

DESARROLLO DE MATERIAL MULTIMEDIA PARA FACILITAR LA RECAUDACIÓN DE FONDOS A BENEFICIO DE FUNDACIÓN CONTRA EL HAMBRE

Paola Alexandra Cardona Gutiérrez



Previamente a optar el título de Licenciada en Diseño Gráfico
énfasis informático-visual, especialidad multimedia

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

Guatemala 14 de octubre de 2015



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**DESARROLLO DE MATERIAL
MULTIMEDIA PARA FACILITAR
LA RECAUDACIÓN DE FONDOS
A BENEFICIO DE FUNDACIÓN
CONTRA EL HAMBRE**

Paola Alexandra Cardona Gutiérrez

Guatemala 14 de octubre de 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.

NÓMINA DE AUTORIDADES

Decano MCs. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Vocal I Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal II Arq. Edgar Armando López Pazos
Vocal III Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal IV Br. Héctor Adrián Ponce Ayala
Vocal V Br. Luis Fernando Herrera Lara
Secretario Académico MCs. Arq. Publio Rodríguez Lobos

TERNA DE ASESORES

MCs. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Lic. Fernando Fuentes Ríos
Asesor Técnico

Lic. Carlos Franco
Asesor Metodológico

Lic. Jessica Dardón
Tercer asesor

MCs. Arq. Publio Rodríguez Lobos
Secretario Académico

ÍNDICE

CAPÍTULO UNO		CAPÍTULO CUATRO	
1.1 Antecedentes	14	4.1 Escenario y desarrollo de la sesión	58
1.2 Identificación del problema	16	4.2 Tema y objetivos de la validación	58
1.3 Justificación	17	4.3 Método	59
1.4 Perfil de la institución	19	4.4 Perfil del informante	59
1.5 Perfil del grupo objetivo	21	4.5 Instrumentos	60
CAPÍTULO DOS		4.6 Interpretación de resultados	60
2.1 Primera infancia	26	CAPÍTULO CINCO	
2.2 Diseño gráfico	30	5.1 Aplicación del concepto creativo	64
2.3 Diseño audiovisual	30	5.2 Códigos de diseño	65
2.4 El diseño y la transformación social	33	5.3 Estructura	67
CAPÍTULO TRES		5.4 Motion Graphics	68
3.1 Retrato del consumidor	36	CAPÍTULO SEIS	
3.2 Conceptualización	43	6.1 Medios y usos sugeridos	74
3.3 Reproducción	45	6.2 Presupuesto	75
3.4 Producción	54	CONCLUSIONES	
		RECOMENDACIONES	
		LECCIONES APRENDIDAS	
		FUENTES CONSULTADAS	
		GLOSARIO	
		ANEXOS	

DEDICATORIA

A Dios. El autor de la vida y creador de todo. Por su infinito amor y misericordia, por darme oportunidades que no merezco, pero puedo aprovechar para crecer, aprender, y hacer un buen trabajo para hacer justicia, aquí en la tierra.

Por rodearme de personas maravillosas con las que puedo crecer y caminar y sentir el amor de Dios a través de sus vidas.

Por la oportunidad de realizar este proyecto que sé, será de bendición para muchas familias que se beneficien de los programas de Fundación contra el Hambre.

A mi familia, por amarme incondicionalmente y por apoyarme y darme fuerzas en los momentos de desánimo. A mis padres, César y Johanna, sin su apoyo, no hubiera culminado esta etapa tan importante. A David, por su amor y amistad genuinos, por su apoyo y por caminar conmigo.

A mis amigos y amigas por el apoyo y cariño, por acompañarnos en desvelos, por las asesorías a distancia, por animarnos a continuar y por aprender a amarnos y aceptarnos: Paho, Vicky, Sam, Leidy, Saaby, Ricardo y Roger, por estos años de alegrías, tristezas, enojos pero sobre todo por la amistad en esta etapa de nuestras vidas... la "U".

A mis amigos de la iglesia por apoyarme y animarme; a mis amigos de GEU, gracias por enseñarme tantas cosas en tan poco tiempo, por caminar conmigo y acercarme más a Dios. Por ser amigos y enseñarme cómo serlo, por sus oraciones y apoyo sincero.

A Alex Ortiz, por su amistad y por su apoyo en la elaboración del proyecto, haciendo lo que le apasiona: Audio, y llevar esperanza.

A Fundación contra el Hambre, Monique Aparicio, Julio Aramayo y Edson Torrico por su apoyo, amistad y por el trabajo magnífico desarrollado junto con

ustedes.

A los catedráticos de la Universidad de San Carlos de Guatemala; catedráticos que le agregan valor a los estudios, por quienes vale la pena el aprendizaje y le agregan valor a nuestras vidas, muchas gracias.

PRESENTACIÓN

Vivimos rodeados de injusticia, violencia, pobreza, desigualdad, y todos los días tenemos una oportunidad de hacer algo con lo que se nos fue dado.

Todos tenemos algo para dar, algo que podemos hacer para mejorar la calidad de vida de nuestros hermanos guatemaltecos menos afortunados.

La desnutrición es uno de los temas que más preocupan, ya que la mitad de nuestros niños guatemaltecos sufre desnutrición y esto afectará su desarrollo, su futuro y a sus futuras generaciones.

Así surge este proyecto, teniendo presente cómo la comunicación si afecta, mueve masas y puede contribuir al desarrollo, si se hace un uso correcto de las herramientas, apoyando a Fundación contra el Hambre en este proceso.

INTRODUCCIÓN

Según la PNUD (2013) el 49% de los niños guatemaltecos sufre desnutrición crónica.

Esto significa que durante su desarrollo en el vientre de su madre y durante los primeros 2 años de vida, su nutrición fue insuficiente, por lo que su cerebro no se desarrolla correctamente, afectando su futuro y el futuro de su descendencia.

Con desnutrición crónica, el niño no tendrá la misma capacidad de aprendizaje y probablemente dejará la escuela, para entonces seguir viviendo en pobreza, y cuando crezca, probablemente heredará a sus hijos esta forma de vida.

Vemos entonces, que la desnutrición es causa y efecto de otros problemas como la pobreza, inaccesibilidad a la educación, entre otros.

En Guatemala hay demasiada riqueza natural y cultural que se puede aprovechar y aún así, la mitad de nuestros niños sufre desnutrición.

Esto es porque no se aprovechan los recursos y la corrupción ha hecho que las personas con pocos recursos tengan menos para hacer más ricos a los demás.

Como guatemaltecos, nos toca hacer justicia a los menos afortunados y a quienes no se les presta atención.

El presente informe evidencia el desarrollo del proyecto "Video institucional para facilitar la recaudación de fondos para Fundación contra el Hambre".

El propósito de este video, como lo explica el nombre, es facilitar la recaudación de fondos, específicamente para la compra y distribución de vitaminas para las familias con hijos menores de dos años, para colaborar con su crecimiento y nutrición, evitando y ganándole a la desnutrición crónica.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL

Coadyuvar a la promoción de Fundación contra el hambre a través de material multimedia para favorecer la recaudación de fondos destinados a proyectos de nutrición, beneficiando a comunidades de Alta Verapaz, Guatemala.

ESPECÍFICOS

1. Desarrollar un video institucional para generar interés a la comunidad guatemalteca, sobre el tema de la desnutrición crónica infantil, y así recaudar fondos para la compra de alimento complementario, Maní plus.
2. Exponer las necesidades alimenticias de las comunidades en Alta Verapaz, Guatemala.
3. Presentar los beneficios del alimento complementario Maní plus, para el desarrollo correcto de los niños guatemaltecos.

Fotografía: Paola Cardona





CAPÍTULO UNO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES

De la institución

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

¿Quién, qué, dónde, cuándo, por qué?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Magnitud, trascendencia, vulnerabilidad, factibilidad.

1.4 PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

Datos generales, programas, población que atiende, descripción.

1.5 PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Profesionales y estudiantes

1.1 ANTECEDENTES

La desnutrición crónica es un proceso por el cual los micronutrientes del cuerpo se agotan, debido a la alimentación inadecuada en los primeros años de vida.

Un niño con desnutrición crónica presentará corta altura para su edad, disminución en su capacidad mental para retener información, se le dificultará resolver problemas lógicos y no será capaz o le costará mucho concentrarse, todo esto causado por la falta de nutrientes vitales en su formación, afectando directamente en el desarrollo del cerebro, dejando marcas biológicas permanentes.

Además, su masa muscular, estatura e incluso su fuerza física resultarán afectadas de manera permanente, ya que, según el Banco Mundial (2006), si su peso al nacer es bajo, hay evidencia científica que indica que en raras ocasiones su crecimiento alcanza niveles normales.

Esto repercute en la sociedad, ya que al estar limitado de estas

maneras, provoca, además de una mayor vulnerabilidad a las enfermedades, un bajo desempeño educativo, lo que en un futuro podría verse como baja productividad del recurso humano y, por lo tanto, en bajos ingresos. Esto conllevaría a repetir el ciclo de la situación de pobreza que, seguramente, fue la causa principal de la malnutrición. Las proteínas proporcionan los aminoácidos necesarios para el crecimiento y desarrollo de tejidos y órganos.

La deficiencia de proteína afecta en gran manera la etapa de formación neuronal, tejido óseo y muscular

El 69% de la población en las comunidades rurales se dedica a la agricultura como principal medio de vida. Más del 50% de la producción consiste en el MAIZ, siendo este el principal alimento consumido por la población de las comunidades más afectadas por la desnutrición, ya que este aporta un bajo contenido proteico en la dieta familiar chapina.

La deficiencia de proteína en la alimentación de las madres y de niños menores de 5 años afecta en gran manera en la etapa de formación neuronal, tejido óseo y el tejido muscular.

Por esta razón es que desde 1961, Fundación contra el hambre se establece en Guatemala, cuya misión es caminar con iglesias, líderes y familias para vencer toda forma de pobreza humana, viviendo una relación saludable con Dios y Su

creación. FH tiene como objetivo facilitar la transformación mutua a través de servir a las familiar más vulnerables.

Actualmente, Fundación contra el Hambre sirve a más de 6,200 familias a través del Programa de transformación comunitaria enfocada a la niñez, donde se trabaja para que los niños desarrollen su potencial de

acuerdo con los propósitos de Dios, a través de fortalecer y desarrollar capacidades de las familias, líderes e iglesias de las comunidades. Esto lo logran trabajando 4 áreas: salud, educación, medios de vida y reducción de riesgos a desastres. FH "camina juntos con las comunidades" como ellos mismos indican, ya que durante 10 o hasta 12 años, se establecen en una comunidad y en conjunto con esta, llevan a cabo los proyectos, desarrollando comunidades auto sostenibles.

A través de "The Shalom Foundation", Fundación contra el hambre ha obtenido barras de Alimento Complementario Listo para Consumir (ACLC) , Mani plus, cuya fórmula está adaptada específicamente para las deficiencias nutricionales que se encuentran en Guatemala. Con este se pretende combatir la desnutrición crónica a través de los micronutrientes fundamentales que este ofrece, para un crecimiento saludable.



1.2 PROBLEMA

Según UNICEF (2006) el niño desnutrido tiene talla menor, su salud es más frágil y su desarrollo intelectual se ve severamente disminuido. Cargará esa condición por el resto de su vida. Estamos hablando que un niño con desnutrición jamás tendrá las mismas habilidades y destrezas que los demás, restándole oportunidades en su futuro y así continuando, probablemente, el ciclo de la pobreza.

Disminuir los inaceptables índices de desnutrición crónica en el país, requiere del esfuerzo de todos. Nadie puede quedar fuera en esta tarea. Se debe hacer de conocimiento público las dimensiones de este desafío, cómo tratarlo y, de allí en adelante, estado, sociedad civil, entidades religiosas, la iniciativa privada, las universidades, todos, tienen un lugar en el enorme esfuerzo por frenar la desnutrición crónica.

Fotografía: Paola Cardona

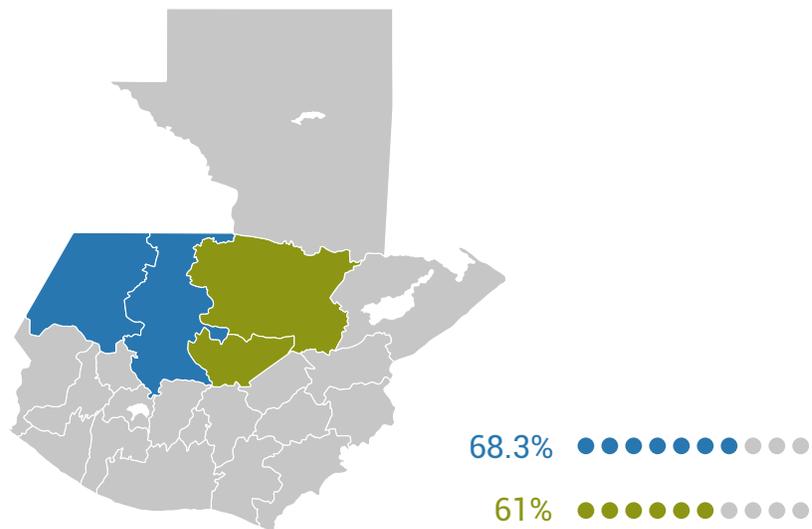


Fundación contra el hambre tiene como objetivo principal "Erradicar la desnutrición crónica de la niñez guatemalteca", a través de su Programa de transformación comunitaria enfocada en la niñez, trabajando un programa de desarrollo integral y creando comunidades auto sostenibles.

A pesar de que Fundación contra el hambre ya tiene muchos años de trabajar en Guatemala en pro de la niñez, su mayor limitante ha sido tener los suficientes recursos económicos para llevar a cabo todos sus programas y sostener el funcionamiento de la fundación en su sede en zona 10 capitalina, y en el interior del país.

A corto plazo se necesita recaudar fondos para la compra de alimento complementario Manipul (Maní+), para todas las comunidades donde FH interviene, en los departamentos de Quiché, Huehuetenango, pero principalmente en Alta Verapaz. Durante su labor en Guatemala, FH ha desarrollado materiales para captar más patrocinadores y donadores frecuentes, sin tener mayor éxito, pues los materiales tanto impresos como audiovisuales no fueron hechos en base a la asesoría de un profesional, por lo que no son funcionales ni estéticos visualmente.

Por esta razón, la intervención de un profesional de Diseño Gráfico es de gran importancia, para encaminar de manera correcta los esfuerzos y recursos tanto materiales como humanos, para persuadir a la población guatemalteca a hacer donaciones y patrocinar niños para apoyar los programas de Fundación contra el hambre.



1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

MAGNITUD

Guatemala es un país rico en recursos naturales, potencialidades comerciales y una gran diversidad cultural. Sin embargo existe un abismo entre quienes tienen algo y quienes tienen muy poco.

Según la PNUD (2013), Guatemala tiene el índice más alto de desnutrición crónica infantil en la región, con un 49.8% de desnutrición en niños menores de 5 años.

La desnutrición crónica es mayor en el área rural (55.5%), principalmente en el Noroccidente (68.3%) y en el Norte (61%) según SESAN (2013).

Estos índices nos muestran que un número mayor de niños sufrirá las consecuencias de la desnutrición, durante toda su vida. No podrá desarrollar plenamente sus habilidades intelectuales o se verán limitadas completamente; ir a la escuela, aprender cosas nuevas y poder superarse.

(UNICEF, 2007) dice: "Es importante mencionar también el porcentaje de madres afectadas con desnutrición: Más de un 25% de ellas han padecido de desnutrición crónica (estatura menor de 1.45 centímetros) y un 22.1% de las gestantes padecen de anemia".

TRASCENDENCIA

En la última década, la comunicación ha tenido más herramientas para llegar al público y que este, con todos sus sentidos, pueda obtener la información que se planificó, obteniendo los resultados esperados si se ejecuta correctamente.

La producción audiovisual tiene la gran ventaja de hacer que el usuario, usando todos sus sentidos, sea impactado por el mensaje que se le da.

Es por esto que sabemos que la comunicación audiovisual tendrá un resultado significativo, persuadiendo al público.

Con esta podemos mostrar la realidad de nuestros hermanos guatemaltecos sufren por la pobreza y desnutrición; lo pueden ver, y lo pueden escuchar de las bocas de las personas que viven esto; provocando un cambio en la manera de pensar del público, provocando una acción para obtener la ayuda que se necesita.

VULNERABILIDAD

FH carece de una estrategia de comunicación adecuada, que le permita mostrar su labor y sus proyectos para que la población guatemalteca pueda involucrarse y apoyar estos proyectos. El diseñador gráfico debe encaminar los esfuerzos de la institución para darse a conocer y dar a conocer los programas de ayuda, a través de medios adecuados, mejorando los materiales que existen y con una imagen que represente dignamente la labor de la institución, con los medios adecuados para el grupo objetivo.

FACTIBILIDAD

Se cuentan con los recursos suficientes para la realización del proyecto: Recurso humano: los asesores metodológico y de EPS, el tercer asesor que es nutricionista y trabaja con The Shalom Foundation, quienes son proveedores de Maní plus. Los asesores y el traductor de Fundación contra el Hambre. Ingeniero en audio para el rodaje del audiovisual. El apoyo

de FH para la realización del proyecto, invirtiendo tiempo y cubriendo algunos gastos para la realización del mismo. Recursos de infraestructura: Cámara, trípodes, micrófonos, luces, computadora y los programas para la edición de video. También se dispone de un lapso de 13 semanas para elaborar el audiovisual.



Fotografía: Paola Cardona

1.4 PERFIL DE LA INSTITUCIÓN



Nombre:

Fundación contra el hambre Guatemala.

Inscrito legalmente como:

Food for the hungry

Director Nacional:

Ing. Julio Aramayo Pimetel

Dirección:

12 avenida 15-28 zona 10, Guatemala.

Teléfono:

2333-4789

Sitio Web:

Fundacioncontraelhambre.org

Facebook:

F.H. Guatemala

MISIÓN

Caminar con iglesias, líderes y familias para vencer toda forma de pobreza humana, viviendo una relación saludable con Dios y Su creación.

VISIÓN

Dios llamó y nosotros respondimos hasta que el hambre física y espiritual se termine en el mundo.

VALORES

Cristo céntrico / Integral
Mayordomía / Gracia Excelencia / Servicio

Fundación contra el hambre (FH) es una organización Cristiana internacional fundada en 1971. Actualmente se trabaja en 32 países de América, Asia, África y Europa; con el objetivo de facilitar la transformación mutua a través de servir a las familias más vulnerables; reconociendo su dignidad, creatividad y capacidad para desarrollar el potencial que Dios les ha dado. En Guatemala se inicio el proyecto en 1976 en respuesta al terremoto; proveyendo ropa, víveres y refugios temporales.

OBJETIVOS

- Erradicar la desnutrición crónica en la niñez guatemalteca.
- Impactar a las familias, los niños, líderes e iglesias transformándolos con una cosmovisión bíblica.
- Terminar con el hambre espiritual y física en el mundo.

SERVICIOS QUE PRESTAN

Programa de Transformación Mutua Enfocado en la niñez El objetivo del programa es que los niños y la niñas desarrollen su potencial de acuerdo a los propósitos de Dios, a través de fortalecer y desarrollar capacidades de las familias, líderes e iglesias de las comunidades donde sirven; a través de los siguientes proyectos:

SALUD Y NUTRICIÓN. Promoción y monitoreo del crecimiento a niños menores de 5 años, seguimiento personalizado a los

Fotografía: Paola Cardona



niños y niñas y familias a través de visitas domiciliarias.

DESARROLLO ECONÓMICO.

Producción agrícola de cultivo de alto valor nutritivo y cultivos con demanda en el mercado. Desarrollo de microempresas de producción de artesanías (tejidos, velas y otros).

AGUA Y SANEAMIENTO.

Mejoramiento de sistemas de agua, conservación de fuentes de agua, capacitaciones en operaciones y mantenimiento.

EDUCACIÓN. Clases de principios

y valores, complemento a la refacción escolar, provisión de material educativo, becas a nivel básico y diversificado, mejora de la infraestructura escolar y actividades extra aula (Club de niños y proyecto AMO – Apacienta Mis Ovejas).

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La organización es apoyada por FH Canadá y USA; iglesias, organizaciones internacionales y organizaciones gubernamentales. También por el apoyo de patrocinadores (iglesias, entidades privadas

y patrocinadores locales y extranjeros). Gracias al programa de patrocinio, se pueden llevar a cabo los proyectos en las comunidades.

1.5 PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

FH pretende integrar a todos los ciudadanos guatemaltecos como participantes y colaboradores activos, para así poder sostener los programas de desarrollo integral en las comunidades más afectadas por la desnutrición.

PATROCINADORES Y DONADORES

Empresarios

Edades:
35 – 55 años

Género:
Femenino y masculino

Área geográfica:
Área urbana, Guatemala.

Grado académico: Profesionales en un área específica, un porcentaje considerable cuenta con estudios de post grado.

Personalidad:
Prestan servicios constructivos a otros, lo que suele resultar gratificante para la persona que lo realiza, se exigen esfuerzo extra, de ellos mismos y de los que los rodean. Activos y propositivos no solo en los negocios, sino en cualquier área de su vida. Organizados y ordenados financieramente, elaboran un presupuesto y se ajustan a él. Son personas exigentes, amigables pero muy estrictas; siempre cumplen lo que dicen o acuerdan.

Nivel socioeconómico:
C1, C2 (Medio alto).
En estos estratos, la población tiene un ingreso aproximado de Q17, 500 hasta los Q30,000 mensuales aproximadamente. Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel. (Hurtado, 2013).

Perfil del hogar:
Vivienda propia y lujosa con más de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales. Cuentan con 2 o más personas a cargo del

servicio doméstico. Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en los mejores colegios y universidades del país.

Artículos que posee:
Disponen todos los bienes de confort en casa (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica. Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente.

Estudiantes

Edades:
22 – 30 años

Género:
Femenino y masculino

Área geográfica:
La mayoría reside en la ciudad capital.

Grado académico:
Estudiantes de licenciatura, algunos pocos estudiando postgrado.

Personalidad:
Altruistas, con un sentimiento de preocupación por los demás.

Prestan servicios constructivos a otros, lo que suele resultar gratificante para la persona que lo realiza. Activos y propositivos en cualquier área de su vida. Organizados y ordenados financieramente, elaboran un presupuesto aunque a veces les cuesta ajustarse al mismo. Cuentan con vocación de servicio, pasión y entrega. Sus convicciones son fuertes y claras, comprometidos socialmente con su realidad y tienen un alto interés de lo que sucede en el acontecer guatemalteco. Jóvenes y adultos involucrados de alguna manera en hacer un cambio positivo en la nación.

Nivel socioeconómico:

D1 y D2. Nivel medio bajo.

Tienen ganancias desde Q3.500 hasta Q8,000 aproximadamente.

Es el 35.4% de la población guatemalteca (Hurtado, 2013).

Dependen de sus padres en cuanto a vivienda y alimentos en su mayor parte.

Perfil del hogar:

Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones.

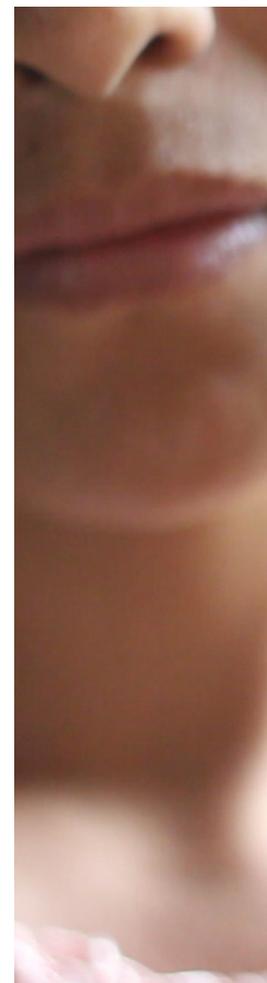
Pueden ser hechas a sus

especificaciones. Su educación es importante por lo que hacen grandes esfuerzos para pagar sus estudios, ya sea licenciatura o maestría.

Artículos que posee:

Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.). Si cuentan con servicio doméstico, es solamente 1 persona.

Si poseen vehículo propio, no es modelo reciente o se transportan en autobús, o con familiares y amigos.





Fotografía: Paola Cardona

Fotografía: Paola Cardona





CAPÍTULO DOS

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1 PRIMERA INFANCIA

- 2.1.1 Desnutrición crónica
- 2.1.2 Embarazos saludables
- 2.1.3 Efectos de la pobreza en la primera infancia
- 2.1.4 Educación

2.2 DISEÑO GRÁFICO

2.3 DISEÑO AUDIOVISUAL

- 2.3.1 Producción audiovisual

2.4 EL DISEÑO Y LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

- 2.4.1 Fundraising

"NO HAY TAREA MÁS NOBLE QUE OFRECER A UN NIÑO UN FUTURO MEJOR" - Anónimo -

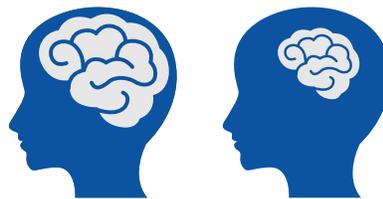
2.1 PRIMERA INFANCIA

Casi todo el maravilloso desarrollo del cerebro, ocurre antes de que el niño cumpla tres años, en los que ocurren grandes cambios en el niño con influencia que durará toda la vida, por eso importante y necesario asegurar los derechos de la infancia al comienzo de su vida, ya que las decisiones que se tomen y las actividades que se realicen en pro de la niñez, influirán no solo en la manera en la que se desarrollan los niños, sino como se desarrollan los países. Es en los primeros tres años de la infancia cuando las experiencias y las interacciones con madres, padres, miembros de la familia y otros adultos influyen sobre la manera en que se desarrolla el cerebro del niño, y tienen consecuencias tan importantes como las de otros factores, entre ellos la nutrición, la buena salud y el acceso a agua pura. Sin embargo, estos son los años en que los niños reciben menos atención y esto es una tragedia, tanto para ellos como para los países.

2.1.1 DESNUTRICIÓN CRÓNICA

La desnutrición crónica es un proceso por el cual los micronutrientes del cuerpo se agotan, debido a la alimentación inadecuada en los primeros años de vida.

En este proceso, el cerebro no se desarrolla correctamente; luego de 2 años de vida, el cerebro de un bebé con desnutrición pesa tan solo 250 gramos de los 1150 gramos que debería pesar.



Bebé con nutrición adecuada

Bebé con desnutrición

Este problema y sus consecuencias son irreversibles. Un niño con desnutrición crónica presentará corta altura para su edad, disminución en su capacidad mental para retener información, se le dificultará resolver problemas lógicos y no

será capaz o le costará mucho concentrarse, todo esto causado por la falta de nutrientes vitales en su formación, afectando directamente en el desarrollo del cerebro, dejando marcas biológicas permanentes.

Además, su masa muscular, estatura e incluso su fuerza física resultarán afectadas de manera permanente, ya que si su peso al nacer es bajo, hay evidencia científica que indica que en raras ocasiones su crecimiento alcanza niveles normales.

Para tener una referencia para conocer cómo deben crecer los niños, la Organización Mundial de la Salud (OMS) pudo establecer patrones que sirven para detectar rápidamente y prevenir problemas graves como desnutrición, sobrepeso y obesidad.

Los índices básicos son:

- Peso para la edad
- Talla para la edad
- Peso para la talla
- Índice de masa corporal para la edad.

2.1.2 EMBARAZOS SALUDABLES:

LOS DERECHOS DE LA MUJER Y EL NIÑO

Entre las numerosas causas de enfermedad, discapacidad y muerte de los niños, ninguna tiene consecuencias tan grandes como la mala salud de la madre durante el embarazo.

UNICEF (2001) explica que "la pobreza define todos los aspectos de la existencia del niño, desde la desnutrición, pasando por la falta de agua no contaminada y el saneamiento inadecuado, hasta la menor esperanza de vida" (p.32)

La deficiente atención prenatal y la desnutrición materna tienen que ver con un bajo peso al nacer, problemas de audición, dificultades de aprendizaje, hasta los casos de espina bífida y claro, el deterioro cerebral en los niños.

Es tan importante educar a las familias sobre la importancia de una alimentación correcta y la atención de la salud que reciban las embarazadas, ya que también es parte de los programas de desarrollo del niño

en la primera infancia. Entonces, el cuidado de la nutrición del niño empieza, lógicamente, mejorando la nutrición de la madre, antes y durante el embarazo.

SALUD Y NUTRICIÓN

Aunque en las últimas décadas se ha progresado en el campo de la salud, las condiciones sanitarias y alimenticias en los países menos desarrollados aún son pobres.

En la mayoría de estos lugares, donde por años la pobreza, ignorancia y la enfermedad se han dado la mano (provocando y siendo efecto una de la otra), los servicios médicos son todavía rudimentarios. Los servicios sanitarios mínimos que las personas en países desarrollados dan por sentado, muchas veces no existen en estos lugares, o las personas no tienen acceso a ello.

Las dietas familiares, generalmente aportan menos del mínimo aceptado de alimentos necesarios para mantener la salud y luchar contra las enfermedades. Donde existen y se mantienen estas condiciones, "los niños son los que más sufren, porque por lógica, el

organismo más inmaduro es el más vulnerable, y las tasas de mortalidad más altas están entre los grupos de niños más pequeños". (UNICEF, 1965)

PROTEÍNAS

Una dieta adecuada debe aportar cantidades mínimas de cuando menos 43 sustancias químicas específicas conocidas como aminoácidos (los elementos de las proteínas), vitaminas, elementos minerales y algunos ácidos grasos.

En los niños y en las mujeres embarazadas o lactantes, se considera que las necesidades de proteínas están asociadas con la formación de tejidos o la secreción de leche a un ritmo saludable.

Martínez (1995) explica que:

"la dieta que consume la mayoría de la población rural latinoamericana consiste principalmente de maíz y frijol (72% de maíz) y 8% de frijol. El 20% restante consiste en tubérculos, algunas verduras y azúcar. Las dietas son deficientes en proteína de alta calidad y en calorías, puesto que la mayor parte de la proteína dietética viene del maíz". (p.45)

Como explica Martínez, lamentablemente no se suplen las necesidades tan esenciales de proteína en el embarazo ni durante los primeros dos años de vida del bebé.

LACTANCIA

La alimentación idónea para un recién nacido es la leche materna. Rodas (2005) explica que “la leche materna les proporciona a los niños una nutrición óptima y mucho más. Es una especie de vacuna regular y oral contra las enfermedades comunes de la niñez, como las infecciones de oído, la diarrea y las infecciones respiratorias”. (p. 26)

Para los bebés es más fácil de digerir que la leche de fórmula. Los bebés que se alimentan de leche materna tienen menos probabilidad de experimentar alergias a los alimentos, diabetes y ciertos tipos de cáncer durante la niñez. Además, como menciona UNICEF (1965) “la variedad única de ácidos grasos que hay en la leche materna (incluyendo el DHA) favorece el desarrollo cerebral y la inteligencia”.

Cuando el lactante la toma del pecho materno, no es necesario

complementar su alimentación con otro líquido, sean agua simple o té.

A pesar de esto, en muchas comunidades rurales guatemaltecas, algunas madres tienen la costumbre de sustituir la leche materna, que tanto beneficio tiene para el bebé, por otras bebidas como el café, sin saber el gran daño que le hacen a sus bebés. Esto es causa de la falta de educación respecto al tema del embarazo y cómo alimentar correctamente a sus bebés.

2.1.3 EFECTOS DE LA POBREZA

EN LA PRIMERA INFANCIA

Cuando la pobreza abrumba a una familia, los más jóvenes son los más afectados y los más vulnerables, pues esta situación pone en peligro sus derechos a la supervivencia, el crecimiento y el desarrollo.

Esta pobreza define cómo vivirá un niño y por ende, como se desarrollará; desde la mala alimentación que causa desnutrición, la falta de agua no contaminada, el saneamiento inadecuado; y la razón por la que millones de niños están desnutridos, no asisten a la escuela o son víctimas de malos tratos y explotación.

Los padres pobres y que no tuvieron acceso a la educación, no tienen la información que necesitan para ofrecer una atención óptima a sus hijos, lo que aumenta riesgo de que adquieran enfermedades, no se desarrollen o que mueran.

En casi la mitad de los municipios rurales en Guatemala (44 por ciento), la mayoría de su población (más del 75 por

ciento) vive en pobreza, según los resultados del Mapa de Pobreza Rural 2011. De acuerdo con este, los departamentos de Alta Verapaz, Sololá, Totonicapán y Suchitepéquez son los que presentan mayor incidencia de pobreza rural en el país.

2.1.4 EDUCACIÓN

Para los niños que han pasado los 7 años y están libres de enfermedad y desnutrición, es muy importante la educación. Sin ella, los niños de los países menos desarrollados, pueden hacer muy poco al convertirse en adultos para mejorar sus pobres condiciones de vida. Sin embargo, un gran porcentaje de estos niños no tiene oportunidad de adquirir el conocimiento y las capacidades más fundamentales que podrían prepararlos para enfrentarse al mundo. Al contrario de esto, a causa de la pobreza y efectos de la desnutrición, no pueden acceder a la educación, y en muchos gobiernos, no se facilita el que los niños puedan acceder a esta.

CONALFA (2013) indica que "Guatemala tiene uno de los índices más altos en Latino América en analfabetismo, que alcanzó en 52% en 1986. (p. 8)

Ahora, gracias a muchos proyectos de alfabetización y educación, cómo el proyecto "Yo si puedo", la tasa de analfabetismo bajo a un 16.6%; porcentaje de la población mayor de 15 años que no sabe leer ni escribir.

EDUCACIÓN DE LA MUJER

La alfabetización es una herramienta fundamental para promover los derechos de la mujer y lograr su empoderamiento. Este es el primer paso hacia el aprendizaje a lo largo de toda su vida, que le permitirá adquirir nuevas capacidades, reduciendo su vulnerabilidad y mejorando su calidad de vida.

En general, las mujeres analfabetas y sin educación, pertenecen a las familias más pobres. Las mujeres que no pueden leer y escribir casi siempre se encuentran desempleadas, o en trabajos inestables y mal remunerados; tienden a casarse a temprana

edad y tienen más hijos de los que pueden mantener, a comparación con las mujeres que han tenido acceso a la educación; esto afecta no solamente sus vidas, sino las de las futuras generaciones.

(UNICEF, 2001) explica: "los hijos de madres que carecen de toda educación escolar tienen probabilidades dos veces superiores de morir antes de cumplir un año que los hijos de madres con educación escolar posterior a la primaria". (p. 62)

Esto solo nos indica la importancia de la educación, porque entonces las madres saben cómo cuidarse ellas mismas, como alimentarse correctamente, pueden tener trabajos dignos, acceso a los alimentos básicos y con ellos nutrir bien a sus bebés, evitando cualquier enfermedad y retraso en su desarrollo.

2.2 DISEÑO GRÁFICO

Se ha dicho mucho sobre el Diseño gráfico, pero vemos en esta definición de Olcina (1990) que el diseño es la conjunción de diversos elementos en una misma área con objeto de lograr una interacción que transmitirá un mensaje dentro de un contexto determinado

Wong (1995) nos dice que "el diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad; es un proceso creativo visual con un propósito".

Con esto entendemos que la diferencia entre arte y diseño gráfico es el propósito que tiene cada uno. Mientras una obra de arte solo expresa los sentimientos del autor, el diseño gráfico tiene un por qué, un para qué y un para quién.

La función del diseñador consiste en resolver problemas de comunicación que tengan que ver con productos, conceptos, imágenes y organizaciones, haciéndolo de forma original y precisa, llevando un mensaje claro para el público para el que fue hecho.

Para esto, la investigación es importante, pues es el método por el cual se recaba información sobre un tema específico con el fin de formular una respuesta y definir resultados.

2.3 DISEÑO AUDIOVISUAL

El diseño audiovisual es una forma de comunicación que usa símbolos y signos para comunicarle al espectador un mensaje dentro de un contexto específico; no es solo hacer que algo se vea bonito, sino la manera en la que se comunica para lograr un comportamiento de parte de la audiencia.

Proporciona símbolos en color y movimiento y con sonido, y de ese modo otorga mayores posibilidades a esa asociación de significados para una mejor comunicación.

El diseño en el audiovisual tiene un papel muy importante, pues este proporciona información y nos ayuda a comprender aquello que difícilmente se pueda visualizar. Persuade al espectador. Este es importante pues despierta la curiosidad del

espectador y atrae su atención.

Se puede saber si es efectivo o no a través de la capacidad de influencia que tenga en el mensaje en el receptor.

Ser estéticamente atrayente es un buen camino para ser persuasivo, ya que posee un gran poder de seducción. Lo bonito atrae la mirada y lo que gusta a los ojos despierta otros sentidos.

Los signos usados para una comunicación eficaz son:

Signos verbales

Este se expresa a través de signos lingüísticos como palabras, frases o discursos, que tienen un significado concreto en un determinado contexto.

Signos auditivos

Es cualquier estímulo que es percibido por el oído.

La tipografía es esencial como recurso y visual y la palabra como recurso auditivo.

Los sonidos que no son musicales ni pertenecen al lenguaje verbal, se conocen como efectos sonoros y pueden tener significado por sí solos o ser reconocibles si están asociados a una determinada imagen.

Signos visuales

"En el diseño audiovisual hay tres tipos de signos visuales diferenciados: el ícono, el símbolo y la metáfora". (Ràfol, 2006, p. 17)

Los íconos siempre representan algo. En ellos hay una analogía por lo que nos hace asociarlos directamente con su significado. En cambio los símbolos necesitan ser interpretados, como por ejemplo, una bandera. Para leer un símbolo, debe conocerse el código; de lo contrario, no hay imagen simbólica.

Metáfora

Esta es un símbolo no codificado. A una imagen se le asocia un significado (que no es necesariamente el significado de dicha imagen) en un contexto determinado. Al leerlo podemos descubrir que ese puede tener otro sentido. "A menudo, hay imágenes simbólicas que tienen asociado un amplio abanico de significados, como por ejemplo, el color rojo.

Lo que hace la metáfora es darle un significado concreto a dicho color en un contexto determinado". (Ràfol, 2006, p. 18)

2.3.1 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

"Producción audiovisual es la producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales; especialmente el cine y la televisión; independientemente del soporte utilizado (film, vídeo, vídeo digital) y del género (ficción, documental, publicidad, etc.)". (Abadía, 1997).

Ahora sabemos que la producción audiovisual es sumamente usada en la web, como en las redes sociales por ejemplo.

Tenemos tres etapas importantes en la producción audiovisual: Preproducción, Producción y Postproducción.

PREPRODUCCIÓN

Esta es la etapa más importante pues en esta se definen los elementos en la estructura del proyecto, el equipo técnico y artístico.

Idea

Es el punto de arranque para una historia. De qué tratará.

Una técnica para la creación de

ideas es el brainstorming, que no es más que un libre intercambio de ideas o una lluvia de ideas. En este no se evalúan las ideas de los demás, pues no se busca la confrontación sino la libre comunicación de las ideas.

Guión Literario

Es la fase final del guión. Este debe contener todos los aspectos importantes y la descripción de factores como el espacio, tiempo, carácter de los personajes, la atmósfera, diálogos y los detalles que componen la historia.

Storyboard

El storyboard es un instrumento que sirve para planificar el proyecto audiovisual. En este se visualizan los diferentes momentos que atraviesa la historia y la imagen en movimiento, especialmente los momentos clave

PRODUCCIÓN

Este es el momento en el que el producto empieza a tomar forma, a materializarse, una vez que el cliente aprueba la propuesta presentada. Es la fase en que las ideas toman una forma concreta y las palabras dan paso a las imágenes y sonidos. Durante la producción las cosas van tomando su forma final pero también van siendo sometidas a una evaluación final de su eficacia. Todo lo que no funcione debe ser modificado hasta que funcione.

Lenguaje audiovisual

Secuencia:

Unidad narrativa amplia. Bloque de acción con comienzo y fin.

Escena:

Conjunto de planos unidos por un criterio de unidad.

Plano:

Encuadre sobre una acción.

Las escenas están divididas en planos.

Cada vez que cambia el encuadre, es un nuevo plano.

Toma:

De acción a corte. Las diferentes veces que se repite un plano sin cambiar ningún elemento de cámara.

Planos:

Plano General
Plano General largo
Plano General corto
Plano Americano
Plano Medio
Primer plano
Primerísimo primer plano
Plano detalle o inserto

Movimientos de cámara:

Los movimientos de la cámara pueden ser físicos u ópticos. Podemos mencionar los siguientes tipos de movimientos:

Panorámica: es un movimiento físico que se logra mediante la rotación de la cámara hacia ambos lados (derecha e izquierda). Generalmente la cámara se sitúa en un trípode y rota sobre su eje. Aporta un gran valor descriptivo y narrativo.

Panorámica horizontal: movimiento de rotación lateral.

Panorámica vertical: movimiento de rotación de arriba a abajo o viceversa.

Panorámica de balanceo: movimiento de balanceo que en forma de cámara subjetiva

puede representar a un efecto de mareado.

Traveling: es un movimiento físico que se logra desplazando la cámara sobre unos rieles. Aporta un gran valor expresivo, genera perspectiva narrativa y de relieve.

POST PRODUCCIÓN

En esta fase se trabajará la edición o montaje y dará forma al producto del rodaje. Se editan los efectos visuales y de sonido, incluyendo las animaciones que requiera el audiovisual final. Es la última etapa de la producción audiovisual.

2.4 EL DISEÑO Y LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

El diseño cada vez adquiere más importancia en el desarrollo de iniciativas y procesos de tipo social, ecológico y cultural.

En 1964 Ken Garland hizo un llamamiento a todos los diseñadores gráficos y creativos para que evaluaran y reconsiderasen su postura. Adoptar una posición crítica frente al mundo comercial, la brillantez social y las ventas también forma parte de la práctica del diseño.

Los creativos del mundo son cada vez más conscientes del papel que desempeñan como autores y creadores de mensajes a través de su obra visual.

Los diseñadores guatemaltecos tienen una gran responsabilidad, pues están en una posición de poder y responsabilidad social para persuadir, educar e informar, en un país donde un alto porcentaje de personas no sabe leer y escribir, en donde se maneja injusticia en todos los niveles sociales y donde el 50% de los niños sufre desnutrición.

¡No se trata solo de vender ropa o comida!

Esta responsabilidad nos hace estar aún más conscientes del poder de la comunicación visual, aportando al desarrollo de nuestro país, de mil maneras creativas, apoyando directa o indirectamente a las personas que lo necesitan.

FUNDRAISING

La historia de la filantropía en la humanidad representa “la obligación de saber cómo hemos de proceder cuando el prójimo se enfrenta a la adversidad y cómo poder ayudar a mejorar la situación de todo el mundo –voluntariamente, sin que el gobierno nos lo exija y sin afán de lucro-. La historia de la filantropía es la historia de los esfuerzos por organizar a las personas y movilizar los recursos con finalidades de interés general, es decir, la captación de fondos”.

Definitivamente la filantropía siempre será una necesidad, pues siempre necesitaremos algo más de lo que el sistema pueda darnos.

(Palencia, 2001) explica “el fundraising, expresión americana que proviene de los términos fund (fondos /recursos) y raising (del verbo to raise, captar / recaudar / procurar / conseguir/ obtener) se presenta, coloquialmente, como una acción directa de “captar fondos” o “procurar fondos” para una causa filantrópica”. (p.149)

Muchos especialistas consideran el Antiguo y Nuevo Testamento como la fuente por excelencia de filantropía, pues se encuentran más de dos mil versículos que dan base para una conducta humana dirigida al prójimo y de impulsar una tendencia de generosidad entre los hombres.

Entonces vemos no solo un deber, sino una oportunidad de encontrar una justificación profesional y académica, como menciona (Palencia, 2001) entrando al “magnífico negocio de ayudar a los otros a comprometerse con actos consecuentes de generosidad y favor” (p.152), e involucrarnos nosotros mismos en este proceso.

Fotografía: Paola Cardona





CAPÍTULO TRES

PROCESO CREATIVO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

3.1 RETRATO DEL CONSUMIDOR

Profesionales y estudiantes

3.2 CONCEPTUALIZACIÓN

Insight, Concepto creativo

3.3 PREPRODUCCIÓN

Ejes temáticos, guión literario, guión técnico, casting

3.4 PRODUCCIÓN

Propuesta fotográfica, perfil entrevistados, traducción

3.1 RETRATO DEL CONSUMIDOR

La investigación de mercados es de las partes más importantes de una producción audiovisual. Esta consiste en recopilar información del mercado (grupo objetivo), analizarla y elaborar un reporte a partir del mismo, para tener una mejor perspectiva sobre a quién va dirigido nuestro trabajo, y entonces poder tomar decisiones importantes al momento de la elaboración.

3.1.1 S.P.I.C.E & P.O.E.M.S.

Es una técnica que permite un acercamiento más emocional al grupo objetivo, identificando aspectos relevantes a partir del conocimiento de sus necesidades más profundas y básicas, para emitir juicios que sirvan para la toma de decisiones en la elaboración de cualquier proyecto, para saber de qué manera llegar a sus emociones para provocar una acción, y por cuáles medios

hacerlo.

Las siglas S.P.I.C.E. identifican las necesidades sociales, físicas, de identidad, comunicación y emocional. Su complemento P.O.E.M.S, identifica a las personas, objetos, ambientes, mensajes y servicios que rodean la cotidianidad de las personas que conforman nuestro grupo objetivo.

SOCIAL

¿Qué es lo que necesita esta persona de las relaciones de las personas a su alrededor?

FÍSICO

¿Qué es lo que necesita en un nivel práctico y funcional?

IDENTIDAD

¿Cómo se define a sí mismo?

COMUNICACIÓN

¿Qué necesidades de comunicación tiene?
¿Qué información necesita?

EMOCIONAL

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

S.P.I.C.E. & P.O.E.M.S.

Estudiantes y profesionales / empresarios

SPICE

ALEJANDRO PELAEZ
24 AÑOS
ARQUITECTO
Estudiante de maestría



SOCIAL

Necesito que las personas sean sinceras conmigo, que la gente tenga tiempo para mí como yo para ellos. Me interesa el bienestar de mi familia. Siempre buscando oportunidades de superación.

FÍSICO

Cuido de mi mismo lo más que puedo. Hago ejercicio tres veces a la semana y trato de comer saludable.

IDENTIDAD

Soy una persona disciplinada, responsable y comprometida. Creo importante aplicar la honestidad y sinceridad en cualquier área de la vida. No me rindo fácilmente cuando tengo un objetivo claro. Soy emprendedor e independiente.

COMUNICACIÓN

Me gusta estar informado sobre deportes, arte, arquitectura y tecnología. Aprender técnicas aplicadas a las finanzas, liderazgo y emprendimiento.

EMOCIONAL

Me hace feliz estar en un lugar tranquilo, compartir con los amigos y disfrutar de lo que tengo. Me molesta mucho la injusticia, tanto desde el punto legal como desde el área moral de cada persona. Me hace sentir bien saber que estoy estable económicamente.

POEMS

ALEJANDRO PELAEZ
24 AÑOS
ARQUITECTO

Estudiante de maestría



PERSONAS

Frecuenta a sus compañeros de trabajo, de estudio de maestría y de la iglesia, con quienes hacen actividades religiosas y benéficas.

OBJETOS

Se le puede presentar la información a través de medios impresos como afiches, revistas y también con material como playeras que lo hagan sentir parte de la causa.

AMBIENTES

La interacción con estas personas se da en campus universitarios, gasolineras, en espacios públicos y de recreación, oficinas y en la iglesia.

MENSAJES & MEDIOS

El material les será presentado principalmente por medio de las redes sociales (facebook, twitter, vimeo, youtube, pinterest). También recibirán información a su correo.

SERVICIOS

Puede participar en las charlas para entender el proyecto y participar al patrocinar a un niño.

SPICE

SABINA ARAGÓN

39 AÑOS

MBA

Administradora en empresa
internacional



SOCIAL

Que sean honestos con lo que ofrecen los diversos comercios. Me interesa el bienestar de mi familia y el de la empresa. Busco nuevas oportunidades de negocios.

FÍSICO

Me interesa cuidar mi cuerpo. Lo cuido con ejercicio regular y tratando de comer saludablemente (la mayoría de veces).

IDENTIDAD

Soy una persona activa, polifacética, me aburro de las cosas rutinarias, siempre me gusta estar aprendiendo cosas nuevas y conociendo personas. Me gusta proponerme metas a corto y largo plazo y tratar de cumplirlas. Amo mi familia y me gusta rodearme de personas que me transmitan cosas positivas en mi vida.

COMUNICACIÓN

Me gusta leer libros principalmente, cuando visito un lugar me gusta siempre empaparme de la historia del mismo. Uso mucho internet para conocer cosas e ideas nuevas.

EMOCIONAL

Me hace feliz saber que alguien que quiero o aprecio le pasa algo bueno en su vida, también me hace feliz viajar. Me enoja o pone triste enterarme de noticias de guerra o de asesinatos en el mundo. No me gusta sentirme impotente.

POEMS

SABINA ARAGÓN
39 AÑOS
MBA

Administradora en empresa
internacional



PERSONAS

La rodea su familia, sus compañeros de trabajo y amigos de diversos tipos.

OBJETOS

Se le puede presentar la información a través de medios impresos como afiches, revistas y también con material como playeras que lo hagan sentir parte de la causa.

AMBIENTES

La interacción con estas personas se da en campus universitarios, gasolineras, en espacios públicos y de recreación, oficinas y en la iglesia.

MENSAJES & MEDIOS

El material les será presentado principalmente por medio de las redes sociales (facebook, twitter, vimeo, youtube, pinterest). También recibirán información a su correo.

SERVICIOS

Puede participar en las charlas para entender el proyecto y participar al patrocinar a un niño.

3.1.2 6W DE LA COMUNICACIÓN

(Bermejo 2013) Explica que es una herramienta de análisis del consumidor, obteniendo información para la estrategia de comunicación, resolviendo los 6 aspectos que son what, where, when, why, who y to whom; en español se refiere a qué, dónde, cuándo, porqué, quién y para quién. (párr. 8)

What?

Qué ocurre o cuál es la información a deseamos transmitir.

Where?

Dónde se produce, o dónde podemos obtener la información.

When?

Cuándo esta sucediendo aquello que transmitimos.

Why?

Por qué lanzamos este mensaje.

Who?

Quién transmite la información, To Whom?

A quién afecta o a quién va dirigida la información.

¿Qué?

Falta de material audiovisual adecuado para promocionar la labor de Fundación contra el hambre, y recaudar fondos para la compra de alimento complementario y apoyo a los programas en las comunidades.

¿Dónde?

Plataformas de video en línea y redes sociales. También en presentaciones directas con el grupo objetivo. Afiches digitales, motion graphics.

¿Por qué?

No hay fondos para costear publicidad en ATL. Plataformas gratuitas. Difusión ilimitada. Fácil acceso a la información.

¿Para quién?

Patrocinadores y donadores.
-Estudiantes
-Profesionales
-Empresarios

¿Cuándo?

Año 2015, en redes sociales. Reuniones con empresas y presentaciones a futuros patrocinadores.

¿Quién?

The Shalom Foundation (Maní plus)

Fundación contra el hambre (apoyo completo y transporte)

Alejandro Ortiz (ingeniero en audio)

Jessica Dardon (nutricionista, tercer asesor)

Traductor q'eqchi - español

USAC (asesoría)

3.2 CONCEPTUALIZACIÓN

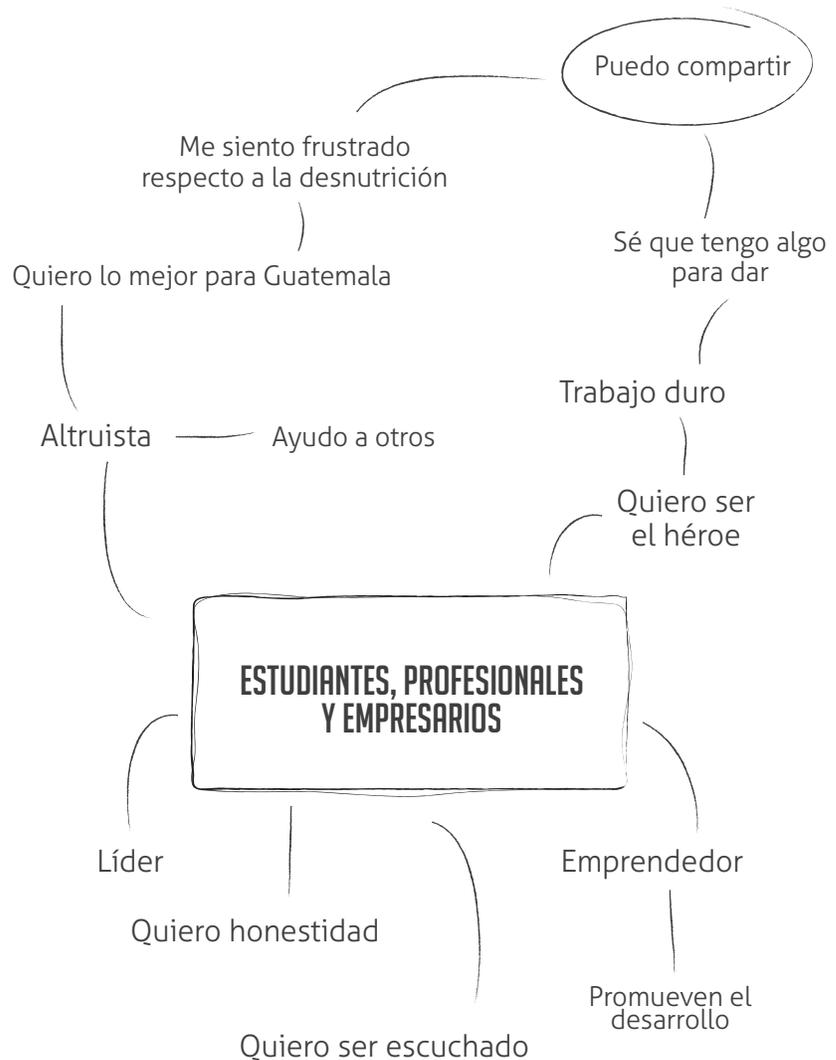
Según la Real Academia Española (RAE), conceptualizar significa: "Determinar algo en la mente después de examinadas las circunstancias". Para llegar al concepto, se hizo uso de varias técnicas antes de llegar al mismo.

3.2.1 INSIGHT

Mediante un insight la persona "capta", "internaliza" o comprende, una "verdad" revelada.

Para encontrar el insight indicado, se usó la técnica de mapa conceptual que (Moreira, 2004) define como "Una técnica o método de aprendizaje cuya función es ayudar a la comprensión de los conocimientos que una persona tiene que aprender y a relacionarlos entre sí o con otros que ya posee (conocimientos previos)".

Se realizó el mapa conceptual en base a las experiencias que el grupo objetivo expuso sobre ellos mismos.



Insight: Puedo compartir

Las personas entrevistadas concluyeron que se sentían impotentes respecto al tema de la desnutrición. Que no podían hacer nada para solucionarlo, pero también reconocieron que tienen recursos y tiempo

para poder aportar, aunque no solucionar el mal en su totalidad, pero contribuir y ayudar aunque sea a una persona, que en el futuro puede beneficiar a más.

3.2.2 CONCEPTO CREATIVO

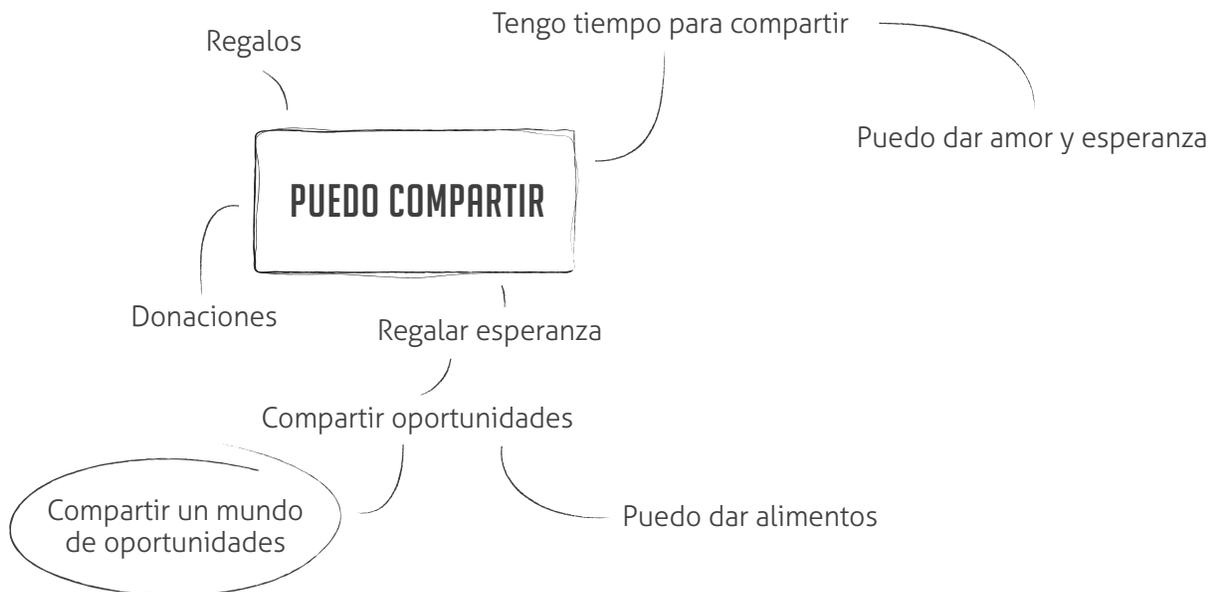
A partir del insight, se realiza otro mapa conceptual, esta vez para generar el concepto que el audiovisual manejará.

Concepto:
Comparte un mundo de oportunidades

Bajo esta línea se trabajó toda la producción del audiovisual para Fundación contra el hambre.

Este habla de que no estamos regalando, no estamos dandoles de lo que nos sobra, sino compartimos de lo que

tenemos para que los niños con desnutrición también puedan tener un futuro con muchas oportunidades.



3.3 PREPRODUCCIÓN

Es la etapa más importante pues en esta se definen los elementos en la estructura del proyecto, el equipo técnico y artístico.

Se entrevistarán a dos familias. La primera contará el problema que están enfrentando actualmente, y la segunda familia contarán como su hijo se recuperó gracias a las vitaminas que Fundación contra el hambre les proporciona.

3.3.2 PREGUNTAS GENERADORAS DE CONTENIDO

FAMILIA UNO

Entrevista a ama de casa de familia que vive en pobreza, sufriendo las consecuencias de la desnutrición.

1. Cuéntenos, ¿sobre sus hijos, sus nombres, que hacen, cuantos años tienen?
2. Cuéntenos, ¿sobre usted y su esposo? ¿Como se conocieron?
3. Cuéntenos, ¿a qué se dedican usted y su esposo?
4. Cuéntenos, ¿qué hace en un día normal?
5. ¿Cree usted que sus ingresos son suficientes para su familia? ¿Porque?
6. ¿Qué hace para conseguir alimentos para su familia?
7. Se ha lastimado o le han hecho daño, al conseguir alimentos o trabajando en el campo
8. ¿Algunas veces le es difícil conseguir alimentos para su

- familia? ¿cuando pasa esto y por qué?
7. ¿Qué les da de comer a sus hijos?
 10. ¿Se han enfermado sus hijos a causa de la alimentación? ¿Que hicieron cuando se enfermaron?
 9. ¿Cómo ha sido su vida por la dificultad que tiene para conseguir alimentos?
 12. ¿Sabe usted cuánto pesan sus hijos y cuánto deberían de pesar?
 16. ¿Qué sueños tiene para sus hijos y su familia en el futuro?

FAMILIA DOS

Entrevista a ama de casa de familia que gracias a los programas de fundación contra el hambre, pueden autosostenerse y que lograron vencer la desnutrición en uno de sus hijos gracias a los alimentos complementarios.

1. Cuéntenos, ¿sobre sus hijos, sus nombres, que hacen, cuantos años tienen?
2. Cuéntenos, ¿sobre usted y su esposo? ¿Como se conocieron?
3. ¿A qué se dedican usted y su esposo?
4. ¿Qué hace en un día? ¿Que hacen en la semana? ¿Que hacen el fin de semana?
5. ¿Qué ha sido lo más difícil que le ha tocado vivir con su familia?
6. ¿Ha tenido algún problema con su hijo respecto a su peso y talla?
7. ¿Cómo la ayudaron a usted y a su hijo a recuperarse de la desnutrición?
8. ¿Que opinas del apoyo que FH les han dado a usted y su familia?
9. Ahora que su hijo venció la desnutrición, ¿qué se imagina que será él cuando sea grande?
10. ¿Sabe usted qué alimentos darle a sus hijos?
11. ¿Cómo consigue los alimentos nutritivos para su familia?
12. ¿Sabe que es el MANI+? ¿Como lo obtiene?
13. ¿Para quienes es bueno el Mani+? ¿Por qué?
14. Qué le diría a las familias que tienen hijos con desnutrición?
15. ¿Qué sueños tiene para sus hijos en el futuro?

Fotografía: Paola Cardona



3.3.3 FICHA TÉCNICA

Video insitucional para facilitar la recaudación de fondos en beneficio de Fundación contra el hambre, Guatemala.

Título:

Comparte un mundo de oportunidades

Duración

6 minutos

Formato

1280 x 720 HD

Año: 2013

Productora: Propia - Link

Audiencia

Jóvenes y adultos de 22 a 50 años.

Canales de Difusión:

Redes sociales (Youtube, Vimeo, Twitter y Website)

Reuniones con posibles patrocinadores

Podría convertirse en un spot televisivo

Personal Técnico Link:

Guión / Producción / Dirección

Fotografía / Arte

Operarios de cámaras

Operario de Iluminación

Operario de audio

SINOPSIS

El video institucional expone la realidad que viven miles de familias en Guatemala, en Alta Verapaz. Muestra cómo luchan las familias por conseguir alimentos y como la ignorancia respecto a la desnutrición, ha hecho que los padres no se preocupen por la talla y peso de sus hijos. Se muestra cómo la vitamina Mani plus que proporciona FH tiene un gran beneficio para el desarrollo de los niños.

ARGUMENTO

Se presenta un contraste entre la manera en la que viven dos familias en diferentes comunidades en Alta Verapaz. Cómo la pobreza y falta de educación provocan que los niños crezcan con desnutrición y los padres no estén enterados. Es un círculo vicioso, como los estudios son negados por la pobreza en que vive una familia, la misma pobreza que dificulta la vida y el acceso a alimentos ricos en nutrientes y proteínas, lo que causa desnutrición. En un futuro, estos niños sin educación y con desnutrición, seguirán el mismo círculo al no poder conseguir trabajo, no darle estudios a sus hijos y no saber como alimentarlos. La desnutrición es una causa y una consecuencia, y pareciera que las autoridades no hacen mayor

trabajo al respecto.

Este es el caso de la familia de Ana Rosario Tzib, de la comunidad Popobaj, quien no sabe que sus hijos están sufriendo desnutrición y a quienes les cuesta conseguir trabajo y alimentos.

En la comunidad Cojilá, vive Carmela Tut, quién cuenta la historia de su bebé que no crecía y que pesó 12 libras por varios meses.

Al preocuparse, hablo con una de las madres voluntarias que colabora con Fundación contra el hambre, y le aconsejaron llevar al bebé a las sesiones de peso y talla, en donde llevaron el control de su bebé y le dieron vitaminas (Mani plus) para ayudar al desarrollo de su hijo.

Gracias a las vitaminas y al cuidado que FH ha

proporcionado a Carmela y a su familia, su bebé subió de peso y aumentó una talla.

Esto fue de gran alegría para Carmela y su familia, y agradecen mucho a Dios y a Fundación contra el hambre por brindarles estas vitaminas que quizás ellos no hubieran podido pagar.

Aún hay miles de familias en Alta Verapaz, que necesitan nuestra ayuda ; así también bebés que deben crecer sanos y fuertes, por su bien y el de sus futuras generaciones.

3.3.4 LOCACIONES

Aldea Popobaj, Alta Verapaz

Fuente: Fundación contra el hambre 2014



Aldea Cojilá, Alta Verapaz

Fuente: Fundación contra el hambre 2014



3.3.5 CASTING

Para la selección de los personajes, Fundación contra el Hambre proveyó la información de las familias que están involucradas en el programa de nutrición y que sus historias coincidían con la historia que se quería contar. Con esta información se ubicó a la familia Can Tzib, cuyos hijos sufren desnutrición y los padres no saben y la familia Tut, cuyo bebé tenía el peso y talla mucho más bajo de lo que debería tener para su edad, y que gracias a los proyectos de FH y a las barras de alimento complementario, el bebé pudo recuperar su peso y fuerza.



Juan José Can

32 años

Agricultor



Ana Rosario Tzib

30 años

Ama de casa

Viven con problemas económicos y no saben que sus hijos han sufrido a causa de la desnutrición.



Ana Carmela Tut

27 años

Ama de casa

Su hijo no crecía, pero gracias a las vitaminas que FH le proporcionó, su hijo mejoró.

Fuente: Fundación contra el hambre 2014

3.3.6 GUIÓN TÉCNICO

Secuencia	Descripción	Imagen	Sonido/ Voces
Escena 1 Segmento 1	Introducción del video. Presentación de la comunidad.	Logo animado de FH. Nombre de la familia, nombre de la comunidad.	Música.
Escena 2 Segmento 1	Tomas de la casa, y la familia reunida.	Paneo de izquierda a derecha, descubriendo a la familia sentada frente a su casa.	Voz en off. La madre dice que se le olvida cuánto pesan sus hijos.
Escena 3 Segmento 1	Fondo Negro. Motion Graphics que explican el porqué de esta toma.	Texto: "La mitad de los niños guatemaltecos sufre desnutrición las madres no lo saben".	Música de fondo.
Escena 1 Segmento 2	Tomas de los hijos, del bebé y los niños mas grandes, en su cotidianidad.	Madre entrevistada habla de que sus hijos de por si son pequeños y que por eso no crecen mucho.	Voz en off de la madre que habla respecto a la malnutrición.
Escena 2 Segmento 2	Motion Graphics explicando el problema de la desnutrición en los niños.	Texto: La desnutrición afecta el desarrollo cerebral de los niños permanentemente.	Música.

Secuencia	Descripción	Imagen	Sonido/ Voces
Escena 3 Segmento 2	Madre explica que siempre piensan en cómo conseguir un poco de dinero. Tomas de relleno de la familia y la comunidad.	Tomas de la familia, de mujeres caminando llevando canastos, y la madre entrevistada hablando.	Voz en off. La madre diciendo que si tienen dinero compran alimentos.
Escena 4 Segmento 2	Fade out. Motion graphics, explicando el problema de la pobreza y los alimentos.	Un vaso con café en el fondo. Texto: La extrema pobreza en las áreas rurales de Guatemala hace casi imposible conseguir alimentos de alto contenido nutricional.	Música de fondo
Escena 1 Segmento 3	Madre cuenta de qué trabajan y que no siempre tienen dinero para sus hijos.	Tomas de maíz, de los hijos que son pequeños.	Voz en off de la madre hablando.
Escena 2 Segmento 3	Esposo explica que debe salir lejos a otras comunidades a buscar trabajo.	Esposo hablando, tomas de el viaje por la comunidad	Voz en off del esposo hablando.
Escena 3 Segmento 3	Madre explica que por la falta de dinero en la comunidad sus hijos no son muy grandes. No les alcanza en dinero.	Madre hablando con su bebé en brazos. Sus hijos en su cotidianidad, jugando.	Voz en off de la madre hablando.
Escena 1 Segmento 4	Introducción Familia 2. Motion Graphics nombre de la familia y de la comunidad	Familia Tut, Comunidad Cojilá. Se ve un close up de la leña con la que cocina la madre.	Música de fondo. Al PAD, se le agrega una secuencia de piano

Secuencia	Descripción	Imagen	Sonido/ Voces
Escena 2 Segmento 4	Tomas de relleno presentando la cotidianidad y el entorno de la nueva familia.	Toma del bosque, de la mascota de la familia y panes de izquierda a derecha de Carmela Tut. Tomas del bebé con la mamá.	Voz en off. La madre explicando el problema de su hijo que no crecía con la mamá.
Escena 3 Segmento 4	Madre cuenta como han ido progresando con su familia, de que trabaja. Explica el problema que vió con su hijo porque no subía de peso y eso le preocupó.	Tomas de personas en el mercado. Toma del negocio familiar, la madre hablando, y la madre buscando alimento.	Música de fondo
Escena 4 Segmento 4	Madre explica que es Mani plus, la vitamina que toma su hijo lo que le esta ayudando, y que FH lo distribuye.	Toma de la madre sacando el mani plus.	Voz en off de la madre hablando.
Escena 5 Segmento 4	Motion Graphics explicando que FH distribuye las vitaminas a cada familia.	Texto Motion Graphics	Música de fondo.
Escena 1 Segmento 5	Madre dice que Mani plus ha ayudado a su bebé. Que ha visto el beneficio de la vitamina y cuenta que es lo que desea para sus hijos.	La madre abriendo el sobre de Mani plus y dándole de comer a su bebé. Ella hablando. Tomas de sus hijos y de su bebé.	Voz en off de la madre hablando.
Escena 2 Segmento 5	Motion Graphics final (call to action). En esta parte se anima al espectador a colaborar con la causa, porque ellos pueden ayudar.	Motion Graphics y tomas de relleno de los niños sonriendo.	Música de fondo.

3.4 PRODUCCIÓN

EQUIPO Y PERSONAL

Cámaras de vídeo formato HDV (2)
Micrófono profesional Lavalier y Audífonos (1)
Trípodes (2)
Riel (1)
LED light (1)
Battery grip (1)
Laptop para volcado y revisión de material filmado y para la post-producción (1)
Asistentes operadores de equipo (3)
Guión / Producción / Dirección / Fotografía / Arte (2)

FOTOGRAFÍA

Se aplicó Ley de tercios, y profundidad de campo en las tomas. También se hicieron varios close up para mostrar el detalle de lo que se estaba haciendo.



Fuente: Fundación contra el hambre 2014



Fuente: Fundación contra el hambre 2014

AUDIO

- Sonido natural de ambiente.
- Naturalidad y realismo.
- Sonidos acústicos y fondo de PAD.

TRADUCCIÓN

Las personas entrevistadas hablan en idioma q' eqchi. El día de las entrevistas se hicieron presentes dos traductores; uno para hacer las preguntas a las madres y otro para traducirnos que respondían, para saber que lo que ellas estaban hablando, tenía sentido para nosotros, sino replanteábamos la pregunta.

La traductora Amalica Toc se hizo presente en la fundación para la traducción del video. De la traducción, se armó el guión literario, se ordenó y se creo la narrativa a partir de la traducción.

Con el guión literario, ya se le dió el orden a las tomas para comunicar y provocar las reacciones que queremos del espectador.

COMUNIDAD POPOBAJ. (INTRODUCCIÓN #01)

Rosario 1.2: Elias can tzib apenas tiene 4 meses. (Introducción #0)

Rosario 15: Sé cuánto pesa, pero a veces se me olvida. (Introducción #2)

Texto 1: -La mitad de los niños guatemaltecos sufre desnutrición y las madres no lo saben. (Introducción #2)

La desnutricion afecta el desarrollo cerebral en lo niños permanentemente. (FADE)

Rosario 13: Sólo pensamos en buscar un poco de dinero para comprar nuestros alimentos. (introducción #2)

Rosario 11: Lo que sea: hierbas frijoles, todo lo que podemos conseguimos. Si tenemos un poco de dinero les conseguimos los alimentos. (Introducción #3)

Con el poco dinero que conseguimos, solo nos alcanza para comprar alimentos. (Introducción #3)

Texto 2.- La extrema pobreza en las áreas rurales de Guatemala hace imposible conseguir alimentos de alto contenido nutricional. (Introducción #4) (FADE)

Texto 3.- Comunidad Popobaj, Alta Verapaz. (Introduccion #5) (FADE)

Rosario 6: Mi esposo trabaja en la milpa. Yo sólo me mantengo aquí (Desarrollo #2)

Rosario 10: Claro... No tenemos dinero para cuidar a nuestros hijos. Muy pocas veces nos alcanza.

JJ 1: Para encontrar trabajo tengo que salir de mi comunidad.

R 1: Por la falta de dinero y alimentos en la comunidad nuestros niños no son muy grandes. No tenemos muchas vitaminas para fortalecernos... o medicamentos. No nos alcanza el dinero.

Fotografía: Paola





CAPÍTULO CUATRO

COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA

4.1 ESCENARIO Y DESARROLLO DE LA SESIÓN

4.2 TEMA Y OBJETIVOS DE LA VALIDACIÓN

4.3 MÉTODO

Grupo de discusión

4.4 PERFIL DEL INFORMANTE

4.5 INSTRUMENTOS

4.6 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ESCENARIO Y DESARROLLO DE LA SESIÓN

Para la comprobación de la eficacia del audiovisual, se llevo a cabo la técnica de los grupos focales, la cuál es una reunión con modalidad de entrevista grupal abierta y estructurada, en donde se construye el ambiente para que un grupo de 6 a 12 personas previamente seleccionadas, discutan y den sus opiniones respecto a una temática específica, dirigida por un moderador.

El moderador debe hacer preguntas abiertas sobre el tema, para que pueda existir la discusión y que las personas den su opinión en base a su experiencia personal.

Si el moderador logra generar un ambiente adecuado, se puede obtener información valiosa directamente de los involucrados en la temática que se quiere estudiar o comprobar.

DATOS TÉCNICOS

La sesión realizada para comprobar la eficacia del

audiovisual para recaudar fondos en beneficio de fundación contra el hambre, tuvo lugar en el salón de reuniones de iglesia El Shaddai Terrazas, con dirección Vía Granada No. 9, Col. Terrazas I, Ciudad San Cristobal, Villa Nueva. El día domingo 12 de octubre del año 2014 a las 13:00 horas.

4.2 TEMA Y OBJETIVOS DE LA VALIDACIÓN

El objetivo principal de la validación es recaudar información que pueda calificar la funcionalidad del audiovisual. Los criterios a evaluar se enfocaron en los aspectos funcionales, estéticos, técnicos y de identidad de la pieza, que ya había sido evaluados por especialistas.

ESTÉTICOS

Unidad visual, tipografía, fotografía, encuadres, iluminación y el manejo del color.

ASPECTOS TÉCNICOS

Formato de video, guión, audio y musicalización, efectos especiales y el uso de motion graphics.

ASPECTOS FUNCIONALES

Pertinencia, memorabilidad, fijación, legibilidad, comprensión, atracción, aceptabilidad, identificación y persuasión.

4.3 MÉTODODO

A continuación definimos la técnica, cómo se implementa paso a paso y cuáles son los usos que se le da para obtener información del grupo objetivo en cuestión.

Los participantes se reúnen en torno a una mesa, en una sala amplia y cómoda.

La pieza audiovisual es presentada ante los espectadores, donde sea visible para todos.

Se inicia explicando el proceso de la evaluación y mostrando el video.

Se inicia con preguntas generales sobre el audiovisual para concluir con preguntas más específicas

Se hace uso de la entrevista para asegurarse de que todos los aspectos de interés se cubran durante la entrevista.

El grupo es dirigido por un moderador que presenta el tema y facilita la discusión tratando de que todos participen y procurando enfocar la discusión en el tema de interés.

Cuando un participante empieza a dar su opinión, rápidamente los demás se enlistan para hablar y dar sus opiniones, así que el moderador debe dirigir esto, hacer las preguntas correctas y dejar que las personas se expresen.

4.4 PERFIL DEL INFORMANTE

Patrocinadores

Personas con capacidad económica y/o educación superior que puedan aportar ya sea capital o conocimientos para fortalecer la labor de la organización.

MODERADOR

Paola Alexandra Cardona Gutiérrez

PROFESIONALES

1. Gladys Zambrano
48 años / casada
5870-0544

2. Gabriela Shekinah Contreras Flores
Asistente G&T
28 años / casada
5690-5779

3. Nicolas Guido
Ingeniero
32 años / casado
3028-3784

4. Paulina Castellanos
Mercadóloga
33 años / casada
5865-5251

5. Claudia Contreras
Secretaria
47 años / casada

ESTUDIANTES

1. Paola Larios Zambrano
Estudiante / Maestra
23 años / Soltera
5380-8150

2. Josúe Carlos Duarte Castellanos
Estudiante / Call Center
24 años / Soltero
55173990

3. David Estuardo Ortiz Wolford
Estudiante / Auxiliar USAC
23 años / soltero
5512-1827

4. Judy Michel Lemus Hernández
Secretaria
25 años / soltera
4009-9077

Fuente: Video validación video institucional Fundación contra el hambre



4.5 INSTRUMENTOS

Para la sesión se hizo uso de varios instrumentos, entre ellos un cuestionario (ver Anexo 1), el cual consta de una serie de preguntas abiertas respecto al audiovisual, de manera que el espectador pudiera plasmar sus ideas a criterio personal y poder dar una mejor perspectiva de lo que ellos vieron y sintieron respecto al video.

También se elaboró una tabla de observación (ver Anexo 2), que se utilizó en la fase de recaudación de datos, respaldado por la filmación de

la sesión. El objetivo de esta tabla es tener un registro de la reacción de los participantes, sus gestos verbales y no verbales en momentos claves del audiovisual, anotando cada reacción.

4.6 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Teniendo en cuenta las respuestas de cada participante, se pueden resumir las siguientes conclusiones:

En general, el video es muy comprensible, busca dar a

conocer a Fundación contra el hambre y a pedir ayuda para la compra de alimento complementario.

Se conmovieron por la situación en la que viven muchas familias en el interior, en pobreza e ignorancia. Esto los hizo también reflexionar sobre el problema y querer colaborar en algo.

Estuvieron de acuerdo en que debería presentarse más información específica sobre cómo ayudar; qué deben hacer ellos para colaborar, como también se debería mostrar cómo afecta la desnutrición al cerebro del niño.

En cuanto a la memorabilidad de la marca, algunos no recordaban muy bien el nombre de la fundación (ya que aparece unos cuantos segundos al inicio).

CAMBIOS

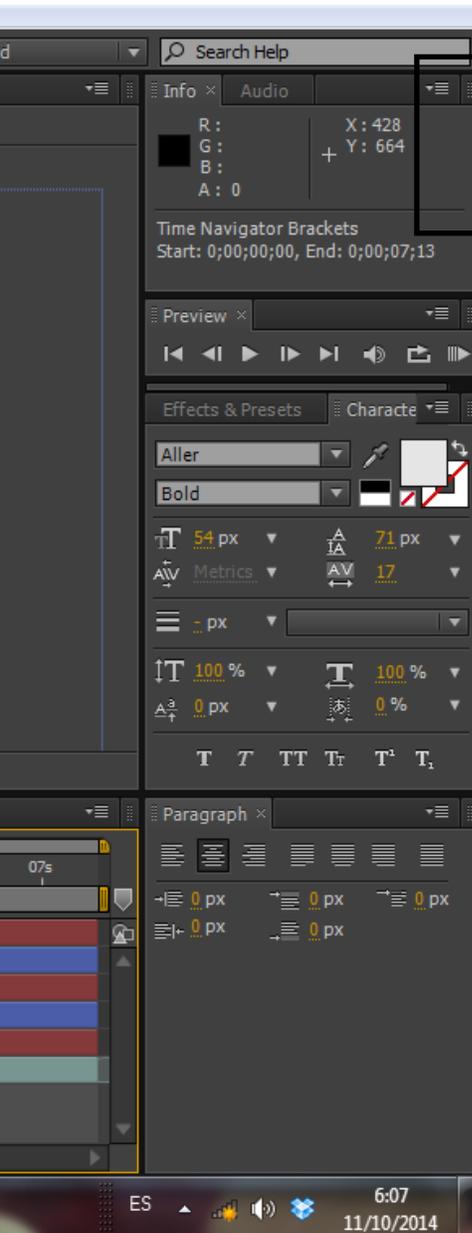
Se agregó más información sobre cómo la desnutrición afecta el desarrollo cerebral de los niños.

También se cambió el call to action, siendo más específico en cómo las personas pueden involucrarse y ayudar.

Se cambiaron los colores, dejando todo con la misma línea, usando solo color negro para las pantallas donde hay información, evidenciando así que el problema es uno muy serio y algo que debe tomarse con calma y muy en cuenta.

Fotografía: Paola Cardona





CAPÍTULO CINCO

PROPUESTA GRÁFICA FINAL FUNDAMENTADA

5.1 APLICACIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO

5.2 CÓDIGOS DE DISEÑO

- Código lingüístico
- Código tipográfico
- Código Cromático

5.3 ESTRUCTURA

5.5 MOTION GRAPHICS

5.1 APLICACIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO

Durante todo el proceso de producción del audiovisual, se llevo de la mano el concepto “Comparte un mundo de oportunidades”, el cual abarca muchos aspectos.

En la preproducción se hace presente al pensar en mostrar las limitantes que tiene una familia completa por la pobreza, pero aún más por la desnutrición, porque esto afectará las futuras generaciones.

Se hace presente el concepto, al presentar a una familia cuyo bebé no crecía, pero gracias a las vitaminas (Mani plus), ahora está creciendo, y los especialistas dicen que crecerá bien y su cerebro se desarrollará bien.

Se hace presente cuando la madre habla sobre las cosas buenas que ella sueña para su hijos.

Y se hace presente en la parte final, en el “call to action”, al presentar las maneras en las que se puede colaborar para

Fotografía: Paola Cardona



la compra de estas barras nutritivas que les da esperanza a las madres en las comunidades rurales.

En la preproducción, se pensó y desarrollaron los guiones basandonos en Comparte un mundo de oportunidades.

COMPARTE UN MUNDO DE OPORTUNIDADES

5.2 CÓDIGOS DE DISEÑO

CÓDIGO LINGÜÍSTICO

Oral

Es natural, resaltando las expresiones, la mimíca y los gestos; las madres se muestran un poco apenadas, pero esto le muestra al espectador que son personas reales y comúnes, con grandes problemas.

Para lograr que la conversación fluyera y fuera natural departe del entrevistado, se le dió la oportunidad de contar su historia a su manera, sin hacerle pausas ni cortar su relato.

Escrito

Es simple, de fácil comprensión y lectura, puntual y con datos importantes que complementan la información proporcionada por las madres entrevistadas

TIPOGRÁFICO

El factor más determinante sobre la elección de una fuente debe ser su legibilidad, especialmente importante para textos largos. Las palo seco o

sin serifas, dan mejor resultado en monitores y pantallas, sobre todo cuando hablamos de resoluciones bajas, por lo que se escogió una palo seco, pero que tuviera un poco de movimiento, ya que el tema a tratar es delicado y llega al corazón, permitiendo un diseño más limpio y libre de distracciones. Moreno (2004)

CORTINILLAS

Aller Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 1234567890
 !".\$%&/()=?

Aller Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 1234567890
 !".\$%&/()=?

SUBTÍTULOS

Myriad Pro Semibold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 1234567890
 !".\$%&/()=?



C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
#000000

CÓDIGO CROMÁTICO

Negro, para resaltar los textos de las cortinillas. Se le asocia con el orden, con lo que mantenemos un diseño equilibrado, mostrando que es un tema serio, con el que no estamos jugando.



C58 M 34 Y100 K15
R112 G126 B17
717f11

Verde, por sus asociaciones con la naturaleza, y la esperanza de nueva vida. Relacionado con el logotipo de Fundación contra el hambre.



C1 M18 Y99 K0
R255 G205 B7
ffcd03

Amarillo, por sus asociaciones con el calor y la energía con la que nuevos patrocinadores se añadirán a la lista. Para mostrar que es un cambio positivo el que se está haciendo y que vale la pena involucrarse.

5.3 ESTRUCTURA

SEGMENTO 1

Se presenta a la primera familia que vive en Popobaj, Alta Verapaz. La madre dice que a veces se le olvida cuánto pesan sus hijos. Motion Graphics indicando estadísticas.



SEGMENTO 2

Se presentan a la madre y al bebé y ella explica que de por si no crecen mucho.



SEGMENTO 3

Madre dice que por la falta de dinero y alimentos en la comunidad, sus niños no son muy grandes.



SEGMENTO 4

Se presenta a la segunda familia y la madre explica que su hijo no crecía pero luego gracias a Mani plus ha crecido.

SEGMENTO 5

Madre dice que Mani plus ha ayudado a su bebé y luego dice los sueños que tiene para ellos. Call to action dando información sobre como ayudar.



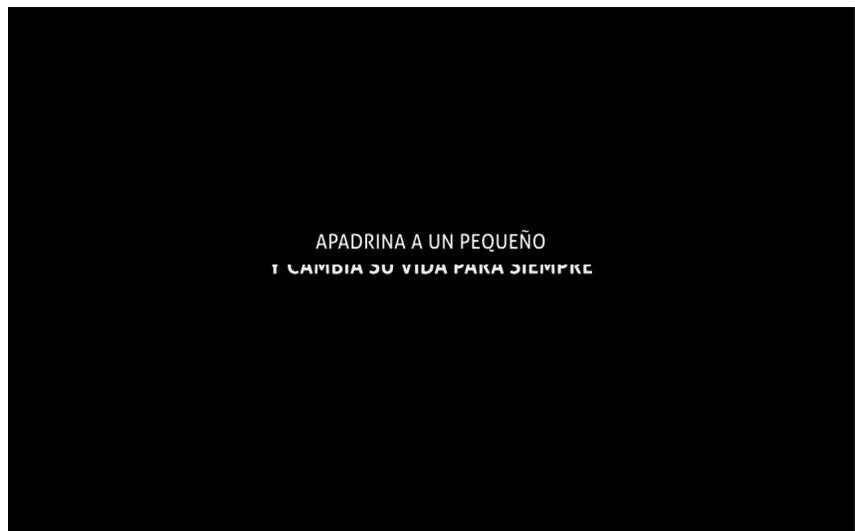
5.4 MOTION GRAPHICS

El motion graphics se hace presenta en la introducción de cada familia, en las cortinillas informativas, en los cintillos de presentación de nombres y en la parte final del call to action, donde se pide directamente la ayuda para patrocinio, para la compra de alimento complementario.

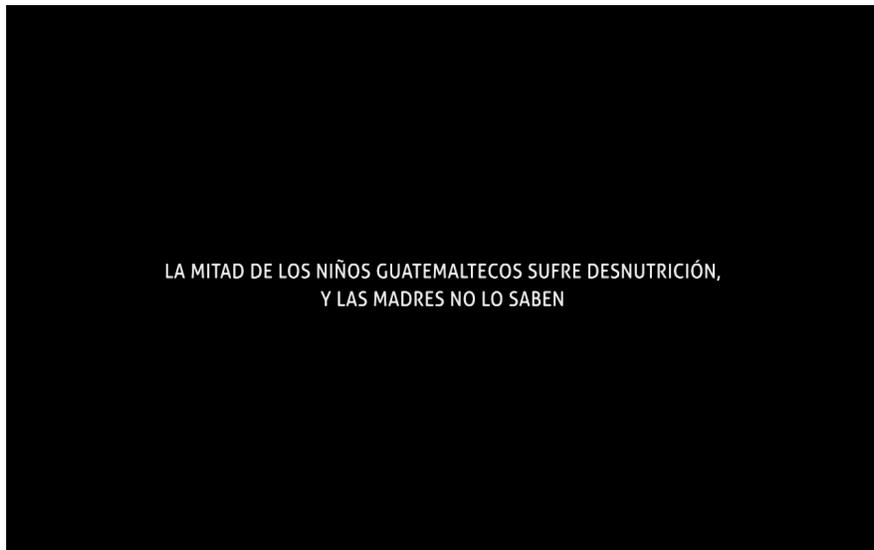
En todo el audiovisual, se hizo uso de una animación mas limpia y elegante.

Están las cortinillas donde el texto sale de enmedio para los lados (fig. 1) y el otro tipo donde el texto sale cada linea de arriba para abajo (fig. 2)

Al final del video, se usan fondos de otros colores, pues queremos crear un ambiente positivo y que motive a los espectadores a hacer algo positivo por estas personas que lo necesitan.

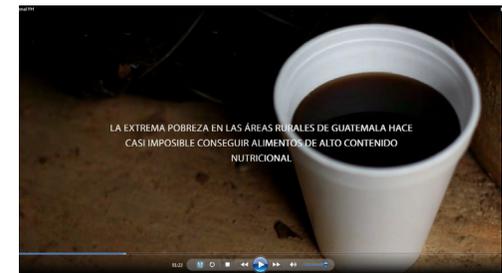
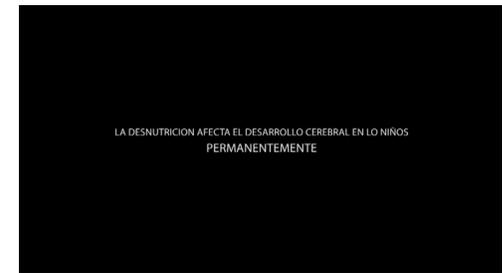
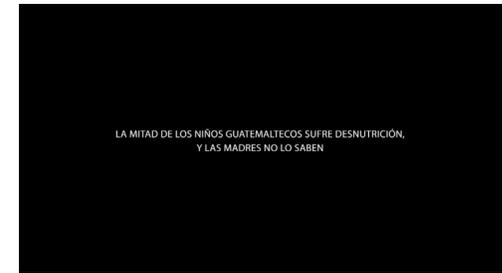


Motion Graphics del video institucional para FH

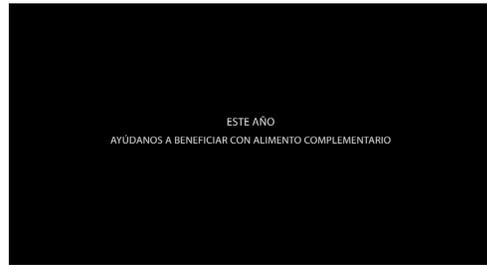


Motion Graphics del video institucional para FH

Pantallazos de video institucional para FH



Pantallazos de video institucional para FH



Fotografía: Paola Cardona



CAPÍTULO SEIS

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

6.1 MEDIOS Y USOS SUGERIDOS

6.2 PRESUPUESTO



6.1 MEDIOS Y USOS SUGERIDOS

Para garantizar la eficacia de la estrategia de comunicación se recomienda usar las redes sociales como plataforma principal.

Se recomienda circularlo en la fanpage en facebook y twitter; en el canal de youtube y usarlo en las presentaciones a los posibles patrocinadores; ya que las redes sociales permiten un gran alcance y cero impacto en costos para la organización. Se recomienda además enviar el link del video a través de correo electrónico a empresas, patrocinadores y posibles patrocinadores para que pueda ser visualizado en diferentes dispositivos móviles.

Se sugiere hacer una inversión específica para publicidad en Facebook, de al menos unos \$200 para un plazo de aproximadamente 20 días, para que se vuelva viral en menor tiempo y pueda llegar a más personas. Presentamos los pasos a seguir:

1. Expectación

Se harán post en facebook que tengan que ver con el video, esto se hará durante 15 días antes del lanzamiento del audiovisual.

También se posteará una adaptación de 30 segundos del video, cada semana.

2. Lanzamiento del video en

facebook, en la página web, en YouTube y vimeo; siendo respaldados por post y banner en facebook, esto durante 2 semanas.

3. Durante los próximos meses, se estará posteando cada cierto tiempo una adaptación del video, una versión corta, para que las personas sigan recordando el audiovisual, o les interese saber de qué se trata.

4. Enviar por correo electrónico el link del video, junto con imagen de mailing para fortalecer la idea y captar a más patrocinadores.

6.2 PRESUPUESTO

PERSONAL DE PRODUCCIÓN	COSTO	TIEMPO	TOTAL
1 Director (por proyecto)	Q22,000.	Proyecto	Q22,000
1 Productor de campo (por proyecto)	Q15,000	Proyecto	Q15,000
1 Director de fotografía (por día)	Q1,400	2 días	Q2,800
2 Camarógrafos (por día)	Q1,000	2 días	Q2,000
1 Sonidista (por día)	Q800	2 días	Q1,600
EQUIPO DE GRABACIÓN			
2 Cámaras FullHD (por día)	Q1,600	2 días	Q3,200
1 Iluminación (por día)	Q520	2 días	Q1,040
1 slider (por día)	Q550	2 días	Q1,100
2 micrófonos de solapa (por día)	Q416	2 días	Q832
1 Grabadora de sonido (por día)	Q350	2 días	Q700
2 Micro SD 16GB (por día)	Q200	Proyecto	Q200
GASTOS VARIOS			
Viaticos (por día)	Q850	2 días	Q1,700
PREPRODUCCIÓN			
Investigación de mercado (por día)	Q2,100	2 días	Q4,200
Guión & Storyboard (por proyecto)	Q8,500	Proyecto	Q8,500
POST PRODUCCIÓN			
Edición inicial (por minuto)	Q850	6 minutos	Q5,100
Traducción de Q' eqchi a español	Q1,300	Proyecto	Q1,300
Extras por re-edición (por minuto)	Q430	5 minutos	Q2,150
Corrección de color (por proyecto)	Q3,400	Proyecto	Q3,400
Animación 2D (por proyecto)	Q2,500	Proyecto	Q2,500
TOTAL			Q79,322

CONCLUSIONES

De acuerdo con el objetivo general planteado al inicio del proyecto, se concluye que para abordar el proceso de diseño de manera pertinente e implementar la estrategia de comunicación es necesario enriquecer la propuesta de diseño en base a la investigación y conceptos de la temática, además del análisis del grupo objetivo.

Es necesario conocer también al cliente, en este caso Fundación contra el hambre, para saber sus objetivos y cómo los abordan.

En el proceso de validación se determina la eficacia del producto para así poder enriquecerlo, haciendo de la propuesta final, una pieza pertinente y puntual.

Entendemos también que la comunicación es una magnífica herramienta para traer desarrollo al país, solo hay que saber cómo hacerlo y en qué medios.

RECOMENDACIONES

SOBRE EL PROYECTO

- No menospreciar fase de pre producción, es vital para el desarrollo del proyecto.
- Mantener siempre buena actitud y optimismo.
- Confirmar cualquier duda o razón que la Organización nos dé, para estar seguros de no cometer errores y poder desarrollar con excelencia el proyecto.
- Aprender sobre el contexto y cultura de las personas a las que entrevistaremos o de quienes hablaremos, esto facilitará el trato con ellos y enriquecerá nuestra investigación y trabajo profesional.
- No involucrarse en otros proyectos durante la realización del proyecto de graduación, pues necesita de mucho enfoque, concentración y mucho tiempo.

SOBRE LA TEMÁTICA

- Siendo jóvenes guatemaltecos y comunicadores visuales, tenemos una gran responsabilidad con la sociedad. No le den la espalda a los problemas. Búsquen una manera creativa de resolverlos.

LECCIONES APRENDIDAS

Al ir a las comunidades en Alta Verapaz, fácilmente me di cuenta de la necesidad que existía. Necesidades de hambre, de comprensión, de trabajo, de ayuda y compasión.

Al adentrarnos, pudimos conocer a las familias con las que trabajaríamos esos días de filmación, y me conmovió mucho ver que en su falta de educación, ignoraban la desnutrición de sus hijos.

Aprendí una valiosa lección, tanto de FH como de las personas pobres en la comunidad. FH no mira a las personas como "pobres que necesitan comida", sino como humanos que merecen ser tomados en cuenta y merecen aprender y hacer por ellos mismos. Por eso FH camina con ellos, no les dice que hacer, no les regala comida, sino que camina con ellos, toman en cuenta a las personas de la comunidad para su propio desarrollo.

Lo que mas me conmovió y sorprendió, fue la amabilidad con la que las personas de la comunidad te reciben, y aún en su pobreza, siempre tendrás un vaso de atol antes de irte. Valiosa lección.

Aprendí cosas sobre la traducción de un video, que no hubiera aprendido de otra forma mas que haciendolo. La paciencia que hay que tener, lo detallistas, ordenados y precavidos que hay que ser.

Aprendí la importancia de las alianzas estratégicas, de la planificación (pre producción) para la elaboración del proyecto.

Necesito mejorar la manera en la que distribuyo mi tiempo, y controlo el estrés. Practicar y aprender más sobre el manejo de software de diseño y producción audiovisual.

FUENTES CONSULTADAS

LIBROS

1. Abadía, J. M. (1997). Introducción a la tecnología audiovisual; Televisión, vídeo, radio. Barcelona: Paidós Ibérica.
2. Banco Mundial. (2009). Guatemala, Evaluación de la pobreza. Departamento América Central.
3. Banco Mundial. (2006). Revalorización del papel fundamental de la nutrición para el desarrollo. Bogotá, Colombia: Mayol Ediciones S.A.
4. CONALFA. (2013). Transformando vidas a través de la alfabetización. Guatemala: conalfa.
6. Martínez, G. (1995). Maíz de alta calidad proteínica. México D. F.: Limusa, S. A.
7. Olcina, E. (1990). Bases del diseño gráfico. Barcelona: Gustavo Gili.
8. OMS. (1985). Necesidades de energía y de proteínas. España.
9. Palencia, M. (2001). FUNDRAISING, el arte de captar recursos. Barcelona: Edicions i Serveis Escolars Domènech, S. A.
10. Rafol, R. (2006). Diseño Audiovisual. Gustavo Gili.
11. UNICEF. (1965). Los niños en los países en desarrollo. México.
12. UNICEF. (2001). Estado mundial de la infancia. NY, USA.: Prographics, Inc.
13. UNICEF. (2006). Estado mundial de la infancia - excluidos e invisibles. NY, USA.
14. UNICEF. (2007). El enemigo silencioso. Guatemala: Unicef.
15. UNICEF. (2007). Estado mundial de la infancia. Nueva York.
16. UNICEF. (2007). La niñez guatemalteca en cifras, compendio estadístico sobre las niñas, niños y adolescentes guatemaltecos. Guatemala, Guatemala: Magna Terra Editores.
17. Wong, W. (1995). Fundamentos del Diseño. Barcelona: Gustavo Gili.

LIBROS E INFORMES EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

1. Hurtado, Pahola. (2013).
CONTRAPODER Guatemala.

Recuperado el miércoles
14 de mayo de 2014, de
<http://www.contrapoder.com.gt/es/edicion21/actualidad/739/El-nivel-social-y-econ%C3%B3mico-del-guatemalteco-urbano.htm>

2. Ministerio de educación
Argentina. (s.f.). Competencias
en TIC. Recuperado el 13 de
agosto de 2014, de http://competenciastic.educ.ar/pdf/produccion_audiovisual_2.pdf

3. PNUD. (2013). PNUD en
Guatemala. Recuperado el 18 de
Agosto de 2014, de <http://www.gt.undp.org/content/guatemala/es/home.html>

4. SESAN. (2013). SESAN
Guatemala, Secretaría de
Seguridad Alimentaria y
Nutricional. Recuperado el jueves
15 de mayo de 2014, de <http://www.sesan.gob.gt/index.php/descargas/28-tercer-censo-nacional-de-talla/file>

5. Luciano Moreno (2004).
Desarrollo web. Recuperado el
viernes 16 de mayo, de <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1691.php>

GLOSARIO

Argumento: Es una prueba o razón para justificar algo como verdadero o falso, es un discurso dirigido a multimedia en movimiento.

Call to action: El momento en el que se hace el "llamado a la acción" en cualquier pieza publicitaria, audiovisual, programa de televisión, etc.

Código: Sistema de signos y de reglas que permite formular y comprender un mensaje.

Comunidad: Una comunidad es un grupo de seres humanos que tienen ciertos elementos en común, tales como el idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio, por ejemplo), estatus social o roles

Guión técnico: Es un documento de producción que contiene la información necesaria para ejecutar cada uno de los planos que la obra audiovisual requiere.

Grupo objetivo o target: se utilizan como sinónimos para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

Lavalier: Desarrollado para la televisión. Su característica principal es su pequeño tamaño. Se construyen con transductor de bobina móvil pero principalmente son de condensador electret.

Para la mayor parte de los usos, se escogen omnidireccionales, aunque en algunos casos se requieren direccionales

Línea gráfica: serie de elementos de diseño que forman un canon general para un grupo de productos.

Motion Graphic: Animación gráfica multimedia en movimiento.

Sinopsis: Resumen general de una obra en particular.

Voz en off: Narrativa audiovisual. Se muestra visualmente lo que la persona

ANEXOS

1. Hoja de participantes del Focus group



HOJA DE PARTICIPANTE FOCUS GROUP

La presente hoja corresponde al instrumento de validación utilizado como proceso de evaluación de la pieza audiovisual

“Video institucional para facilitar la recaudación de fondos para Fundación contra el hambre, para la compra de alimento complementario”
realizada durante el Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura USAC, e I segundo semestre del año 2014. Los resultados del grupo de Discusión serán tomados como referencia para la toma de decisiones del proyecto.

Nombre completo _____

Edad _____ Ocupación _____

Estado Civil _____

Firma _____

¿Qué le llamó la atención del audiovisual?

¿Cuál cree que fue la finalidad del audiovisual?





Mencione los aspectos y temas que recuerda se hablaron en el audiovisual

¿Podría mencionar algún aspecto que no conociera de la temática antes de ver el audiovisual?

Respecto a la temática, ¿qué otros aspectos cree que se podrían haber incluido o extendido en el audiovisual?

¿Cómo describiría los textos y sus títulos del audiovisual? De fácil o complicada lectura, rápidos o lentos.

¿Cómo le pareció el contenido del audiovisual?

Comprendible No o tan comprensible Incomprendible

¿Qué cambiaría en el audiovisual?

¿Recuerda el nombre de la organización que se habla en el video?



2. Tabla de observación - focus group

TABLA DE OBSERVACIÓN
PARA USO EXCLUSIVO DEL MODERADOR

Tiempo	Qué hay en pantalla	Gestos no verbalesV	verbales
00:00 - 00: 05	Intro Logo		
00:05 - 00:3 7	Presentación familia 1. La madre no sabe cuánto pesan.		
00:40 - 01:00	Se ven sus hijos pequeños y ella dice que de por sí son así.		
01:26	La extrema pobreza hace imposible que consigan alimentos nutritivos.		
01:39 - 01:43	Niño pequeño. La madre dice que no siempre tienen dinero.		
01:55 - 02:05	Cosas de su casa, niños en el árbol. Madre dice que tal vez no son grandes porque no hay alimentos.		
02:20	Madre cargando a su hijo. " no nos alcanza el dinero".		
02:38 - 02:45	Presentación segunda familia. Entrada de Ana Carmela cuando sonríe		

CARTAS

Guatemala, octubre 01 de 2015.

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **PAOLA ALEXANDRA CARDONA GUTIÉRREZ**, Carné universitario: **201016540**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DESARROLLO DE MATERIAL MULTIMEDIA PARA FACILITAR LA RECAUDACIÓN DE FONDOS A BENEFICIO DE FUNDACIÓN CONTRA EL HAMBRE**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico con énfasis Informático Visual especialidad Multimedia.

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

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



Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

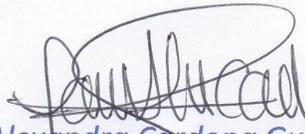
Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: **3122 6600** - 5828 7092 y 2232 9859 - maricellasaravia@hotmail.com

“Desarrollo de material multimedia para facilitar la recaudación de fondos en beneficio de Fundación contra el Hambre”

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Paola Alexandra Cardona Gutiérrez

Asesorado por:



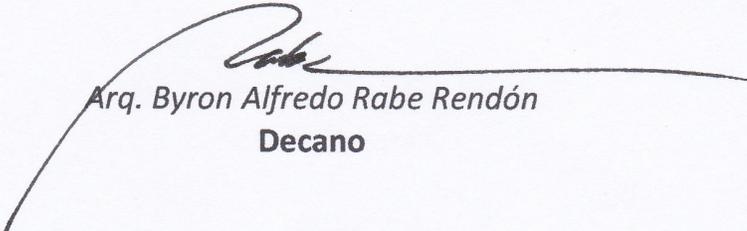
Lic. Fernando Fuentes Ríos



Lic. Carlos Enrique Franco Roldán

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

