DISEÑADOR GRÁFICO AUDIOVISUAL

Un diseñador es un profesional que construye mensajes con medios visuales ayudándose de un método: el diseño. El diseñador debe conseguir que el mensaje final impacte y atraiga la atención del público objetivo. El diseñador tomará elementos visuales cercanos al arte, incluirá aspectos y códigos de la comunicación interpersonal, y combinará mediante un proceso creativo todos estos elementos, plasmándolos en un mensaje visual.

No debemos confundir a un diseñador con un artista: El diseñador se nutre del arte, lo desarrolla y lo utiliza como herramienta expresiva en la comunicación. Podemos afirmar que el diseño es el arte al servicio de la comunicación visual.

COMPOSICIÓN DE UN MENSAJE GRÁFICO AUDIOVISUAL

El mensaje visual (espacio gráfico) se compone de concepto y forma. En el espacio gráfico, se define por

el largo y el ancho y la incorporación de diversos recursos comunicacionales:

- Elementos de carácter gráfico (puntos, líneas, elementos geométricos y diversa formas)
- Elementos de carácter lingüístico (letras de diferente estructura y forma)
- Elementos auditivos (música, ruido, palabras, sonidos, silencio)
- Elementos audiovisuales (vídeos, animaciones)
- Elementos de carácter compuesto (fotografías, dibujos)

Para la composición de un mensaje gráfico audiovisual hay que tener en cuenta: Las agrupaciones (relaciones de proximidad, semejanza, continuidad y/o simetría), la forma, el contorno, la ubicación, el tamaño, el color, el contraste, el equilibrio y la simetría.

Finalizando, podemos disponer la combinación de cuatro principios básicos para hacer llegar el mensaje al receptor de manera automática e inconsciente: estética, jerarquía, armonía y ritmo. (www.desarrolloweb.com, 2014)

EL IMPACTO SOCIAL DEL DISEÑO ES UN ÁREA DE INVESTIGACIÓN QUE NO HA SIDO SUFICIENTEMENTE CUBIERTA POR LOS DISEÑADORES.

La importancia social del diseño ha dado ya con el «diseño social», el cual, pese a que carece de una definición clara, ya perfila la temática que le da cuerpo. En efecto, muchos entienden al diseño social como el ejercicio ético y responsable del mismo, o bien como diseño militante al lado de movimientos políticos y sociales, o como un esfuerzo que se suma al mejoramiento social mundial. En realidad, el diseño social más que una práctica, es una tendencia que ciertamente puede dar con el ejercicio ético o con el diseño militante, pero lo que lo define es el conocimiento y ejercicio del impacto social del diseño. Tal cual se ejerce en sus diversas acepciones, el diseño social apunta a definirse como el estudio de las relaciones del diseño y la sociedad.

En tal sentido, el conocimiento del diseño social comprende tres grandes campos. En primer lugar, dado el impacto social profundo del diseño, su largo alcance y duración en el tiempo, este refuerza necesariamente el imaginario social y por consiguiente la representa-

ción que la sociedad tiene de ella misma. Por lo que el diseño social tiene como primer objetivo estudiar la auto representación social general, grupal e individual.

Es decir, un primer objetivo del diseño social consiste en conocer qué es, cómo se genera esa autor representación social, y cómo la impacta el diseño, tanto para efectos de comunicación como de conocimiento de los efectos que produce.

Un segundo objetivo que se delinea para el diseño social, es estudiar de la influencia del diseño en las pautas culturales y en las estructuras de una sociedad, ya sea para influirlas, cambiarlas o desambiguarlas.

Por su naturaleza, el diseño comunica, al hacerlo, difunde consignas que operan como ciertas o como algo investido de un alto grado de certidumbre. En tal sentido, dichas consignas operan como pautas culturales o como refuerzo de pautas. Esto se conoce ampliamente en el diseño comercial y aún en el institucional, y bien pudiera utilizarse en apoyo de la comunicación humana además de su necesaria aplicación en el ámbito social.

Un tercer y primerísimo objetivo del diseño social sería la facilitación de la comunicación humana. Si se tiene un buen conocimiento de las relaciones sociales, de la cultura en que se mueven y del modo de ser de grupos y clases sociales, además de los componentes técnicos y artísticos del diseño gráfico, entonces se puede coadyuvar a la comunicación humana.

Es ya tema común el hecho de la incomunicación existente, en la sociedad actual cada vez que cada individuo percibe, de acuerdo con su estructura perceptual, además de que la comunicación difícilmente rebasa la difusión de consignas debido, precisamente, al condicionante perceptual individualizado.

El diseño podría ser el paradigma del siglo XXI en el contexto de la comunicación humana. Pero el tema del diseño social desprendido del contexto social del diseño da para mucho; por lo que el diseñador debería resolver si quiere ser apéndice publicitario o vanguardia de la sociedad en que vive. Es decir, limitarse a los campos de trabajo comercial e institucional por ser los más lucrativos o junto con ellos internarse en las posibilidades de comunicación del diseño. (Muñoz, 2014)

3

:::CAPÍTULO:::

Proceso creativo y producción gráfica



DEDICACIÓN

El éxito es dependiente del esfuerzo



3.1 LAS 6 W SÍNTESIS DEL BRIEF

DEFINICIÓN

Esta metodología es usada para descubrir principalmente concepto o insight que relaciona al grupo objetivo para definir posiblemente las diferentes formas de comunicar. Las 6W significan what, when, why, who, y to whom que en español se refieren a que, donde, cuando, porque, quien y para quien. Desarrollando las 6w nos lleva a comprender de mejor manera el entorno del grupo objetivo y las necesidades de comunicación existentes y los medios disponibles para transmitir el mensaje y ayuda a visualizar los posibles costos para alcanzar a los segmentos del mercado y así definiéndolos.

¿QUÉ?

El Problema

Lo que se busca solucionar y desea lograr.

¿DÓNDE?

Contexto/Medios/Circunstancias.

¿CUÁNDO?

Calendarización/Cronograma.

¿POR QUÉ?

Justificación/Sustentación.

¿QUIÉN?

Socios Estratégicos.

¿PARA QUIÉN?

Grupo Objetivo/Audiencia.

6W de la comunicación.



¿QUÉ? (¿What?)

El Problema

- Lo Falta de material audiovisual adecuado para promocional la labor actual de la asociación “Guatemaltecos Extraordinarios”, recaudar fondos y obtener contribuyentes.
- Creación de un audiovisual para el proyecto pasitos que se inaugurará el 19 de octubre.

¿DÓNDE? (¿Where?)

Contexto

- Audiovisual Institucional.
- Audiovisual del Proyecto Pasitos.
- Medios Impresos, bifoliar tamaño oficio.
- Motion Graphics.
- Spot de TV.



¿CUÁNDO? (¿When?)

Cronograma

- Reuniones programadas con contribuyentes.
- Convocatorias a través de Ministerios Católicos
- Redes sociales y boletín mensual de “Guatemaltecos Extraordina-



¿Por qué? (¿Why?)

Justificación

- No cuentan con recursos para la creación de publicidad en medio masivos.
- Existen plataformas gratuitas donde se puede difundir con largo alcance.
- Se puede compartir y difundir la información una cantidad ilimitada de veces.

¿Quién? (¿Who?)

Contribuyentes

- Contribuyentes actuales de “Guatemaltecos Extraordinarios”
- TV, radio y medios digitales disponibles en internet.



¿De quién? (¿Whom?)

Grupo Objetivo

- Profesionales.
- Empresarios nacionales e internacionales.
- Comerciantes.
- Entidades Religiosas.

3.2 MAPA DE EMPATÍA

Esta herramienta nos ayuda a profundizar en el segmento de clientes deseado, más allá de ciertas características demográficas y nos permite centrarnos en su entorno, su comportamiento, preocupaciones y aspiraciones.

Al hacer esto, nos permite idear un modelo de negocio más robusto, ya que el perfil del cliente nos va a ayudar a definir mejores proposiciones de valor, formas más adecuadas de captar a nuestros clientes, y mejores estrategias de comunicación y relación con ellos. Finalmente, nos ayudará a entender mejor los valores por los cuales un cliente está realmente dispuesto a contribuir. (Osterwalder, 2014)

A continuación, se describen cada una de las partes que componen el mapa de empatía intentando responder a una serie de preguntas.

1. ¿Qué ve?, Percibe una sociedad incierta en donde constantemente lo bombardean con publicidad negativa social.

¿Qué aspecto tiene?, Hombre y mujer entre 35 a 65 años de edad.

¿Qué lo rodea? Una familia y círculos sociales estables.

¿Quiénes son sus amigos? De su infancia y vecinos.

¿A qué tipos de ofertas está expuesto diariamente? Conceptos religiosos y curaciones rejuvenécete.

¿A qué problemas se enfrenta? A la solución de su descendencia constantemente.

2. Conceptos de vida de antaño.

¿Qué dicen sus amigos? ¿Su cónyuge?

Van con la corriente de forma constante.

Mapa de Empatía

¿Qué Piensa y Siente?

Los que realmente importa.
Principales preocupaciones.
Inquietudes y aspiraciones.

¿Qué Oye?

Lo que dicen los amigos.
Lo que dice el jefe.
Lo que dicen las personas
influyentes.



¿Qué Ve?

Entorno
Amigos
La oferta del mercado

¿Qué Dice y Hace?

Actitud del público.
Aspecto.
Comportamiento hacia los demás.

Esfuerzos

Miedos.
Frustraciones.
Obstáculos.

Resultados

Deseos, necesidades.
Medida del éxito.
Obstáculos.

¿Quién es la persona que más le influye?
Sus hijos mayores

¿Cómo le influye? Con la modernidad
¿Qué canales multimedia le influyen? En Internet y la televisión.

3. ¿Qué piensa y siente en realidad?, Sienten que el cambio social no se realizó con éxito y que la generación siguiente tiene que mejorarla.

¿Qué es lo más importante para el cliente? Mejorar al país.

¿Qué lo conmueve?
La niñez pobre que está del lado opuesto a su descendencia.

¿Cuáles son sus aspiraciones?
Una Guatemala equilibrada y en paz

4. ¿Qué dice y hace?, Promulga un cambio de acuerdo a su educación superior.

¿Cuál es su actitud?
Positiva

¿Qué podría estar contando a los demás?
Un cambio de actitud respecto a la situación social actual

5. ¿Qué esfuerzos hace el cliente?, Se involucra en temas sociales de su interés.

¿Cuáles son sus mayores frustraciones?
Sentirse solo con sus dogmatismos.

¿Qué obstáculos se interponen entre el cliente y sus deseos o necesidades? La falta de información para promover su ayuda.

¿Qué riesgos teme asumir? Seguridad, Certeza entre muchos.

6. ¿Qué resultados obtiene el cliente?: Cumplir con sigo mismo al ayudar a una persona que necesita poco de su parte pero con compromiso.

¿Qué desea o necesita conseguir en realidad? Estos eventos en su vida concluyen con parte de la necesidad de todo humano de buen corazón, ayudar.

¿Qué utiliza para medir el éxito? Ver el éxito en otros por superación propia con un poco de empuje social.

SPICE

RETRATO DEL USUARIO UTILIZANDO LA TÉCNICA DE SPICE & POEMS

SABER Y CONOCER EL COMPORTAMIENTO TOTAL DE NUESTRO PÚBLICO ES VITAL PARA PODER ENVIAR UN MENSAJE EN EL QUE LOGRE IDENTIFICARSE Y ASÍ LLEGAR A ELLOS PROFUNDAMENTE.

PRIMERA FASE APROXIMACIÓN

Conociendo los aspectos sociodemográficos y socioeconómicos del grupo objetivo se utilizaron herramientas para identificar las características psicográficas posibles del patrocinador. A continuación se presentan las herramientas usadas para la aproximación al patrocinador.

SPICE

Identifica las necesidades sociales, físicas, de identidad, de comunicación y emocionales que una persona puede tener. (Klein, 2011)

A continuación se presenta el desglose de los aspectos a analizar respondiendo las preguntas con la herramienta SPICE para realización del mapa de empatía.

SOCIAL

¿Qué es lo que necesita esta persona de las relaciones de las personas a su alrededor? (Ejemplo: Necesito apoyo de las personas a mí alrededor, seguridad, empleo...)

FÍSICO

¿Qué es lo que esta persona necesita en un nivel práctico y funcional? (Ejemplo: Quiero estar preparado para situaciones tensas, me gusta el atletismo...)

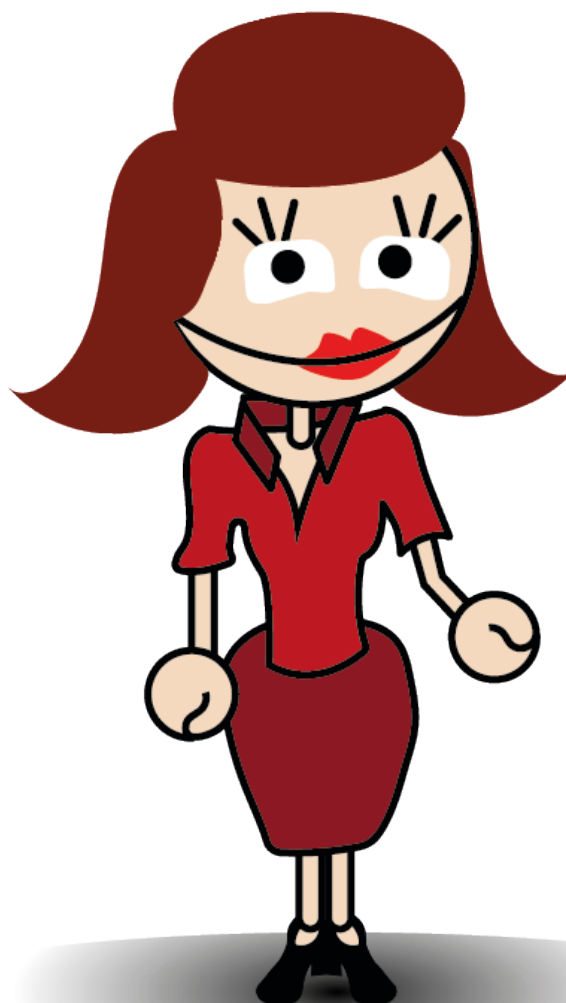
IDENTIDAD

¿Cómo esta persona necesita definirse a sí mismo? (Ejemplo: Soy voluntariado y soy universitario san carlista...)

NOMBRE: ANISSA

EDAD: 55

PROFESION: PEDIATRA



COMUNICACIÓN

¿Qué información necesita esta persona?

(Ejemplo: Quiero saber que sucede en mi vida, me interesa la actualidad, tecnología, sociedad, espectáculos...)

EMOCIONAL

¿Qué es lo que esta persona necesita emocional y psicológicamente?

(Ejemplo: Necesito paz espiritual, buena relación con mi familia...)

PERFIL DE LOS PATROCINADORES:

S

Son personas que gustan la estadía con sus familias, profesionales, empresarios nacionales e internacionales, muchas veces gerentes de las empresas donde laboran. La educación y superación. Mantienen un constante crecimiento personal por medio de la educación y les preocupan la situación del país y falta de oportunidades para los ciudadanos. Siempre abogan por la igualdad de derechos y oportunidades. También son sumamente religiosos y sus creencias donde encuentra mucho apoyo emocional y social.

P

Practican deporte mayormente y mantienen una vida saludable, teniendo sueños moderados y actividad constante. Socializan en medios viciosos pero de forma moderada siendo de mente abierta.

I

Les gusta proyectarse como personas de éxito, entusiastas y positivos. Son independientes y buscan prosperar en su entorno siendo empático y amables, siguiendo siempre el sueño de independencia total.

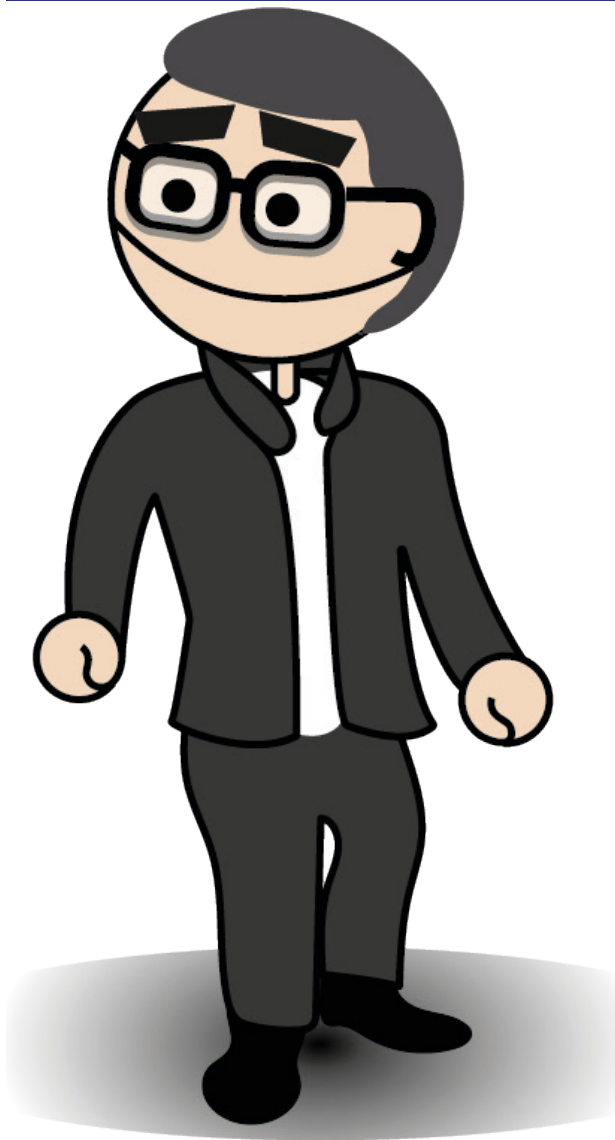
C

La tecnología es parte de su día a día, llegando a tener una pequeña colección de artefactos de comunicación como, celulares, reproductores de música, televisores LED, tabletas electrónicas y computadoras. Siempre están al tanto de las noticias de la radio, televisión y mensajería de los diferentes servicios que consume.

E

Son personas estables emocionalmente, en donde la amistad es importante y los vínculos sociales, influyendo mucho sus círculos religiosos y laborales. Pueden ser personas muy sociales y extrovertidos pero con un punto de vista muy maduro y certero manteniendo cierta sabiduría en sus conversaciones por vivencias propias.

*NOMBRE: GUILLERMO
EDAD: 40
PROFESION: INGENIERO*





POEMS

Su complemento POEMS identifica a las personas, objetos, ambientes, mensajes y servicios que rodean la cotidianidad de las personas que conforman nuestro grupo objetivo. (Klein, 2011)

La aplicación de POEMS anima a los investigadores a examinar estos elementos de forma independiente, así como su sistema interrelacionado, permitiendo pensar estrategias de comunicación donde los mensajes llegan a los usuarios dentro de su entorno diario. (Roman, 2014)

A continuación se presenta el desglose de la metodología.

PERSONAS

¿Quiénes van a estar en contacto con la experiencia?
Empresarios, Altruistas y organizaciones benéficas nacionales y extranjeras.

OBJETOS

¿Qué cosas físicas pueden ser creadas?
Canales Web (YouTube), espacios audiovisuales en las redes sociales.

AMBIENTES

¿En qué tipo de locación o en qué lugar se pueden llevar a cabo?
En espacios universitarios privados, estatales y patrocinados a través de los contribuyentes.

MENSAJES & MEDIOS

¿Qué tipo de información puede ser proveída y cómo?
Mediante boletines informativos semanales o mensuales enviados por correo a direcciones obtenidas de las bases de datos reunidas desde su iniciación.

SERVICIOS

¿Qué servicios y sistemas de soporte pueden ser ofrecidos?
Se pueden otorgar diplomas por participación y voluntariado media vez sea monitoreado por la asociación misma para sus emisiones.

P Son profesionales en la rama de licenciatura como mínimo, o empresarios de alto perfil, poseen puestos importantes en sus empresas o en las que laboran, son independientes.

O Principalmente medios impresos, revistas y prensas.

E Trabajan principalmente en oficinas o instalaciones en donde realizan juntas para sus gestiones. Asisten a eventos en hoteles, restaurantes o clubes de socios donde se les invita a donar.

M El mensaje será presentado por medio de material audiovisual por la institucional de la asociación. También será incluido en su sitio web para invitar a conocer la labor que hace la institución.

S Participan de eventos realizados por Ministerios Católicos de Guatemala.

3.3 CONCEPTUALIZACIÓN INSIGHT O CONCEPTO CREATIVO

INSIGHT

El concepto creativo de este proyecto se basó en el Insight en el cual se construyó la asociación, esta simple frase son los pilares de la asociación y a partir de ellas este proyecto lograra crear un vínculo con el grupo objetivo.

“Una Oportunidad Extraordinaria.”

CONCEPTO CREATIVO

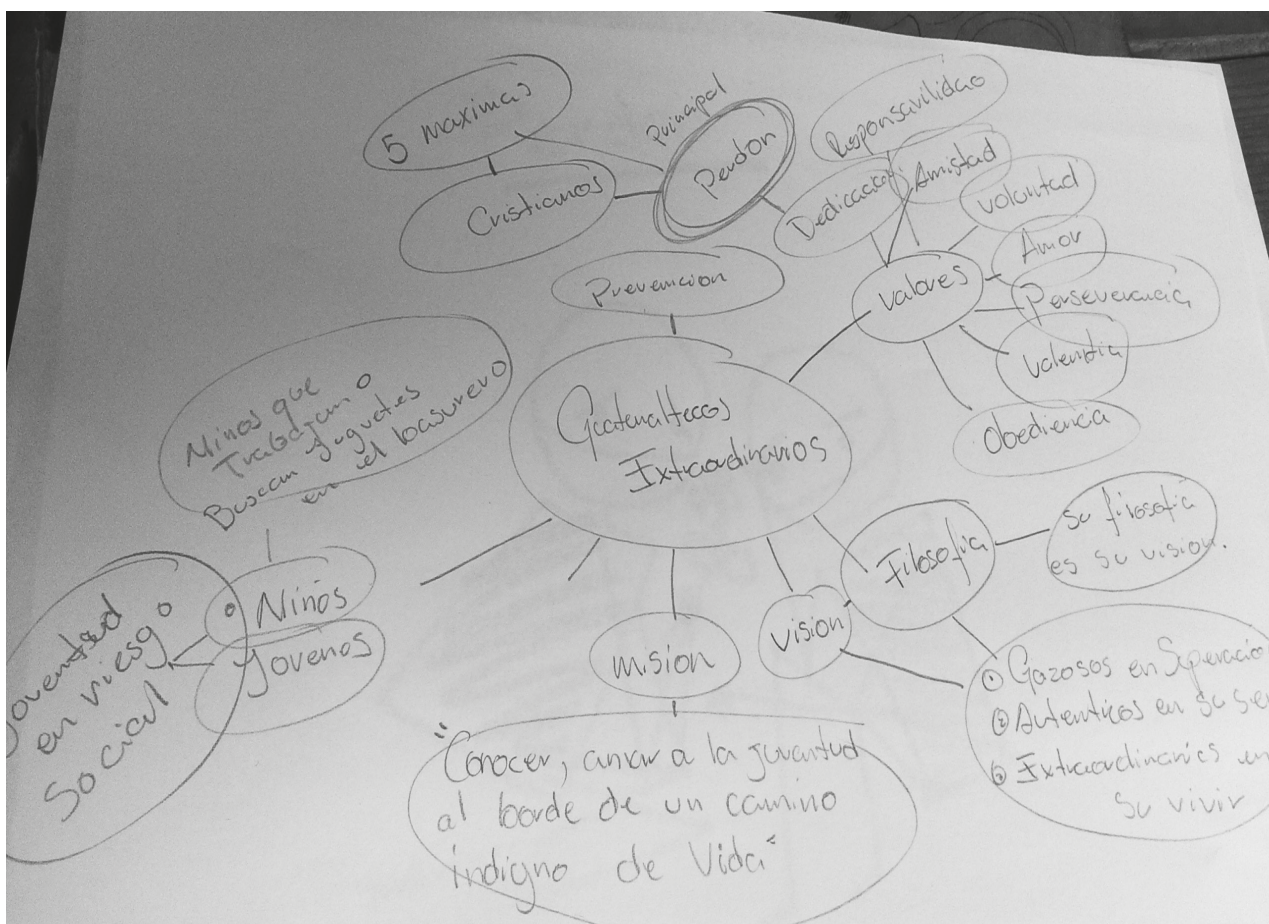
El concepto creativo o Insight se desarrolló con lluvia de ideas y conjuntó al director de la asociación para formular el concepto creativo y, posteriormente, establecerlo como base del proyecto.

LLUVIA DE IDEAS

Valores
Extraordinario
Guatemalteco
Decisión
Responsabilidad
Dedicación
Amor
Compromiso
Oportunidad

MAPA MENTAL

Con esta lluvia de ideas se elaboró un mapa mental para conseguir optimizar la obtención del Insight y sus derivados de los cuales se desarrollaron los procesos de pre producción que llevaron a la sistematización y sintetización del producto..



MAPA MENTAL PRINCIPAL PARA LA COMPRENSIÓN DEL PROYECTO.
Fuente: documentación propia.

PROYECTO A, VIDEO INSTITUCIONAL.

Este vídeo resumió lo que la asociación hace en la actualidad, desde la visión de sus directores y los beneficiados.

El proyecto muestra la funcionalidad y efectividad de las técnicas, procesos de sanación y metodología que se utilizan para crear “Guatemaltecos Extraordinarios”.

Este concepto es englobar a todos los que pertenecen a la asociación, buscando simpatizar con el cliente y grabar en su mente que existen personas extraordinarias a quienes se debe apoyar y que solo por medio de la asociación y los valores que inculca se pueden formar estas futuras personas de éxito que se convierten en seres con gozo y felicidad en sus vidas.

RESUMEN DE LAS NECESIDADES DE LA ASOCIACIÓN “GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS” (PROYECTO A)

“No tenemos un vídeo que muestre lo que la asociación hace y principalmente que sirva para la recaudación de fondos” /Juan Carlos Molina, marzo del 2014.



3.4 PRE-PRODUCCIÓN

PRE-PRODUCCIÓN:

La pre-producción del proyecto, inicio con la identificación de los conectores que hay que unir mediante la persuasión y transferencia de motivos e impulsos que tiene que sentir el grupo objetivo al ver el audiovisual. Concebir un vínculo es lo que se busca de forma directa pero siempre siguiendo la regla de la asociación la cual trata de no victimizar a sus integrantes, esta fue la piedra angular que busco no caer en tradición en este tipo de audiovisual.

Plan Estratégico para Objetivos

Objetivo General (Social):

Contribuir con la asociación “guatemaltecos extraordinarios” por medio de una estrategia de comunicación audiovisual en beneficio de los niños y jóvenes en riesgo social del relleno sanitario metropolitano, para captación de fondos.

ESPECÍFICO 1

(De Comunicación Visual Institucional)

Realizar un vídeo institucional que documente la labor social que la asociación realiza y facilite la recaudación de fondos.

ESTRATEGIA

Por la falta de experiencia y la longitud del proyecto se decidió dar inicio desde abajo hacia arriba para que la elaboración del proyecto principal tenga la fortaleza esperada pero con la profesionalidad cual es digna de dicha asociación.

Mantener una constante creación de borradores en cuestión de Mothion Graphics, ya que este segmento suele ser muy extenuante, para su visualización tan corta en dicho documental, pero imprescindible no importando su simpleza.

ESPECÍFICO 2

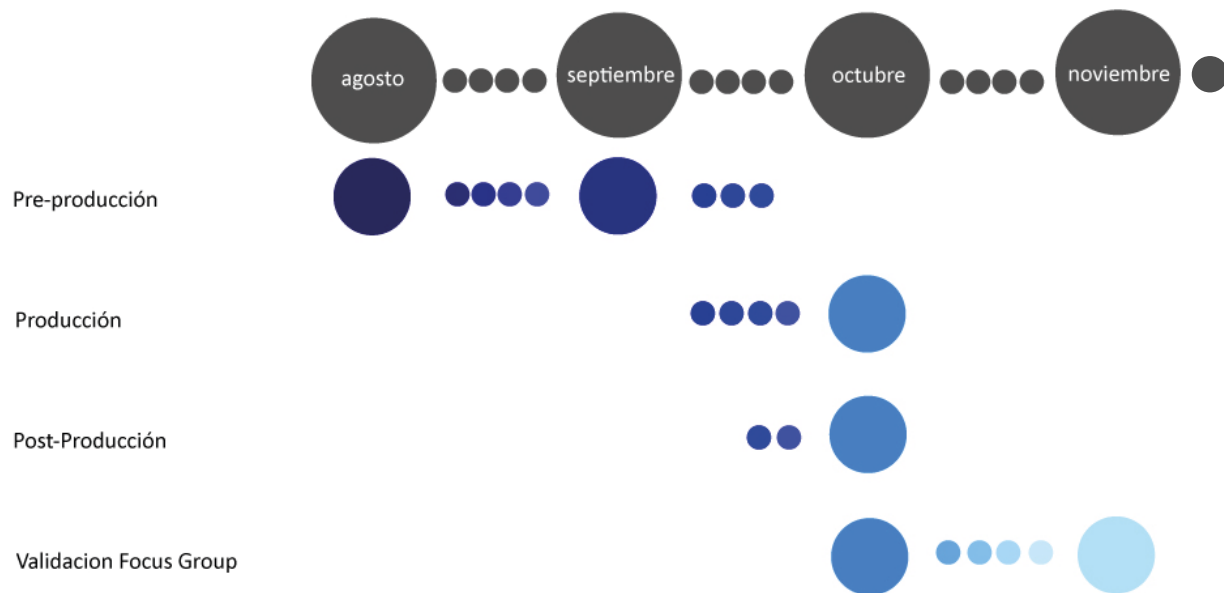
(De Diseño Gráfico Multimedia)

Desarrollar un vídeo informativo sobre el proyecto “pasitos extraordinarios” con el fin de obtener patrocinio para maestros.

ESTRATEGIA

Tomar como referencia principal el vídeo seudo - institucional usado por la asociación, el cual engloba el concepto mismo. Tomar referencia de todo, escenarios, personajes, etc.

Para la elaboración de dicho proyecto se creó un cronograma para tener de forma disciplinada la consecución de eventos mencionados en este proyecto. A continuación se muestra un pequeño esquema de la planeación a proyectar.



● una semana ● inicio de mes

CRONOGRAMA.
Fuente: documentación propia.



3.5 MANIFIESTO

Proyecto: VIDEO INSTITUCIONAL DE LA ASOCIACIÓN
Temática> “GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS”

Tiempo: 4-5 minutos

Proyecto tipo: A

Tipo de Proyecto: “Video Institucional”

Escrito por: Gabriel Diéguez.

Juan Carlos Molina.

Proyecto A UNA OPORTUNIDAD EXTRAORDINARIA VIDEO INSTITUCIONAL

La asociación guatemaltecos Extraordinarios que se dedica a ayudar a jóvenes en riesgo social en las áreas aledañas al relleno sanitario de la zona 3 capitalina.

La asociación busca acoger a estos niños y jóvenes en riesgo social, encaminándolos mediante el método de superación y sanación personalizada e individualizada, creando un vínculo con el individuo y desarrollando sus destrezas para que el niño o niña, joven o jovencitas pueda descubrir lo extraordinario que llevan dentro, amando a su familia, a Dios y a su patria. “Una Oportunidad Extraordinaria”, para ellos, para la asociación y para el país.

Queremos mostrar en el audiovisual lo que la asociación hace en la actualidad, como han cambiado estos últimos años desde su apertura en el 2011, y desde el punto de vista de sus directores, mostraremos desde adentro de la asociación como se busca incentivar la auto superación y corroborando esto desde el punto de vista de los beneficiados.

La Creación de este audiovisual tiene muchos obstáculos, primeramente la violencia y criminalidad del lugar, se busca hacer tomas lo más certero y rápidamente posible para saltar este obstáculo y poder desarrollar este proyecto.” Es una oportunidad extraordinaria “conocer una realidad que muchos obvian o ignoran, llevándola a la pantalla y buscar el beneficio de la asociación a través de los posibles contribuyentes. Para un reto extraordinario, hay que tomar, medidas extraordinarias.

STORYLINE

En Guatemala la problemática de los niños en calle en las áreas aledañas al relleno sanitario no han sido resueltos, pero Guatemaltecos Extraordinarios, se dedican a la sanación y educación de esos niños y jóvenes vulnerables a la delincuencia que se vive hoy en día en el país. Mostramos a que se dedica la asociación y cuál es el fin de la misma, creando así una “Oportunidad Extraordinaria” para todos.

SINOPSIS ARGUMENTAL

En Guatemala, la mayoría de sus habitantes tiene lo necesario para poder vivir su día a día, pero muchas veces nos olvidamos de esas áreas vistas por la sociedad como prohibidas o “rojas” entre ellas el relleno sanitario de la zona 3, en donde viven muchas familias quienes se dedican al trabajo como recolectores o guajeros como se dicen entre ellos, en el sector. Este problema deja a muchos padres en busca de trabajo o constantemente en recolección de materiales para la subsistencia de ellos, dejando así a los niños vulnerables en las calles de los asentamientos. Estos niños crecen sin mayor control paternal buscando en la calle como desarrollarse pero la mayoría de estas veces son con pandillas o delincuentes, con quienes crecen en su niñez y terminan delinquiendo o, en caso extremos, terminan muertos. La asociación Guatemaltecos Extraordinarios busca acoger a estos niños y jóvenes en riesgo social, encaminándolos mediante el método de superación y sanación personalizada e individualizada, creando un vínculo con el individuo y desarrollando sus destrezas para que el niño o niña, joven o jovencitas pueda descubrir lo extraordinario que llevan dentro, amando a su familia, a dios y a su patria. “Una Oportunidad Extraordinaria”, para ellos, para la asociación y para el país.

EJES TEMÁTICOS

- Prevención en la Niñez y Juventud en riesgo social, que viven en áreas aledañas al relleno sanitario.
- Amor a la Patria, a Dios y a sí mismos.
- Superación Familiar y personal.



3.6 PREGUNTAS GENERADORAS

Juan Carlos:

1. ¿Qué es guatemaltecos extraordinarios?
2. ¿Cuál es el Fin de Guatemaltecos Extraordinarios?
3. ¿Cuál es el Beneficio de las Familias involucradas en el proyecto?

Doña Juana (madre de niño beneficiado):

4. ¿Qué sería su vida si no estuviera GE?
5. ¿Qué cambios ha visto en su hijo?

Lizardo:

6. ¿Qué es el centro extraordinario el recreo y que hacen?

Guillermo:

7. ¿Qué es guatemaltecos extraordinarios?
8. ¿Cuál es el Fin de Guatemaltecos Extraordinarios?
9. ¿Cuál es el Beneficio de las Familias involucradas en el proyecto?
10. ¿Cuál es tu mensaje para los espectadores de este audiovisual?

3.7 FICHA TÉCNICA

Titulo

“Una Oportunidad Extraordinaria”

Duración: 5 minutos aprox.

Formato de Grabación:

1920 X 1080 Full HD 30fps/60fps

Formato Final: MP4

Codec: H.264

Año: 2014

Productora: Tres + Dos Producciones

AUDIENCIA

Profesionales ambos sexos entre 35 – 60 años.

CANALES DE DIFUSIÓN

YouTube

Facebook Post por parte de Denisse Miller Epesista de Publicidad.

Sitio WEB de la Asociación.

PERSONAL TÉCNICO

Tres + Dos Producciones

Director y Productor: Gabriel Diéguez

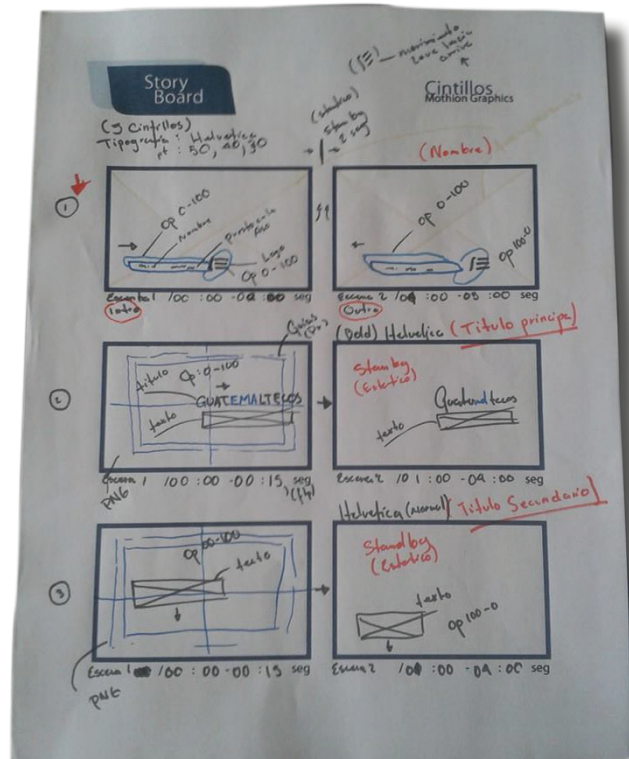
Fotografía: Gabriel Diéguez

Asistente de Iluminación y Audio: Rony Chew.

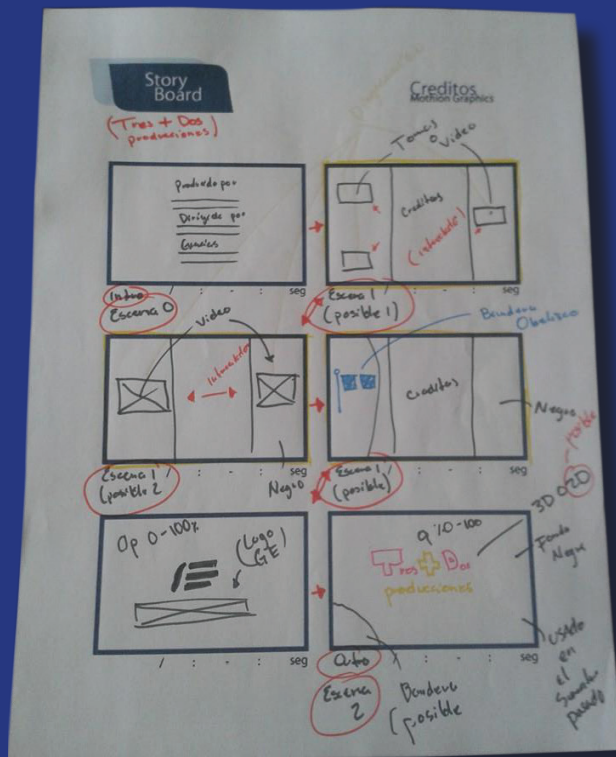
Guion: Gabriel Diéguez y Juan Carlos Molina.



(Véase anexos, Imagen 4)



(Véase anexos, Imagen 5)



(Véase anexos, Imagen 6)

Las secuencias varían al final ya que para el entendimiento de la audiencia se tuvieron que modificar varios aspectos para lograr el nivel de sensibilización que al que se quiso llegar.

Otro aspecto a tomar es que en este proyecto todos los elementos gráficos son originales del proyecto y no se usaron enlatados o audiovisuales ya existentes pudiendo ser de utilidad pero poco creativo.

3.9 CASTING

Para la elaboración del audiovisual se pensó trabajar con los directores de la asociación, y con los mismos beneficiarios que son los niños quienes los que atiende dicha asociación y uno de los padres de los niños para dar fe de la efectividad y veracidad de la metodología y forma de operara desde el punto de vista de sus directores, en los diferentes proyectos que conforman Guatemaltecos Extraordinarios.

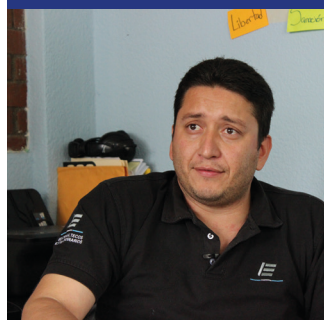
Los personajes usados en el audiovisual son los siguientes:



JUAN CARLOS MOLINA 37 AÑOS
DIRECTOR DE "GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS"



LIZARDO CABRERA
DIRECTOR DE "PASOS EXTRAORDINARIOS"



GUILLERMO CAMEROS
DIRECTOR DE PROGRAMAS DE LA ASOCIACIÓN



DOÑA JUANA
MADRE DE NIÑO BENEFICIADO POR LA ASOCIACIÓN

3.10 LOCACIONES

Para las selecciones de locaciones, no fue muy difícil escoger ya que se carecía de espacios o áreas estéticas para la grabación. Siendo muy reducidos los lugares en donde se grabaron a excepción de la casa de Juan Carlos Molina. Se hicieron tomas del proyecto con las pocas áreas accesibles y libres de peligro.



SEDE DE GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS
Locación 1



PASOS EXTRAORDINARIOS
Locación 2



OFICINA PRINCIPAL DE
GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS
Locación 3



CASA DE DOÑA JUANA
Locación 4



CASA DE JUAN CARLOS MOLINA
Locación 5



ASENTAMIENTO ALEDAÑO AL RELLENO SANITARIO
Locación 6

3.11 FOTOGRAFÍA

Para el manejo fotográfico, se trató de mantener el formato original de grabación, sin llegar a influir en el color; el objetivo fue mostrar de forma directa y lo más cercano posible a la realidad lo que se vive y se ve en el área y esta técnica tan sencilla logra apreciar el color de las locaciones.

Las pocas tomas que sufrieron modificación fueron muy tenues, como el intro y la pre finalización para mantener la veracidad cromática; obviamente, fueron usadas técnicas fotográficas en el inicio pero es necesario para la atracción hacia el espectador.



USO DEL EFECTO LEAVE COLOR
EN AFTER EFFECTS.
Tratamiento fotográfico 1



USO DE PLUGINS DE CONTRASTE Y
NIVELES EN AFTER EFFECTS.
Tratamiento fotográfico 2

3.12 PRODUCCIÓN

EQUIPO PARA PRODUCCIÓN

- Cámara Canon EOS 3Ti, Full HD 30 fps/60 fps
- 2 Micrófonos de Solapa Alámbricos.
- 1 Trípode de cámara
- 1 equipo de Lámparas Cowboy estudio
- 1 Laptop
- 1 Disco duro externo como backup
- Cableado eléctrico.

MATERIAL PARA UTILIZAR

- Grabaciones producidas en los eventos grabados a lo largo del EPS.
- Mothion Graphics para intro, outro, cintillos con datos y animaciones para cortinillas.
- Sonido original producido por Tres + Dos.
- No se utilizara material enlatado solo material producido por Tres + Dos
- Tomas de relleno de las locaciones.

LOCACIONES

- La Asociación “Guatemaltecos Extraordinarios” en su totalidad.
- Asentamientos aledaños a la zona 3 capitalina.
- Área de Juegos de los niños Pasitos Extraordinarios.
- Casa de Doña Juana.

PERFILES DE LOS ENTREVISTADOS

- Grupo A: Directores de la Asociación.
- Grupo C: Familia de Doña Juana.

3.13 SONIDO

La producción musical se basó en dos partes, una propia y una utilizada por librerías de música libre de uso, de acuerdo con las reglas y estatutos de los derechos de autor de la página.

PRODUCCIÓN PROPIA DE TRES + DOS:
Soundtracks producidos por Gabriel Diéguez.

Enlace de Soundtracks.
<https://soundcloud.com/toolteam/guatemaltecos>

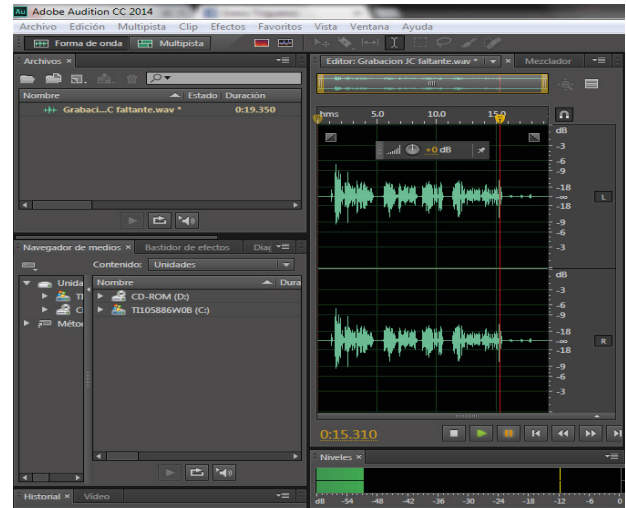
- Guatemaltecos Extraordinarios Intro
- Guatemaltecos Extraordinarios Cuerpo

PRODUCCIÓN SONORA AJENA:
Librerías de Audio Libres de uso de la página
WWW.YOUTUBE.COM

Enlace de Librerías:
<https://www.youtube.com/audiolibrary/music>

- Ether
- Heartland
- Long Trail
- On The Bach

SONIDO GENERAL:
Se grabó el sonido en general con un micrófono de solapa mas micrófonia incorporada el equipo de fotografía.



AUDITION ES UNA HERRAMIENTA DE EDICIÓN Y PROCESAMIENTO DE AUDIO.
Fuente: documentación propia.



ABLETON LIVE 9 ES UNA PODEROSA HERRAMIENTA DE EDICIÓN MUSICAL.
Fuente: documentación propia.

4

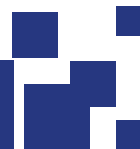
::CAPÍTULO::

Comprobación de la eficacia y propuesta gráfica final



PERSEVERANCIA

Fundamental en la vida para obtener un resultado concreto; siempre es gratificante iniciar un proyecto



PRIMER NIVEL DE EVALUACIÓN.
ALTAS AUTORIDADES DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.
Fuente: documentación propia.



SEGUNDO NIVEL DE EVALUACIÓN.
TERCER ASESOR DEL PROYECTO Y
DIRECTOR DE LA ASOCIACIÓN JUAN CARLOS MOLINA.
Fuente: documentación propia.



TERCER NIVEL DE EVALUACIÓN.
GRUPO FOCAL
Fuente: documentación propia.



TERCER NIVEL DE EVALUACIÓN.
GRUPO FOCAL
Fuente: documentación propia.

4.1 ESCENARIO Y DESARROLLO DE LA SESIÓN

ESCENARIO Y DESARROLLO DE LA SESIÓN

Para este segmento se hicieron 3 niveles de evaluación ya que estratégicamente era lo más viable para su eficacia. La estrategia consistió en evaluar el proyecto mediante la comprobación del proyecto B el cual estaba conformado en un 60 por ciento del proyecto a, ósea el vídeo institucional para la asociación, segundo se evaluó con el 3er asesor del presente proyecto Juan Carlos Molina quien también funge como director de Guatemaltecos Extraordinarios, y el tercer nivel de evaluación se llevó a cabo con personas contactadas por la asociación que cumplen con el perfil del grupo objetivo.

A continuación se muestran imágenes de los tres procesos de evaluación.

4.2 TEMA Y OBJETIVOS DE LA VALIDACIÓN

Temática

“Una Oportunidad Extraordinaria”.

OBJETIVOS DE LA VALIDACIÓN

Percibir a través de las reacciones captas a través de fotografías y vídeo, para deducir los momentos que los hicieron reaccionar, y así entender su impacto, comprensión, atracción, involucramiento y persuasión que generaron los audiovisuales en la muestra del grupo objetivo.

4.2 MÉTODO: GRUPO DE DISCUSIÓN

La mecánica consistió en presentar el vídeo sin que esperaran que ver los espectadores, luego de ver el audiovisual se inició un dialogo a través de preguntas abiertas para que voluntariamente se iniciara la discusión.

4.3 PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

Hombres y Mujeres comprendidos en las edades de 35 – 60 Años. Profesionales con pensamiento amplio y crítico que se involucran y trabajan en movimientos sociales en pro de la pobreza y falta de educación.

4.4 MODERADOR

Gabriel Diéguez (Estudiante de Diseño Gráfico, énfasis Multimedia) y Denisse Miller (Estudiante de Diseño Gráfico, énfasis Creativo).

4.5 INSTRUMENTOS

Se utilizó un cuestionario con 10 preguntas abiertas donde se buscan respuestas a los objetivos de validación antes mencionados.



ALEJANDRA DUARTE 36 AÑOS, (Entrenadora)
PARTICIPANTE
Fuente: documentación propia.



DENISSE MILLER
MODERANDO EL GRUPO FOCAL
Fuente: documentación propia.



PARTICIPANTE CONTESTANDO ENCUESTA.
Fuente: documentación propia.

4.6 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

A partir de encuestas realizadas y la discusión abierta en el Grupo Focal se presenta a continuación la interpretación de resultados finales.

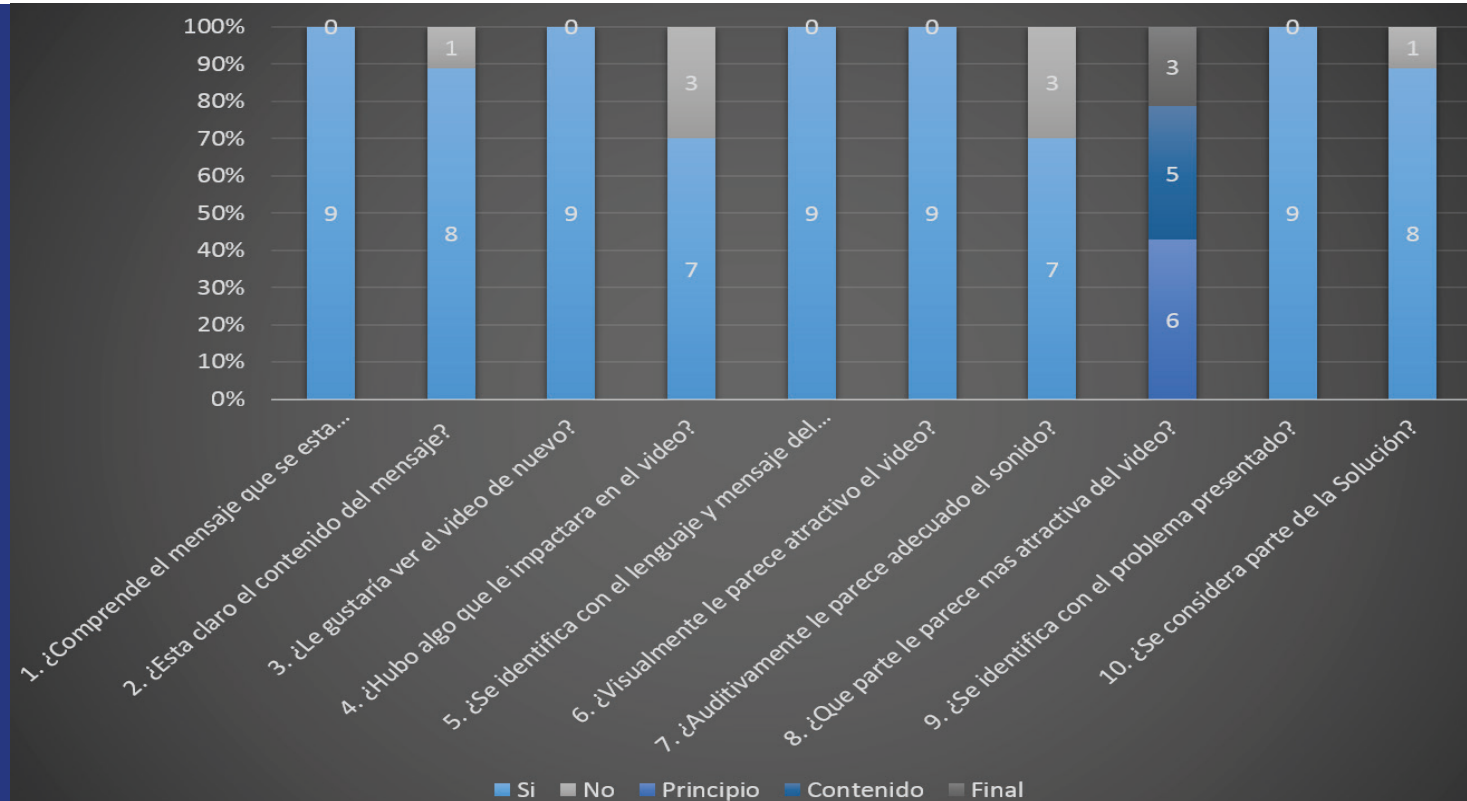


Tabla de Resultados de la Encuesta Escrita.
Locación 1

¿SE COMPRENDE EL MENSAJE DEL AUDIOVISUAL?

90% del grupo focal expresaron entendimiento total del audiovisual, aunque hubo un detalle en cuestión de necesidad informativo de voluntariado pero este no era el objetivo del proyecto.

¿HAY NECESIDAD DE INVOLUCRAMIENTO CON LA TEMÁTICA?

90% del grupo focal expresaron entendimiento total del audiovisual, aunque hubo un detalle en cuestión de necesidad informativo de voluntariado pero este no era el objetivo del proyecto.

¿EXISTIÓ ATRACCIÓN VISUAL Y AUDITIVA?

El **100%** de los participantes sostuvieron que la atracción principal fue al principio y en el contenido del audiovisual no obstante no disminuyo su atracción en todo momento solo una pequeña diferencia más alta al principio del vídeo que al final.

¿LOGRA EL AUDIOVISUAL EL OBJETIVO DE PRESTACIÓN?

100% de los participantes expresaron el que audiovisual logra los objetivos del presente proyecto.

5

::CAPÍTULO:: Propuesta gráfica final fundamentada



VALENTÍA

La valentía implica ser consciente del riesgo, ya sea físico, psicológico o moral. Sin esa sensación de peligro, riesgo o vulnerabilidad, no hay valor en un acto





5.1 APLICACIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO Previsualización del proyecto

La realización del concepto creativo, utilizó muchas tomas cortas y se enfoca en los niños de diferentes edades que trata la asociación, los ambientes y sus directores. Se buscó siempre enfatizar el hecho de que aunque se encuentran en esta situación deplorable, la asociación logra conseguir felicidad y sanidad en esta población. Se puede apreciar en el audiovisual que los objetivos fueron resueltos de una manera semi inesperada ya que el área no se prestaba para dicha producción pero al final se resolvió el problema de producción y se obtuvo un material aceptable para todas las partes involucradas.

A continuación el reel de la producción final.

STORYBOARD FINAL



MUCHOS NO TIENEN
OPORTUNIDADES EXTRAORDINARIAS.



ES NECESARIO SER EXTRAORDINARIO



GUATEMALTECOS
EXTRAORDINARIOS





0.3%
es la población que **DELINQUE**
en la Ciudad de Guatemala.



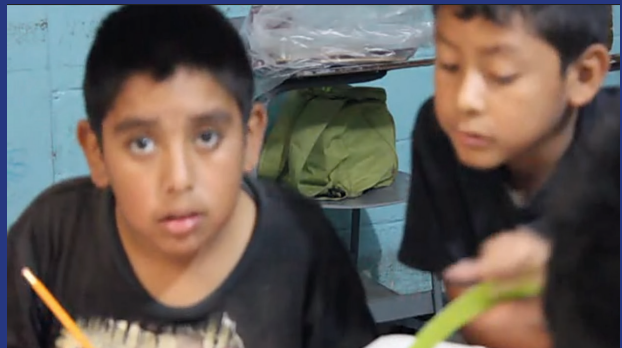
La raíz de la delincuencia se desencadena en la familia, el núcleo de la sociedad.



Al sanar la familia, sanamos el país.
Reducir la delincuencia es viable.









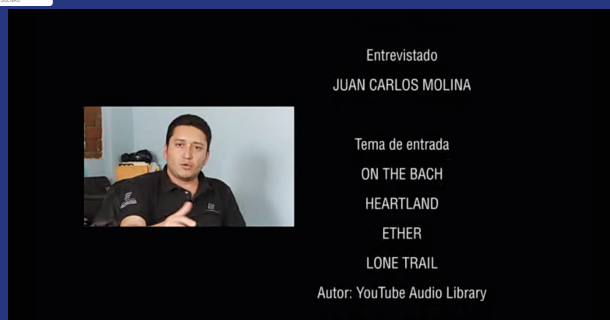
RECORRIDO VISUAL
NUESTRO MUNDO HOY







RECORRIDO VISUAL



Se trató de mostrar cada detalle en el story board del documentar siempre siendo lo mas sintético posible, para poder llevar al lector a la comprensión del proyecto.



5.2 CÓDIGO ICÓNICO

El logo que la asociación emplea fue re dibujado por la compañera de Diseño Gráfico énfasis Creativo, quien también es la autora de los siguientes logos cuales fueron animados en este proyecto, ya que se trabajó conjuntamente con ella como parte de una campaña que abarcaba en dos aspecto el área multimedia echa en este proyecto y el área publicitaria elaborada por Denisse Miller, contribuyendo mutuamente para la asociación. Estos logos fueron meticulosamente elaborados siempre en busca de simbolizan de los conceptos que la asociación quería y finalmente aprobó para su uso general.

A continuación los Iconos que se usaron en este proyecto.

AZUL CIELO, este color fue usado para enlazar el color azul de la bandera nacional guatemalteco y al mismo tiempo refleja tranquilidad y serenidad.

CÓDIGO CROMÁTICO:
GRIS, el motivo de este color es para demostrar seriedad y estabilidad las cuales representan al grupo objetivo, quienes en el rango de edades y posición socioeconómico demuestran estabilidad general.



CODIGOS DE COLOR

RGB = 39, 169, 225
CMYK = 70%,15%,0%,0%
WEB = #27a9e1

RGB = 109, 110, 112
CMYK = 0%,0%,0%,70%
WEB = #6d6e70

ICONO



CODIGOS DE COLOR

RGB = 39, 169, 225
CMYK = 70%,15%,0%,0%
WEB = #27a9e1

RGB = 109, 110, 112
CMYK = 0%,0%,0%,70%
WEB = #6d6e70

ICONO



CODIGOS DE COLOR

RGB = 39, 169, 225
CMYK = 70%,15%,0%,0%
WEB = #27a9e1

RGB = 109, 110, 112
CMYK = 0%,0%,0%,70%
WEB = #6d6e70

ICONO



CODIGOS DE COLOR

RGB = 39, 169, 225
CMYK = 70%,15%,0%,0%
WEB = #27a9e1

RGB = 109, 110, 112
CMYK = 0%,0%,0%,70%
WEB = #6d6e70

5.3 CÓDIGO ICÓNICO

TIPOGRAFÍA PRIMARIA
Helvética Lt Std Condenced Negrita

La Tipografía Primaria, “Helvética Lt Std Condenced Negrita” proporciona la sensación de estabilidad y solidez que acentúa el objetivo de la asociación. Estabilidad y Fortaleza es lo que se busca.

A B C D E F G H I	a b c d e f g h i	1 2 3 4 5
J K L M N Ñ O P Q	j k l m n ñ o p q	6 7 8 9 0
R S T U V W X Y Z	r s t u v w x y z	! ” # \$ % & / () = ?

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA
Helvética Lt Std Condenced

La Tipografía Secundaria, “Helvética Lt Std Condenced” se usa para textos descriptivos. Es liviana y legible así se logra un balance jerárquico al combinarla con la tipografía principal.

A B C D E F G H I	a b c d e f g h i	1 2 3 4 5
J K L M N Ñ O P Q	j k l m n ñ o p q	6 7 8 9 0
R S T U V W X Y Z	r s t u v w x y z	! ” # \$ % & / () = ?

5.4 CÓDIGO LINGÜÍSTICO

Muchos proyectos hacen énfasis continuo del slogan de sus producciones, en este proyecto se pensó que con la simplicidad se obtienen resultados esperados, a esto nos referimos que en el audiovisual se usó el slogan “UNA OPORTUNIDAD EXTRAORDINARIA”, en la introducción del video y al final para consolidar el mensaje de guatemaltecos extraordinarios, este slogan fue elaborado en sesiones con el director de la asociación y tercer asesor del presente proyecto. El concepto es simple, que la asociación brinda una oportunidad extraordinaria para todos, para el beneficiado, para el que beneficia, y para ellos mismos como mediadores de sanación.



GUATEMALTECOS
EXTRAORDINARIOS

5.5 COMPOSICIÓN VISUAL

Muchos proyectos hacen énfasis continuo en el slogan de sus producciones, en este proyecto, se pensó que con la simplicidad se obtienen resultados esperados, a esto nos referimos en el audiovisual cuando se usó el slogan “UNA OPORTUNIDAD EXTRAORDINARIA”, en la introducción del vídeo y al final para consolidar el mensaje de guatemaltecos extraordinarios, este slogan fue elaborado en sesiones con el director de la asociación y tercer asesor del presente proyecto. El concepto es simple, que la asociación brinda una oportunidad extraordinaria para todos, para el beneficiado, para el que beneficia, y para ellos mismos como mediadores de sanación.



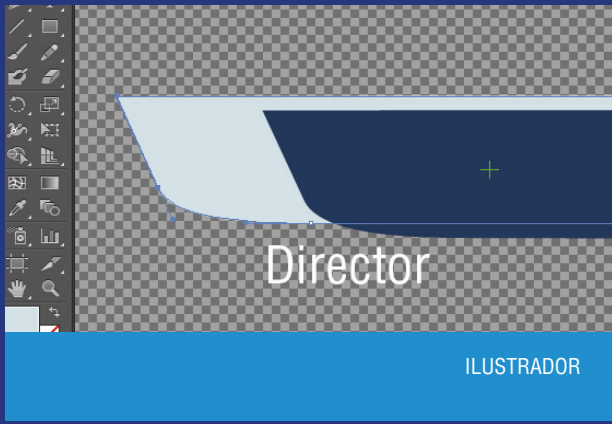
E DE EXTRAORDINARIOS
SIMBOLIZANDO FORTALEZA



CORAZÓN CON FORMA DE CORAZON
Y DEDITOS, GUIANDO CON AMOR



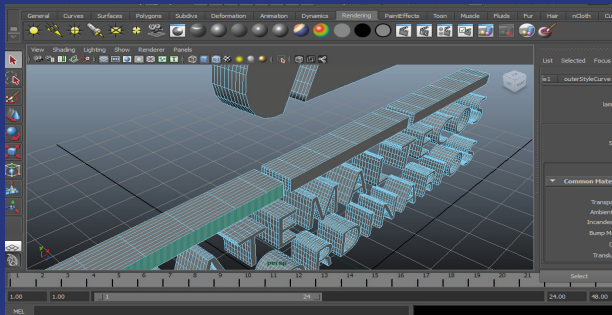
PASOS CON UN CORAZÓN SIMBOLIZANDO
LA ENSEÑANZA CON AMOR



ILUSTRADOR



AFTER EFFECTS



3D MAYA



PREMIERE

5.6 MOTHION GRAPHICS

Muchos proyectos hacen énfasis continuo en el slogan de sus producciones, en este proyecto, se pensó que con la simplicidad se obtienen resultados esperados, a esto nos referimos que en el audiovisual se usó el slogan “UNA OPORTUNIDAD EXTRAORDINARIA”, en la introducción del vídeo y al final para consolidar el mensaje de guatemaltecos extraordinarios, este slogan fue elaborado en sesiones con el director de la asociación y tercer asesor del presente proyecto. El concepto es simple, que la asociación brinda una oportunidad extraordinaria para todos, para el beneficiado, para el que beneficia, y para ellos mismos como mediadores de sanación. Para la elavoracion de mothion graphics se usaron tres programas:

ILUSTRADOR

AFTER EFFECTS

3D MAYA

PREMIERE

6

::CAPÍTULO::

Especificaciones técnicas y lineamientos para puesta en práctica de la propuesta



VOLUNTAD

La voluntad es la capacidad consciente que posee el ser humano para realizar algo con intención



6.1 MEDIOS SUGERIDOS Y DIVULGACIÓN

Para garantizar la eficacia de la estrategia de comunicación se sugiere que Facebook sea el medio de difusión principal, a través de YouTube para la facilitación de manejo y almacenamiento de audiovisuales. Con Facebook se permite una efectiva publicidad del Spot y se pueden crear hipervínculos a las páginas y correos electrónicos que se envíen desde la asociación.

Para poder tener Facebook como herramienta publicitaria es de al menos de unos \$200 dólares en un plazo de 20 días, para su mayor efectividad.

- **POST EN FACEBOOK**

Publicar el audiovisual en la fanpage de Guatemaltecos Extraordinarios.

- **POST EN YOUTUBE**

Publicar en YouTube para su almacenamiento y fácil manipulación a través de links en correos, que usa la asociación para informar a través de su boletín Semanal.

- **POST EN VIMEO**

Vimeo es una red social de Internet basada en videos, lanzada en noviembre de 2004 por la compañía InterActiveCorp. El sitio permite compartir y almacenar videos digitales para que los usuarios comenten en la página de cada uno de ellos.

- **Publicación en el sitio de la Asociación**

Publicar dentro de la página para conseguir mayor actividad y visitas.

6.2 PRESUPUESTO

TRANSPORTE

8 Gasolina para transporte propio en la ciudad de Guatemala, un tramo de 12 kms por día, de la Colonia Centro América zona 7 metropolitana a el relleno sanitario mas el hogar de Juan Carlos Molina zona 14, tres tanques llenos de un automóvil Volks Waggen Bettle 98.

TRABAJO TÉCNICO

Tomo 8 días de grabación por el nivel de dificultad para grabar y coordinar con la asociación y los eventos que se usaron para la producción en general.

Día 1:	Cobertura de 4 horas
Día 2:	Cobertura de 4 horas
Día 3:	Cobertura de 2 horas
Día 4:	Cobertura de 1 horas
Día 5:	Cobertura de 2 horas
Día 6:	Cobertura de 2 horas
Día 7:	Cobertura de 1 horas
Día 8:	Cobertura de 2 horas

Total de horas aproximadamente para grabación del proyecto en total: 18 horas

Costo de 18 horas de Grabación a 1 cámara HD (Q500 x hora)

Costo de 18 horas de 1 Asistencia de Producción (Q100 x hora)

18 Horas de grabación a 1 cámara HD (cobertura de 8 días)

Sub total de Viáticos: Q1000

(Q500 x hora)
(Q100 x hora)

Q9, 000

	Q1, 800
18 Horas de asistencia de producción, (cobertura de 8 días)	Q10, 800
Subtotal Costos de Grabación:	
SERVICIOS PROFESIONALES	Q1, 000
Producción	Q2, 000
Dirección y Producción	Q1, 500
Dirección de Fotografía y Arte	Q4, 000
Motion Graphics	Q6, 000
Edición	
Subtotal Costos Post Producción	Q14, 500

TOTAL PRESUPUESTO:

Los precios de la producción fueron consultados en el proyecto de graduación “Video institucional para difundir la labor y sensibilizar a la población sobre la problemática que aborda el Programa de Aprendizaje Integral para el Desarrollo Sociolaboral -PAIDOS –“según (Roman, J. 2014)

Q34, 300



6.3 MANUAL DE USO

REPRODUCCIÓN

Principalmente para su reproducción es sugerido que se use en reproductores con la opción de DIVX o laptops con programas que reproduzcan este tipo de formato, ya que el formato es FULL HD y por su tamaño la reproducción se ralentiza si no tiene estas opciones de DIVX. Así mismo se le proporcionara una gama de formatos reproducibles pero preferentemente sería el sugerido.

PORTABILIDAD

El formato disponible es H264 - mp4, el cual permite libremente transportarse desde una memoria USB hasta un CD o DVD, así como su fácil publicación en web o redes, siempre teniendo en cuenta que el tamaño del archivo siempre va a ser grande (50megabites hasta 1.5 gigabites).



CONCLUSIONES

Se realizó exitosamente el material audiovisual que servirá para difundir la labor de la asociación “Guatemaltecos Extraordinarios” dentro de sus actividades y medios de comunicación, lo que será de beneficio de beneficio para todos los jóvenes del área del relleno sanitario de la zona 3 metropolitana.

Se logró documentar la labor de la asociación Guatemaltecos Extraordinarios de manera adecuada y pertinente, pudiendo resaltar el altruismo de la asociación , por medio de la narración propia de sus personajes que presenta el audiovisual realizado, lo que permitirá que hayan mayores probabilidades de sensibilizar a el grupo objetivo sobre la problemática del subdesarrollo en las áreas marginales, ya que en el proceso de validación se pudo corroborar que tenía un efecto a nivel emocional en los individuos que pudieron presenciarlo.

Se constata, a lo largo de la producción del audiovisual y en la validación, que el material se encuentra con la calidad requerida y necesarias para ser presentar en diversos eventos recaudativos , como: conferencias, talleres, exposiciones, reuniones de religiosas entre otras además de tener la cualidad de que por su duración puede difundirse en redes sociales efectivamente.

De acuerdo con esto se extiende la gama de posibilidades de llevar la asociación al público en general, incrementando las posibilidades de que más personas contribuyan con la causa que Guatemaltecos Extraordinarios da a esta población.



RECOMENDACIONES

DE LA TEMÁTICA

En el momento de abordar esta temática, es necesario tomar en cuenta primeramente que muchas organizaciones puede aceptar la ayuda para desarrollar este tipo de temas mas no brindar la información requerida al principio para la elaboración del marco teórico con lo que se construye muchos de los aspectos de producción. Es importante que los productos de diseño no se centren en este tipo de proyecto que victimizar a esta población, sino al contrario, realzar lo bueno que hacen, muchas de estas poblaciones son pobres pero no delincuentes, hay que tener amplio criterio y visión para involucrarse en este tipo de temáticas.

DEL PROCESOS DE GRADUACIÓN

Seleccionar con antelación el tipo de institución con la que se desea realizar el proyecto y dedicar tiempo a la búsqueda de la temática que se desea desarrollar, para identificarse con la temática y en términos coloquiales, “empaparse del tema”, para tener un vínculo con el proyecto y eso lleva a que el proyecto fructifique con el desarrollo.

DEL TIPO DE PROYECTO

La complejidad de este proyecto requirió principalmente tener en cuenta dos situaciones: seguridad y paciencia, ya que en este tipo de casos tratamos con personas que no han recibido educación o no tienen el nivel necesario para el diálogo o trabajo en grupo.

Para producir materiales audiovisuales en este contexto hay que tener bastante pericia y simpatía para mezclarse con este tipo de población, así que paciencia y trabajo en equipo es la clave y verificar la seguridad en todo momento por el equipo que se usa y por uno mismo como universitario.

EN EL ÁMBITO SOCIAL

Agradezco a la asociación por darme una oportunidad extraordinaria, de mejorar como persona al visualizar todo lo que sucede con esta población y entender que el origen de muchos problemas que suceden en el país es por cuestiones sociales originadas por el abandono y la pobreza. Y que al apegarse al lado humano que tenemos todos con la ayuda de dios se pueden crear cambios que pueden reflejarse a largo plazo y que si nosotros como guatemaltecos solo podemos ayudarnos entre nosotros y así juntos visualizar a esa Guatemala que muchos nos han prometido pero nunca a llegado, el cambio solo se puede dar con nosotros para nosotros, la comunidad guatemalteca.

EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Fue posible aprender a realizar una producción de esta magnitud de forma casi independiente, realizar todos los aspectos de una producción desde un único punto de vista y el manejo total de sus herramientas audiovisuales, un camino angosto pero fructífero y muy satisfactorio de haber cursado en mi carrera como profesional del diseño audiovisual.

FUENTES CONSULTADAS

1. Beneficiarios, G. E. (20 de 04 de 2014). Guatemaltecos Extraordinarios Beneficiarios. Recuperado el 20 de 04 de 2014, de Guatemaltecos Extraordinarios Beneficiarios: http://guatemaltecosextraordinarios.org/quienes_somos/historia-2/#!/beneficiarios/
2. Castillo, J. A. (16 de 05 de 2014). Scribd. Recuperado el 16 de 05 de 2014, de Scribd: <http://es.scribd.com/doc/87139183/Que-Es-El-Riesgo-Social-1>
3. DEMI. (28 de 08 de 2014). UNICEF Guatemala. Obtenido de http://www.unicef.org.gt/2_sala_de_prensa/cabal/cabal/cabal9_15ag07/resumen_prensa_nina_indigena.pdf
4. Dieguez, G. (23 de 04 de 2014). Sound Cloun [Grabado por J. C. Molina]. Ciudad de Guatemala, Municipio de Guatemala, Guatemala: Toolteam Productions. Recuperado el 29 de 08 de 2014, de <https://soundcloud.com/toolteam/entrevista-1-juan-carlos-molina-cuestionario-1?in=toolteam/sets/entrevistas-a-director-de-ong-guatemaltecos-extraordinarios>
5. Guatemaltecos Extraordinarios Facebook. (20 de 04 de 2014). Recuperado el 20 de 04 de 2014, de Guatemaltecos Extraordinarios Facebook: <https://m.facebook.com/GuatemaltecosExtraordinarios/about>
6. GULATEVISION (Productor). (s.f.). GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS Reportaje Gulatevision [Película]. Guatemala: SR. Recuperado el 28 de 08 de 2014, de <https://www.youtube.com/watch?v=rPtQBAVZLFw>
7. Libre Infancia. (13 de 05 de 2014). Recuperado el 13 de 05 de 2014, de Libre Infancia: <http://www.libreinfancia.org/es/index.php/site-administrator>
8. Metodología, W. G. (20 de 04 de 2014). Web Guatemaltecos Extraordinarios Metodología. Recuperado el 20 de 04 de 2014, de Web Guatemaltecos Extraordinarios Metodología: http://guatemaltecosextraordinarios.org/quienes_somos/historia-2/#!/metodologia/
9. Ministerio de Salud, C. R. (28 de 08 de 2014). BINASSS. Obtenido de <http://www.binasss.sa.cr/poblacion/rellenosanitario.htm>
10. Mistica, G. E. (20 de 04 de 2014). Guatemaltecos Extraordinarios Mistica. Recuperado el 20 de 04 de 2014, de Guatemaltecos Extraordinarios Mistica: http://guatemaltecosextraordinarios.org/quienes_somos/historia-2/#!/metodologia/mistica/
11. Muñoz, J. L. (28 de 08 de 2014). Foro Alfa. Obtenido de <http://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-social>
12. Roman, J. (2014). proyecto Video institucional para difundir la labor y sensibilizar a la población sobre la problemática que aborda el Programa de Aprendizaje Integral para el Desarrollo Socio laboral -PAIDOS. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

-
12. SALAZAR, R. E. (Noviembre de 2004). Biblioteca USAC. Recuperado el Martes 21 de Agosto de 2014, de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/15/15_1263.pdf
 13. Web, G. E. (20 de 04 de 2014). Guatemaltecos Extraordinarios Web. Recuperado el 20 de 04 de 2014, de Guatemaltecos Extraordinarios Web: http://guatemaltecosextraordinarios.org/quienes_somos/historia-2/
 14. www.desarrolloweb.com. (28 de 08 de 2014). Todo Grafico. Obtenido de <http://todografico.wikispaces.com/Dise%C3%B1o+Gr%C3%A1fico+Audiovisual>

GLOSARIO

- C** **Crack** / Droga derivada de la cocaína.
Coadyuvar / Contribuir, asistir o ayudar a la consecución de algo.
- D** **Difusión** / Acción y efecto de difundir.
Desglose / Acción y efecto de desglosar.
- E** **Estándar** / Que sirve como tipo, modelo, norma, patrón o referencia.
Esquematar / Representar algo en forma esquemática.
Empatía / Identificación mental y afectiva de un sujeto con el estado de ánimo de otro.
Eficacia / Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.
- F** **Fascículos** / Cuadernos
- G** **GUATEVISION** / Canal de televisión guatemalteca.
- H** **Hábitat** / Lugar de condiciones apropiadas para que viva un organismo, especie o comunidad animal o vegetal.
Host / El término host es usado en informática para referirse a las computadoras conectadas a una red, que proveen y utilizan servicios de ella.
- I** **Insight** / Son aspectos que se encuentran ocultos en su mente
- L** **Lucro** / Ganancia o provecho que se saca de algo.
- M** **Manutención** / Acción y efecto de mantener o mantenerse.
Mara / Pandilla de muchachos.
Militante / Que milita.
- P** **Propenso** / Con tendencia o inclinación a algo.
Pre / Significa anterioridad local o temporal, prioridad o encarecimiento.
Post / después
PAVI / Institución Guatemalteca.
Producción / Acción de producir.
- R** **Relleno** / Material con que se llena algo.
Rezago / Atraso o residuo que queda de algo.
- S** **Sanitario** / Perteneciente o relativo a las instalaciones higiénicas de una casa, de un edificio, etc.
Salva / Salvador o Salvadoreño (a).
Sesgar / Cortar o partir en sesgo.
Socioeconómico / De la sociedad y la economía conjuntamente, o relacionado con ambas cosas.
Sociodemográficos / Se refiere al comportamiento de la población de acuerdo a su ubicación geográfica.
- T** **Trucha** / Término salvadoreño para la palabra listo o inteligente.
- U** **USAID** / Institución Guatemalteca.
- W** **Web** / Conjunto de información que se encuentra en una dirección determinada de Internet.
- Y** **YouTube** / Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir videos Anexos, cartas de Cesión de Derechos de imagen.

IMAGEN 1 FODA

Gabriel Jose Dieguez Coronado
Universidad San Carlos de Guatemala

Análisis FODA

Facultad de Arquitectura
EPS Licenciatura en Diseño Grafico

		F	FORTALEZAS (internas)	D	DEBILIDADES (Interna)
		1	No existen antecedentes de Diseño Grafico, siendo facil la labor profesional.	1	Poca informacion del tema.
		2	La asociacion se mantiene en constante crecimiento.	2	Falta de maestros.
		3	La Asociacion a beneficiado a la comunidad.	3	El Director de GE es una persona sumamente ocupada.
		4	Proyecto Autosustentable	4	Falta de Conocimiento del Target.
		5	Trabajo en conjunto con Epsista enfasis Creativos. (linea grafica)	5	Poco tiempo para la Produccion.
O	ORTUNIDADES (externas)	FO	ESTRATEGIAS	DO	ESTRATEGIAS
1	Se reproducira el material a travez del canal de la asociacion en internet. El material sera visto por entidades prominentes del gobierno.	F1-O2	Tener en cuenta las tendencias actuales por las cuales las autoridades producen su material, como por ejemplo el ministerio de educacion para asi sugerir a Denise seguir las para el uso en los audiovisuales.	D1-O1	Investigar sobre las familias el relleno sanitario en diarios y medios oficiales.
2	No existe documentos relacionados con el tema.	F2-O3	Hacer mencion de que es primer proyecto universitario en esta asociacion para tener notoriedad.	D2-O4	Sugerir uso de graduandos del area de magisterio para cubrir la necesidad de maestros.
3	La Asociacion ya a tenido comunicacion publicitaria a travez de medios.	F1-O4	Crear una linea grafica que se adecue a los medios ya utilizados por la asociacion.	D3-O5	Sugerir al director delegar mas actividades a sus subordinados.
4	Los Directivos poseen apoyo de distintas entidades.	F5-O1	Se subira a el canal de youtube creado por la compañera Denise, y tendra que ser prioridad para antes de la publicacion.	D4-O1	Investigar el Target asistiendo a sesiones con Ministerios Catolicos.
5		F5-O5	Simplificar la linea grafica establecida por Denise y aprobada por al asociacion.	D2-F2	Hacer mencion de la Necesidad de Maestros en la estrategia de comunicacion.
A	AMENAZAS (externas)	FA	ESTRATEGIAS	DA	ESTRATEGIAS
1	Delincuencia en el Area.	F2-A1	Sugerir instalar un AA NA y DA en las instalaciones.	D4-A1	Informar al Target los indices de delincuencia en el area.
2	Padres anuentes a participar.	F4-A2	El proyecto puede ser sustentable si los padres participan mas con la asociacion.	D5-A4	Crear un Crokis de las instalaciones para optimizar el uso de areas para la produccion.
3	Falta de Maestros.	F3-A3	Las personas de la comunidad pueden participar en la educacion de los niños y jovens.	D5-A5	Coordinar un horario con los personajes que servirán principalmente para la video Institucional.
4	Traslado reciente a las instalaciones actuales.	F1-A4	Puede facilitarce crear una nueva imagen a travez de fotografias tomadas de la nueva sede y sus departamentos.	D3-A5	Sugerir una base de datos estandar donde puedan tener acceso todos el personal de la asociacion para uso general y los
5	Horarios Desconocidos de Personal de la Asociacion.	F4-A5	El proyecto puede ser mas eficientes si el personal estipulara su horario en una tabla de actividades semanales.	D1-A2	Mucha de la Informacion, se puede obtener en las tomas que se obtendran de las familias en la ultima semana de septiembre.

IMAGEN 2 CANVAS

<p>ALIADOS CLAVE</p> <p>¿Qué pueden hacer los partners mejor que yo o con un coste menor y por tanto enriquecer mi modelo de negocio?</p> <ul style="list-style-type: none"> Jorge Mario López / Buen orador útil para vos en off del video institucional. Danny Gómez / Buen fotógrafo con equipo y facilidad de trabajo en grupo. Denisse Sánchez / Trabaja su proyecto en la misma asociación y podrá aportar en la línea grafica para el documental y demás material. 	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <p>¿Qué actividades clave hay que desarrollar en mi modelo de negocio y de qué manera lo llevo a cabo?</p> <p>Cotización de precios sobre recursos que no tenga a la mano.</p> <ul style="list-style-type: none"> Cámara profesional y Objetivos <p>Preproducción</p> <ul style="list-style-type: none"> Procesos creativo Línea Grafica Escaleta <p>Producción</p> <p>Postproducción</p> <ul style="list-style-type: none"> Motion Graphics Edición Reidentificación 	<p>PROPOSICION DE VALOR</p> <p>¿Qué problema solucionamos?</p> <ul style="list-style-type: none"> La necesidad Audiovisual de la Asociación. <p>¿Qué necesidad satisfacemos?</p> <ul style="list-style-type: none"> La necesidad de material audiovisual que transmite la información para la recaudación de fondos. <p>¿Qué beneficios aportamos?</p> <ul style="list-style-type: none"> Facilidad de comunicación y estética en su transmisión. 	<p>RELACION CON LOS CLIENTES</p> <p>¿Qué tipo de relaciones esperan mis clientes que establezca y mantenga con ellos?</p> <ul style="list-style-type: none"> Juan Carlos Molina, director de la asociación espera que tenga un acercamiento a los niños y que conozca las actividades de la misma, así también a sus colaboradores y participar en algún evento de "Guatemaltecos Extraordinarios". <p>No de Teléfono Móvil de Juan Carlos 5202-9523</p>	<p>SEGMENTOS DE CONTRIBUYENTES</p> <p>¿A quién nos dirigimos?</p> <ul style="list-style-type: none"> Hombres y Mujeres Empresarios comprendidos entre los 35 – 60 años. <p>¿Qué segmento consideramos?</p> <ul style="list-style-type: none"> Juventud empresarial <p>¿Cuáles son Prioritarios?</p> <ul style="list-style-type: none"> Transactel Heroes
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>¿Cuál es la estructura de mi modelo de negocios?</p> <p>Mi modelo consiste que con la ayuda de mis partners poder construir la parte de producción y la línea grafica tendrá que ser compartida con la compañera Denisse, en cuanto a mis clientes tengo buena relación y los visito una vez por semana los miércoles. Tengo pendiente como plan B comprar una cámara profesional con precio aproximado de Q4.300 más un objetivo de 55 mm usado de unos Q900 aproximadamente y falta estudiar a fondo a los contribuyentes principalmente a Transactel Heroes.</p>				

IMAGEN 3 GRÁFICAS DE VALIDACIÓN

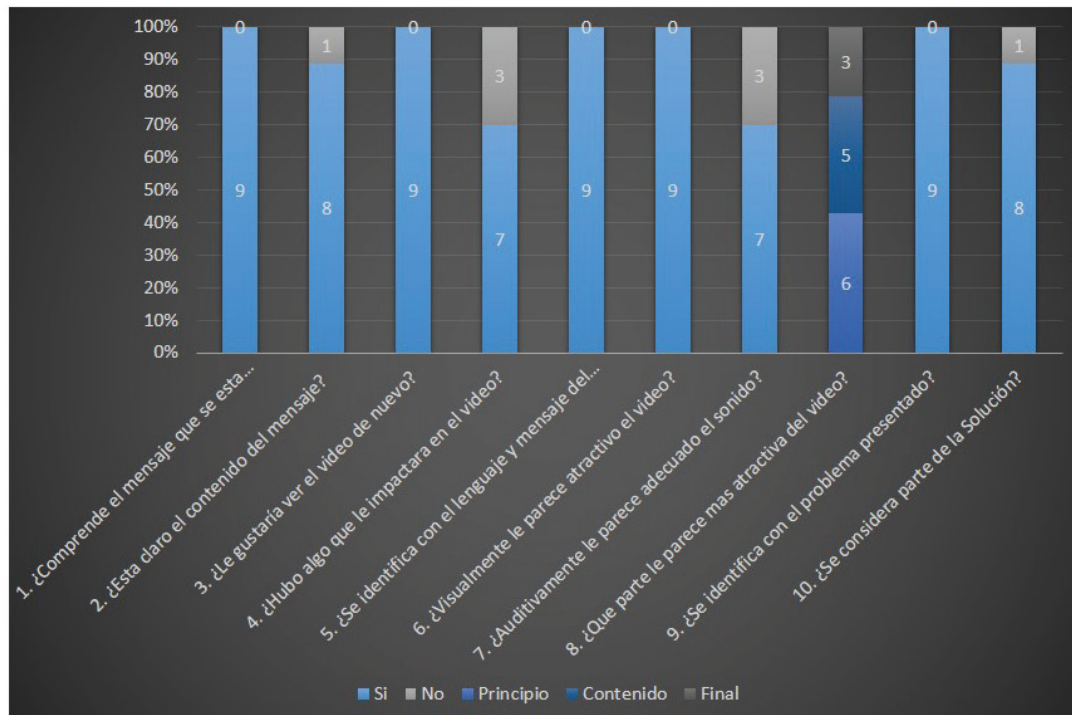


IMAGEN 4 ENCUESTA DE VALIDACIÓN



Los siguientes datos no son obligatorios

Primer Nombre
Edad



Grupo Focal – Guatemaltecos Extraordinarios
Preguntas para reunión de Información.

Comprensión

- | | | |
|--|------|------|
| 1. Comprende el mensaje que se esta transmitiendo? | SI O | No O |
| 2. Esta claro el contenido del mensaje? | SI O | No O |

Atracción

- | | | |
|--|------|------|
| 3. Le gustaría ver el video de nuevo? | SI O | No O |
| 4. Hubo algo que le impactara en el video? | SI O | No O |

Aceptación

- | | | |
|---|------|------|
| 5. Se identifica con el lenguaje y mensaje del video? | SI O | No O |
| 6. Visualmente le parece atractivo el video? | SI O | No O |

- | | | |
|---|---------------------------------------|------|
| 7. Auditivamente le parece adecuado el sonido? | SI O | No O |
| 8. Que parte le parece mas atractiva del video? | Principio O
Contenido O
Final O | |

Involucramiento

- | | | |
|--|------|------|
| 9. Se identifica con el problema presentado? | SI O | No O |
| 10. Se considera parte de la Solución? | SI O | No O |

Comentarios o Sugerencias



ACUERDO DE DECANATO LDG-07-2014

El Decano de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en uso de las facultades que le confiere el artículo 5, numeral 5.6, Capítulo II del Normativo para el Sistema de Graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico.

CONSIDERANDO:

Con base en el Normativo para el Sistema de Graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico, Capítulo II, Artículo 5, subinciso 5.5, el Comité de Aprobación del Tema de Estudio de la Licenciatura en Diseño Gráfico, ha revisado los protocolos de los estudiantes del décimo ciclo, con énfasis Creativo – especialidad Publicidad, énfasis Informático Visual – especialidad Multimedia y énfasis Editorial Didáctico Interactivo – especialidad Editorial.

ACUERDA:

Aprobar el Tema de Estudio de la asignatura Desarrollo de Proyectos, del décimo ciclo de Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis **Informático Visual** – especialidad **Multimedia**, presentado por el estudiante **Gabriel Jose Dieguez Coronado**, carné **200710981**, titulado: **“Estrategia de Comunciación Audiovisual para la Asociación Guatemaltecos Extraordinarios en Beneficio de Niños y Jovenes en Riesgo Social en el Área del Relleno Sanitario de la Zona 3 Capitalina.”**, el cual, según su Terna Sinodal, cumple con los requisitos establecidos.

Terna Sinodal

Lic. Carlos Franco Roldán– Asesora Metodológico

Lic. Fernando Fuentes– Asesor Gráfico

Lic. Juan Carlos Molina– Tercer Asesor

Notificar al señor Secretario Académico, Director de la Escuela de Diseño Gráfico e interesado.

Se extiende el presente acuerdo en la ciudad de Guatemala, a los veintitrés días del mes de septiembre del año dos mil catorce.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano



Guatemala, 31 de Octubre del 2014.



Licenciado

Francisco Chang

Director, Escuela de Diseño Grafico

FACULTAD DE ARQUITECTURA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA


Ciudad Universitaria, Zona 12.

Estimado Licenciado Chang:

Por este medio me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que el alumno Gabriel José Diéguez Coronado con carne 200710981 cumplió satisfactoriamente con todas las solicitudes de diseño gráfico que se le plantearon dentro del tiempo que duro su Ejercicio Profesional Supervisado.

De la misma forma se hace constar que el estudiante hizo una presentación final de su trabajo y entrego a la institución artes finales de todos los materiales producidos durante el tiempo que duro la práctica la cual se da por finalizada dentro de la institución.

Atentamente,


Lic. Juan Carlos Molina
Director de la Asociación
Guatemaltecos Extraordinarios



Guatemala, 01 de Agosto del 2014.



Lic. Juan Francisco Chang Meneses.
Director Escuela Diseño Gráfico,
Facultad de Arquitectura,
Universidad de San Carlos de Guatemala,
Su despacho.

Respetable Licenciado Chang:

Al desearle éxitos en sus labores cotidianas reciba un cordial saludo de Organización "Guatemaltecos Extraordinarios.

Por medio de la presente me permito comunicarle que con mucho gusto acepto al estudiante GABRIEL JOSE DIEGUEZ CORONADO, para que pueda realizar su Ejercicio Profesional Supervisado, en nuestras instalaciones y de esta manera apoyarnos de gran manera en el proyecto ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA LA ORGANIZACIÓN "GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS "EN BENEFICIO DE JÓVENES EN RIESGO SOCIAL EN EL ÁREA DEL BASURERO ZONA 3 CAPITALINA., con el trabajo de REALIZAR UN VIDEO INSTITUCIONAL QUE DOCUMENTE LA LABOR SOCIAL QUE LA ORGANIZACIÓN REALIZA Y FACILITE LA RECAUDACION DE FONDOS Y VOLUNTARIADO.

Atentamente,



Juan Carlos Molina

Director



ONG "Guatemaltecos Extraordinarios"

Guatemala, 1 de agosto del 2014.



Licenciado

Francisco Chang

Director, Escuela de Diseño Grafico

FACULTAD DE ARQUITECTURA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Ciudad Universitaria, Zona 12.

Estimado Licenciado Chang:

Por este medio me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que he aceptado asesorar en forma Ad-Honorem al estudiante de la Licenciatura en Diseño Gráfico, énfasis Informático Visual: respectivamente en la especialidad Multimedia: GABRIEL JOSE DIEGUEZ CORONADO con carne: 200710981, para desarrollar el Proyecto de Graduación Titulado: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA LA ORGANIZACIÓN "GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS" EN BENEFICIO DE JÓVENES EN RIESGO SOCIAL EN EL ÁREA DEL BASURERO ZONA 3 CAPITALINA.

Atentamente,



Licenciado en Psicología

Juan Carlos Molina

Colegiado No: 2792

Colegio: Colegio de Psicólogos de Guatemala



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Guatemala, 14 de noviembre de 2014

Arquitecto
Carlos Valladares C.
Decano
Facultad de Arquitectura
Presente

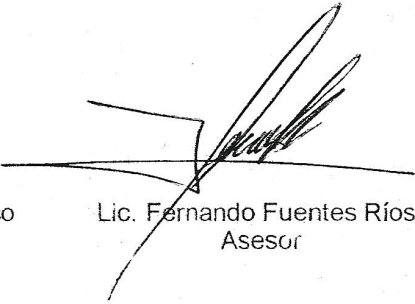
Estimado Arq. Valladares:

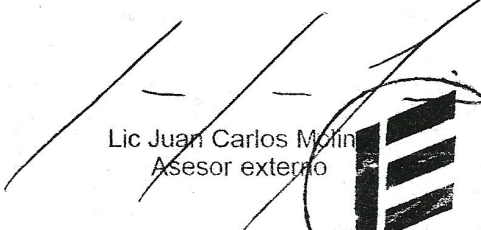
De conformidad con el Acuerdo de Decanato No. LDG-007-2014, procedimos; a revisar y asesorar el proyecto de graduación: "Estrategia de Comunicación Audiovisual para la Asociación Guatemaltecos Extraordinarios en Beneficio de Niños y Jóvenes en Riesgo Social en el Área del Relleno Sanitario de la Zona 3 Capitalina." de la estudiante Gabriel José Dieguez Coronado, carné: 200710981.

Dicho proyecto ha sido concluido a mi satisfacción y el contenido cumple lo que exige el artículo 17 del Normativo para el Sistema de Graduación, por lo que solicito se haga el trámite respectivo para el nombramiento del Tribunal Examinador y se fije fecha y hora para el examen privado de sustentación del mismo.

Atentamente,


Lic. Carlos Enrique Franco
Roldán
Asesor


Lic. Fernando Fuentes Ríos
Asesor


Lic. Juan Carlos Molina
Asesor externo

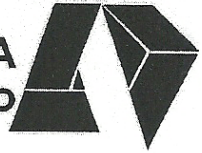




USAC
TRICENTENARIA
 Universidad de San Carlos de Guatemala

COPIA
 diseño gráfico

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico



Ref.: EDG-476-2014
 Guatemala,
 31 de Julio 2014

Licenciado
 Juan Carlos Molina
 DIRECTOR

Guatemaltecos Extraordinarios
 Ciudad de Guatemala

Al desearles éxitos en sus labores profesionales y personales, reciban un cordial saludo.

Por este medio hacemos de su conocimiento que el estudiante **GABRIEL JOSÉ DIÉGEZ CORONADO**, Carné **200710981**, con número de DPI: 2435 48567 0101, actualmente cursa el Décimo Ciclo de estudios de la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico énfasis Informático Visual, con especialidad en Multimedia.

En este semestre académico, previo a obtener el título correspondiente, el alumno **Diégez Coronado** tiene que desarrollar su Proyecto de Graduación, equivalente a Tesis y su Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), por lo que solicito su apoyo a través de concederle el permiso para realizar ambos requisitos en esa Entidad.

Al agradecer su valiosa colaboración, me suscribo;

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. José Francisco Chang Meneses
 DIRECTOR

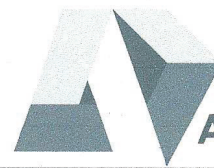
Escuela de Diseño Gráfico
 Facultad de Arquitectura
 Universidad de San Carlos de Guatemala



c.c. Archivo

lcrm

1987 - 2014 27 años de Diseño Gráfico



Guatemala, 15 de Enero del 2015.

Arquitecto
Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Presente

Arquitecto Valladares:

Nos dirigimos a usted para informarle que el estudiante de Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis en Multimedia, **Gabriel José Diéguez Coronado**, Carné No. **200710981**, ha completado satisfactoriamente las correcciones indicadas en el Acto del examen privado, del Proyecto de Graduación titulado: **“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA LA ASOCIACIÓN GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS EN BENEFICIO DE NIÑOS Y JÓVENES EN RIESGO SOCIAL EN EL ÁREA DEL RELLENO SANITARIO DE LA ZONA 3 CAPITALINA.”**

En virtud de lo anterior emitimos dictamen favorable para que pueda continuar con el trámite correspondiente, a su graduación.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Carlos Franco Roldán
No. de Colegiado 22053

Lic. Fernando Fuentes.
No. de Colegiado 9942

Lic. Juan Carlos Molina.
No. de Colegiado 2792

Campus Central Zona 12, Edificio T-2, Primer Nivel. Tel.: 2418-9000

Guatemala, 23 de marzo de 2015

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

Sr. Decano:

Por la presente, hago constar que he revisado los aspectos de redacción y ortografía del proyecto de graduación:

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA LA ASOCIACIÓN
GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS EN BENEFICIO DE NIÑOS Y
JÓVENES EN RIESGO SOCIAL EN EL ÁREA DEL RELLENO SANITARIO
DE LA ZONA 3 CAPITALINA**

El proyecto fue presentado por el estudiante Gabriel José Diéguez Coronado, Carné 200710981, de la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis en Multimedia, de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. En tal sentido, considero que después de realizadas las correcciones indicadas, la tesis puede imprimirse.

Atentamente,


Dra. Gladys Tobar Aguilar
Colegio Profesional de Humanidades
Colegiada 1450


Gladys Tobar Aguilar
Colegiada 1,450

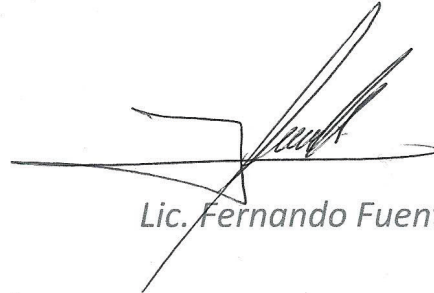
**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA LA ASOCIACIÓN
GUATEMALTECOS EXTRAORDINARIOS EN BENEFICIO DE NIÑOS Y JÓVENES EN
RIESGO SOCIAL EN EL ÁREA DEL RELLENO SANITARIO DE LA ZONA 3 CAPITALINA”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Tec. DG. Gabriel José Diéguez Coronado.

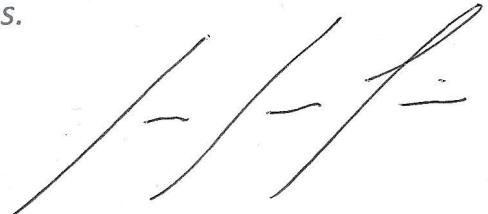
Asesorado por:



Lic. Fernando Fuentes.



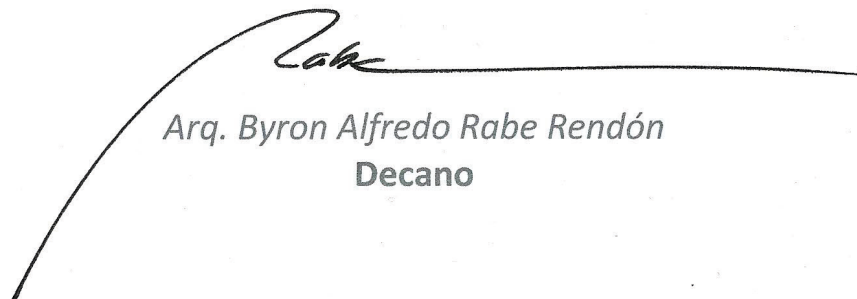
Lic. Carlos Franco.



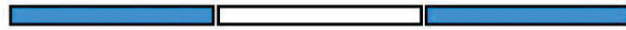
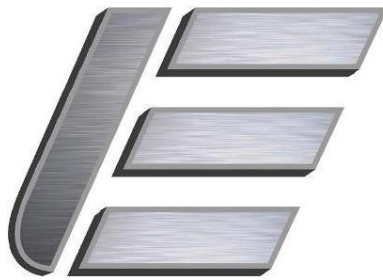
Lic. Juan Carlos Molina.

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano



GUATEMALTECOS
EXTRAORDINARIOS



DG2015



USAC

TRICENTENARIA

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, mayo 2015.