

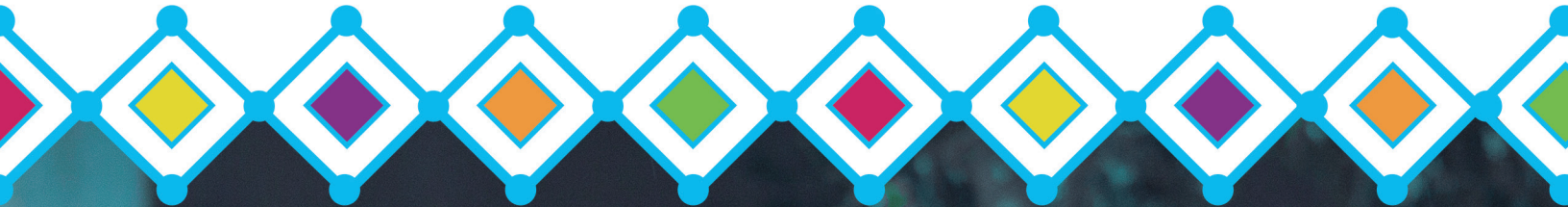


USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

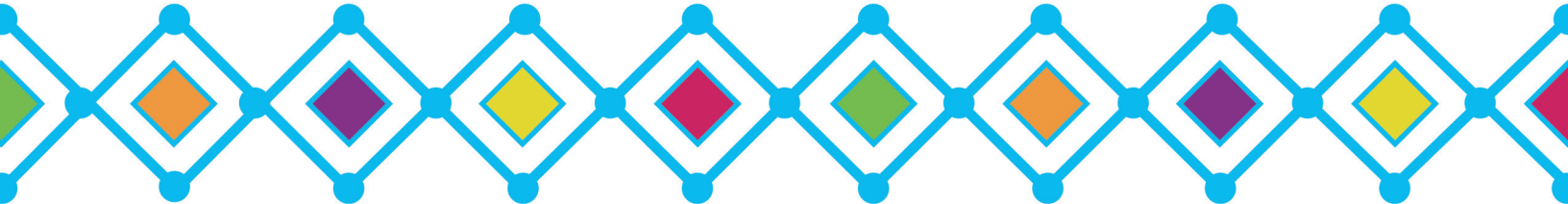


Campaña de micromecenazgo (crowdfunding)
en beneficio de la fundación **ProDesarrolloPro**
para facilitar la implementación de cursos de **alfabetización tecnológica**
a personas de **áreas vulnerables en Guatemala**

Proyecto de graduación presentado por
Bayron Estuardo Ortega Mansilla
al conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico

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

Campaña de micromecenazgo (crowdfunding)
en beneficio de la fundación ProDesarrolloPro
para facilitar la implementación de cursos de alfabetización tecnológica
a personas de áreas vulnerables en Guatemala



Proyecto de graduación presentado por
Bayron Estuardo Ortega Mansilla
al conferírsele el título de
Licenciado en Diseño Gráfico

El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos

Nómina de autoridades

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal II

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal III

Br. Gladys Jeanhaire Chacón García
Vocal IV

Br. Carlos Rubén Subuyuj Gómez
Vocal V

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario Académico

Tribunal Examinador

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada
Asesora Metodológica

Licda. Larisa Caridad Mendoza Alvarado
Asesora Gráfica

Lic. Francisco Javier Donis Guerrero
Asesor Profesional

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario Académico



Agradecimientos

A Dios, por permitirme rodearme de personas que me apoyan en todo momento y brindarme las oportunidades que me ha dado para poder llegar a este punto en la vida.

A mis padres, que siempre han velado por mi educación apoyándome en toda decisión que tomo y por preocuparse por que tenga todo lo necesario para poder seguir adelante.

A mi hermano, por ser una guía positiva en el ámbito académico y como persona, apoyándome y brindando su ayuda cuando lo he necesitado.

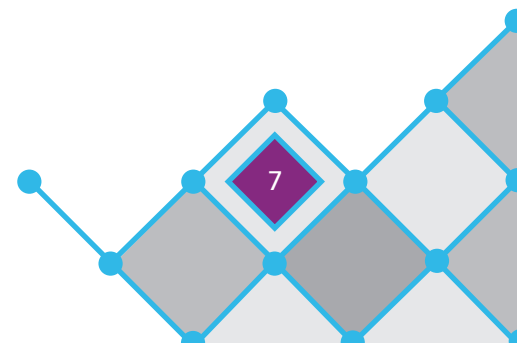
A mi tía abuela, mamita, que siempre se ha preocupado por mi y ha sido una segunda madre en mi formación como persona.

A mi abuelo, que siempre veló y quiso verme triunfar en la vida.

A mis demás familiares, que en todo momento me demuestran que tengo que seguir trabajando, y que han brindando momentos de alegría a la vida.

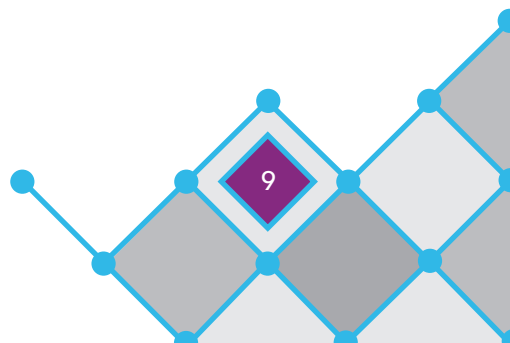
A mis amigos que son ejemplo y apoyo al esfuerzo académico.

A mis asesores y catedráticos por brindarme de su sabiduría, experiencia y conocimientos para poder crecer como persona y diseñador gráfico.



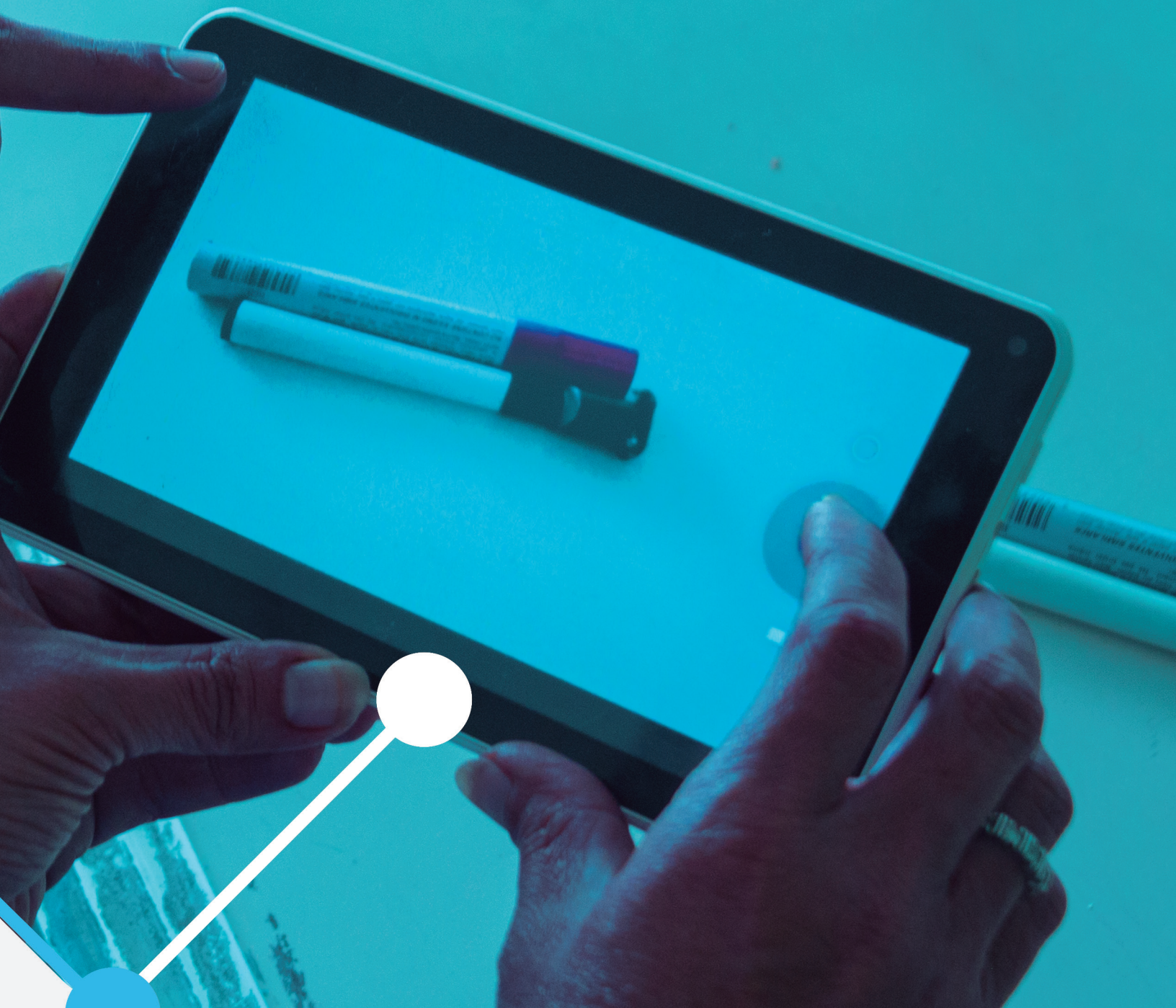
Índice

Introducción	11
Perfiles	19
Planeación Operativa	25
Marco Teórico	33
Definición Creativa	47
Producción Gráfica	65
Síntesis del Proceso	111
Lecciones aprendidas	112
Conclusiones	113
Referencias	115
Recomendaciones	116
Anexos	120





Introducción



Antecedentes

Según UNICEF, el poder adquisitivo de una persona con educación primaria es un 19.5% más que el de aquellos que no han concluido dicho nivel académico. Las personas que tienen un nivel de escolaridad menor son más propensos a sufrir de desempleo y contar con una deficiente calidad de vida.

El desempleo afecta en mayor cantidad a las personas que no completaron la secundaria, tomando en cuenta el nivel de escolaridad, un 25% de las personas que no trabajan no completaron la secundaria y sólo el 2.5% de

los que terminaron sus estudios superiores están desempleados.

La fundación ProDesarrolloPro vela por la implementación de educación alternativa en las áreas marginales de Guatemala, este método sirve como mecanismo de desarrollo del país a través de las Tecnologías de información y comunicación-TICs- y las metodologías de enseñanza, Edutainment, Mobile learning y Art Promotion.

Los beneficios del Mobile learning y el Edutainment se basa en que aprendemos 50% de lo que vemos y oímos, 70% de lo que discutimos con otros, 80% de lo que hacemos y un 95% de lo que enseñamos a otros. Por esta razón la institución busca esta metodología de enseñanza para promover el desarrollo dentro del país.

El beneficio de estos cursos se basa en alfabetizar y promover el desarrollo y emprendimiento dentro del país,



Figura 1. Mujer indígena.

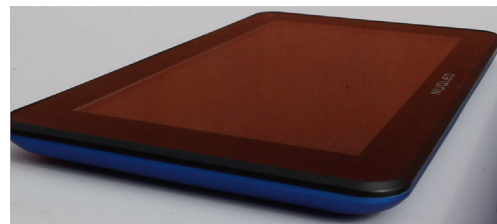


Figura 2. Dispositivo electrónico personal.

permitiendo brindar nuevas herramientas de trabajo a las personas, demostrándoles nuevas técnicas para mejorar su calidad de vida.

La fundación se enfoca en personas de escasos recursos, la institución carece de espacios dignos para impartir los cursos, se cuenta con infraestructura en la zona 7 capitalina, mas no se cuenta con servicios básicos; agua potable, sanitarios con correcto funcionamiento, escritorios, entre otros. Además que carecen de herramientas necesarias para impartir dichos cursos, como dispositivos móviles.

La falta de estos recursos imposibilita a la institución poder llevar a cabo los cursos, debido a que los costos se vuelven elevados hacia las personas que deseen formar parte de esta metodología de enseñanza. Ante estas necesidades, la fundación necesita recaudar fondos para poder brindar becas a mujeres de 13 a 30 años porque en Guatemala las mujeres son parte importante del desarrollo económico a través del comercio informal por lo que se busca capacitarlas y brindarles herramientas tecnológicas que optimicen sus resultados.

El artículo "Igualdad entre los géneros", publicado por el Fondo de Población de las Naciones Unidas, menciona que aproximadamente dos tercios de los adultos analfabetas en todo el mundo son mujeres y 6 de cada 10 de las personas más pobres del mundo son mujeres.

Debido a que la tecnología va tomando gran relevancia día con día, y avanza de manera rápida a grandes pasos, la fundación ProDesarrolloPro aprovecha esta situación para poder capacitar a personas en educación básica y conocimientos técnicos sobre administración de empresas, responsabilidad bancaria entre otros, por medio de la tecnología.

"En grupos, los corredores son más veloces, los públicos se ríen con más ganas y los donantes se vuelven más generosos". (Myers, 2005)

Existen campañas de Crowdfunding, que permiten la recaudación de fondos por medio de internet, las personas colaboran en los proyectos que más llamen su atención y permite realizar donaciones en las cantidades económicas que ellos desean.

A continuación haremos una breve descripción del trabajo realizado por ProDesarrolloPro hasta la fecha.

Comunicación visual

La fundación ha producido audiovisuales, como documentales, los cuales han sido publicados por distintas vías de comunicación. También se han realizado cortometrajes, spots animados como material educativo, la película POL, entre otros; actualmente se trabaja en el documental *The Imperfect Hope*, estos trabajos pueden ser vistos en la página www.prodesarrollopro.org.

Han trabajado junto a Global Dialogues, un agente de cambio social que busca la participación de los jóvenes en medios de comunicación para tratar problemáticas abordados desde la elaboración de videos.

La principal vía de comunicación de la fundación es a través de medios digitales: redes sociales, página web, producción audiovisual, entre otros.



Figura 3. Proyectos de ProDesarrolloPro.



Figura 4. Proyecto de ProDesarrolloPro.



Figura 5. Proyecto de ProDesarrolloPro: Pol



Figura 6. Proyecto de ProDesarrolloPro: Documental

Problema

La institución carece de material gráfico que promueva la recaudación de fondos para poder becar a mujeres que deseen llevar los cursos que ofrece ProDesarrolloPro permitiéndoles obtener una educación alternativa y así poder mejorar su propia calidad de vida y formar parte del desarrollo del país. Es necesario implementar un método de divulgación para que este proyecto pueda ser llevado a cabo.

Justificación del proyecto

Trascendencia

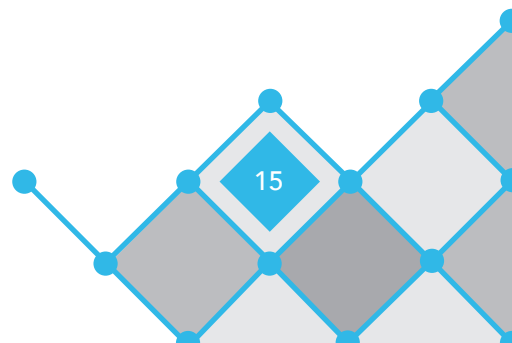
La institución cuenta con programas diseñados para voluntarios, cuenta con instalaciones de infraestructura, cuenta con la información y estudio de lo que necesitan pero les hace falta una campaña digital la cual permita recaudar los fondos necesarios para llevar a cabo los proyectos propuestos dentro de la fundación.

Una campaña en medios digitales permitirá llevar el conocimiento de los problemas que cuenta el país y la forma en que la institución busca resolver estas dificultades, promoviendo así que las personas brinden un aporte económico a la institución y se puedan llevar a cabo los proyectos estipulados por la fundación.

El proyecto abarcará principalmente los visitantes de la plataforma Generosity®, y sus seguidores en de Facebook®.

Indiegogo® cuenta con más de 450,000 likes en Facebook, y Generosity, desarrollada por Indiegogo, cuenta con más de 9,000. Ambas páginas transmiten las campañas que se están llevando en generosity®.

Según datos obtenidos de la fundación, con la recaudación de fondos se pretende capacitar 75 mujeres, para poder brindarles un impacto positivo y promover una mejor calidad de vida que implica: calidad de empleo, economía del país, la salud, entre otros aspectos, tomados como referencia del informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)



Insidencia del diseño gráfico

Para la elaboración de la campaña se necesita de piezas gráficas capaz de cubrir 40 días de publicaciones en las redes sociales y un audiovisual que transmita una de las problemáticas sociales con las que cuenta Guatemala, la labor que realiza ProDesarrolloPro y las dificultades con las que cuenta la fundación para poder llevar a cabo los cursos de alfabetización tecnológica.

Con el proyectos se busca recaudar \$30,000 y así cubrir gastos de mejoras a las instalaciones, contratación de capacitadores y compra de equipo adecuado para la implementación de los cursos.

Factibilidad

El proyecto es factible debido a que la institución necesita cubrir los gastos del proyecto beneficiado para seguir con sus metodologías educativas. La fundación brinda todo el apoyo necesario para poder llevar a cabo la campaña y cuenta con redes sociales para divulgar la campaña; el equipo de computo es el único que debe ser cubierto por el diseñador.

Para que el proyecto sea llevado a cabo con éxito se necesita de un diseñador que tenga los conocimientos en medios audiovisuales, diagramación y manejo de programas de diseño; así se podrán implementar distintas gráficas y audiovisuales que puedan ser transmitidas por diferentes vías de comunicación digital.

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Contribuir con ProDesarrolloPro a través de material gráfico para fortalecer la labor que realiza en beneficio de la promoción del emprendimiento y educación alternativa mediante las tecnologías de la información y comunicación dirigida a personas de áreas vulnerables dentro de Guatemala.

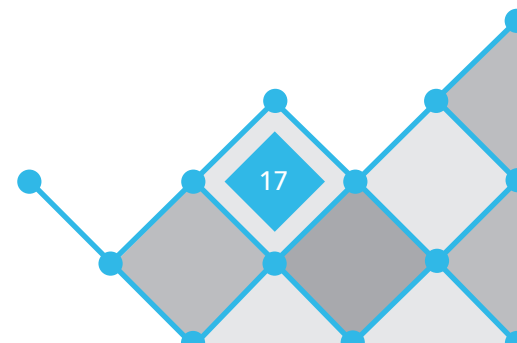
Objetivos específicos

de comunicación visual

Apoyar mediante el diseño de material gráfico informativo los procesos de sensibilización y financiación en masa en beneficio de la implementación de cursos de educación alternativa por medio de tecnologías de la información y comunicación que promueve la fundación ProDesarrolloPro dirigidos a personas de áreas vulnerables dentro de Guatemala.

de diseño

Elaborar material audiovisual y gráfico para redes sociales que motive a las personas a realizar un aporte económico a la fundación ProDesarrolloPro y facilitar la implementación de cursos de educación alternativa dirigida a personas de áreas vulnerables en la ciudad de Guatemala.





Perfiles



Perfil Institucional



Figura 7.
Logotipo ProDesarrolloPro

Institución: Fundación ProDesarrolloPro

Director: Javier Donis.

Teléfono: (+502) 5969-9305

Dirección: Manzana K, Lote 17 Sector A 10, Zona 8 de Mixco, Ciudad San Cristóbal, Guatemala C.A.

Correo: prodesarrollopro@gmail.com

Historia y Filosofía

La fundación trabaja desde el año 2007, busca apoyar el desarrollo de Guatemala en donde por medio de la educación alternativa el país logre realizar avances en desarrollo de emprendimiento, capacitando mujeres y hombres por medio del Edutainment, MLearning & Art Promotion para que se posean herramientas que los ayude a mejorar su calidad de vida.

Misión

Institución sin fines de lucro que vela por la educación con valores, cultura y las artes como bastión fundamental del desarrollo.

Objetivos:

Capacitar el uso de las TIC's para promover el emprendimiento, empleo y educación vocacional en centros de capacitación.

Programas:

La institución cuenta con diferentes programas que ayudan a llevar a cabo sus objetivos como fundación. Entre estos se encuentra el festival de las campanas. (Ver figura 8)

El festival de las Campanas es un proyecto privado de educación alternativa con apoyo internacional y civil de participación interinstitucional comunitario de la Fundación ProDesarrolloPro.

La institución busca crear Centros Multiculturales de Capacitación-CMC. Para que sirvan como ejes centrales de monitoreo, formación y promoción de la cultura, tecnología y las artes como fuentes alternativas de trabajo.

La institución busca la alfabetización digital por medio de metodologías de enseñanza Edutainment, MLearning & Art Promotion. Busca el fortalecimiento de las MIPYMES por medio de diagnósticos técnico – financieros y fiscales; herramientas tecnológi-



festival de desarrollo y bienestar

Figura 8. Logotipo Festival de las Campanas

cas, asesoría en el manejo de marca y evaluación de la aplicación de las mismas en procesos que generen nuevos mercados en el ámbito local e internacional.

Otro de los ejes que cubre la institución busca el fortalecimiento de estructuras comunitarias con canales educativos y de influencia en los comportamientos sociales. Asimismo la información del acontecer de las localidades como punto medular para la toma de decisiones y de cohesión social como sector organizado.

La educación y capacitación para la producción de material audiovisual y multimedia; así como la gestión y creación de canales de TV comunitarios en el contexto que los dispositivos móviles brindarán oportunidades y nuevas

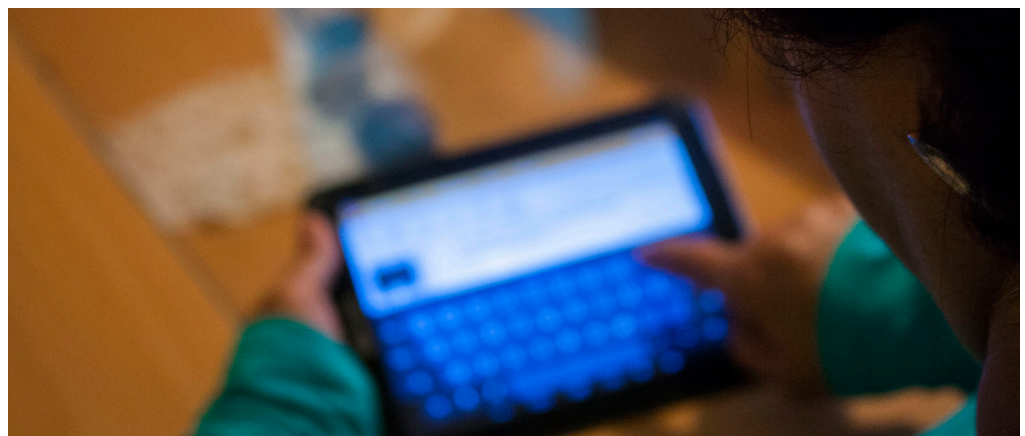
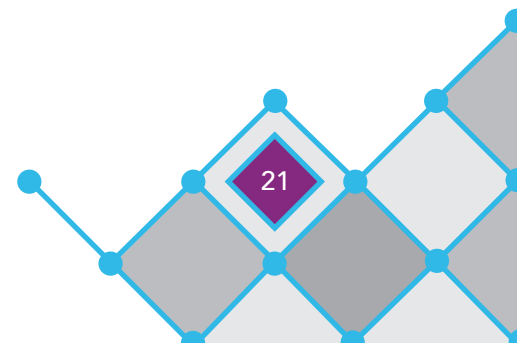


Figura 9. Foto: ProDesarrolloPro



habilidades para más y mejores posibilidades en el ámbito laboral.

Para llevar todo esto a cabo se cuentan con programas como: ProPais, ProTV y TecPro, estos son la base para poder llevar a cabo las diferentes actividades mencionadas anteriormente.

Las principales bases de enseñanza de la institución se centran en el Edutainment, que es entretenimiento educacional, cualquier contenido diseñado para educar y para entretener. También hace uso del Mobile Learning, por medio de contenidos e interacciones sociales al usar dispositivos electrónicos personales.

Identidad visual

La institución hace uso de color gris, celeste y blanco, con símbolos minimalistas que representan su identidad corporativa.

Los visuales que la institución maneja se basa en mensajes claros y concisos para poder llegar a su grupo objetivo de forma directa, tratando de evitar que exista ruido en el mensaje y enseñanzas que transmite por medio de los audiovisuales que manejan, buscando siempre mantener el contexto de la realidad nacional que se vive.



Figura 10. Logotipos programas ProDesarrolloPro.

Grupo Objetivo

Donantes

Características Sociodemográficas

Edad: 24-50

Sexo: masculino y femenino.



Personas graduadas de nivel medio o universitario, actualmente dedicadas a trabajar para satisfacer sus necesidades y las de su familia.

Manejo del idioma inglés y/o español.

Tienen conocimientos y habilidad con el manejo de dispositivos móviles y computadoras.

Características Socioeconómicas

Nivel socioeconómico:
Medio, Medio alto,
Alto



Características Psicográficas

Son personas proactivas que les gusta ayudar al prójimo, escuchan a las personas que los rodean, familiares, amigos, conocidos, etc. Son personas amables, humildes y agradecidas. Les gusta contribuir a la sociedad.



Les gusta navegar en internet, revisar redes sociales, estar enterados de los diferentes sucesos y situaciones que hay en el mundo.

Relación con el cliente

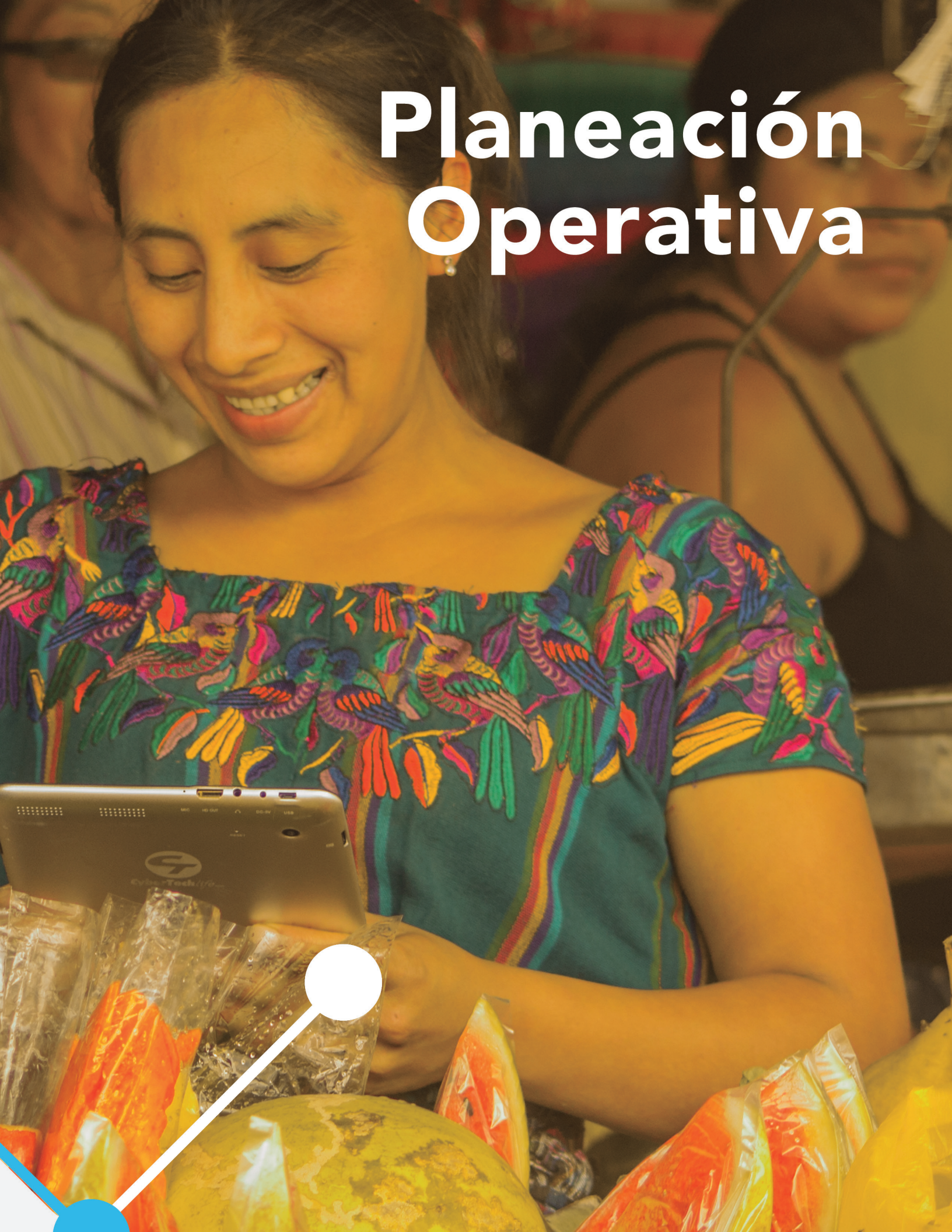
Las personas realizan un aporte económico por medio de páginas de internet con el fin de apoyar los proyectos que la institución busca satisfacer, en este caso se busca becar mujeres de 13 a 35 años para que puedan obtener sus cursos de educación alternativa.



Cada persona que realice un aporte económico sentirá satisfacción de haber ayudado a alguien más y poder colaborar con el desarrollo de las mujeres en Guatemala.



Planeación Operativa



Flujograma

Flujograma es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado.

Proyecto de Graduación

Visita a la institución para definición de proyecto

Definir metodología de recaudación de fondos, beneficiarias del proyecto, dinero a recaudar y problemas a solucionar con la recaudación.

Investigación y desarrollo

Investigación de ejes temáticos con respaldo para la campaña de recaudación de fondos.

Recolección de datos sobre problemas sociales que afecten a Guatemala, en donde la fundación puede colaborar con la recaudación de fondos.

Definir piezas a diseñar en base a la filosofía que maneja el crowdfunding.

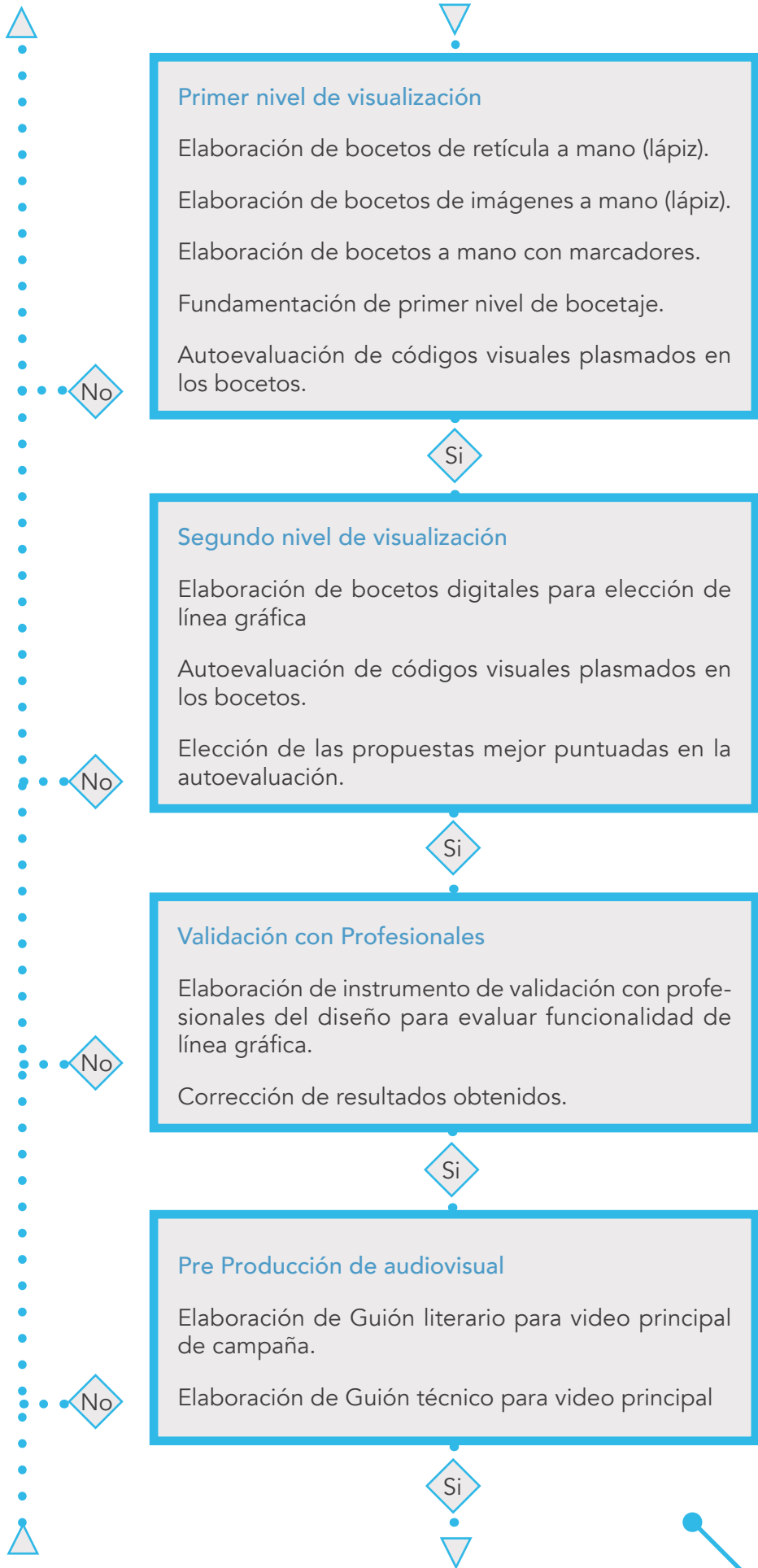
Definición de aspectos técnicos a considerar en la elaboración de las materiales a diseñar.

Proceso de Conceptualización

Elaboración de mapas mentales

Crear concepto creativo

Definir códigos visuales para línea gráfica.





Presentación a cliente y asesor profesional

Presentación de propuestas a cliente y asesor, explicando toma de decisiones y concepto creativo de las piezas.

Elección de línea gráfica.

Aprobación de guión técnico

Elaboración de posibles correcciones.

No

Si

Traducción de mensajes al idioma inglés

Traducción de información de imágenes para propuestas en inglés.

Traducción de narración del guión técnico del video principal de campaña.

Revisión de traducción con profesional.

Elaboración de posibles correcciones.

No

Si

Tercer nivel de visualización: Artes finales

Toma de fotografías para uso en imágenes de redes sociales

Elaboración de artes finales de imágenes para redes sociales (inglés y español)

Elaboración de grabaciones para video

Edición de video

Grabación de narracion de video (inglés)

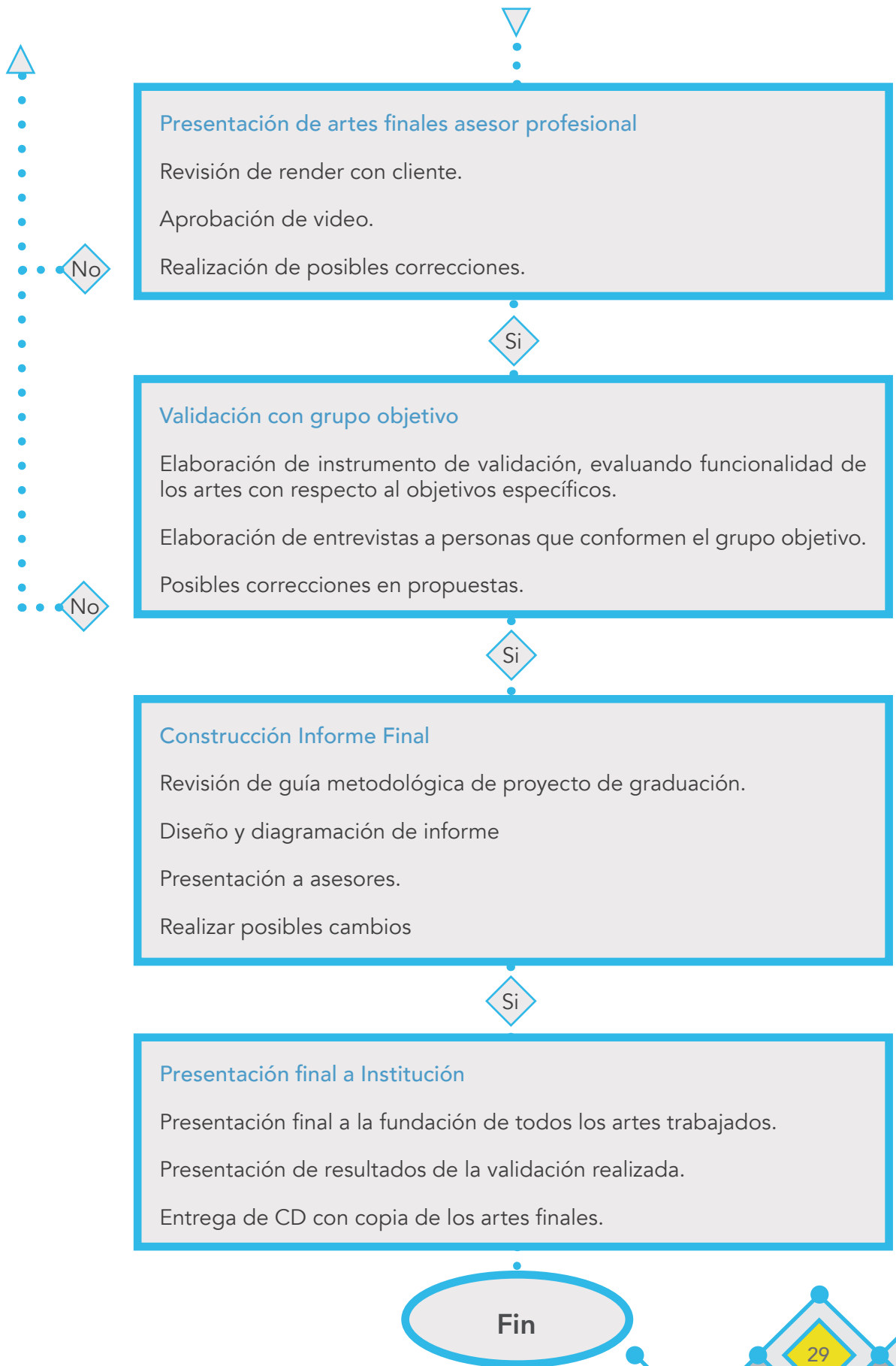
Búsqueda y edición de audio de fondo.

Elaboración de textos animados de soporte para video (Inglés y Español)

No

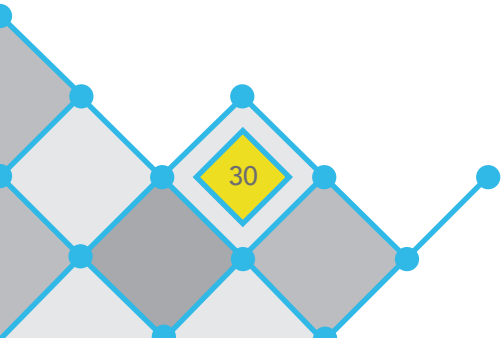
Si





Cronograma

Mes	Agosto				
Fase	Planeación	Ejecución			
Semana	1	2	3	4	5
Día					
Definición de proyecto	■	■	■		
Investigación y desarrollo	■	■	■		
Proceso de conceptualización		■	■	■	
Primer nivel de visualización				■	■
Segundo nivel de visualización					■
Validación con profesionales					
Pre-producción de audiovisual					
Presentación a cliente y asesor profesional					
Traducción de mensajes a idioma inglés					
Tercer nivel de visualización: Artes finales					
Revisión de artes finales con asesor profesional					
Validación con grupo objetivo					
Construcción de Informe Final					
Presentación Proyecto					



Recursos y costos

Recurso/ Material/otro	Cantidad	Costo	Total
Gasolina	4 meses	Q300.00	Q1,200.00
Parqueo	4 meses	Q15.00	Q60.00
Lápiz	1	Q2.00	Q2.00
Hojas	100	Q0.09	Q9.00
Borrador	1	Q3.00	
lapicero	2	Q2.00	Q4.00
Marcadores	1 caja	Q13.00	Q13.00
Papel calco	1 bloc	Q22.00	Q22.00
Impresiones B/N	20	Q1.00	Q20.00
Computadora	-----	-----	Q-
Cámara	-----	-----	Q-
Imprevistos	-----	-----	Q300.00
Total	-----	-----	Q1,630.00

Marco Teórico



La Universidad de San Carlos de Guatemala, en la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, los estudiantes realizan un proyecto de graduación que contribuya en erradicar un problema social.

Para este proyecto, cada estudiante elige una institución no gubernamental, organización internacional o municipalidad con la cual se pueda trabajar y ayudar conjuntamente para solucionar una problemática social.

En el proceso de formación del proyecto, la fase de investigación, busca identificar las diferentes necesidades de la institución y con ello encontrar los ámbitos en los cuales se puede trabajar e incidir un diseño gráfico.

La fase de investigación debe ser eficiente y concreta, por ello es necesario elaborar un marco teórico, Schanzer dice que el propósito de este es "dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema." (S.F.) Con ello podemos coordinar nuestras ideas, elaborar una mejor investigación y lograr la ayuda en solucionar la problemática social.

En este caso, se busca entender el funcionamiento que conlleva el crowdfunding y los medios de comunicación pertinentes para realizar una campaña de recaudación de fondos exitosa, partiendo de esto para decidir piezas gráficas a diseñar y las especificaciones técnicas con las que estas deben de contar.

Guatemala en los últimos años ha enfrentado diversos problemas

sociales afectando a la sociedad en los ámbitos económicos, académicos, salud y sobre todo el desarrollo; con ello el auge de la tecnología está presente en la actualidad, sin embargo su acceso es limitado para la población.

Existen distintas organizaciones internacionales y nacionales que realizan planificaciones y programas para erradicar las problemáticas sociales, sin embargo las estadísticas de los conflictos son bastantes elevados para buscar una solución factible

ProDesarrolloPro es una fundación que busca solucionar las distintas problemáticas de la sociedad para tratar las necesidades de las personas mejorando su calidad de vida; además implementa campañas de educación para el emprendimiento de la población.

El presente marco teórico se encuentra dividido en dos áreas; social y ético; asimismo estético y funcional.

En el área social y ético se abordan temas que aclaran los diferentes problemas sociales del país y el papel de la institución con la que se colaborará para la solución de estos, así también como el estudio de las maneras adecuadas, desde el punto de vista ético, para contribuir de forma gráfica.

En el área estético y funcional, se abordan temas relacionados con el diseño gráfico, teorías, recomendaciones, estudios que demuestran las maneras funcionales de poder comunicar gráficamente, para poder realizar un proyecto que sea efectivo y aporte a la sociedad guatemalteca.

Social y Ético

Educación, empleo y desigualdad de género en Guatemala.

El informe Global sobre Tecnología de la Información y Comunicación 2011, comenta que Guatemala tiene una educación pública deficiente, ya que se sitúa en el puesto 125 de 133 naciones evaluadas.¹ La educación es una problemática que no es abordado como se debe en el país, enfocándose en otros ambientes, dejando a un lado el ambiente académico y limitar a la población a un mejor desarrollo no solo a nivel individual sino colectivo, como país.

Uno de los factores que afectan el nivel académico del país, es la falta de ingresos en el hogar, causando de esta manera que los padres de familia acudan a sus hijos para obtener recursos económicos, abasteciendo las necesidades del hogar como: la alimentación, el agua, vestuario, algunos medicamentos; sin embargo el efecto que genera es que los infantes se limiten en su escolaridad ya que no tienen los medios para sustentar una educación en los distintos niveles primaria, secundaria, diversificado y mucho menos universitaria.

Los guatemaltecos en su mayoría tienen el pensamiento que encontrar empleo es difícil, debido a la cantidad de población y competencia laboral que se encuentra en el país. Según un estudio realizado por el Observatorio del Mercado Laboral del Ministerio de Trabajo, muestra que un 64

por ciento de los que buscan trabajo ha concluido el ciclo diversificado; el 19 por ciento, el básico; 13 por ciento, la educación primaria; y 2 por ciento es universitario. Cada año 35 mil jóvenes buscan incursionar en el mercado laboral.²

En el artículo “Es difícil emplearse” publicado por Revista D. También se menciona el sentir de las personas con respecto a conseguir empleo; más del ochenta por ciento de las personas cree que es bastante difícil conseguir empleo, y entre las mujeres, más del ochenta y cinco por ciento cree es bastante difícil conseguirlo.

Los resultados anteriores demuestra la desigualdad que existe entre hombre y mujeres en el país, ya que algunas empresas ofrecen sueldos diferenciados a pesar del puesto general igual que las capacidades de los guatemaltecos.

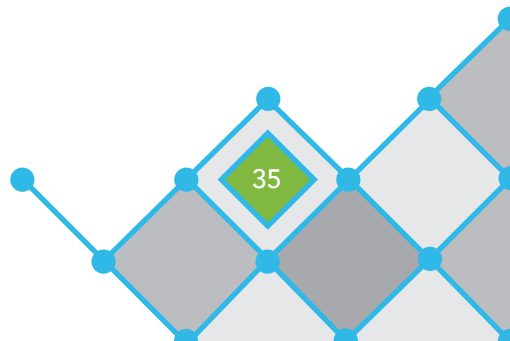
El papel de ProDesarrolloPro en la problemática social de Guatemala.

Uso de la tecnología en Guatemala

Antes de abordar los temas con los que la Fundación ProDesarrolloPro pretende ayudar a solucionar estas problemáticas sociales que existen en Guatemala, cabe mencionar la limitación de la tecnología con la que cuenta el país.

1. Carencias Educativas. Así somos los Guatemaltecos. Revista D.

2. Es difícil Emplearse. Así somos los Guatemaltecos. Revista D.



En la capital, el uso del internet y computadoras cuentan con índices positivos con respecto a los de países del primer mundo, pero en áreas rurales el servicio de internet es más caro. Es importante que estas áreas cuenten con servicios tecnológicos adecuados, ya que así el país también puede brindar información hacia el exterior sobre nuestra cultura y lo que se hace en Guatemala, transmitir las diferentes costumbres con las que contamos ya que somos un país multicultural, en donde hay mucha riqueza que puede ser aprovechada para comunicar y contribuir al desarrollo del país.

En áreas urbanas, en donde no se toma en cuenta la capital, un veinticuatro por ciento de la población cuenta con acceso a internet, y un treinta y cinco por ciento cuenta con acceso a computadoras; en áreas rurales únicamente el tres por ciento cuentan con acceso a internet y un siete por ciento cuenta con computadora.³

Es importante que el país aproveche la multiculturalidad con la que se cuenta para poder avanzar en el desarrollo del mismo. Si se logra educar a la gente que existen diferentes formas de conseguir empleo, y que ellos mismos pueden generar sus propias oportunidades, el país podría ir cambiando los datos estadísticos anteriormente marcados por unos datos positivos.

Educación Alternativa

La fundación ProDesarrolloPro busca a través de diferentes programas colaborar con el desarrollo del país,

ofreciendo educación alternativa en áreas vulnerables de Guatemala. Para comprender el trabajo de ProDesarrolloPro, definiremos el concepto de educación alternativa.

Ochoa (2014) dice que la educación alternativa es aquella contraria a los proyectos educativos formales y oficiales, su metodología es libre, busca mayor participación de personas interesadas sobre el tema que se aborde. Esta desarrolla los esfuerzos de la gente para generar más conocimiento, más práctica y más construcción de su vida. Además también está orientada a brindar una mejor calidad de vida, obviando notas, aprobación de exámenes y conseguir títulos.

Alfabetización tecnológica

Ortega (2009) define la alfabetización tecnológica como: "...la capacitación instrumental y adquisición de competencias necesarias para una alfabetización tecnológica entendida como la capacitación no solo instrumental, sino la adquisición de las competencias necesarias para la utilización didáctica de las tecnologías y poder acceder al conocimiento."

La alfabetización tecnológica permite inclusión social y laboral, logrando así ofrecer una mejor calidad de vida para las personas, debido a que la globalización permite tener un rápido acceso a la información que se encuentra en diferentes puntos del país y del mundo.

Tecnologías de la información y Comunicación

Dentro de la alfabetización tecnológica podremos encontrar las Tecnologías de la Información y Comunicación-TICs. Estas se manejan en tres medios básicos que son la informática, microelectrónica y telecomunicaciones, de una forma interactiva e interconexadas; cuentan con información que permite una comunicación rápida, interactiva y fácil de llevar a distintos lugares de forma instantánea, permitiendo llegar a diferentes culturas, niveles económicos, educativos, industriales, etc. Permitiendo una innovación en la comunicación de hoy en día.

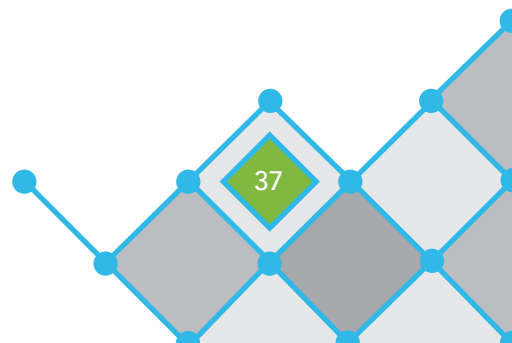
Debido a que la fundación cuenta con deficiencias en estructura, herramientas y materiales para poder llevar a cabo sus proyectos, es necesario recaudar fondos para poder continuar laborando con los proyectos propuestos.

Micromecenazgo

“En grupos, los corredores son más veloces, los públicos se ríen con más ganas y los donantes se vuelven más generosos”. (Myers, 2005)

La psicología social demuestra que las personas pueden actuar de forma diferente cuando las personas se encuentran agrupadas, estas pueden cambiar sus actitudes y pueden llegar a realizar actos que no son capaces de hacer cuando están solos. Esto es tomado como referencia debido a que una recaudación de fondos es más probable de cumplir con sus objetivos si se sabe incentivar a las masas a que colaboren. Myers menciona que en grupos los donantes se vuelven más generosos.

El micromecenazgo (mejor conocido por su término en inglés: crowdfunding) se basa en lograr que muchas personas hagan un aporte pequeño para proyectos grandes, así logrando que entre muchos se pueda financiar un proyecto completo desde transacciones en línea.



Esta metodología de recaudación de fondos permite hacerlo por medio de Paypal, o bien por medio de una cuenta bancaria que en algunas plataformas de internet lo permiten, por lo novedoso del tema, siempre hay que indicarle al grupo objetivo los pasos a seguir para poder realizar su apoyo económico de forma correcta.

Para llevar con éxito esta metodología hay que tomar en cuenta los cobros que realizan las plataformas, por ejemplo existen plataformas que cobran el 5% de lo recaudado, otras, como generosity, cuentan con beneficios para proyectos sin fines de lucro, en donde el único cobro que se realiza es el de la prestación de servicios por parte de Paypal.

Generosity®

Generosity® es una plataforma de crowdfunding desarrollada por Indiegogo®, enfocada en causas personales y sociales; esta no cuenta con tarifas a diferencia de otras plataformas enfocadas en recaudación de fondos en línea.

Es una plataforma que ofrece una promoción automática, integración social y administración sobre la marcha; a esto incluir la promoción que debe hacer cada persona que tenga una campaña para lograr una mayor recaudación de fondos.

Haciendo un buen manejo de la psicología social y de las facilidades del crowdfunding aprovechando que en grupos se puede llegar a obtener mejores resultados en cuanto a ayuda social se refiere, es viable financiar un proyecto que permita llevar a cabo las operaciones de la fundación ProDesarrolloPro y así contribuir con los problemas sociales del país como es la deficiencia en educación, la falta de empleo y las limitaciones tecnológicas que se viven dentro de Guatemala.

A continuación se abordaran temas desde el punto de vista funcional y estético.

Funcional y Estético

Para tener un mejor conocimiento de la funcionalidad sobre el *crowdfunding* se tomará como base “las 20 reglas de oro del *crowdfunding*” de Acconcia.

Para poder llevar a cabo una campaña de crowdfunding hay que tomar en cuenta varios aspectos para su realización con éxito.

Una vez definido el proyecto, hay que elegir la metodología para la recaudación de fondos; existen diferentes formas, plataformas y medios que permitirán una mejor comunicación y facilitación de la transacción de fondos obtenidos. Acconcia (Agosto 13, 2014) menciona 5 tipos de crowdfunding que son: de recompensa, de inversión, de préstamo, de donación y de recompensa por donación. Por la situación de la fundación, el mejor método de recaudación es realizar un crowdfunding de donación, en la cual los donantes únicamente desean ver el proyecto financiado debido a que colaboran a una causa solidaria o humanitaria.

Para poder conseguir fondos, es necesario contar con una identidad, preparar el equipo, realizar investigación sobre posibles donadores, definir a los donantes, por donde empezar y asegurarse que después de la donación; agradecer a todas las personas que aportaron a la causa.

Hay que ser claros y explicar todos los detalles del proyecto, que es lo que se desea hacer, como se desea hacer y cuales son los beneficios que se obtendrán.

También hay que instruir al donante como realizar las transacciones; otras formas de ayudar a la campaña y mantener una comunicación constante por redes sociales, para que las personas estén enteradas del proyecto que se lleve a cabo.

Acconcia (Octubre, 2014) menciona tres puntos clave que pueden ayudar a superar el 100% de una recaudación; estos son:

- Contar con un objetivo de financiamiento mínimo que se necesite.
- Ser transparente explicando el uso que se le dará a los fondos.
- Explicar que sucederá si se supera el 100%.

En la regla de las 4 C, Acconcia (Septiembre 9, 2014) menciona que la más importante es la comunicación. “sin ella toda una buena campaña puede quedar completamente anulada y ser un completo fracaso” Aquí se puede encontrar la importancia de definir el mensaje a transmitir, y asegurarse que lo que se comunica es efectivo hacia el grupo objetivo. “Debe ser un discurso rápido, ágil, muy fácil de entender, y sobre todo adaptado al público objetivo de la campaña.” (Acconcia, Septiembre 9, 2014)

Debido a la importancia de la comunicación en este tipo de proyectos, se debe describir detalladamente el uso de los fondos y la presentación del equipo que esta detrás del proyecto.

La comunicación tiene que ser constante, hay que mantener a los donantes informados sobre el avance de la campaña a la que ha aportado y siempre reconocerles como colaboradores.

Para poder optar al 100% de recaudación en una campaña hay que tomar en cuenta la regla de la "U", que describe que al principio y al final de una campaña son los momentos en los que se reciben mayores donaciones, debido a que al principio de la campaña se encuentra el efecto novedad y al final se encuentra el efecto urgencia; por lo que es muy importante preparar el inicio de la campaña, debido a que la novedad de esta aumentará las posibilidades de cumplir los objetivos de la campaña.

La descripción visual de la campaña es otro aspecto importante, en la que se debe contar con una identidad institucional y del proyecto, en donde se sugiere crear un logotipo para el proyecto; contar con imágenes previas sobre la recompensa que se brindará, ayudará a que los donantes valoren la campaña y no hay que olvidar demostrar el equipo que está detrás de la campaña, debido a que las personas observan y valoran el hecho de que

toda la recaudación forma parte de un gran grupo de personas, siendo ellos parte de la misma.

En el diseño de la campaña, se recomienda una duración de 30 o 40 días, esto con el objetivo de mantener la regla de la U anteriormente mencionada, y así no perder el efecto novedad y urgencia. "ajustar la duración de la campaña a un máximo de 30 o 40 días, ya que de esta forma se optimiza la recaudación de la campaña. Normalmente no porque una campaña dure más va a recaudar más ya que el efecto novedad y urgencia de la regla de la U se diluyen cuanto más larga es una campaña." (Acconcia, 2 de diciembre de 2014)

El fácil acceso a la información que se tiene en estos días, es importante contar con una campaña bien estructurada y conocer los medios por los cuales se manejará, contar con la plataforma de crowdfunding apropiada desde el punto de vista de las funcionalidades que cada una ofrece para enlazarla en otros medios tales como redes sociales. Estos medios deben contar con una comunicación constante y de preferencia mantener movimiento en ellos antes de lanzar la campaña, para potenciar el uso de estos.

Es conveniente contar con una página web propia para el proyecto, esto permite ampliar la información sobre la campaña, conocer la historia y el día

a día de la misma, sin olvidar contar con una imagen de marca apropiada.

El uso de las redes sociales es indispensable debido a que son los medios en donde las personas interactúan con el mundo que los rodeas, en estas vías de comunicación se comparten gustos, intereses, miedos, pensamientos y necesidades, volviéndose un entorno en donde las personas comparten su información personal, que hacen y causas que apoyan.

Una vez conociendo el grupo objetivo, la plataforma para recaudar fondos y las condiciones que pone cada plataforma, se puede proceder al proceso creativo, que veremos en la definición creativa.

Una vez superada la fase de conceptualización, hay que buscar todos los elementos técnicos y estéticos adecuados para brindar una comunicación eficiente.

Aspectos técnicos y estéticos a considerar.

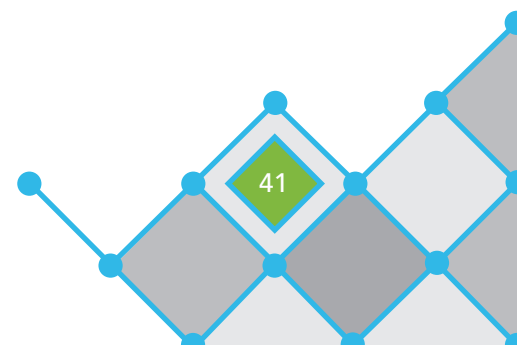
En los medios digitales, ámbito por el cual se llevará a cabo la campaña de crowdfunding, hay puntos a tomar en cuenta antes de su realización, como lo es el manejo de audiovisuales, movimientos de cámara, fotografía,

encuadres, teoría del color, composición gráfica, tendencias del diseño, los estándares, formatos y tipos de archivo adecuados para redes sociales y la constante comunicación que se mantendrá con el grupo objetivo.

Diseño Gráfico Audiovisual.

“El Diseño Gráfico Audiovisual se define como la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones audiovisuales de carácter gráfico-sonoro y en movimiento, producidas normalmente por medios tecnológicos, y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados por los medios de comunicación audiovisual. Gracias a esta actividad podemos comunicar gráficamente ideas, hechos, valores.” (Anónimo, 2011)

El uso del video es una forma efectiva para comunicar, así se puede transmitir los problemas, la realidad del país y de la mujer guatemalteca que ayuden a recaudar fondos para la fundación ProDesarrolloPro. Este permitirá comunicar las razones de la recaudación de fondos, los hechos que llevan a la institución realizar este tipo de proyectos y transmitir valores que promuevan al espectador ayudar con la causa social que se comunica.



Hay que tomar en cuenta las distintas tendencias gráficas, para poder estar a la vanguardia y lograr crear material gráfico original y eficiente. Actualmente se busca simplificar, contar con diseños versátiles y contar con contenido visual que identifique a la fundación.

Sistemas de significación

Código hermenéutico: Este estimula la curiosidad y es la principal herramienta estructuradora en un audiovisual, fomentando enigmas y problemas.

Código semántico: Son los signos que definen los personajes, diálogos, vestuarios, movimientos y gestos.

Código proairético: Marcan una secuencia de los patrones de acción, estas acciones cobran sentido por el bagaje fílmico y visual.

Código simbólico: Es el que el espectador interpreta en el medio audiovisual, por medio de patrones antitéticos.

Código cultural o de referencia: Son los que reflejan la referencia cultural en que se maneja un video.

Encuadre

Planos

- **Gran plano general:** muestra un lugar en su totalidad de forma panorámica.

- **Plano General:** muestra el ambiente en donde se lleva a cabo la escena, en este también aparece el personaje.
- **Plano americano:** Muestra al personaje desde la cabeza hasta arriba de la rodilla.
- **Plano medio:** Muestra al personaje desde la cabeza hasta un poco arriba de la cintura.
- **Primer plano:** Muestra a la persona desde el busto hasta la cabeza.
- **Plano de detalle:** Como su nombre lo indica, refleja un detalle de un objeto, sin mostrarlo en su totalidad.

Redes sociales

El uso de las redes sociales como medio de divulgación de la campaña es un método efectivo, siendo una campaña creíble, las personas, aunque no cuenten con fondos para apoyar económicamente, pueden compartir la información en su muro, logrando así llegar a más público objetivo. Según un estudio realizado por "Internet es Mercadeo" (2014), demuestra que el 84% de las publicaciones compartidas por los usuarios lo hacen con el objetivo de apoyar causas o problemas de su interés.

Para la elaboración de las gráficas y la publicación del contenido en la web hay que tomar en cuenta las dimensiones más utilizadas en cada una de

las redes sociales, para poder enviar mensajes claros que cumplan los objetivos del proyecto.

Cada red social maneja sus propias medidas y formatos. Las imágenes cuadradas se adaptan de una manera sencilla a la mayoría de redes sociales, permitiendo así el uso de una misma imagen en diferentes publicaciones de distintos sitios web.

En el suplemento Cifras de Guatemala (Agosto, 2016) se menciona que existen 5.3 millones de usuarios registrados en redes sociales, de las cuales 91.2% usan Facebook, 50.8% instagram y 40.9% twitter.

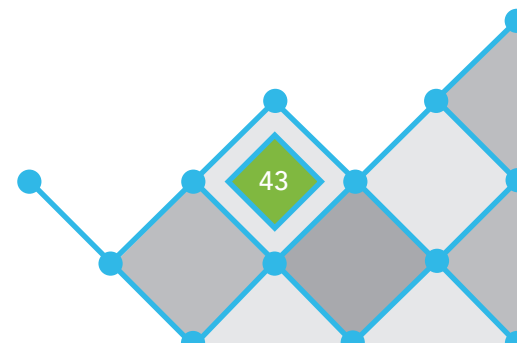
The Statistics Portal (2016) cuenta con un estudio del uso de redes sociales en Estados Unidos, mencionan que existen 180 millones de usuarios con un perfil en alguna red social, siendo facebook líder con 43.2, segundo Youtube con 22.7%, en cuarto lugar se encuentra Twitter con 4.9% seguido de instagram con 1.7%. Se toman como referencias estas redes sociales debido a que son en las que la fundación tiene actividad y así mismo se evidencia que son las redes eficientes en las cuales se puede comunicar la campaña de crowdfunding tanto a nivel nacional como a nivel internacional, por lo que es importante conocer los formatos de imágenes que se usan en estas plataformas. (ver figura 11)

Los tres formatos que pueden servir en toda red social son: cuadrado,

apaisado y vertical, aunque el más conveniente y de mejor adaptabilidad en la mayoría de redes es el formato cuadrado,

Las fotografías y el conocimiento del tipo de archivos a cargar son esenciales. "Las fotografías son uno de los contenidos más atractivos en Internet. Pero al mismo tiempo, la mala elección de los tipos de archivos de imágenes PNG, JPEG o GIF suele ser la principal causa de que muchos blog y/o páginas webs tarden demasiado en cargar." (Facchin, 16 de diciembre 2014) Actualmente las redes sociales cargan diferentes tipos de formatos, la ventaja de los GIFs es que pueden elaborar imágenes que permitan interactuar con el grupo objetivo, es una de las principales herramientas que ha cobrado auge en Facebook; así también no hay que olvidar mantener un correcto formato de archivo en cuanto a su funcionalidad y peso, debido a que si este pesa más de un mega, Facebook puede reducir su resolución a modo de que la página cargue más rápida.

El texto crea el link entre el receptor del mensaje a comunicar y el emisor, tomando en cuenta que el diseño gira en la legibilidad de los textos que se utilicen, hay que tener cuidado con el contraste por medio del tamaño, grosor y color de la tipografía para que el mensaje a transmitir sea claro y conciso.



Estas fuentes tienden a reflejar una imagen moderna, limpia, o minimalista. Muchos consideran las fuentes de Sans Serif como la mejor opción para el diseño de presentaciones digitales, ya que son más legibles que las fuentes Serif cuando se proyectan para su visualización en pantallas, incluso en tamaños pequeños y limpias a tamaños grandes. (Martínez, 2009)

La tipografía san serif es la adecuada para estos diseños debido a que se adapta mejor a textos cortos y diseño digital.

“El recorrido visual es el movimiento que realiza el ojo buscando un orden en lo que está viendo, bien imágenes bien una combinación de figuras y texto. En Occidente estamos profundamente marcados por la lectura textual de izquierda a derecha y de arriba abajo.” (Byvox, 2016) En cuanto a la composición del diseño, hay que tomar en cuenta colocar en la parte superior izquierda el mensaje, para poder realizar el link de emisor-receptor del mensaje a transmitir y así llamar la atención del grupo objetivo, así también no olvidar colocar los logotipos institucionales en la parte inferior para que el lector conozca quien está comunicando la imagen que acaba de ver.



Figura 11. Formatos para redes.

Como conclusión la campaña de crowdfunding se puede realizar de manera eficiente para contribuir con ProDesarrolloPro a solucionar los problemas de la sociedad guatemalteca; esta campaña como principal eje de proyecto de graduación debido a que es necesario contar con fondos para que la institución pueda seguir presente en la erradicación de los distintos problemas sociales en los que se enfoca.

Para llevarla a cabo de una manera correcta se debe buscar transmitir credibilidad en todo momento, si es necesario hacer uso de datos estadísticos. Debido a que estas campañas necesitan respaldo, se buscará hacer uso de los colores institucionales y mostrar la situación actual de la fundación, para, así también, ayudar a cumplir los objetivos planteados.

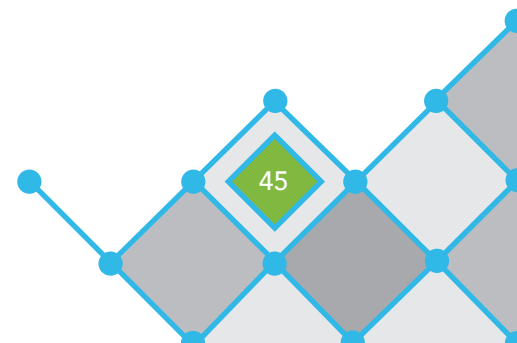
La elaboración de audiovisual como pieza principal a la campaña ayudará a transmitir un mensaje claro y directo hacia el grupo objetivo, así también de elaborar imágenes para redes sociales que mantengan la comunicación constante durante el tiempo que la campaña se esté llevando a cabo.

ProDesarrolloPro cuenta con los insumos necesarios para poder llevar a cabo la campaña de crowdfunding; debido a que tienen presencia en la web con redes sociales y sitio de internet oficial y estar reconocida legal-

mente en el país. También cuentan con una identidad gráfica institucional, lo cual permite que en el momento del lanzamiento de la campaña, esta sea reconocida como parte de la fundación.

Las principales vías de comunicación se centrarán en las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, también se hará uso de la plataforma generosity para realizar la recaudación de fondos. Estas redes sociales son las más utilizadas tanto en Estados Unidos como en Guatemala, además de ser las redes en donde la fundación ProDesarrolloPro cuenta con presencia.

En cuanto al uso de tipografías se busca hacer uso de san serif, que sea estable, legible y demuestre seguridad en el mensaje a transmitir, en donde el mensaje principal sobre el progreso de la recaudación y el agradecimiento serán la parte principal de las imágenes





Definición Creativa



Briefing de diseño

Proyecto	Becas TecPro	
Nombre de la campaña	Together We Are Moving On	
Costo a recaudar	\$ 30 000 USD	
País	Guatemala	
Ciudad	Guatemala	
Fundamentos	Objetivos	Recaudar fondos para cubrir cursos de alfabetización por medio de las TICs (Tecnologías de información) a las mujeres Guatemaltecas residentes en la zona 7 de la ciudad capital.
	Eslogan	Together We Are Moving On
	Categoría	Educación
	Etiquetas	#socialnetwork #learning #Edutainment #education #community
	Periodo de recaudación	40 Días
	Reseña	Fundación ProDesarrolloPro vela por la implementación de la educación alternativa, como mecanismo de desarrollo de país a través de las Tecnologías de información y comunicación (TICs) y las metodologías de enseñanza Edutainment, MLearning & Art Promotion.

Referentes visuales



Figura 12. Texturas típicas.

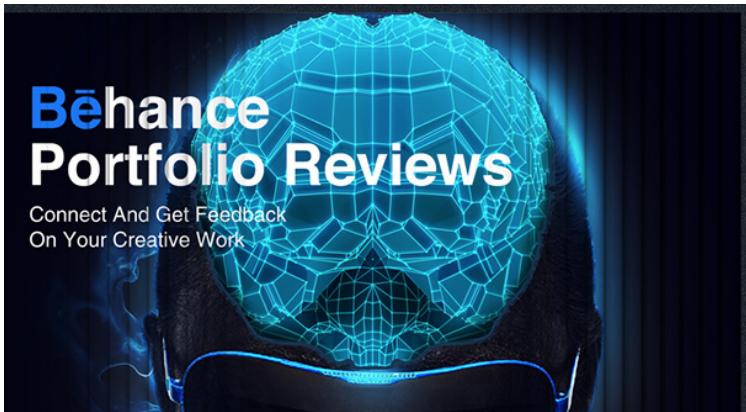


Figura 13. Referencias Behance

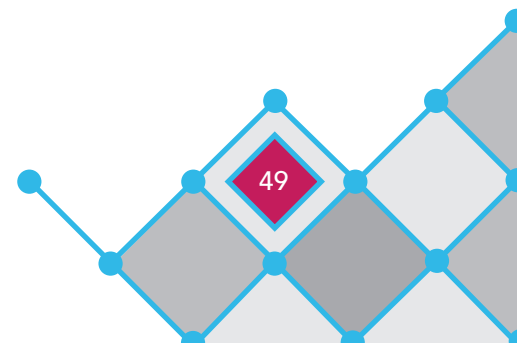


Figura 14. Referencias Behance



Figura 15. Referencias Behance

Inspiración que sirve para connotar la combinación de tecnología con texturas típicas de Guatemala, por ser uno de los elementos distintivos del país que atrae a los extranjeros.



#GiveASchoolVan

Better Me Foundation
29 de julio a las 12:26 · 🌍

Like every single brick matters when building a skyscraper, every little and big contribution matters when raising for a meaningful cause 🙌❤️ We had to delay the start of our fundraiser by 24 hours but are now preparing once again for the big start! 📣 Please spread the word! 🙏
PS: You gonna get the chance to have your name written on our new school-van! 🥳🥳🥳

Ver traducción



Our official **School Van** fundraiser for Korando Educational Center starts in **12 Hours!**

BETTER ME

Me gusta Comentar Compartir

Better Me Foundation 🌍 se siente bobo(a).
28 de julio a las 10:32 · 🌍

One of Mama's entrepreneurial ventures to pay for school fees is her farm. Not only does she produces food for our children but also for sale! During harvesting season she's busy driving back and forth between the farm, the center and the market to sell the fresh produce (like Tomatoes, Beans, Rice, Millet, Corn, etc.). During planting season she transports materials and tools to the farm and manages the planting. The van is a crucial part of her operations.

15 hours till we start our #GiveASchoolVan for Korando Fundraiser! 😊
Please share and support!

Ver traducción



I love you from my head
To ma toes!

Our official **School Van** fundraiser for Korando Educational Center starts in **15 Hours!**

BETTER ME

Me gusta Comentar Compartir

The heart that **gives**, gathers.
- Tao Te Ching



Our official **#GiveASchoolVan** fundraiser for Korando Educational Center is at

BETTER ME **13%** generosity

Better Me Foundation
Me gusta esta página · 2 de agosto · 🌍

13% 🙌 Let's go for 15%!! Please share this with friends!
The heart that gives, gathers ❤️
➡️ **D O N A T E** ➡️ <http://bit.ly/GiveASchoolVan>
#giveaschoolvan #give #donate #charity #generosity #indiegogo #fundraiser #help #pleasehelp

Ver traducción
— con Alexandra Siberia

Me gusta Comentar Compartir

6 Comentarios destacados

1 vez compartido 1 comentario

Georgia Bagnell 20%!!!! 🙌🙌🙌
Me gusta · Responder · 2 de agosto a las 20:10

Publicidad [Crear un anuncio](#)



SHOES to GO
¡NUEVO INGRESO! - TENIS ADIDAS ULTRA BOOST PARA CABALLERO a solo Q900.- -Envío GRATIS a...

Me gusta esta página

Figura 16. GiveASchollVan Facebook

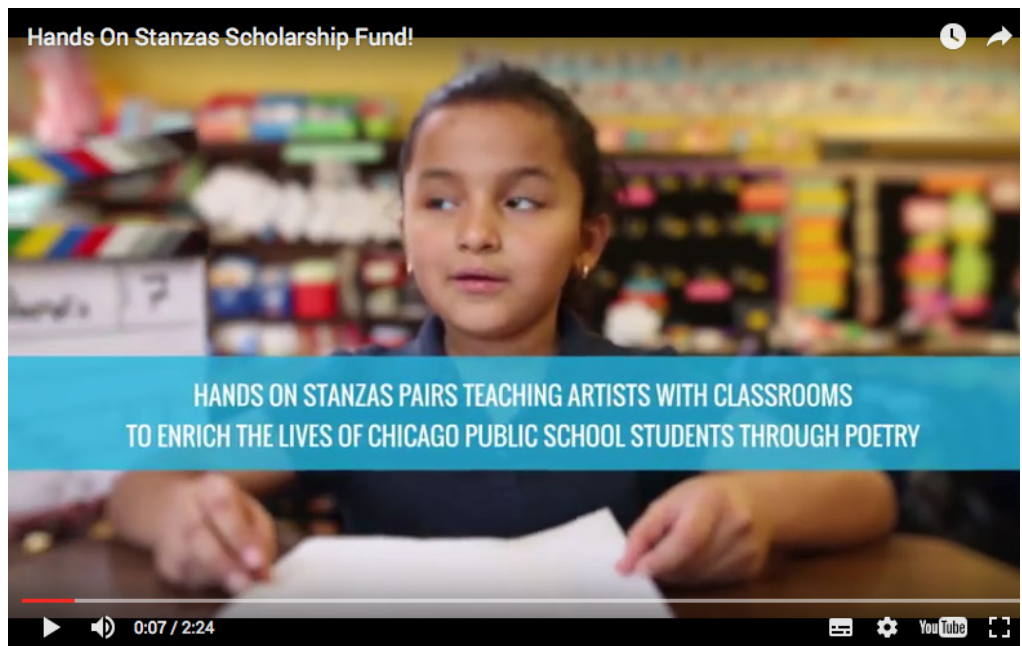


Figura 17. Hands on Stanza.

Hands On Stanzas Scholarship Fund

Each session involves reading and discussing published poetry, and asking students to write and perform their own original poems. Our Poets In Residence publish exceptional student poems weekly on the [residency blogs](#).



Figura 18. Hands on Stanza.

En base a lo visto, se busca tomar una unidad gráfica como la que mantiene #GiveASchoolVan que maneja poco texto en sus imágenes, con fotos que dan a conocer la situación actual del problema.

En la campaña Hands on Stanza, manejan todo por medio de imágenes con una paleta de colores definida al igual que su línea gráfica, estas dos campañas mencionadas hasta el momento son las principales referencias para conocer que tipo de materiales se van a diseñar.

Se buscará hacer uso de fotos con expresiones naturales, y demuestren los rasgos propios del grupo objetivo beneficiado con el proyecto.

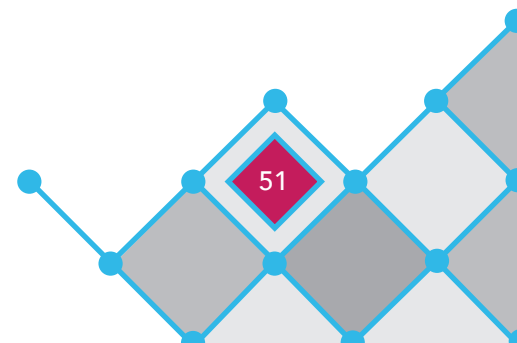




Figura 19. Video PlayGround



Figura 20. Video PlayGround



Figura 21. Video PlayGround

Para la línea gráfica del video, se toma como referencia PlayGround, página exitosa con contenido variado sobre noticias y sucesos alrededor del mundo.

PlayGround hace uso de subtítulos en español en todos sus videos, contando historias con tipografía grande con el fin de ser leída en dispositivos móviles y los videos pueden ser entendidos ya sea con el audio activado o desactivado.

Son videos cortos con mensajes claros, concisos y directos visto por miles de personas diariamente. En las figuras 19,20,21 y 22 se puede observar el manejo tipográfico, de imagen y de formato que usan.



Figura 22. Video PlayGround



Figura 23. Plano general

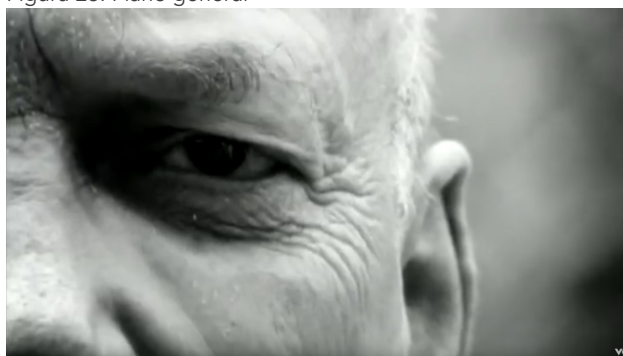


Figura 24. Plano de detalle



Figura 25. Plano medio



Figura 26. Video plano entero

En cuanto a los encuadres del video, se buscará retratar la labor que realiza la fundación ProDesarrolloPro y uno de los problemas sociales por los que atraviesa Guatemala como lo es la falta de educación, empleo y la pobreza que se vive en el país.

Las tomas reflejarán distintas emociones y se hará uso de plano de detalle para resaltar distintos aspectos con los que se reforzarán estas.

Las figuras de esta página muestran las referencias que se tomaron para encuadres, también se hace uso de referencias de los distintos archivos de la fundación ProDesarrolloPro como lo son las figuras 27 y 28.

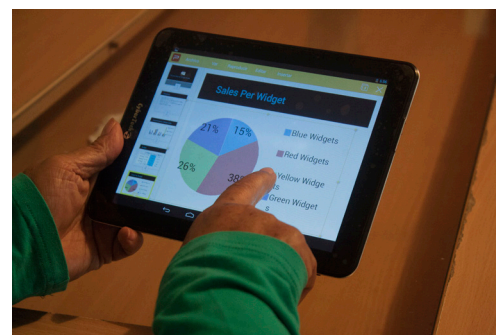
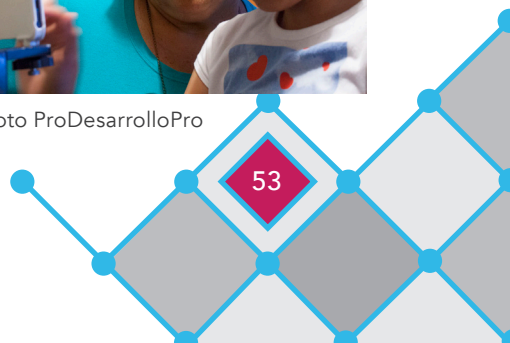


Figura 27. Foto ProDesarrolloPro



Figura 28. Foto ProDesarrolloPro



Estrategia de aplicación de piezas a diseñar

¿Qué?	<p>El problema social que sufre la mujer guatemalteca debido a la falta de educación.</p> <p>Los problemas de la institución para ofrecer cursos de educación alternativa.</p> <p>Informar sobre la recaudación de fondos que está llevando la institución</p>
¿Para qué?	<p>Ofrecer 75 becas de educación alternativa a mujeres.</p> <p>Recaudar \$30,000</p>
¿Con qué?	<p>Material audiovisual para publicar en generosity.com</p> <p>Material gráfico para redes sociales.</p> <p>Fotografías que retraten la labor que realiza la fundación ProDesarrolloPro.</p>
¿Con quienes?	<p>Asesora metodológica, asesora Gráfica, asesor Profesional, jefe Inmediato, mujeres que retraten a las beneficiarias del proyecto, jóvenes que retraten a personas involucradas con la fundación y personas que retraten el grupo objetivo al cuál va dirigido la campaña.</p>
¿Cuándo?	<p>Durante los meses de agosto a octubre del año 2016.</p>
¿Dónde?	<p>En la ciudad de Guatemala, como parte de las asignaturas de EPS y Proyecto de Graduación de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.</p>

Cuadro comparativo de piezas a diseñar

	Ventajas	Desventajas
Material Audiovisual	<p>El video informará sobre uno de los problemas sociales de Guatemala</p> <p>Las personas podrán verlo y entenderlo con o sin audio.</p> <p>El audiovisual puede ser transmitido en versión inglés y otra con subtítulos en español.</p> <p>El audiovisual estará publicado en la página generosity.com, plataforma que permite realizar donaciones en línea directamente a la fundación.</p> <p>El video se puede publicar en las redes sociales de la fundación.</p>	<p>Las personas no reproduzcan el video porque no llame su atención.</p> <p>Las personas no tengan el tiempo suficiente para ver el video.</p> <p>Las personas solo vean el video y no lo compartan ni realicen una donación.</p>
Imágenes para redes sociales	<p>32 imágenes que sirven para dar a conocer el trabajo de la fundación y sensibilizar a las personas acerca de uno de los problemas sociales de Guatemala, aprovechando este recurso para apoyar las publicaciones adjuntando link de la página generosity.com contando a las personas sobre la recaudación de fondos.</p> <p>Los visuales permitirán llamar la atención del grupo objetivo.</p>	<p>Las personas no les interese la imagen, y no lean la publicación.</p> <p>Las personas no reproduzcan las imágenes animadas.</p>
Imágenes de agradecimiento	<p>Permite informar el avance que se lleva de la recaudación y al mismo tiempo informar en donde se está llevando a cabo la recaudación de fondo.</p> <p>Se publicaran en redes sociales, permitiendo así estar a la vista de todo público que siga a la página de la fundación, o bien investigue acerca de ella.</p>	<p>Las personas solo miren la imagen y no le pongan atención.</p> <p>Las personas solo vean la imagen y no lean la publicación que lo acompaña.</p>

Proceso creativo

Ellen Lupton (2015) define: *"...tres fases principales del proceso de diseño: definir problemas, generar ideas y dotarlas de forma."*

"...tres fases principales del proceso de diseño: definir problemas, generar ideas y dotarlas de forma."

En la introducción se ha establecido los problemas con los que cuenta la organización; en este apartado se procede a generar ideas y en la producción gráfica se le dará forma.

La creatividad puede ser estimulada, y las técnicas creativas son métodos que permiten realizar esta estimulación. Sirve como un método para llegar a alcanzar los objetivos próximos a resolver, permitiendo elaborar ideas por medio de distintas etapas y procedimientos concretos. Es importante conocer diversas técnicas que se adapten a la personalidad del diseñador para poder conceptualizar y realizar con éxito un proyecto.

SPICE AND POEMS

El primer punto importante es conocer nuestro grupo objetivo, para esto se realiza un análisis de SPICE and POEMS

SPICE son las siglas en inglés de social (social), physical (físico), identity (Identidad), communication (comunicación), emotional (emocional).

POEMS son las siglas en inglés de people (personas), objects (objetos), environments (ambientes), messages & media (mensajes y medios de comunicación) y services (servicios).

Este análisis permite desarrollar la habilidad de comparar, generando una base para emisión de juicios en la continuación del proyecto, contando con las ventajas de facilidad de procesamiento de datos y organizar pensamientos.

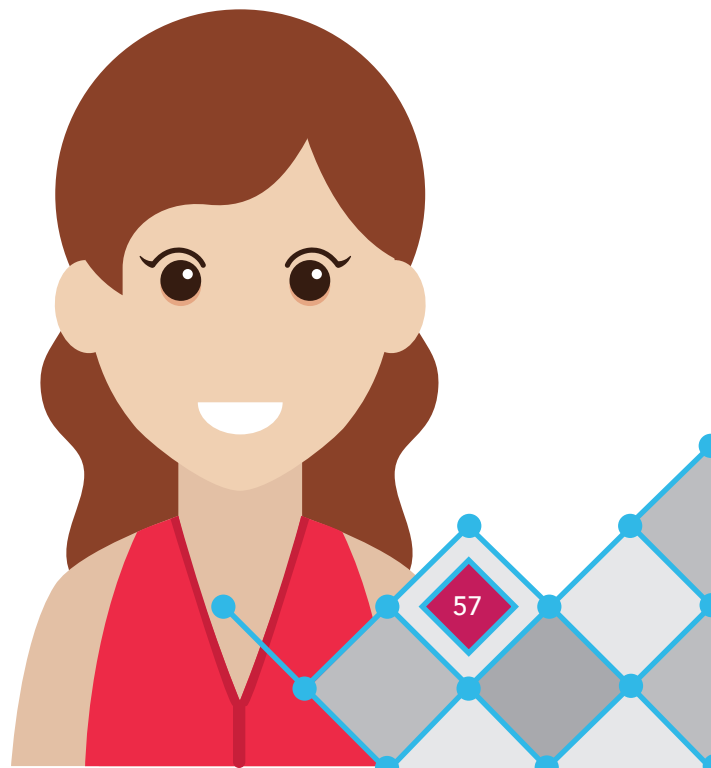
Por medio de esta herramienta se pueden obtener los datos relevantes de nuestro grupo objetivo, como sus maneras de pensar y actuar, permitiendo elaborar diseños en base a los pensamientos que estos tengan.

El tener ordenados los datos de esta herramienta, facilita la toma de decisiones en el proceso de diseño debido a que nos muestra el camino que debería de tomar el diseñador para poder realizar un trabajo que cumpla con los objetivos planteados.

Grupo Objetivo: Donantes

Edwin y Stephany son personas que pasan su tiempo libre en redes sociales, por ejemplo cuando van en el metro mientras se dirigen a sus trabajos; compartiendo con sus amigos todo lo que consideren interesante o se sientan identificados .

Creen en la posibilidad de un mundo mejor y están conscientes que no todas las personas tienen las mismas posibilidades económicas que ellos. Les gustaría poder ayudar a otras personas pero por sus limitaciones de tiempo no lo pueden hacer de forma presencial, por lo que están dispuestos a realizar donaciones a instituciones que consideren confiables.





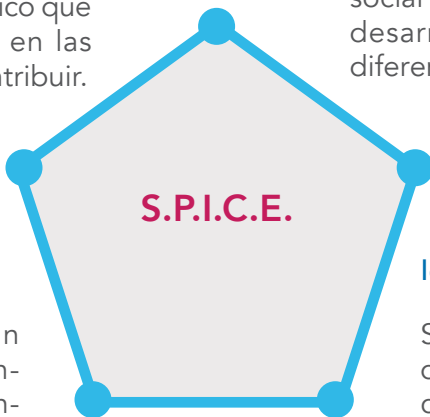
Social:

Necesita seguridad de que está ayudando a alguien más, que el aporte económico que realiza será utilizado en las causas que desea contribuir.



Physical:

Encontrar una oportunidad efectiva para realizar obra social o apoyar proyectos de desarrollo en beneficio de diferentes comunidades.



S.P.I.C.E.

Emotional:

Quiero sentirme bien conmigo mismo sabiendo que estoy colaborando con algo positivo y que ayudará a alguien más.

Identity:

Soy alguien que contribuye a diferentes causas, me preocupo por ayudar a los demás y estoy convencido de la responsabilidad individual en el desarrollo social.

Communication

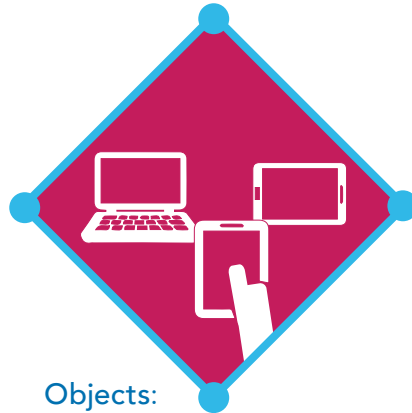
Necesito conocer el impacto que tendrá mi aporte y como estoy ayudando a solucionar un problema social.





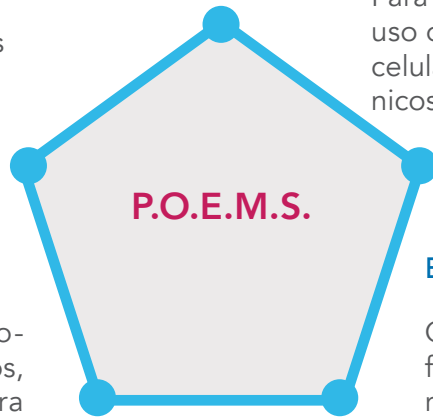
People:

Donantes, voluntarios y beneficiarios.



Objects:

Para comunicación se hace uso de tablets, computadoras, celulares, dispositivos electrónicos personales en general.



Services:

Agradecimiento, audiovisual, cursos educativos, dar a conocer la cultura guatemalteca.

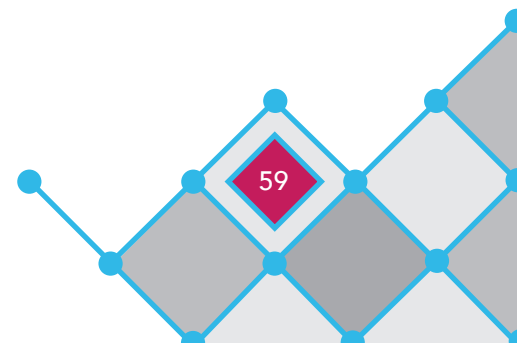
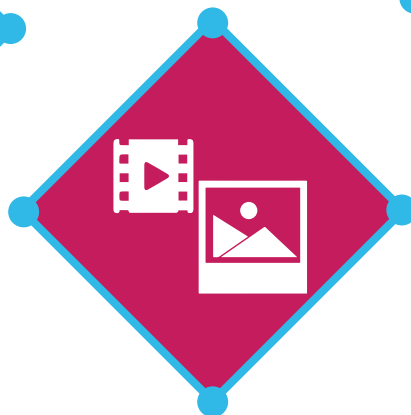
Environmets:

Casa, redes sociales, plataformas web, bancos, lugares públicos.



Messages & Media:

Audiovisuales, redes sociales, imágenes gif.



Insights

Los insights se identificaron en base a la experiencia obtenida durante dos años trabajando en proyectos de voluntariado, fundaciones y movimientos juveniles.

Durante este tiempo se escuchaban frases periódicas por parte de personas que por motivos personales no podían realizar voluntariado pero tenían el ánimo de ayudar de una forma diferente, logrando así dar donativos económicos a los proyectos humanitarios que fueran de su interés. ^(Anexo 1)

El insight seleccionado para partir a generar un concepto creativo fue el de **"recibir un gracias de corazón"** por medio de asesoría brindada en clase, fue el mejor aceptado y con el cual se concordó que creaba un mejor link emocional.



*El insight es un conocimiento colectivo: Situaciones, conocimientos y experiencias vividas por el consumidor.
(Pixel creativo, S.F.)*

Análisis causa y efecto

Luego de identificar el insight, se analiza el porque las personas se sienten identificados con este, para este proceso se realiza un análisis de causa y efecto diagramado por medio de un árbol de problemas.

El árbol de problemas "Es una técnica que se emplea para identificar una situación negativa (problema central), la cual se intenta solucionar analizando relaciones de tipo causa-efecto." (Castellanos, 2016)

En esta situación, se analiza un sentimiento que surge en la gente a partir de diferentes problemas que las personas no pueden ver en sí mismos. Colocando como problema central la pregunta ¿Por qué recibir un gracias de corazón es importante?

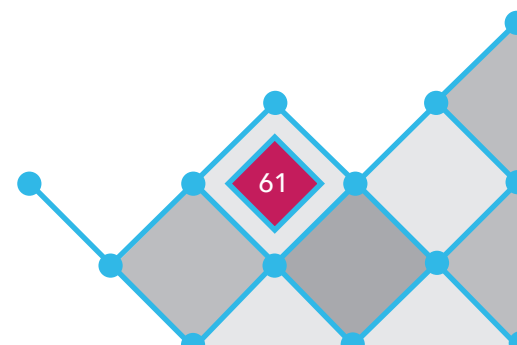
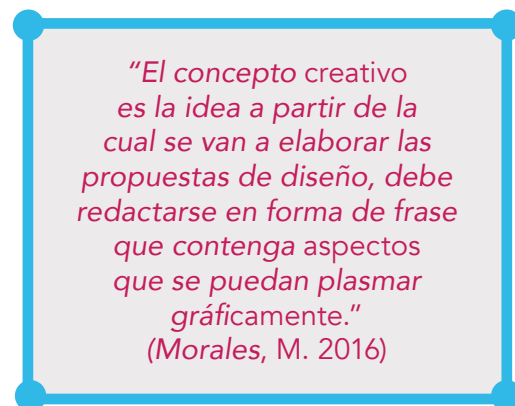
Luego de un análisis de causas y efectos, del motivo porque el insight identifica tanto al grupo objetivo, se estableció que las razón se debe a que actualmente no ponemos atención a lo que pasa a nuestro alrededor y podemos ignorar muchas cosas, pero cuando ayudamos a alguien que lo necesite, esta persona agradecerá de forma sincera las acciones que se realicen en beneficio de ella.

Concepto creativo

Luego del análisis causa y efecto, surge el concepto creativo: **Retomemos buenas acciones**

El ser agradecidos y ayudar a alguien más son buenas acciones que pueden irse perdiendo debido a que ignoramos nuestro alrededor, por tal motivo se decide el concepto que invita a realizar una buena acción, en este caso, ayudando de manera económica un proyecto humanitario.

De igual manera, la fundación realizará la buena acción de ayudar a otras personas promoviendo desarrollo y nuevas herramientas de trabajo a mujeres; esto lo realizará sin olvidar agradecer a todas las personas que brinden un aporte económica a la causa.



Códigos visuales

Código de formato

El formato de las imágenes a realizar para redes sociales será cuadrado, debido a que es el que mejor se adapta en la mayoría de medios en los que se llevará a cabo la campaña.

El tamaño estándar de una imagen cuadrada que será utilizada en diferentes redes sociales es de 900px X 900px, las medidas son consideradas para poder tener un mejor rendimiento de visualización en las redes sociales, sin saturar la red con imágenes demasiado grandes.

Para el video se hará uso de una dimensión horizontal de 1280x720 píxeles, considerada ya como HD, debido a que el equipo con el que se grabará lo hace en estas dimensiones antes mencionadas, además que son óptimas y de buena calidad.



Figura 29. Formato de imagen



Figura 30. Formato de video

Código de lingüístico

El código lingüístico se enfoca en la creación de un slogan para la campaña, que será utilizado como "hashtag", este debe estar elaborado en un inglés de nivel básico debido a que la campaña la verán tanto personas residentes en Estados Unidos como en Guatemala.

Código tipográfico

Por ser publicación digital, se hará uso de tipografía san serif, se adapta mejor al formato digital debido a que los dispositivos trabajan a base de píxeles.

Además, son publicaciones con poco texto y permiten manejar un diseño sobrio, que permite enviar mensajes claros y directos.

Código icónico

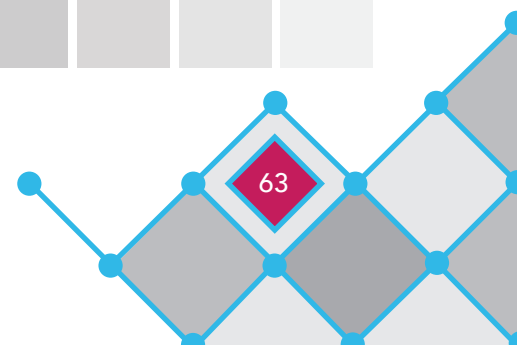
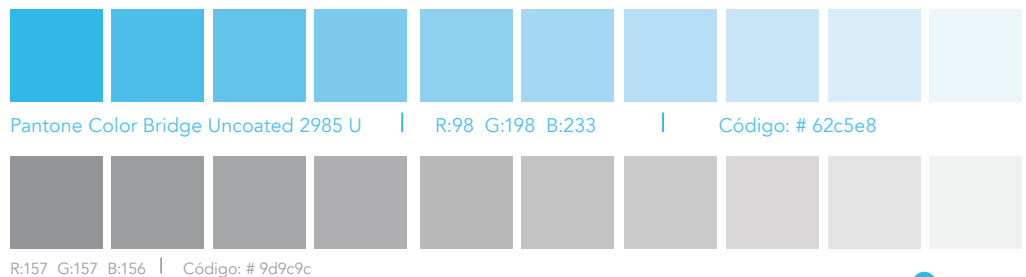
Gráficas basadas en figuras geométricas, como forma de connotación a la tecnología y mezcla con texturas típicas de Guatemala, decisión tomada debido a que las texturas son un elemento que llaman la atención en el extranjero y al mismo tiempo permite reflejar para quien va dirigido el trabajo realizado por la fundación ProDesarrolloPro.

En el uso de fotografías se refleja el uso del concepto creativo "retomemos buenas acciones" esto por medio de imágenes que reflejen una buena acción como sinceridad, alegría y ayuda.

El tratamiento de las imágenes con mayor texto será con tonalidades de los colores de la fundación, sin llegar a ser monocromo; al mismo tiempo también se hará uso de imágenes saturadas y cálidas para resaltar la acción sincera de agradecimiento en las fotografías de agradecimiento.

Código cromático

Se hará uso de colores institucionales, que son celeste azul, esto con el fin de demostrar y plasmar en el grupo objetivo la institución que está recaudando fondos.





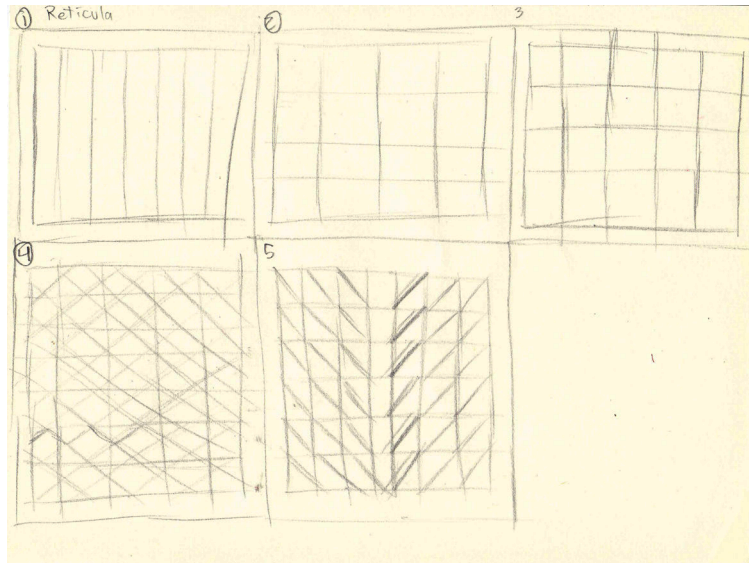
Producción Gráfica



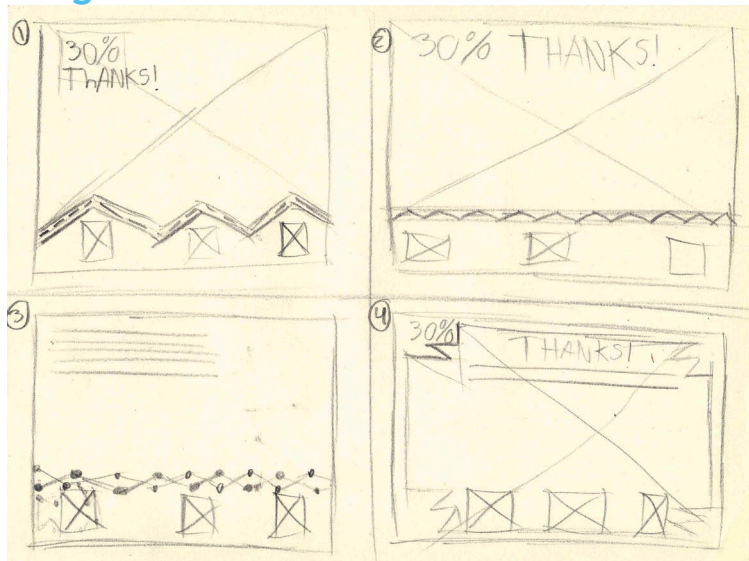
Proceso de bocetaje

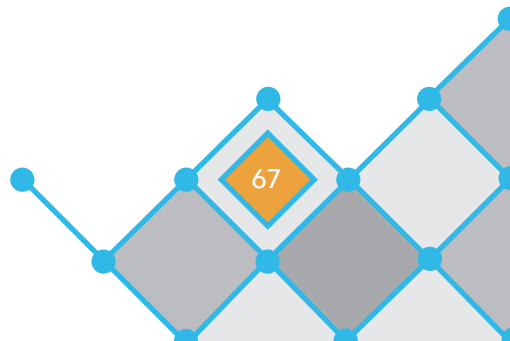
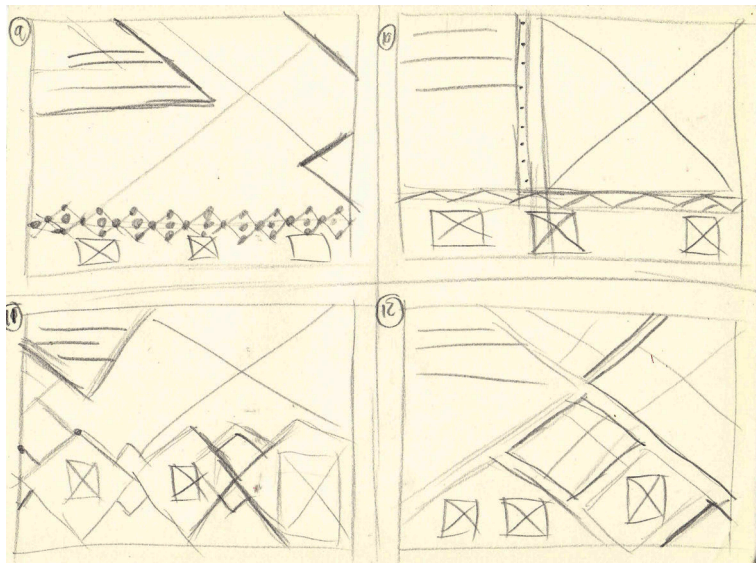
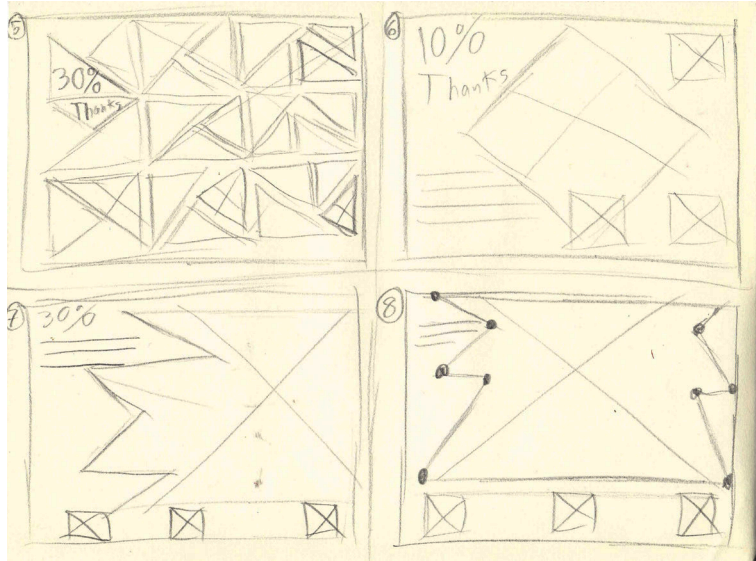
Primer nivel de bocetaje

Retícula



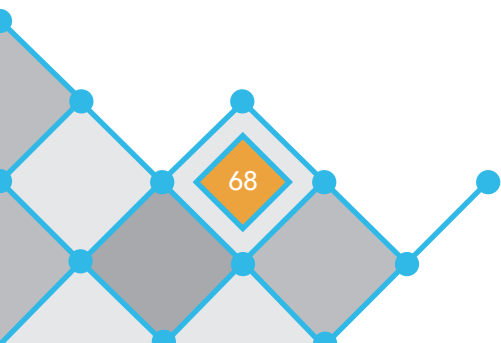
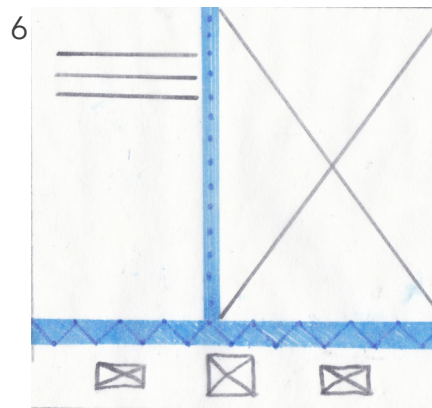
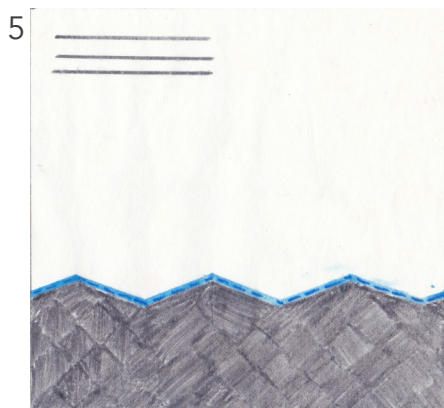
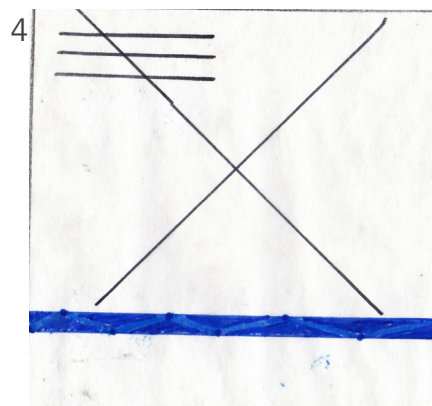
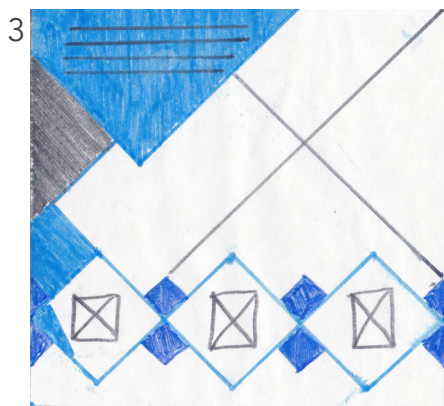
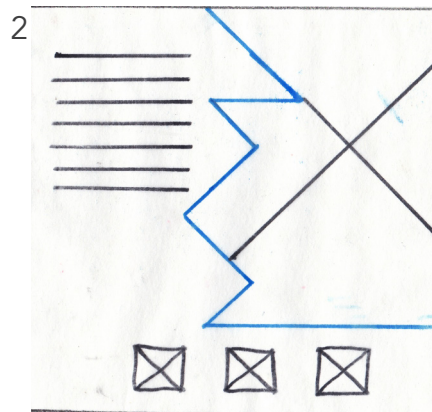
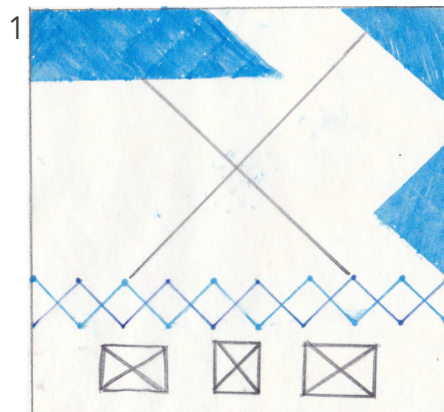
Imágenes





Segundo nivel de bocetaje

Propuestas



Autoevaluación de códigos visuales

Código tipográfico

Avenir	Medium	abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789
	Medium Oblique	abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789
	Italic	abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789
	Black Oblique	abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789

Century Gothic	Regular	abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789
	Bold	abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789

Autoevaluación código tipográfico

Avenir

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Jerarquía	Existen variaciones suficientes para crear jerarquía adecuada			x
Legibilidad	Es comprensible y de lectura sencilla			x

Century Gothic

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Jerarquía	Existen variaciones suficientes para crear jerarquía adecuada			x
Legibilidad	Es comprensible y de lectura sencilla		x	

La familia Avenir es una tipografía que tiene mejor legibilidad, por lo que se define para hacer uso de esta en las propuestas gráficas.

Código lingüístico

Back To Basics

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Memorabilidad	Tiene la capacidad de plasmarse en la mente del G.O.			x
Funcionalidad	El slogan se entiende y no tiene complicaciones para comprender el mensaje.			x

Living With One Dollar

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Memorabilidad	Tiene la capacidad de plasmarse en la mente del G.O.			x
Funcionalidad	El slogan se entiende y no tiene complicaciones para comprender el mensaje.		x	

Together We Are Moving On

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Memorabilidad	Tiene la capacidad de plasmarse en la mente del Gv.O.			x
Funcionalidad	El slogan se entiende y no tiene complicaciones para comprender el mensaje.		x	

Acctions Building Opportunities

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Memorabilidad	Tiene la capacidad de plasmarse en la mente del G.O.			x
Funcionalidad	El slogan se entiende y no tiene complicaciones para comprender el mensaje.		x	

Los slogans creados para la campaña son lo suficientemente cortos como para poder grabarse en la mente del espectador, permitiendo al mismo tiempo volverlos en "hashtags" para redes sociales y así poder invitar al grupo objetivo buscar más acerca del tema de la campaña y del trabajo que realiza la fundación.

Luego de la autoevaluación (anexo 2) realizada en cada uno de los bocetos realizados a mano, se realiza un primer nivel de visualización digital, en dichas propuestas se harán uso de todos los códigos visuales ya establecidos para posterior presentación ante el cliente que servirá como asesoría debido a que el cliente es diseñador gráfico.

Visualización digital

Primer nivel de visualización

Propuestas

1



Figura 31. Bocetos de propuesta

2



Figura 32. Bocetos de propuesta

3

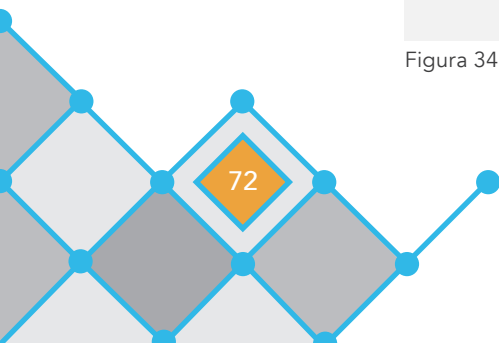


Figura 33. Bocetos de propuesta

4



Figura 34. Bocetos de propuesta



5

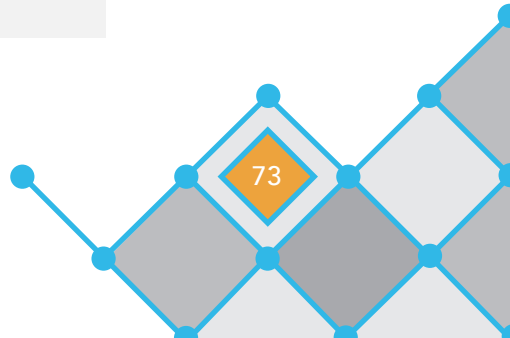


Figura 35. Bocetos de propuesta

6



Figura 36. Bocetos de propuesta



7



Figura 37. Bocetos de propuesta

Autoevaluación

Propuesta	Creatividad	Originalidad	Memorabilidad	Legibilidad	Identidad	Pertinencia	Total
1	3	3	3	2	3	3	17
2	1	2	2	2	1	3	11
3	2	2	3	3	2	3	15
4	2	3	3	1	1	2	12
5	3	3	3	3	3	3	18
6	2	1	3	3	1	2	12
7	3	3	3	2	3	3	17

Los indicadores de logro de la auto-evaluación de la primer visualización digital se pueden encontrar en la autoevaluación de códigos visuales realizada anteriormente dentro de este mismo capítulo.

Evaluación conjunta a la institución

En este nivel de visualización se estableció que el slogan a utilizar sería el de #TogetherWeAreMovingOn, por ser el cual el cliente vio mas potencial e identificación conjunto a la filosofía de la institución.

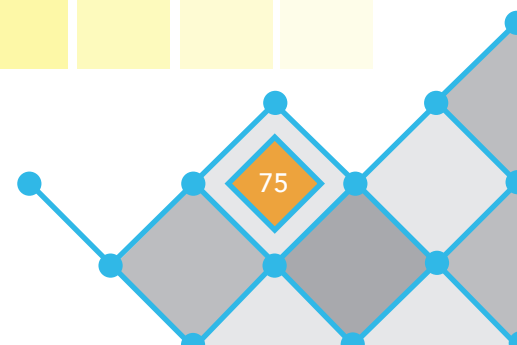
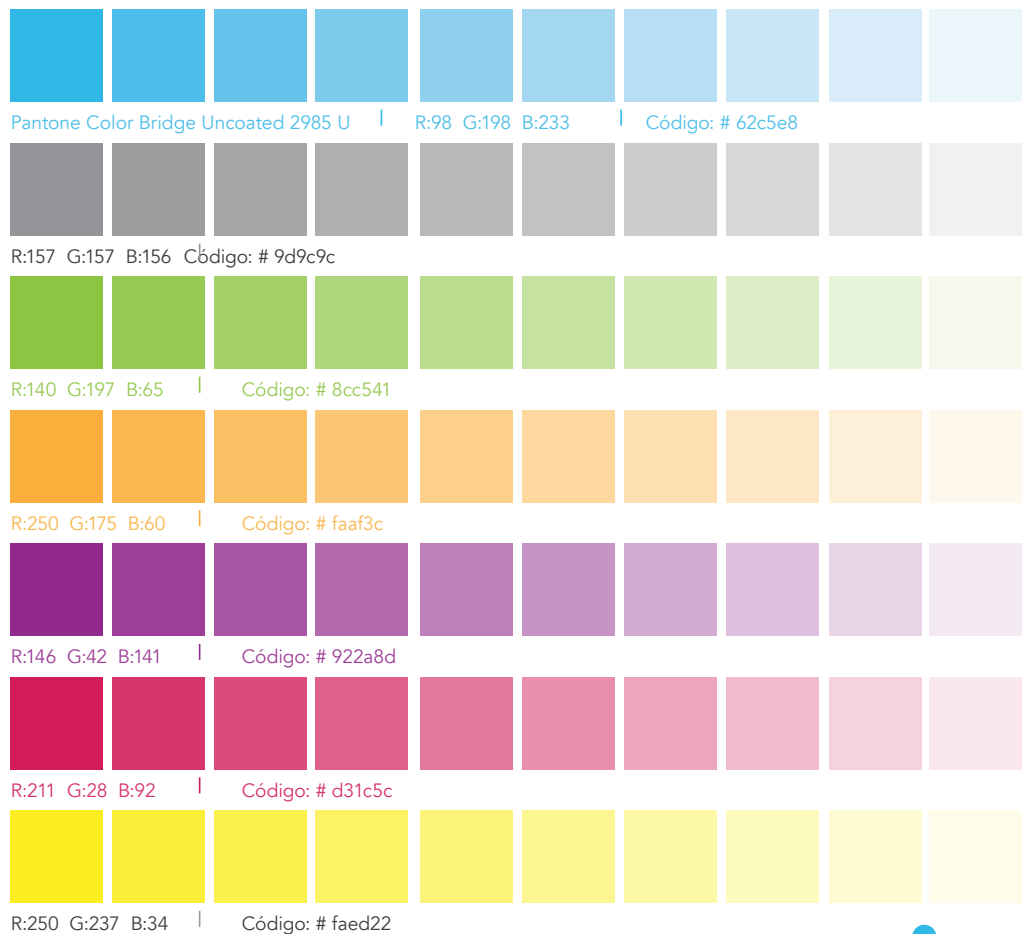
En cuanto a las propuestas, se decidió dejar únicamente un cintillo en la parte baja de la imagen, y los textos sobre la imagen; logrando así un diseño más sobrio.

Los colores a utilizar, se decidió agregar el código cromático que contiene la campana, símbolo del festival de las campanas, evento que será beneficiado por la recaudación. (Ver figura 38)



Figura 38. Campana del Festival

Las propuestas elegidas para seguir trabajando son la número 1, 5 y 7, realizando los cambios establecidos en cuanto a código lingüístico, cromático e icónico.



Segundo nivel de visualización

1



2



3



4



En la segunda fase de visualización se realizó una validación con profesionales del diseño y se estableció que las fotos debería de transmitir mejor el concepto creativo "retomemos buenas acciones", y la luz en dichas propuestas pueden ser mejoradas, en cuanto al las texturas utilizadas; se confirmó que si transmiten texturas típicas de Guatemala.

Pre Producción

Especificaciones técnicas

Nombre: Together We Are Moving On

Duración: 2:55

Formato HD: 1280x720p / 30fps.

Año: 2016

Guión literario

La personas creen que todos tenemos las mismas oportunidades, pueden llegar a gastar \$60 mensuales en servicio de celular, \$120 en TV, teléfono e internet; pero no todos tienen esos privilegios.

6 de cada 10 personas más pobres en el mundo son mujeres.

En Guatemala, 81% de las mujeres que abandonan la escuela, lo hacen por realizar labores domésticas; 50% de la pobreza extrema tienen incidencia en las mujeres con mayor proporción en grupos indígenas. Las mujeres necesitan las mismas opciones de desarrollo.

Con ayuda de dispositivos móviles pueden expandir sus conocimientos y contar con mejores oportunidades.

ProDesarrolloPro brinda oportunidades a mujeres para superarse como personas. Con educación alternativa, se promueve el emprendimiento, inclusión social, formación vocacional y promoción del empleo.

Se les facilita el acceso a microcréditos bancarios para la inversión en MIPy-MEs y emprendimiento en negocios locales que respondan a la necesidades particulares de la comunidad; así mismo la promoción del comercio intercomunitario.

Aprenden temas básicos de administración, autogestión vía TICs en su idioma materno

Necesitamos \$30000 para becar 75 mujeres; con el dinero se mejorarán las instalaciones educativas, se contratarán capacitadores, se comprará equipo adecuado y lo más importante, brindar alfabetización tecnológica para que nuestras mujeres pueda mejorar su calidad de vida en el país.

Estas mujeres tendrán una vida digna y formarán mejores ciudadanos y profesionales. Juntos podemos ayudar a que la mujer guatemalteca cuente con mejores condiciones de vida y puedan brindar una vida apropiada a sus hijos que serán el futuro del país.

Guión técnico

Plano	Descripción	Subtítulos
Plano medio	Personas caminando sobre la banqueta	La personas creen que todos tenemos las mismas oportunidades
Plano entero	Persona usando su teléfono en la calle.	Pueden llegar a gastar \$60 mensuales en servicio de celular
Plano medio	Mujer usando una computadora sentada en el sillón de su casa.	\$120 en TV, teléfono e internet.
Plano general	Mujer humilde empujando una carreta con producto	pero no todos tienen esos privilegios
Plano de detalle	Ojo de una mujer de rasgos guatemaltecos, con mirada seria a la cámara	6 de cada 10 personas más pobres en el mundo son mujeres.
Plano de detalle	Mujer lavando en una pila	En Guatemala, 81% de las mujeres que abandonan la escuela, lo hacen por realizar labores domésticas
Picada	Mujer en una casa barriendo	En Guatemala, 81% de las mujeres que abandonan la escuela, lo hacen por realizar labores domésticas
Primer Plano	Mujer indígena guatemalteca seria	50% de la pobreza extrema tienen incidencia en las mujeres con mayor proporción en grupos indígenas
Plano medio	Persona enseñándole a tomar una foto a una mujer	Las mujeres necesitan las mismas opciones de desarrollo
Plano de detalle	Manos de mujer usando dispositivo móvil	Con ayuda de dispositivos móviles pueden expandir sus conocimientos y contar con mejores oportunidades.
Primer plano	Capacitador enseñándole a una mujer el uso de un dispositivo móvil	ProDesarrolloPro brinda oportunidades a mujeres para superarse como personas.
Plano medio	Mujer en su negocio y capacitadora dándole un pequeño curso con uso de dispositivos móviles personales.	Con educación alternativa, se promueve el emprendimiento
Plano Detalle	Manos haciendo uso de máquina de coser.	inclusión social, formación vocacional y promoción del empleo.
Primer americano	Mujer abriendo su negocio	Se les facilita el acceso a microcréditos bancarios para la inversión en MIPyMEs y emprendimiento en:

Plano Detalle	Venta de ropa	negocios locales que respondan a la necesidades
Plano de detalle	Venta de pan	particulares de la comunidad
Plano americano	Venta de ropa	así mismo la promoción del comercio intercomunitario
Plano medio	Persona dando clases con dispositivos móviles	Aprenden temas básicos de administración, autogestión vía TICs en su idioma materno
Primer plano	Mujer recibiendo clases en dispositivos móviles	Necesitamos \$30000 para becar 75 mujeres
Plano de detalle	Muestra de las instalaciones del colegio	con el dinero se mejoraran las instalaciones educativas
Plano Detalle	Tablet	se comprará equipo adecuado
Primer plano	Rostro de posible capacitador	se contratarán capacitadores
Plano medio	Mujer utilizando dispositivo movil	y lo más importante, brindar alfabetización tecnológica para que nuestras mujeres pueda mejorar su calidad de vida en el país.
Plano de detalle	Manos revisando fotos del dispositivo móvil que está viendo.	y lo más importante, brindar alfabetización tecnológica para que nuestras mujeres pueda mejorar su calidad de vida en el país.
Plano medio	Mujer trabajando	Estas mujeres tendrán una vida digna y formarán mejores ciudadanos y profesionales
Plano medio	Mujer usando el dispositivo movil, volteo a ver a la camara y sonría	Juntos podemos ayudar a que la mujer guatemalteca cuente con mejores condiciones de vida
Plano de detalle	Manos tomando una foto a un niño, en la pantalla se ve al niño en plano medio.	y puedan brindar una vida apropiada a sus hijos que serán el futuro del país.
	#TogetherWeAreMovingOn	-----

Tercer nivel de visualización

Imágenes estáticas para redes sociales



Imágenes de agradecimiento



Imágenes animadas para redes sociales

1



2



3



Video



Para este nivel de visualización, se realizaron los cambios sugeridos en el segundo nivel, y agregar dispositivos móviles como parte de resaltar la labor que realiza la fundación ProDesarrolloPro. También se realizaron las imágenes animadas para redes sociales y la producción y postproducción del audiovisual.

Validación



Figura 39. Entrevista con grupo objetivo



Figura 40. Entrevista con grupo objetivo



Figura 41. Entrevista con grupo objetivo

Luego del tercer nivel de visualización, se procede a realizar la validación de las piezas gráficas por medio de entrevistas a personas que conforman el grupo objetivo.

Se realizaron 8 entrevistas a personas extranjeras de entre 23 a 50 años, que actualmente se dedican a trabajar.

Se decidió realizar entrevista debido a que la muestra de las piezas gráficas va dirigida para ser vista en los diferentes dispositivos personales que usa el grupo objetivo; esto también beneficia los diferentes medios de comunicación debido a que las piezas pudieron ser vistas en tablets, computadoras y celulares; permitiendo que las personas pudieran observar deficiencias de comunicación en los artes gráficos.

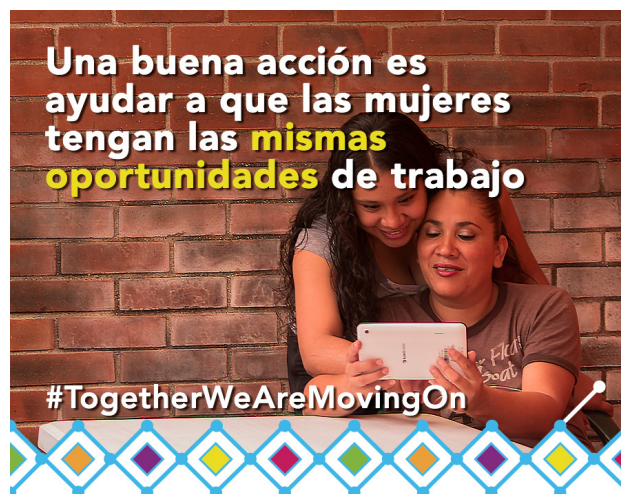
En cuanto a los resultados obtenidos, fueron positivos, debido a que las personas entendieron el mensaje y estuvieron de acuerdo en que las piezas gráficas mantenían unidad gráfica, además que si realizarían una donación y compartirían el video en sus redes sociales.

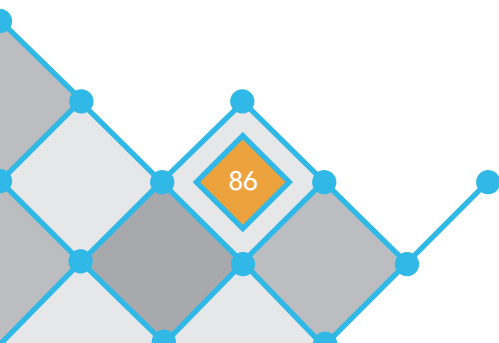
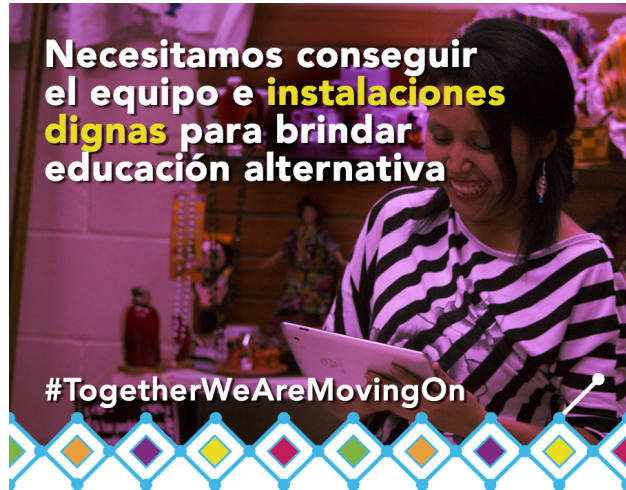
Los entrevistados preguntaron en donde y por qué medio podían realizar una donación, debido a que esta información no se encontraba en el video, razón por la cual se agregará al arte final.

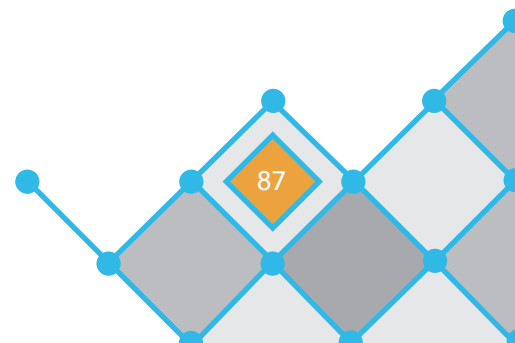
En el anexo 3 se puede observar los instrumentos que se utilizaron para validar y gráficas de los resultados obtenidos.

Visualización Final

Imágenes estáticas para redes sociales









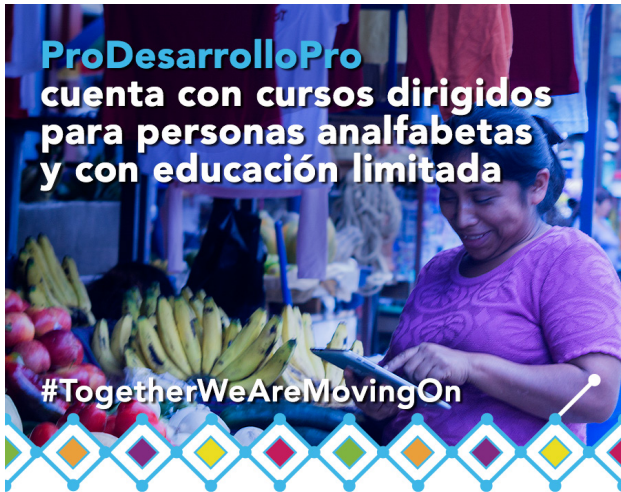
Rompemos barreras
idiomáticas por medio
del **Mobile Learning**
y **Edutainment**

#TogetherWeAreMovingOn



Enseñanza por medio de
ficción y dramatización
en lugar de la definición

#TogetherWeAreMovingOn



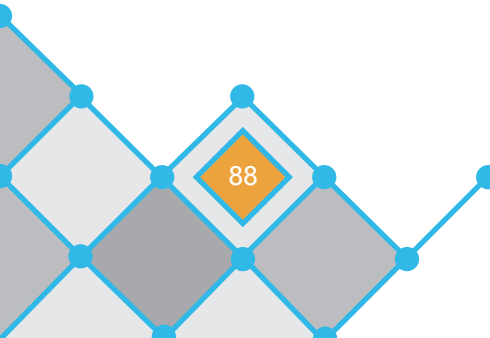
ProDesarrolloPro
cuenta con cursos dirigidos
para personas analfabetas
y con educación limitada

#TogetherWeAreMovingOn



Enseñanza con enfoque
infantil y andragógico

#TogetherWeAreMovingOn



Imágenes animadas para redes sociales

1



2



3



4



4

PRO desarrollo FUNDACIÓN

6 de cada 10 personas en situación de pobreza extrema en el mundo, son mujeres

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desarrollo FUNDACIÓN

Con educación alternativa podemos progresar

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desarrollo FUNDACIÓN

#TogetherWeAreMovingOn

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

5

PRO desarrollo FUNDACIÓN

Guatemala tiene una educación pública deficiente, ya que se sitúa en el puesto 125 de 133 naciones evaluadas

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desarrollo FUNDACIÓN

Con educación alternativa podemos progresar

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desarrollo FUNDACIÓN

#TogetherWeAreMovingOn

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

6

PRO desarrollo FUNDACIÓN

65% de las personas que viven en extrema pobreza poseen una línea de telefonía celular

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desarrollo FUNDACIÓN

Si ayudamos a que aprendan a través de los móviles, podrán tener una mejor calidad de vida

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desarrollo FUNDACIÓN

#TogetherWeAreMovingOn

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

7

PRO desarrollo FUNDACIÓN

ProDesarrolloPro ofrece educación alternativa en áreas vulnerables de Guatemala

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desarrollo FUNDACIÓN

con el fin de promover el desarrollo del país

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desarrollo FUNDACIÓN

#TogetherWeAreMovingOn

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

8

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

Con educación alternativa se permite **inclusión social y laboral**

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

logrando así ofrecer una mejor **calidad de vida** para las personas

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

#TogetherWeAreMovingOn

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

9

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

Mobile Learning: aprender a través de múltiples contextos,

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

asimismo contenidos e **interacciones sociales** al usar dispositivos electrónicos personales

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

#TogetherWeAreMovingOn

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

10

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

Art Promotion es un método didáctico de intercambio de conocimiento,

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

que rompe el paradigma del arte como hobby

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

#TogetherWeAreMovingOn

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

11

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

50% de lo que **aprendemos**

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

es de lo que **veamos y oímos**

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

PRO desa rrollo PROY FUNDACIÓN +

#TogetherWeAreMovingOn

PROgrant loading education

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

12

70%
de lo que **aprendemos**

es de lo que **discutimos**
con otros

#TogetherWeAreMovingOn

13

95%
de lo que **aprendemos**

es de lo que **enseñamos**
a otros

#TogetherWeAreMovingOn

14

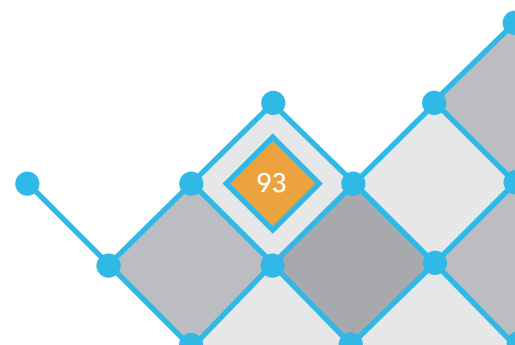
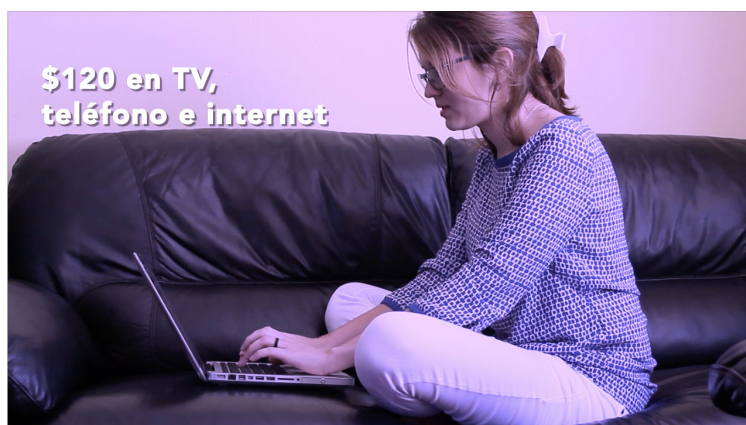
10%
de lo que aprendemos
es de lo que **leemos**

20%
es de lo que **oímos**

y 30%
es de lo que **vemos**

#TogetherWeAreMovingOn

Video

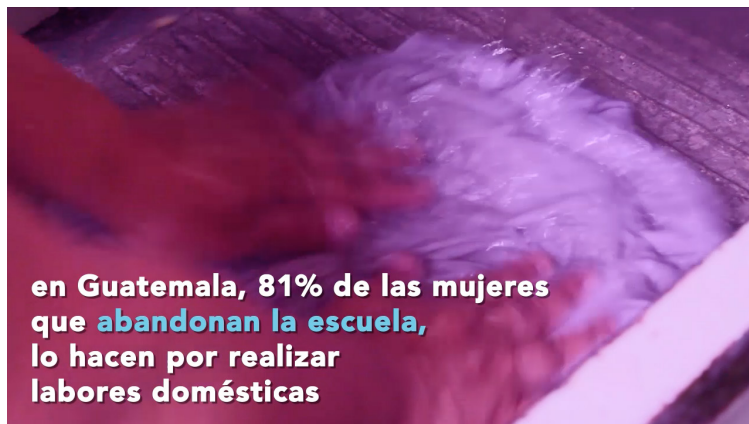




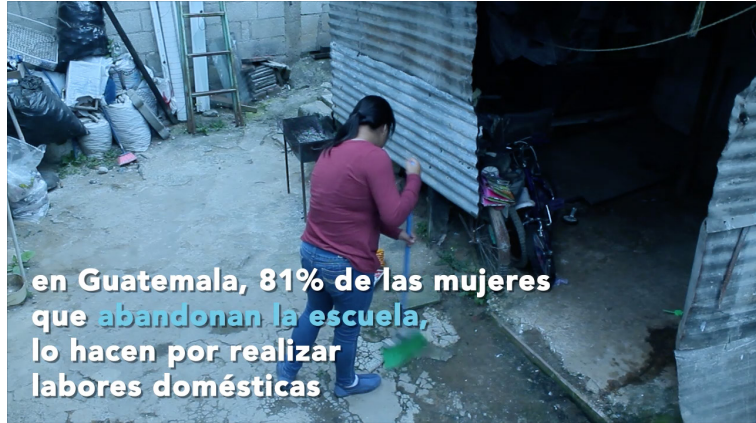
pero no todos
tienen esos privilegios



6 de cada 10 personas
más pobres en el mundo
son mujeres



en Guatemala, 81% de las mujeres
que abandonan la escuela,
lo hacen por realizar
labores domésticas



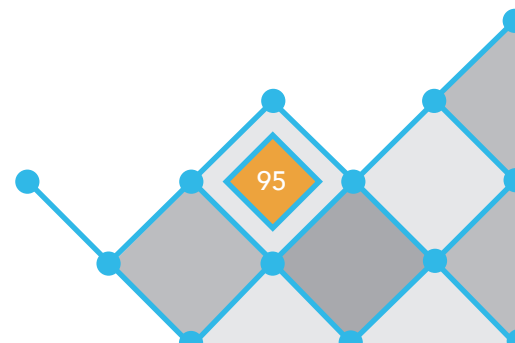
en Guatemala, 81% de las mujeres que abandonan la escuela, lo hacen por realizar labores domésticas



50% de la pobreza extrema tienen incidencia en las mujeres con mayor proporción en grupos indígenas



Las mujeres necesitan las mismas opciones de desarrollo





Con ayuda de dispositivos móviles
pueden **expandir sus conocimientos**
y contar con mejores oportunidades



ProDesarrolloPro
brinda oportunidades
a mujeres para superarse
como personas



con educación alternativa,
se promueve el **emprendimiento**



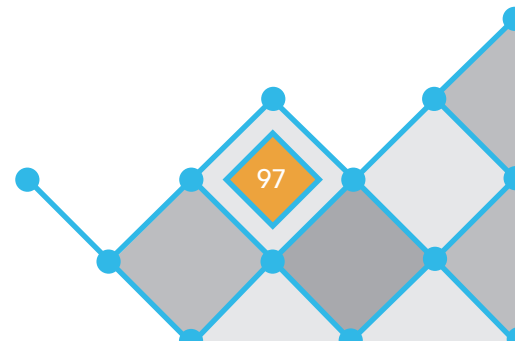
**inclusión social, formación vocacional
y promoción del empleo**



**Se les facilita el acceso
a microcréditos bancarios
para la inversión en MIPyMEs
y emprendimiento en:**



negocios locales que respondan

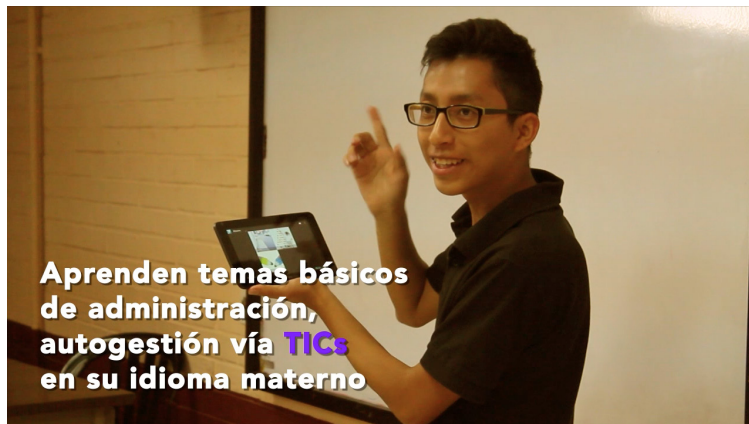




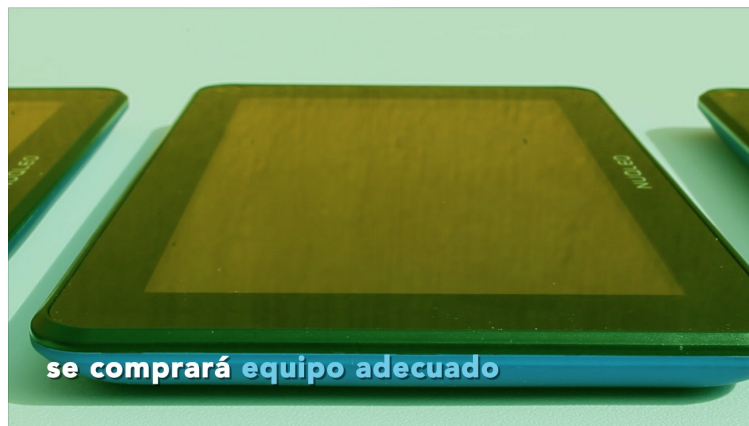
a la necesidades particulares
de la **comunidad**

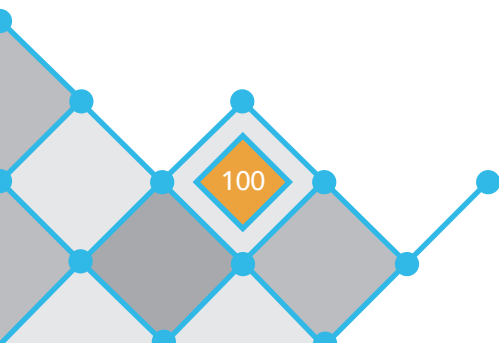


así mismo la promoción
del **comercio intercomunitario**



Aprenden temas básicos
de administración,
autogestión vía **TICs**
en su idioma materno







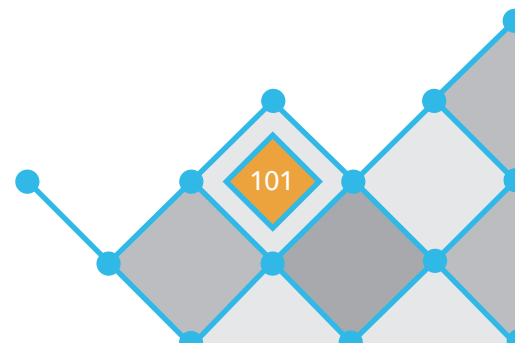
Estas mujeres tendrán una condición profesional **digna**



Juntos podemos ayudar a que la mujer guatemalteca cuente con mejores condiciones de vida



y puedan brindar una vida apropiada a sus hijos que serán el **futuro del país**



#TogetherWeAreMovingOn



generosity by INDIEGOGO Ayuda a otras personas Cómo funciona Registrarse/iniciar sesión FUNDRAISE

Together We IR

generosity es una plataforma para la generosidad humana.

LEE NUESTRA MISIÓN

Puedes ayudar entrando a www.generosity.com y buscar Together We Are Moving On

generosity by INDIEGOGO Ayuda a otras personas Cómo funciona Registrarse/iniciar sesión FUNDRAISE

Todas las categorías (Descubre las recaudaciones de fondos que están activas ahora) MÁS ACTIVO NUEVAS ESTA SEMANA MÁS FINANCIADAS

Buscar resultados para "Together We Are Moving On"

<p>comunicación alternativa se promueve el voluntariado</p> <p>Together We Are Moving On</p> <p>\$360 de 3 donantes</p>	<p>ALICIA GENTILELLI</p> <p>her we are warm</p> <p>Together we are warm- Winterization Campaign</p> <p>\$640 de 6 donantes</p>	<p>WE ARE BUILDING A NO-KILL ANIMAL SHELTER!</p> <p>\$9,101 de 81 donantes</p>
--	--	--

generosity by INDEGOGO Ayuda a otras personas Cómo funciona Q Registrarse/iniciar sesión **FUNDRAISE**

\$360 USD
recaudado por 3 personas en 1 día

83% de la meta de \$110,000

DONAR AHORA

Compartir en Facebook

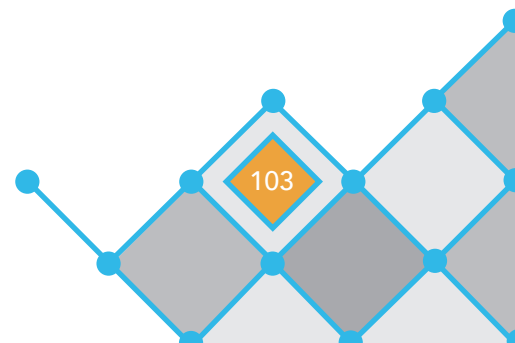
con educación alternativa, se promueve el emprendimiento

Together We Are Moving On

Otro Barcelona

Javier Donis, Director para ProDesarrolloPro Foundation

¿Qué es Generosity? Lee nuestra misión.



La creatividad, diseño, producción y proceso metodológico para la realización de esta publicación fue llevado a cabo por el estudiante Bayron Estuardo Ortega Mansilla como parte de los cursos de Proyecto de Graduación y Ejercicio Profesional Supervisado del décimo ciclo del año 2016 de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para la Fundación ProDesarrolloPro

Licda. Lourdes Pérez
Asesora metodológica

Licda. Larisa Mendóza
Asesora gráfica

Lic. Javier Donis
Asesor profesional

Imágenes de agradecimiento



30%
●●●○○○○○○○
#TogetherWeAreMovingOn
Thanks!

PROgrant loading education

PRO desarrollo PRO FUNDACIÓN

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

40%
●●●○○○○○○○
#TogetherWeAreMovingOn
Thanks!

PROgrant loading education

PRO desarrollo PRO FUNDACIÓN

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

50%
●●●○○○○○○○
#TogetherWeAreMovingOn
Thanks!

PROgrant loading education

PRO desarrollo PRO FUNDACIÓN

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar

60%
●●●○○○○○○○
#TogetherWeAreMovingOn
Thanks!

PROgrant loading education

PRO desarrollo PRO FUNDACIÓN

LAScampanas festival de desarrollo y bienestar



70%



#TogetherWeAreMovingOn

Thanks!



80%

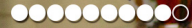


#TogetherWeAreMovingOn

Thanks!



90%



#TogetherWeAreMovingOn

Thanks!

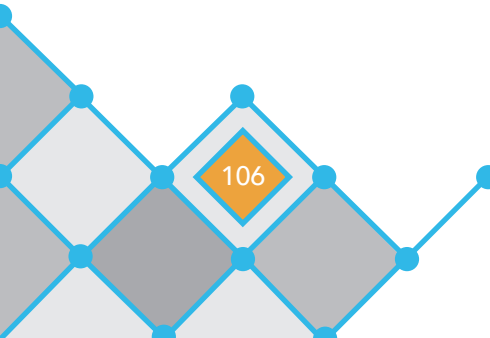


100%



#TogetherWeAreMovingOn

Thanks!



Descripción y fundamentación de propuesta

Tomando como base lo expuesto en el marco teórico, se realizó un video conciso, claro y directo para la comunicación de unos de los problemas sociales de Guatemala, la labor que realiza la fundación, los problemas que esta tiene para funcionar adecuadamente, para que se hará uso del dinero recaudado y la forma en que las personas pueden donar.

El cintillo es una representación de la mezcla de texturas típicas de Guatemala y la tecnología, cada punto representa a una persona y todos se encuentran entrelazados entre sí, mostrando que todos unidos pueden formar algo. ^{Ver figura 42}



Figura 42. Cintillo

Las animaciones de los textos del video, aparecen de menos a más, representando aumento, así como lo que se busca con la campaña, aumentar el desarrollo en el país por medio de educación alternativa para mujeres. ^{Ver figura 43}

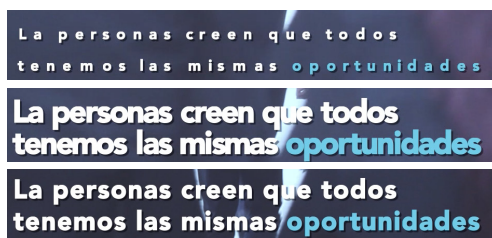


Figura 43. Animación de subtítulos

Las imágenes animadas son una simplificación del cintillo, que empiezan con 4 puntos, que al aparecer se unen por una línea y este forma un color, para luego aparecer los textos; como representación de que juntos

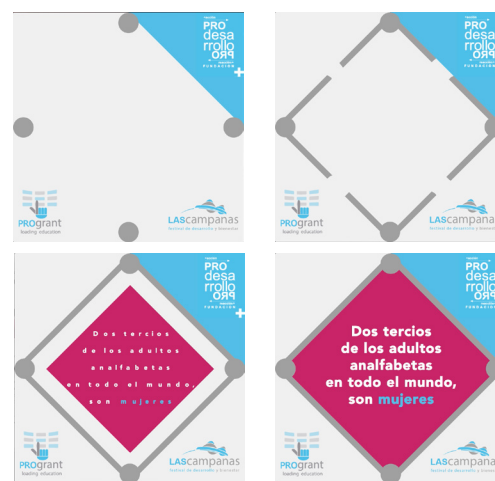


Figura 44. Imagen animada

podemos ayudar en el desarrollo. La animación utilizada en el cintillo típico al final del video ^(Ver Figura 45), parte del mismo modo utilizado en las imágenes animadas.

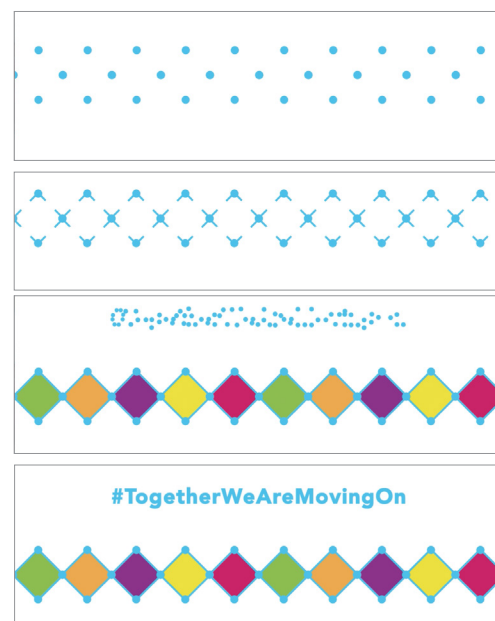


Figura 45 Animación final del video

Para mantener informado sobre el progreso de la campaña, se elaboraron imágenes que comunican el porcentaje de recaudación que se lleva, estas imágenes retratan a las posibles beneficiarias del proyecto, mostrando expresiones sinceras hacia la cámara con un dispositivo móvil en la mano como link hacia el trabajo que realiza la fundación. ^{Ver figura 46}

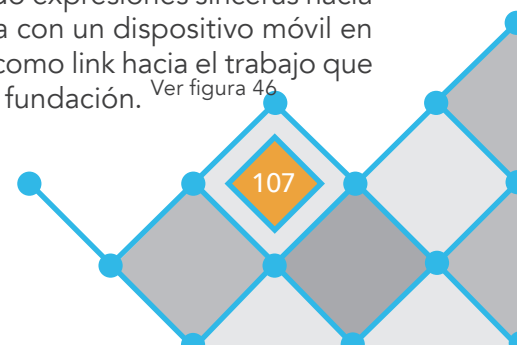




Figura 46. Imagen de agradecimiento

Todas las imágenes muestran actitudes positivas y expresiones sinceras, recordando el concepto creativo “retomemos buenas acciones”, en algunos casos jóvenes ayudando a mujeres, en otros mujeres humildes viendo a la cámara con el fin de hacer las imágenes con las expresiones más sinceras.; Las imágenes comunican brevemente algún problema social de Guatemala y/o la labor que realiza la fundación.



Figura 47. Imagen de campaña

Puesta en práctica

El video está realizado para publicarlo en la página www.generosity.com, plataforma para recaudar fondos con fines no lucrativos.

Se recomienda una campaña de 40 días, y hacer uso de las redes sociales para mencionar que se está realizando una campaña de recaudación de fondos, estas publicaciones acompañadas de las distintas imágenes elaboradas para la campaña. Se sugiere contratar a un community manager que se encargue de las redes sociales mientras se lleva a cabo la campaña.

Las redes sociales que se pueden utilizar para la comunicación de la campaña son: Facebook, Instagram y Twitter, medios más utilizados por el grupo objetivo, además de la publicación del video en Youtube, para poder compartirlo en las diferentes redes de una manera más sencilla.

Para contar con un mayor alcance, se puede pedir a páginas ajenas a la institución, como sitios de noticias, que compartan el video, así contar con mayor audiencia en Estados Unidos y así mismo en Guatemala.

Presupuesto

Concepto	Descripción	Costo
Director proyecto	Gestión con el cliente, locaciones, tiempos, actores y modelos	Q 20,000.00
Proceso Creativo	Investigación, conceptualización y elección de códigos visuales	Q 12,000.00
PreProducción 5 días		
Guionista	1 Guionista	Q 4,500.00
Producción 10 días		
Director de producción		Q 10,000.00
Director de fotografía		Q 6,700.00
Operador de cámara		Q 5,000.00
Asistente de cámara		Q 2,500.00
Cámara de video	Alquiler	Q 5,000.00
Trípode	Alquiler	Q 1,200.00
Actores	Q.250.00 c/u	Q 3,800.00
Locutor	2:30 minutos	Q 3,500.00
Micrófono	Alquiler 1 día	Q 500.00
Tablet	Compra	Q 500.00
PostProducción		
Editor de video	Edición de video y subtítulos	Q 7,500.00
Editor de Audio	Música de fondo y locución	Q 4,500.00
Elementos de campaña		
Traductor de video e imágenes		Q 4,500.00
Redactor publicitario	Redacción de 36 publicaciones de redes	Q 6,000.00
Fotógrafo	35 fotos	Q 3,000.00
Asistente de fotógrafo		Q 1,500.00
26 imágenes estáticas	300 c/u	Q 7,500.00
16 imágenes animadas	800 c/u	Q 12,800.00
Modelos	17 modelos, 150 c/u	Q 2,550.00
Community Manager	40 días	Q 2,500.00
Total		Q 127,550.00



Síntesis Del Proceso



Lecciones aprendidas

Al inicio del proceso

- Tomar decisiones en base a observación y herramientas de diagnóstico pertinentes.
- Realizar preguntas pertinentes y no ambiguas que ayuden a esclarecer las necesidades visuales de una institución.
- Elaborar diferentes herramientas de diagnóstico para enriquecer resultados.
- Redactar objetivos claros y medibles.

Durante etapas de visualización, evaluación y validación

- Realizar medidores de autoevaluación pertinentes que permitan el análisis de propuestas gráficas elaboradas previo a validar.
- Comprender que los gestos corporales pueden tener significado diferente, dependiendo de la cultura que tenga la persona.
- Plasmar pre producción audiovisual clara y entendible para cualquier lector.
- Solucionar problemas de logística en cuanto a sesiones fotográficas y grabación.

- Estar atento en las grabaciones de video observando los detalles pequeños que ocurren en la escena.
- Ordenar elementos para que se vean de forma estética durante el video.
- Observar los encuadres y elementos que aparecen en escena.
- Realizar cortes de fotogramas en puntos exactos para evitar sensación de actuación.

Al Final del Proceso

- Mantener la calma ante los inconvenientes con el equipo que se esté utilizando.
- Buscar ayuda y apoyo necesario de manera calmada ante los inconvenientes presentados.

Conclusiones

- Se realizó aporte gráfico para fortalecer la labor que realiza ProDesarrolloPro.
- Se realizó material gráfico y audiovisual que comunican los procesos de sensibilización y financiación en masa para motivar a que personas realicen un aporte económico en beneficio de la implementación de cursos de educación alternativa dirigidos a personas de áreas vulnerables dentro de Guatemala que ofrece la fundación ProDesarrolloPro.
- De acuerdo a los resultados obtenidos en la validación, las piezas gráficas permitirán que la fundación comunique sus necesidades institucionales para poder llevar a cabo los cursos de educación alternativa que ofrece, y así comunicar la recaudación de fondos para la implementación de los mismos.

Recomendaciones

A futuros diseñadores A la Escuela de Diseño Gráfico

- Evitar actualizaciones del sistema operativo mientras se trabaja en proyectos de larga duración como lo es el del proceso de graduación.
- Organizarse y llevar un cronograma de actividades controlado, tomando en cuenta tiempo para imprevistos.
- Contar con las bases y objetivos claros del proyecto, material y equipo necesario, para poder trabajar sin depender de terceras personas para avanzar.
- Poner énfasis en la factibilidad para llevar a cabo el proyecto, contar con el equipo, material y capacidad de gestión durante el proceso de trabajo.

Al docente

- Solicitar un menor número de alumnos asignados para poder llevar un control más personalizado de cada proyecto que se esté elaborando.

- Apoyar al estudiante y exigir mayor calidad gráfica.
- Definir los proyectos de eps y proyecto de graduación, siendo conscientes de que todos los alumnos cumplan con una cantidad de producción gráfica promedio.

A la institución ProDesarrolloPro

- Apoyar al estudiante que decida realizar su proyecto de graduación con la Institución.
- Tener claros los objetivos de los diferentes programas de la institución y brindar toda la información posible y necesaria para el estudiante.

Referencias

- Accocia, V. (13 Agosto de 2014) Descubre los 5 tipos de crowdfunding. Recuperado el 3 de agosto de 2016 del sitio web: <https://vanacco.com/descubre-los-5-tipos-de-crowdfunding/>
- Accocia, V. (Octubre, 2014) La regla del poder del 100. Recuperado el 3 de agosto de 2016 del sitio web: <https://vanacco.com/la-regla-del-poder-del-100/>
- Accocia, V. (S.F.) Las 20 reglas de oro del crowdfunding. Recuperado el 3 de agosto de 2016 del sitio web: <https://vanacco.com/descubre-los-5-tipos-de-crowdfunding/> Myers, D. G. (2005). Psicología Social. Mexico, México: McGraw-Hill Interamericana.
- Anónimo. (2010) Composición. Recuperado el 22 de abril de 2016 del sitio web: <http://lenguajeaudiovisualinfantil.blogspot.com/2010/12/2-composici%C3%B3n.html>
- Anónimo. (2011) Diseño Gráfico Audiovisual. Recuperado el 22 de abril de 2016 del sitio web: <https://todografico.wikispaces.com/Dise%C3%B1o+Gr%C3%A1fico+Audiovisual>
- Belloch, C. (S.F.) Las tecnologías de la información y comunicación (T.I.C.) Unidad de Tecnología Educativa. Universidad de Valencia. Recuperado el día 3 de mayo de 2016 de: <http://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf>
- Bustamante, J. (2012) Técnicas de creatividad en Innovación y creatividad. Recuperado el 22 de abril de 2016 del sitio web: http://www.eoi.es/wiki/index.php/T%C3%A9cnicas_de_creatividad_en_Innovaci%C3%B3n_y_creatividad
- Byvox (2016) El recorrido visual: cómo miramos un periódico o una página web. Recuperado el 24 de agosto de 2016 del sitio web: <http://blog.byvox.com/el-recorrido-visual-como-miramos-un-periodico-o-una-pagina-web/>
- Castellanos, Luis (2016) Árbol del Problema. Recuperado el 3 de agosto de 2016 del sitio web: <https://lccreativadeinnovacion.wordpress.com/tag/causa-efecto/>
- Facchin, J. (2014) Tipos de archivos de imágenes ¿Cuándo usar jpeg, gif o png. Recuperado el 22 de abril de 2016 del sitio web: <http://jose-facchin.com/2014/12/16/tipos-de-archivos-de-imagenes-cuando-usar-jpeg-gif-o-png/>

- Generosity (S.F.) Una plataforma para la generosidad humana. Recuperado el 22 de abril de 2016 del sitio web: <https://www.generosity.com/>
- Internet es Mercadeo. (2014) Lo que más se comparte en redes sociales. Recuperado el 16 de septiembre de 2016 del sitio web: <http://internetes-mercadeo.com/lo-que-mas-se-comparte-en-las-redes-sociales-infografia/>
- Kleon, A. (2012). Roba como un artista. México, México: Santillana Ediciones Generales, S.A.
- Luna, L. Emprendesocial. (2012.) ¿Cómo y dónde recaudar fondos para tu organización? 2012. Recuperado el día 22 de abril de 2016 de: <https://emprendesocial.com/2012/06/15/como-y-donde-recaudar-fondos-para-tu-organizacion/>
- Lupton, E. (2015). Intuición, Acción, Creación graphic design thinking. México, México: Gustavo Gili.
- Marin, E. (2014.) Las redes sociales tendrán un estándar abierto en la web. Recuperado de: <http://hipertextual.com/2014/07/redes-sociales-web>
- Martínez Castillo, G. (2009) Presentaciones Digitales y Comunicación Interactiva. Recuperado el 24 de agosto de 2016 del sitio web: <http://clasificaciontipografica.blogspot.com/>
- Murcia, A. (2015) Tendencias de Video Marketing. Recuperado el 22 de abril de 2016 del sitio web: <https://www.40defiebre.com/tendencias-video-marketing/>
- Ochoa, M. (12 de Junio de 2014.) Educación alternativa: un desafío permanente y necesario. Recuperado el 3 de mayo de 2016 del sitio web: <http://reevo.org/articulos/educacion-alternativa-un-desafio-permanente-y-necesario/>
- Ortega Sanchez, I. (Julio de 2009). Alfabetización Tecnológica. Universidad de Salamanca. Recuperado el día 3 de mayo de 2016 de: http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_10_02/n10_02_ortega_sanchez.pdf
- Pixel Creativo. (S.F.) ¿Qué es el insight en publicidad?. Recuperado el 21 de octubre de 2016 del sitio web: <http://pixel-creativo.blogspot.com/2010/10/que-es-el-insight-en-publicidad.html>
- Prensa Libre (2016) Redes sociales Cautivan. Cifras de Guatemala. Edición Única Guatemala, Guatemala.
- Rum11 (2014) SPICE AND POEMS. Recuperado el 3 de agosto del 2016 de: <https://www.clubensayos.com/Negocios/SPICE-AND-POEMS/1925327.html>
- Sanchez, V. (2014) 10 tips para hacer campañas exitosas en redes sociales. Recuperado el 22 de abril de 2016 de: <http://www.merca20.com/10-tips-para-hacer-campanas-exitosas-en-redes-sociales/2/>

- Schanzer R. (S.F.) El Marco Teórico de una investigación. Recuperado el 13 de mayo de 2016 del sitio web: http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/marco_teorico.htm
- The Statistics Portal. (2016) Leading social media websites in the United States in May 2016, based on share of visits Recuperado el 24 de agosto de 2016 del sitio web: <http://www.statista.com/statistics/265773/market-share-of-the-most-popular-social-media-websites-in-the-us/>
- Unicef. La Educación en Guatemala. Recuperado de: http://www.unicef.org/guatemala/spanish/resources_2562.htm visitado el día 8 de abril de 2016
- WikiHow. (S.F.) ¿Cómo recaudar dinero en línea? Recuperado el 22 de abril de 2016 de: <http://es.wikihow.com/recaudar-dinero-en-l%C3%ADnea>
- Word of Crowdfunding. (S.F.) FAQ propietarios del proyecto. Recuperado el día 22 de abril de 2016 de: <http://www.worldofcrowdfunding.com/es/faq>

Referencia de imágenes

- Figura 1. Fotografía de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 2. Fotografía de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 3. Fotografía de ProDesarrolloPro. Guatemala. Archivo de ProDesarrolloPro
- Figura 4. Captura de pantalla Festival de las campanas. Guatemala 2016 Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=HBwctmc5QzI>
- Figura 5. Captura de pantalla: Pol. Guatemala, 2012 Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=lisnl_b5XVo
- Figura 6. Logotipo The Imperfect Hope. Guatemala, Archivo de ProDesarrolloPro
- Figura 7. Logotipo de ProDesarrolloPro. Guatemala, Archivo de ProDesarrolloPro
- Figura 8. Logotipo Festival de las Campanas. Guatemala, Archivo de ProDesarrolloPro
- Figura 9. Fotografía de ProDesarrolloPro. Guatemala, Archivo fotográfico ProDesarrolloPro
- Figura 10. Logotipos Programas ProDesarrolloPro. Guatemal. Archivo de ProDesarrolloPro

- Figura 11. Fotografía por Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 12. Fotografía Hotel Pan American. Guatemala 2015. Archivo Hotel Pan American.
- Figura 13. Arte por Zaki Abdelmounim. Noviembre 2013 Recuperado de: <http://www.studentshow.com/gallery/12041853/Behance-Portfolio-Reviews-CASA-Posters>
- Figura 14. Arte David Robinson. Mayo 2015. Recuperado de: <https://www.behance.net/gallery/26666031/Hurricane-Media>
- Figura 15. Arte por Ben Barry. Marzo 2014. Recuperado de: <https://www.behance.net/gallery/15642393/How-do-you-add-humanity-to-technology>
- Figura 16. Fotografías Better Me Foundation. Agosto 2016. Recuperado de: <https://www.facebook.com/bettermefoundation/?fref=ts>
- Figura 17. Publicación Elizabeth Sampson. Agosto 2016 <https://www.generosity.com/education-fundraising/hands-on-stanzas-scholarship-fund>
- Figura 18. Publicación Elizabeth Sampson. Agosto 2016 <https://www.generosity.com/education-fundraising/hands-on-stanzas-scholarship-fund>
- Figura 19. Publicación PlayGround Magazine. Agosto 2016. Recuperado de: <https://www.facebook.com/PlayGroundMag/?fref=ts>
- Figura 20. Publicación PlayGround Magazine. Agosto 2016. Recuperado de: <https://www.facebook.com/PlayGroundMag/?fref=ts>
- Figura 21. Publicación PlayGround Magazine. Agosto 2016. Recuperado de: <https://www.facebook.com/PlayGroundMag/?fref=ts>
- Figura 22. Publicación PlayGround Magazine. Agosto 2016. Recuperado de: <https://www.facebook.com/PlayGroundMag/?fref=ts>
- Figura 23. Anberlin The Unwinding Cable Car. Mayo 2009. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=2Ei1-vWL-t0>
- Figura 24. Anberlin The Unwinding Cable Car. Mayo 2009. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=2Ei1-vWL-t0>
- Figura 25. Anberlin The Unwinding Cable Car. Mayo 2009. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=2Ei1-vWL-t0>
- Figura 26. Heartwarming Thai Commercial - Thai Good Stories By Linaloved. Abril 2014. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=cZ-GghmwUcbQ&t=52s>
- Figura 27. Fotografía de ProDesarrolloPro. Guatemala. Archivo de ProDesarrolloPro
- Figura 28. Fotografía de ProDesarrolloPro. Guatemala. Archivo de ProDesarrolloPro

- Figura 29. Fotografía de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 30. Fotografía de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 31. Boceto de propuesta con fotografía archivo de zona3. México 2015. <http://zona3.mx/noticias/zona-nacional/m-xico-impulsa-ante-onu-tema-de-empoderamiento-de-mujer-ind-gena>
- Figura 32. Boceto de propuesta con fotografía archivo de Oxfam. Guatemala 2014. Recuperado de: <http://www.oxfamblogs.org/lac/mujeres-que-hacen-el-cambio-en-guatemala/>
- Figura 33. Boceto de propuesta con fotografía archivo de zona3. México 2015. <http://zona3.mx/noticias/zona-nacional/m-xico-impulsa-ante-onu-tema-de-empoderamiento-de-mujer-ind-gena>
- Figura 34. Boceto de propuesta con fotografía archivo Prensa Libre. Guatemala 2015. <http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/mujeres-piden-mas-participacion-politica>
- Figura 35. Boceto de propuesta con fotografía archivo de Oxfam. Guatemala 2014. Recuperado de: <http://www.oxfamblogs.org/lac/mujeres-que-hacen-el-cambio-en-guatemala/>
- Figura 36. Boceto de propuesta con fotografía archivo Prensa Libre. Guatemala 2015. <http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/mujeres-piden-mas-participacion-politica>
- Figura 37. Boceto de propuesta con fotografía archivo de Oxfam. Guatemala 2014. Recuperado de: <http://www.oxfamblogs.org/lac/mujeres-que-hacen-el-cambio-en->
- Figura 38. Campana Festival de las campanas. Guatemala, Archivo de ProDesarrolloPro
- Figura 39. Fotografía de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 40. Fotografía de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 41. Fotografía de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 42. Arte de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 43. Arte de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 44. Arte de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 45. Arte de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 46. Arte de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal
- Figura 47. Arte de Bayron Ortega. Guatemala 2016. Archivo personal

Anexos

Anexo 1

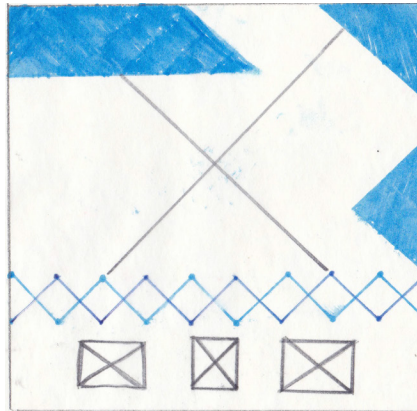
Insights

- Se siente una paz interior saber que se apoya a alguien más
- El mejor sentimiento se siente al recibir las gracias.
- Darse cuenta que nosotros estamos bien económicamente
- Darse cuenta que con poco se puede vivir feliz.
- La humildad contiene mas felicidad
- Lo sencillo es interesante
- Los pequeños detalles son los que mayor valor tienen.
- Recibir un gracias de corazón
- La satisfacción de hacer feliz a alguien mas es grande con un detalle pequeño.
- No se necesitan lujos para poder vivir bien.
- El dinero no es lo que vale mas.
- Ver que lo que hicimos hace bien a alguien que lo necesite.
- No es necesario ayudar con nuestro tiempo.
- La verdad no la conocemos hasta que tenemos un contacto más cercano con ella.
- Darse cuenta: es el denominador común en los distintos insights identificados, la razón por la cual una persona decide ayudar.

Anexo 2

Autoevaluaciones realizadas en el proceso de bocetaje a mano

Propuesta 1



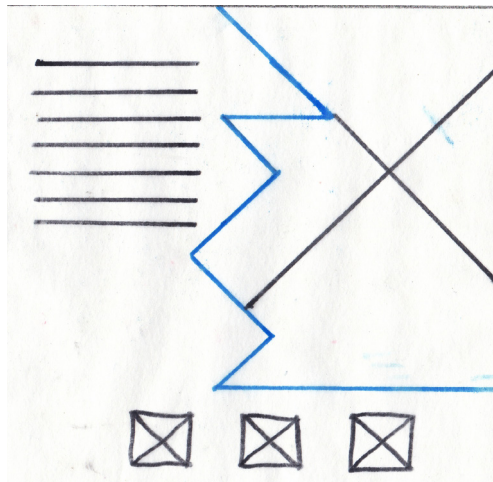
Código icónico

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Creatividad	La gráfica es clara, transmite cultura guatemalteca y tecnología.		x	
Memorabilidad	Tiene la capacidad de mantenerse en la mente del grupo objetivo.		x	
Originalidad	Es adecuado y se diferencia de otras campañas.			x
Legibilidad	El diseño es sobrio	x		

Código cromático

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Pertinencia	Es adecuado al grupo objetivo y cliente.		x	
Creatividad	Se evidencia la jerarquía y estimula la observación.		x	
Identidad	Se evidencia colores institucionales.			x

Propuesta 2



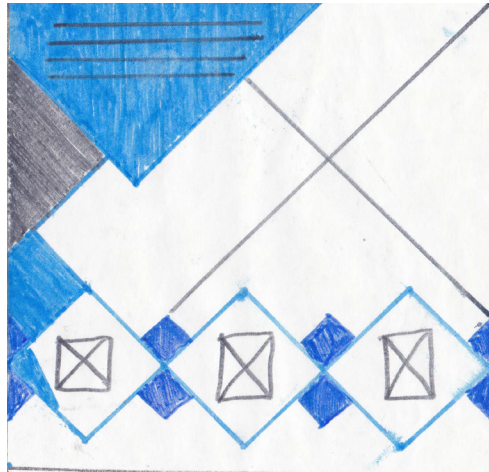
Código icónico

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Creatividad	La gráfica es clara, transmite cultura guatemalteca y tecnología.		x	
Memorabilidad	Tiene la capacidad de mantenerse en la mente del grupo objetivo.		x	
Originalidad	Es adecuado y se diferencia de otras campañas.			x
Legibilidad	El diseño es sobrio		x	

Código cromático

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Pertinencia	Es adecuado al grupo objetivo y cliente.		x	
Creatividad	Se evidencia la jerarquía y estimula la observación.		x	
Identidad	Se evidencia colores institucionales.			x

Propuesta 3

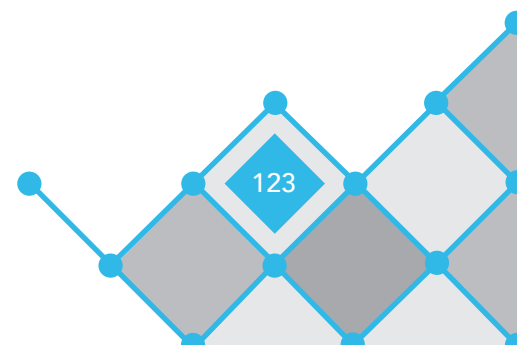


Código icónico

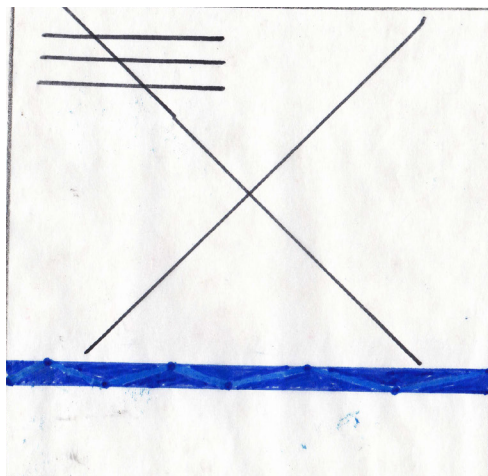
Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Creatividad	La gráfica es clara, transmite cultura guatemalteca y tecnología.			x
Memorabilidad	Tiene la capacidad de mantenerse en la mente del grupo objetivo.			x
Originalidad	Es adecuado y se diferencia de otras campañas.			x
Legibilidad	El diseño es sobrio	x		

Código cromático

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Pertinencia	Es adecuado al grupo objetivo y cliente.			x
Creatividad	Se evidencia la jerarquía y estimula la observación.			x
Identidad	Se evidencia colores institucionales.			x



Propuesta 4



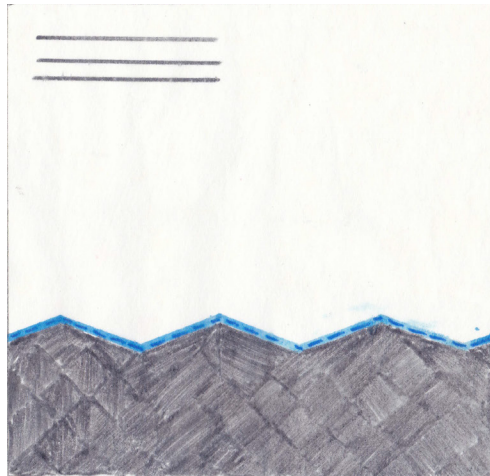
Código icónico

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Creatividad	La gráfica es clara, transmite cultura guatemalteca y tecnología.	x		
Memorabilidad	Tiene la capacidad de mantenerse en la mente del grupo objetivo.		x	
Originalidad	Es adecuado y se diferencia de otras campañas.		x	
Legibilidad	El diseño es sobrio			x

Código cromático

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Pertinencia	Es adecuado al grupo objetivo y cliente.		x	
Creatividad	Se evidencia la jerarquía y estimula la observación.		x	
Identidad	Se evidencia colores institucionales.		x	

Propuesta 5



Código icónico

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Creatividad	La gráfica es clara, transmite cultura guatemalteca y tecnología.	x		
Memorabilidad	Tiene la capacidad de mantenerse en la mente del grupo objetivo.			x
Originalidad	Es adecuado y se diferencia de otras campañas.			x
Legibilidad	El diseño es sobrio			x

Código cromático

Evaluación	Indicador de logro	1	2	3
Pertinencia	Es adecuado al grupo objetivo y cliente.			x
Creatividad	Se evidencia la jerarquía y estimula la observación.			x
Identidad	Se evidencia colores institucionales.			x

Anexo 3

Instrumentos de validación

Entrevista

Nombre: _____
Apellido: _____
Edad: _____
Género: _____
Trabaja: _____

Usa dispositivos móviles personales. Si__ No__

¿Hace uso de redes sociales?. Si__ No__

Luego de ver el video:

¿Ha comprendido la problemática social de Guatemala que se aborda en el video?

Si__ No__ ¿Algún comentario? _____

¿Ha comprendido la labor que realiza ProDesarrolloPro?

Si__ No__ ¿Algún comentario? _____

¿Haría una donación para ayudar a la fundación ProDesarrolloPro para becar a mujeres?

Si__ No__ ¿Algún comentario? _____

¿Ha comprendido en que se utilizará el dinero recaudado?

Si__ No__ ¿Algún comentario? _____

¿Qué sentimiento le transmitió el video?

En cuanto al tiempo,

El video le pareció: corto__ extenso__ tiempo adecuado__

¿Algún comentario? _____

Compartiría el video en su perfil de redes sociales

Si__ No__ ¿Por qué? _____

En lo visual

¿Pudo leer los textos con facilidad?

Si__ No__ ¿Algún comentario? _____

¿La disposición de los textos refuerzan el contenido del video?

Si__ No__ ¿Algún comentario? _____

Luego de ver las imágenes para redes sociales:

¿Tuvo algún problema con la lectura de los textos?

Si__ No__ ¿Algún comentario? _____

¿Qué sentimiento le transmitieron las fotografías?

¿Cree que las imágenes tienen relación con el video?

Si__ No__ ¿Por qué? _____

Luego de ver los gifs para redes sociales:

¿Tuvo algún problema con la lectura de los textos?

Si__ No__ ¿Algún comentario? _____

¿Qué sentimiento le transmitieron las fotografías?

¿Cree que las imágenes tienen relación con el video?

Si__ No__ ¿Por qué? _____

Guía de observación

Nombre:

Edad:

Guía de Observación			
Tiempo	En pantalla	Gestos no verbales	Gestos verbales
		Muecas de disgustos, gestos positivos como sonrisas, etc... Para denotar tristeza, asombro, preocupación, etc..	Expresiones sonoras con la boca, palabras o pláticas



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

MSc. Arquitecto
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he realizado la revisión de estilo del Proyecto de Graduación **“CAMPAÑA DE MICROMECENAZGO (crowdfunding) EN BENEFICIO DE LA FUNDACIÓN PRODESARROLLOPRO PARA FACILITAR LA IMPLEMENTACIÓN DE CURSOS DE ALFABETIZACIÓN TECNOLÓGICA A PERSONAS DE ÁREAS VULNERABLES EN GUATEMALA”** del estudiante BAYRON ESTUARDO ORTEGA MANSILLA perteneciente a la Facultad de Arquitectura, CUI 2315 66352 0101, registro académico 201220259 al conferírsele el Título de Licenciado en Diseño Gráfico.

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

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los nueve días de febrero de dos mil diecisiete.

Al agradecer su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular Facultad de Arquitectura
CUI 2715 41141 0101
Colegiado de Humanidades. No. 4509

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
COL. No. 4509
COLEGIO DE HUMANIDADES

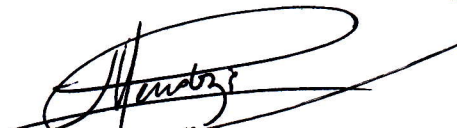
"Campaña de micromecenazgo (crowdfunding) en beneficio de la fundación ProDesarrolloPro para facilitar la implementación de cursos de alfabetización tecnológica a personas de Áreas vulnerables en Guatemala."

Proyecto de Graduación desarrollado por: .


Bayron Estuardo Ortega Mansilla

Asesorado por:


Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada


Licda. Larisa Caridad
Mendóza Alvarado


Lic. Francisco Javier
Donis Guerrero

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano