



*¡Añádele vida a los desechos.
recicla!*

Proyecto de Diseño con Estrategia E para:

Amigos
De la Naturaleza

¡Añádele vida a los desechos. *recicla!*

Proyecto de diseño con Estrategia E presentado al consejo de la Facultad de
Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar por:

Evelyn Azucena Chén Fuentes

Previo a optar al título de Diseñador Gráfico
en el Grado Académico de Licenciada.

Guatemala, octubre 2008

Carta de Autorización de Impresión



Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 2426262 ext. 3429
Fax: (502) 2426262 ext. 3429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad 00016

Reg. No. Arq 22-2008

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
veintitres días del mes de octubre de dos mil ocho.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: "¡Añádele vida a los desechos, recicla!" presentado por la estudiante Evelyn Azucena Chén Fuentes, previo a su Graduación Profesional de Diseñadora Gráfica en el Grado Académico de Licenciada, se autoriza la impresión de dicho proyecto.


DIRECTOR DE FACULTAD


Arg. Alice María Pacheco
SECRETARIA DE FACULTAD

Carta de Asesores



Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 2420262 ext. 2429
Fax: (502) 2420262 ext. 2429
Campus Central, Vía Hermosa II, Zona 16
Guatemala, Cuchul 06016

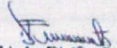
Reg. No. DG. 21-2008

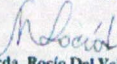
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a quince días del mes de julio de
dos mil ocho.

Por este medio hacemos constar que la estudiante **EVELYN AZUCENA CHEN
FUENTES**, con carné **10650-04**, cumplió con los requerimientos del curso de
Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio
Académico, previo a optar el grado académico de Licenciada.


Licda. Patricia Villatoro
Asesora Proyecto de Investigación


Licda. Diana Fuentes
Asesora Proyecto de Estrategia


Licda. Rocio Del Valle
Asesora Portafolio Académico

/MLR
CC: Archivos



Autoridades

AUTORIDADES UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

Licda. Guillermina Herrera
Lic. Rolando Alvarado López, S.J.
Lic. Ariel Rivera Irias
Lic. Larry Amilcar Andrade Abularach

RECTORA
VICERRECTOR ACADÉMICO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO
SECRETARIO GENERAL

AUTORIDADES FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

MA Arq. Cristian Vela Aquino
MA Arq. Victor Leonel Paniagua
Arq. Alice María Becker
Arq. Oscar Reinaldo Echeverría Cañas
Lic. Jorge Alfredo Rossi Lorenessi
MDI Hernán Ovidio Morales Calderón

DECANO
VICEDECANO
SECRETARIA
DIRECTOR DEPTO. DE ARQUITECTURA
DIRECTOR DEPTO. DE DISEÑO GRÁFICO
DIRECTOR DEPTO. DE DISEÑO INDUSTRIAL

TERNA QUE PRACTICÓ LA DEFENSA PRIVADA DE TESIS

Licda. Rosario Muñoz
Licda. Ana Lucía García
Licda. Leslie Quiñonez

INVESTIGACIÓN
ESTRATEGIA
PORTAFOLIO

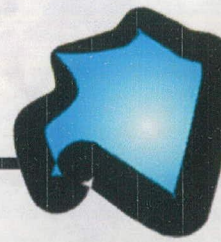


Índice

1. Introducción	pág. 2
2. Identificación de la Necesidad de Diseño	pág. 4
3. Objetivos de Diseño	pág. 6
4. Marco de Referencia	pág. 8
5. Contenido Teórico de Diseño	pág. 14
5.1 Información General del Cliente	pág. 15
5.2 Área de Diseño	pág. 19
Material Informativo	pág. 19
Material Publicitario	pág. 23
6. Grupo Objetivo	pág. 27
6.1 Perfil Demográfico	pág. 28
6.2 Perfil Psicográfico	pág. 29
7. Proceso de Conceptualización	pág. 32
7.1 Concepto Central	pág. 34
7.2 Concepto Complementario	pág. 35
8. Contenido del Material Gráfico	pág. 36
8.1 Contenido del Texto	pág. 37
8.2 Tabla de Requisitos	pág. 38
9. Medios y Forma de Distribución	pág. 39
9.1 Estrategia de Implementación	pág. 40
9.2 Descripción de cada pieza	pág. 41
10. Bocetaje y Propuesta Preliminar	pág. 42
11. Validación del Diseño Preliminar	pág. 87
12. Propuesta Final y Fundamentación	pág. 92
13. Producción y Reproducción	pág. 101
13.1 Especificaciones Técnicas	pág. 102
13.2 Informe Técnico	pág. 103
13.3 Presupuesto de Diseño e Impresión	pág. 104
13.4 Sistema de Impresión o Reproducción	pág. 108
14. Conclusiones y Recomendaciones	pág. 109
15. Bibliografía	pág. 111
16. Anexos	pág. 115



Introducción

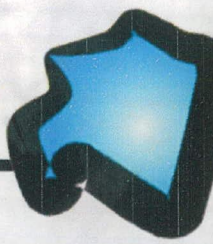


1. Introducción

Actualmente los guatemaltecos hacemos uso del servicio de la recolecta de desechos en general, lo cual está provocando el desperdicio de materia prima que podría ser reutilizada y renovada para producir nuevamente materiales, debido a este fenómeno que se está dando, nace el proyecto de reciclaje de Amigos de la Naturaleza en el cual se lleva a cabo un programa completo que se basa en dar charlas acerca de la importancia de reciclar, ofrecen talleres en los que incentiva el uso de materiales reciclados y periódicamente la recolecta de desechos.

En este momento manejan una cantidad mínima de empresas y colegios que proveen materiales utilizados, sin embargo han determinado que existe un mayor porcentaje que aún no participa del cuidado del medio ambiente que puede ser captado por medio de una estrategia de comunicación masiva. Como respuesta a esta problemática se desarrollaron materiales publicitarios con los que se busca captar el interés de las personas para reciclar y como apoyo a la instrucción que se da en las charlas, se desarrollaron materiales informativos.



Necesidad de Diseño 

2. Identificación de la Necesidad de Diseño

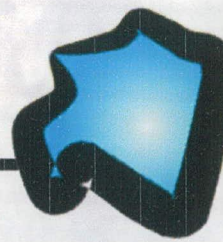
Amigos de la Naturaleza necesita darse a conocer de forma masiva, para que las personas sepan acerca de sus servicios y se despierte el interés por llevar a cabo un programa de reciclaje.

Para introducir los programas de reciclaje en los colegios, se necesita presentar de forma atractiva la información sobre el tema del reciclaje.





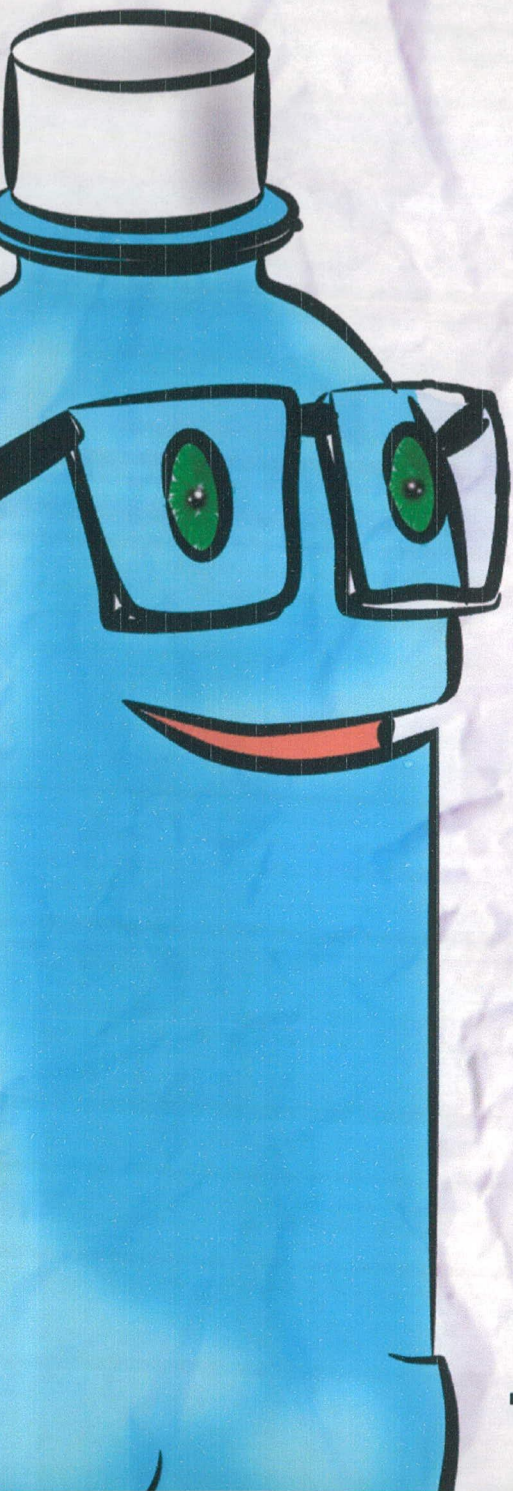
Objetivos de Diseño



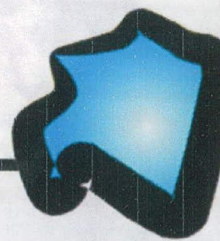
3. Objetivos de Diseño

- Proponer un material publicitario que de a conocer cómo contactar a Amigos de la Naturaleza, enfocado a empresas tipo A en Guatemala.
- Diseñar un material informativo que de a conocer los temas del reciclaje, su importancia y la problemática ambiental en Guatemala, para ser comprendido por los niños de 7 – 12 años.





Marco de Referencia



4. Marco de Referencia

Medio Ambiente

Según Tablero (2007), medio ambiente es un conjunto de elementos abióticos (energía solar, suelo, agua y aire) y bióticos (organismos vivos) que integran la capa más delgada de la Tierra, es llamada biosfera y su función es servir de sustento para el hogar de los seres vivos.

En la encuesta realizada a De León (2008), comentaba que para él, medio ambiente es una región, alrededores y circunstancias, en las que se encuentra un ser o un objeto. Comprende dos tipos de constituyentes:

- El medio puramente físico o abiótico, en el cual un individuo existe (aire, contorno geográfico, suelo y agua).
- El componente biótico, que contiene la materia orgánica no viviente y todos los organismos, plantas y animales de la región, incluida la población específica a la que pertenece el individuo (ver encuesta en Anexo I).

Problemática del medio ambiente

Acorde a Amigos de la Naturaleza (2007), la problemática ambiental se debe a dos factores, los cuales son los siguientes:

1. Contaminación: es el acto de alterar nocivamente la pureza o las condiciones normales de una cosa o un medio por agentes químicos o físicos (Diccionario de la Real Academia Española, 2006). Se da debido a que no se está clasificando la basura y colocando en recipientes apropiados para poder ser reutilizada.

Para Moortele (2007), se le llama contaminación a la transmisión o difusión de humos o gases tóxicos a medios como la atmósfera y el agua, como también a la presencia de polvos y gérmenes microbianos provenientes de los desechos de la actividad del ser humano. Cita también que en la actualidad, el resultado del desarrollo y progreso tecnológico ha originado diversas formas de contaminación, las cuales alteran el equilibrio físico y mental del ser humano y que debido a esto, la actual contaminación se convierte en un problema más crítico que en épocas pasadas.

2. Tala de árboles o Deforestación: según Diccionario de la Real Academia Española (2007), deforestar es el acto de despojar un terreno de plantas forestales. Debido a la falta de reutilización del papel, cada vez el porcentaje de árboles talados va en considerable aumento.

Según Álvarez (2006), una de las causas principales de la deforestación es la tala excesiva ("sobrecorte"). Casi en todos los lugares donde se cortan árboles, hay casos donde demasiados son cortados al mismo tiempo, lo que hace casi imposible la restauración del bosque a su estado natural. La tala de árboles para uso comercial o para combustible lleva a la destrucción de los bosques.

Cardenas (2003), explica que la deforestación no tiene que ver solamente con la pérdida de árboles, ésta también tiene un gran impacto sobre el ambiente, ya que muchas criaturas vivientes dependen de los árboles por lo que, cuando desaparecen los árboles, igualmente desaparecen los animales; a este fenómeno se le conoce como Biodiversidad disminuida. Además se pierden medicinas y materiales potencialmente valiosos, lo mismo que el agua y el aire limpios.

Medio Ambiente en Guatemala

Amigos de la Naturaleza (2007), indican que el problemática del medio ambiente en Guatemala en un porcentaje significativo se debe a la negativa con respecto a la participación en el reciclaje de parte de los habitantes del país. Expresan que esto puede ser debido a que las personas no tienen una cultura de reciclaje, no saben que materiales pueden reciclarse, cómo es el proceso del reciclaje y a quiénes acudir para poder participar en un programa de reciclaje.

Esta falta de participación ha generado que los recursos y materia prima se estén derrochando en volúmenes grandes; debido a que no se está aprovechando al máximo ni dándoseles el uso adecuado por parte de los consumidores, siendo que cada persona llega a ser productora de cantidades grandes diariamente de basura y desperdicios los cuales pueden ser aún aprovechados.

Comenta De León (2008), que nuestro país es un lugar con un patrimonio natural invaluable; sin embargo, la situación ambiental es crítica, por lo siguiente:

- No existe una conciencia de los beneficios vinculados al cuidado del ambiente y a la utilización sostenible de los recursos naturales, en el corto, mediano y largo plazo.
- Se tienen impactos negativos en el recurso hídrico, suelo, atmósfera, entre otros.
- No hay apoyo político efectivo que permita realizar acciones contundentes en favor del ambiente.

Las consecuencias que se tienen por los desperdicios que se generan son graves, menciona De León (2008), que en el caso de las consecuencias por la basura que se genera, se enumeran algunas a continuación:

- Desconocimiento en cuanto a la adecuada disposición de la basura.
- La decisión de concesionar o quitar la concesión de los servicios de recolección, tratamiento y disposición de desechos sólidos, es políticamente arbitraria, generando daños al municipio tal y como lo menciona el Artículos 68, 73 y 78 del Código Municipal, Decreto No. 12-2002.

Además también explicaba De León (2008), que la razón por la que no se recicla en Guatemala es porque no se tiene conciencia de los beneficios sociales, ambientales y, principalmente económicos, que el reciclaje brinda. Por causa de la falta de conocimiento que tienen los guatemaltecos de cómo reciclar, y a dónde acudir para hacerlo, indica De León que recomienda que se realice una campaña informativa en la que se utilicen medios no impresos tales como radio, televisión e internet a manera de apoyar y contribuir con realizar llamados que no provoquen más desechos y desperdicios.

¿Qué es reciclar?

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia española (2006), reciclar se refiere a someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizar.

Según Velásquez (2007), reciclar quiere decir transformar la basura o residuos de forma clasificada en materia prima, de la cual se fabrican nuevos productos.

Los residuos pueden ser de dos tipos los cuales son:

- a. Inorgánicos: vidrio, papel, cartón, tela, plástico y metal.
- b. Orgánicos: restos de jardinería, frutas, verduras, carnes, flores y papel higiénico.

¿Qué se puede reciclar?

Indica Amigos de la Naturaleza (2007), que los materiales que pueden reciclarse son los siguientes:

I. PAPEL

Los tipos de papel que pueden reciclarse son los siguientes:

- Cartulina blanca, a color con o sin impresión.
- Periódico, revistas, cuadernos.
- Sobres blancos y marrones.
- Cajas de cartón corrugado.
- De archivo blanco y de color.
- Cartón de huevos.

Los papeles que no pueden reciclarse debido a su fibra o contaminación por la que se ven afectados son los siguientes:

- Papel plastificado.
- Papel con resina.
- Tetra-pack.
- Papel metalizado.
- Papel higiénico y servilletas usadas.
- Toallas sanitarias y pañales desechables.
- Papel de autocopiado, papel carbón.

2. VIDRIO

Con respecto al vidrio, los que se reciclan son los siguientes:

- Vidrio ambar.
- Vidrio verde.
- Vidrio transparente.

Los tipos de vidrio que no pueden ser reciclados se presentan a continuación:

- Espejo.
- Vidrios de carro plastificados.
- Equipo de laboratorio.
- Pirex.
- Focos de luz.

3. PLÁSTICO

Entre los tipos de plástico que pueden reciclarse a continuación se mencionan:

- Plástico inyectado.
- Plástico suave.
- Plástico soplado.

También hay ciertos tipos de plástico que no pueden pasar por un proceso de reciclaje debido a alguna característica de sus componentes de los cuales esta hecho; entre los cuales mencionaban los siguientes:

- Envolturas de galletas.
- Papel plastificado.
- Bolsas de frituras.
- Bolsas ruidosas.
- Duroport.
- Toallas sanitarias y pañales desechables.

4. METALES

Los metales que pueden pasar por un proceso de reciclaje se presentan a continuación:

- Aluminio.
- Cobre.
- Hierro.

5. RESIDUOS ORGÁNICOS

Los residuos orgánicos también pueden ser reciclados, por lo que entre ellos se mencionan los siguientes:

- Restos de jardinería.
- Verduras.
- Carnes.
- Flores.
- Frutas.
- Papel higiénico
- Entre otros.

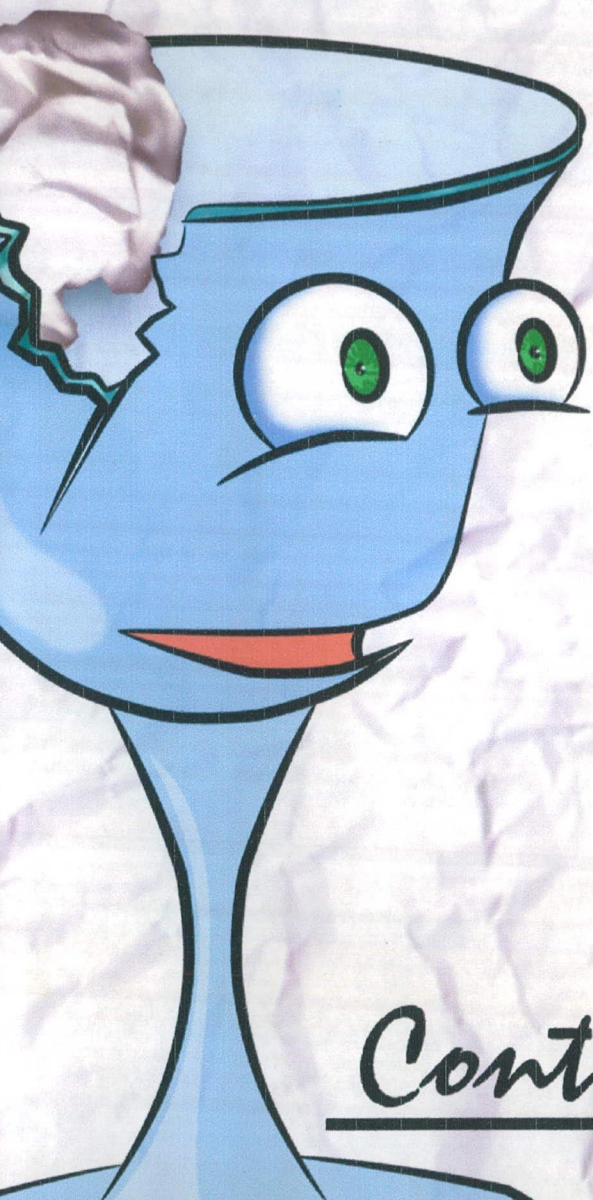
Importancia de Reciclar

Según Velásquez (2007), la importancia de reciclar radica en reducir la cantidad de basura que se produce diariamente, y transformarla en materia prima, lo cual tendría como resultado el reducir el daño que se le causa al ecosistema.

De León (2008), argumenta que el reciclaje es una estrategia extraordinaria para dar una disposición adecuada a la basura, porque aquello que para alguien es basura, es al mismo tiempo, materia prima para otra persona.

Talleres y charlas de reciclaje

Siguiendo con Velásquez (2007), indica que los talleres y charlas que presenta Amigos de la Naturaleza son parte de sus servicios, los cuales se refieren en acordar una cita a la cual asiste un grupo de personas a los que se les enseñará acerca del reciclaje por medio de pláticas y diversas actividades con el fin concientizar en este caso en reciclar residuos y hacer uso de la materia prima que ya ha sido renovada.



Contenido Teórico de Diseño



5. Contenido Teórico de Diseño

5.1 Información general del cliente

Amigos de la Naturaleza es una empresa que desarrolla procesos educativos ambientales con el fin de crear conciencia hacia la conservación del ambiente para lo cual trabajan con la colaboración de centros educativos, empresas y personas individuales.

Historia de Amigos de la Naturaleza:

Codigua es la empresa de la que surge Amigos de la Naturaleza. Ellos son una empresa guatemalteca que se encarga de vender y comprar papel como su actividad primordial.

Enfrentaban el desafío de no tener papel para reciclar, ya que en Guatemala se manda al basurero los desechos revueltos, sin tener los consumidores el cuidado de separarlos, por lo que la compra de papel que realizaban la hace a otros países. Debido a este desperdicio que se hace a diario, se tiene como consecuencias contaminación, mal aprovechamiento de la materia prima y recursos naturales, deterioro del medio ambiente, con diversas consecuencias.

Por causa de esto Codigua vio la necesidad de presentar un plan de capacitación y educación del reciclaje hacia los guatemaltecos, a manera que todos estos desechos puedan ser aprovechados debido a la reutilización de los mismos.

Se inició este proyecto de capacitación y educación por medio de una empresa de Codigua que realizaba la misma labor que ellos, la cual se llamaba Amiles. Es así como Amiles inició a recibir el papel, plástico, metal y demás desechos inorgánicos que pueden ser reciclados.

Siendo que Amiles era inicialmente una empresa que desarrollaba otra labor aparte de la capacitación y educación en el reciclaje, se desligan de ellos, optando por llamarse Amigos de la Naturaleza, debido al papel que juegan de ayudar a rescatar el medio ambiente por medio de infundir conciencia en reciclar al llevar a cabo un programa de capacitación, talleres y recolecta de los desechos.

Su Misión:

Promover y realizar proyectos preventivos y dar propuestas de solución al manejo de los desechos sólidos para preservar el medio ambiente.

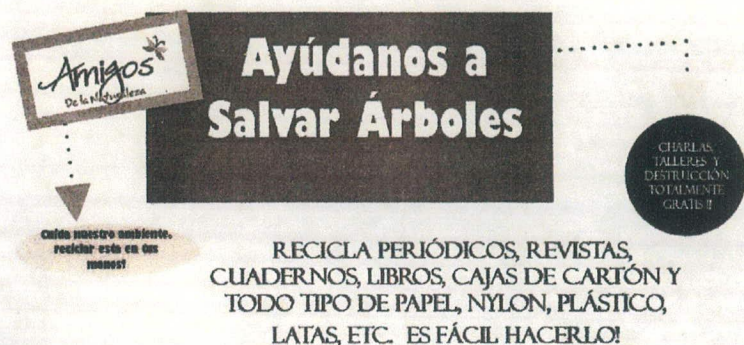
Su Visión:

Educar a una sociedad orientada hacia la preservación y mejoramiento del medio ambiente, para brindar a la presente y futura generación un lugar sano y libre de contaminación.

Algunos materiales gráficos con los que ellos cuentan y que además han venido utilizando para darse a conocer son los siguientes:
Logotipo:



Volante:



LLÁMANOS PARA IR A RECOGERLO A TU CASA U OFICINA AL 2477 0828 Y 2476 9884 O ESCRÍBENOS A amigosdelanaturalezagt@yahoo.com

Este volante está enfocado hacia adultos, dentro de un rango socio-económico B- y C. Su propósito consistía en dar a conocer los servicios que presta Amigos de la Naturaleza.

En este caso el uso de un color fue indispensable para la reproducción del mismo debido al presupuesto. Su diseño es únicamente cuerpos de texto y formas geométricas muy simples ya que fue hecho por ellos mismos sin conocimiento alguno de diagramación y diseño. La tipografía utilizada en los cuerpos de texto se vuelve muy pesada y dificulta la lectura debido a que todas son altas y tienen serif.

Un aspecto que manejó bien dentro de la diagramación fueron las jerarquías, ya que por medio de ellas se percibe la importancia de cada elemento, siendo la jerarquía #1 el mensaje de salvar árboles.

Afiche:

Programa de Reciclaje de Desechos Sólidos

CHARLAS Y TALLERES TOTALMENTE GRATIS!!

- ✓ Entrega de depósitos
- ✓ Charlas de Impacto Ambiental
- ✓ Charla Manejo de Desechos Sólidos
- ✓ Taller Papiroflexia
- ✓ Taller Papel Reciclado
- ✓ Taller Artículos Elaborados con Desechos Sólidos
- ✓ Taller de Tarjetas
- ✓ Taller de Papel Mache
- ✓ Show de Títeres

Este es un proyecto muy importante ya que educar a nuestros pequeños y jóvenes desde tan temprana edad, logrará que el reciclaje se convierta en costumbre a lo largo de su vida.

Otorgamos papeleros, bolsas y depósitos para separar el material antes de su contaminación, recolectándolo diariamente, semanalmente, quincenalmente o según la necesidad y sin costo alguno.

Reciclar esta en tus manos!

PARA TU PARTICIPACION SOLAMENTE SOLICITAMOS QUE NOS APOYES CON MATERIALES RECICLABLES, COMO LATAS, PERIODICOS, CUADERNOS, LIBROS, REVISTAS, CAJA DE CARTON, PLASTICOS, ETC.

22 AVENIDA 34-80 ZONA 12
COLONIA SANTA ELISA
01002
GUATEMALA, GUATEMALA

TELÉFONOS: (502) 2476 9884
(502) 2477 0828
FAX: (502) 2479 2783

Va enfocado a instituciones y empresas. Tiene como objetivo el poder animarles a llevar a cabo el programa del reciclaje dentro de la institución.

El sistema de reproducción es en fotocopiadora utilizando papel amarillo.

La parte gráfica se unificó con el volante, únicamente con la variación de implementar fotografías y la mariposa que forma parte del logotipo en el área inferior izquierda.

La diagramación es muy desordenada por lo que no se entiende el orden de lectura que lleva. Las fotografías son muy claras porque muestran actividades que ellos realizan.

Los cuerpos de texto de igual manera están hechos con una tipografía con serif que al igual que en el volante, dificulta la lectura.

Trifoliar:

**TALLERES
Y
CAPACITACIONES**

**ELABORACIÓN
DE JUGUETES**

**RECICLAJE DE
PAPEL**

**SHOW DE
TITERES**

Amigos
De la Reciclación

22 AVENIDA 34-80 ZONA 12
COLONIA SANTA ELBA
01002
GUATEMALA, GUATEMALA

TELÉFONOS: (502) 2476 9884
(502) 2477 0828
FAX: (502) 2479 2783
amigos@amigosrecicla.com

AL RECICLAR, REUTILIZAR O RECYCLAR UNA
TONELADA DE PAPER SE AHORRAN:

- 17 ARBOLES
- 2 M3 DE ESPUMOS EN LAS BASURERAS
- 400 LITROS DE ACEITE
- 26000 LITROS DE AGUA
- 400 KILOVATIOS DE ELECTRICIDAD
(SUFICIENTE PARA UNA CASA DE 17-
MANO MEDIANO PARA SES MESES)



PROGRAMA DE RECICLAJE DE DESECHOS SÓLIDOS

**JUNTOS
PERO NO
REVUELTOS**

Separa la basura.



Amigos
De la Reciclación

RECICLAR ESTÁ EN
NUESTRAS MANOS!

Ésta es una pieza única para una campaña publicitaria a la que nombraron "Juntos pero no revueltos".

El grupo objetivo son adultos y el objetivo del material es darse a conocer.

El diseño es muy sencillo, se apoya en el uso de la mariposa del logotipo para establecer recorridos lo cual es positivo ya que ayuda a que pueda fijarse en la mente del grupo objetivo su imagen visual.

Por otra parte la diagramación es monótona debido a que siempre manejan las tres columnas con ejes rectos para delimitarlas lo cual tiende a aburrir al lector ya que no tiene ningún elemento que rompa con los bloques de texto extensos.

Amigos
De la Reciclación

QUIÉNES SOMOS

SOMOS UNA EMPRESA QUE DESARROLLA PROYECTOS EDUCATIVOS AMBIENTALES CON EL FIN DE CREAR LA CONCIENCIA HACIA LA CONSERVACIÓN DEL AMBIENTE PARA LO CUAL TRABAJAMOS CON LA COORDINACIÓN DE CENTROS EDUCATIVOS, EMPRESAS, PERSONAS INDIVIDUALES, TODA LA POBLACIÓN EN GENERAL.

NUESTRA MISIÓN

PROMOVER Y REALIZAR PROYECTOS PARA FOMENTAR ACCIONES EDUCATIVAS Y OFRECER PROPUESTAS DE SOLUCIÓN AL MANEJO DE LOS DESECHOS SÓLIDOS CON EL FIN DE PRESERVAR NUESTRO ENTORNO.

NUESTRA VISIÓN

EDUCAR A UNA SOCIEDAD ORIENTADA HACIA LA PRESERVACIÓN Y MEJORA DEL MEDIO AMBIENTE PARA BRINDAR A LA PRESENTE Y FUTURA GENERACIÓN UN LUGAR SANO Y LIBRE DE CONTAMINACIÓN.

NUESTROS OBJETIVOS

- DISMINUIR LA CANTIDAD DE DESECHOS SÓLIDOS QUE LLEGAN A LOS RELLenos SANITARIOS
- EVITAR LA FUGA DE Miles DE ARBOLES
- REDUCIR RIESGOS A NUESTRA SALUD
- EVITAR DAÑOS A NUESTRA ECONOMÍA
- CONTRIBUIR

NUESTRO PROGRAMA PROPORCIONA

CAPACITACIÓN

DEPÓSITOS

RECUPERACIÓN

Ficha de inscripción para el Programa de Reciclaje (gratis)

Inscripción para	Tiempo
☐ Entrega de Depósitos	
☐ Cuentas de Reciclación a 1° y 2° 60 min.	
☐ Charlas de sensibilización ambiental	60 min.
☐ Taller de Papelería	30 min.
☐ Taller de Papel Reciclado	30 min.
☐ Taller de reciclaje de envases	45 min.
☐ Taller de Limpieza	30 min.
☐ Taller de Papel Micro	30 min.
☐ Taller de Tintas	30 min.

PARA TU PARTICIPACIÓN SOLAMENTE SOLICITAMOS QUE NOS APOYES CON MATERIALES RECICLABLES, COMO LATAS, PERIÓDICOS, CUADERNOS, LIBROS, REVISTAS, CAJA DE CARTÓN, PLÁSTICOS, ETC.

22 AVENIDA 34-80 ZONA 12
COLONIA SANTA ELBA
01002
GUATEMALA, GUATEMALA

Teléfonos: (502) 2476 9884, 2477 0828
Fax: (502) 2479 2783
amigos@amigosrecicla.com

5.2 Área de Diseño

Material informativo

Dicho material tiene como fin dar una información que es extensa, por lo cual este tipo de materiales tiene como finalidad dar a conocer un tema.

Para Ordoñez 2001, el material informativo viene a ser un recurso que informa y además también tiene la función de comunicar, el cual permite ampliar o precisar información sobre un tema determinado a manera que se adquiera un conocimiento.

De acuerdo a Figueroa (2006), el material informativo es un medio de comunicación el cual ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales cierta información. Además enfatiza que a la hora de diseñarlo se debe tomar en cuenta la participación cognoscitiva del espectador; con esto se refiere a que el grupo objetivo se interese por el material, lo comprenda, lo desarrolle, se involucre, y se identifique con el mismo.

Arévalo 2005, cita que para la elaboración del material informativo se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- **Color:** Su objetivo es atraer y llamar a la atención del grupo objetivo. Además es importante recordar que este debe estar ligado con el concepto y tener diferentes implicaciones, por lo que se recomienda sumo cuidado al seleccionarlo.
- **Diagramación de cada uno de los elementos:** esta sugiere la distribución de forma agradable, el establecimiento de jerarquías, el orden de los elementos en el espacio visual del formato de manera que se aproveche cada espacio.
- **Fotografía o ilustración:** estas deben de apoyar el texto e introducir al lector en el contenido que se está presentando.
- **Tipografía:** para seleccionar una tipografía, su tamaño e interlineado dentro del material se debe tomar en cuenta ciertas características del grupo objetivo; tales como sus gustos y su capacidad de lectura que tengan.
- **Formato:** las dimensiones del formato se deberán seleccionar acorde al lugar en donde será utilizado el material, su forma de distribución, el grupo objetivo que lo manipulará o tendrá contacto con el material, su contenido y el presupuesto con el que se cuente.

Figueroa (2006), menciona que las ventajas que poseen los materiales informativos pueden ser las siguientes:

- **Perdurabilidad** ya que este permite al lector revisar o permitir unidades de estudio, tantas veces como el lector lo considere conveniente.
- **Da la oportunidad** de que cada persona adecue su ritmo de lectura acorde a sus habilidades y comprensión del mismo.
- **En él se puede ahondar** en temas de estudio los cuales se consideren convenientes.

Ejemplo de Materiales informativos:

- a. Libros, manuales, revistas, guías, rotafolio, etc., los cuales pueden abarcar un mismo tema, subdividirse en temas y subtemas, como también contener ejercicios y actividades.
- b. Folletos, pancartas, plegables, correo directo, trifoliales, presentaciones audiovisuales y multimedia, como también los boletines son materiales informativos con contenido reducido ya que van enfocados a un grupo objetivo determinado.

Rotafolio:

Según Cardona (2008), el rotafolio es un instrumento usado para la presentación de ideas en forma de exposiciones. Es una serie de hojas cuyas dimensiones pueden variar en tamaño y presentación, está formado por láminas unidas de manera que se puedan ir mostrando sucesivamente al rotarlas. También se conoce con el nombre de "carta hojeable", y puede tener fotografías, grabados, gráficos, frases, etcétera.

Además indica Cardona que existen diferentes tipos de rotafolios.

- De pared: Se colocan dos clavos en la pared y sobre ellos se montan las hojas de rotafolio, que se irán cambiando en la medida que progreso la información.
- De caballete: Se montan las hojas sobre un caballete móvil, lo que permite mostrarlas con más facilidad, se pueden transformar mejor.
- De escritorio: Se unen las láminas con un arillo y se coloca en un escritorio.

El sitio benavente.com.mx (2007), indica que las características del rotafolio son las siguientes:

- Es un material de imagen fija, puede servir como un auxiliar de presentaciones.
- Permite rotar sus láminas conforme se va desarrollando la sesión y tratar todos los puntos básicos de un contenido sin omitir, ni alterar el orden del tema.
- Éste tipo de láminas se caracteriza por presentar imágenes de un contenido secuencial que facilita las tareas de aprendizaje.
- Las láminas son un material de uso directo elaborado en papel con ilustraciones a base de textos cortos, figuras claras y concretas.
- Con este material es posible que el expositor muestre en forma objetiva conceptos. Asimismo, cualquier integrante del grupo puede consultar el material para verificar las secuencias a elementos que integran la información de las láminas en cualquier momento.

Ventajas y desventajas del rotafolio según benavente.com.mx:

Ventajas:

- Es útil para organizar aspectos de un mismo tema con secuencia lógica.

- Permite explicar paso a paso un proceso o procedimiento que así lo requiera.
- Se usa para ilustrar una narración.
- Permite resaltar los puntos más importantes de una exposición.
- Su elaboración es sencilla.
- Es muy fácil de transportar.
- Los materiales con los que se elabora son de bajo costo (hojas rotafolio, plumones, ilustraciones, etcétera).
- La permanencia del mensaje admite retomar los contenidos

Desventajas:

- No es útil para textos largos.
- No se recomienda para grupos numerosos.
- Las hojas se pueden dañar fácilmente.

Presentación multimedia:

Inglés (2007) indica que las presentaciones multimedia o diapositivas informatizadas son documentos informáticos que pueden incluir textos, esquemas, gráficos, fotografías, sonidos, animaciones, fragmentos de vídeo. Pueden visualizarse una a una por medio de la pantalla del ordenador al ser proyecta en una cañonera.

De acuerdo a Rodríguez (1997), a continuación se enumeran que las ventajas de las presentaciones multimedia:

- Permiten presentar sobre una pantalla todo tipo de elementos textuales y audiovisuales con los que se pueden ilustrar, documentar y reforzar las explicaciones.
- Las imágenes, los esquemas y los demás elementos audiovisuales (sonidos, animaciones, vídeo, etc.) atraen la atención de los oyentes y aumentan su motivación.
- Constituyen un medio idóneo para enseñanza a grandes grupos.
- La sala de proyección puede estar iluminada, de manera que facilita la toma de apuntes y la participación del auditorio.
- Se pueden facilitar copias en papel de los elementos gráficos y textuales de las diapositivas informatizadas a los oyentes y también dar copia completa de la presentación en CD's.
- El orador puede mantenerse de cara a los oyentes durante sus explicaciones.
- Permite gobernar la presentación mediante el teclado del ordenador siguiendo la secuencia en la que se han de presentar las pantallas. Esto mejora la comunicación.
- Ayudan al orador o ponente, actuando como recordatorio de los principales temas que debe tratar.
- Se pueden emplear con cualquier tema y nivel educativo.
- El control de la proyección resulta sencillo. Es posible controlarlo todo mediante la pulsación de una única tecla.

- La elaboración de pantallas resulta sencillo con los actuales programas, por ejemplo el programa de presentaciones de Corel o el programa Power Point de Microsoft o bien uno más complejo pero que presenta una mejor calidad visual que es Flash.

¿Cómo elaborar presentaciones multimedia?

Se debe utilizar un programa de presentaciones, tales como Power Point o Flash. Según Rodríguez (1997), estos programas facilitan la edición de documentos que pueden incluir textos, esquemas, gráficos, fotografías, sonidos, animaciones y fragmentos de vídeo. Los textos pueden editarse directamente con el programa de presentaciones y los elementos audiovisuales pueden obtenerse directamente escaneando fotografías, grabando sonidos con el micrófono del ordenador o simplemente copiándolos. Sin embargo, para el diseño y elaboración de estos materiales conviene tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Cada diapositiva informatizada debe presentar una sola idea, en unas 6 líneas de unas 6 palabras cada una. Las frases deben ser simples, concisas y expresivas.
- El mensaje debe tener una intencionalidad clara y estar bien estructurado.
- Los excesos de información resultan fatigosos.
- Las letras deben ser claras, grandes y bien legibles. Hay que asegurarse de que los oyentes situados en la última fila de la sala también podrán leer los textos.
- Para las letras conviene utilizar pocos colores, que combinen estéticamente y que destaquen las principales ideas.
- Agregando elementos audiovisuales tales como fotografías, sonido y vídeo en la presentación se conseguirá llamar más la atención de los oyentes, siempre recordando evitar sobrecargar la presentación con elementos superfluos que les distraigan.
- Las imágenes deben ser claras y sencillas, evitando elementos complicados que puedan introducir a la confusión.
- Cuidar la unidad de formato, color y estilo.
- Mediante técnicas de visualización progresiva, superposición y ocultamiento es posible elaborar una presentación más dinámica.

Cardona (2008), establece a modo de pasos el proceso para elaborar presentaciones multimedia:

Paso 1: Seleccionar el tema.

Paso 2: Fijar los objetivos: tipo de presentación, si es material de autoaprendizaje, material de apoyo a explicaciones colectivas, o presentación de un trabajo.

Paso 3: Determinar los destinatarios.

Paso 4: Desarrollar los contenidos textuales y determinar los multimedia necesarios.

Paso 5: Diseñar los elementos gráficos necesarios y seleccionar fotografías o ilustraciones necesarias.

Paso 6: Colocar textos y elementos multimedia.

Paso 7: Establecer posibles animaciones.

Paso 8: Establecer los vínculos: botones de acción, hiperenlaces y el sistema de navegación. Elaboración de índices.

Paso 9: Determinar las transiciones.

Paso 10: Realizar comprobaciones sobre su funcionamiento.

Según el sitio Benavente.com.mx (2007), las ventajas y desventajas de las presentaciones interactivas son las siguientes:

Ventajas:

- Es uno de los medios más completos y prácticos para el usuario.
- Resulta novedoso y atractivo por lo que crea mayor interés en el oyente.
- Facilita el aprendizaje, puesto que estimula todos los sentidos.
- Permite la interactividad.

Desventajas:

- Puede resultar muy costoso.
- Se requiere de un entrenamiento previo para el uso del medio.
- Se requiere de tecnología muy específica para que el trabajo resulte de calidad.
- Debe existir mucha orientación del expositor para la manipulación del medio por el oyente si fuere necesario.

Material publicitario

Según Muñiz (2006), se refiere a material publicitario como el conjunto de las diferentes piezas con fines publicitarias creadas y/o realizadas por la agencia, con un mismo eje creativo o denominador común. Además indica que entre el material publicitario se encuentran las obras audiovisuales y gráficas, así como todas las partes componentes de las mismas que constituyen los mensajes publicitarios de las campañas difundidas a través de cualquier medio y soporte considerados convencionales.

De acuerdo a García (1999), una campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes los cuales van relacionados y estos aparecen en diversos medios durante un periodo específico. Además una campaña publicitaria está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial, que se trata de un plan a corto plazo en el que por lo general ha de funcionar durante un año o menos, según lo planeado en su estrategia publicitaria.

Además García también aclara que una estrategia publicitaria se refiere al plan de la campaña, el cual surge luego de un análisis de la situación, en el cual se resume información relevante disponible acerca de la problemática, el cliente, su entorno competitivo al que se enfrenta, la industria y el grupo objetivo. Dicha información en su generalidad se obtiene con el uso de técnicas de investigación primaria y secundaria. Luego de haber realizado este análisis se establecen objetivos de la campaña; tomando en cuenta las necesidades que se detectaron, de manera que se pueda persuadir al grupo objetivo.

Bonta y Farber (1997), indican además que en el proceso de realización de una campaña publicitaria es indispensable contar con un concepto creativo el cual sea el que persuada al grupo objetivo y se quede en su mente, y que además será el tema central de la campaña publicitaria y sobre el cual girarán los diferentes anuncios que se realicen.

De acuerdo a Kor (2006), se presenta las etapas de una campaña publicitaria:

Campaña de Lanzamiento: en esta etapa se busca poner un producto o servicio nuevo en el mercado, de manera que la audiencia inicie por conocerlo, preguntar por él y buscarlo en el mercado.

Campaña de Mantenimiento: en esta etapa lo que se busca es lograr una relación con el consumidor, y la inversión de capital es menor que en la campaña de lanzamiento. En esta etapa se debe lograr un corte lógico entre los comerciales de lanzamiento y los que ahora se están presentando en su tiempo de duración para mantener la comunicación, que tiene como fin dar presencia de marca y recordar el concepto principal.

Campaña de Continuidad: su característica principal es que se basa en una variante de la campaña de mantenimiento, que tiene como objetivo primordial asociar en la mente del consumidor los conceptos del producto o servicio que se mostraban con anterioridad en el comercial original.

Campaña de Vuelo: En esta etapa la campaña continúa con el mismo comercial, pero este ya no aparece de forma continua en los medios; sino que de forma interrumpida o alternada por lapsos de tiempo un tanto prolongados.

También menciona Kor que parte importante de una campaña publicitaria es la estrategia de emisión, la cual se refiere a la estrategia de los medios en los cuales se va a pautar la campaña acorde a los objetivos publicitarios que se tengan. Algunos aspectos a tomar en cuenta para elegir los medios en los cuales se presentará la campaña son los siguientes:

- Saber a qué público va a dirigirse.
- Conocer a la audiencia.
- Saber cuál es la distribución de la cobertura geográfica que se quiere alcanzar.
- Cuál será la continuidad que se le dará a la campaña.
- El monto a invertir.
- El tipo de producto o servicio a publicitarse.

El conocer estos aspectos indica Kor servirá para definir los medios a utilizar ya que se conocerán los insumos necesarios para cubrilos.

Los medios en los que se dará a conocer la campaña son de suma importancia. Según Díez de Castro y compañía (1999), los medios son la vía de transmisión utilizada por la publicidad para llegar al público objetivo de modo que éste, al recibirlo, pueda reaccionar a la propuesta del mensaje. Cada medio ofrece a la audiencia diferentes opciones que se denominan soportes.

Royo (2002), explica también que los medios se dividen en medios masivos y en no convencionales.

Los medios masivos se clasifican en función del canal que emplean para crearlo y difundirlo, los cuales son:

- **Medios gráficos:** prensa diaria, revistas y dominicales
- **Medios auditivos:** radio.
- **Medios audiovisuales:** televisión y cine.
- **Medio exterior:** vallas publicitarias, gigantografías, moopies, carros móviles.
- **Medio on line:** internet.

Los medios no convencionales los cuales se caracterizan por ser una manera personalizada de llegar al público. Los medios deben elegirse en base a los objetivos publicitarios, tomando en cuenta el público al que va dirigido, quién es la audiencia de cada medio, la cobertura geográfica del mismo en la que es conveniente elegir aquel medio que tenga la mayor cobertura, la continuidad de la campaña y el monto a invertir.

Comenta Kor por su parte que al elegir los medios debe existir un medio dominante ya que durante un determinado período de la campaña los avisos se canalizan a través de un solo medio para lograr ser memorable para el grupo objetivo y luego de haber logrado este objetivo se puede pasar a un medio de apoyo.

Otra manera de poder lograr efectividad es elegir diferentes medios, trabajarlos todos con la misma intensidad en forma pareja, con la misma intensidad en todos y de forma continua. Esta estrategia suele ser muy efectiva según Kor (2006), para campañas de lanzamiento.

Creación de una campaña publicitaria:

No existe un proceso de creación específico para una campaña publicitaria, sino cada creativo lleva a cabo el proceso que para él sea más favorable. Sin embargo menciona Kor (2006), que para que una campaña pueda brindar resultados favorables para el anunciante se debe de estructurar una serie de pasos importantes a llevar a cabo para ofrecer un mensaje consistente. Con respecto a estos pasos Kor los enumera de la siguiente manera:

- Obtener la información necesaria, para esto el director creativo recibe el brief y todo lo que necesita para la empresa que quiere pautar.
- Hacer una propuesta de comunicación, siendo este aspecto lo primero que los creativos deben determinar, debido a que da los insumos acerca de qué es lo que se quiere comunicar, quiénes son el público y a quiénes se dirige la comunicación.

- Establecer la expresión creativa que es el enfoque que se le dará a la campaña, por medio de establecer un eje que apoyará por medio de slogan o palabras claves.
- Realización de las piezas, las cuales son los distintos avisos que componen la campaña.

Campañas Radiales

Acorde a Abularach (2008), una campaña radial es una secuencia de comerciales o spots publicitarios que comparten la misma plataforma de comunicación para transmitir diversos mensajes que convenzan, informen, persuadan y muevan a los oyentes a optar por ciertas marcas por encima de otras.

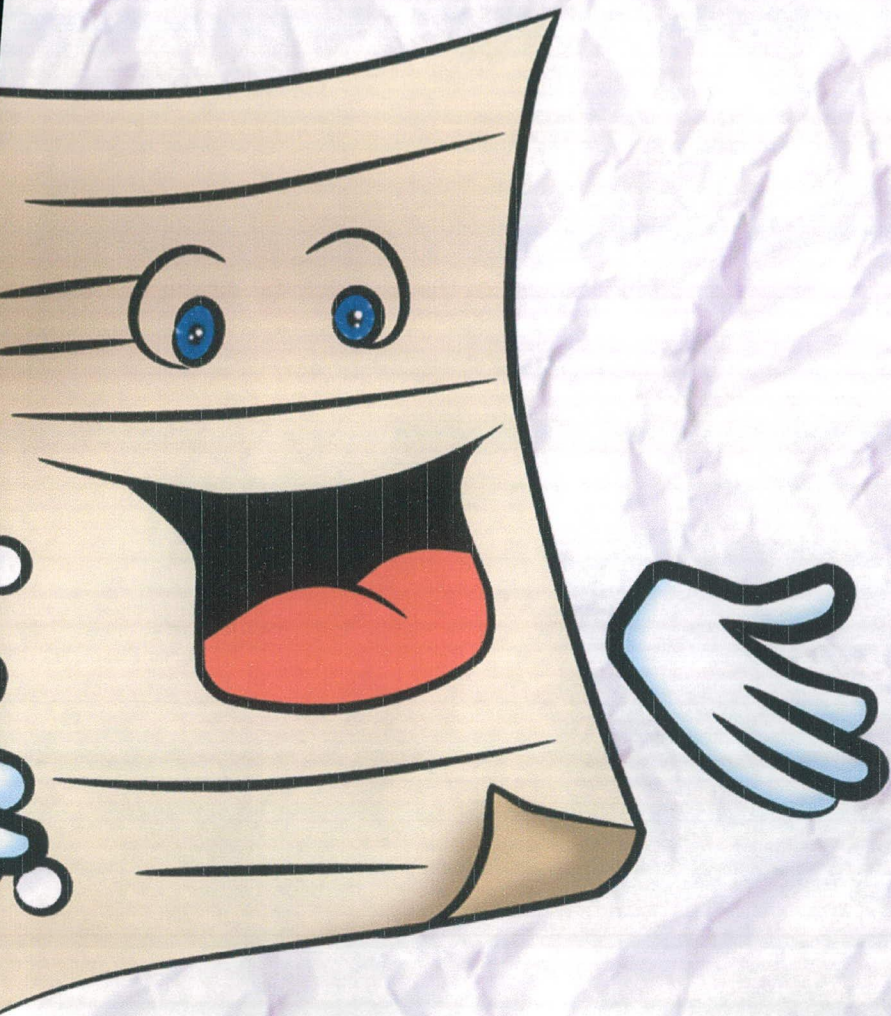
También comenta Abularach que cada comercial debe ser una continuidad del anterior y debe contribuir a elevar el valor sentimental de los consumidores hacia la marca que se anuncie. Pues por medio de los sentimientos se llega a mover a las personas con más facilidad que apelando a la razón.

Leiva (2008), indica que es importante que los comerciales se estructuren de tal forma que contengan expresiones positivas y describan situaciones que ayuden a las personas a imaginarse consumiendo la marca del comercial. Puede confiarse en la penetración del medio cuando se opta por campañas radiales, pues de este medio de cada 100 hogares guatemaltecos solamente 2 no cuentan con radios.

Beneficios de desarrollar una campaña publicitaria radial

Según Leiva (2008), algunos aspectos positivos de manejar campañas radiales para publicitar marcas y productos son los siguientes:

- Es un medio lo suficientemente flexible para que se puedan hacer cambios inmediatos de acuerdo al comportamiento del mercado y las necesidades de la marca.
- Es lo suficientemente bueno para entretener a su cliente sin desviar su atención y sin robarle tiempo.
- Es un medio que está presente en hogares, oficinas y carros.
- Llega a todos los estratos sociales, niveles socioeconómicos, culturales y además, debe ser muy efectivo.
- Es un medio en el que nada sea imposible de hacerlo.
- Cobertura y penetración a nivel nacional, respectivamente hablando de la radio en Guatemala.



Grupo Objetivo



6. Definición del Grupo Objetivo

A continuación se presenta el perfil demográfico y psicográfico de los niños y los adultos, que se estructuró con datos relevantes proporcionados por la empresa PRODATOS de su oleada del 2003 (ver Anexo 4: PRODATOS, Niveles Socio-económicos), de entrevistas a dos expertos en el área de psicología que apoyaron con su experiencia (ver Anexo 5: ENCUESTA A EXPERTOS EN PSICOLOGÍA) y de la información que se obtuvo de los instrumentos realizados en agosto de 2007, los cuales se encuentran en Anexo 6: ENCUESTA A GRUPO OBJETIVO, Anexo 7: RESPUESTAS DEL GRUPO OBJETIVO, NIÑOS Y ADULTOS.

6.1 Perfil Demográfico

El grupo objetivo está clasificado en dos grupos, ambos de igual importancia quienes son:

- Adultos de 20 años en adelante
- Niños de 7 – 12 años.

Adultos:

Integrado por personas de 20 años en adelante ya que ellos son los que participan en la enseñanza de los niños y les instruirán, guiarán e influenciarán siendo ellos los responsables de llevar a cabo el programa del reciclaje. Además en este rango de edad se encuentran quienes ya trabajan y dirigen empresas e instituciones.

Su nivel socio económico oscila entre el rango B y C1, aproximadamente tienen un ingreso de Q.38,000 – Q. 23,000. Las ocupaciones del jefe del hogar tienden a ser empresarios, profesionales, comerciantes y gerentes ya que un 90% de ellos han asistido a la Universidad. Tienen teléfono, televisión, vehículo y cable en su hogar (PRODATOS 2003).

El 100% del grupo objetivo tiene teléfono en su hogar y un 81% además posee celular personal. Un 100% tiene televisión y computadora, por lo tanto entre los servicios que reciben esta el cable/TV satélite en un 100% e internet en un 87% (PRODATOS 2003).

Lepe (2007), indica que en la mayoría de los casos ambos padres salen a trabajar y utilizan los fines de semana para salir, visitar a sus conocidos y familiares, hacer el supermercado e inclusive para actividades recreativas que en su mayoría las llevan a cabo en familia.

Niños:

Está comprendido por los niños y jóvenes en edad escolar de 7 – 12 años, del mismo nivel socio-económico que los adultos. Se desenvuelven en dos ámbitos muy importantes para ellos los cuales son el colegio y el hogar.

Cabe recalcar que es importante la participación que tienen los niños en la recolecta de desechos y en el reciclaje por lo que formaran parte del grupo objetivo.

Según Lepe (2007), a esta edad los niños asisten al colegio o instituto que sus padres le han designado de acuerdo a sus capacidades económicas, en donde inician sus primeras relaciones en sociedad. Además la mayoría de ellos cuenta con internet y cable en su casa y algunos de ellos con celular por lo tanto están acostumbrados a los nuevos sistemas tecnológicos y debido a esto, prefieren navegar en la web en sus tiempos libres llegando a ser este, uno de sus pasatiempos predilectos.

6.2 Perfil Psicoanalítico

Los niños de 7 – 12 años:

En estas edades en las que se encuentran, indica Lepe (2007), que es una edad en la que se juntan dependiendo de su sexo, los hombres son más bruscos y las mujeres empiezan a preocuparse por su imagen. Compiten entre ellos y les gusta ganar a toda costa.

Gustan de las actividades al aire libre, asisten al colegio y empiezan a formar sus grupos de amigos. Les agrada ir a los centros comerciales con su familia aunque no siempre sea una salida de consumo, lo cual generalmente ocurre los fines de semana. Empiezan a buscar independencia, ya no les gusta que se les diga que hacer, que se les mande u ordene y menos que se les diga como vestirse.

Es en estas edades cuando inician a descubrir a desarrollar sus habilidades. En el caso de los hombres a la mayoría le gusta jugar pelota y más específicamente el fútbol y los video juegos comienzan a ser parte de sus pasatiempos. Las mujeres inician a experimentar cambios al llegar a la edad de 10 u 11 años, empiezan a dejar las muñecas y les llama más la atención iniciar a hacer cosas en las que imitan a adultos como maquillarse o peinarse diferente. Las imágenes que les gustan son las caricaturas y los personajes.

Al ir llegando a los doce años su mentalidad va cambiando y buscan su independencia. Se desenvuelven en dos ámbitos muy importantes para ellos que son el colegio y el hogar. Si se habla del ámbito del colegio, escuela o instituto, los alumnos se rigen por las normas de limpieza y recolecta de desechos que el establecimiento lleve a cabo y los maestros son a quienes les corresponde velar por dicha tarea. Además si se habla del ámbito del hogar los padres son los que inculcan en los hijos el modo de manejar la recolecta de desechos.

Según el sitio urbanext.uiuc.edu (2007), en la etapa de niñez el desarrollo de los niños es constante, por lo que su actividad física suele verse en práctica al saltar, correr, dar vueltas, jugar, bailar, ya que tienen mucha energía para desarrollar cada una de estas actividades, por lo que es una buena edad para ponerles tareas en casa que contribuyan con la limpieza y el orden.

Por otro lado también están en la etapa de aprender y por lo tanto tal como lo reflejan las respuestas de la encuesta realizada, en su mayoría durante su tiempo libre gustan de tomar cursos, ya sea natación, fútbol, pintura, dibujo, un instrumento musical, karate, etc.

Debido a esta energía que ellos manejan, sus gustos suelen ser enfocados a objetos que simulen movimiento, tal como lo expresado en las respuestas de la encuesta, siendo la forma que más les llama la atención los espirales.

La tipografía irregular tiende a ser la más agradable para ellos, aunque esta no sobrepasa a un 50% de su preferencia en los encuestados, igualmente es en la forma geométrica que les llama la más la atención es el cono en un 50%. Con respecto al tipo de caricatura por el cual sintieron mayor agrado mencionaron ser aquel en el que se destaquen algunas características anatómicas, siendo los animales los personajes de su mayor agrado.

Según los resultados de la encuesta, los niños entre las edades de 7 – 12 años les gustan los cuentos e historias, además se relacionan en su gran mayoría con el color azul y rojo, ambos colores muy fuertes y opuestos en la psicología del color. Por otro lado indican que el color con el que reconocen naturaleza es el verde casi que en un 80%, por lo que en ellos es fácil interpretar que se les esta hablando de la naturaleza y su cuidado si en ella se utiliza el color verde.

Acorde a los resultados vistos, los niños han aprendido a depositar la basura apropiadamente en un 64%, lo cual indica Velásquez (2007), ha sido una educación y enseñanza que han adquirido debido a las pequeñas tareas que realizan en casa, sin embargo la mayoría de los niños aún no han aprendido acerca del reciclaje, tal como lo muestra la pregunta 10 de la encuesta, ya que en los resultados se puede observar que ni siquiera el 50% de los niños encuestados pudieron identificar el signo que comúnmente se utiliza para simbolizar reciclaje. Por lo tanto, se logró percibir que no tienen el hábito de reciclar ya que únicamente tiran la basura y no conocen el proceso de reciclaje de recolectar, separar, renovar y reutilizar.

Adultos:

Casi la mayoría que conforman este grupo objetivo son empleados de diversas empresas, instituciones y colegios. En su mayoría son personas independientes, manejan un horario y citas sobre las cuales rigen su tiempo. En algunos casos viven solos o bien ya han formado su familia. Sus hábitos de consumo son diversos, pero en su generalidad manejan un presupuesto, dedican un tiempo a leer el periódico y estar informados.

Para Ávila (2006), un adulto maduro se distingue por las siguientes características:

- Es capaz de controlar adecuadamente su vida emocional, lo cual le permite afrontar problemas con mayor serenidad y seguridad que en las etapas anteriores del desarrollo.
- Se adapta por completo a la vida social y cultural, formando a la vez su propia familia.
- Reconoce y valora sus propias posibilidades y limitaciones.

- Logra tener una percepción objetiva de la realidad, lo cual le da una pauta importante que tomará en cuenta para comportarse con mayor eficacia y con sentido de responsabilidad.

En alguno de los casos solo están buscando ser aceptados por la sociedad, buscan hacer compromisos con otros, y si no tiene éxito puede sufrir de aislamiento. Se preocupa por establecer y guiar a la siguiente generación, de lo contrario tiene sentimientos de pobreza personal.

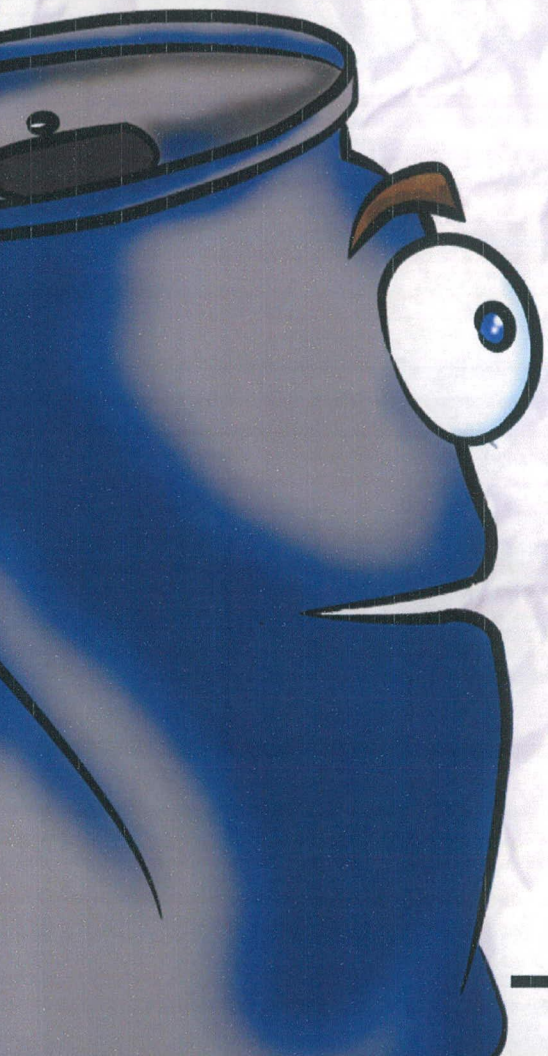
Después de haber encontrado su identidad en la juventud, el adulto busca hacer realidad en esta etapa aquellas cosas que descubrió que deseaba y se empeña por realizarse trazándose metas que le lleven a lograr sus ideales. De esto dependerán todas las cosas que haga, los lugares a los que asista, sus amistades y grupo social en el que se desenvuelva.

Debido al carácter objetivo que desarrolla el adulto, sus gustos y aficiones cambian significativamente, en comparación con sus gustos en su etapa de adolescencia, tal como lo muestra las respuestas de la encuesta realizada, ya que en esta etapa, ellos prefieren la fotografía en comparación con las ilustraciones. Además los personajes prefieren que sean personas y ya no súper héroes como los niños y adolescentes. En vez de elegir una revista social, eligieron una revista de temas culturales, informativos e históricos como la National Geographic, a pesar que no tienen el hábito de la lectura, por lo tanto, en su mayoría no llegan ni a leer 2 libros mensualmente.

Con respecto a los colores y las formas, ellos prefieren tanto el azul como el rojo ya que con ellos se identifican. El color con el que identifican naturaleza es el verde y la forma que les llama más la atención en el espiral ya que tienden a ser personas dinámicas, además concordaron con el grupo objetivo de los niños que las formas que son de interés para ellos son las curvas y las vueltas. De hecho con respecto a características de las tipografías prefieren las tipografías con características irregulares.

En este caso también cuando se les habla de imágenes a ellos les agradan los dibujos, y en su tiempo libre prefieren ir al teatro ya que es una actividad más tranquila y artística, según como se puede observar en sus respuestas dadas en las encuestas.

Según los resultados de la encuesta, se puede decir que los adultos mantienen el hábito de depositar la basura en recipientes y esto lo han enseñado a los niños de acuerdo a Velásquez (2007), sin embargo en ellos no existe el hábito de reciclar los desechos, ya que han crecido con la costumbre de colocar todo en un mismo lugar sin importar el tipo de desecho que sea y de esta manera lo han inculcado en la generación que les sigue.



Conceptualización



7. Proceso de Conceptualización

Para llegar al concepto central se trabajó bajo el método de Opuestos. El proceso que se llevó a cabo fue el de realizar dos columnas, una que describa cosas positivas del reciclaje y del lado opuesto se colocaron cosas que describieran el contrario de la palabra indicada en la columna anterior (ver todos los opuestos en el anexo 8: CONCEPTUALIZACIÓN), tales como:

LO POSITIVO	LO NEGATIVO
salvar	matar
preservar	destruir
clasificar	desordenar
transformar	mantener
natural	artificial
puro	tóxico
recolectar	dispersar
limpio	sucio
purificar	contaminar
ayudar	perjudicar
conjunto	disuelto
unir	soltar
nuevo	viejo
agrupar	desagrupar

Estos opuestos sirvieron para realizar frases descriptivas (ver anexo 9: Frases conceptuales), entre las que se seleccionan las siguientes:

- **Agrandando la naturaleza:** esta frase se seleccionó debido a que hace referencia a ir dándole un mayor valor a la naturaleza y apoya al ser un concepto que a los niños les pueda llamar la atención por incentivar a la acción de dar y dar para que algo aumente.

- **Añadiendo vida a los desechos:** gracias a la importancia que se le da a la acción de renovar en esta frase, se seleccionó para que por medio de ella se pueda incentivar al grupo objetivo a actuar en bien de la naturaleza, por medio de reutilizar la materia prima y volverle a dar uso a lo que se consideraba como basura.
- **Mezclando piezas naturales:** la acción de mezclar hace referencia al proceso de recolectar, sin embargo puede ser malinterpretado como revolver en un mismo conjunto cualquier tipo de desecho, lo cual es en contra del proceso de reciclaje.
- **Renovando piezas en deterioro:** con esta frase se busca resaltar el valor que tienen los objetos viejos o desechos, pero al estar hablando de piezas puede ser muy ambigua su interpretación, ya que inclusive hasta puede considerarse como una obra de arte, que realmente no tiene nada que ver con reciclaje.
- **Alterando la naturaleza gastada:** el hecho de alterar hace referencia a un cambio drástico, lo cual puede resultar pesado para el grupo objetivo.
- **Recolectando ayuda:** esta frase hace un llamada a la voluntad de las personas de ayudar en el proyecto de reciclaje, sin embargo esta frase no describe que clase de ayuda se espera de parte del grupo objetivo de manera que puedan ellos involucrarse tomando un papel.
- **Desarmando energía:** esta frase puede entenderse como si se esperara una acción negativa, debido a que habla de destruir algo muy potente como la energía.

Se consideró que estas frases apoyan a la parte gráfica de diseño, por ser estos prácticos para el desarrollo de su grafismo, de manera que este se incorpore en los materiales a realizar y a la vez describa al reciclaje, sin embargo algunas de ellas podrían provocar un llamado contrario al que se quiere dar a entender. En general el valor que tienen estas frases conceptuales es que sitúan escenarios naturales de renovación y recalcan la importancia de reciclar, tal como se expresa en las siguientes frases seleccionadas: Añadiéndole vida a los desechos, Renovando piezas en deterioro, Alterando la naturaleza gastada y Recolectando ayuda.

Por el contrario la frase conceptual Mezclando piezas naturales da la sensación de mutaciones o creaciones que no son reales que podría ser un aspecto que no se lograra comprender por el grupo objetivo o bien halla confusión al intentar graficarlo.

7.1 Concepto Central

De los conceptos mencionados anteriormente los cuales ya habían sido selectos por apoyar la parte gráfica del material, se buscó también la opinión del grupo objetivo y de algunos diseñadores, a los cuales se les preguntó cuál frase entendían mejor, y cuál les llamaba la atención, eligiéndose así **Añadiendo vida a los desechos**, tanto por apoyar a nivel gráfico el uso de diferentes elementos como también por acoplarse al grupo objetivo ya que puede a la vez ser utilizado como slogan de la siguiente manera: Añade vida al mundo, Añade vida a la naturaleza, recicla!

El significado de este concepto es describir el objetivo del reciclaje, el cual es permitir que la naturaleza tenga una vida más prolongada por medio de reciclar los desechos y darle a estos un nuevo uso, una nueva vida que permitirá y ayudará a que los árboles y la naturaleza no sean dañados tan constantemente como ocurre actualmente. Está enfocado hacia el grupo objetivo de los adultos, ellos generalmente viven en monotonía debido a las responsabilidades diarias a las que se enfrentan, por lo que el añadir hace referencia de una nueva experiencia cada vez que se adhiere en el reciclaje a manera de que ellos se sientan animados a dirigir y llevar a cabo el programa de reciclaje.

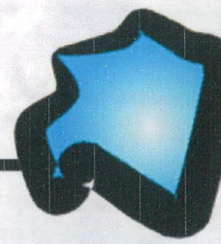
7.2 Concepto Complementario

Se realizó un concepto complementario que fuera ligado al central para que complemente las diferentes piezas, siendo el siguiente: **Agrégale vida a la naturaleza, recicla!.** Este concepto se eligió a manera de apoyar gráficamente los materiales enfocados a los niños por medio de una frase que pueda ser comprendida fácilmente por ellos.

El objetivo de este concepto es que los niños conozcan el beneficio que trae el reciclar que es el darle vida a la naturaleza. Se acopla al grupo objetivo debido a que es en la edad de los niños en la que les gusta estar entre la naturaleza, por lo que es el momento apropiado para aprender a cuidarla y ayudar a que esta se conserve.



*Contenido del
material gráfico*



8. *Contenido del Material Gráfico*

8.1 *Contenido del texto*

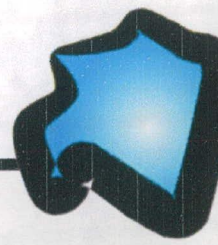
- ¿Quiénes somos?, Misión y Visión
- Los estilos de vida generan desechos
- Tipos de Residuos
 - Orgánicos
 - Inorgánicos
 - ¿Qué pasa con los residuos?
- Causas
- Ley de las Cuatro r's
 - Rechazar
 - Reducir
 - Reutilizar
 - Reciclar
- Separar desechos
- ¿Qué se puede reciclar?
 - Papel
 - Vidrio
 - Plástico
 - Metal
- Resultados del proyecto
- ¿Qué ofrecemos?
- Talleres y capacitaciones

8.2 Tabla de requisitos

Elemento de Diseño	Función	Tecnología	Expresividad
Color	Identificar el tema y familiarizarse con aspectos del reciclaje	Azul, amarillo, naranja, rojo y verde, RGB para los materiales digitales y CMYK para los impresos, en tonos saturados	Ánimo
Ejes y retícula	Establecer jerarquías y orden visual	Armonía con el formato por medio de combinar líneas, estructuras y ejes en diferentes ángulos tales como inclinados y convergentes. Delimitar espacios y formas de los elementos gráficos integrados a los ejes establecidos.	Movimiento
Imágenes e ilustraciones	Dar una relación acerca del tema del reciclaje y ejemplos del contenido	Ilustraciones a mano y en freehand mx, a las que se les añadirá color en Photoshop en modo RGB	Vida
Tipografía			
Titulares	Establecer jerarquías que destaquen el tema del que se hable	San serif, de diferentes grosores, en bold, combinación de terminaciones irregulares, integración de diferentes ejes que pueden ser inclinados y curvos	Dinamismo
Cuerpos de texto	Facilitar la legibilidad	Tipografía san serif, Light, Gill Sans, Arial o Century Gothic, de peso medio ó light, interlineado aproximado de 3 pts., con trazos redondos, tamaños entre 12 – 30 pts. dependiendo del material donde sea utilizado	Claridad



*Medios y formas de
distribución*



9. Medios y Formas de Distribución

9.1 Estrategia de Implementación

Primeramente se implementará el material publicitario que consiste en un reel de 4 spots, que llegarán a nivel nacional por la radio; dando a conocer a Amigos de la Naturaleza a manera de que las personas establezcan un contacto con ellos y hacer uso de los servicios con los que cuentan. El reel saldrá durante un año, uno por uno por el espacio de un trimestre cada uno, hasta completar el año al aire.

El plan de esta campaña inicia con el spot de lanzamiento, el cual se anunciará los servicios que prestan e incentivará a hacer el contacto con Amigos de la Naturaleza. Seguido del este, se cambiará por un spot de mantenimiento con el que se buscará darle presencia a Amigos de la Naturaleza a nivel nacional, luego se tendrá el spot de continuidad en el cual se recordará la importancia de reciclar y por último el spot de vuelo que tiene como objetivo principal hacer mención del hábito de reciclar como un aspecto perdurable en la vida diaria a manera de que siempre se tenga un contacto con Amigos de la Naturaleza.

De la mano con los spots se distribuirá por medio de la web a la base de datos de Amigos de la Naturaleza 4 diferentes mailings, para que apoyen los textos de los comerciales.

Los contactos que adquieran Amigos de la Naturaleza, deberán programar visitas para informarles por medio de la modalidad de charlas la importancia de reciclar, valiéndose del material informativo que es la presentación interactiva o el rotafolio.

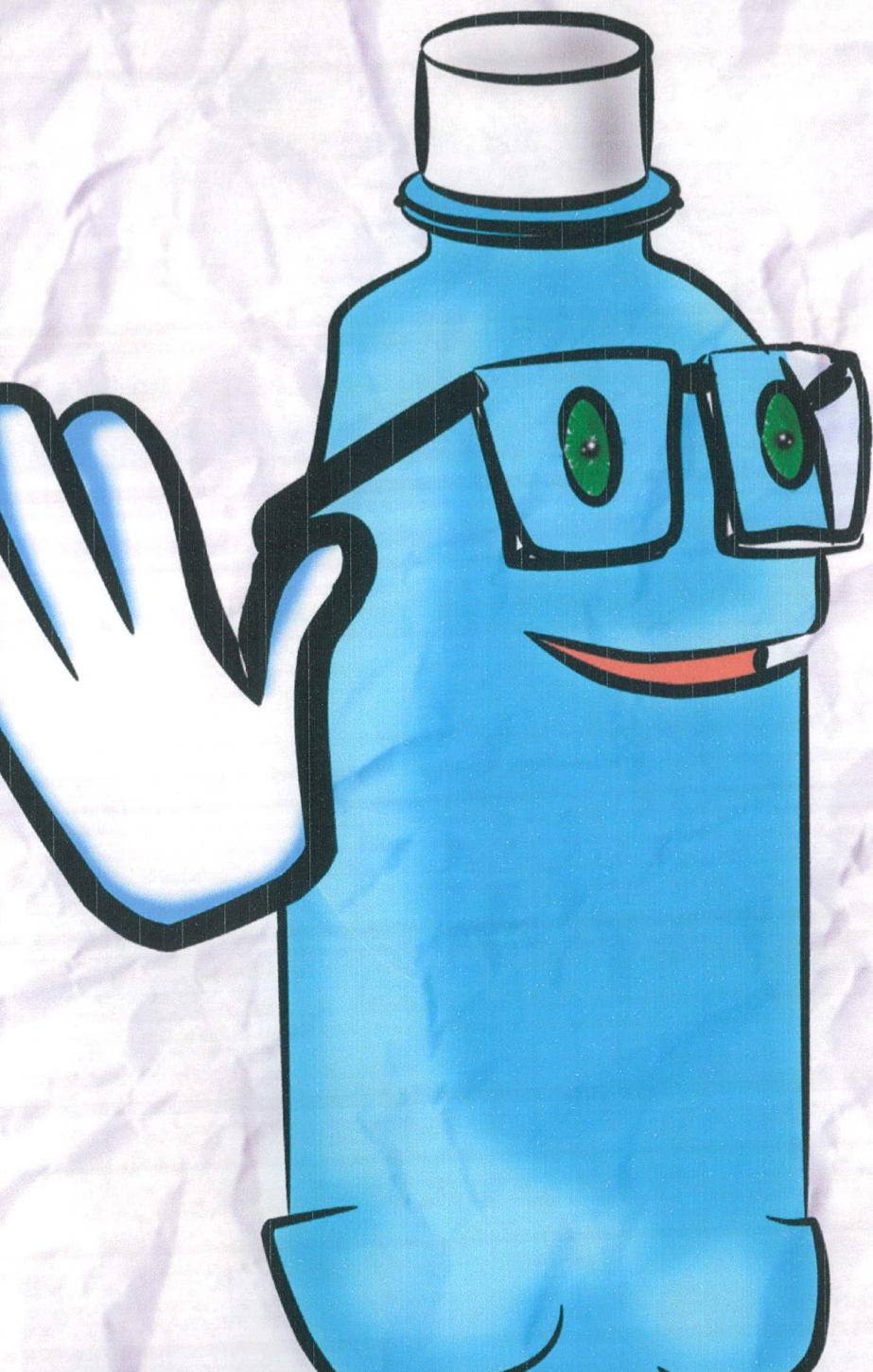
Estratégicamente la programación debería de ser por áreas, para que cada mes estén visitando diferentes lugares.

A continuación se presenta el calendario desglosado del año en el que se llevará a cabo la campaña publicitaria, y su estrategia de implementación:

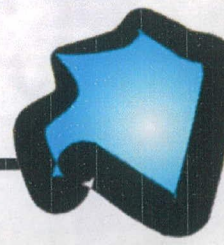
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4	1-2-3-4
Pieza	Spot de lanzamiento			Spot de mantenimiento			Spot de continuidad			Spot de vuelo		
	Mailing 1			Mailing 2			Mailing 3			Mailing 4		
		Presentación interactiva										
		Rotafolio										

9.2 Descripción de cada pieza

Pieza Propósito	Medio		Responsable	Forma de Distribución	
	Físico	Carácter		Duración	Lugar
Reel de 4 Spots , dar a conocer a Amigos de la Naturaleza para que las personas hagan contacto con ellos	Auditivo	Material Publicitario	Licda. Claudia Velásquez, Gerente	Enero – Diciembre 2009 En horario AAA (5:00 am. – 7:00 pm) 15 seg.	Emisoras Unidas 89.7 con 25 frecuencias a nivel nacional en las cuales se transmitirá el reel de spots. Su audiencia se estima en más de 2,924,235 oyentes a nivel nacional
Mailings interactivos , publicitar a Amigos de la Naturaleza y establecer contacto con ellos	Digital	Material Publicitario	Licda. Claudia Velásquez, Gerente	Enero – Diciembre 2009 en la base de datos de Amigos de la Naturaleza	Correo electrónico
Presentación interactiva , informar acerca del reciclaje	Digital	Material informativo	Licda. Claudia Velásquez, Gerente	Febrero – Diciembre 2009	Colegios e institutos
Rotafolio , informar acerca del reciclaje	Impreso	Material informativo	Licda. Claudia Velásquez, Gerente	Febrero – Diciembre 2009	Empresas y colegios



Bocetage



10. Bocetaje y Propuesta Preliminar

Etapas No. 1: Selección de paleta de color

El reciclaje está normado por colores en las diferentes áreas que se dividen los desechos al ser recolectados: azul para papel, amarillo para metal, anaranjado para plástico y verde para vidrio, con los que el grupo objetivo debe de irse familiarizando. Por lo tanto únicamente se busca con la paleta de color el poder encontrar el nivel de saturación que logre armonía entre ellos, realizándose un análisis de los siguientes matices:



Este estudio que se llevó a cabo se basó en poder definir la integración de los 4 colores identificados en RGB para favorecer a los materiales, ya que se trabajaran en su mayoría digitalmente. La selección de matices se definió dándole diferentes niveles de blanco y negro a los colores, realizándose una escala que gradualmente cambiará a manera de permitir elegir el matiz que proporcionará la sensación de ser armonioso.

Al estar realizando el estudio de los matices se percibió que los colores que tenían un mayor nivel de blanco resultaban ser muy luminosos y cansados a la vista considerando el uso que se les dará digitalmente en la presentación, tal como es el caso de la opción A y B.

Además también se percibió que los matices que tienen un nivel mayor de saturación del negro, resultan ser colores muy opacos que tienden a verse apagados, los cuales tienden a percibirse aburridos para quien los observa, como es el caso de las opciones D y E. Por lo tanto se tomará en cuenta la opción C como la paleta de color a utilizar, ya que por ser intermedia entre las otras, maneja un balance en su nivel de saturación, que visualmente permite que los matices jueguen en mayor armonía.

A esta paleta de color elegida se le agregará el negro, ya que con este color se definirán bordes y se utilizará para sellar colores e imágenes.

Opción C: paleta de color elegida



Etapas No. 2: Selección de tipografías

Se inició la selección de la tipografía de acuerdo a los siguientes criterios establecidos en la tabla de requisitos:

2.1 Titulares:

- San serif
- Diferentes grosores en su trazo
- Diversidad en sus pesos, light, medium o bold
- Expresión: Dinamismo

En base a los aspectos mencionados con anterioridad se escogieron algunas tipografías que tienen cambios en su estructura, que no lleven serif, con ejes inclinados y a la vez con trazos curvos en sus formas para que se distinga dinamismo.

A manera de implementar el concepto en la tipografía, se eligieron algunas fuentes que parecieran haber sido escritas a mano para poder simular que alguien las había realizado, por lo tanto cada una tiene el aspecto de haber sido trazada por definirse en ellas diferentes grosores, dinamismo por ser letras continuas con ejes curvos en su trazo y también porque en ellas se perciben diferentes pesos en sus rasgos.

La tipografía Aaaight es letra de molde redonda y médium, maneja un estilo similar al trazo que se realiza en los grafitis.

¡Añádele vida a los desechos, recicla!

La tipografía Crazy Killer pareciera haber sido escrita en mayúsculas con rayas.

DALE VIDA A LOS DESECHOS. RECICLA!

Rock it destaca por ser un trazo antiguo, que se maneja por medio de una fuente que se visualiza con una textura de ser gastada.

Añádele vida a los desechos. recicla!

Staccato BT maneja ángulos inclinados en una fuente de escritura en carta, que da una sensación de dinamismo por la secuencia que se visualiza en las palabras.

¡Añádele vida a los desechos, recicla!

Vinner Hand ITC es una tipografía de molde que maneja un biselado diferente en su trazo, sus bordes son puntiagudos, lo cual le resta dinamismo a sus trazos.

¡Añádele vida a los desechos, recicla!

De las tipografías seleccionadas se escogieron los tipos Rock it y Staccato, ya que en cada una tiene características que apoyan el concepto, la tipografía Rock it, por tener una textura de ser gastada como una representación de ir usando las cosas a pesar de que su tiempo de vida haya terminado y la tipografía Staccato porque debido a sus rasgos ligeros y continuos pareciera haber sido trazada.

Ya que ambas apoyan el concepto de diferente forma, se combinaron en los titulares; a manera de que salgan de lo común y funcionen como un punto focal hacia palabras importantes en cuanto a la cultura del reciclaje que debería de generarse en la actitud de quienes reciclan, siendo de la siguiente manera:

¡Añádele vida a los desechos. recicla!

Nuestro estilo de vida genera desechos

Qué puedo hacer para evitar la contaminación?

Nuestro aporte con este proyecto

El hecho de tener un tipo irregular bold en el desarrollo de los titulares es para ayudar a diferenciarlos de los cuerpos de texto a manera de ubicar al lector, tal y como se estableció en la funcionalidad de los titulares en la tabla de requisitos.

A manera de integrar la tipografía con la paleta de color, se realizaron pruebas para visualizar el contraste y legibilidad que se pueda dar con los colores y el negro.

- a. **Nuestro** *estilo de vida* **genera desechos**
- b. **Nuestro** *estilo de vida* **genera desechos**
- c. **Nuestro** *estilo de vida* **genera desechos**
- d. **Nuestro** *estilo de vida* **genera desechos**
- e. **Nuestro** *estilo de vida* **genera desechos**
- f. **Nuestro** *estilo de vida* **genera desechos**
- g. **Nuestro** *estilo de vida* **genera desechos**

De los estudios realizados se percibió que los tonos amarillo, anaranjado y verde son colores que no se perciben desde lejos y que de igual manera resulta ser un tanto complicada la legibilidad en el azul, por lo tanto se consideró como la mejor opción el color negro porque permite ser legible a larga distancia.

2.2 Cuerpos de texto:

En el caso de los cuerpos de texto, únicamente se deseaba que no resultaran ser pesados a la hora de la lectura, siendo seleccionadas de acuerdo a los siguientes criterios establecidos en la tabla de requisitos:

- San serif
- Light
- Permitir descansos visuales

Las tipografías que se tomaron en cuenta por cumplir con este criterio son las siguientes:

Gill Sans MT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

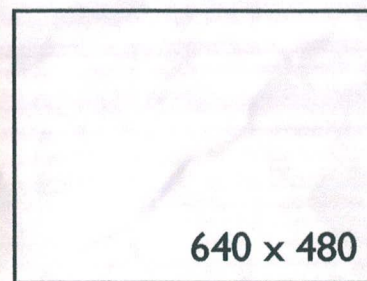
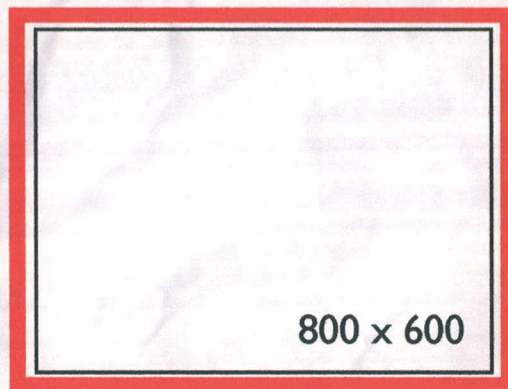
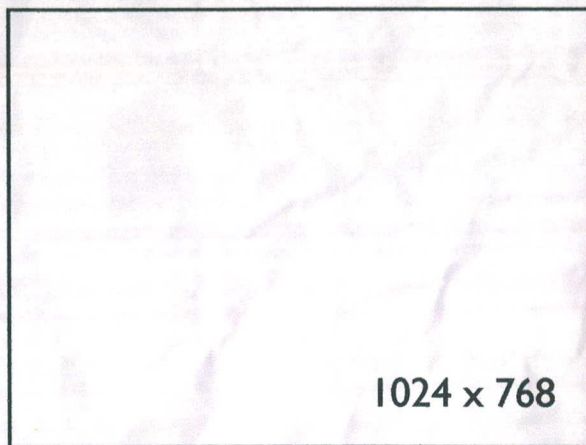
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Las fuentes escogidas son en base al criterio de ser médium o light y san serif a manera de evitar que se vuelva difícil de leer, cada una de estas cumple con estos aspectos, sin embargo se eligió la tipografía Gill Sans MT, por ser la menos light y por favorecer a que el material pueda ser leído de una distancia mayor debido al peso que ofrece.

Etapla No. 3 Selección del formato para los diferentes materiales

Presentación interactiva

En la diversidad de tamaños que existen se investigó que el formato más recomendado para presentaciones interactivas es el de 800 x 600 píxeles, debido a que la presentación ocuparía casi el tamaño de la pantalla o bien la pantalla completa, dependiendo también de la resolución en la que esté programada la pantalla, ya que si fuera una pantalla más grande podría ser que no alcanzara a visualizar por completo la presentación en el equipo, o bien un formato más pequeño no favorecería a que sea legible a larga distancia.



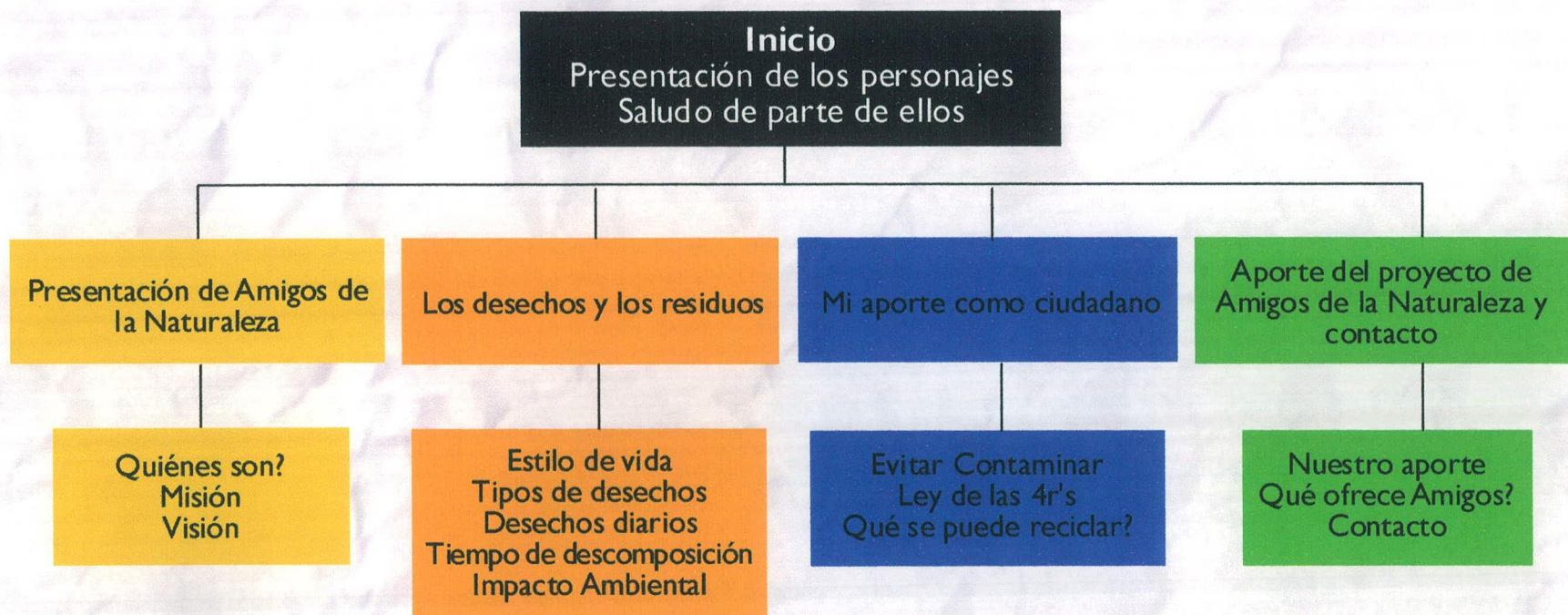
3.1 Mapa del sitio

A manera de estructurar la presentación interactiva se desarrolló el mapa del sitio por medio de definir secciones para los temas principales e identificarlos con un color de la paleta mencionada anteriormente, siendo de la siguiente forma:

1. Presentación de Amigos de la Naturaleza – color amarillo
2. Acerca de los desechos y residuos – color anaranjado
3. Mi aporte como ciudadano – color azul
4. Aporte del proyecto de Amigos de la Naturaleza y contacto – color verde

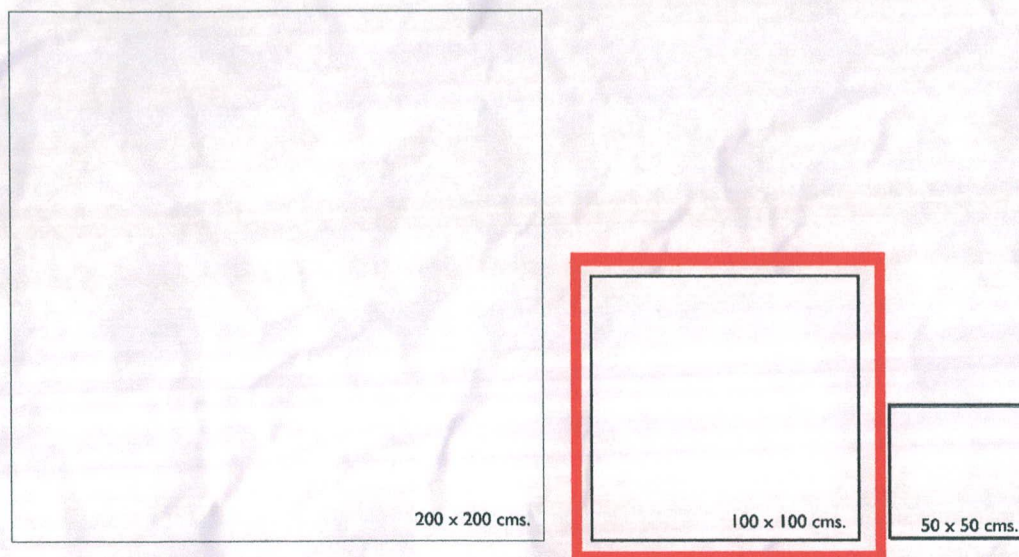
Estas secciones que se utilizaran en la presentación, también se implementarán en el rotafolio por ser la versión impresa de este material.

A continuación se presenta el mapa del sitio de la presentación interactiva:



Rotafolio

Al igual que la presentación este material debe ser de una dimensión grande para que pueda ser visualizado en espacios amplios, tales como salones de clases, salas de sesiones o auditorios.



En éste caso se eligió un formato de tamaño medio ya que el formato de dos metros cuadrados se volvería complicado para trasladar de un lugar a otro y para manipularlo por parte del orador a la hora de la charla, y un formato de 50 cms. cuadrado quedaba muy pequeño para poder ser visualizado a distancias mayores. Por estas razones se eligió un formato intermedio ya que su dimensión favorece para poder ser utilizado cómodamente.

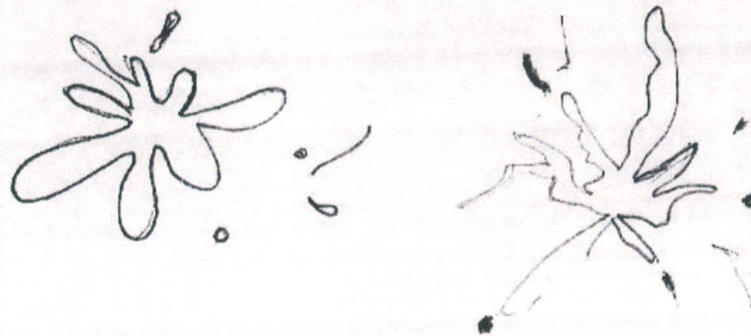
Etapas No. 4 Elementos gráficos

El bocetaje de los elementos gráficos se inició con el desarrollo de formas que se interpretarán como transformaciones para simular renovación e identificar el tema del reciclaje a través de los mismos. Estos elementos apoyan con formas curvas a manera de expresar vida.

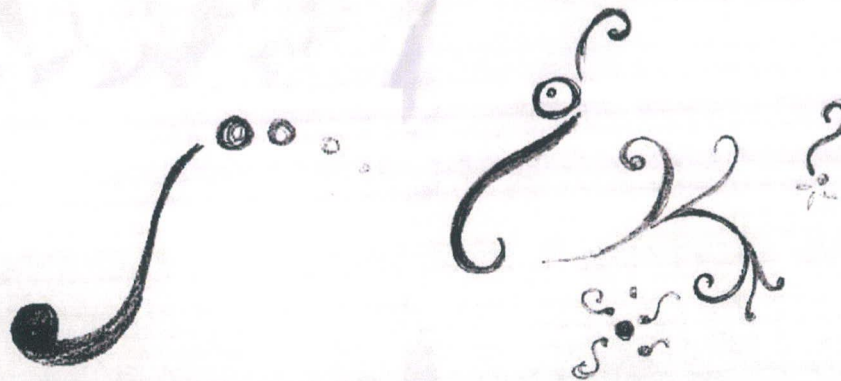
Muestras gráficas de estos elementos:



I. Círculos:



2. Manchas (rasgos curvos en sus trazos):



3. Colochos:

El hecho de tener únicamente formas y objetos no permitía que se lograra denotar el concepto de añadir vida ya que no alcanzaban el nivel de movimiento y dinamismo que apoyara en su representación, tal como se había establecido en la tabla de requisitos.

Por lo tanto se pensó en otra forma de poderle dar vida a los desechos, surgiendo la idea de poder convertir algunos elementos que clasifican el reciclaje en personajes, para lo cual se desarrollo su tabla de requisitos que es la siguiente:

Elemento de Diseño	Función	Tecnología	Expresividad
Personajes	Formar parte de los tema e identificarlos	Ilustraciones a mano redibujadas en Freehand MX	Compañerismo y amistad

Etapas No. 5 Desarrollo del perfil del personaje

Inicialmente se consideró el desarrollar un grupo de personajes a manera de identificar las diferentes áreas del reciclaje que existen, sin embargo pensando en que los personajes serán utilizados a lo largo del material y siendo que los mismos se deben de identificar con el tema se desarrollará un personaje de forma no definida para que este funcione en cualquier área que se esté manejando.

Su perfil es el siguiente:

Clase Social: Medio alta (C1) - Alta

Nacionalidad: guatemalteca

Sexo: indefinido

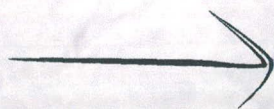
Descripción física: sonriente, amigable, de ojos grandes, pequeño de tamaño y limpio.

Ha desarrollado la aptitud de hablar en público porque en varias circunstancias le toca dirigirse a grupos grandes. Por lo tanto no es tímido, sino que es sociable y colaborador, en especial cuando se habla de ayudar a limpiar.

Etapas No. 6 Desarrollo del personaje

Con el perfil mencionado anteriormente se desarrollaron propuestas gráficas de diferentes tipos de personajes, tales como:

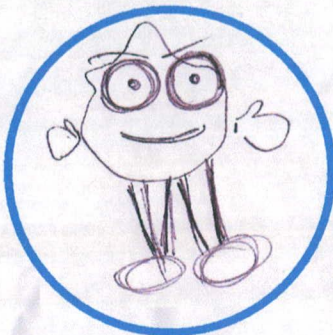
- Una mariposa debido a que el logotipo del cliente tiene una abstracción de este animal



Seguidamente se hicieron pruebas con otras formas tales como:



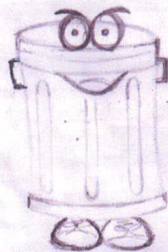
Abeja



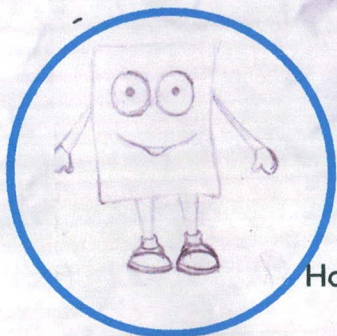
Bodoque



Pin de cartelera



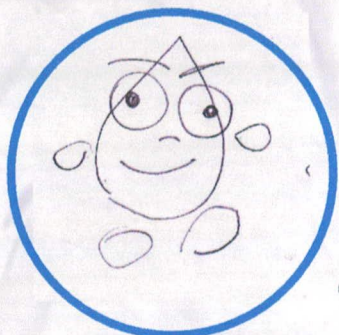
Bote de basura



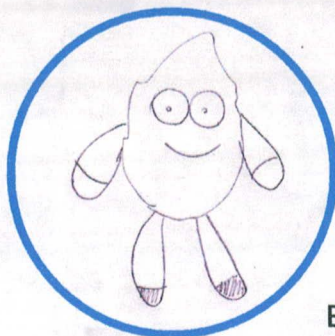
Hoja de papel



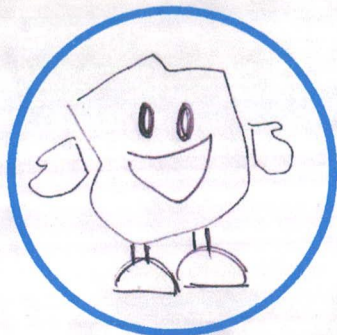
Super Héroe



Gota



Elemento de planta



Pedazo de material x

De las propuestas presentadas anteriormente, se identificó que el personaje debería de relacionarse con el tema del reciclaje y tener alguna característica que evocaran la información que se estuviera dando, por lo que se descartó la idea de la mariposa, el pin, la abeja, el super héroe y el bote de basura por sentirse como un personaje rígido y tosco. También se visualizó que los que denotan en sus características la expresividad de amistad son la hoja de papel, el bodeque, la gota, el elemento de planta, y el pedazo de material x por tener rasgos curvos y sonrisa amplia.

De los personajes mencionados que denotan amistad, se concretó que algunos de ellos no eran del todo claros en su forma gráfica. Por ser un bodeque, un desperdicio de algo o un pedazo resultaba ser una forma muy ambigua por lo que no concordaba con las características del perfil. Por esta razón únicamente se tomó en cuenta a la hoja de papel y a la gota, por ser personajes que evocan la información de la que se está hablando.

Debido a esto se pensó que podrían realizarse personajes en base a las áreas del reciclaje, surgiendo la incógnita de ¿que pasaría en las áreas en las que no se hable específicamente de un tipo de material?.

A manera de resolver esta incógnita se indagó entre algunos diseñadores su opinión acerca de si es funcional el usar los personajes que hablen de ciertas áreas específicas en las áreas generales, a lo que respondieron que el hecho de utilizar un personaje a lo largo del

material requería de que dicho personaje debería ser reconocido por características del reciclaje sin ser específico de un área, lo cual ya se había probado sin tener un resultado tan satisfactorio por no tener una forma definida.

También comentaban los diseñadores entrevistados que la idea del grupo de personajes en base a cada área reflejaba el tema del cual se trata el proyecto, sin embargo se requería de que se utilizará más de un personaje en las áreas generales para que no se confundieran los oyentes en los diferentes temas que se traten.

Etapla No. 7 Desarrollo del grupo de personajes en base a las diferentes áreas del reciclaje

A continuación se enumeran las diferentes áreas del reciclaje, junto con las posibilidades de personajes de cada una:

- Papel: cartulina, periódico, hoja de papel
- Residuos orgánicos: hoja, verduras, fruta, flores, pedazos de grama
- Metal: lata, restos de materiales de construcción, herramientas de trabajo
- Plástico: bolsas, botellas
- Vidrio: pyrex, copa, espejo

Los elementos que se eligieron son la hoja de papel, hoja de árbol, lata de agua gaseosa, botella plástica y copa, ya que son elementos que con facilidad podrán ser reconocidos e identificados por el grupo objetivo. Seguidamente se presenta el perfil de cada uno de estos personajes y bocetos de diferentes formas gráficas para cada personaje, eligiéndose el que se considera que representa su perfil gráficamente:

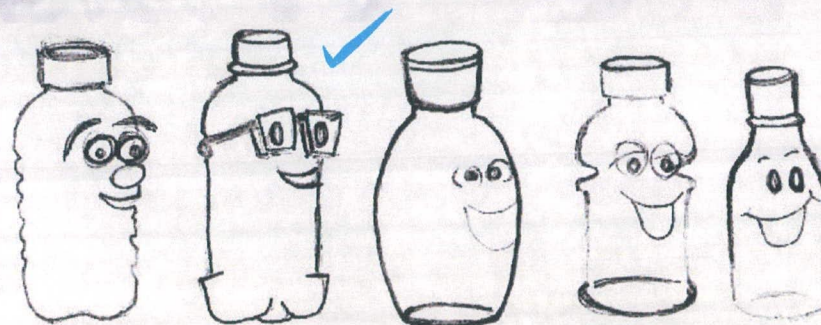
Botella de Plástico

Clase Social: Medio alta (CI) - Alta

Nacionalidad: guatemalteca

Descripción física: es alto, limpio, tiene ojos pequeños y de buena apariencia.

Su forma de ser es intelectual, siempre razona cada una de las cosas que dice, las cuales medita con anticipación. Si en alguna ocasión tiene alguna duda le gusta resolverlas mediante la investigación y la lectura de libros. Es sereno y paciente con sus demás compañeros.



Hoja de papel:

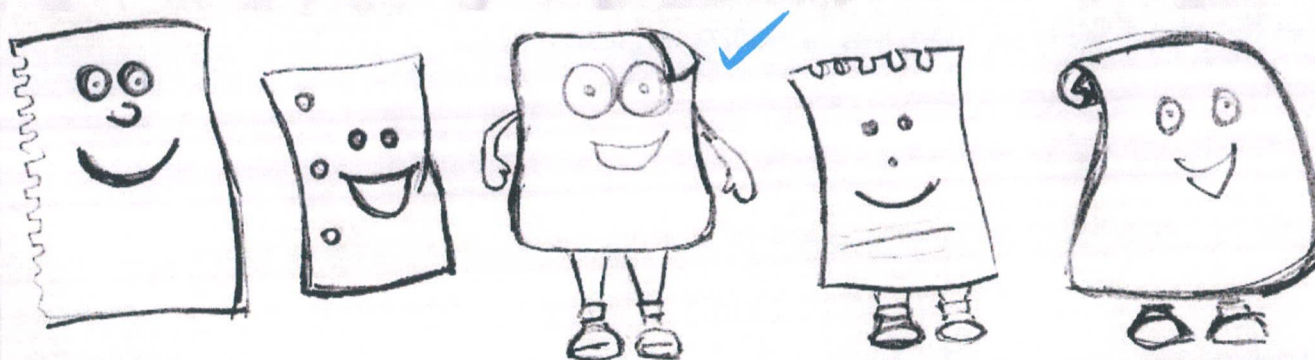
Clase Social: Medio alta (CI) - Alta

Nacionalidad: guatemalteca

Descripción física: es delgado, flexible y de ojos grandes.

Con respecto a su carácter es dinámico, inquieto, gusta del movimiento, las actividades, los juegos, saltar, brincar y correr. Es jovial con sus compañeros, colaborador y conversador. Tiene características de líder, ya que sabe guiar y dar el ejemplo.

Su aspecto siempre demuestra limpieza, siempre esta dispuesto a recoger desechos y a invitar a los demás a su alrededor a que lo hagan.



Lata de Metal

Clase Social: Medio alta (CI) - Alta

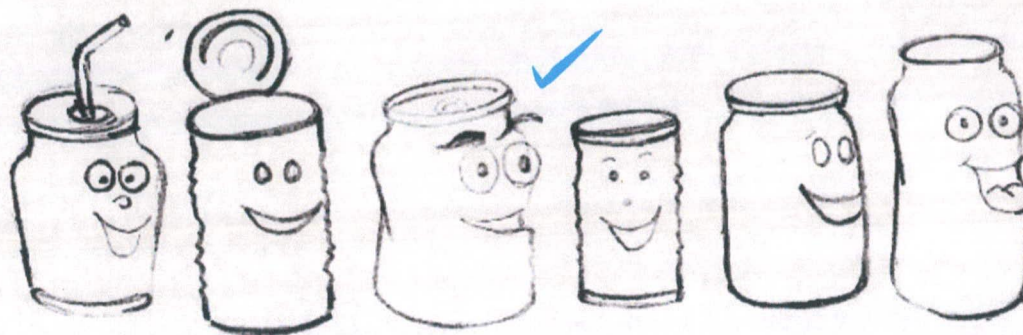
Nacionalidad: guatemalteca

Descripción física: sus ojos son grandes, es sonriente y además es pequeño de tamaño con respecto a su altura. Es limpio y además se mantiene bien en su apariencia

Ha desarrollado diversas aptitudes tales como hablar en público y el razonamiento. Le encanta la limpieza, tiene un carácter participativo y sociable.

Se caracteriza por la presencia que evoca, ya que no es nada tímido, sino al contrario tiene una voz muy fuerte que siempre es percibida por los que se relacionan al su alrededor.

Su actitud ante la vida en su generalidad es fuerte y decidido, aunque en ocasiones cuando esta muy contaminado el ambiente siente frustración de no poder convencer y animar a las personas a reciclar.



Hoja de árbol:

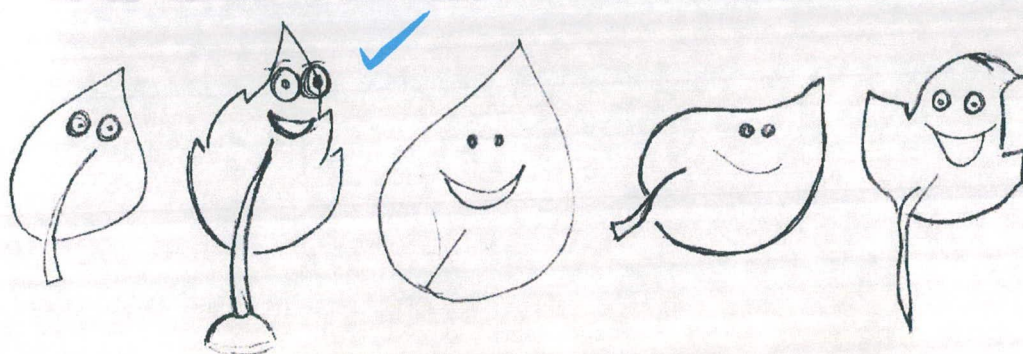
Clase Social: Medio alta (CI) - Alta

Nacionalidad: guatemalteca

Descripción física: Es largo y delgado en su grosor. Es flexible y ligero en sus movimientos.

Es curioso por lo que entre sus gustos están las cosas novedosas. El ir a paseos al aire libre es su mejor pasatiempo, ya que no solo interactúa con el medio ambiente sino que a la vez conoce también diferentes especies que llaman su atención.

Su mentalidad en su generalidad es positiva lo cual le ha ayudado grandemente ya que debido a esto su temperamento es irradiado de alegría y a diario demuestra su perseverancia al luchar por motivar y dar conocer su mensaje con respecto a reciclar y cuidar el ambiente y la naturaleza.



Copa de vidrio:

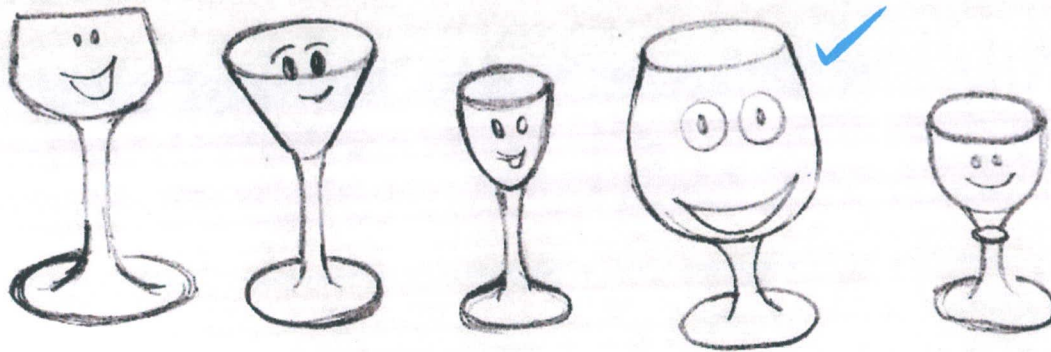
Clase Social: Medio alta (CI) - Alta

Nacionalidad: guatemalteca

Descripción física: Tiene una enorme sonrisa y ojos abiertos. Es transparente y limpio.

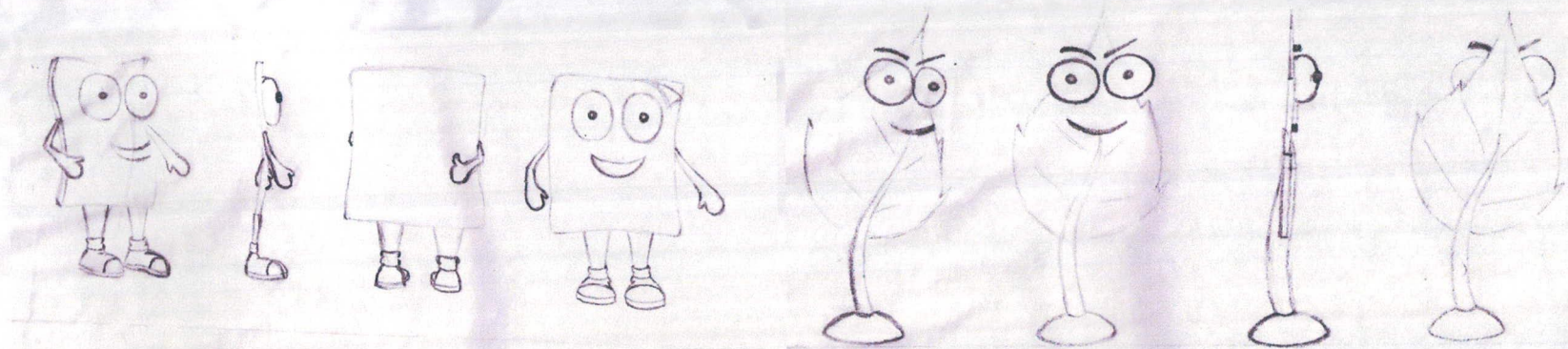
Su forma de ser es delicada, no le gusta mancharse de suciedad ni estar expuesto a la contaminación. Es algo tímido ya que le da miedo que le puedan quebrar o dañar, pero a pesar de esto es fuerte en sus decisiones.

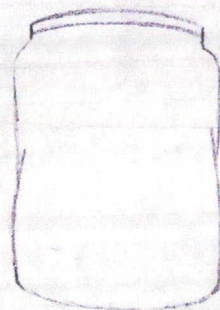
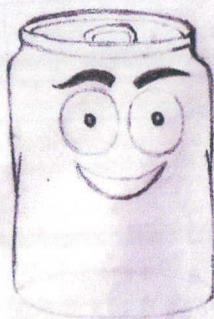
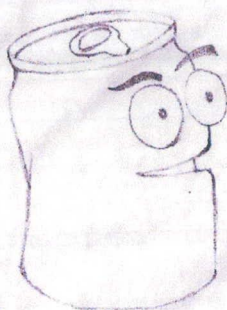
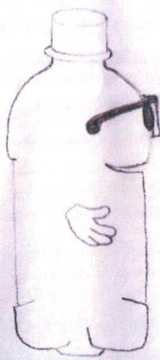
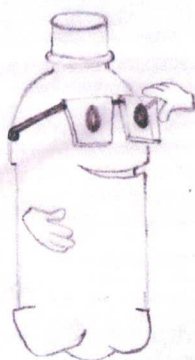
Siempre está pendiente que su alrededor este limpio por lo que participa activamente en la recolección para el reciclaje.



7.2 Vistas

Los personajes se bocetaron en las diferentes vistas, $\frac{3}{4}$, perfil, de frente, y detrás. Surgieron modificaciones simples tales como el giro en los pies en la hoja de papel, el grosor de algunos de los personajes, la posición de ojos y manos, a manera de poder dibujar cada ángulo que pueda presentar el personaje a lo largo de los diferentes materiales.





7.2 Expresiones

Se desarrollaron diferentes emociones y sentimientos en los personajes, tales como alegría, tristeza, llorar, reír, pensar, observar, guiñar el ojo, temor, cansancio y enojo, por medio de establecer cambios en la forma de los ojos, la boca e implementar el uso de las manos para las expresiones que lo requirieron, siendo las siguiente:



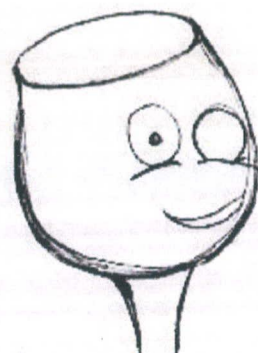
Riéndose



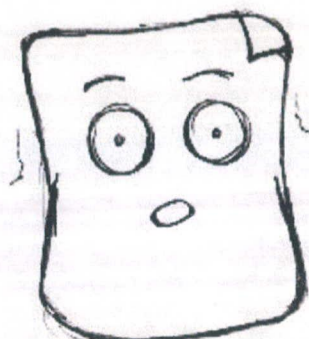
cansando



enojado



guiñar el ojo



con temor



Pensando



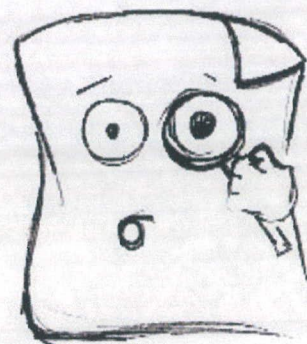
alegre



llorando



nervioso



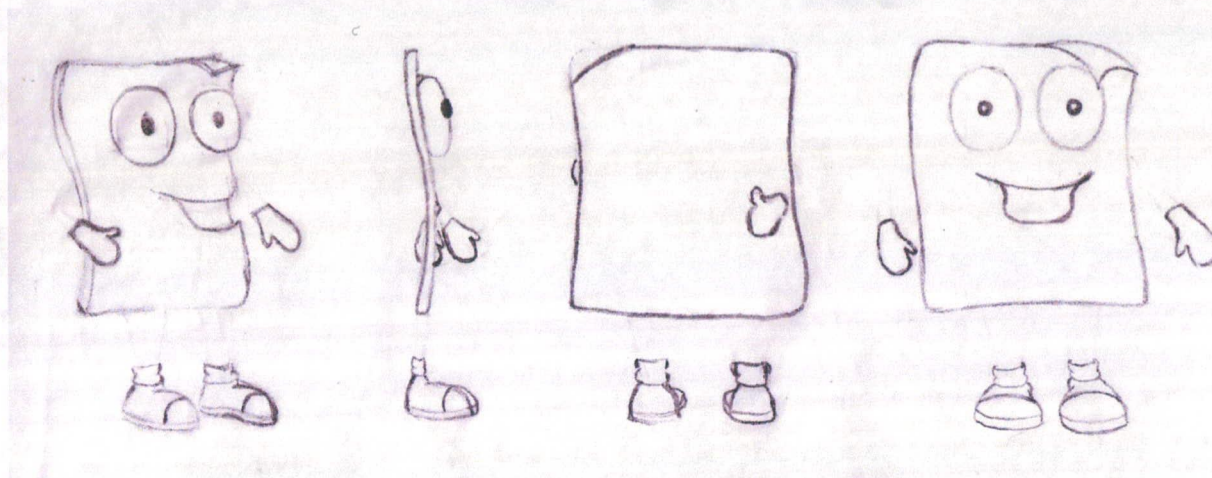
observando

Cualquiera de estas expresiones puede ser aplicada a cada uno de los personajes.

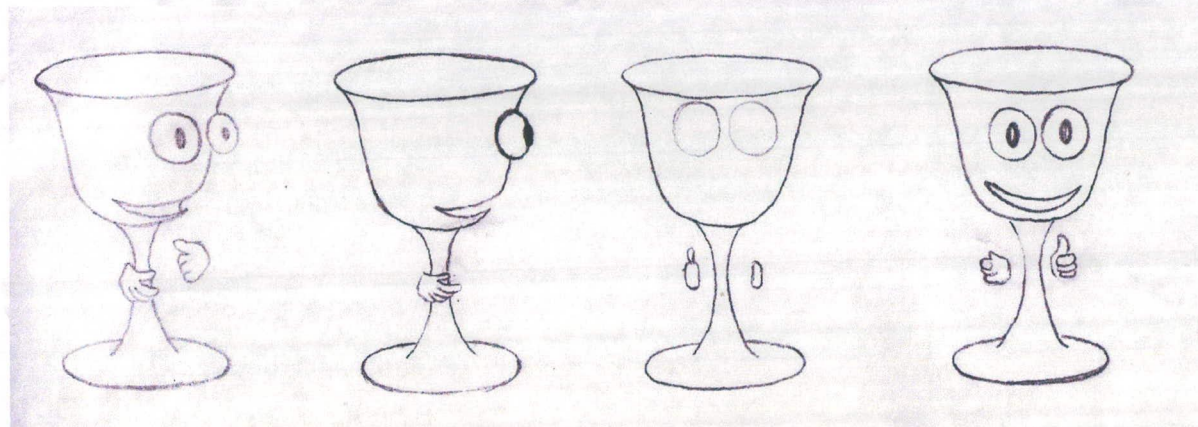
7.3 Cambios que se dieron después de desarrollar las vistas

Luego de esto aún se consideraron algunos cambios, entre los que están:

- Hoja de papel: debe ser variado por percibirse parecido al personaje conocido como Bob Esponja. Quedando su desarrollo en manos y pies flotantes, como también sonrisa más amplia para que refleje ser dinámico, de la siguiente manera:

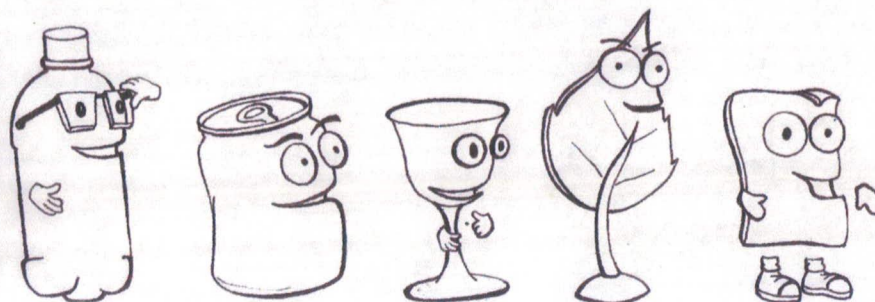


- Copa: por ser gordo en su parte ancha y no denotar delicadeza, que es una de las características que se deseaba que lo identificara según su perfil descrito. Por lo tanto surge un personaje menos ancho, con boca y ojos más pequeños para que reflejara fineza como se observa a continuación:



7.4 Aplicación de tinta a la propuesta de cada personaje

Luego de estos cambios mencionados, se desarrollaron las ilustraciones finales con calidad de línea a tinta. Se utilizó un tipo de línea en diferentes grosores, para que destaque las formas y características relevantes.



Etaa No. 8 Validación de los personajes

La validación se llevó a cabo haciendo una encuesta con catedráticos de la URL (ver Anexo 10: Encuesta de validación de los personajes), que destacan en el área de dibujo y personajes. Entre ellos están los distinguidos Diseñadores: Licda. Marielle Che Quezada, Lic. Leizer Katchler, y Lic. Jorge Hernández.

Algunos de los aspectos importantes sobre los que se preguntó, fue acerca de que tanto se relacionan los personajes con el tema del reciclaje y todos estuvieron de acuerdo con que el grupo de personajes denota el tema del que se trata el proyecto.

Por otro lado las preguntas surgieron acerca de las personalidades destacadas en los perfiles de cada uno de los personajes, de lo que se percibió lo siguiente:

En el caso de la botella de plástico, la lata de aluminio y copa, respondieron que cada uno de ellos destaca las características especificadas en el perfil. Sin embargo en la hoja de árbol y la hoja de papel se encontraron algunas respuestas que no van acorde a las características que se deseaban representar.

En la hoja de árbol se deseaba que fuera un personaje novedoso, y 2 de ellos estuvieron de acuerdo que así es, mientras que 1 dijo que por el contrario, este es un personaje tradicional, que es completamente lo contrario. En el caso de la hoja de papel, comentaron que no se percibe que sea un personaje dinámico (ver anexo XII: Respuestas de la encuesta de validación de los personajes).

Algunos otros aspectos que comentaron los expertos y que se percibieron como relevantes son los siguientes:

- Según Che (2007), entre los aspectos que podrían establecer cambios en las personalidades de los personajes son la forma de los ojos y de las bocas para que no fueran tan iguales, pudiendo exagerarse también en algunos sus manos a modo de aprovechar que estas sean flotantes.
- Además Kachler (2007), comentó durante la encuesta, que a manera de unificar el concepto con la propuesta gráfica de los personajes, sería realmente importante el poder convertir a los personajes en objetos ya utilizados, de manera que realmente se le esté dando vida a desechos.

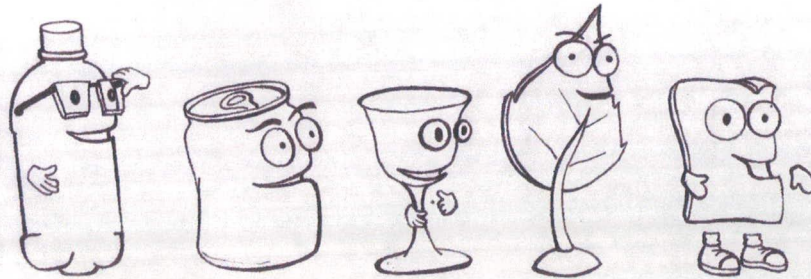
Aplicando estos dos comentarios a la propuesta gráfica se llegó a la siguiente resolución:

Se implementó el cambio en las manos, como se observa en la copa, ya que al indicar un aspecto relevante, su mano crecerá para llamar la atención del espectador a una jerarquía, pudiendo ser esto posible en cualquiera de los personajes.

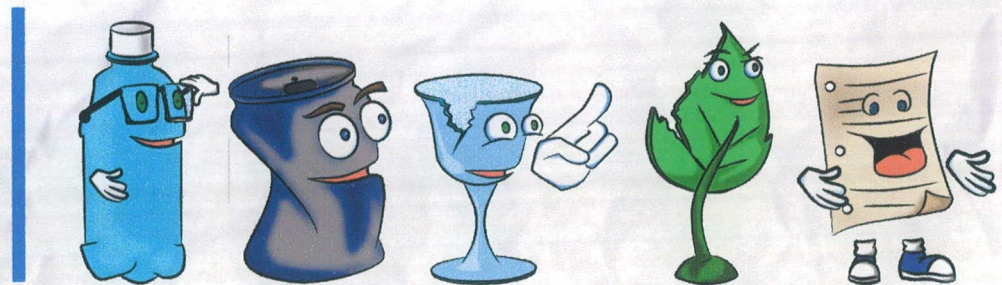
La calidad de línea que se utilizó en la versión digital de los personajes es un brush, que permite destacar áreas curvas. De igual manera se utilizaron colores más oscuros en ciertas áreas para establecer volúmenes, sin exagerar la calidad de pintado de los personajes ya que éstos son elementos viejos y usados.

La expresión de la cara, específicamente de la hoja varía en la sonrisa, que paso a ser más amplia, debido a que en este personaje se deseaba denotar en un mayor grado que en los demás dinamismo.

ANTES



DESPUÉS



Etapla No. 9 Acciones

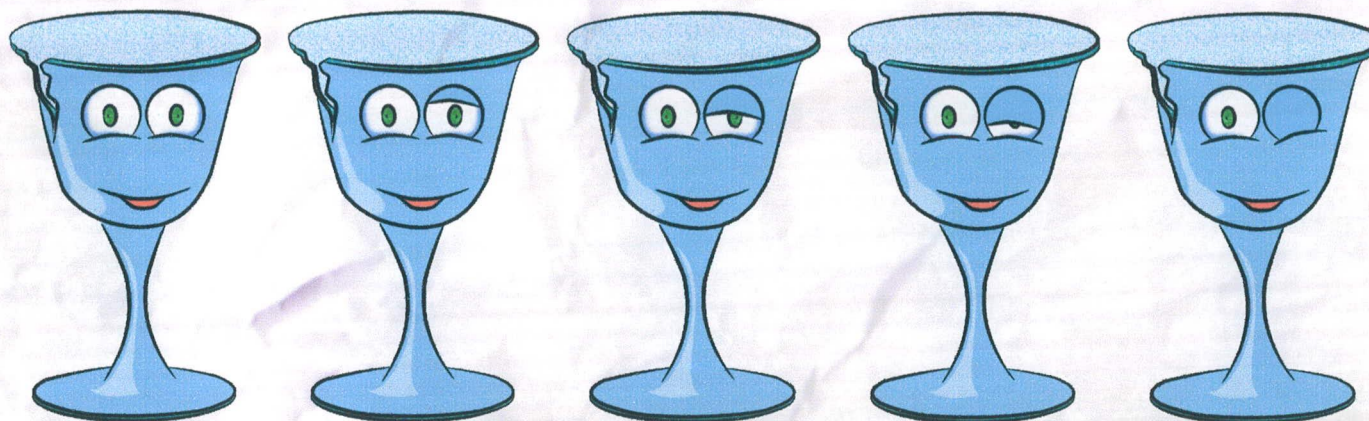
Se definieron diferentes acciones que van de acuerdo a la información sobre la cual se está hablando. También se tomaron en cuenta algunas otras que permiten que el personaje interactúe con el espectador.

Las acciones que se definieron son: saltar, saludar, señalar, indicar, pensar, tirar basura en recipiente, llevar bolsas de residuos recolectados, movimiento de manos, pies o posturas.

Secuencia de paso a paso de las diferentes acciones:

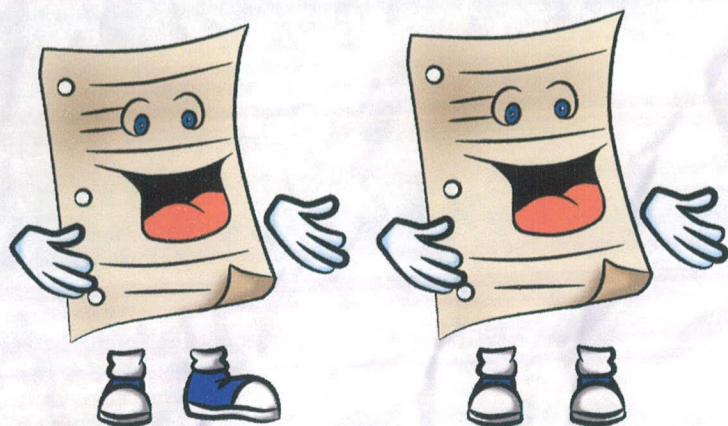
Guiñar:

Para esta acción se hizo el movimiento en el ojo, con un toque de coquetería al ir bajando el ojo, para que se pudiera percibirse el carisma de ésta acción en el personaje.



Cambiar de postura:

Debido a que la hoja si se ve de perfil es como un hilo, bien delgada, se pensó una manera diferente de cambiarle postura que fuera girándola entre las vistas de $\frac{3}{4}$ y de frente, para que al moverla no sufriera un cambio muy dramático. Por esta razón al cambiarle de postura únicamente se le hace un movimiento en los pies, ocurriendo en el resto de su cuerpo un cambio de $\frac{3}{4}$ a frente, observándose de la siguiente manera:



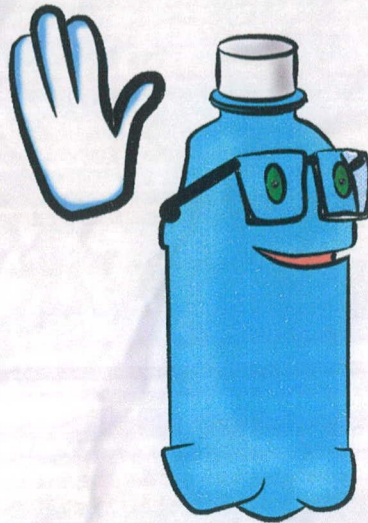
Señalar:

Esta acción la puede realizar cualquiera de los personajes, ya que el único cambio y movimiento que ocurre es en la mano, que va apuntando con el dedo en secuencia. Ésta acción tiene como finalidad destacar alguna información relevante, así que el hecho que el personaje señale, quiere decir que evidencia una jerarquía.

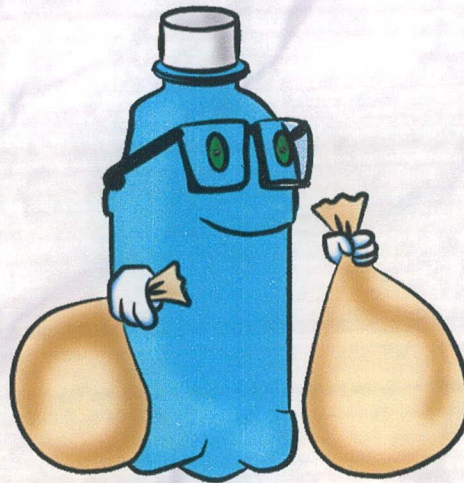
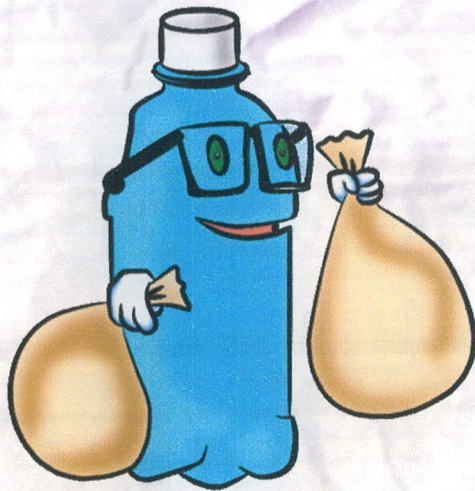


Saludar:

Igualmente el movimiento de saludar ocurre en la mano, por lo que la animación se evidencia allí.

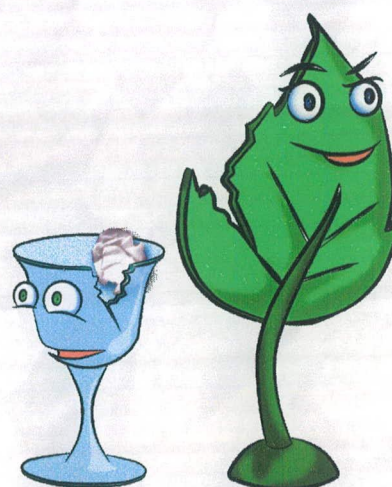
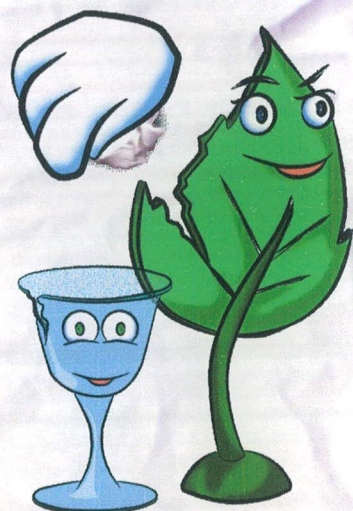
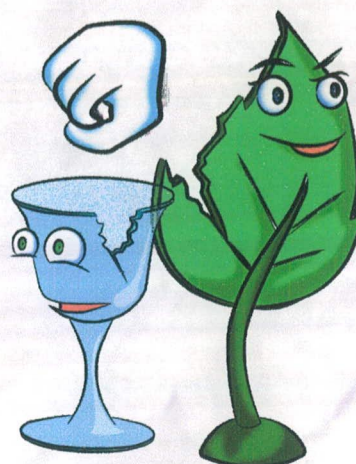
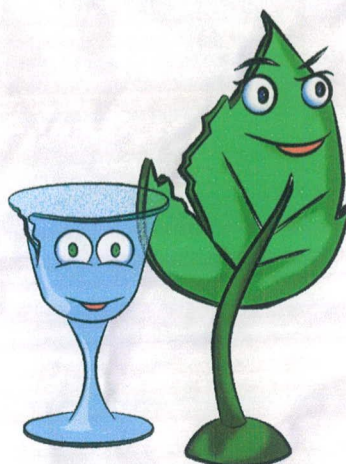
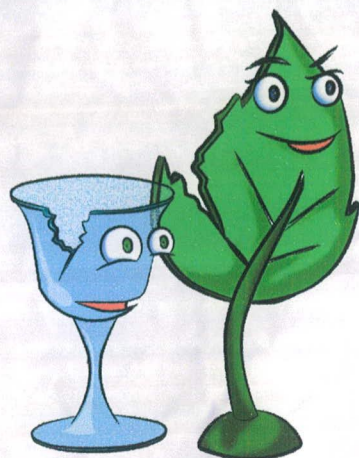
**Llevar:**

En esta acción el personaje carga una bolsa de desechos y la coloca, para ejemplificar la recolección.



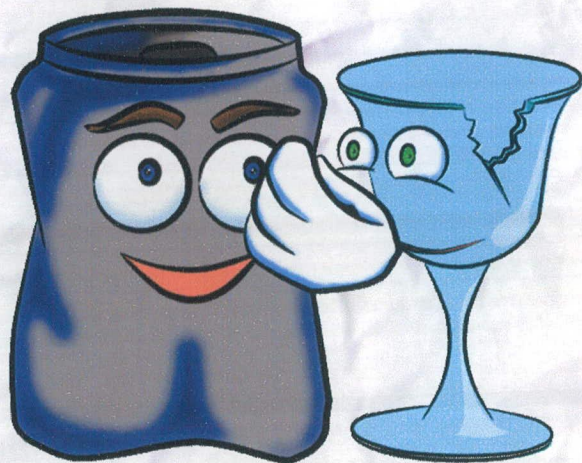
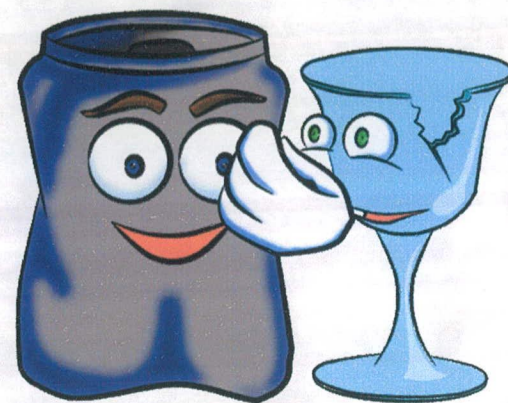
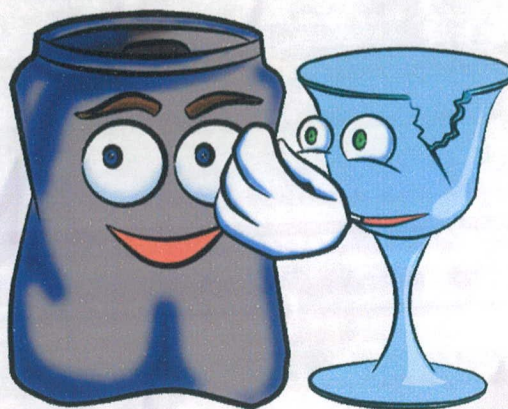
Tirar hoja de papel:

Para ésta acción, se utilizaron dos personajes, el que tira la basura y a quién le cae, a manera de que no quede tirada y se piense que no será reciclada. La acción se lleva a cabo así: primero aparece la copa con la hoja, al voltearse la copa, disimuladamente la hoja tira un papel dentro de la copa.



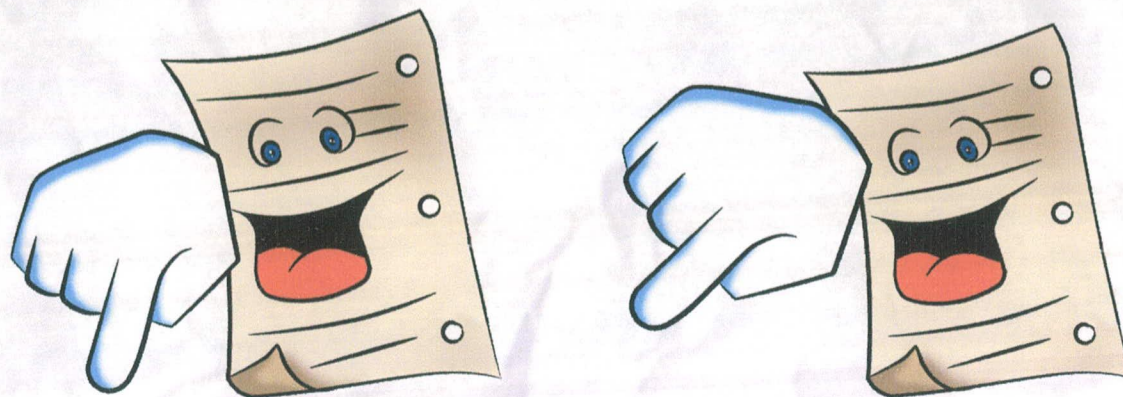
Hablar al oído:

Ésta fue otra acción que requirió dos personajes, el que hablara y quien escuchara. Por ser una acción casi imperceptible, se desarrollaron cambios muy sutiles en ambos para que pudiera percibirse que tienen vida, lográndose por medio de colocar la mano frente de la boca para simular que es un secreto y algo importante lo que se está diciendo, por lo tanto la acción se percibe en el movimiento de la boca del personaje que habla y en los ojos del personaje que escucha, para simular que éste presta atención y analiza lo que se le dice.

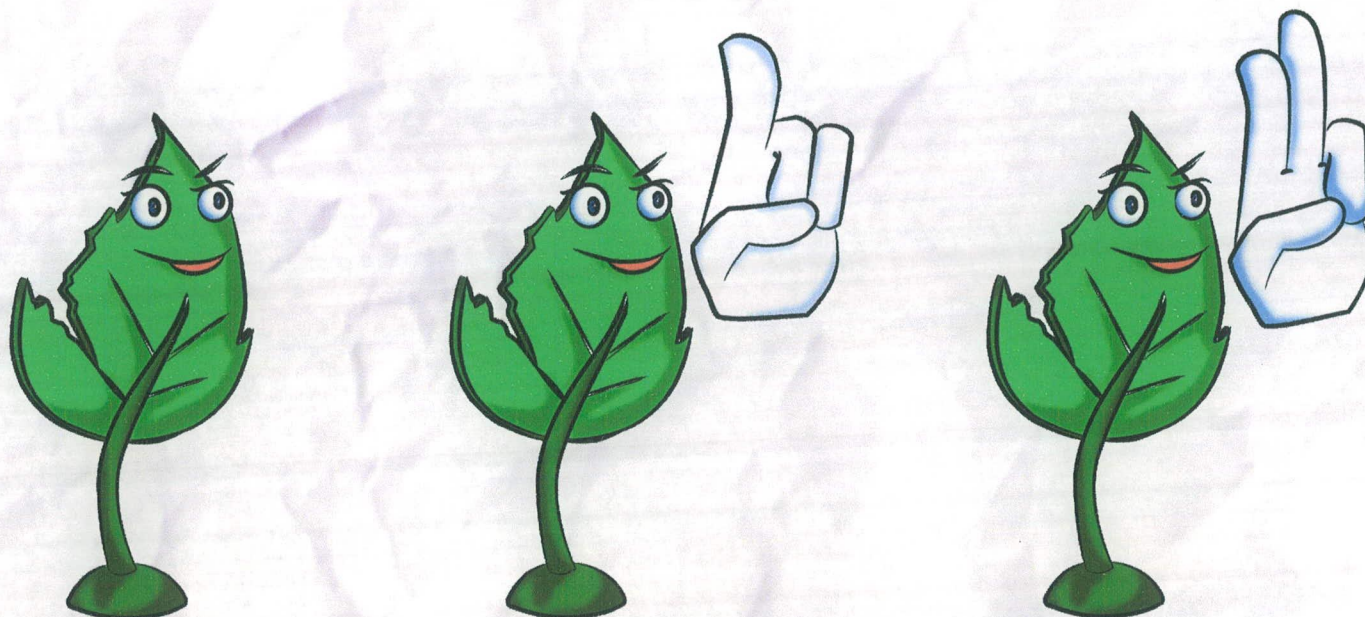


Mostrar:

Es otra acción que señala puntos focales en la diagramación, realizada ahora por la hoja de papel.

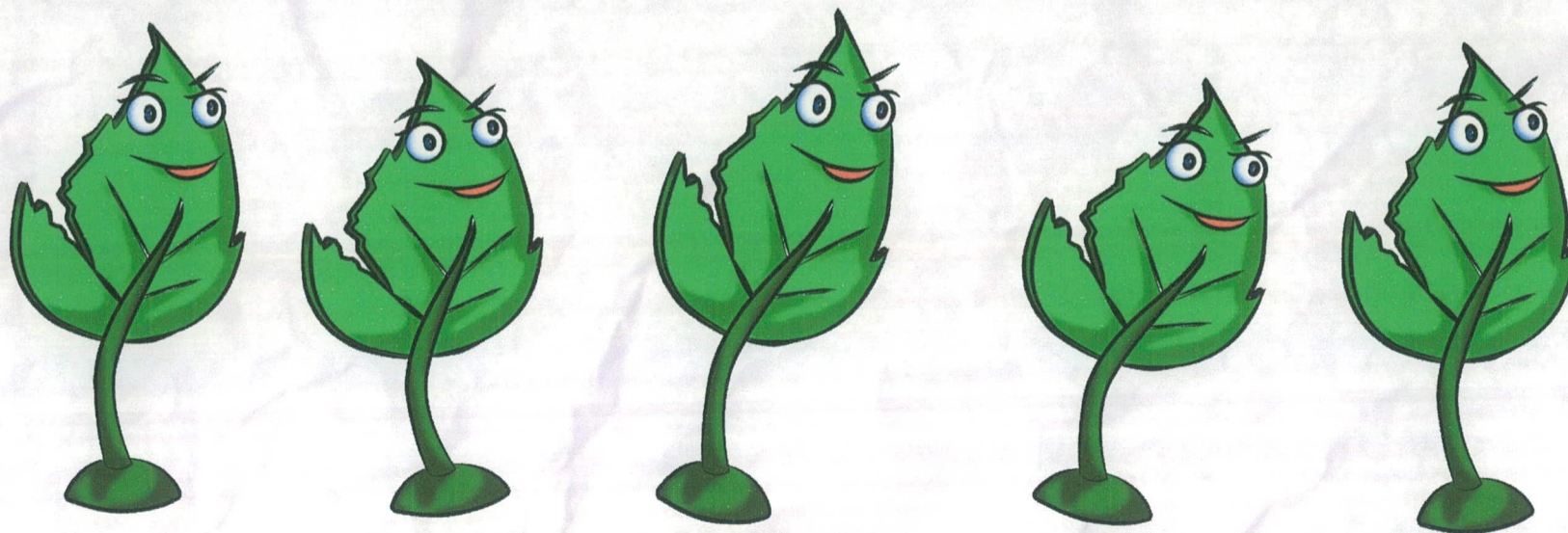
**Contar:**

Acción para nombrar diferentes aspectos, realizada por la hoja de árbol.



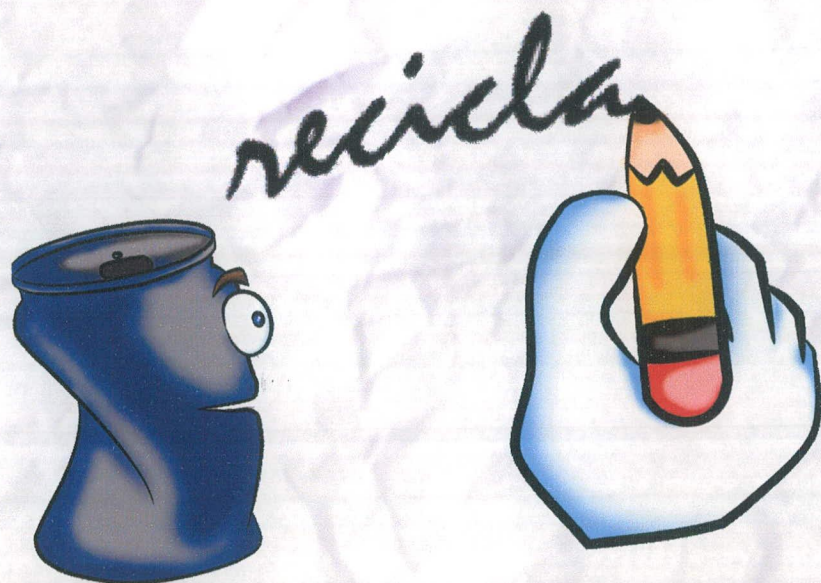
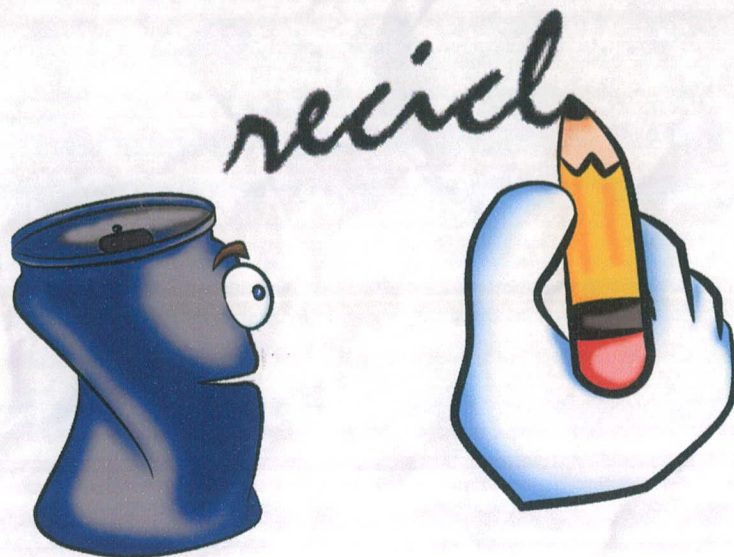
Saltar:

Esta acción se basa en el cambio de dirección del eje, ya que al estar saltando cambia de posición el personaje.

**Escribir:**

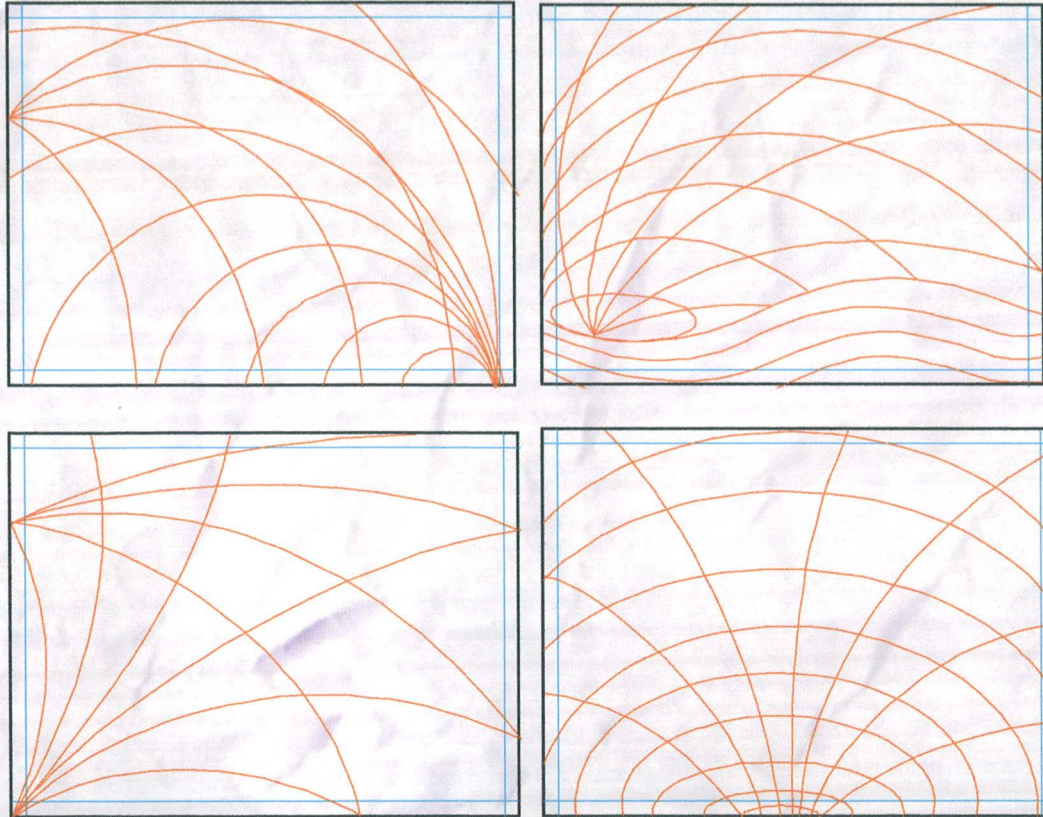
Para que realmente se denotara el escribir era necesario que se simulara que el personaje traza la letra, lo cual se realizó de la siguiente manera:





Etapas No. 10 Retícula de los diferentes materiales

Finalizado el desarrollo de los personajes se inició el proceso de diagramación de los materiales, realizando primero la retícula. Para esto, se desarrollaron diferentes formas que se distinguían por expandirse a lo largo del formato a manera de expresar movimiento, tal y como se estableció en la tabla de requisitos, de las cuales destacaron las siguientes:



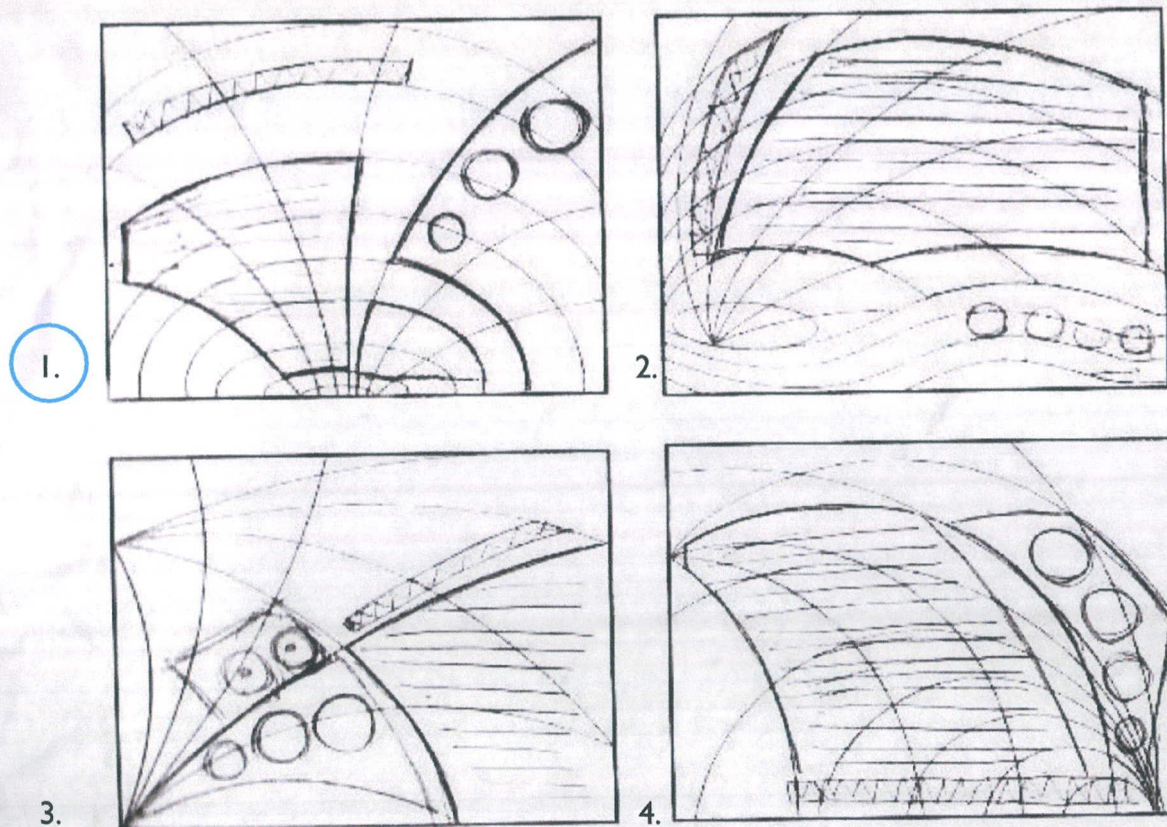
Lo interesante de las retículas que se estructuraron, fue que de cada una de ellas se percibe cómo interactúan los ejes a manera que de un punto clave se van expandiendo líneas curvas en armonía por todo el formato de forma que se denotaran diferentes direcciones y que de esta manera pudiera percibirse movimiento, tal como se requirió en la tabla de requisitos.

Etapas No. 11: Pruebas de diagramación en las diferentes retículas electas

A partir de estas retículas se inició el desarrollo de diagramación de los diferentes elementos dentro del formato.

Entre las diagramaciones que destacaron son las que tienen como base retícula con ejes curvos, debido a que apoyan el concepto de añadir vida por percibirse la sensación de resurgir, renacer, y volver a salir, por emerger las curvas desde un mismo punto.

Se desarrollaron diagramaciones utilizándose elementos simulados como cajas de texto, botones y titulares en las que se concretó que algunos ejes muy inclinados deformaban las formas gráficas a manera que no se distinguen muy bien las áreas de texto, tal como se muestra en las siguientes gráficas:

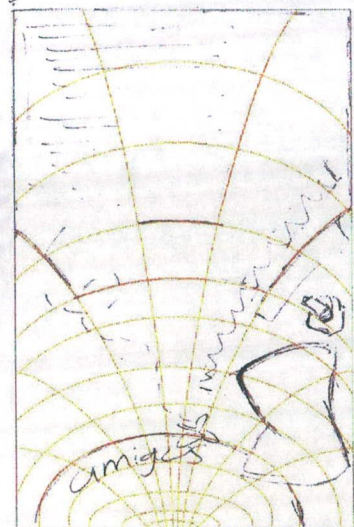
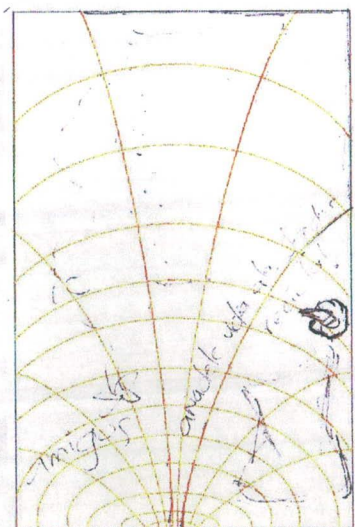
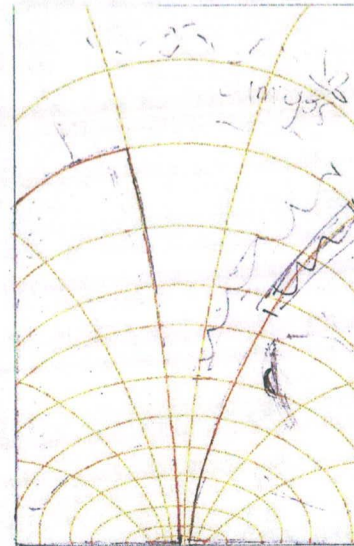
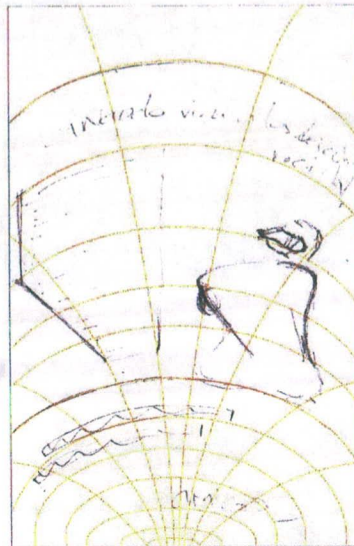
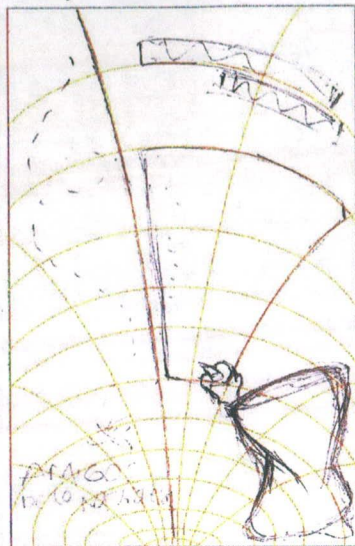


Por lo tanto, después de haberse realizado estas diagramaciones, se eligió la primera, porque en ella se percibe un mayor grado de estabilidad en comparación con las demás, además según la tabla de requisitos este es el aspecto que se buscaba se distinguiera en su expresión y también porque gráficamente permite que se establezcan espacios para los elementos.

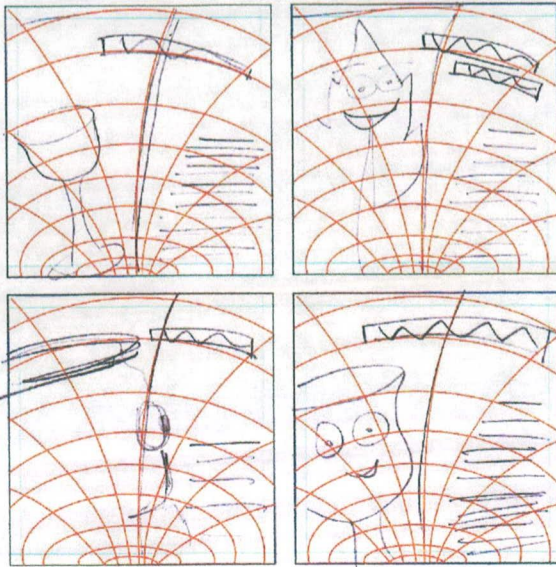
Etapa No. 12 Unificando los materiales

Ya concretada la retícula a utilizar en la propuesta gráfica, se desarrollaron el resto de los materiales, a manera de unificar la línea gráfica del diseño para las piezas digitales e impresas.

Diagramación de los mailings

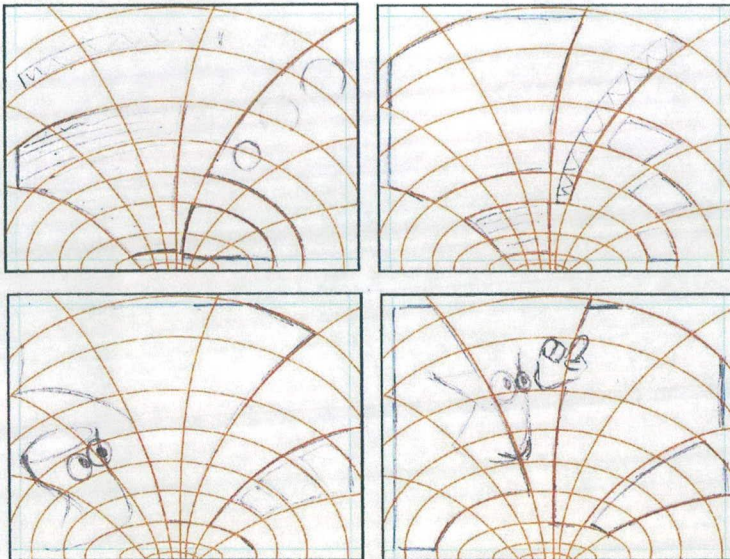


Diagramación del rotafolio:



Al estar realizando la diagramación del rotafolio se percibió que el formato cuadrado quedaba muy grande para la cantidad de información que se está manejando y puesto que la impresión será en sistema digital permite que se reduzca el formato lo cual inclusive ayuda a bajar costos en la reproducción del material.

Muestras de la diagramación del rotafolio en formato de 100 * 75 cms., el cual será manejado similar al de la presentación interactiva.



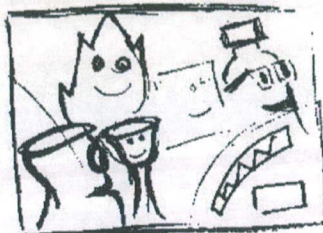
Etapa No. 13 Digitalización de la propuesta gráfica

Debido a que la presentación interactiva va a manejarse digitalmente se desarrolló su Story board a manera de seguir esta estructura para la colocación de los elementos tales como definir acciones de los personajes, el ángulo que se presentará de ellos, los títulos y los textos, divido por escenas tal y como se trabajará en el programa Flash CS3 al llevarse a cabo en digital, surgiendo la siguiente propuesta:

Story Board:

ESCENA 1

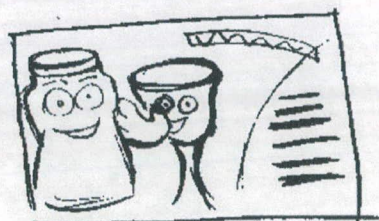
- 11) Origen de inicio
Presentación personajes



- 12) Sección 1:
Presentación de
Amigos de la Naturaleza
(expresión de saludo)



- 13) • Quiénes son?
(Hablar entre personajes)

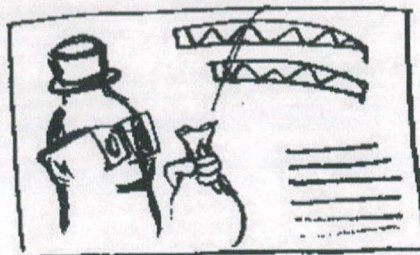


- 14) • Misión y Visión
(indicar)

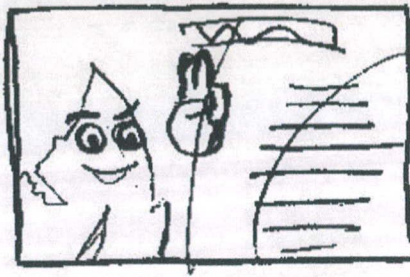


ESCENA 2

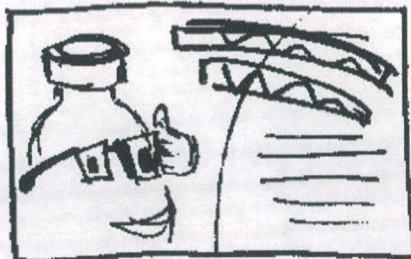
(2.1) Generamos Desechos
(llevar desechos)



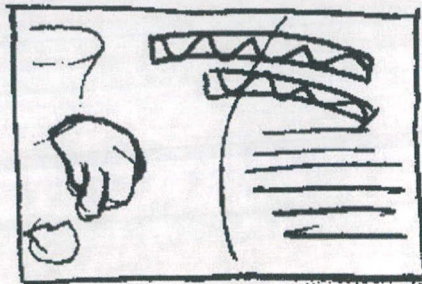
(2.2) Tipo de Desechos
(enumerando)



(2.3) ¿Y los residuos que
generamos diariamente?
(pensando)



(2.4) Tiempo de descomposición
de los materiales
(tirando basura)



ESCENA 3 → Aporte como ciudadano

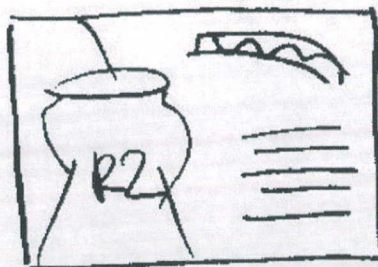
3.1 ¿Que hacer para evitar contaminar?
(haciendo pregunta)



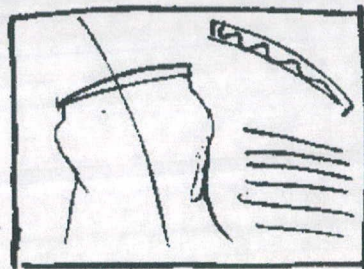
3.2 R1: Rechazar
(mostrando espalda)



3.3 R2: Reducir
(mostrando espalda)



3.4 R3: Reutilizar
(mostrando espalda)

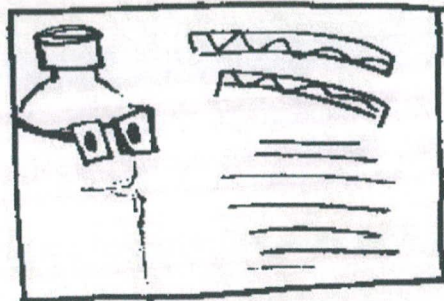


Escena 4 Proyecto de H.N.

3.1 Nuestro aporte con el proyecto.
(escribir)



3.2 ¿Qué ofrecemos para facilitar la ayuda?
(viendo)

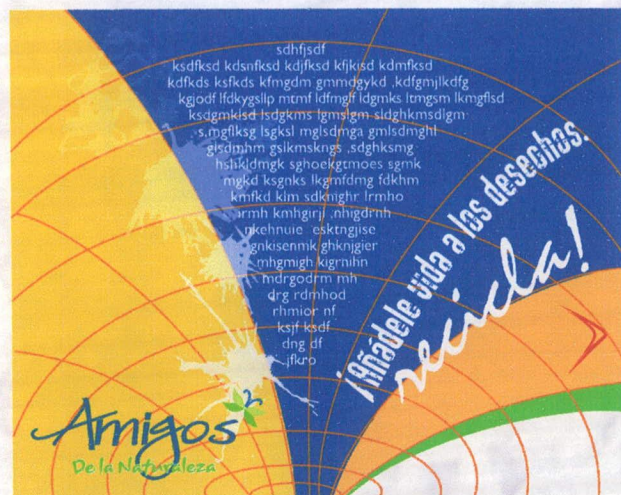


3.3 Contáctanos
(señalando)



Con respecto al desarrollo en digital, se utilizaron bloques de color para delimitar espacios, lo cual ayudó a definir áreas en la diagramación de los textos y titulares. El punto en contra de esta diagramación fue que el porcentaje de los personajes no estaba permitiendo que se aprovecharan para animarlos. A continuación se muestra la opción digitalizada de la presentación interactiva / rotafolio y mailing.

Para implementar el concepto de reutilizar los desechos se aplicaron las primeras manchas realizadas en las muestras de los elementos gráficos del bocetaje en los bloques de color para simular que se está dándole otro uso a un fondo viejo y sucio.



Presentación interactiva / Rotafolio



Mailing

Delimita espacios que serían aplicados para colocar lo diferentes elementos.

A manera de variar el uso del color en la propuesta; los elementos del fondo buscan simular el efecto de ser gastados, por medio de restarle al color algunas de las formas gráficas realizados al inicio del bocetaje, que en este caso son los colochos y las manchas. La idea de aplicar estos grafismos surge como una alternativa de mostrar desechos reutilizados dentro de la propuesta, a manera de que se visualice otra opción de uso para estos elementos. Sin embargo, estas texturas ocupan el mayor porcentaje en la diagramación y no permiten que sobresalgan los personajes, que son los que representan principalmente el concepto, por lo tanto ellos tendrían que percibirse en la diagramación como una jerarquía 1, lo cual aún no se está dando en estas pruebas.

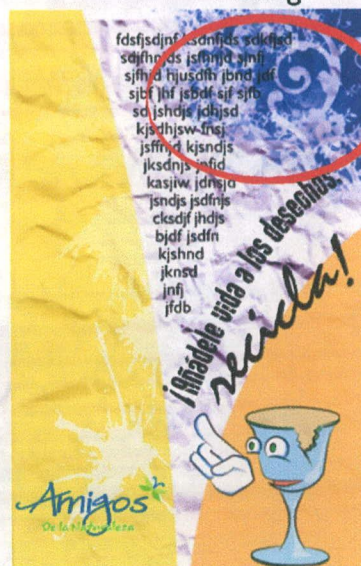
A la vez se pudo visualizar que en ésta opción, un punto interesante es la hoja de papel usada y arrugada, que es un elemento gráfico que apoya el concepto al ser una reutilización, la cual se implemento a su vez como una textura. Por su parte los espacios de los bloques de color denotaron apegarse a la propuesta gráfica en las áreas en las que fueron utilizados con apocidad, ya que se integraron a la textura de la hoja vieja, complementándose así un fondo que permite áreas para bloques de texto y a la vez de descanso visual.

Presentación interactiva / Rotafolio



Parte de los elementos gastados no permiten que sean legibles los cuerpos de texto.

Mailing



Parte de los elementos gastados no permiten que sean legibles los cuerpos de texto.

Etapa No. 14 Concretando aspectos que destacaron para desarrollar la propuesta final

Luego de haber desarrollado estas propuestas se tomó en cuenta los aspectos positivos de cada una de ella. Por lo tanto se consideró el uso de los bloques de color para diagramar y delimitar espacios, el efecto de la hoja arrugada e implementar el personaje en una escala mayor para que cobre importancia y presencia y cumpla con la funcionalidad de explicar la información que debe presentarse e interactuar con el grupo objetivo. Se eliminó los elementos que simulan ser gastados ya que distraen la vista y vuelven pesadas las áreas de texto.

10.1 Propuesta Preliminar

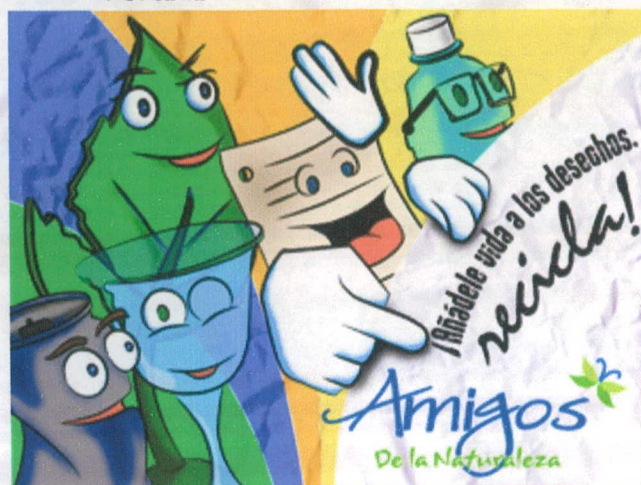
Debido al valor que representan los personajes, de ser quienes dan la interpretación del concepto se decidió darles una mayor dimensión en la propuesta gráfica, tras lo cual surgió la propuesta preliminar. En esta el personaje interactúa con el grupo objetivo y se desarrolla en los espacios para dar la información. A la vez se percibió que el hecho de eliminar las texturas que daban la impresión de estar gastados o usados como uno de los elementos gráficos que se habían implementado ayudó a que la propuesta fuera más clara en la legibilidad de la tipografía de los bloques de texto.

El elemento importante que fue retomado fue el desarrollo del fondo, ya que de una hoja vieja se le añade color y se desarrolla en ella nuevamente la información que se está trasladando, tal y como se puede observar a continuación en unas muestras de los diferentes materiales:

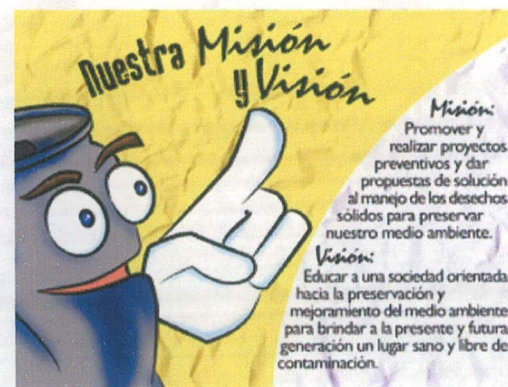
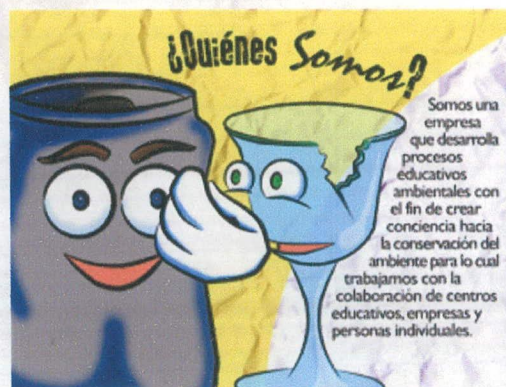


mailing

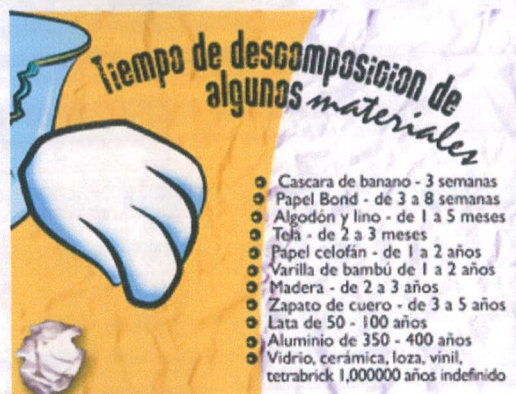
Portada



Primera parte: Introducción de la empresa



Segunda Parte: Información relevante (Qué es el reciclaje?, los desechos, sus causas)

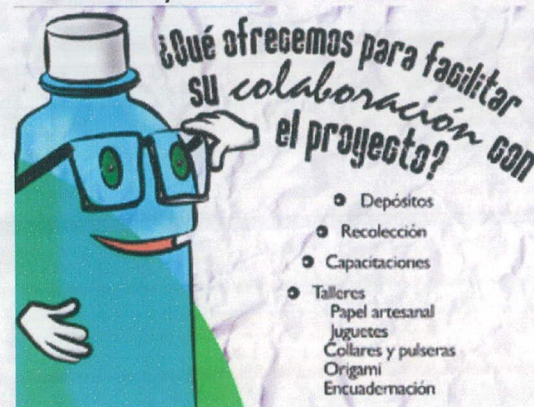
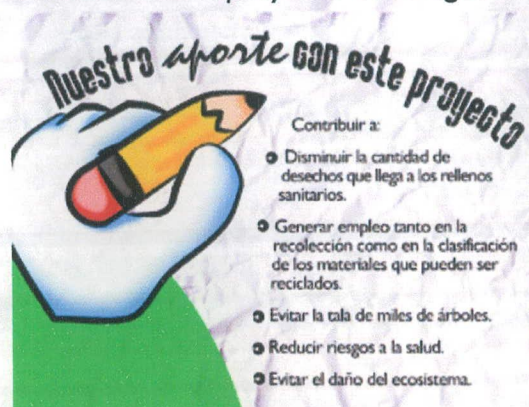


Tercera Parte: ¿Qué podemos hacer?





Cuarta Parte: El proyecto de Amigos de la Naturaleza y cómo contactarlos:



En el caso de la Campaña Radial únicamente se elaboraron los textos que contendrán los Spots los cuales buscan incentivar a las personas a reciclar, que son lo siguientes:

Spot 1:

Atención, mucha atención:

“Aumentan los espacios contaminados en todo el país”.

Esto se puede evitar, si aprendemos a reciclar y mejorar nuestro medio ambiente.

Evitemos que los desechos sólidos se pierdan, Añádele vida a los desechos.

Amigos de la naturaleza te ayudan a reciclar, más información al 2477 0828.

Spot 2:

Un día esta lata fue útil. Vuélvela a utilizar reciclándola.

Evitemos que los desechos sólidos se pierdan, Añádele vida a los desechos.

Amigos de la naturaleza te ayudan a reciclar, más información al 2477 0828.

Spot 3:

A la, se me acabaron la baterías. (Caen baterías)

Cuidado, estos desechos contaminan el medio ambiente.

Evitemos que los desechos sólidos se pierdan, Añádele vida a los desechos.

Amigos de la naturaleza te ayudan a reciclar, más información al 2477 0828.

Spot 4:

Si el mundo en que tú vives es así, (sonido de naturaleza)

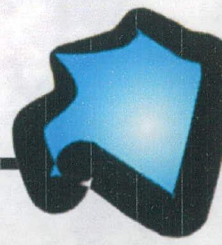
Cuida el futuro, para que no haya calles sucias y toda la basura se ponga en su lugar.

Evitemos que los desechos sólidos se pierdan, Añádele vida a los desechos.

Amigos de la naturaleza te ayudan a reciclar, más información al 2477 0828.



Validación



11. Validación Técnica del Diseño Preliminar

La validación inició con el desarrollo de los instrumentos para los Expertos en el tema, Expertos en el área de Diseño y el Grupo objetivo (ver Anexo 13: Encuesta de validación de los materiales), luego de esto se llevaron a cabo las encuestas, realizándose a 3 expertos en el tema del reciclaje, 3 expertos en el área de Diseño, tanto en materiales publicitarios como en el área de multimedia, y a 6 personas del grupo objetivo a modo de captar la opinión de las diferentes edades, en las que se obtuvieron los siguientes resultados:

Diagramación:

Con respecto a la diagramación y el establecimiento de jerarquías, indican los expertos en el tema que se mantiene un orden visual en el que se captan los puntos importantes, ya que los personajes apoyan en algunos casos, tal como se puede ver en la página de contacto tanto del rotafolio y de la presentación en la que la Hoja de Papel indica hacia la información y hace clara el área de los datos de la empresa. Sin embargo con respecto a los titulares indican 2 de las 3 que estos ubican al lector.

Por su parte los 3 diseñadores expresan la diagramación y la retícula son elementos que permiten que se perciba una propuesta interesante. Se amplía dicha respuesta con un comentario por un diseñador, en el cual se hace saber que se percibe que los materiales son dinámicos y que esto los hace ser interesantes, además que a pesar de ser dinámicos no dejan de tener los elementos colocados en estabilidad conforme a la retícula realizada. Sin embargo se identificó que los mailings deberían de mostrar desde un inicio el contacto, que es un elemento que no puede faltar y que debe implementarse en todos los mailings.

Personajes:

Los personajes realizados en este proyecto, que son la lata de metal, la copa de vidrio, la botella de plástico, la hoja de árbol y la hoja de papel están acorde al tema, formando parte de el, e identificándolo según las 3 personas encuestadas expertas en el tema, que estos a lo largo de la presentación y el rotafolio dan a conocer la información formando así parte del tema de reciclaje.

Los 3 diseñadores exponen en su opinión que estos forman parte del tema y lo identifican, siendo así válido el uso de cada uno de ellos a lo largo del material para poder ubicar al lector también en el tema del reciclaje.

En la opinión del grupo objetivo de los personajes, dijeron 4 de los encuestados percibir amistad entre ellos y 2 de ellos comentaron que únicamente son conocidos, sin embargo se sabe que ellos son amigos y compañeros, ya que interactúan juntos en algunas áreas de material y también los unen características en común, tales como su rasgo de ser reutilizados y su mensaje que dan de reciclar que es un objetivo en común de cada uno de ellos.

Color

Los expertos en el tema, en sus respuestas (ver Anexo 14: Respuestas de validación); opinan que el color ayuda a identificar el tema las 3 personas encuestadas, indican también que las imágenes e ilustraciones a la vez permiten entender el tema dando una relación y ejemplos.

2 de los 3 Diseñadores gráficos encuestados opinan que el color se identifica con el tema en un 100% y la otra persona concluye que el color eventualmente va de acuerdo el tema. Sin embargo tal como se dijo anteriormente los 3 expertos en cada tema explicaron que el color si forma parte de los temas, por lo que siendo ellos los expertos en cada tema, llega a ser esta opinión muy valedera para saber que cada tema está cumpliendo la función de seccionarse por medio del color.

Cuatro de los encuestados del grupo objetivo dijeron que el color le evoca ánimo, 2 de ellos dijeron que le evoca indiferencia. El cambio en este resultado tan drástico se cree que pueda ser por la razón que el rotafolio en su impresión actual que es en vinil; por el punto tan abierto que maneja dicha impresión la hace verse saturada, exceptuando la portada que fue impresa en papel fotográfico, que refleja brillantez en sus colores.

Tipografía:

Indican 2 de los diseñadores, que la tipografía de diferentes grosores permite que el lector pueda ubicar el cambio de tema, aunque en este caso se considera que el tamaño de la tipografía empleada en los titulares al ser de mayor tamaño ayuda a sea más evidente el cambio, lo cual apoya al lector a ubicarse. Según las respuestas de los diseñadores el emplear tipografía light san serif para los cuerpos de texto permiten que estos sean más sencillos a manera de que se facilite la lectura.

Y por último con respecto a los personajes, opinaron 4 de los encuestados percibir amistad entre ellos y 2 de ellos comentaron que únicamente son conocidos, sin embargo se sabe que ellos son amigos y compañeros, ya que interactúan juntos en algunas áreas de material y también los unen características en común, tales como su rasgo de ser reutilizados y su mensaje que dan de reciclar que es un objetivo en común de cada uno de ellos

Imágenes e ilustraciones:

Con respecto a las imágenes e ilustraciones señalan los 3 diseñadores que estas dan una relación con el tema y el tipo de ilustración empleada resulta ser de fácil interpretación y entendimiento para el grupo objetivo. En el caso de los encuestados del grupo objetivo, indicaron poder percibir vida y movimiento, lo cual es algo muy positivo ya que las imágenes logran expresar el concepto que es Añadiéndole vida a los desechos.

CAMBIOS: acorde a los comentarios y sugerencias recibidas se realizarón los siguientes cambios:

Presentación interactiva:

ANTES:



DESPUÉS:



En este caso el cambio fue referente al botón ya que como indicó el Diseñador Daniel Monroy al momento de la validación, es importante que el botón pueda ser percibido desde un inicio por aquella persona que va a manipular la presentación interactiva, por esta razón, se hicieron otras pruebas como el colocarle un fondo negro a este para que siendo la flecha roja el indicador de regresar o seguir, pueda tener un elemento de apoyo que la ayude a ser interpretada como el botón que lo dirige a lo largo de la presentación, sin embargo este tipo de botón no concordaba con el resto del diseño por lo que se diseñó un botón que es una bola de papel que se convierte en una flecha indicadora que únicamente ocurre a la hora de colocarse en el, para representar así también un nuevo uso para un desecho.

ANTES:



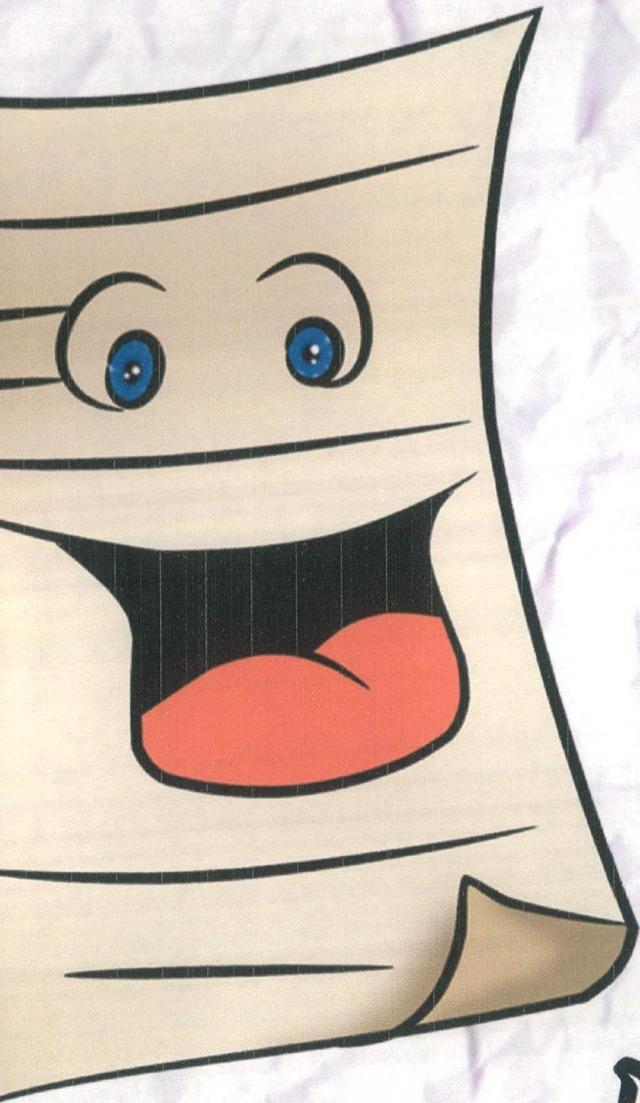
DESPUÉS:



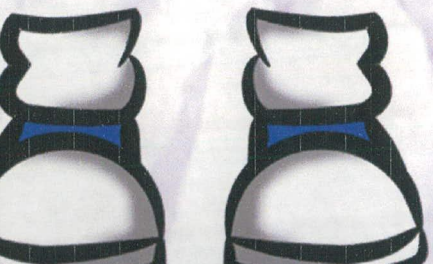
Se había pensado que poco a poco iba a ir dándose la información de cómo ponerse en contacto con Amigos de la Naturaleza, sin embargo al estar validando Colóm dio la sugerencia que debía de colocarse desde un inicio para que cuando la persona recibiera el mailing, si tenía en ese preciso momento el impulso de ponerse en contacto con ellos lo pudiera hacer y no que por dejar pasar el tiempo se perdiera ese deseo. Es por esta razón que cada uno de los mailings contará con la información de cómo ponerse en contacto.

Rotafolio

El otro cambio que se realizó fue el soporte en el que imprimirá el rotafolio, ya que inicialmente se estaba imprimiendo en vinil y por el tipo de impresión que se maneja en vinil el color se estaba perdiendo y no se lograba percibir ánimo por medio del color, tal y como se especificó en la tabla de requisitos. Por lo que considerando la opinión de Colóm se hizo una prueba en papel bond emplastificado que resulto ser una mejor solución con respecto al color, debido a que se puede apreciar en este soporte como tonos saturados.



Propuesta final y
Fundamentación

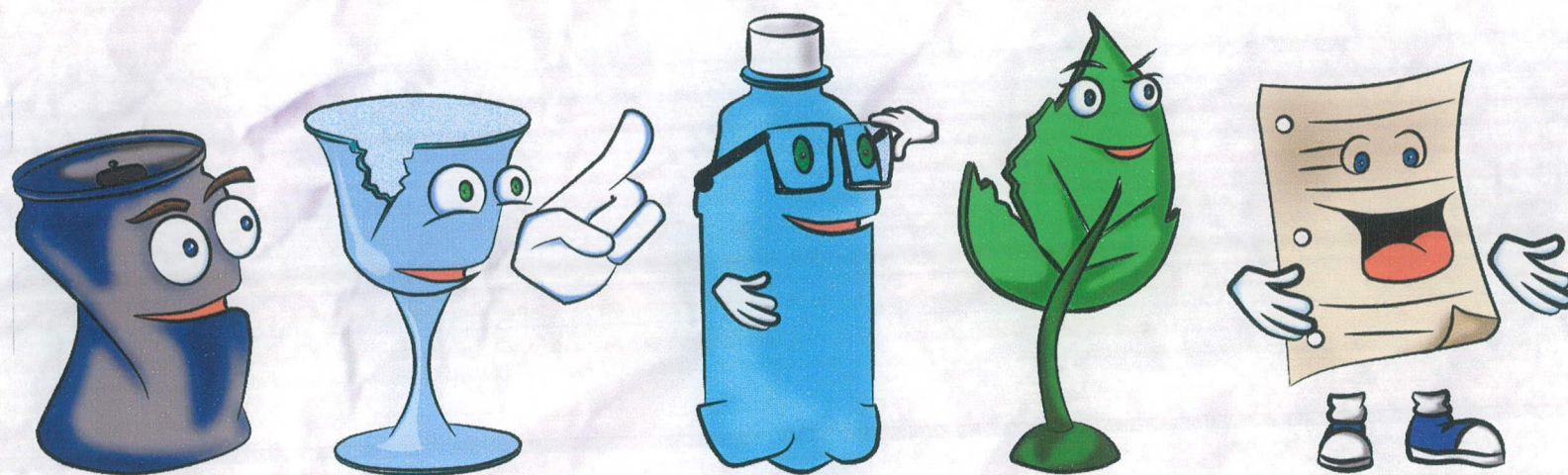


12. Propuesta Final y Fundamentación

- PERSONAJES:

El desarrollo de los personajes se basó en poder darle forma gráfica al concepto por medio de ellos, el cual es Añadiéndole vida a los desechos. Basándose en esto se desarrolló un grupo de personajes, todos con diferentes personalidades acorde a las características en sí de los objetos que se pueden reciclar para que ellos adquirieran acciones sobre las cuales pudieran desarrollarse a lo largo del material. Además se les hizo algunas roturas o deformidades en su forma física, debido a que el concepto se basa en denotar vida en desechos no podían tan sólo ser objetos que se identificaran con el reciclaje sino que también debían ser ya usados o desechos a los cuales se les reutilizara para hacer referencia a lo que es en sí el reciclaje y al trasfondo del concepto: Darle vida y un nuevo uso a cosas que “ya no sirven”.

En cuanto al color en los personajes, se utilizó colores similares a los de la realidad ya que estos permiten que se les denote vida y su brillantez. Además tienen manos flotantes a manera de poder exagerarlas o disminuirlas de acuerdo a las actividades o actitudes que estén realizando. Se realizaron los personajes con el motivo de que por medio de ellos se diera a conocer el concepto, que alcanzaran un alto nivel de vida y que además formaran parte del tema de reciclaje a manera de apoyar a los grafismos de la propuesta. Todo esto se logró debido a que cada uno representa un área del reciclaje y fueron animados para los materiales digitales, puesto que siendo elementos que están pasando por un proceso de reutilización enfocan la idea de añadirle vida a los desechos.



- **PRESENTACIÓN INTERACTIVA Y ROTAFOLIO:**

Debido a que este es un material digital interactivo se colocó la propuesta final en un CD el cual puede encontrarse en el Anexo 15: CD de los materiales digitales.

La propuesta final se basa en que por medio de acciones de los personajes se dan a conocer algunos aspectos relevantes del reciclaje, a manera que estos den vida a la presentación y que el usuario pueda percibir que ellos les están dando el mensaje con respecto de apoyar el reciclaje. El basarse en los personajes fue debido a que por medio de formas, figuras o líneas no se lograba dar a percibir dicha característica, tal y como se expresa durante el punto 10 de bocetaje y porque también se tomo en cuenta que el grupo objetivo que son los niños, sienten agrado por los personajes.

La propuesta también consta de la división de áreas por medio de la retícula para marcar los espacios a utilizar para los fondos, personajes, titulares y tipografía. Dicha retícula esta conformada por ejes curvos que se trasladan a lo largo del formato y que convergen de un mismo punto o bien forman ondas progresivas a manera de destacar movimiento y dinamismo en la propuesta. Se le dio el mayor porcentaje del área del formato a los personajes porque ellos establecen una relación amistosa con el lector, y van explicando y dando algunas especificaciones sobre lo que se esta hablando, de manera que cada uno de ellos denotó tener vida por medio de sus acciones.

Con respecto a los colores, a pesar de estar estos reglamentados en el reciclaje, se buscaron tonos en un nivel de saturación que fueran brillantes; utilizándose cada uno conforme se da a conocer los diferentes temas del material a manera que tanto el lector como el expositor puedan percibir dicho cambio a lo largo de la charla. Siendo que los bloques de color conforman parte del fondo se les dio un ligero efecto de opacidad para que se integren a la idea textura de la hoja gastada y pueda percibirse como parte de la misma.

Para la tipografía de los titulares se escogieron dos fuentes que tienen diferentes cambios en su estructura, tanto sus ejes como su peso cambia, a manera de que en esta variación se pueda distinguir dinamismo y además por medio de la letra Rock it que visualmente es una textura gastada se destaque el concepto de usar cosas viejas. Su peso gráfico dentro de la propuesta es en segunda jerarquía, ya que este indica el tema sobre el cual se está hablando. En el caso de los cuerpos de texto estos siguen la forma de los ejes que integran la estructura de la retícula para que de esta forma se unifique a las áreas de los bloques de color que proporcionan los descansos visuales.

La simbología y las ilustraciones se utilizaron para aclarar algunos temas o dar unas pequeñas indicaciones tal como se puede observar en la presentación por medio del botón ya que la dirige.

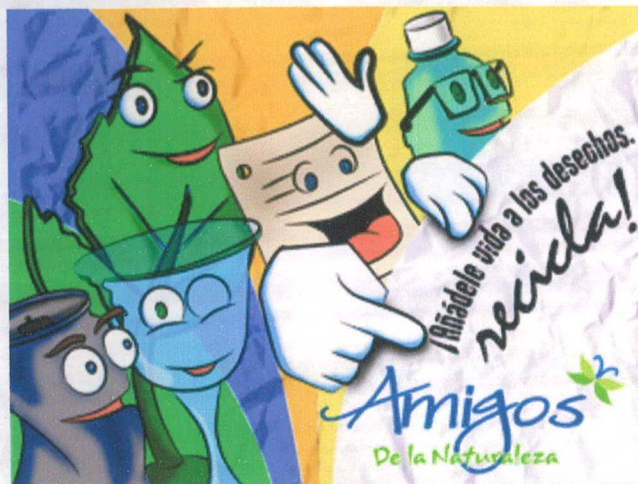
Algunas de las razones por las que se desarrolló una presentación interactiva como un material que busca informar al grupo objetivo a la hora de dar las charlas, es porque según indica Rodríguez (1997), los elementos animados de la misma atraen la atención del oyente

y permite que el orador siempre esté de cara hacia las personas, es también un medio idóneo para enseñar a grandes grupos y se puede emplear con cualquier tema.

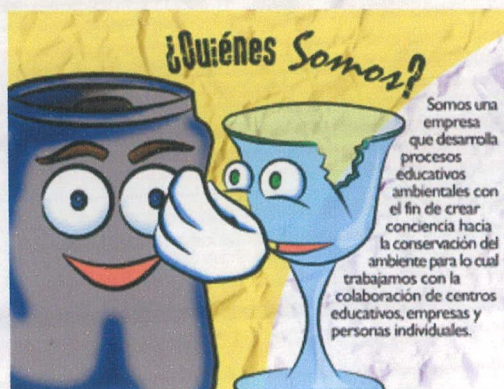
A continuación se presenta un story board digital de la presentación:

Secciones de la presentación y rotafolio:

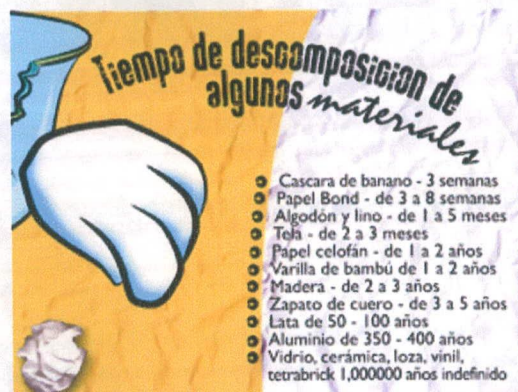
Portada



Primera parte: Introducción de la empresa



Segunda Parte: Información relevante (Qué es el reciclaje?, los desechos, sus causas)

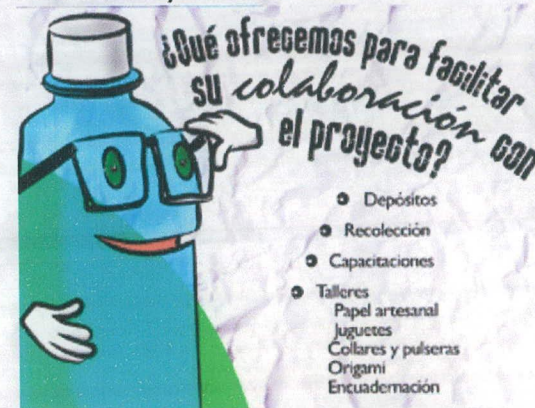
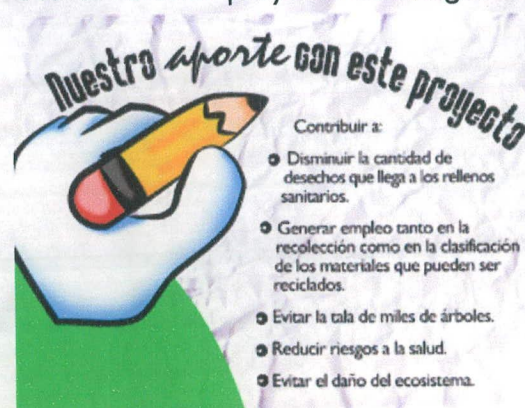


Tercera Parte: ¿Qué podemos hacer?





Cuarta Parte: El proyecto de Amigos de la Naturaleza y cómo contactarlos:

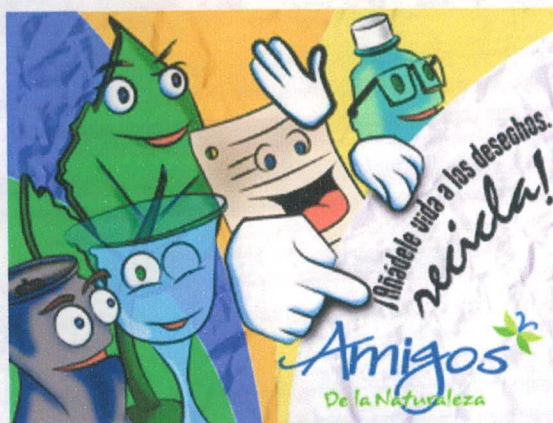


ROTAFOLIO

El rotafolio es el material que se utilizará para capacitar a los maestros y ellos mismos podrán hacer uso de este material para darle seguimiento al programa de reciclaje en las empresas. Gráficamente es igual a la presentación interactiva, con la variante que este será impreso a gran escala, por lo que su proporción y formato es mayor para que favorezca su visualización en áreas amplias y pueda ser visto a larga distancia por el lector. Se decidió desarrollar un rotafolio como material informativo ya que permite explicar paso a paso un proceso y servirá como un auxiliar para el orador que presenta el tema.

Muestras gráficas del rotafolio:

Portada



Primera parte: Introducción de la empresa



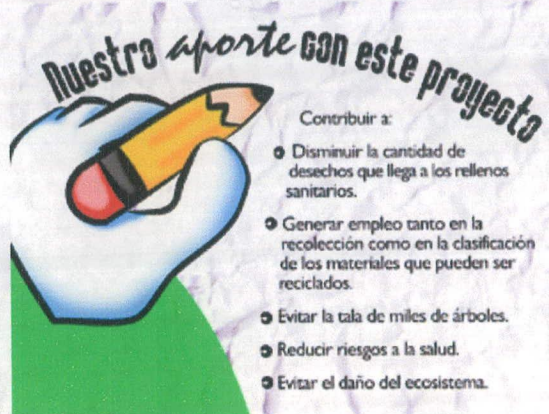
Segunda Parte: Información relevante
(Qué es el reciclaje?, los desechos, causas)



Tercera Parte: ¿Qué podemos hacer?



Cuarta Parte: El proyecto de Amigos de la Naturaleza y cómo contactarlos:



- SPOTS PUBLICITARIOS

La campaña radial cuenta con un reel de 4 spots, los cuales fueron producidos en un estudio de grabación. Su tiempo de duración de cada uno es de 15 segundos, a manera de poder ir identificando en el proceso de la campaña radial un cambio gradual en la información que se va dando, dando mensajes que incentiven a las personas, en especial los adultos a acercarse a Amigos de la Naturaleza y a reciclar.

Se llevó a cabo un reel de spots por ser un material publicitario que según De León (2008), no produce ningún daño a la naturaleza y según Leiva (2008), es una manera efectiva de anunciarse ya que por medio del sonido se puede impactar las emociones del oyente.

Los textos son los siguientes:

Spot 1:

Atención, mucha atención:

“Aumentan los espacios contaminados en todo el país”.

Esto se puede evitar, si aprendemos a reciclar y mejorar nuestro medio ambiente.

Evitemos que los desechos sólidos se pierdan, Añádele vida a los desechos.

Amigos de la naturaleza te ayudan a reciclar, más información al 2477 0828.

Spot 2:

Un día esta lata fue útil. Vuélvela a utilizar reciclándola.

Evitemos que los desechos sólidos se pierdan, Añádele vida a los desechos.

Amigos de la naturaleza te ayudan a reciclar, más información al 2477 0828.

Spot 3:

A la, se me acabaron la baterías. (Caen baterías)

Cuidado, estos desechos contaminan el medio ambiente.

Evitemos que los desechos sólidos se pierdan, Añádele vida a los desechos.

Amigos de la naturaleza te ayudan a reciclar, más información al 2477 0828.

Spot 4:

Si el mundo en que tú vives es así, (sonido de naturaleza)

Cuida el futuro, para que no haya calles sucias y toda la basura se ponga en su lugar.

Evitemos que los desechos sólidos se pierdan, Añádele vida a los desechos.

Amigos de la naturaleza te ayudan a reciclar, más información al 2477 0828.

- JUEGO DE MAILINGS

Los mailings tienen como objetivo apoyar a la campaña publicitaria por medio de apoyar los textos de los spots y de igual forma indicar donde se puede contactar a Amigos de la naturaleza. Sus mensajes son en base a incentivar al grupo objetivo a reciclar.

Debido a que es una pieza digital, los personajes fueron animados a manera de apoyar el concepto de dar vida a los elementos viejos y fueron colocados como la jerarquía principal a manera que el grupo objetivo perciba esta idea.

Al igual que las demás piezas utiliza una retícula dinámica por medio del uso de ejes curvos que dentro del formato limitan espacios en los que se presenta la información. Los personajes apoyan la propuesta gráfica por medio de participar en la presentación del mensaje. A continuación se muestran los 4 mailings:



Mailing 1



Mailing 2



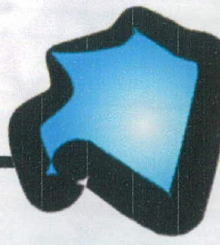
Mailing 3



Mailing 4



Producción y
Reproducción



13. Producción y Reproducción

13.1 Especificaciones Técnicas:

Rotafolio:

Opción A (Impresión Digital):

Formato de 1*0.75 mts.

Soporte a imprimirse: Papel Bond o fotográfico emplastado

Impresión de 3 ejemplares a full color, de un lado.

Opción B (Impresión Digital en vinil):

Formato de 1*0.75 mts.

Resolución: 150dpi

Soporte a imprimirse: vinil

Impresión de 3 ejemplares a full color, de un lado.

Presentación interactiva:

Archivo en extensión .swf de flash player 8

Formato de 800 * 600 pixeles

Producción de 100 ejemplares

Mailings:

Archivos en formatos gif

Resolución: 72 dpi

Peso del archivo: entre 190 y 195ks

Formato de 365 * 565 pixeles

Reel de 4 spots:

Archivo en formato mp3

Resolución: 128 kb

Peso del archivo: entre 500 – 700 ks

Formato: 15 segundos

13.2 Informe Técnico:

Guatemala 25 de octubre de 2007

A quien corresponda:

Dentro del CD encontrará la carpeta llamada "Rotafolio", en la cual se encuentran dos carpetas, favor utilizar únicamente la carpeta NO EDITABLE para la reproducción del rotafolio, siguiendo estas especificaciones:

Archivos: Rotafolio1.FH11 (tamaño de 1.06 MB)
Rotafolio2.FH11 (tamaño de 872 KB)
Rotafolio3.FH11 (tamaño de 857 KB)
Rotafolio4.FH11 (tamaño de 514 KB)

Cantidad: 3 rotafolios

Dimensión: 100 cms. x 75 cms.

Soporte y acabados: Papel fotográfico, a full color.

Cada uno de los archivos de Freehand cuenta con 6 páginas del rotafolio, iniciando con el archivo Rotafolio1.FH11 que contiene la portada y las primeras 5 páginas. Todas estas páginas van realizadas al tamaño real por lo que no necesitan ningún cambio en su escala. A la vez también se está entregando un dummie a escala del material, con acabados simulados. Todos los archivos van en la versión MX de Freehand, si en dado caso no se contara con esta versión se ha colocado una subcarpeta que llamada Rotafolio10 en la que encontrará los artes en formato de FH10. Las fuentes van convertidas a path y los colores están en RGB por ser impresión digital.

Con respecto a la carpeta EDITABLE, esta solamente se debe utilizar para la reproducción en caso que se tenga que realizar una modificación repentina, la cual ha de ser autorizada únicamente por mí, ya que dentro de esta carpeta encontrará las tipografías de los textos en caso fuera necesario su edición.

Atte.

Evelyn Chén
5993 6042

13.3 Presupuesto de Diseño e Impresión

13.3.1 Presupuesto de Diseño

A continuación se presentan los costos del Diseño Gráfico realizado por los siguientes materiales:

Material	Costo
<u>Personajes</u> Especificaciones: el precio incluye el desarrollo de 5 diferentes personajes, las 4 vistas de cada uno (frente, perfil derecho, espalda, perfil izquierdo), y diferentes posiciones de cada uno.	Q. 5,000.00
<u>Presentación Interactiva</u> Especificaciones: este precio incluye el desarrollo de la presentación interactiva, su bocetaje y montaje en flash como programa para multimedios, junto con la animación de 12 acciones de los diferentes personajes.	Q. 4,500.00
<u>Juego de Mailings</u> Especificaciones: aquí se incluye el desarrollo de 5 diferentes mailings, el desarrollo de frases que inviten al reciclaje, y la animación de cada uno de ellos con los personajes.	Q. 2,000.00
<u>Rotafolio</u> Especificaciones: el precio incluye el desarrollo del material en versión impresa y su bocetaje final.	Q. 2,500.00
<u>Reel de 4 Spots</u> Especificaciones: el precio incluye • Creatividad en el texto de cada comercial, de un tiempo aproximado de 15 seg. • Producción de cada uno de los spots en estudio de grabación (cada uno equivale a Q.3,000.00)	Q. 4,000.00 Q. 12,000.00
TOTAL	Q. 30,000.00

13.3.2 Presupuesto de Impresión

Se cotizó la impresión y reproducción de los diferentes materiales con las siguientes empresas:

Mega Vinyl S.A.

Tel: 2332 8804 Fax: 2363 0188

Fecha: 15 de octubre de 2007

Contacto: Eva Gutiérrez

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
21	Manta vinílica con impresión digital a full color con 3 ojetes de 100*75 cms.	Q. 64.00	Q. 1,344.00
		TOTAL	Q. 1,344.00

JyP Publicidad

Tel.: 2221 4156

Fecha: 13 de octubre de 2007

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
21	Impresiones digitales full color en lona Vinílica de 13 onzas	Q. 90.00	Q. 1,890.00
		TOTAL	Q. 1,890.00

(Ver cotizaciones en Anexo 16: Cotizaciones)

Debido a que las empresas que imprimen en papel fotográfico y opalina, como también las que prestan los servicios de emplastado, espiral y quemado de CD's no dan cotizaciones, se está colocando a continuación los datos obtenidos con respecto a sus precios recibidos por llamada telefónica o visita al lugar, siendo obtenidas las siguientes cotizaciones:

Plano Plot

Tel.: 2360 5260

Fecha: 15 de octubre de 2007

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
21	Impresión digital en papel de 100*75 cms.	Q. 900.00	Q. 18,900.00
		TOTAL	Q. 18,785.00

Compunet

Universidad de San Carlos (Facultad de Arquitectura y Diseño, edificio T2)

Fecha: 13 de octubre de 2007

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
21	Impresión digital en papel fotográfico 100*75 cms.	Q. 70.00	Q. 1,470.00
21	Impresión digital en papel bond 80 gramos 100*75 cms.	Q. 50.00	Q1,050.00

Plasti Poster

Tels.: 2333 6894, 2337 2614

Fecha: 22 de octubre de 2007

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
21	Emplasticado de formato de 100*75 cms.	Q. 34.00	Q. 714.00
		TOTAL	Q. 714.00

Easy Company

Tels.: 2261-1361, 2261-1499

Fecha: 2 de mayo de 2008

Contacto: Ingrid Larios

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
100	Quemado de CD's con impresión en portada del disco en sobre plástico	Q. 12.00	Q. 1200.00
500	Quemado de CD's con impresión en portada del disco en sobre plástico	Q.10.00	Q. 5,000.00
1000	Quemado de CD's con impresión en portada del disco en sobre plástico	Q. 9.00	Q. 9,000.00

CD Latin

Tels.: 2332 7565

Fecha: 2 de mayo de 2008

Dirección: 3ra. Ave. 12-13 zona 9 C. Com. Bonsai Nivel 02 No. 18

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
100	Quemado de CD's con impresión en portada del disco en sobre plástico	Q. 15.00	Q. 1,500.00
500	Quemado de CD's con impresión en portada del disco en sobre plástico	Q.11.00	Q.5,000.00

Fecha: 2 de mayo de 2008

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
500	Quemado de CD's, impresión en portada del disco en sobre	Q. 7.50	Q. 3,750.00
		TOTAL	Q. 3,750.00

Con respecto a la campaña radial se cotizó en Emisoras Unidas de Guatemala, S.A. por tener una radio con 25 frecuencias a nivel nacional en FM y 3 en AM para que tenga un mayor alcance la campaña radial, que es Emisoras Unidas, que tiene el siguiente costo:

GRUPO EL

De Radios

1 Radio

Frecuencia Variable

11

Anunciante

Amigos de la Naturaleza

[illegible]

Autorización
Guillermo Leiva
Director

13.4 Sistema de impresión o reproducción

Para el rotafolio que es el único material impreso se eligió el sistema de impresión digital ya que en este sistema se puede imprimir a gran escala y en diferentes tipos de soportes sin perder la calidad del diseño desarrollado y permitiendo que este sea de alta durabilidad. Este será un material que no necesitará que se imprima varias veces por lo que no se recomienda la impresión litográfica, de ser impreso en este sistema se elevaría demasiado el costo de su reproducción, teniendo que tomar en cuenta que deberá también ser emplastificado para que sea no se arruine con facilidad la impresión.

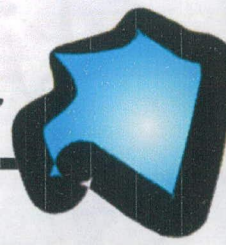
En el caso de la presentación a pesar de haber sido producida en Flash8 se reproducirá en formato "exe", ya que con esta extensión es posible reproducirlo en Windows, sin que Amigos de la Naturaleza tenga instalado el programa.

En el caso de los mailings los cuales van en formato gif por ser animados, Amigos de la Naturaleza podrá reproducirlos por medio de su e-mail, adjuntándolo y enviándolo a sus contactos. Ellos podrán verlos desde la web o con cualquier programa de imágenes con el que cuenten en su equipo.

La campaña Radial debe de ser incluida en el tiempo programado para comerciales por parte de la emisora radial aconsejada.



*Conclusiones y
Recomendaciones*



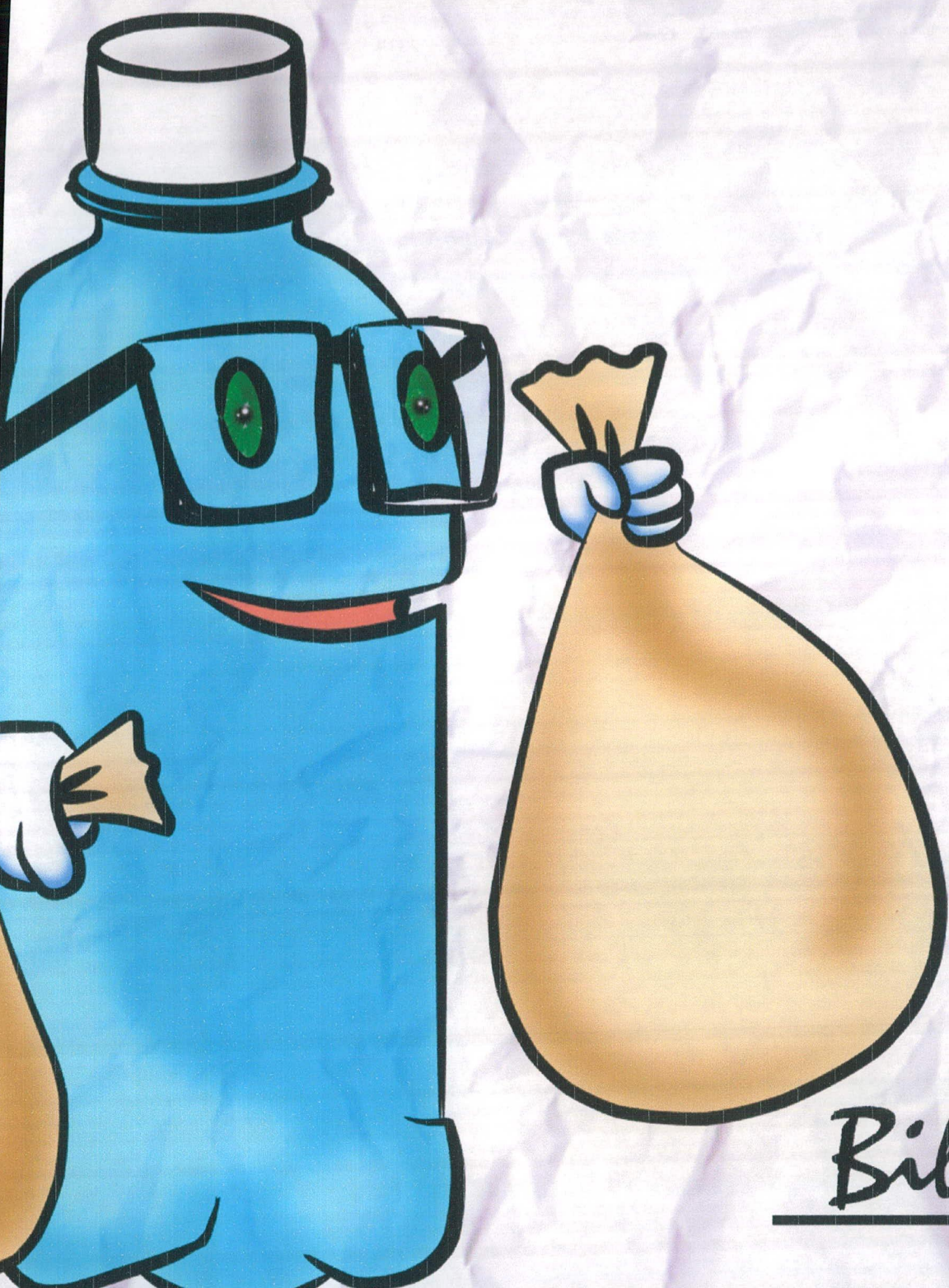
14. Conclusiones y Recomendaciones

14.1 Conclusiones

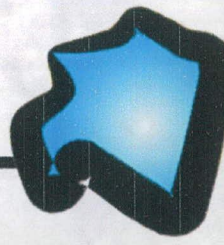
- Se propuso un material publicitario que es una campaña radial y un juego de 4 mailings interactivos en los cuales se dan a conocer los servicios que presta Amigos de la Naturaleza, por medio de las acciones de los personajes que han sido implementados gráficamente para apoyar el tema y expresar la renovación que se puede lograr de todos los desechos como parte de los servicios que Amigos de la Naturaleza busca infundir en el grupo objetivo.
- Se diseñó un material informativo en dos versiones, el digital que es una presentación interactiva y su versión impresa que es el rotafolio. Ambos trasladan la información de qué es el reciclaje, su importancia, problemática ambiental y cómo se puede ayudar para todos los colegios e institutos, basándose en personajes animados a manera de captar un mayor interés en los niños por reciclar.

14.2 Recomendaciones

- Se recomienda que al trabajar personajes en medios digitales se puedan ligar estos con el área de animación, permitiendo poder dar un resultado enriquecedor de los mismos con las acciones que se les desarrollen siendo esta una solución más interesante y en una vía diferente que únicamente los personajes como una única ilustración.
- Para mayor seguimiento de un programa dentro de los colegio, se recomienda darle uso a los personajes ya sea en hojas de trabajo, cuentos o actividades para los que podría proponerse nombres al ser utilizados con mayor frecuencia a manera de interesar a los niños en el material que se realice.



Bibliografía

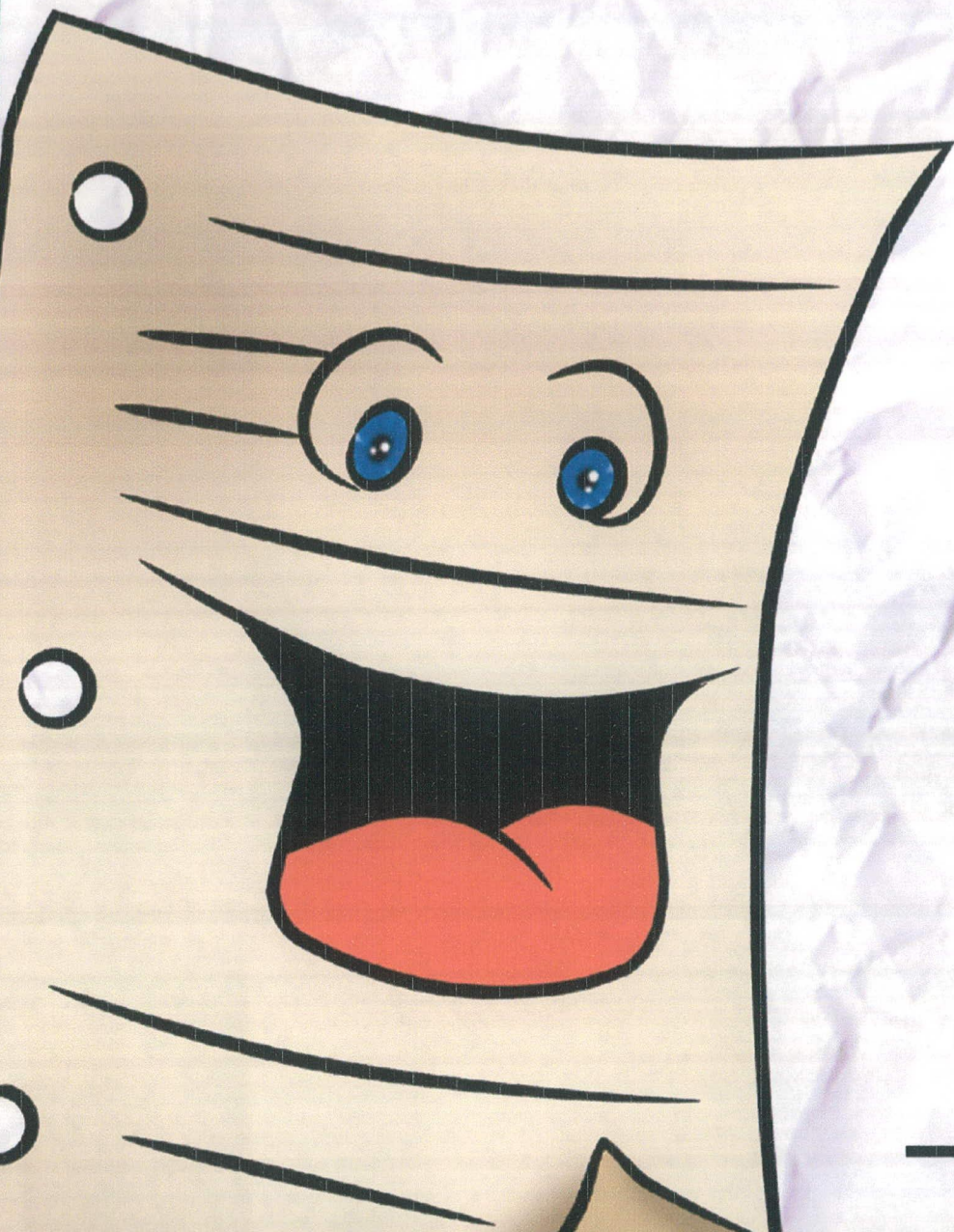


15. Bibliografía

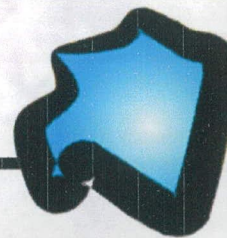
- Abularach, Jorge (2008). *Anúnciese efectivamente en radio* (Folleto). Guatemala, Guatemala.
- Álvarez, Juan Carlos (2006). *Manual de Consideraciones técnicas y Propuesta de normas de Manejo Forestal en Guatemala*. Disponible en: Ministerio Ambiental del Guatemala.
- Amigos de la Naturaleza (2007). Encuesta realizada en agosto acerca del reciclaje y la problemática del mismo. (Ver Anexo 2: Encuesta a Cliente)
- Arévalo de Salazar, Doris Elcira (2005). *Propuesta de Material Informativo*. Tesis inédita de Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Ávila Morales, José E. (2006). *El Comportamiento en las etapas del desarrollo Humano*. Huancavelica, Perú.
- Bonta y Farber (1997). *Fundamentos del Marketing*. McGraw – Hill Companies.
- Cardenas, Antonio (2003). *Folleto de Manejo Forestal para INAB*. Disponible en: INAB de Guatemala.
- Cardona, Evelyn (2008). *Herramientas para el Diseño Multimedia* (Folleto). Barcelona, España.
- De León, Francisco. (2008). *Encuesta a experto en el tema de Medio Ambiente*. (Ver Anexo 1: Encuesta a experto en el tema de Medio Ambiente)
- Diccionario de la Real Academia Española 2006. Disponible en: <http://www.rae.es/rae.html>
- Díez de Castro, E. y Martín Armario, E. (1999). *Planificación Publicitaria*. Publicaciones Pirámide. Madrid, España.

- Figueroa, L. (2006). *Material informativo de apoyo al programa de educación para el paciente diabético tipo II*. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- García Uceda, M. (1999) *Las claves de la publicidad*. Publicaciones ESIC. Madrid, España.
- Inglés, Fernando. (2007) Tratamiento de imagen digital. Disponible en: <http://www.cri-tic.net/pps/imagen.pps>
- Kleppner, O. (1993). *Publicidad*. 12ª Edición. México. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Kor, Naty (2006). *Material de Cátedra de la Universidad Argentina John F. Kennedy "Publicidad"*. Argentina, Buenos Aires.
- Leiva, Guillermo (2008). *¿Por qué anunciarse en Radio? (Folleto)*. Guatemala, Guatemala.
- Lepe (2007). *Encuesta a Experta en Psicología: El grupo Objetivo* (Ver Anexo 5: Encuesta a Experta en Psicología)
- Moortele, Nicolas (2007). *¿Qué es contaminación?*. Eudeba Publicaciones, México D.F.
- Muñiz González, Rafael (2006). *Marketing en el Siglo XXI*. Publicaciones Edelvives. México D.F.
- Ordoñez, M. (2001) *¡Exprésate! Manual de educación artística*. Tesis inédita de la Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- PRODATOS (2003). *Resumen de la Tabla de Niveles Socio-económicos de la Ciudad de Guatemala*. Disponible en: Anexo 4: Niveles Socio-económicos
- Rodríguez, Jordi (1997). *"¿Qué quieres que se vea?, El uso didáctico del software de presentaciones"*. Aula de Innovación Educativa, nº 67, pp. 22-24" Barcelona, España.

- Royo Vela, M. (2002). *Comunicación Publicitaria*. Publicaciones Minerva. Madrid, España.
- Tablero, Amos (2007) *Ecología, Contaminación y Medio Ambiente*. McGraw – Hill Companies.
- Velásquez, Claudia *Entrevista a Experto en el tema del reciclaje agosto 2007*. (Ver Anexo 3: Encuesta a Experto en el tema de reciclaje).
- www.urbanext.uiuc.edu/babysitting_sp/age-school-sp.html (2007). *Una Guía para el negocio del cuidado de niños*. Guía online de la Universidad de Illinois
- www.benavente.com.mx (2007). Los Materiales impresos (Folleto en la web).



Anexos



16. Anexos

Anexo 1: Encuesta a Experto en el tema de Medio Ambiente

1. ¿Qué es medio ambiente?
2. ¿Cuál es la situación actual del medio ambiente en Guatemala?
3. ¿Qué pasa con la contaminación por basura?
4. ¿Cuál es la importancia de reciclar?
5. ¿Por qué razón considera que no se recicla en Guatemala?

Anexo 2: Encuesta a Cliente

1. Factores que influyen en la problemática ambiental
2. Consecuencias de la Problemática Ambiental
3. ¿Qué se puede reciclar?
4. Historia de Amigos de la Naturaleza

Anexo 3: Encuesta a Experto en el tema del Reciclaje

1. ¿Qué es medio ambiente?
2. ¿Cuál es la situación actual del medio ambiente en Guatemala?
3. ¿Qué pasa con la contaminación por basura?
4. ¿Qué es Reciclar?
5. ¿Cuál es la importancia de reciclar?
6. ¿Por qué razón considera que no se recicla en Guatemala?

Anexo 4: PRODATOS: Niveles Socio-económicos

	ABC1	C2	C3	D	E
6. Sexo del jefe del hogar (% = hombre)	90%	88%	88%	84%	80%
7. Educación del jefe del hogar (moda)	Universidad	Universidad	Secundaria	Secundaria (parte)	Primaria o menos
8. Educación del ama de casa (moda)	Universidad	Universidad (parte)	Secundaria	Secundaria (parte)	Primaria o menos
9. Ocupaciones más comunes del jefe de hogar	profesionales empresarios comerciantes gerentes	Supervisores/ jefes administración técnicos esp	Técnicos vendedores	Vendedores operadores	Albañil oficinas domésticos
EN SU HOGAR...					
10. Promedio habitaciones	3.8	3.0	3.0	2.4	1.4
	3+ cuartos	3 cuartos	3 cuartos	2-3 cuartos	1-2 cuartos
11. Tiene serv. Doméstico	97%	77%	33%	10%	0%
12. Tiene lavadora de ropa	100%	98%	80%	29%	2%
13. Tiene secadora de ropa	92%	53%	14%	3%	0%
14. Tiene horno de microondas	100%	98%	92%	47%	1%

prodatos Niveles Socioeconómicos -PRODATOS- Ciudad de Guatemala Junio de 2003

	ABC1	C2	C3	D	E
15. Tiene teléfono en hogar	100%	98%	95%	66%	20%
16. Promedio de líneas (los que tienen)	2.2	1.6	1.2	1.1	1.0
17. Tiene fax en hogar	66%	37%	20%	5%	0%
Tiene tel. celular personal	81%	75%	56%	45%	22%
19. Tiene computador en hogar	100%	96%	75%	17%	0%
20. Tiene internet en hogar	87%	52%	26%	4%	0%
EN SU HOGAR					
21. Tiene TV color	100%	100%	100%	96%	61%
22. X televisores color tiene	3.9	2.9	2.1	1.4	1.0
23. Tiene cable/ TV satélite	100%	97%	96%	74%	37%

prodatos Niveles Socioeconómicos -PRODATOS- Ciudad de Guatemala Junio de 2003

Anexo 5: Encuesta a Experto en Psicología: El Grupo Objetivo

Características de los niños de 7 – 12 años

Gustos de los niños

Lugares en los que se desenvuelven

Características de los Adultos

Anexo 6: Encuestas de Grupo Objetivo PARA LOS NIÑOS

¿Cuál es tu edad? _____
¿En donde estudias? _____

Contesta sinceramente las siguientes preguntas, subrayando tu respuesta.

1. ¿Qué prefieres leer?

- a. chistes b. cuentos c. historias reales d. libros

2. ¿Con cuál de los siguientes colores te identificas más tú?

- a. rojo b. verde c. azul d. anaranjado

3. ¿Qué color relacionas con naturaleza?

- a. verde b. azul c. café

4. ¿Cuál de estas letras lees mejor?

- a. *abcde* b. **ABCDE** c. *abcde* d. **abcde**

5. ¿Cuál de estas caricaturas prefieres?

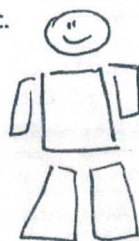
a.



b.



c.



d.



6. En tus tiempos libres prefieres:

- a. ir a centros comerciales b. ver obras teatrales c. tomar un curso d. usar internet

7. ¿Qué forma te llama más la atención?

- a. circular b. cuadrado c. triángulo d. espiral e. cono

8. ¿Qué haces con la basura?

- a. la tiras en el basurero b. la guardas c. se la das a tus padres d. la tiras en las calles

9. ¿Que tipos de personajes prefieres?

- a. animales b. personas c. super héroes



10. El significado de este signo para ti es:

- a. vueltas b. girar c. reciclar d. renovar

¡GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!

PARA LOS ADULTOS

¿Cuál es su edad? _____

Lugar donde labora y profesión: _____

Conteste sinceramente las siguientes preguntas, subrayando su respuesta.

1. ¿Cuántos libros lee mensualmente?

a. 2 libros b. 4 libros c. 6 o más

2. ¿Qué tipo de publicaciones prefiere leer?

a. libros b. periódico c. folletos d. revistas e. historietas

3. ¿Con cuál de los siguientes colores se identifica más usted?

a. rojo b. verde c. azul d. anaranjado

4. ¿Qué color relaciona con naturaleza?

a. verde b. azul c. café

5. ¿Cuál de estas letras lee mejor?

a. *abcde* b. **ABCDE** c. *abcde* d. **abcde**

6. ¿Qué tipo de imágenes le gustan más?

a. dibujos artísticos b. caricaturas c. fotografía

7. En su tiempo libre prefiere:

a. ir a centros comerciales b. ver obras teatrales c. tomar un curso d. usar internet

8. ¿Qué forma le llama más la atención?

a. circular b. cuadrado c. triángulo d. espiral e. cono

9. ¿Qué hace con la basura?

a. la tira en el basurero b. la guarda c. la tira en las calles

10. ¿Que tipos de personajes prefieres?

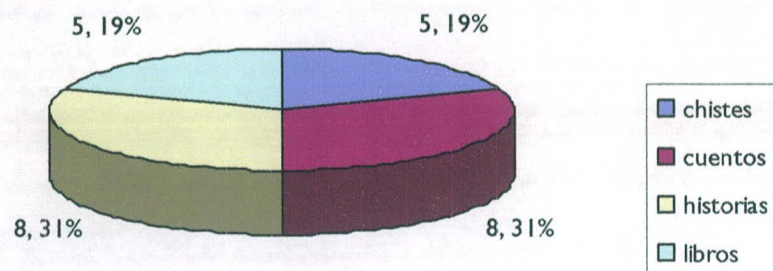
a. animales b. personas c. super héroes

11. ¿Cuál de estas revistas prefiere?

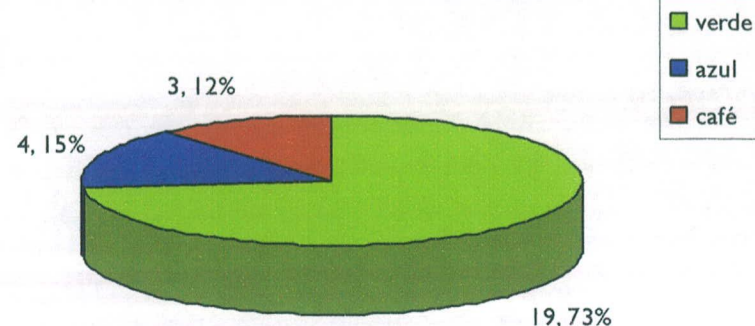
a. National Geographic b. Selecciones c. Cosmopolitan

Anexo 7: Respuestas del Grupo Objetivo NIÑOS

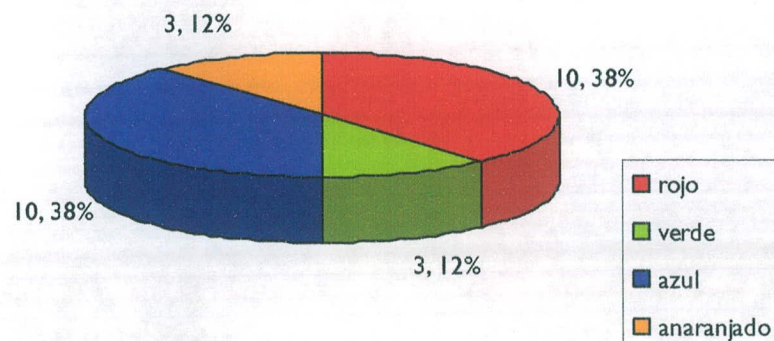
¿qué prefieres leer?



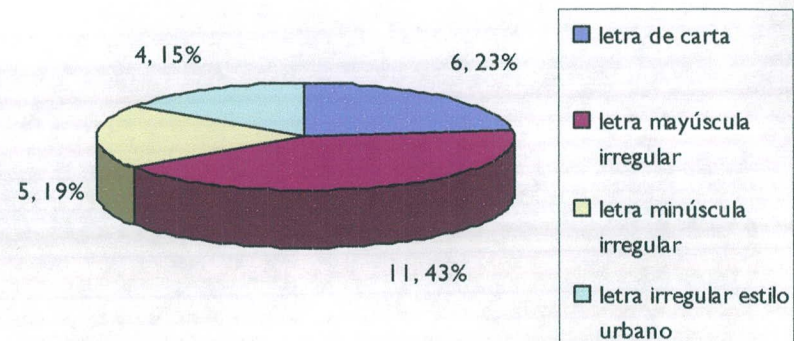
Color con el que relaciona naturaleza



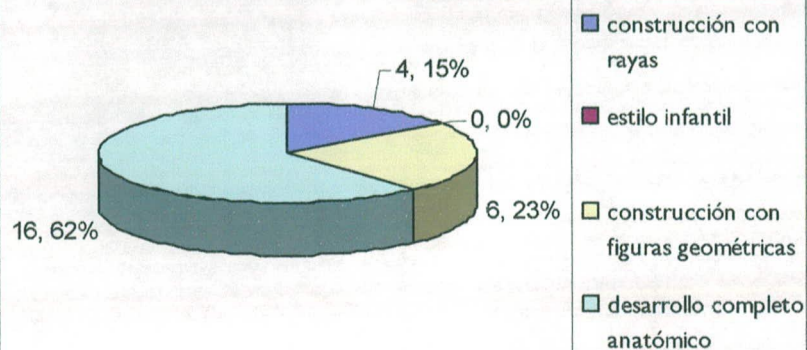
Color con el que se relaciona



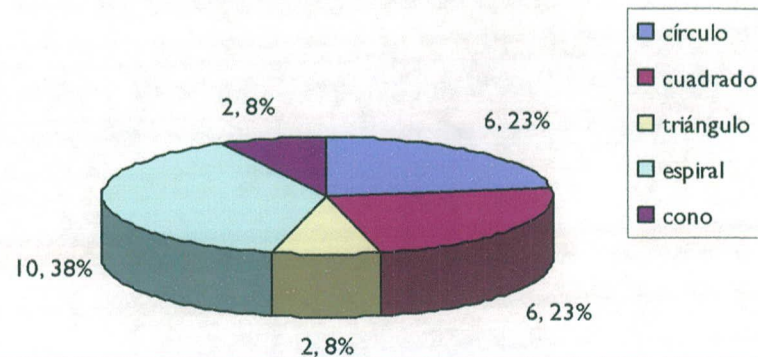
Tipografía que considera legible y clara



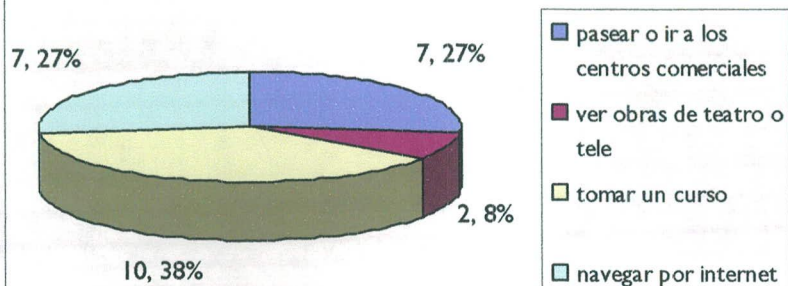
Estilo de caricatura



Forma que les llama la atención



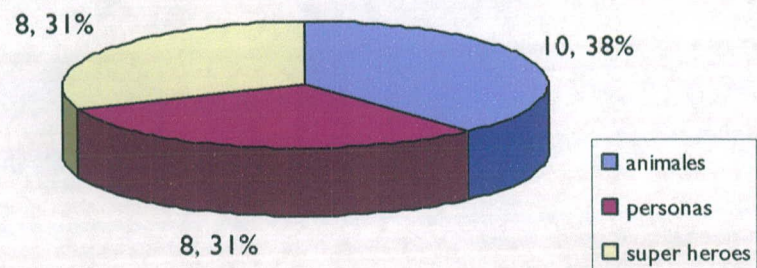
Actividad que prefieren en tiempo libre



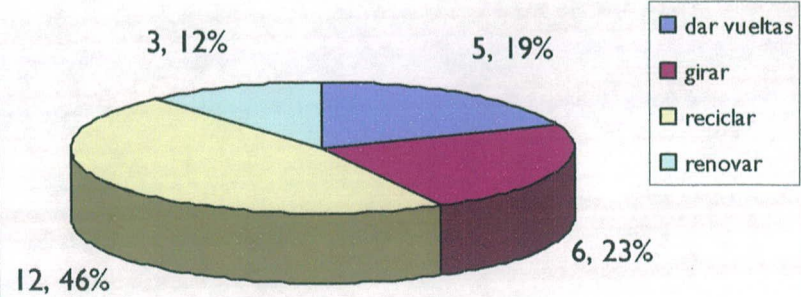
¿qué haces con la basura?



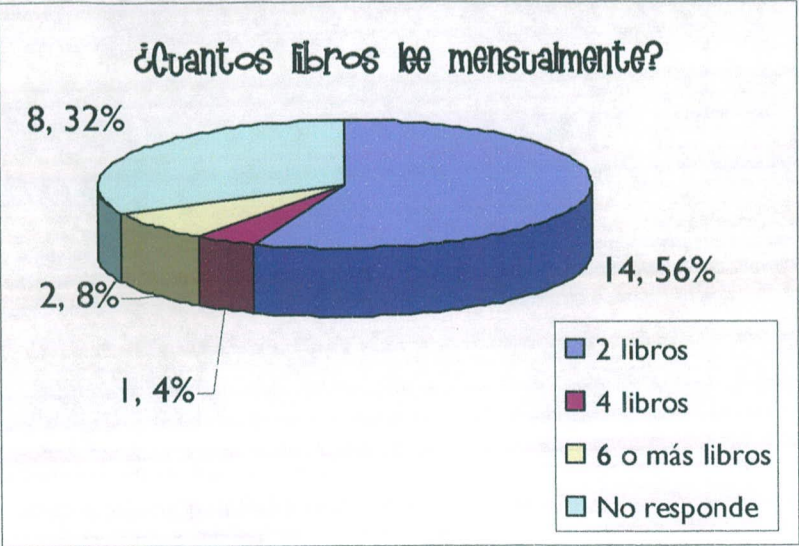
Personaje que prefiere



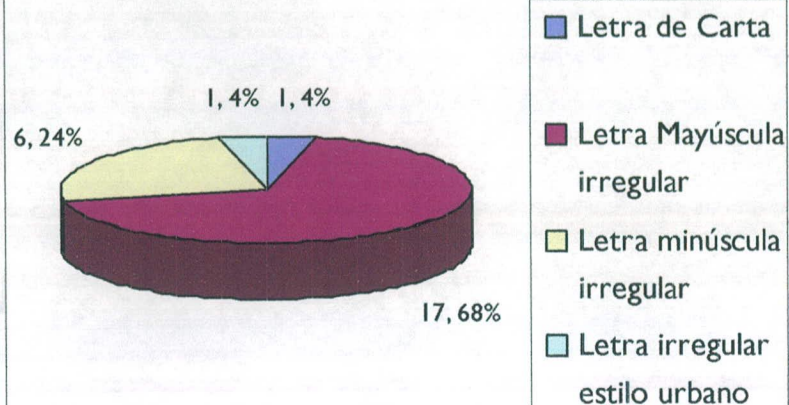
significado del signo de reciclar



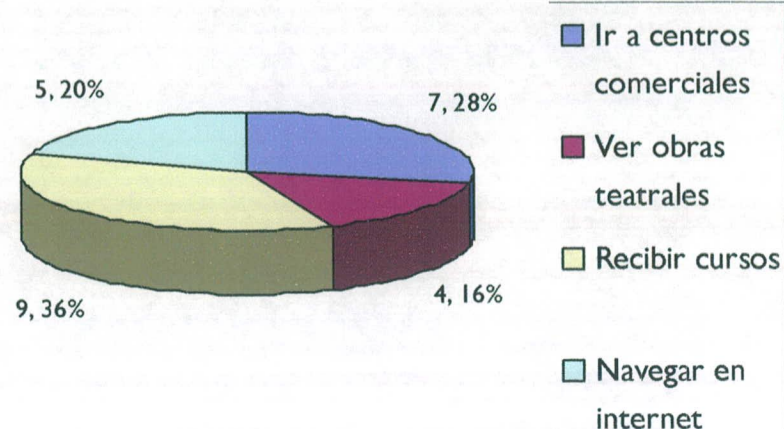
ADULTOS



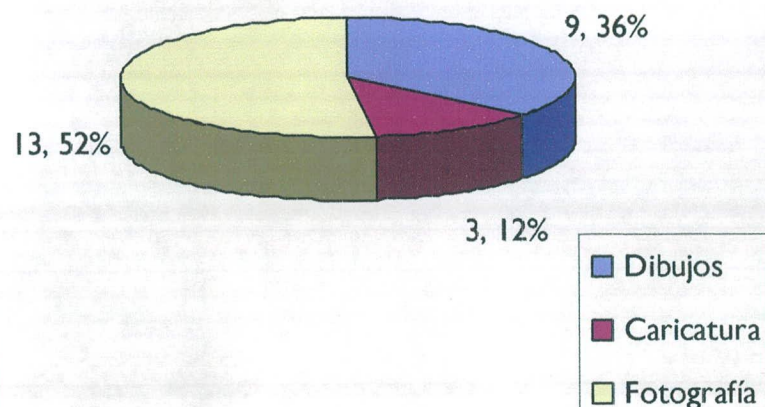
Tipografía que considera legible y clara



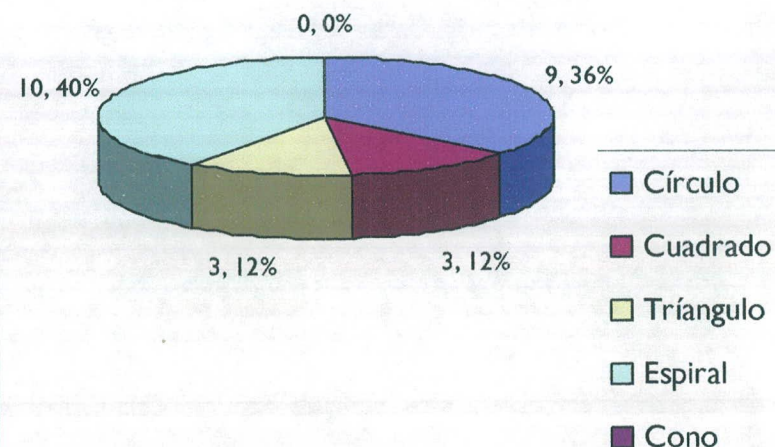
Ocupación en tiempo libre



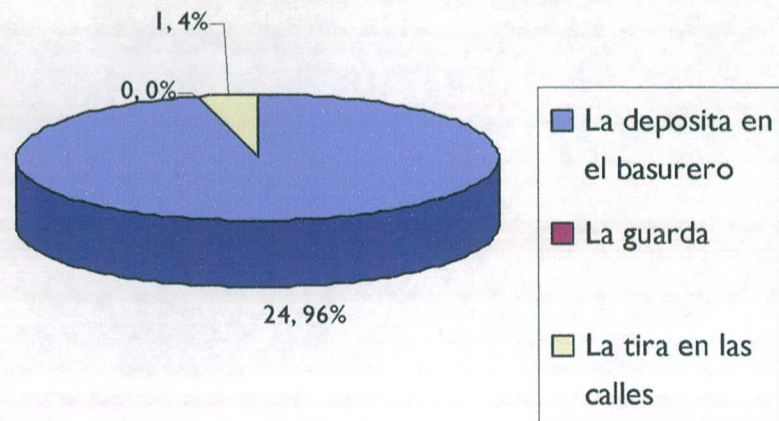
Imágenes que prefieren



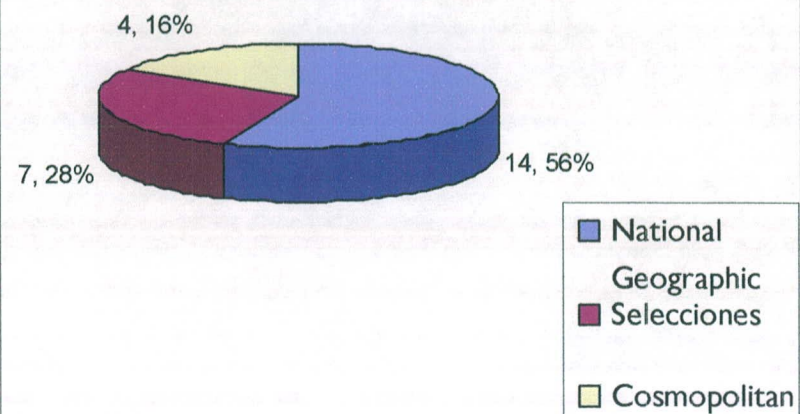
Forma que le llama la atención



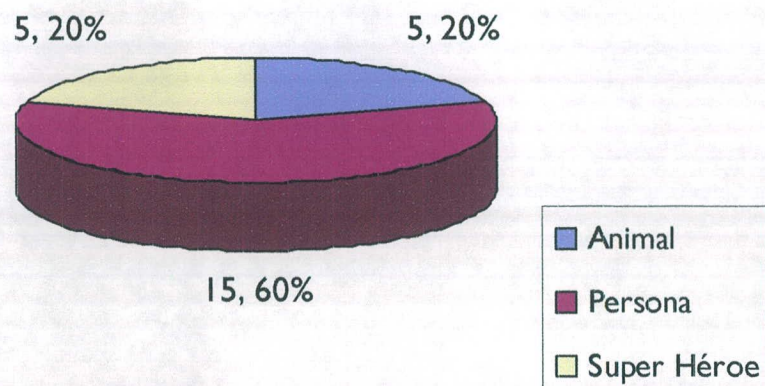
¿qué hace con la basura?



Ejemplo de revista que lee



Tipo de personaje que prefiere



Anexo 8: Conceptualización

Basada en la técnica de Opuestos

Lo positivo

Lo negativo

Reciclar	Desechar
Verde	Magenta
Reutilizar	Desaprovechar
Salvar	Matar
Preservar	Destruir
Clasificar	Desordenar
Transformar	Mantener
Natural	Artificial
Puro	Tóxico
Recolectar	Dispersar
Limpio	Sucio
Purificar	Contaminar
Ayudar	Perjudicar
Conjunto	Disuelto
Unir	Soltar
Nuevo	Viejo
Agrupar	Desagrupar
Útil	Inútil
Pieza	Completo
Juntar	Separar
Recoger	Tirar
Organizar	Desorganizar
Seleccionar	Mezclar
Vida	Muerte
Rescatar	Malgastar
Llenar	Vaciar
Poner	Quitar
Próximo	Lejano
Colocar	Recoger
Material	Impalpable
Usar	Botar

Proceso	Directo
Completo	Residuo
Producto	Desecho
Total	Residuo
Consciente	inconsciente
Alterar	Inalterar
Aire	Polvo
Escases	Exceso
Restaurar	Desarmar
Reforestar	Deforestar
Recuperar	Perder
Indiferente	Impactar
Antecedente	Resultado
Inicio	Final
Estacionar	Recorrer
Estático	Móvil
Introducir	Sustraer
Devolver	Retener
Continuo	Discontinuo
Seguir	Parar
Preceder	Suceder
Obtener	Desperdiciar
Formar	Deformar
Emplear	Despedir
Añadir	Mermer
Sumar	Restar
Ampliar	Reducir
Sobreponer	Caer
Actividad	Inactividad
Adición	Sustracción
Disponer	Indisponer

añadir	mermar
sumar	restar
ampliar	reducir
sobreponer	caer
actividad	inactividad
adición	sustracción
disponer	indisponer
preparar	dañar
crecer	bajar
aumentar	disminuir
diversidad	uniformidad
acumular	esparcir
distribuir	desorganizar
seguro	peligro
realidad	fantasía
justificar	acusar
agrandar	achicar
solución	problema
necesario	innecesario
voluntario	involuntario
libertad	dependencia
elegir	descartar
aceptar	rechazar
energía	flaqueza
ahorrar	gastar
economizar	derrochar
conservar	eliminar
reparar	deteriorar
arreglar	estropear
atender	abandonar
intervenir	inhibir
participar	abstenerse
ejercicio	inmóvil
respetar	abusar
mínimo	máximo
integrar	desintegrar

Anexo 9: Frases Conceptuales

- Recorrido de piezas discontinuo
- Desarmando energía
- Máximo agrupamiento
- Renovando piezas en deterioro
- Agrandando formas
- Sumando formas en recorrido
- Recolectando ayuda
- Rechazando el dispersar energía
- Estacionando piezas recolectadas
- Desordenando desechos gastados
- Perdiendo la naturaleza
- Agrandando la naturaleza
- Añadiendo vida a los desechos
- Purificando el desorden
- Reparando piezas gastadas
- Efecto móvil desorganizado
- Dañando material
- Mezclando piezas naturales
- Desechando la suciedad
- Alterando la naturaleza gastada

Anexo 10: Encuesta de validación de los Personajes

De acuerdo con el tema del reciclaje, los diferentes personajes...

- a. Confunden el tema b. forman parte del tema c. se identifican con el tema

Considera que el uso de diferentes personajes a lo largo del material apoya a:

- a. Identificar temas b. dirigir al lector c. confunde la lectura

Lata de metal:

Considera que el personaje es:

- a. Tímido b. dinámico c. hiperactivo

Botella de Plástico

La apariencia del personaje le evoca que es...

- a. Distraído b. inquieto c. intelectual

Considera que el carácter de dicho personaje es:

- a. Alocado y flojo b. tranquilo y despistado c. sereno y observador

Hoja de papel:

A su criterio el personaje es:

- a. Sucio b. levemente desalineado c. limpio

El carácter del personaje es:

- a. Tímido b. tranquilo c. dinámico

Hoja (del árbol):

Este personaje es:

- a. Tradicional b. reciente c. novedoso

Su personalidad es:

- a. Aburrida b. tranquila c. jovial

Copa de vidrio:

A su criterio el personaje es:

- a. Sucio b. levemente desalineado c. limpio

Considera que el personaje es:

- a. Frágil b. delicado c. ligero

Su personalidad es:

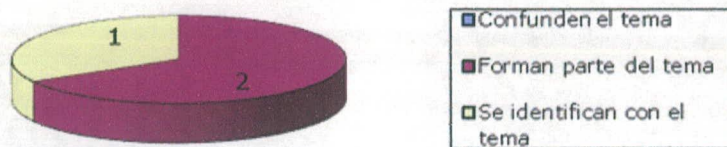
- a. Cómica b. seria c. tímida

Comentarios o sugerencias: _____

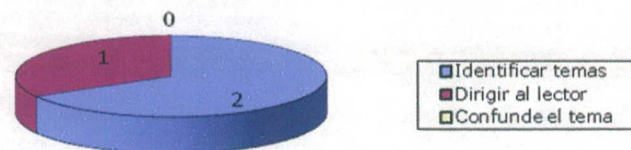
¡Gracias por su colaboración!

Anexo 11: Respuestas de la Encuesta de validación de los Personajes

Según el reciclaje, los personajes...

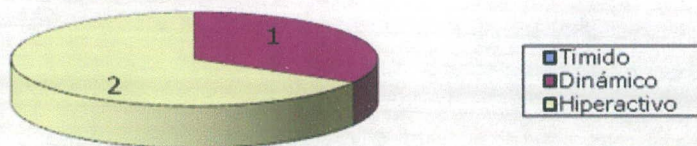


Los personajes a lo largo del material apoyan a:



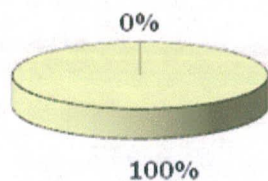
Lata de metal:

El personaje es:



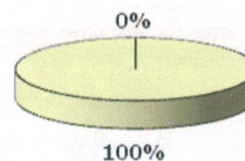
Botella de plástico:

Su apariencia le evoca que es:



■ Distraído
■ Inquieto
■ Intelectual

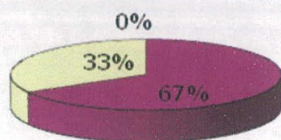
Su carácter es...



■ Alocado y flojo
■ Tranquilo y despistado
■ Sereno y observador

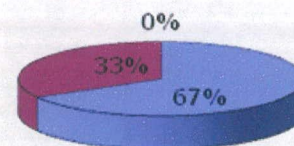
Hoja de papel:

El personaje es:



■ Sucio
■ Levemente desalineado
■ Limpio

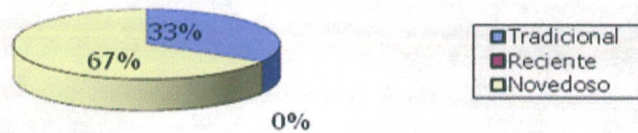
Su personalidad es:



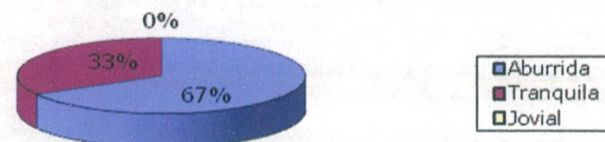
■ Tímido
■ Tranquilo
■ Dinámico

Hoja de Árbol:

El personaje es:



Su personalidad es:

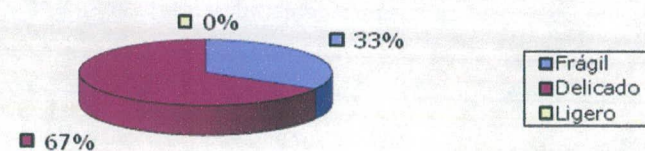


Copa de vidrio:

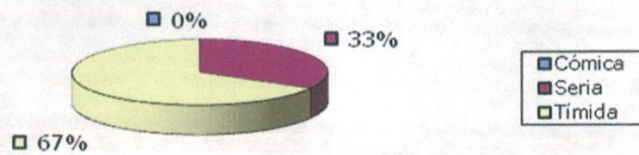
El personaje es:



Característica del personaje

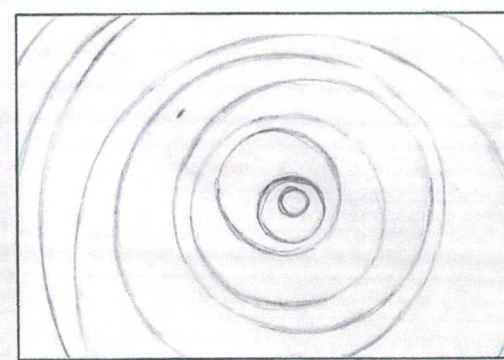
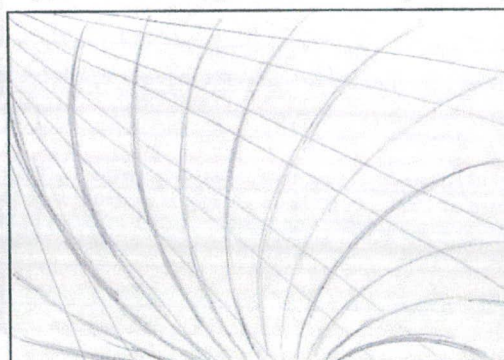
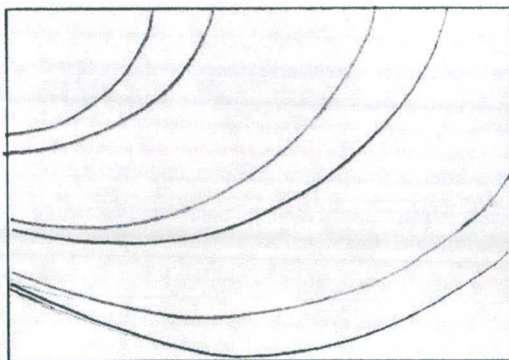


Personalidad

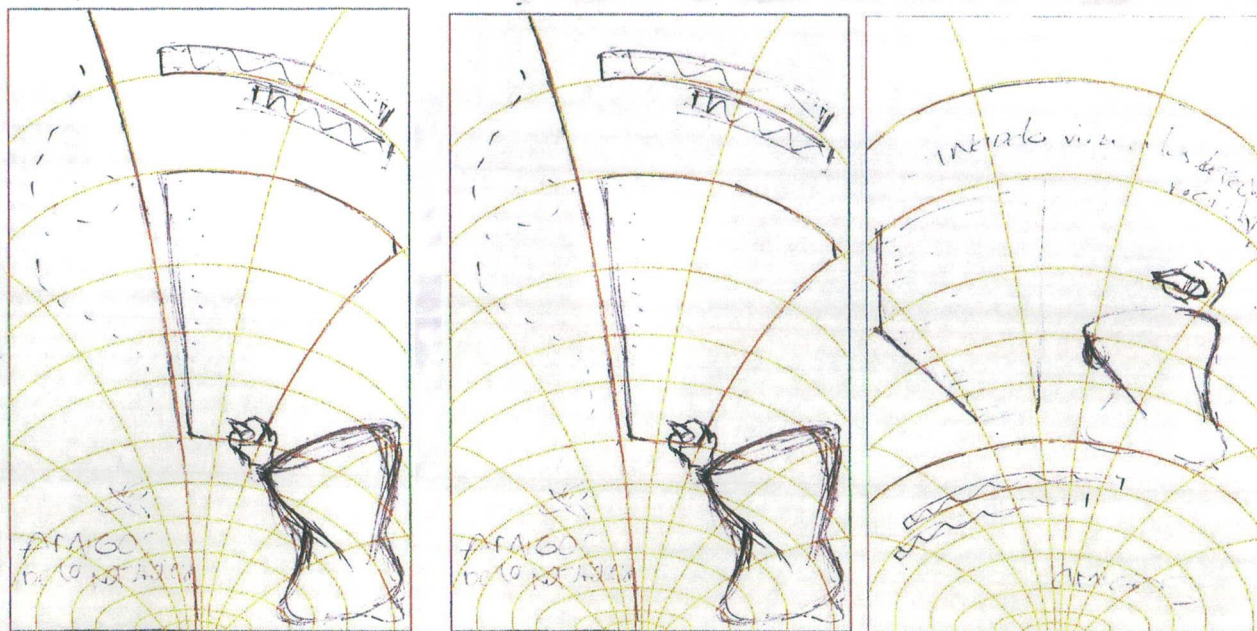
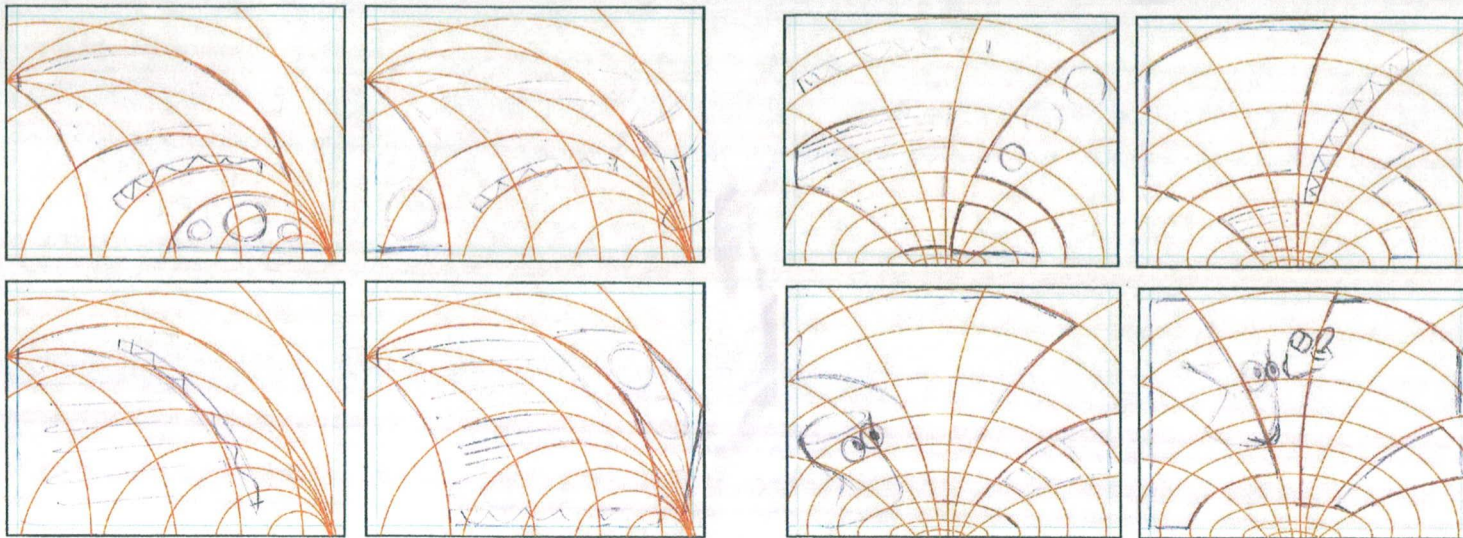


Anexo 12: Bocetaje

Reticulas



Diagramaciones de los materiales:



Story Board:

ESCENA 1

(1.1) Página de inicio
Presentación personajes



(1.2) Sección 1:
Presentación de
Amigos de la Naturaleza
(expresión de salud)



(1.3) • Quiénes son?
(Hablar entre personajes)



(1.4) • Misión y Visión
(indicar)

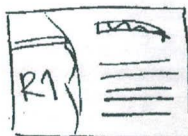


ESCENA 3 → APORTE COMO CIUDADANO

(3.1) ¿Que hacer para evitar
contaminar?
(haciendo pregunta)



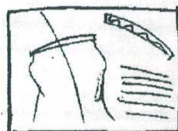
(3.2) R1 = Rechazar
(mostrando espalda)



(3.3) R2 = Reducir
(mostrando espalda)



(3.4) R3 = Reutilizar
(mostrando espalda)



ESCENA 2

(2.1) Generamos Desechos
(llover desechos)



(2.2) Tipo de Desechos
(enumerando)



(2.3) ¿Y los residuos que
generamos diariamente?
(pensando)



(2.4) Tiempo de descomposición
de los materiales
(tirando basura)

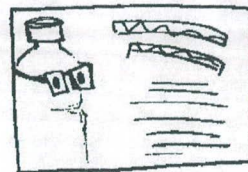


Escena 4 Proyecto de A.-N.

(3.1) Nuestro aporte con el
proyecto.
(escribir)



(3.2) ¿Qué ofrecemos para
facilitar la ayuda?
(viendo)



(3.3) Contáctanos
(señalando)



Anexo 13: Encuesta de Validación de los Materiales

a. ENCUESTA PARA EXPERTOS EN EL TEMA:

Nombre: _____

Edad: _____

Dirección: _____

A continuación se le presentan varios enunciados con respuestas múltiples, los cuales deberá llenar considerando que este es un material que surge en respuesta al apoyo que pide Amigos de la Naturaleza de hacer un llamado a todos a participar del reciclaje, por lo que se presentará materiales publicitarios e informativos, enfocados a un grupo objetivo de 7-12 años y de 20 – adelante, de nivel socio-económico B, C1, cuyos materiales se trabajaron bajo el concepto: Añádele vida a los desechos. Subraye el que considere que describe su sincera opinión.

Considera que el color es de apoyo a:

- a. Confundirse con el tema
- b. identificar el tema
- c. comunica eventualmente el tema

Considera que los puntos importantes del material están:

- a. Desordenados y poco remarcados como para percibirlos
- b. En ocasiones son percibidos
- c. Dan un orden visual en el cual son percibidos

Considera que las imágenes como elemento empleado:

- a. No tienen nada que ver con el contenido
- b. En ocasiones hacen una relación con el tema del cual se habla
- c. Dan una relación y ejemplos del tema

Considera que los titulares:

- a. No son percibidos por el lector
- b. Ubican al lector
- c. Suelen ser poco percibidos por el lector

De acuerdo al tema del reciclaje, los diferentes personajes:

- a. Están inapropiados con el tema
- b. Forman parte del tema y lo identifican
- c. En ocasiones confunden el tema

b. ENCUESTA PARA EXPERTOS EN LAS ÁREAS DE DISEÑO

Nombre: _____

Tel: _____

A continuación se le presentan varios enunciados con respuestas múltiples, los cuales deberá llenar considerando que este es un material que surge en respuesta al apoyo que pide Amigos de la Naturaleza de hacer un llamado a todos a participar del reciclaje, por lo que se presentará materiales publicitarios e informativos, enfocados a un grupo objetivo de 7-12 años y de 20 – adelante, de nivel socio-económico B, C1, cuyos materiales se trabajaron bajo el concepto: Añádele vida a los desechos. Subraye el que considere que describe su sincera opinión.

El color considera que es de apoyo a:

- a. Confundirse con el tema
- b. identificar el tema
- c. comunica eventualmente el tema

En general la diagramación de la pieza considera que demuestra:

- a. Poca firmeza
- b. estabilidad
- c. desequilibrio

Considera que los ejes utilizados apoyan a:

- a. Combinar diferentes ejes integrados en armonía con el formato
- b. Demuestran integración sólo en ciertas áreas
- c. Desequilibran el formato, lo cual le provoca confusión

Considera que las imágenes:

- a. No tienen nada que ver con el contenido
- b. En ocasiones hacen una relación con el tema del cual se habla
- c. Dan una relación y ejemplos del tema

Acorde al grupo objetivo que son los guatemaltecos de 7 – 60 años considera usted que el tipo de ilustración empleada apoya a:

- a. Ser interpretado y entendidas por el lector
- b. No son claras las ilustraciones para su lectura y comprensión
- c. Resultan ser un poco complicadas para su interpretación

Considera que los titulares:

- a. No son percibidos por el lector
- b. Ubican al lector
- c. Suelen ser poco percibidos por el lector

Considera que por medio de la tipografía san serif de diferentes grosores en los titulares:

- a. No permite que sea notorio el cambio de tema en el material
- b. Suele equivocarse el lector en el cambio de los temas
- c. Ayuda a ubicar al lector en el cambio de temas.

La tipografía san serif, light de los cuerpos de texto apoya en:

- a. Facilitan la legibilidad
- b. Volver muy complejo el texto como para interpretar los caracteres
- c. No es tan comprensible la tipografía durante la lectura

De acuerdo al tema del reciclaje, los diferentes personajes:

- a. Están inapropiados con el tema
- b. Forman parte del tema y lo identifican
- c. En ocasiones confunden el tema

OBSERVACIONES: _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

c. ENCUESTA PARA GRUPO OBJETIVO

Nombre: _____

Edad: _____

Dirección: _____

Tel: _____

A continuación se le presentan varios enunciados con respuestas múltiples, los cuales deberá llenar considerando que este es un material que surge en respuesta al apoyo que pide Amigos de la Naturaleza de hacer un llamado a todos a participar del reciclaje, por lo que se presentará materiales publicitarios e informativos. Subraye el que considere que describe su sincera opinión.

¿Que sentimiento le evoca el uso del color en el material?

- a. Indiferencia b. algo disuadido c. ánimo

En general la diagramación de la pieza considera que demuestra:

- a. Poca firmeza b. estabilidad c. desequilibrio

Las imágenes le transmiten:

- a. Desánimo y debilidad b. vida c. quietud y reposo

Considera que los titulares le evocan:

- a. Dinamismo b. desequilibrio c. desorden

Los cuerpos de texto en el material le evocan:

- a. Confusión b. Claridad c. Desorden

El grupo de personajes en general le evocan

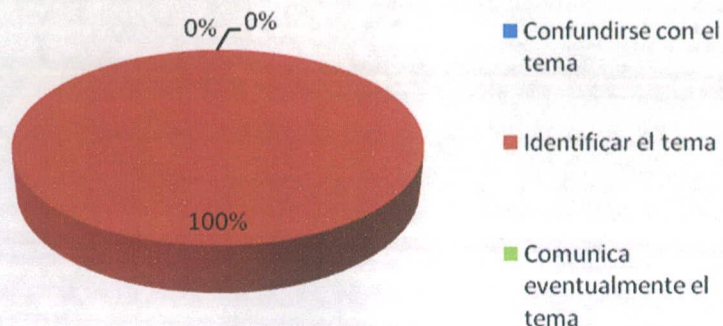
- a. Rivalidad b. amistad y compañerismo c. ser únicamente conocidos

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

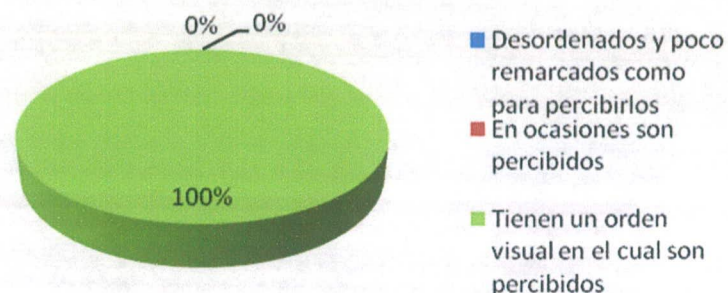
Anexo 14: Respuestas de Validación de los Materiales

a. Expertos en el Tema

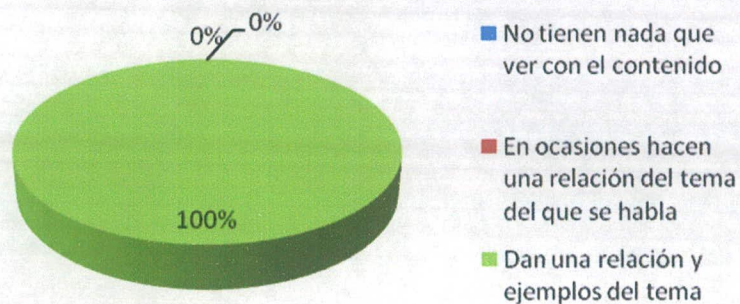
El color es de apoyo a:



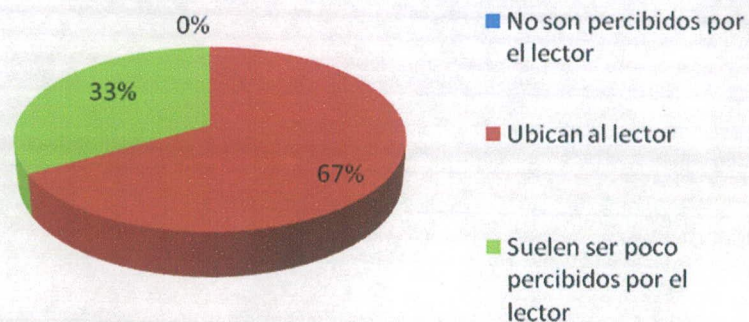
Los puntos importantes en el material:



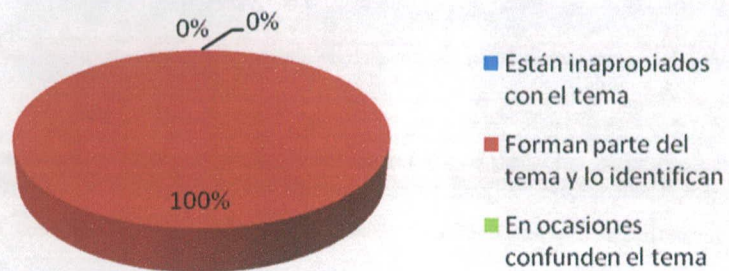
Acercas de las imágenes



Acercas de los titulares:

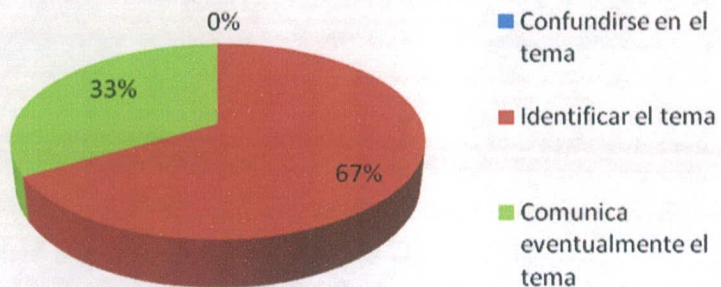


De acuerdo al tema de reciclaje, los personajes:

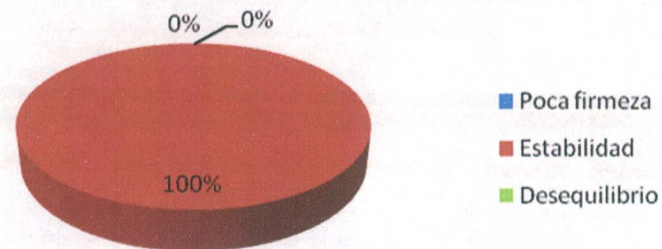


b. Expertos en las Áreas de Diseño

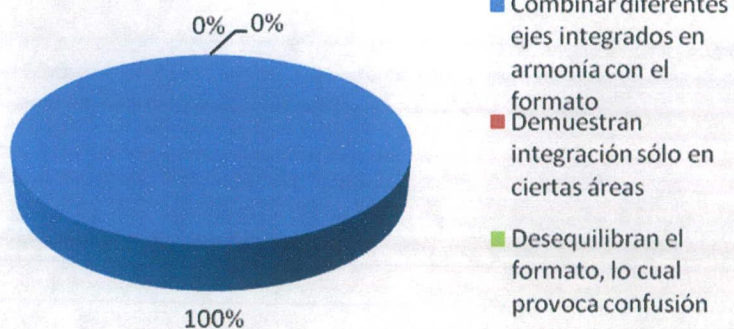
El color apoya a:



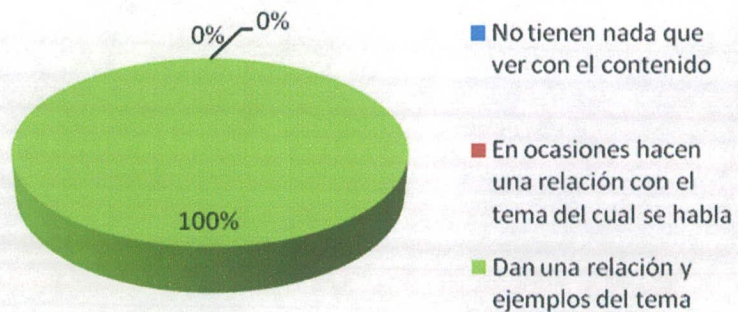
La diagramación de la pieza demuestra:



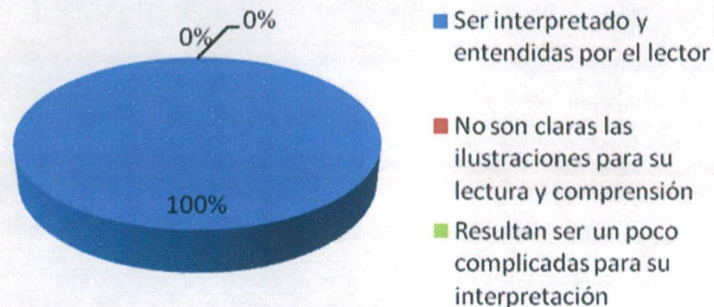
Los ejes utilizados apoyan a:



Acerca de las imágenes



La ilustración empleada apoya a:



La tipografía san serif de diferentes grosores apoya a:



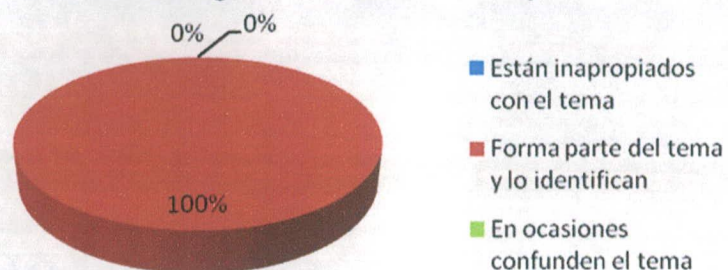
Acerca de los titulares



La tipografía light san serif de los cuerpos de texto

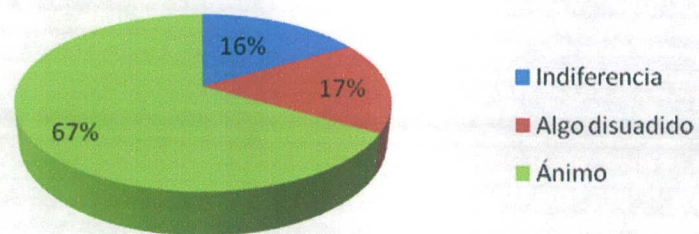


De acuerdo con el tema de reciclaje, los personajes:

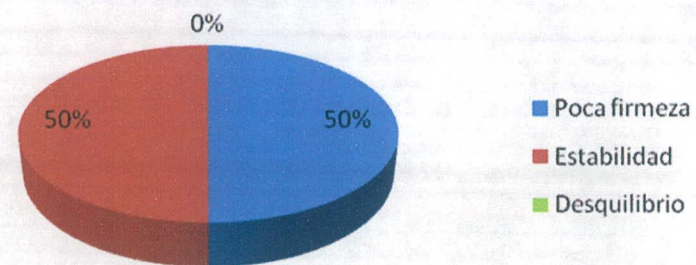


c. Grupo Objetivo

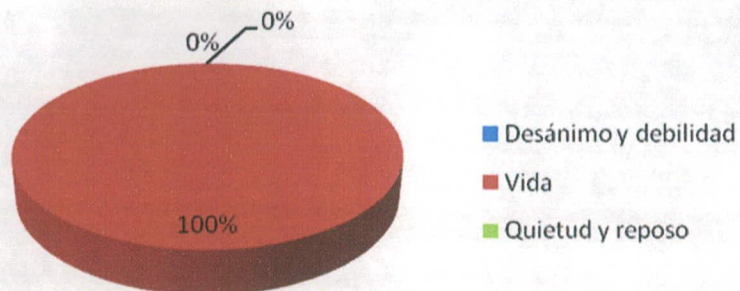
sentimiento que le evoca el color



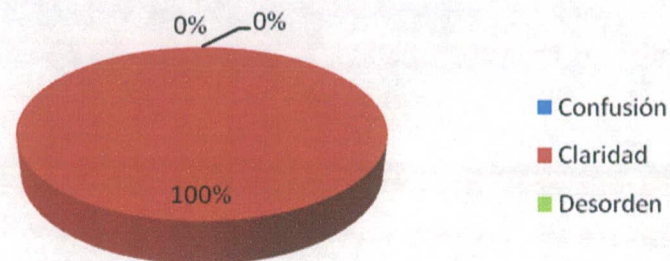
La diagramación de las piezas demuestran:



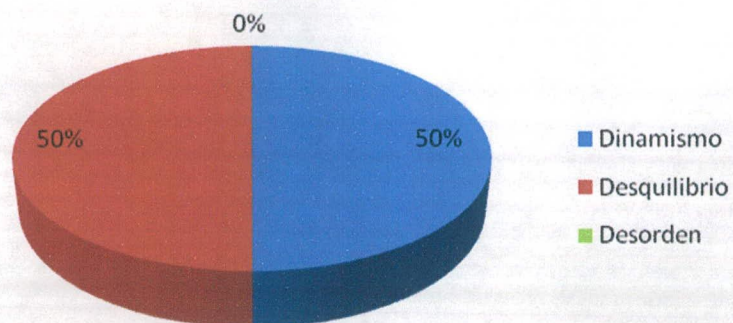
Las imágenes le transmiten



Los cuerpos de texto le evocan:



Los titulares le evocan



El grupo de personajes le evocan:

