



UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

**CAMPAÑA INFORMATIVA Y DE CONCIETIZACIÓN
PARA PREVENIR LA EXTINCIÓN DE VIDA SILVESTRE EN MONTERRICO**

NATHALIE MICHELE VOIROL GARCIA
Guatemala, 13 de febrero de 2016





UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

CAMPAÑA INFORMATIVA Y DE CONCIETIZACIÓN PARA PREVENIR LA EXTINCIÓN DE VIDA SILVESTRE EN MONTERRICO

PROYECTO DE GRADUACIÓN
Presentado al Consejo Directivo de la
Facultad de Arquitectura y Diseño
por
NATHALIE MICHELE VOIROL GARCÍA
Al conferírsele el título de

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Guatemala, 13 de febrero de 2016



Guatemala, 28 de mayo de 2015

Señores Consejo de Facultad
Arquitectura y Diseño
Universidad de Istmo

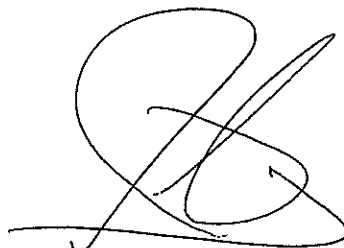
Estimados Señores:

Hago de su conocimiento que he asesorado a Nathalie Michelle Voirol García, estudiante de la licenciatura en Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad, quien se identifica con el carné 1654-05 y que presenta el Proyecto de Graduación titulado "Campaña informativa y de concientización para prevenir la extinción de vida silvestre en Monterrico"

Me permito informarles que la citada estudiante ha completado el Proyecto de Graduación a entera satisfacción, por lo que doy un dictamen favorable del mismo.

Sin otro particular, me suscribo de ustedes,

Atentamente,



Lic. Antonio Gaitán
Asesor de Proyecto de Graduación



UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

Guatemala, 10 de noviembre de 2015

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **NATHALIE MICHELLE VOIROL GARCÍA**, la impresión de su proyecto de graduación titulado:

**“CAMPAÑA INFORMATIVA Y DE CONCIENTIZACIÓN PARA
PREVENIR LA EXTINCIÓN DE VIDA SILVESTRE EN MONTEERRICO”**

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad.



Arq. Ana María Cruz de García
Decana Facultad de Arquitectura y Diseño

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios porque me ha dado la oportunidad de alcanzar una meta más en mi vida, porque me ha enseñado en este camino la fortaleza, sabiduría y motivaciones que necesité.

A mis padres y familia, porque creyeron en mí durante este proceso y en donde encontré esas palabras, sonrisas de apoyo y orgullo.

Agradezco también a esas personas que me han enseñado a ver más allá de las palabras, a pensar, a imaginar y jugar con las oportunidades de la vida, con esas simples cosas que te permiten ser parte de una carrera que no tiene límites.

Muchas gracias y bendiciones.



ÍNDICE GENERAL

	Pág.		Pág.
INTRODUCCIÓN	1	9. PROPUESTA DE DISEÑO	27
1. MARCO DE REFERENCIA - REPÚBLICA DE GUATEMALA	3	9.1 CONCEPTUALIZACIÓN	
1.1 GENERALIDADES		9.1.1 LLUVIA DE IDEAS	
1.2 DEPARTAMENTO SANTA ROSA	5	9.1.2 SELECCION DE PALABRAS	
1.3 MUNICIPIO O COMUNIDAD	7	9.1.3 LEJANO	
1.3.1 Taxisco		9.2 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA	33
1.3.2 Monterrico		9.3 DESCRIPCION DEL MENSAJE	34
1.4. PELIGRO DE EXTINCIÓN DE VIDA SILVESTRE	8	10. PROCESO DE BOCETAJE	37
1.4.1. Turismo		11. PROCESO DE VALIDACIÓN	85
1.4.2. Extinción de vida Silvestre		11.1 SINTESIS DE RESULTADOS	86
1.4.3 Causas		11.2 REALIZACIÓN DE CAMBIOS	91
1.4.4 Educación ambiental		11.3 FUNDAMENTACIÓN	99
2. MARCO METODOLÓGICO	11	12. PROPUESTA FINAL	100
2.1 MÉTODO		13. IMPLEMENTACIÓN	112
2.2 UNIVERSO O POBLACIÓN		15.1 PRESUPUESTO	
2.3 MUESTRA		CONCLUSIONES	114
2.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN		RECOMENDACIONES	115
2.5 PROCEDIMIENTO		GLOSARIO	116
3. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	13	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	117
4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	19	ANEXOS	119
5. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	20		
6. OBJETIVO DE DISEÑO	21		
7. DEFINICIÓN DE GRUPO OBJETIVO	22		
8. CLIENTE	23		
8.1 DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE			
8.2 IDENTIDAD GRÁFICA ACTUAL			
8.3 POSICIONAMIENTO			
8.4 FINANCIAMIENTO			
8.5 ÁREA DE COBERTURA			



ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Pág.

MAPAS

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. República de Guatemala | 3 |
| 2. Departamento de Santa Rosa | 5 |

GRÁFICAS

- | | |
|---|----|
| 1. ¿Sabe usted qué es extinción de animales? | 13 |
| 2. ¿Sabe usted cuáles son las especies que más peligro tienen de extinguirse en Monterrico? | 14 |
| 3. Si su respuesta fue si, indique cuál de los siguientes animales, sabe UD que peligran en extinguirse: Iguana, Mono, Serpiente, Caimán, Garza, Tortuga, Tacuazín, Machorra, otro. | |
| 4. En la escala del 1 al 10, ¿Qué importancia tiene para UD, los animales? | 15 |
| 5. ¿Es importante para usted el turismo? | |
| 6. ¿Por qué razón cree usted que en Monterrico existe la extinción de animales silvestres? Caza, Alimento, Venta, Destrucción del Hábitat, Contaminación del Hábitat, Exportación. | 16 |
| 7. ¿Qué beneficios trae el turismo en Monterrico? | |
| 8. ¿Sabe usted qué significa Ecoturismo? | 17 |
| 9. ¿Sabe usted qué significa Preservación? | |
| 10. ¿Conoce usted alguna ley que prohíbe la matanza de animales en peligro de extinción? | 18 |
| 11. ¿Ha participado en algún proyecto realizado en Monterrico, para proteger a los animales en peligro de extinción (directa o indirectamente)? | |

FIGURA

- | | |
|-----------|---|
| 1. Iguana | 9 |
|-----------|---|

FOTOGRAFÍA

- | | |
|---------------|----|
| 1. Logotipo | 20 |
| 2. Tortugario | 24 |
| 3. CECON | 24 |



En todo el mundo existe una gama infinita de animales de todo tipo, desde animales silvestres, acuáticos hasta mascotas y al pasar los años especies nuevas nacen y otras desaparecen rápidamente.

Alrededor del mundo existen varios centros u organizaciones de conservación y protección de vida silvestre. Uno de los mayores y más conocidos programas es National Geographic que enseña a través de varios medios la importancia y vida de cada ser vivo y del cuidado del ambiente donde vivimos.

En el extranjero algunas de estas organizaciones son:

- Wild life conservation
 - WWWF.org
 - UICN(Unión internacional para la conservación)
 - Instituto Internacional de Conservación y Manejo de Vida Silvestre
 - Fundación Restauración de la Naturaleza, zoo, Costa Rica
- Entre otros.

En Guatemala existen algunas instituciones siendo estas las más conocidas:

- Asociación Protectora de animales
- CONAP
 - ARCAS (Petén. Hawaii)
 - Tortugario CECON USAC (Monterrico)
- Entre otras.



Alrededor del mundo se han encontrado este tema difícil de entender ya que las personas no están conscientes del problema en totalidad, o no es visto como una realidad cercana. En Guatemala se evidencia la misma situación y a la par de éste existen algunas organizaciones que tratan de educar a las personas de los lugares para ayudar a las especies en peligro y prevenir la desaparición de otras especies. Para lograr un buen resultado hay que conocer las razones y problemas y así buscar soluciones satisfactorias para la comunidad y el medio ambiente.

Se puede encontrar que el problema es el turismo como causa de la extinción de vida silvestre en Monterrico. Es éste quien compra los huevos de parlama, los que compran los animales silvestres del área para alimentarse en un fin de semana.

Los pobladores buscan maneras de subsistir y conseguir dinero y lo hacen a través de estas acciones poco ecológicas. Mientras más compren los turistas o mientras más participen en esto, los pobladores seguirán matando a estas especies o bloquearán de alguna manera su proceso de expansión y reproducción natural.

Cada ser tiene su papel en la naturaleza y derecho a estar en ella. Al matar, destruir su hábitat o venderlos, van poco a poco quedando menos y estos luego tienen poca posibilidad de reproducirse y seguir con su especie. El peligro de extinción significa que una especie puede desaparecer por completo de la Tierra y su resultado final es irreversible.

Con lo visto anteriormente se llega a los siguientes objetivos:

- Determinar la importancia que tiene el turismo para los habitantes de Monterrico.
- Estipular el nivel de conocimiento de los habitantes de Monterrico, sobre el tema de a extinción de animales y conservación de vida silvestre del área.
- Establecer qué leyes y proyectos sobre este tema de la protección, están vigentes en la región y cuál es la opinión de las personas sobre las mismas.
- Comprobar a que le dan mayor importancia si a los animales del área y su hábitat o al turismo.

Las personas deben saber todos los beneficios que cada ser vivo posee para el mismo, para la naturaleza y la vida del hombre. Esta investigación es importante porque dará a conocer información que servirá para la solución gráfica de este problema. Se conocerán causas y cómo estas pueden solucionarse a través del proyecto y concientizar a los turistas del área para que no sean partícipes o razón principal de este problema.

Al realizar una solución gráfica las personas tendrán siempre a la vista la información necesaria y principalmente el mensaje sobre este problema. Debe ser necesario escoger los medios adecuados y de esta manera comunicar correctamente al grupo objetivo principal que son los turistas y a su vez a los pobladores del área.



1.1 GUATEMALA¹

Guatemala del náhuatl Cuauhtémalan: lugar de muchos árboles.

La República de Guatemala limita al Norte y Oeste, al Este con el mar Caribe, Belice, Honduras y El Salvador y al Sur con el Océano Pacífico.

El país abarca partes montañosas, aguas territoriales, junto a estas, playas en la parte del pacífico y planicies bajas al norte del país. Con su diversidad ecológica y cultural se posiciona como una de las áreas de mayor atractivo turístico en la región. Cuenta con una gran variedad de paisajes y climas la cual lleva a tener una riqueza de flora y fauna abundante.

Mapa No.1
Mapa República de Guatemala



Fuente: <http://hispanoteca.eu>, Fischer Weltatlas 2009

1.MARCO DE REFERENCIA

¹ [Disponible en: www.wikipedia.com. Palabra clave: Guatemala. Consulta: 15/02/09]



Guatemala se divide en 22 departamentos y 331 municipios:

Departamentos:

Alta Verapaz	Jalapa
Baja Verapaz	Jutiapa
Chimaltenango	Quetzaltenango
Chiquimula	Retalhuleu
Peten	Sacatepéquez
El Progreso	San Marcos
Quiché	Santa Rosa
Escuintla	Sololá
Guatemala	Suchitepequez
Huehuetenango	Totonicapán
Izabal	Zacapa

Montañas y Volcanes

Teniendo una diversidad de climas, diversidad de cultivos, paisajes, entre la flora y fauna se puede hablar de sus volcanes y montañas. La cordillera de Los Andes que atraviesa Centroamérica, se divide en 2 en Guatemala, pasando 1 por San Marcos, creando la Sierra Madre y el otro situado en Huehuetenango, formando los Cuchumatanes. Sobre la Sierra Madre, se encuentran ubicados los volcanes desde México hasta El Salvador.

Volcanes:

Tajumulco	Zunil	Santa María
Siete Orejas,	Pacaya	San Pedro
Jumay	Jumaytepeque	Suchitán
Tacaná	Atitlán	Agua Cuxliquel
Cerro Quemado	Santiagouito	Tecuamburro
Tobón	Chingo	Fuego
Acatenango	Tahual	Chicabal
Tolimán	Cruz Quemada	Quetzaltepeque
Alzate	Moyuta	Monterrico
Culma	Ipala	Cerro Redondo
Las Viboras	Ixtepeque	Amayo.

Ríos y Lagos, Bahías y Puerto

La Sierra Madre toma a ser el origen de la Región hidrográfica del Atlántico y Pacífico. Río Usumacinta es de los más largos y caudaloso de Centroamérica y limita a Guatemala y México. Entre otros ríos están: Río Chixoy, Aguacapa, Michatoya, Los Esclavos, Pasabien, Las vacas y Matanzas, aquí se encuentran algunas hidroeléctricas del país.

Como turismo se encuentran otros ríos: Río Dulce y el Cahabón y algunos lagos y lagunas como Amatitlán y Atitlán y Motagua y las Vacas.

POBLACIÓN

Guatemala tienen una población de 14,655,189 de habitantes. Más de la mitad de guatemaltecos son descendientes de naciones indígenas mayas. Los mayas accidentalizados y los mestizos (europeos e indígenas) son conocidos como ladinos.

IDIOMAS

El idioma oficial de Guatemala es el español el cual no es entendido por la población indígena ya que cada grupo indígena posee un idioma oficial maya. La cultura de Guatemala es variada y las influencias mayas y de los colonos se pueden ver en todo el país.

En el año 2003 se promulgó la Ley de Idiomas Nacionales, se institucionalizó la educación bilingüe para indígenas, como segundo idioma, el español.

En el territorio nacional se cuenta con 25 idiomas. Entre ellos: Mopñan, Itza', Ch'orti'Chuj, Acateko, Q'anjob'al, Popt'i, Mam, Awakateko, Chalchiteko, Teko, Ixil, Uspanteko, K'iche, kaqchikel, Tz'utujil, Sakapulteko, Sikapakense, Poqomchi', Poqomam, Q'eqchi'Achi', xinka, garífuna, español,



1.2 DEPARTAMENTO SANTA ROSA

Guatemala se divide por las siguientes regiones

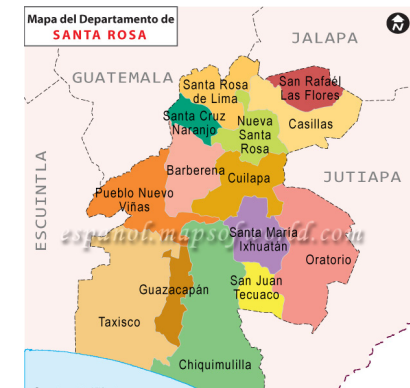
- Metropolitana: Guatemala
- Norte: Alta y Baja Verapaz
- Nor Oriente: Chiquimula, El Progreso, Izabal, Zacapa
- Sur Oriente: Jalapa, Jutiapa, Santa Rosa
- Central: Chimaltenango, Escuintla, Sacatepéquez
- Sur Occidente: Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos, Sololá, Suchitepéquez. Tonicapán
- Nor Occidente: Huehuetenango, El Quiché
- Petén

Por lo cual se toma como referencia de este proyecto la región de Santa Rosa en el Sur Oriente.

Escudo Santa Rosa



Mapa No.2
Mapa Departamento Santa Rosa



Fuente: <http://espanol.mapsofworld.com>, 2009

Cabeza: Cuilapa

Extensión territorial: 2 955km²

Población: 301,307 habitantes

Altitud: 893metros s/NM.

Idioma: Español

Santa Rosa se sitúa en la región Sudeste de Guatemala, limitando al Norte con Guatemala y Jalapa; al Sur con el Océano Pacífico; al Este con Jutiapa y al Oeste con Escuintla.

Cuenta con 14 municipios que son:

1. Cuilapa
2. Casillas
3. Chiquimulilla
4. Guazacapán
5. Nueva Santa Rosa
6. Oratorio
7. Pueblo Nuevo Viñas
8. San Juan Tecuaco
9. San Rafael Las Flores
10. Santa Cruz Naranjo
11. Santa María Ixhuatán
12. Santa Rosa de Lima
13. Taxisco
14. Barberena



Santa Rosa cuenta con áreas montañosas al norte sobre la Sierra Madre y al Sur con planicies y valles que culminan en las playas del Océano Pacífico.

Cuenta con 14 municipios que son:

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| 1. Cuilapa | 8. San Juan Tecuaco |
| 2. Casillas | 9. San Rafael Las Flores |
| 3. Chiquimulilla | 10. Santa Cruz Naranjo |
| 4. Guazacapán | 11. Santa María Ixhuitán |
| 5. Nueva Santa Rosa | 12. Santa Rosa de Lima |
| 6. Oratorio | 13. Taxisco |
| 7. Pueblo Nuevo Viñas | 14. Barberena |

Santa Rosa cuenta con áreas montañosas al norte sobre la sierra Madre y al Sur con planicies y valles que culminan en las playas del Océano Pacífico.

El departamento de Santa Rosa cuenta con las siguientes áreas protegidas:

- Reserva Biológica Volcán Cerro Gordo, CONAP, Barberena.
- Reserva Biológica Volcán Tecuamburro, CONAP, Chiquimulilla, Guazacapán y Pueblo Nuevo Viñas.
- Biotopo Monterrico, CECON-USAC, en Taxisco.
- Reserva Biológica Volcán Cruz Quemada, CONAP, Santa María Ixhuitán.
- Reserva Biológica Volcán Cerro Redondo, CONAP, Santa Cruz Naranjo.
- Reserva Biológica Volcán Jumaytepeque, CONAP, Nueva Santa Rosa.
- Parque Nacional Laguna de El Pino, INAB, Barberena.

Fiestas Patronales Santa Rosa

- Barberena: del 1 al 6 de enero, honorando a la Virgen de la Merced.
- Casillas: del 12 al 16 de enero, honorando al Cristo Negro de Esquipulas.
- Chiquimulilla: del 30 de abril al 4 de mayo, honorando al señor Jesucristo.
- Cuilapa: del 24 al 25 de diciembre, honorando a Niño Dios.
Del 1 al 8 de agosto honorando al Señor de los Portentos
- Guazacapán: del 6 al 11 de diciembre, honorando a la Virgen de Concepción.
- Nueva Santa Rosa: del 22 al 26 de octubre, honorando a Cristo Rey.
- Oratorio: del 28 de febrero al 3 de marzo, honorando a la Sagrada Familia.
- Pueblo Nuevo Viñas: del 18 al 23 de enero, honorando al Cristo Negro de Esquipulas.
- San Juan Tecuaco: del 22 al 26 de enero, honorando a San Juan Bautista.
- San Rafael Las Flores: del 22 al 26 de octubre, honorando a San Rafael Arcángel.
- Santa Cruz Naranjo: del 1 al 5 de mayo, honorando a la Santa Cruz.
- Santa María Ixhuitán: del 13 al 17 de diciembre, honorando a la Virgen María.
- Santa Rosa de Lima: del 28 al 31 de agosto, honorando a Santa Rosa de Lima.
- Taxisco: del 12 al 18 de enero, honorando al Cristo Negro de Esquipulas.

Idioma

En todo el departamento de Santa Rosa se habla el idioma español y en algunos pero muy pocos se habla el idioma maya xinca.



1.3 MUNICIPIO O COMUNIDAD

1.3.1 Taxisco

Departamento: Santa Rosa

Extinción: 428km²

Altura: 214km²

División administrativa: 1 pueblo, 14 aldeas y 23 caseríos

Número de habitantes: 20,779 habitantes.

Al Norte con Pueblo Nuevo Viñas (Santa Rosa), al Este con Guazacapan (Santa Rosa), al Sur con Océano Pacífico, al Oeste con Iztapa y Guanagazapa (Escuintla).

Barrios:

- San Miguel el Petén
- El Petén
- El Calvario
- La Galera

Colonias:

- Castillo
- Lomas Lindora

Aldeas del municipio

- La Avellana
- Las Delicias del Jobo
- Tepeaco
- El Papayo
- El Cojonal
- Las Violetas del Jobo
- Los Portales
- El Cacahuito
- La Providencia
- El Panal
- Los Alcaravanes
- El Astillero
- Las Victorias

- El Cintular
 - Monterrico
 - El Pumpo
 - Madre Vieja
 - Las Quechas
 - La Candelaria
 - El Banco
 - El Garitón
 - Nuevo Canchón
 - El Sunzo
 - La Libertad
- (Colonia la Campesina)

La economía de Taxisco se basa en la agricultura, el comercio y el turismo.

1.3.2 MONTERRICO

Monterrico, situado en el municipio de Taxisco, es una aldea situada en el departamento de Santa Rosa. Se habla el idioma español. Su extensión territorial es de 7 kilómetros cuadrados a una altura de 3 metros sobre nivel del mar.

La principal riqueza y economía de Monterrico es la pesca, ganadería y agricultura, cosecha de ajonjolí y el maíz.

Los habitantes de monterrico realizan actividades como construcción de lanchas y transportes, instrumento de pesca, artesanías, son alguna de las actividades que benefician a estas personas ya que trae para ellos ingresos económicos.

Sus playas, alguno de los principales atractivos del turismo ya que tienen la característica que son de arena negra volcánica y estas tienen la ventaja de es de utilidad para la anidación de tortugas marinas y aves migratorias. Se puede realizar actividades acuáticas y visitas a las áreas de vida silvestre del municipio.

La fiesta titular de Monterrico es el 24 de Octubre, honor a su Santo Patrón, "San Rafael". En la Semana Santa es una fecha donde muchos habitantes de Guatemala aprovechan a descansar en las playas de Monterrico y se celebra allí, esta semana como tradición religiosa.

La aldea de Monterrico cuenta con hoteles, restaurantes, tiendas, comedores, puesto de salud, farmacias, correo, telefonía nacional e internacional, internet, paseos guiados, reservas, entre muchos otros servicios.

Aquí se encuentra una de las áreas de protección de animales silvestres como las tortugas marinas, iguanas, aves y manglares administrado y creado por la USAC, CECON.



1.4 PELIGRO DE EXTINCIÓN DE VIDA SILVESTRE

1.4.1 Turismo

En Guatemala existe diversidad de lugares con su característica propia, y promueven un desarrollo con el mismo fin de goce del Ecoturismo y Enoturismo. Para esto se debe tener un apoyo total, desde hacer una planeación hasta conservar y proteger el área.²

Monterrico posee como toda Guatemala, una gran variedad de flora y fauna que ayudan a que el turismo sea elevado. Especies de aves, se pueden observar en toda el área de Monterrico, sin dejar de mencionar la belleza de sus aguas y hábitats acuáticos, que son las que permiten la migración a un sin fin de estas especies y organismos marinos. El turismo en esta área es llamativo también porque existen reptiles, 4 especies de tortugas marinas, caimanes, iguanas, anfibios, entre otros. Estos animales llaman la atención de los amantes de la naturaleza y del turismo en la región.

En la playa de Taxisco departamento de Santa Rosa, se encuentra la Reserva natural "Monterrico", con una extensión de 28 kilómetros cuadrados, esta es Administrada por el Centro de Estudios Conservacionistas de la Universidad de San Carlos de Guatemala CECON-USAC, y se ha convertido en orgullo del Municipio ya que aparte de promover el turismo nacional e internacional es un centro de educación y conservación, reproducción de especies en peligro de extinción.

Esta institución tiene como uno de sus fines promover el ecoturismo ya que es un medio que Guatemala posee y un medio que los habitantes necesitan como desarrollo socioeconómico.

Alguno de los animales que protegen aquí es la tortuga marina, la iguana verde, el caimán, y la machorra, que son los animales que están más en peligro de extinción en esta área. Al mismo tiempo, dan protección al manglar que es el hábitat o refugio de muchos de los animales del municipio y de plantas.

En el municipio de Taxisco existen otros centros de protección y de orgullo para el mismo, que tienen el mismo fin y que con respeto y responsabilidad dan ayuda a la naturaleza.

1.4.2 Extinción de animales

Hay muchos casos donde las palabras o acciones se llegan a confundir, por lo que se desea exponer el concepto de alguna de ellas.

Especie: Para la zoología y la botánica, las especies son los grupos en que se dividen los géneros. Al pertenecer a una especie, esta comparte caracteres y otros factores que no solo les permite asemejarse entre si sino también distinguirse de otras especies.

Especie en peligro es un ser en peligro de desaparecer de la faz de la Tierra si no mejora su situación. Al no ver en el transcurso de 50 años, una especie en su ambiente natural, se considera que la especie esta extinta. Se reconoce extinción cuando muere cada uno de los seres dentro de la especie.

Especies amenazadas son aquellas que tienen la posibilidad dentro de poco tiempo a ser victimas de estar en peligro de desaparecer.

Especies raras son especies existen pero tienen muy poco número de población, pequeñas poblaciones que pueden también estar en peligro.

2. Disponible en: <http://www.inforpressca.com/taxisco/turismo.php>
Consulta: 15/02/09]



1.4.3 Causas

Se conoce que las principales causas de la extinción de las especies, o peligro de este son: destrucción del hábitat, explotación comercial, entre esta última se conoce por cacería, comercialización de partes de animales, destrucción directa de su hábitat, daños causados por las plantas, contaminación ambiental. De todas estas causas, la destrucción directa del hábitat y comercialización son las causas que pone en peligro a mayor número de especies.

La comercialización de estas especies son hechas como resultado de ingerirlas como alimento, ya que en el caso de los huevos de tortuga, estos están llenos de un alto nivel de proteínas que favorecen al hombre. En el caso de los demás animales como la iguana, es adquirida para degustar de su carne o como mascota exótica.

Figura 1: Iguana



Fuente: Disponible en : <http://granatlasanimal.blogspot.com>

1.4.4 Educación ambiental

Al hablar del planeta en general se puede estimar un gran número de especies que viven dentro de este, aunque no se tenga un dato aproximado se estima que existen entre 4 y 30 millones de especies vivientes (según, Terry L. Erwin del Museo Smithsonian de Historia Natural, Washington, D.C..

Lamentablemente estas especies de algún modo han sido atacadas y disminuyen su número cada año, al poner este cálculo se dice que desaparecen por lo menos 4000 especies cada año solo en el efecto de la destrucción de su hábitat, destrucción de bosques.

Los bosques son el hábitat de un 50 u 80% de animales y la principal amenaza se encuentra allí. Es muy importante la preservación de las especies ya que se obtienen muchos beneficios directos.

En la medicina se utilizan especies vegetales para productos químicos que ayudan al ser humano para calmar enfermedades tanto del corazón, como cáncer y muchas otras. Y este tipo de beneficios esta empezando a experimentarse a investigarse detalladamente y esto lleva una mejora y evolución en los beneficios para el ser humano. Si los humanos no quieren perder el potencial del mundo vegetal, la variabilidad dentro de cada especie debe ser preservada.

Los animales juegan un papel muy importante también. Estos como las plantas, también nos dan beneficios medicinales. Algunos producen sustancias medicinales. De ejemplo se tiene la citarabina, esta se obtiene de una esponja (animal marino) y es utilizada para tratar la leucemia y las infecciones de herpes, otro de los animales con importancia y que se conoce es la víbora, el veneno de esta tiene una sustancia llamada ancrodo y se utiliza para prevenir la formación de coágulos de sangre, los cuales producen ataques cardiacos.



Los chimpancés, ratas entre otros animales se han utilizado en experimentos para comprenderlos mejor y para comprender la salud humana, su estado de vivencia. Se encuentra una variedad infinita que tienen las mismas características y son utilizados también para estos experimentos de la medicina.

Sería beneficioso salvar poblaciones dentro de especies para así preservar la variabilidad genética. Al mismo tiempo que provienen alimento para los humanos y se necesita proteínas lo cual se obtienen de apenas nueve especies domésticas como lo es vacunos, cerdos, cabras, ovejas, búfalo acuático, gallinos, patos, gansos y pavos.

La acuicultura (domesticación y explotación de animales marinos y de agua dulce) tiene un potencial enorme que apenas es notado.

La desaparición de especies se considera una catástrofe planetaria junto a la desaparición de estas, se desaparecen otros componentes de su ecosistema cruciales para la vida de la Tierra. Todas las formas de vida en el planeta entero tienen el derecho a existir y no son los humanos los únicos que tienen ese derecho y de decidir la vida de otras especies. Por simple compasión o simple respeto entre especies, se debe detener este problema.

La conservación también debe tomarse en cuenta por la belleza, valor simbólico y por la ayuda que estos aportan al ser humano, En el ser humano como vida espiritual el animal juega una importancia simbólica de idea y filosofía. En distintas culturas se ha desarrollado algo importante entre animal y humano, una unión sagrada.

Se considera también la posibilidad de que al tener en casa y granjas animales domésticos, patos, gallinas, peces, entre otros el humano intuitivamente sabe que la conservación animal y natural es esencial para preservar el espíritu y el cuerpo del ser humano.

Algunas especies proveen beneficios directos e indirectos a los

seres humanos. Es importante porque algunas especies son componentes vivientes del ecosistema del cual la humanidad necesita.

Algunas especies proveen beneficios directos e indirectos a los seres humanos. Es importante porque algunas especies son componentes vivientes del ecosistema del cual la humanidad necesita.



2.MARCO METODOLÓGICO

2.1 MÉTODO

El método utilizado para realizar esta investigación es el Método Científico Deductivo, identificando y obteniendo información que ayuda a ver resultados reales a través de investigaciones y encuestas realizadas. Analizando así los resultados del área y se investiga más sobre el problema.

2.2 UNIVERSO O POBLACIÓN

La población a investigar comprende a los turistas de Monterrico y algunos habitantes del área, ya que son las personas que se encuentran más cerca de este problema y esta población es la que se beneficia directa o indirectamente del hábitat natural que posee Monterrico.

Se realizó la encuesta a 30 personas tanto turistas como habitantes entre los 25 y 40 años de edad.

2.3 MUESTRA

Se realiza con el fin de poder analizar y observar que tanto las personas conocen de este problema, como forman parte de el, como este problema a afectado a los habitantes del área y al turismo en el Monterrico. Se tomará como muestra el 100% de la población.

2.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

El instrumento utilizado es una encuesta que se dirige a los turistas y habitantes de Monterrico. Esta encuesta esta realizada con preguntas cerradas y opción múltiple.

Con el fin de obtener información concreta acerca de lo que los habitantes tanto turistas, conocen respecto al tema y su importancia y que estas personas necesitan y así poder darles más adelante una propuesta gráfica eficaz, que llegue a resultados satisfactorios para todos.



2.5 PROCEDIMIENTO

Aunque acercarse a la gente es difícil, se logró realizar una comunicación con los habitantes del área de Monterrico para poder contarles acerca de lo que se está realizando. Se buscó a personas que no fueran muy mayores de edad sino a personas entre los 25 y 40 años ya que son personas que viven allí y son trabajadores del área. Estas personas tienen experiencia y conocimiento de su municipio y como viven en este lugar. Aparte de éstas, se buscaron a todo turista, referido esto, a toda persona que no es habitante, que posee casa de vacaciones en Monterrico, que llegan por el día, o se hospedan en hoteles del área. Turista nacional y extranjero.

En cuanto a los habitantes es un tanto difícil que acepten responder de primera vez pero poco a poco con hablarles y con amabilidad siempre, fueron tomando la confianza para dichas encuestas.

Algunas personas prefirieron que se les ayudara, escribiendo o explicándoles un poco y de esta manera respondieron, otras, contestaron sin problema alguno.

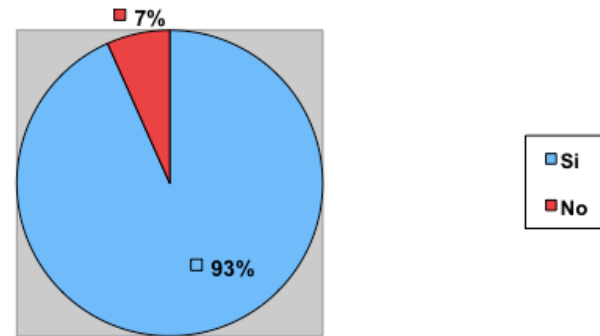
Se puede observar la amabilidad de las personas, su educación y respeto así los demás, con deseos de trabajar para ellos mismos y su comunidad. Algunas otras personas veían a otras que respondían pero estas comentaban al respecto y se tornaba una plática con los habitantes de Monterrico y entre los turistas mismos.



A continuación se presentan las preguntas realizadas en las encuestas, sus respuestas y su respectivo análisis.

Gráfica n.1

1. ¿Sabe UD qué es extinción de animales?



Fuente: propia

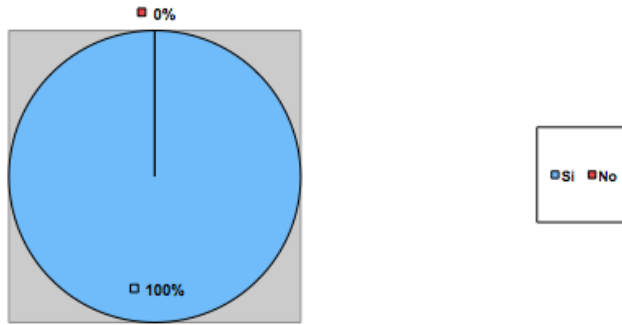
Análisis: La mayoría de los encuestados se representa en un 94% que conoce la definición exacta de extinción de animales.

3.PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS



Gráfica n.2

2. ¿Sabe UD cuáles son las especies que más peligro tienen de extinguirse en Monterrico? Si___ No___



Fuente: propia

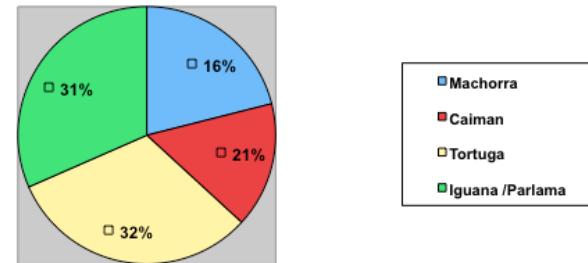
Análisis: El 100% de la población conoce 1 o más de alguna especie que esta en peligro de extinción.

Gráfica n.3

3. Si su respuesta fue SI, indique cuál de los siguientes animales, sabe UD que peligran en extinguirse: (Si su respuesta fue No, pase a pregunta 4.)

Iguana, Mono, Serpiente, Caimán, Garza, Tortuga, Tacuazín, Machorra otro: _____

Iguana___	Mono___	Serpiente___
Caimán___	Garza___	Tortuga___
Tacuazín___	Machorra___	otro: _____



Fuente: propia

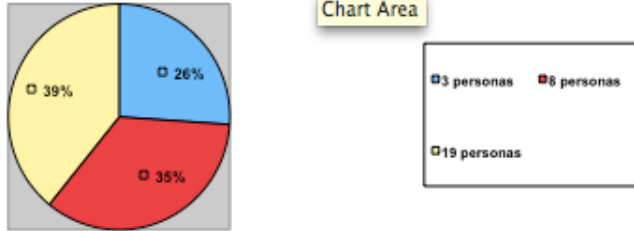
Análisis: El animal que mas expuesto y que los habitantes conocen y creen es la tortuga y la iguana. Siendo la tortuga la que más alto porcentaje posee en un 32% y la iguana con un 31% siguiendo así, el caimán y la machorra.



Gráfica n.4

4. En la escala del 1 al 10, ¿Qué importancia tiene para UD, los animales?

1_ 2_ 3_ 4_ 5_ 6_ 7_ 8_ 9_ 10_

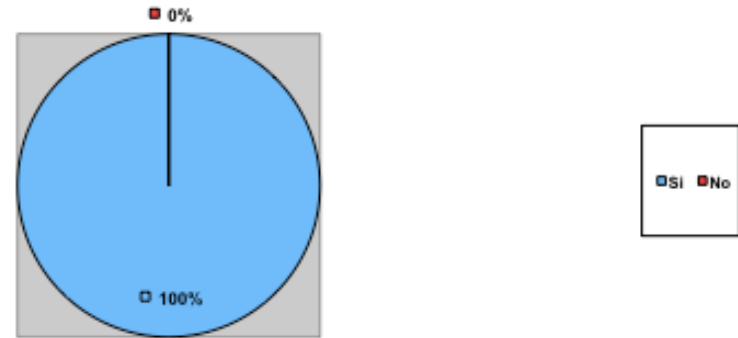


Fuente: propia

Análisis: El 40% de las encuestados da importancia de los animales un 9/10, los demás esta en un 34%, nota de 8 y el 2% con una nota de 7.

Gráfica n.5

5. ¿Es importante para UD el turismo? Si___ No___



Fuente: propia

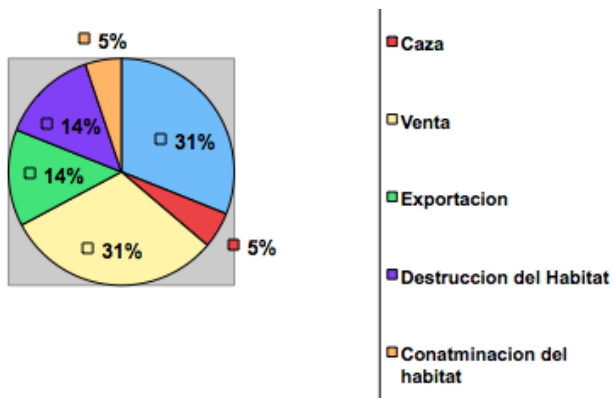
Análisis: El turismo representa una importancia elevada del 100% de las personas, poniéndolo así como primordial en Monterrico.



Gráfica n.6

6. ¿Por qué razón cree UD que en Monterrico existe la extinción de animales silvestres?

Caza, Alimento, Venta, Destrucción del Hábitat, Contaminación del Hábitat, Exportación



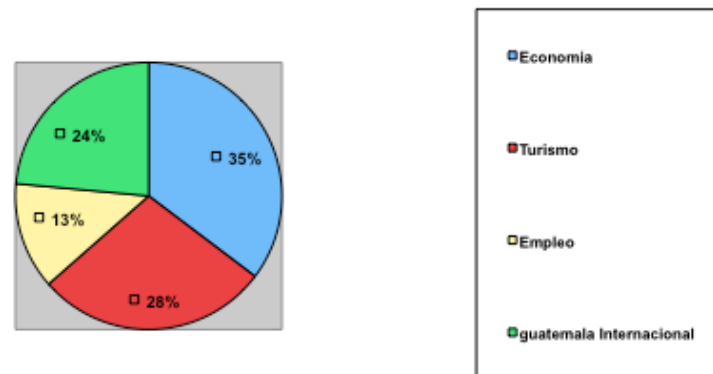
Fuente: propia

Análisis: según la población la extinción de animales en Monterrico es causado por la venta y alimento de las especies obteniendo el mayor porcentaje y le sigue la exportación y destrucción del hábitat.

Gráfica n.7

7. ¿Qué beneficios trae el turismo en Monterrico?

Economía__ Turismo__ Empleo__
Se da a conocer Guatemala internacionalmente__



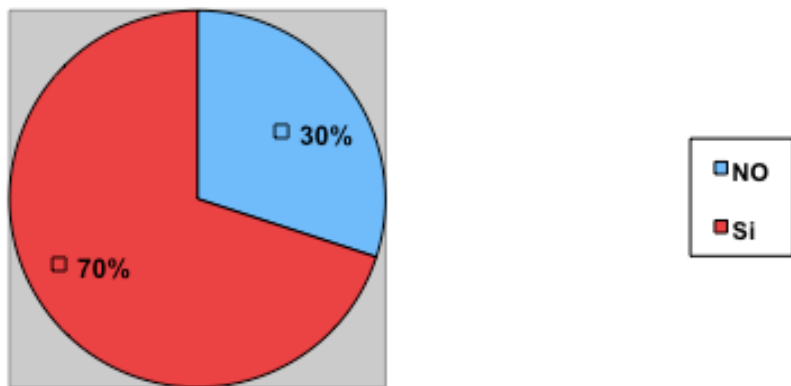
Fuente: propia

Análisis: La mayoría de la población piensa que el turismo en Monterrico trae mucha economía para cada uno de los habitantes.



Gráfica n.8

8. ¿Sabe Ud. qué significa Ecoturismo? Si__ No__

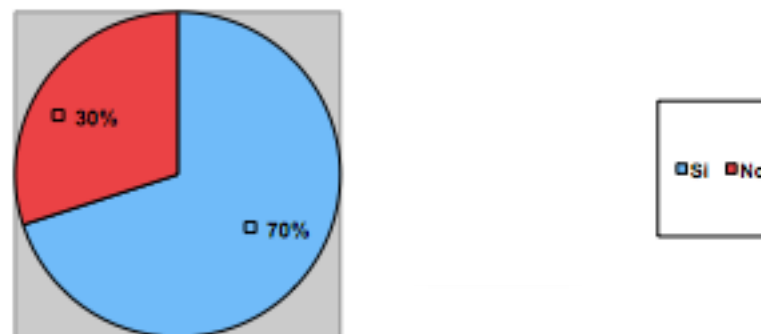


Fuente: propia

Análisis: Se observa que más del 50% de la población sabe lo que significa ecoturismo o posee una idea del mismo.

Gráfica n.9

9. ¿Sabe Ud qué significa Preservación? Si__ No__



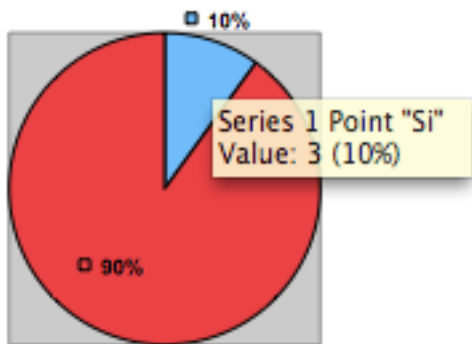
Fuente: propia

Análisis: Más del 60 % de la población encuestada sabe lo que Preservación significa,



Gráfica n.10

10. ¿Conoce UD alguna ley que prohíbe la matanza de animales en peligro de extinción? Si__ No__

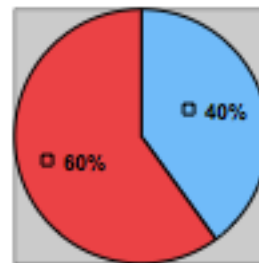


Fuente: propia



Gráfica n.11

11. ¿Ha participado en algún proyecto, realizado en Monterrico, para proteger a los animales en peligro de extinción (directa o indirectamente)? Si__ No__



Fuente: propia



Análisis: La mayoría de las personas encuestadas no sabe cuales son las leyes que prohíben el maltrato a los animales o al área de Monterrico.

Análisis: Se observa que más de la mitad de la población cree no haber participado de forma directa o indirectamente con la conservación de animales.



La estrategia de comunicación es el proceso de la búsqueda de solución gráfica al problema planteado del turismo como causa del peligro de extinción de vida silvestre en Monterrico.

Se presenta todas las etapas de diseño para encontrar la mejor solución posible para dicho problema planteado.



4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



Identificación de problema

Se puede conocer que el turismo en Monterrico es muy importante porque este mismo es el que genera un ingreso económico a la comunidad. Y para esta playa es importante tanto el turismo como su fauna y flora ya que de estos depende la región. A pesar que el turismo aporta beneficios este mismo es causante de un problema mayor.

Las personas conocen el significado de la extinción de animales, conocen cuáles son los animales que más peligran y qué significa la preservación de especies. Sin embargo, no cuentan con la información y la motivación necesaria sobre este tema, ni sus leyes, para participar en proyectos existentes de ayuda a la conservación de especies en peligro de extinción en Monterrico.

Uno de ellos es el Centro de estudios conservacionistas CECON, entidad encargada de la conservación de la vida silvestre en el área de Monterrico, quien no ha logrado identificarse ante la población como tal.

Fotografía 1: Logotipo



Foto: Folleto Cecon, Logotipo

5.IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA



Objetivo de Diseño

- Rediseñar el logotipo de la institución CECON para facilitar su reconocimiento como una entidad responsable del cuidado y conservación de la vida silvestre en Monterrico.
- Crear materiales gráficos y promocionales, así como medios alternos dirigidos al turismo para facilitar el traslado de información sobre la importancia de la conservación de las especies en peligro de extinción y de esta manera crear conciencia en los turistas de una manera directa y sencilla, dándole un valor racional y emocional.



Definición del Grupo Objetivo.

a. Descripción Demográfica

Grupo Objetivo Primario: Guatemaltecos turistas no habitantes de Monterrico, edades comprendidas entre 25 a 40 años, jóvenes adultos, padres de familia, nivel socioeconómico BC, con un trabajo fijo, ejecutivos, supervisores, gerentes de áreas, empleados, dueños de empresas pequeñas, persona que posee un ingreso mensual. Tiene carro propio, algunos tienen casa en Monterrico, otros van de viaje a pasar el día o quedarse en un hotel del área, tienen 2, 3 hijos. Hablan de 2 idiomas como mínimo, son personas que gustan disfrutar de vacaciones con amigos y familia, gozan de días feriados, de buenas comidas y van a buenos lugares, cómodos. Modernos alegres, y siempre buscando ayudar o crear positivismo en sus vidas, les gusta sentirse parte de una ayuda. Residen en varias zonas distintas de la ciudad.

Grupo objetivo secundario: turistas extranjeros de nivel socioeconómico BC, personas que tienen un trabajo fijo en su país, empleados. Viven bien y disfrutan viajar. Hablan su idioma natal, e inglés y aprenden el idioma de los lugares que visitan. Les gusta tener buenos productos y recuerdos de los países donde viajan. Ya sea para ellos o para regalos a los amigos. Personas que están actualizados, modernos y sobre todo que traen un acultura de respeto hacia los lugares que visitan tanto como su país natal.

b. Descripción Antropológica

Grupo objetivo primario: Grupo de ambos sexos que disfrutan de la vida. En su tiempo libre les gusta pasar días de familia, salir a comer a restaurantes buenos, buscan la calidad y un precio adecuado, les gusta viajar ir de paseo. Invierten en lo que tienen. Les gusta probar cosas, divertirse, y descansar bien. Este grupo busca la acción de la vida, exponerse y ser parte de algo. Ser productivos y sociales, llegan a ver otras culturas y tomarlas como inspiración en la propia. Por lo que tienden a crear movimientos o ser parte de estos. Les gusta recordar momentos de la vida y tener cosas reales del presente, por lo que tienden a comprar al instante.

Grupo Objetivo secundario: Viajan por el mundo hablan de 2 como mínimo (inglés, español) les gusta conocer culturas por lo que viajan conociendo lugares de todo el mundo. Les gusta divertirse y aprovechan del calor de Guatemala para ir a la playa y descansar. Son personas cultas, les gusta leer y aprender más. Estas personas trabajan para vivir como quieren, buscando retos nuevos, metas nuevas, viven el presente y aportan a la sociedad, benefician a otros grupos y son admirados por lo mismo, por los beneficios que poseen para emprender su vida y la manera cultural que viven. Saben reconocer la vida y el esfuerzo de los demás.

7.DEFINICIÓN GRUPO OBJETIVO



a. Descripción del cliente

La Universidad de San Carlos de Guatemala juega un papel importante en el desarrollo e institucionalización de áreas protegidas.

El Centro de estudios Conservacionistas CECON, es creado por Acuerdo de Rectoría No. 660-81, el 17 de agosto de 1981. En este centro se realizaban estudios y se encargaban de la administración de los biotopos. En 1987, CECON maneja 7 Biotopos y a través de los años ha obtenido más áreas para la conservación, convirtiéndolas así en biotopos.

El Área de Usos Múltiples de Monterrico – CECON cuenta con los siguientes objetivos:

1. Mantener programas continuos y permanentes de investigación que lleven a un mejor conocimiento y uso racional de los recursos naturales de Guatemala.
2. Mantener programas de evaluación y estudio de la estructura, funcionamiento y dinámica de ecosistemas naturales.
3. Definir las políticas a seguir en el establecimiento y manejo de áreas silvestres.

4. Coordinar las acciones y convenios interinstitucionales o internacionales que conduzcan a la evaluación, desarrollo y manejo de las áreas silvestres. Fomentar el desarrollo de programas de educación ecológica; promoviendo los recursos, interés en los programas ecológicos y promover actividades de educación ambiental.

5. Permitir el desarrollo de turismo.

Misión

Desarrollar modelos de conservación de áreas protegidas y biodiversidad basados en la investigación, experimentación en programas de biología de la conservación y alianzas estratégicas con otros centros de investigación universitarios e instituciones afines que promuevan la sostenibilidad ambiental, social y económica para la conservación del patrimonio natural del país, en beneficio de la sociedad guatemalteca.

Visión

Ser la institución líder en biología de la conservación que propone a la población e instituciones rectoras, modelos de manejo de áreas protegidas y otras áreas de interés biológico, sostenibles ambiental, social y económicamente para la conservación del patrimonio natural de Guatemala.



b. Identidad gráfica actual

CECON cuenta con un logotipo en la Reserva Natural de Monterrico que se basa en una ilustración de una tortuga sobre dos colores de fondo representando su hábitat. La tipografía que utilizan es del tipo palo seco. Tiene texto que forma un círculo alrededor del logotipo de color negro. Sin embargo, teniendo un logo que representa la institución, se puede observar también otras maneras de identificar la institución a través del uso simple de tipografía palo seco, cambiando únicamente el color dependiendo el fondo que se trabaje sobre madera o ya sea pintura en pared.

Fotografía No. 2: CECON



Foto: Área Cecón, Monterrico_Folleto.



Fotos: Área Protegidas, USAC



TORTUGARIO

Tienen también en el tortugario de Monterrico señalización del lugar y de cada espacio para los animales.

Fotografía no.3: CECON



Fotos: Área Protegidas, USAC



Foto://guideimg.alibaba.com

En cuanto a materiales gráficos impresos utilizan folletos donde muestran los puntos importantes del tortugario, es una guía de información y reglamento que se da a los visitantes al centro de conservación.



Guía informativa realizada para la Reserva Natural de usos múltiples Monterrico.⁴



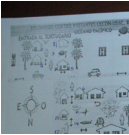
Trifoliar de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico y Mapa de ubicación



Tiro de trifoliar. Explica con fotografías los espacios dentro de la Reserva en Monterrico. Y explica a los visitantes su visión, misión, reglas e información sobre la Reserva.



Retiro trifoliar de la Reserva. Este trifoliar se le entrega como parte de información e invita a turistas y personas que quieran visitar, el lugar en Monterrico.



Esta es una guía que se proporciona a los visitantes de la Reserva para ubicarse dentro de la misma. Explicándose así en cada inciso.

Fuente propia

4. Guía CECON. USAC, Reserva natural de Usos Múltiples



c. Posicionamiento

El tortugario de CECON que está localizado en Monterrico, es conocido por varios habitantes del área y turistas que llegan cada mes.

En el año 2012 como lo describe el Análisis del perfil de visitantes del AUM Monterrico 2012, tuvieron una visita de 895 visitantes siendo el 74% visita de turismo nacional y el resto de turismo extranjero.

d. Financiamiento¹

En Monterrico se protege a la tortuga Marina, Iguana Verde y Caimanes, se realizan proyectos demostrativos y educativos impulsando la educación ambiental y a su vez el ecoturismo de bajo impacto.

Áreas de servicio:

- ATENCIÓN E INFORMACIÓN
- CAPACITACIÓN
- EDUCACIÓN AMBIENTAL
- ASISTENCIA, ORIENTACIÓN Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA
- DESARROLLO DE PROYECTOS
- REMODELACIÓN, DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN PROTECCIÓN Y CONTROL.

Una parte mínima de ayuda económica que obtiene CECON es con el cobro de tarifas de ingreso a algunas áreas, biotopos, como lo son: Chocon – Machacas, Cerro Cahuí, Biotopo del Quetzal y Reserva de Usos Múltiples de Monterrico. Las demás áreas a cargo de CECON no tienen tarifas de ingreso.

- | | |
|---|--------|
| • Guatemaltecos | Q10.00 |
| • Turistas de resto del mundo | Q40.00 |
| • Estudiantes Universidad de San Carlos | Q5.00 |

e) Área de Cobertura.

CECON tiene a su cargo varias áreas protegidas entre las cuales están:

- Biotopo Universitario “Mario Dary”, desde 1977
- Biotopo “Chocón Machacas”, desde 1989
- Biotopo “Cerro Cahuí”, desde 1990.
- Biotopo “Laguna del Tigre – Río Escondido”
- Biotopo “El Zotz”
- Biotopo “Dos lagunas”
- Reserva Natural Monterrico, desde 1977.
-

5 Disponible: <http://sitios.usac.edu.gt>, areasprotegidas Cecon 16 de noviembre 2012



Propuesta de diseño

A) Conceptualización

A continuación, se presenta la fase de búsqueda y selección de concepto. Esto se realiza a los objetivos y conclusiones de la investigación, así mismo se verá a continuación, el proceso para dicha selección que se adecuará al trabajo de campaña para la solución gráfica del tema.

LLUVIA DE IDEAS

En este proceso se desglosan palabras que vengan al azar, que estén relacionadas o no sobre el tema. Se colocan un listado de estas palabras conforme se vayan viniendo a la mente.

Animales	Preocupación	Azul	Ignorancia	Bebida
Ecología	Educación	Cuidado	Ley	Carro
Naturaleza	Madera	Reproducción	Derecho	Seriedad
Vida	Desarrollo	Área	Progreso	Silencio
Agua	Precaución	Especies	Respiro	Fiesta
Ambiente	Bienestar	Destrucción	Descanso	Noche
Turismo	Sol	Humano	Libertad	Día
Extinción	Mar	Importancia	Construir	Bronceador
Peligro	Campo	Belleza	Familia	Disfrutar
Tortuga	Compra	Valores	Vivienda	
Pez	Venta	Visita	Amenaza	
Caimán	Huevos	Conservación	Acción	
Silvestre	Planta	Respeto	Viaje	
Habitantes	Refugio	Iguana	Viento	
Mangle	Salvación	Cultura	Conchas	
Insecto	Protección	Motivación	Red	
Ecoturismo	Medio amb.	Dinero	Jaula	
Comida	Riqueza	Flora	Muerte	
Caza	Verde	Fauna	Almuerzo	
Fortaleza	Ojos	Mundo	Hielo	

Selección de palabras

Se seleccionan ciertas palabras que pueden ayudar a construir frases para el concepto.

- Protección – medio ambiente
- Conservación – naturaleza
- Oportunidad- Desarrollo
- Valor – Belleza natural
- Construir - Valor

9. PROPUESTA DE DISEÑO



Construcción de frases

Se realiza posibles frases para conceptos de acuerdo a las palabras seleccionadas anteriormente.

Protección – Medio ambiente

- Protege el medio ambiente.
- El medio ambiente necesita protección.
- Es mejor un medio ambiente protegido

Conservación naturaleza

- Conservamos la naturaleza
- La naturaleza necesita ayuda

Valor – Belleza natural

- El valor de conservar la belleza natural
- Dar valor a la belleza natural
- Valoremos la belleza de la naturaleza
- Valorar la vida silvestre

Construir – valor medio ambiente

- El valor de construir la vida silvestre
- El valor de reconstruir la vida silvestre
- Construir respeto para valorar el medio ambiente
- Valoremos el medio ambiente.

OPUESTOS

Esta forma se realiza poniendo palabras de un lado de la columna y la otra se ponen los contrarios cuando estos lo tienen. Luego se realiza frases mencionando solamente los contrarios para describir la otra palabra.

PALABRA	OPUESTO	PALABRA	OPUESTO
Protección	Desprotección	Salvación	Perdición
Valor	Antivalor	Respeto	Irrespeto
Posibilidad	Imposibilidad	Vida	Muerte
Conocer	Ignorar	Libertad	Aprehensión
Belleza	Fealdad	Cultura	Anticultura
Construir	Destruir	Motivación	Desmotivación

No **ignoremos** la realidad del medio ambiente

Ignorar los problemas, no es la solución.

El irrespeto es **destruir** más de lo que hay.

No hay nada **imposible** para salvar los animales.

No es imposible salvar la vida silvestre.



LEJANO

Este proceso se realiza poniendo una lista de palabras de un lado y del otro, se coloca una lista de palabras de objetos que nunca se utilizaría como parte del tema, lo más lejano a esta. Luego se van formando utilidad de las palabras lejanas para describir otra cosa, utilizando palabras lejanas y respecto al grupo objetivo.

LEJANO	
Protección ambiental	Pelota
Medio ambiente	Cobija
Valor	Medicina
Conservación	Cuadros
Desarrollo	Ropa
Belleza	Silla
Construcción	Maceta
Salvar	Puerta
Respeto	Luz
Vida	Reloj
Libertad	Payaso
Cultura	Hierro
Educación	Cárcel

En este proceso se seleccionan palabras y se escriben adjetivos descriptivos de esta para luego, realizar frases que se conectan con lo que se quiere dar a entender.

Pelota. Rebotar, rodar, redondo, tirar, jugar.

- Jugando con el medio ambiente.
- Rebotar la destrucción de la vida silvestre, no es lo mejor.
- Rebotamos los problemas del medio ambiente.

Cobija: Dormir, tapar, dar calor, acomodar, acariciar.

- El ayudar al medio ambiente es mejor que taparlo
- Estamos dormidos ante problemas del medio ambiente.
- No te duermas ante los problemas de la vida silvestre.
- No cierres tus ojos para no ayudar a la vida silvestre.
- La vida silvestre necesita sentir tu calor.

Medicina: curar, calmar, apaciguar, proteger.

- La vida silvestre necesita de una cura.
- Curar la vida silvestre con amor.
- La naturaleza posee curas naturales, pero nosotros debemos procesarlas.
- Calmemos la violencia contra la naturaleza.
- Protejamos la naturaleza.
- Calmemos el dolor que siente la naturaleza.

Cuadros: cuadritos

- Estamos a cuadritos con el medio ambiente
- En cuadritos estamos convirtiendo el medio ambiente

Biblioteca: leer, silencio, buscar, investigar

- Leamos entre líneas el verdadero problema del medio ambiente.
- No hay que buscar más los problemas, sino arreglarlos.
- No busques, hazlo.
- En silencio ante la realidad de la vida silvestre.
- El silencio no es lo mejor opción.
- No callemos lo que podemos hablar.



Ropa: vestir, tapar, destapar, portar, probar, usar, combinar, quitar

- Estamos vistiendo los problemas del medio ambiente.
- No tapemos el medio ambiente.
- La vida silvestre necesita destaparse.

Silla: sentarse, bailar, utensilio

- Estamos sentados ante los causantes del medio ambiente.
- No te sientes, párate y aporta a la vida silvestre.
- Estamos sentados sobre la vida silvestre.
- Bailamos alrededor de la vida silvestre.
- La naturaleza no es una pista de baile.

Maceta: plantar, sembra, cosechar, nacer, vivir, regar.

- Reguemos el medio ambiente.
- Plantemos amor a la vida silvestre.
- Cosechemos el medio ambiente.
- Vivamos de la mano con el medio ambiente.
- El medio ambiente necesita nacer de nuevo.
- La vida silvestre necesita respirar.
- Estamos arrancando y no cosechando.
- Cosechemos amor y no arranquemos vida.

Puerta: abrir, cerrar, separar, dividir, adornar, tocar, somatar.

- Cerramos las puertas del medio ambiente.
- Abramos la puerta a la vida silvestre.
- Sobre adornando el medio ambiente.

- El medio ambiente se siente somatado.
- No somatemos la vida silvestre.
- La vida silvestre se esta separando.

Luz: alumbrar, iluminar, encender, apagar.

- Necesitamos iluminar La vida silvestre / iluminemos la vida silvestre.
- No apaguemos La luz de La vida silvestre.
- Encendamos protección a La vida silvestre
- Estamos tapando La luz de La vida silvestre.
- Apaguemos el problema de la vida silvestre.

Reloj: Dar la hora, tiempo/temporal, marcar, pasar, Tic Tac

- El medio ambiente se queda sin tiempo.
- No marquemos más la vida silvestre.
- Estamos pasando a la par de la vida silvestre.
- Tic. Tac vrs vida silvestre
- El medio ambiente se queda sin hora
- Perdiendo el tiempo del medio ambiente,

Payaso: reír, enseña, burlar, entretener, divertir, colorido.

- Estamos de payasos con el medio ambiente.
- Tenemos risa de payasos con la vida silvestre.
- Nos reímos de la vida silvestre.



Hierro: duradero, frío.

- Los problemas que creamos son duraderos.
- No tengamos el corazón frío ante la vida silvestre.

Cárcel: encerrar, olvidar, perdonar, limitar, penitencia, barrotes, castigar.

- No veas a la vida silvestre desde otra perspectiva.
- No es la vida silvestre la que debería de estar castigado.
- No olvides los problemas tras las rejas que le hacemos a la vida silvestre.
- La vida silvestre esta presa.
- Estamos castigando al medio ambiente.
- No le quietemos libertad ala vida silvestre.

Número: contar, marcar, sumar, dividir, multiplicar, restar, resultado, pagar, precio.

- Multiplicando errores, restando soluciones a la vida silvestre.
- No marquemos más errores a la vida silvestre
- Busquemos resultados positivos para la vida silvestre.
- Todo tiene un precio y la vida silvestre también.

Posibles frases de concepto

Aquí se colocan frases para escoger como posibles conceptos. Seleccionando estas de las creadas anteriormente.

• No le quitemos libertad a la vida silvestre

Se escoge esta frase, ya que es un posible concepto que puede trabajarse de distintas formas. La vida silvestre necesita libertad de ser y protección al mismo tiempo. Es un concepto que podría trabajarse para este diseño.

• Iluminemos la vida silvestre.

Este concepto se obtiene ya que el hombre realiza matanzas y hace de la vida silvestre la obscuridad. Con este concepto se puede volver a dar vida y a darle importancia a la vida silvestre.

• Abramos la puerta a la vida silvestre

Se ha cerrado mucho la mentalidad y el verdadero valor de la vida silvestre. Se necesita de un concepto que abra los ojos, que abra la mente de las personas y que les abra las puertas a los animales y su hábitat.

• Plantemos amor/respeto a la vida silvestre

El amor está unido al respeto por lo que se considera una solución que se puede dar a cada quien. La vida silvestre necesita de ese respeto para que de alguna forma ya no se participe en el daño que se ha provocado. Es otra forma de conceptualizar la propuesta de diseño en este proyecto.

• El valor de reconstruir la vida silvestre.

Concepto interesante para elaborar la propuesta ya que podría volverse la unión de la reconstrucción de la vida silvestre, componer errores y darle valor a la vida. Se puede ver la lucha de reconstruir lo que se ha perdido de alguna forma.



CONCEPTO FINAL

“El Valor de Reconstruir la Vida Silvestre”

Este concepto es un concepto que abarca 2 valores que son parte fundamental de la investigación, dándose así el valor emocional y el valor racional. El valor emocional se toma como el valor que uno le da o puede tener respecto a la vida silvestre, esto lleva al amor y respeto sobre ésta; el segundo valor, el racional, es el valor económico, que una de las principales razones por las que este problema sigue y por la que llevan a la venta de animales y sus carnes, esta ayuda económica puede ser para los habitantes o bien para la institución.



B) Descripción de la Propuesta Gráfica

• Tipo de material

La propuesta gráfica se desarrollará a través de materiales de mercadeo promocionales, medios alternos y vallas. Se utilizarán estos para llevar de manera sencilla información de conciencia sobre este problema de las especies en peligro de extinción. El fin de estos es crear conciencia y ayuda económica para la institución de CECON.

Vallas: Estos medios publicitarios ubicados en la vía pública facilitan el alcance de los objetivos de diseño pues tienen la capacidad de atraer al grupo objetivos, siguiendo el camino hacia el mercado. Tienen al mismo tiempo la capacidad de ser vistos por el grupo objetivo de manera rápida y simple.

Materiales de mercadeo promocionales: Los materiales promocionales facilitan el medio de atención y posee ventajas y beneficios en cuanto a la distribución del mensaje ya que se convierten en un medio de comunicación que llega a todos lados de manera visual. Y es una manera de atraer al grupo deseado y creando conciencia a través del mensaje.

Materiales alternos: su objetivo es recordar el mensaje y recaudar fondos. Impactar a través del medio.

· Descripción e implementación de piezas.

PIEZA	PROPÓSITO	DURACIÓN	LUGAR
Rediseño de logotipo	Crear una imagen más moderna a la institución que atraiga la atención y represente la misma.	Ilimitado	Institución
Bolsas de manta, Gorras, Playeras y Vasos con diseños ecológicos	Que llame la atención del grupo objetivo, el propósito es que compren y apoyen a la causa. Medio de recordatorio.	Su lanzamiento debe ser en verano, de marzo/abril a Mayo y debetener un seguimiento cada 3 meses. Su venta sigue durante todo el año.	Colocar en lugares estratégicos que llamen la atención como sería a la orilla de la playa, en el pueblo de Monterrico, paso transitado y en la entrada de CECON, como souvenirs.
Medio alternativo, Huevos / Alcancias	Llamar la atención de las personas, concientizar y dar un mensaje directo con valores.	3 Meses. Mes de lanzamiento en Semana Santa.	Puntos estratégicos del área de Monterrico.
Publicidad Valla	Invitar a visitar la institución de CECON y sus actividades. Enseñar el valor de la vida silvestre y crear conciencia.	Mes de lanzamiento marzo / abril , semana Santa.	Carretera a Monterrico.



C) Descripción de mensaje

1. Contenido Texto

Rediseño de logotipo:

Este transmite directamente lo que es CECON en Monterrico a través de su imagen gráfica de rediseño.

Productos promocionales / mercadeo: Bolsas de manta, Gorras, playeras y vasos con diseño ecológico. Que los habitantes consigan ayuda económica a través de la venta de estos productos y de esta misma manera las personas tendrán un recuerdo con motivos playeros de Monterrico, con mensaje que se quiere dar y con un valor.

Medio alterno: Concientizar a las personas sobre este problema. Darles un mensaje directo positivo y que impacte, que lo recuerden, para que se vayan involucrando y ayuden en futuro.

Valla: Concientizar a través de un mensaje e imagen real, a las personas.



2. Contenido Gráfico

Formato y Soporte	Función que va a tener el elemento	Tecnología	Expresión
Bolsa, playera, gorras, vasos	Representa ecológico	Impresión en serigrafía. Playera 3 tallas, 13: S.M.L. -Bolsas de manta tallas únicas. 16 *14-vasos plásticos transparente, diseños	Valorizar , amar
Medio alterno	Representa vida silvestre en peligro de extinción (huevos y alcancía) Valor emocional y racional (caso alcancía)	Recipiente plástico / vidrio 1.20mts altura. Alcancía: thermo formado 16 plg de altaprox.	Concientizar
Valla	Informar y llamar la atención/ invitar	CMYK/ elementos, agua e ilustración	Alegría y expectación

Elementos de comunicación	Función que va a tener el elemento	Tecnología	Expresión
Ilustraciones	Representa 4 animales en peligro de extinción	Nivel de abstracción: medio, trazo medio. Lineal Serigrafía, CMYK. Personajes: Tortuga, Iguana, Caimán, Parlama	Ternura, valoración
Ilustración	Representación de la imagen de la institución . Logotipo	Nivel de abstracción alto.	institución



Tono de la comunicación:

- Medio alterno: Se dará la información en un tono emotivo para llevar el mensaje deseado de forma sencilla y directa al grupo objetivo.
- Productos: Estos se harán de forma amistosa ya que son gráficos en productos. Esto le dará el valor de la región representando así a Monterrico y la riqueza de su vida silvestre.
- Toda la propuesta se basa en concientizar de manera directa y sencilla creando mensajes que lleguen y se relacionen con el grupo objetivo y de esa manera tener una retroalimentación de valor tanto emocional como racional.





El proceso de bocetaje muestra por pasos la elaboración del diseño desde el inicio hasta la fase final. Es el proceso de la propuesta gráfica para dicho material propuesto según el concepto que se maneja.

A continuación, se presenta por etapas, el proceso de bocetaje en el cual se fundamenta cada decisión tomada para llegar a la propuesta preliminar.

10.PROCESO DE BOCETAJE



CONCEPTO FINAL:

“El Valor De Reconstruir La Vida Silvestre”

El concepto es la clave de las piezas de esta propuesta, por lo que se toma en cuenta para cada detalle y elaboración de las mismas. Dicho concepto representa principalmente la importancia del valor que se desea representar ante este problema y que es fundamental en la investigación.

La palabra valor posee la doble connotación: el valor racional y el valor emocional. El valor racional es el valor económico, la ayuda económica que necesita tanto la institución para conservación de especies como los pobladores de Monterrico para subsistir; y el Valor emocional es el valor de respeto para la vida silvestre. Por lo tanto, las piezas son realizadas para darle ese significado y llevarles de manera directa según el concepto un mensaje de concientización al grupo objetivo.



ETAPA 1

A través de la investigación realizada se pudo observar que la institución cuenta con un logotipo que lo representa y es utilizado en algunas piezas impresas. Sin embargo, se puede observar también que no es utilizado de manera correcta. En la institución se ven otras ilustraciones utilizadas con el nombre de la misma que confunden al espectador.

El logotipo actual no llama la atención ni es reconocido y es visualmente saturado. Se consideró imprescindible la identificación de CECON con un logotipo rediseñado pues la imagen que tenía la institución era deficiente en cuanto a la imagen proyectada. Necesita de un logotipo moderno, limpio y que represente visualmente a la institución.

Se observa en los ejemplos a continuación el uso variado de imagen representando a la institución, incluyendo el uso del logotipo actual, varía en el color y en el nivel de abstracción que posee según se utilización.



*fotografía del uso de logotipo, resolución no se puede mejorar



Fotos: GUate360°



Es importante la presencia del logotipo para que el grupo objetivo reconozca a la entidad como la institución encargada de velar por la conservación, el cuidar y el devolver a la vida, la vida de estos animales. Es una institución seria, amable con el ambiente y con los animales.

Tomando en cuenta que la institución es conocida más por el Tortugario se toma a la tortuga como imagen de la misma. Se crearon varias opciones para el rediseño del logotipo, que se presentan a continuación:

1.- SÍMBOLO

Abstracción de la tortuga marina. (en varios fases decrita más adelante.

2.- TIPOGRAFÍA

CECON
CECON
CECON
CECON

3.- COMPOSICIÓN



Previamente se podía observar un logotipo más sencillo, más tipográfico que es acompañado por una ilustración de la tortuga. Se intenta darle color para jugar con la misma, sin embargo no tiene mayor peso y es por ello que se prosigue con más bocetaje para la elaboración del logotipo.

Tomando elementos que representan a la institución, se va formando una imagen más fuerte y sólida en cuanto al mensaje que se desea transmitir en el logotipo.



ELABORACIÓN DE LOGOTIPO



Propuesta de logotipo

Se realizó el bocetaje del mismo aplicando el criterio de que debe ser de fácil reconocimiento, debe poder reducirse sin perder su efectividad visual y tomar en consideración los espacios negativos para que funcione. Es importante el peso visual para ofrecer un mayor contraste con el fondo, fluidez y asociación positiva en cuanto a la dirección de lectura.

Siempre con una imagen de la tortuga, se representa esta como la vida. El círculo posee varias connotaciones, representando a la institución como “círculo de amigos” y dando visualmente la representación de que todo regresa a su lugar es un círculo de pasos, todo regresa a donde pertenece.

Posee un trazo de línea pareja y con grosor regular, dando así la seguridad y el cuidado de los animales. Representa como segundo, el sol y el hábitat que también lo acompaña con una ilustración de palmera.

Se decide mantener la palabra CECON, pues es necesario posicionarlo y su ubicación visual denotación el apoyo, por lo que se coloca debajo del diseño. Con el apoyo del nombre del lugar y país, éste da mayor soporte visualmente y representa su ubicación.



REDUCIDO a 2.5plg.



La tipografía simple, palo seco, le legibilidad y modernidad. El uso de color es azul C: 96 M: 78 Y: 50 K: 56, obteniendo como resultado un azul marino, un azul que expresa seriedad y representa el azul del mar.



Y este se puede utilizar en varios tonos de azul, negro o en otros casos, en la utilización de otros colores a convenir.

PROPUESTA DE LOGOTIPO



ETAPA 2

Las ilustraciones se crearon inicialmente como elementos gráficos de todas las piezas. Estas mismas poseen una elaboración con distintos pasos que se van adaptando a cada material diseñado presentándolas a continuación.

Partiendo del concepto “El Valor de Reconstruir la Vida Silvestre”, debía crearse una serie de ilustraciones que representarían claramente las especies en extinción que CECON protege, como institución para la conservación de la vida silvestre.

Para ello se definió trabajar con elementos que representarían el hábitat y los animales: tortuga marina, el caimán, la machorra y la iguana.



En este proceso se buscaron fotografías o ilustraciones que sirvieran como referencia para crear las ilustraciones que se adaptaran al diseño de los productos mercadológicos.

En el transcurso de esta búsqueda se encontraron elementos que pueden servir para adaptar todo el entorno de Monterrico, siempre ligado al concepto que se busca.

TORTUGAS



pix0945 www.fotosearch.com



IGUANA



CAIMAN



glo0031 www.fotosearch.com

MACHORRA



ILUSTRACIONES

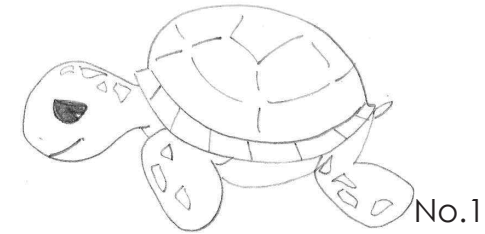


Ilustración de animales

Al tomar referencia de los principales animales en peligro de extinción: la tortuga marina, el caimán, la machorra y la iguana, se toma en consideración la idea inicial de proyectar naturalidad mediante el trazo del dibujo, y que debía transmitir ingenuidad o dar la idea de necesitar protección.

La creación de las ilustraciones se realizan con base en aspectos establecidos en la revisión de referencias, tomando en cuenta su aspecto físico, el cual para la tortuga es pequeña.

Se busca referencias para llevar a cabo el primer boceto de animales iniciando con la tortuga.

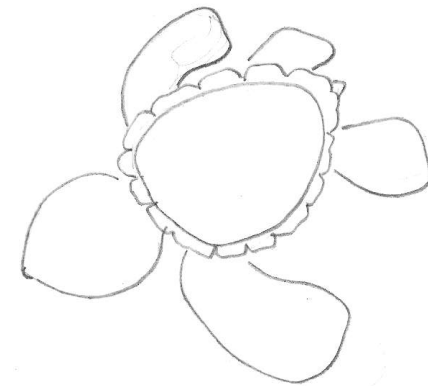


N1.- Tortuga creada de una fotografía, simple y representa sus características principales.

Se toma la decisión de seguir y crear una con otras características distintas, la N2 es una tortuga más infantil y caricaturesca. Más no se relaciona con el grupo objetivo, por lo que se decide seguir explorando.

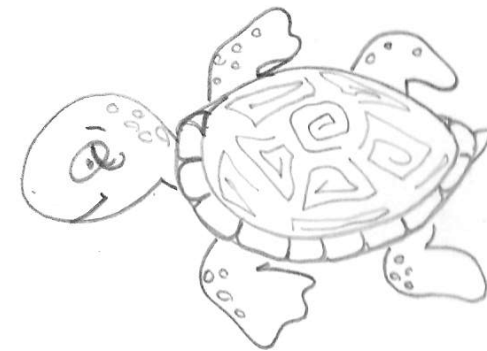


La tortuga No.3 es una vista más aérea de nivel alto de abstracción, representando la silueta de la tortuga. Esta se encontró que en su mayoría es utilizada de esta forma y no se adapta tanto al concepto que se tiene ya que se ve muy plana.



No.3

La No.4 es trabajada con un nivel de abstracción medio donde se representa las características de una tortuga de mar esta es tomada del boceto No.1 pero con diferentes detalles.



No.4

Llegando a esta última, como referencia se decide realizar unas pequeñas modificaciones y en función al concepto se agregan elementos de diseño que unifican más con el concepto. Creando así el caparazón de la tortuga en un nivel de abstracción medio, con elementos ornamentales, con los cuales se busca representar el valor de la vida silvestre. (Figura No.5)



No.5

ILUSTRACIONES



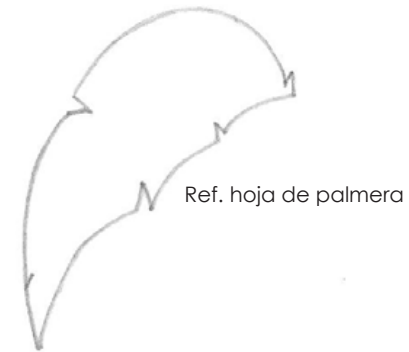
Elementos gráficos de apoyo

Como elementos principales se buscaron distintas opciones de hojas para ello representar el follaje de la vida natural, el hábitat de estos animales y de la belleza que crea en el área.

Iniciando con boceto de hojas entre ellas se realizaron ilustraciones distintas de la Hoja de mangle, esta tiene una forma más sencilla y simple a la más elaborada



Luego se creó una hoja de palmera en su forma física y literal. Por su elaboración detallada se inició con una forma más ilustrativa en un nivel de abstracción medio para la representación de esta y quedar así entendible en su diseño.



ILUSTRACIONES



En la búsqueda de distintas hojas, se llega a unificar estas dos, últimas realizando así una hoja más larga dejando así la misma línea de diseño. Esta hoja dio acceso a convertirla poco a poco y bocetar sobre ella. Dejándola así se continúa con la realización de otros bocetos con elementos que representarán a Monterrico.



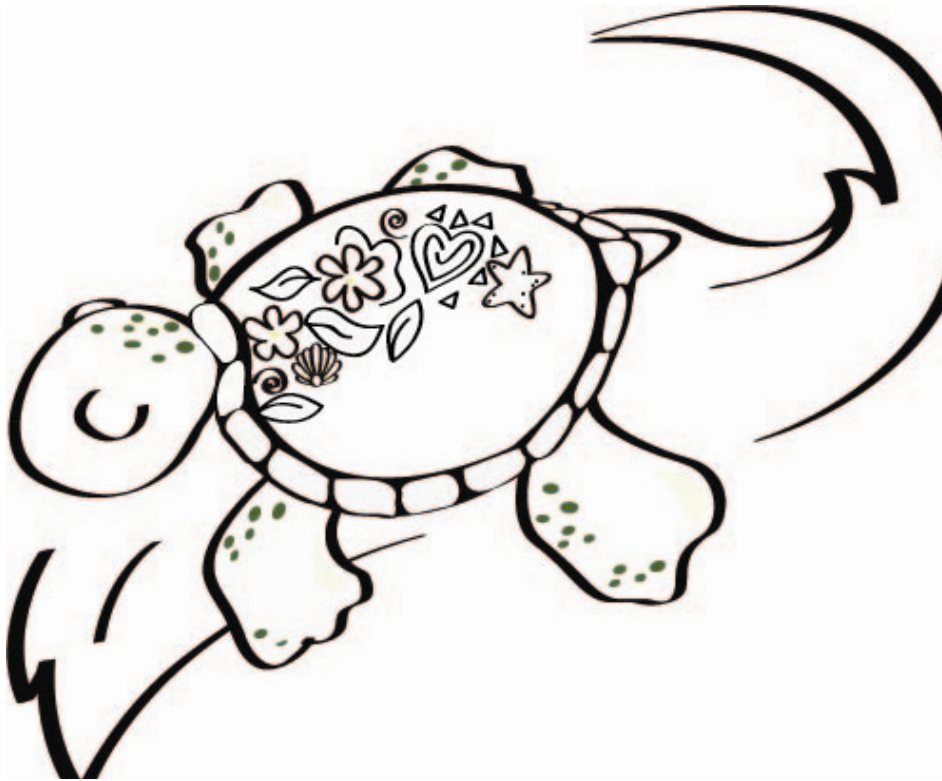
Para ello se busca más opciones y se toma como otro elemento, el mar, y teniendo de base la hoja anterior bocetada se inicia con la unificación de estas dos llegando al resultado a continuación, con el cual se buscaba representar y enfatizar la idea de la vida y de lo natural con una línea curva variable de grosor e incompleta para darle movimiento.



ILUSTRACIONES



Teniendo la línea deseada de ilustración se unifica uniendo junto a esta ilustración, cada animal y se pasa a sectorizar cada uno.



Vectorización: Luego de tomar la decisión sobre las ilustraciones se procedió a vectorizar sobre el trazo hecho a mano en el programa Illustrator. Se vectorizaron todas las formas utilizando línea continua y variaciones de grosor, además de trabajar las áreas para rellenar con color e integrar sombras para dar volumen a la ilustración.

ILUSTRACIONES



Se va trabajando un solo animal para evitar hacer cambios en los 3 otros. Atendiendo la línea de ilustración vectorizada se iniciará a vectorizar las demás ilustraciones.



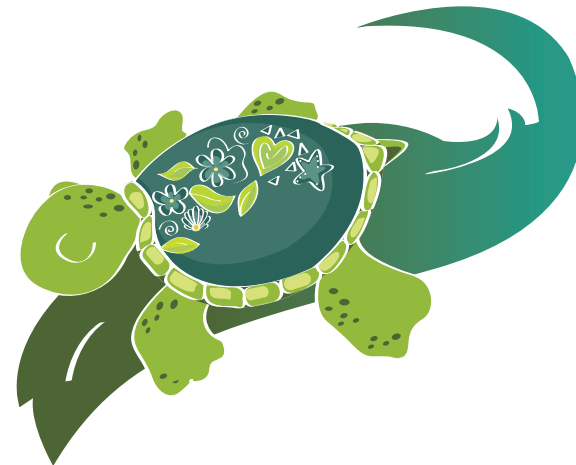
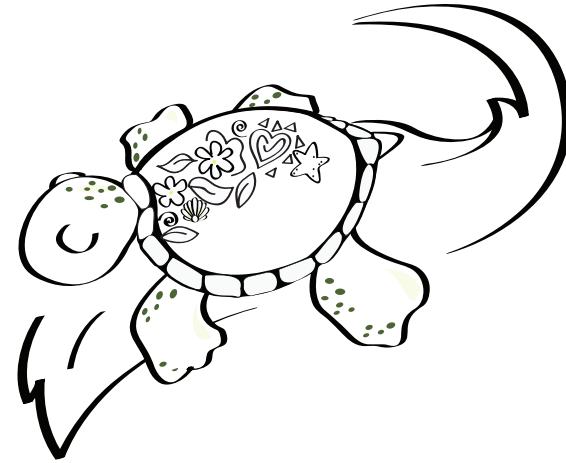
ILUSTRACIONES



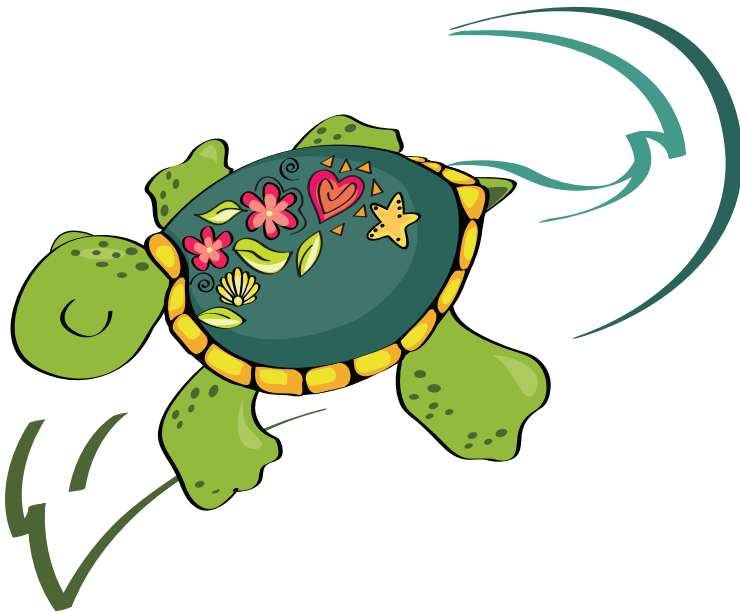
Color inicial de ilustraciones

Una de las primeras opciones de color para dicha ilustración, se inició creándola en blanco y negro, lineal de esta manera se trata de llegar a los dos sexos del grupo objetivo. Sin embargo, no se tiene el resultado deseado ya que no se adapta al concepto de “Reconstruir el valor de la vida silvestre”, este se ve demasiado vacío.

Se inicia con la búsqueda de la paleta de color y se le coloca color a la ilustración tratando así de darle vida con el color mismo. Tratando de utilizar únicamente dos colores y en su gama de tonos, y delineado en blanco. El resultado no fue positivo ya que esta se debilitó visualmente la ilustración y se sobrecarga la imagen.

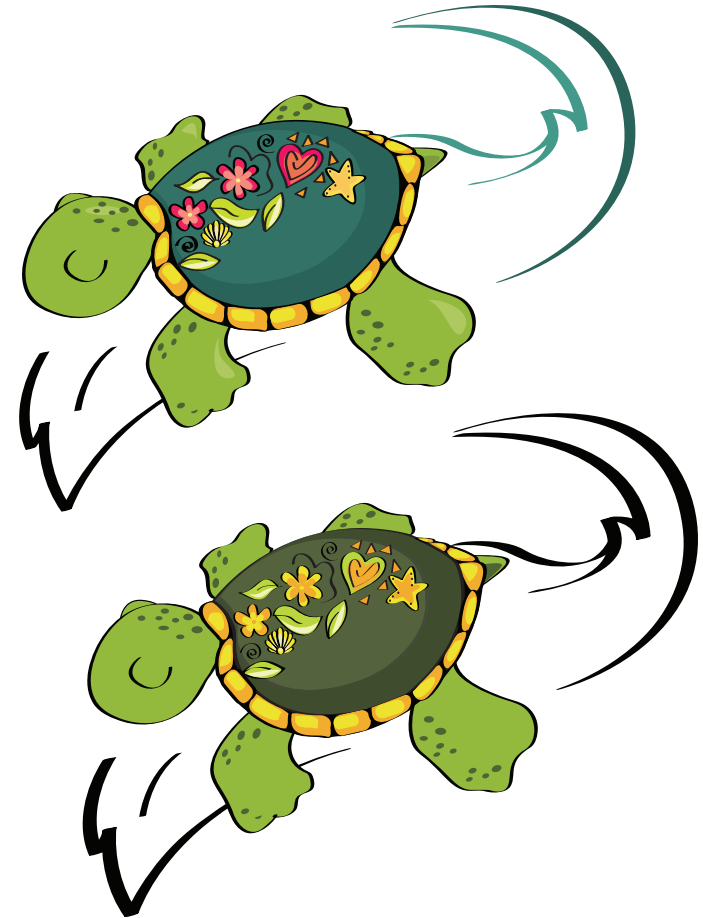


Se continúa en la búsqueda de color para las ilustraciones finales y se decide darle color utilizando 4 colores y sus tonos de esta manera los colores quedan contrastantes y dándole más vida a la ilustración. Esta queda como opción con un resultado positivo ya que representa lo que se desea.



Para seguir explorando más alternativas, se continúa jugando con los colores, y se llegan a varios resultados.

Considerando esta última, se desea resolver la fuerza que la ilustración debe tener, ya que solo así la ilustración se visualiza para un público más femenino.

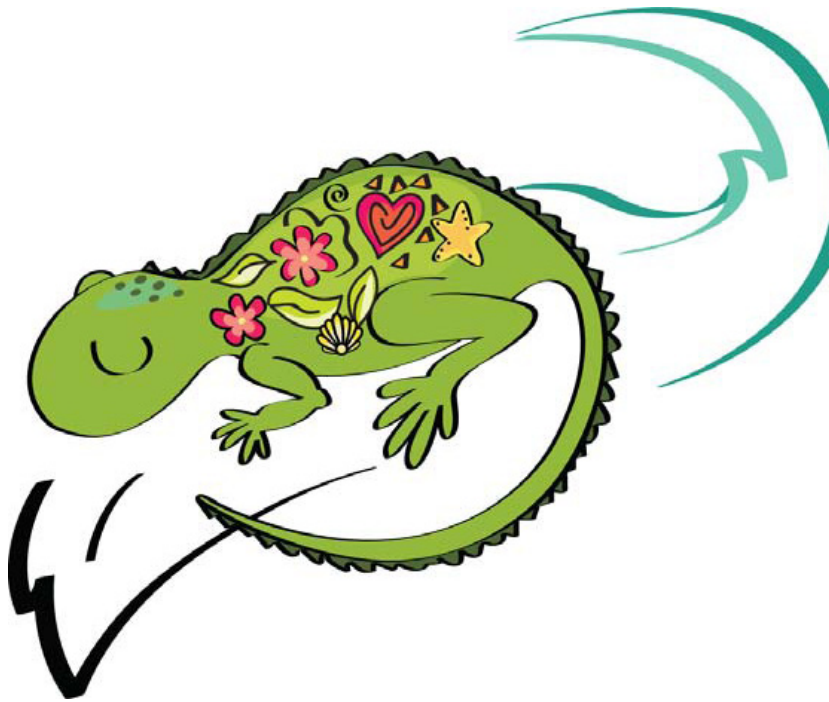


Teniendo un resultado positivo, se continúa creando opciones para crearlo más “unisex”. Y tomando en cuenta el presupuesto, se resuelve con la utilización a 2 colores. Dándole un delineado en negro ya que éste le da más fuerza y resalta la ilustración.

ILUSTRACIONES



Se había tomado en cuenta la penúltima ilustración como una de las mejores opciones. De aquí se inició el diseño de los demás personajes para tener un contexto de visualización más amplio y ver su funcionalidad.

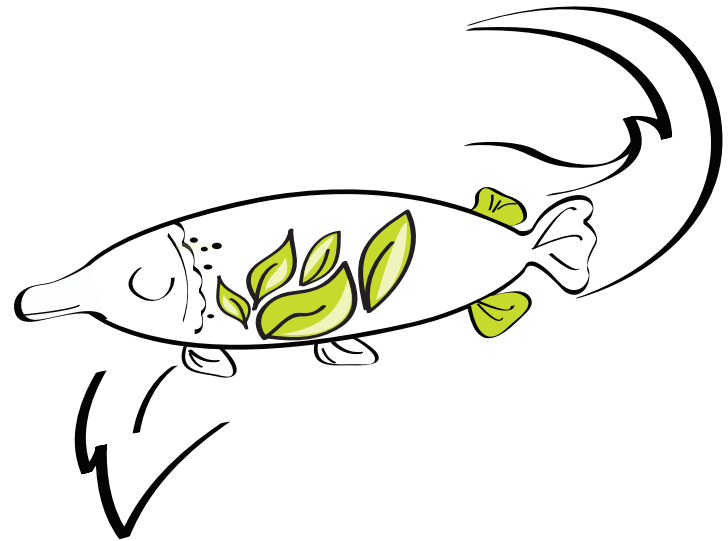
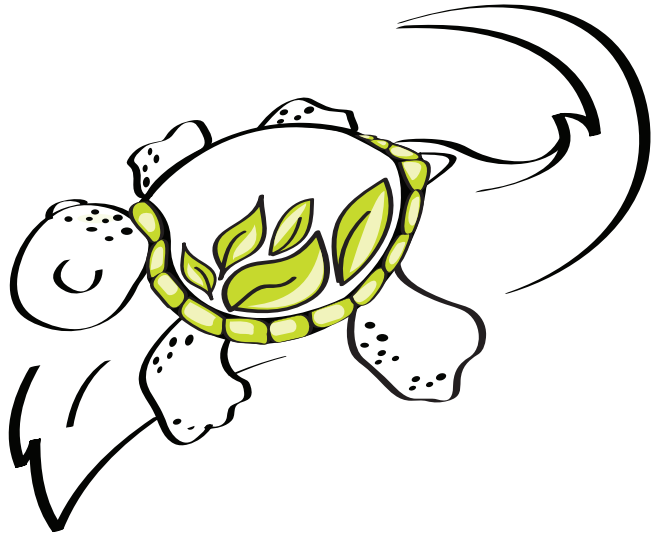


En esta etapa ya de bocetaje se inicia una pequeña investigación sobre como los hombre visualizan estas ilustraciones. El concepto de esta es el valor de reconstruir la vida silvestre y así mismo, se desea llegar a ambos sexos por lo que se decide continuar con una mejor solución porque el resultado no es favorable. Teniendo en cuenta el concepto y a lo que se desea reflejar en las ilustraciones, se decide reducir el uso de color.

ILUSTRACIONES



Se llega al resultado final de ilustraciones:



ILUSTRACIONES



Dejando este diseño a dos colores y delineado negro, se utiliza únicamente el verde y un tono del mismo para representar vida y de la misma manera unido al concepto: “reconstruyendo el valor de la vida silvestre”, que anteriormente se describió.

Este se convierte en un diseño más simple y visualmente más limpio. Siendo esta ilustración lineal hace resaltar las hojas y el color, representando así mayor fuerza conceptual a la ilustración. Estas mismas hojas pueden llegar a ser un elemento principal e interesante en las otras piezas propuestas. Las ilustraciones serán mostrados como versiones sustituyendo a cada animal, en cada pieza a utilizar.

Estas representan entonces ternura a través de sus detalles, el uso de color son colores que conectan la naturaleza, de esa manera se les da vida visualmente. Las hojas que poseen cada uno en la parte de la espalda, y de lado izquierdo es para representar la vida silvestre y del lado izquierdo porque es el lado de la ubicación del corazón. Visualmente se plasma que uno creando ese cambio va dándole un valor racional y emotivo, va reconstruyendo paso a paso la vida silvestre, por lo mismo se va pintando o llenando con hojas cada ilustración.

Poseen características que se adaptan a nuestra realidad. Son características reconocidas y que el hombre hace y así se desea representar para ser entendido en la vida silvestre. Iniciando la representación de los mismos.

La forma circular es una manera de representar el miedo o la necesidad de, es la posición fetal. Las hojas colocadas en la espalda de los personajes representa la vida silvestre, el apoyo que uno da hacia los animales, es la “palmadita” de ayuda y que al mismo tiempo y principalmente, se puede observar una forma de ir llenando, de pintar cada vida y darle vida visualmente a las ilustraciones trabajadas.

La función de los ojos cerrados en los personajes representa una manera emotiva de pedir las cosas. Cada vez que uno habla con el corazón o trata de escuchar algo en su interior uno cierra los ojos. Y esta simbología representa eso, el pedir de corazón una ayuda, es algo más emotivo, espiritual, esto lleva también a darle esa importancia que le pueden dar vida a los animales y a su hábitat. Que todavía pueden cambiar los resultados actuales. Es una representación de compadecimiento y a su vez ternura.





hojas

Ilustración Circular

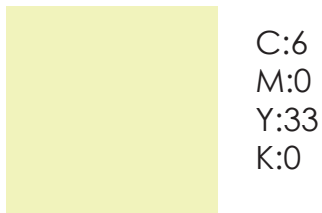
ojos cerrados



Ya terminadas las ilustraciones se inicia con el resto de las piezas. Estas son importantes ya que son los elementos que saldrán de aquí en adelante para cada una de las piezas propuestas, pero diferentes uso unas de otras.



ETAPA 3



Se manejó una paleta de colores contrastantes, los cuales tienen su finalidad de representar la naturaleza y resaltar los elementos que se manejan. Estos mismos generan un contraste visual y ayudan a los elementos a sobresalir representando elementos principales de la vida silvestre.

Los colores de los elementos de la campaña fueron trabajados con el color verde, un tono menor a este y el negro. Estos colores expresan vida y drama, representan la naturaleza y se complementan visualmente para dar el resultado orgánico requerido y de vida silvestre.

La utilización del color negro en el delineado destaca estos elementos y junto a la tipografía del mismo color representan fuerza, seguridad y seriedad. Este último lo explico como seriedad en cuanto al color ya que este es un tema serio y real que no dan importancia.

El color azul es utilizado en el rediseño del logotipo para representar el agua que es un elemento que unifica la vida de estos animales representados de la institución. Al mismo tiempo, representa el agua del mar, la vida y tranquilidad.

El logotipo también es trabajado en color negro y blanco.



Uno de los objetivos es concientizar a través de frases sencillas y directas unido con las ilustraciones que se manejan. Para cada pieza se desea colocar un mensaje distinto pero que lleve al resultado deseado junto al concepto de reconstruir un valor. Se desea que el grupo objetivo piense y razone sobre el mismo, que lo vea como una acción para colaborar de manera positiva.



FRASES

Entre la lluvia de ideas de las frases se encontraban las siguientes:

- Give me a chance to live
 - Survive
 - I Have my rights
 - Tu tienes el destino de mi vida.
 - Dame la oportunidad
 - Este es mi mundo
 - No es imposible..sálvame
 - Give me a break
 - Animal extinction exist
 - Esperamos tu protección
-
- Abre tus ojos:
 - soy parte dle mundo
 - estoy vivo ahora
 - este es mi ambiente, aqui vivo
 - admirame soy bello
 - hay un problema y puedes solucionarlo
 - cuida el ambiente
 - yo tambien puedo ayudarte
 - abre tus ojos
 - todavia existo
 - abre tus ojos pinta la vida de color
 - esto es Monterrico

De este último bloque de frases que unidas podian ser un solo pensamiento, se inicia a sacar las frases posibles para utilizarlas en distintas piezas. Tomando las siguientes y creando nuevas:

- Abre tus ojos / Todavía existo
- Ayuda a la naturaleza
- Pinta la vida
- Salva la vida
- Ama la naturaleza

La campaña se realizara en dos versiones/idiomas: Inglés y Español

- Open Your eyes / I´m still exist / Still a live
- Helping Nature
- Painting life
- Saving life
- Loving Nature



Pensando en los elementos se inicia con una propuesta de frases y palabras que ayuden a completar las opciones de los productos. Se le quiere dar mayor fuerza para representar la fuerza misma y seriedad con la tipografía, buscándola así mismo, amigable para llegar al grupo objetivo.

Se inicia buscando palabras que llegue directamente con un mensaje directo y claro.

Salvando - Saving
Contrubuyendo
Cambiando
Devolviendo
Ayudando
Naturaleza
Importancia

Se toman palabras claves y directas que llegan a lo que se pide, y se traducen al inglés, ya que se considera que este idioma aún siendo extranjero, es un idioma más sencillo y directo en cuanto a comunicación, sin elementos o palabras que deban construirse para llegar a dar el mensaje deseado como sucede con el idioma español. Así también, es un idioma que se habla ya en muchos países y tanto turistas nacionales como extranjeros pueden entenderlo y captar ese mensaje.

El idioma inglés es un idioma que en Guatemala lo habla actualmente la mayoría de instituciones privadas, públicas y escuelas de lugares lejanos a la capital. Es un idioma que facilita la comunicación en varios aspectos para dar estos mensajes. Así mismo, estos se harán en idioma español. Son las versiones que serán trabajadas para cada una.



ETAPA 5

Para la tipografía se consideró la función prevista en la tabla de contenido gráfico, la cual representara modernismo y legibilidad. Para lograr atraer la atención se empezó experimentando con tipografías de estructura irregular y mediano grosor para facilitar la comprensión y lectura, en las primeras opciones se ve un carácter un tanto femenino por lo que continua la búsqueda. Se buscó una tipografía que denotara estilo más juvenil, más amistoso y moderno, pues se busca que el diseño transmita una imagen dinámica.

En toda la campaña se manejó una tipografía que llevará a dar un mensaje amigable, moderno y más relajado. Esto para atraer al grupo objetivo y no dejar de lado que es un tema importante pero que es personal, que cada acción nace de uno mismo.



En cuanto a los titulares, frases y palabras utilizadas se realizó una composición de dos tipografías: Boopee, es una tipografía moderna, dinámica, representando el carácter del grupo objetivo, la diversión que puede llevar a actuar, esa actividad que debe existir. Línea gruesa para darle a la vez la seriedad que se debe tener en este tipo de temas, y darle así mismo fuerza y seguridad a la tipografía.

BOOPEE boopee
Texto Titulares

La otra tipografía utilizada en los textos principales es Califlish sacript pro: esta tipografía es una tipografía caligráfica y moderna, tiene como fin representar como si fuera una firma, en este caso, la firma de la vida silvestre misma. Crear visualmente que es algo personal, tanto del grupo objetivo, individualmente el que hace ese cambio, como de la vida que pide esa ayuda. Es una manera de unir ambos y crear esa personalidad en el texto y profundidad del tema en sí.

Califlish Script Pro
Texto Titulares

En cuanto a textos más elaborados como los bloques de texto, la tipografía que se utiliza es Century Gothic, siendo esta una tipografía legible palo seco, fácil de ver para el grupo objetivo.

Century Gothic
BLOQUES TEXTOS

La composición y jerarquías de texto que se trabajan, hacen de estas tipografías sean comprensibles, legibles y el mensaje es directo y posee buen resultado visual.

TIPOGRAFÍA



Utilizada con las palabras del mensaje

Painting
Life

Saving
Life

Helping
Nature

Loving
Nature

Abre tus ojos
Todavía existo...

Open your eyes
i'm still here...
i'm still alive...

Se le coloca una hoja verde dentro de la tipografía (elemento que unificará todas las piezas), de esta manera la revive, le da vida a la tipografía y resalta en las piezas.

En cada pieza aparte de la playera, se desea utilizar una palabra distinta, directa y no una frase, ya que son piezas más pequeñas y juega con otros elementos gráficos y distintos entre cada uno.



ETAPA 6

El identificador de la campaña se compone de dos cosas. Primero como principal, será el elemento gráfico de las hojas, estas representan la vida silvestre, el hábitat, lo que da vida a estos animales en peligro.

Segundo será la frase de cierre que estará colocada en todas las piezas junto al logotipo. Esta frase marca el mensaje principal que se forma del concepto. Mandando así un mensaje directo y clave de toda la campaña. Y también acompaña como apoyo, el logotipo de la institución. La ubicación de cada elemento es adaptado a cada medio y a cada espacio de las piezas.



Reconstruyendo el valor
de la vida silvestre



IDENTIFICADOR DE LA CAMPAÑA



ETAPA 7

Esta campaña es una campaña de concientización sobre la vida silvestre, lo que se desea en este caso es estar lo más cerca a la ayuda del ambiente y así mismo, llevar el mensaje de manera más ecológica y directa posible.

El concepto El valor de Reconstruir la Vida Silvestre, bien lo dice es reconstruir lo que se está perdiendo y convertir cada acción a positivas, es el valor emocional y racional dado. Esto representa limpieza, reciclaje, positivismo entre muchos otros significados. Por lo tanto, se desea implementar sustratos que no dañen al ambiente y a los animales.

Es por ello que se trabaja un formato simple, limpio visualmente y que lo que resalta son los elementos importantes que se debe cuidar, en el caso de la vida silvestre en general.

Los productos de mercadeo son productos en tela, manta y en caso de vasos de vidrio/plástico. En el caso de los medios alternos son productos de plástico con stiker. Y medio de la Valla es el unico impreso junto a los pequeños stikers de los medios alternos.

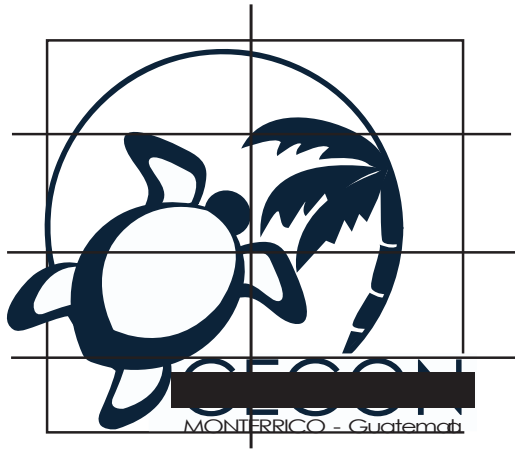


Las piezas que se trabajan realmente no llevan o se componen de retícula, ya que es una campaña realizada en su mayoría por piezas y materiales de mercadeo. Pero si se crearon con un cuadrante que sirve de guía para alguna de ellas y no perder la línea y estructura.

RETÍCULA



REDISEÑO DE LOGO



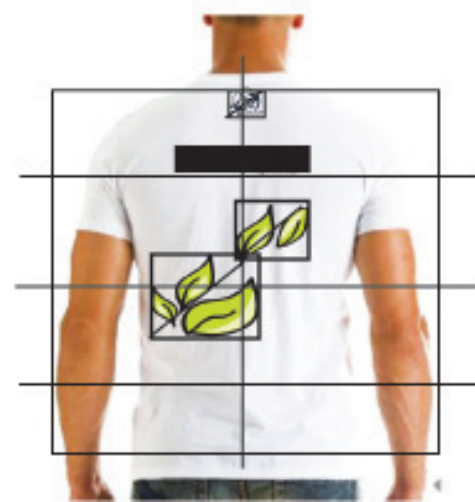
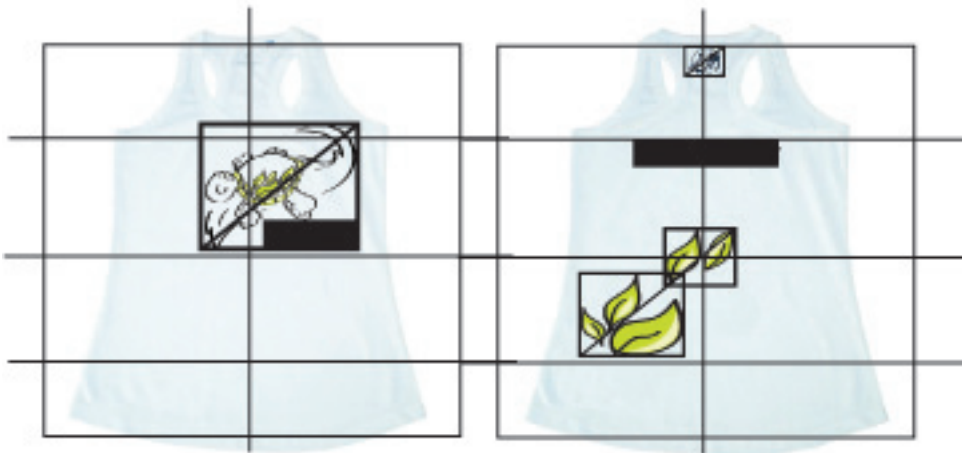
GORRA



BOLSAS



PLAYERAS / CAMISETA



RETÍCULA



A continuación, se presenta el proceso de la elaboración de piezas siguiendo un orden para cada uno. Estas son previas a la elaboración final.

REALIZACIÓN DE PIEZAS



PIEZAS DE MERCADEO

CAMISETAS Y PLAYERAS

Previamente se había realizado el diseño de camiseta con una de las opciones preliminares de ilustración. Seguido a tener ya la ilustración como elemento de las piezas se crearon las opciones mostradas a continuación.

Se tiene una versión de camiseta para mujer.

Demostrando así la colocación de cada elemento por el motivo mismo del concepto. En la parte de enfrente se encuentra el diseño previo realizado, dando así el significado de cercanía al corazón. Todo sentimiento a pesar que inicie por la mente uno lo refleja que es por el corazón y que hace las cosas con el corazón. De esa manera se colocó este diseño en el pecho del lado izquierdo.



Se presenta la opción de la parte de atrás como alternativa preliminar a fullcolor, antes de decidir la paleta de color verde y negro.

En la parte posterior de la camiseta se encuentra al centro y arriba el logotipo de la institución, esto demuestra que la empresa estará al cuidado de la vida silvestre, estará como un soporte de seguridad. Y en la parte inferior se coloca el diseño mismo que lleva cada ilustración formando así la vida silvestre, el mismo significado tiene para la camiseta, dando el significado de que uno es parte de ese ambiente, de este mundo y de la vida misma, todos formamos parte de esta vida y debemos cuidarla, darle ese sentimiento.

Esta primera opción había sido creada según una de las ilustración previas hechas como elemento de diseño. Cumpliendo con un efecto visual femenino se propueso este también para la elaboración de las camisetas y el resultado no fue el deseado.



Se presenta entonces las propuestas de diseño de las camisetas y de las playeras según la ilustración propuesta. Llevando siempre el mismo significado y justificación de los elementos.

REALIZACIÓN DE PIEZAS



POSTERIOR



FRONTAL

REALIZACIÓN DE PIEZAS



El bocetaje de estos productos poseen un cambio en la parte posterior agregándole una frase en la espalda para tener una línea de diseño unificada, con mayor fuerza del mensaje y así mismo sea una frase de cierre. Más adelante se explica el por qué de esta frase. Esto le da mayor peso y con la frase da un mensaje de conciencia que apoya todas las piezas.

POSTERIOR



FRONTAL

REALIZACIÓN DE PIEZAS



GORRAS

A continuación se presentan los bocetos de las gorras como opción de producto de mercadeo propuesto.

Tratando de seguir el mismo estilo de las playeras se inició colocando en las gorras, los mismos elementos utilizados anteriormente en las playeras. Se crearon 2 opciones tanto en colocación de elementos gráficos como en color.

Iniciando con el No1: se utilizaron todos los elementos ya utilizados y en la parte de atrás llevaría el logo de CECON.

Poco a poco se van quitando elementos como la opción No2 que posee solamente las hojas como elemento gráfico y en la parte de atrás el logotipo de Cecon.

Se desea cambiar los estilos de diseño en cada producto para que este no se vea igual al otro, pero siempre teniendo la misma línea gráfica. Se decide tomar las hojas como elemento gráfico que representa la vida natural y la vida silvestre, teniendo en cuenta que estas están colocadas con función de ir llenando los espacios y creando esa ilusión de reconstrucción de la vida.



REALIZACIÓN DE PIEZAS



Creando y mejorando las opciones llegamos a presentar la última opción que mejor se adapte al concepto y la línea gráfica propuesta.

Se continúa entonces con la gorra, creando así otro diseño que aporta mucho al diseño para la gorra. Teniendo en cuenta el concepto, la limpieza y sencillez visual y dando frente el mensaje deseado Utilizando en esta: Helping Nature.

Esta opción se crea así porque uno debe enseñar y estar orgulloso de la ayuda que puede realizar, tener el problema siempre presente y enfrentarlo, de esta forma se presenta la frase en la parte frontal de la gorra. El elemento gráfico a un costado teniendo el mismo significado de la playera, de reconstruir poco a poco la vida y ayudar a la naturaleza.



REALIZACIÓN DE PIEZAS



BOLSAS DE MANTA

Para la realización de las bolsas se inicia con alguna variedad de bocetos como opción de diseños para poder tomar en cuenta a la hora de realizarlas para su venta.

A continuación, se presentan algunas propuestas:



N.1



N.2



N.3



N.4

REALIZACIÓN DE PIEZAS



Dentro de los diseños presentados para este producto llamó la atención bastante por la composición de los elementos las opción N2 y la N4. En estos productos si se relaizarán las 2 versiones para dar mayor opción al comprador. El mensaje igual que los otros, esta colocado de manera visible y siempre llevando un mensaje directo y que sirve como medio para crear conciencia.

Se toman entonces estas dos versiones y se crean en el caso de la N2. las opciones de las 4 ilustraciones. En esta se debe visualizar tambien la parte posterior de cada bolsa. En estos casos se decide realizar la completación de las ilustración por detrás. Este lleva también el logotipo y la frase de cierre de la institución.

A continuación se presentan las opciones de diseño para dichas bolsas.



Frontal

Posterior



Versión Español



Versión Inglés



REALIZACIÓN DE PIEZAS



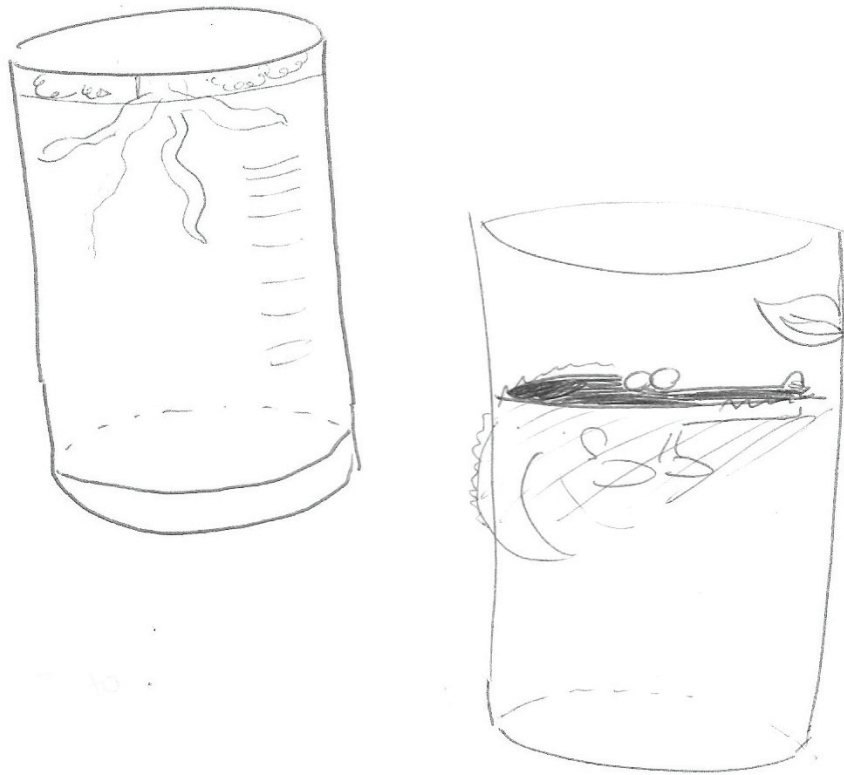
VASOS

Vasos como producto de mercadeo. Se encontraron varias referencias que se pueden observar a continuación, desde vasos de plástico transparente o a color hasta vasos de vidrio con distintos diseños.

Se toman los vasos ya que estos, son recipientes para agua y se relaciona, con el hábitat de los animales y de la vida silvestre, el agua también es característica importante de Monterrico por sus playas.



El proceso de bocetaje de estos vasos fue amplio ya que no se llegaba a transmitir el mensaje deseado. Ni se podía lograr una idea clara sobre el mismo y su diseño. Se inició con una idea de los diseños de vasos tomados como referencia y se fue adaptando poco a poco a lo que queda finalmente.



Tomando las imágenes anteriores, llama la atención la sencillez de creatividad que lograron crear en los diseños, por lo que se trata de crear algo similar pero llevando a nuestro concepto y utilizando las imágenes ya hechas anteriormente. Sin embargo, se ve una similitud en el diseño y no da más detalle ni mensaje y se puede ver una copia de creatividad.



Se utiliza el personaje y las hojas como medio ambiente, en la parte superior posee una frase, un mensaje dependiendo el animal que esté en el vaso. Lo que llega a representar aquí visualmente es el nivel del agua (líquido) que contenga el vaso como en el ejemplo se puede ver un porcentaje (no es % verdadero). Esto representará la parte vacía es lo único que puede llegar a salvarse de los huevos de parlama, en comparación con la parte que contiene líquido (solo una tortuga de 1000 se salvan en el mar cuando son rescatadas). Y así cambian de mensaje. El logotipo va colocado por dentro y en la base para dar un refuerzo de la institución, ya que ellos son la base, la fuerza, para que las tortugas y los demás animales puedan ser devueltas a su hábitat.



REALIZACIÓN DE PIEZAS

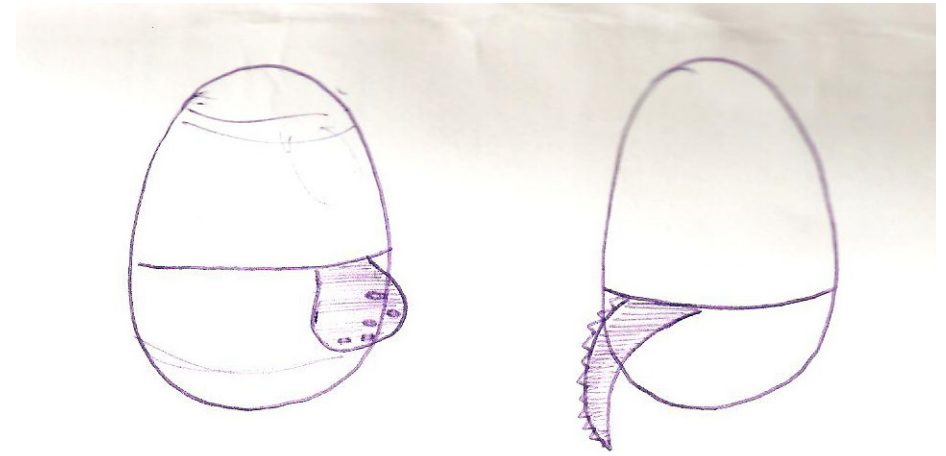


MEDIOS ALTERNOS

Se deseaba crear un impacto en las personas de manera que se diera un mensaje de concientización y de valor racional y emocional. Esto se liga siempre al concepto con el que se trabaja, de “El valor de reconstruir la vida silvestre”. En los medios alternos se proponen 2 distintos los cuales se explicarán a continuación.

Se propone realizar HUEVOS. Inicialmente se pensó entregar huevos a las personas, huevos de tamaño real. Estos eran huevos falsos de plástico pero que tuvieran un mensajito y algo más dentro, que se pudieran abrir. Esta idea fue bien tomada pero no se pudo lograr mayor impacto más que llevar este mensaje de esta manera. Se intentó igual crear una estrategia de venta y unirse con una marca de estos huevos de chicles o chocolates y venderlos.

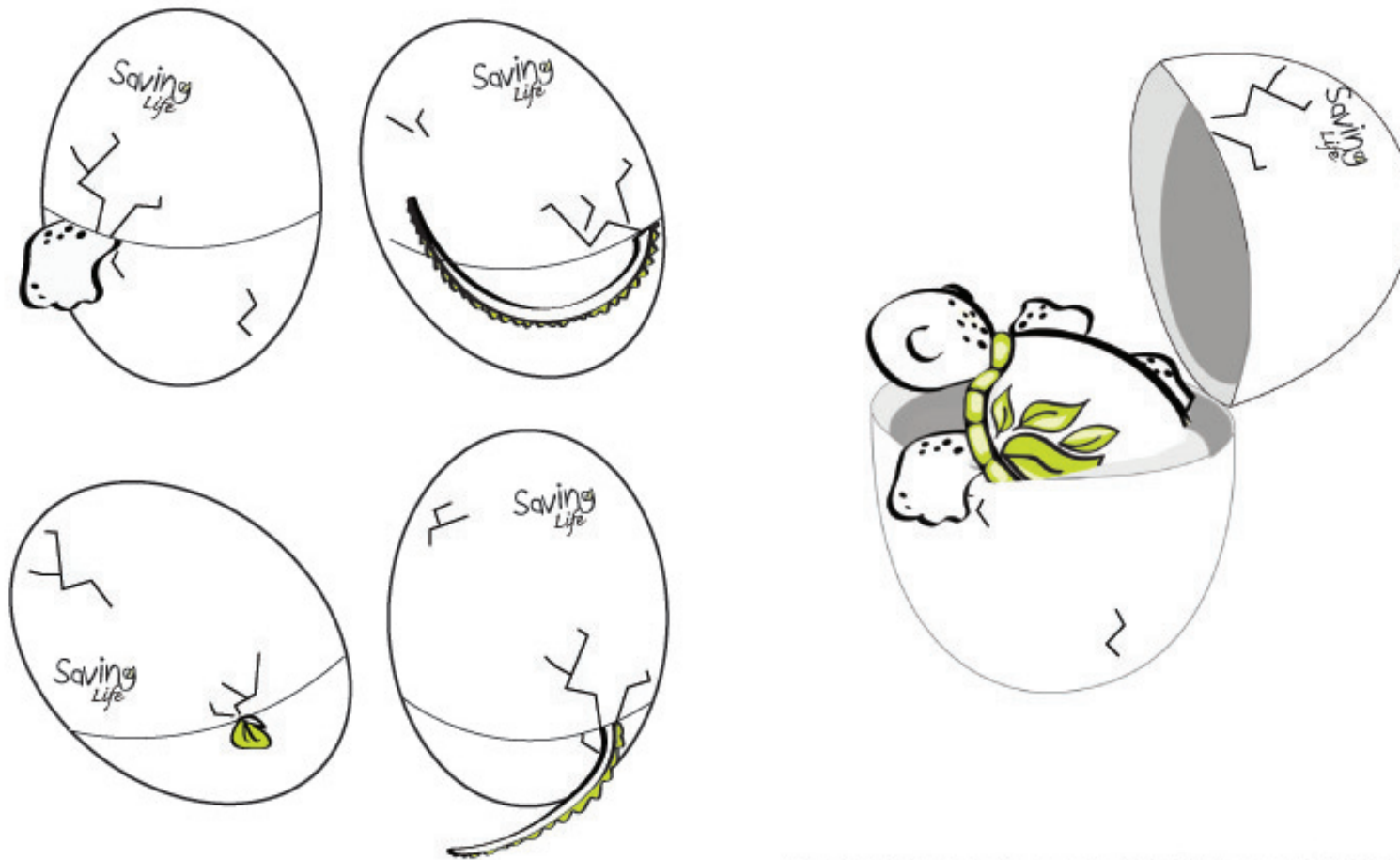
El problema que se observó en esto es que se convierte una vez más en un producto y las personas no sabrán de él a menos que lleguen a comprar a una tienda o punto de venta y que sea igualmente el producto.



REALIZACIÓN DE PIEZAS



Luego de estos, se inicia y se sigue realizando bocetajes y se llega a realizar Huevos gigantes como medio alterno. Un medio que hace que las personas se acerquen a estos y crean conciencia. Estos poseen la característica de ser unos huevos gigantes, en comparación a su tamaño original. Y que estarían colocados en distintos puntos de la playa de Monterrico, Al abrirlos estos poseen un animal de las ilustraciones realizadas y un mensaje.



REALIZACIÓN DE PIEZAS





Dentro de la propuesta que se desarrolla para la campaña, se debe tomar en cuenta el punto de vista de distintos tipos de grupos que forman parte del proceso (expertos, Grupo Objetivo y diseñadores).

A este proceso se le llama Proceso de Validación, en el cual se obtendrá la verdadera retroalimentación de los mensajes en todas las piezas presentadas.

A continuación, se presentará las etapas de validación según grupos.

11.VALIDACIÓN DE PIEZAS



SÍNTESIS DE RESULTADOS

Resultados de personas del medio

Esta validación se realizó a 5 personas del medio: 4 diseñadores y 1 creativo. Obteniendo varios resultados muy cercanos y positivos que se muestran a continuación:

En cuanto al rediseño del logotipo de la institución presentado en la propuesta, las personas del medio creen que identifica y mejora la imagen de la institución.

Así mismo, se cree y se percibe la funcionalidad del logotipo en relación al tema y al grupo objetivo que se maneja en ambos, tanto para la institución como para la campaña.

Los elementos gráficos que se utilizan en todas las piezas de mercadeo son considerados un punto de apoyo bien utilizados y llaman la atención por la forma de utilizarlos en las piezas.

Estos profesionales consideran que las frases y palabras utilizadas en los productos de mercadeo hacen reflexionar sobre la situación de las especies y hacen pensar mas allá sobre el problema.

Estos productos también servirán para tener presente y recordar el problema y el mensaje que se desea dar en esta campaña.

En cuanto a los personajes se dió el resultado requerido que es dar compasión o ternura. Sin embargo si se pudo observar que se preguntaron el porqué de los ojos cerrados de los personajes y no abiertos. Al hablar de lo que se quería lograr y justificar esa razón, se dió buen resultado a la duda de 2 diseñadores.

El resultado de las imágenes utilizadas en todas las piezas resultó positivo porque se ve la representación claramete del tema y es lo que se busca.

En cuanto a la función de estas imágenes utilizadas se dividen los resultados en que son un punto focal y que son elemento de apoyo.



Sugerencias y comentarios de los profesionales:

1. El rediseño del logotipo parece una buena solución, refleja la institución y su trabajo. Por otra parte, parece interesante la paleta de colores que se manejó, ya que es diferente a lo que se suele ver y con el tipo de ilustración se cree es lo adecuado para el grupo objetivo.

2. Sin embargo, hay que considerar los copys de las piezas ya que pueden mejorar, incluso debería de variar con la ilustración que se maneje y la pieza que es. Reforzar tomando en cuenta el concepto de reconstruir. Este comentario se tomó en cuenta por lo que se trabaja junto al siguiente comentario y se creará la frase de cierre a todas las piezas. Como parte de la frase de cierre por sugerencia de profesionales colocarle el concepto mismo.

3. Es necesario considerar un slogan o un cierre para cada pieza en el cual se concientice y recuerde el fin y concepto de toda la campaña. O bien utilizar el mismo concepto como frase de cierre para las piezas. por ejemplo: Reconstruyendo nuestra vida silvestre

4. Es adecuado manejar partes de las ilustraciones como se ve en los morrales, en una parte la cara y en otra el cuerpo. Manejar todo así, también refuerza el concepto de reconstruir y debido a que son ilustraciones simples, usarlas en exageración ayuda a que no se vea tan vacío. También tomando en cuenta el grupo objetivo me parece necesario usar copys en inglés y en español.

La campaña sí se trabajará en los dos idiomas como sugerencia en todas las piezas.

Considerar manejar imágenes y no solamente las ilustraciones, sobre todo en las vallas ya que solo con esas ilustraciones no llama la atención, y no dice nada con respecto al mensaje. Se podría hacer una bonita combinación entre fotografía e ilustración. Para que el mensaje sea más claro y completo. Con copys impactantes para llamar su atención. La propuesta de valla si se cambia totalmente a la propuesta dada.

Por último, las piezas de btl o medios alternos es el fuerte para llamar más la atención en el lugar, sobre todo si la campaña esta propuesta para realizarla en vacaciones o fechas específicas donde Monterrico sea muy visitado. Asi como el huevo, se puede realizar más cosas impactantes como un saco con pelotas de ping pong que tengan cruces (como cementerio.. con un copy). Por ello se agrega una opción de btl más de la existente, esta se adapta siempre a toda la imagen y al concepto y se crea la alcancía.

VALIDACIÓN DE PIEZAS



SÍNTESIS DE RESULTADOS

Resultados de personas del medio

Esta validación se realizó al grupo objetivo conformado por 10 personas de NSE:BC, de edades comprendidas entre 25 a 40 años, hablan de 2 a más idiomas. A continuación se presenta la síntesis de los resultados .

En su mayoría las personas repondieron que la imagen de la campaña es agradable e interesante. El uso de imágenes y las frases utilizadas crearon ese resultado satisfactorio en su mayoría.

8 de 10 personas respondieron que les interesaría adquirir los productos ya que les interesa la vida silvestre y en estos se puede observar de forma ineteresante el mensaje.

En cuanto al color todas las personas ven los colores utilizados como representación de vida y de naturaleza. Y de igual manera atraen la atención en totalidad la manera que se utilizaron en distinto tono.

El resultado de las iustración representa ternura y compasión el cual es positivo porque se obtuvo lo deseado con la finalidad de los personajes.

El grupo objetivo logró captar la representacion de la creación de estos 4 personajes, obteniendo de esta forma la representación de ser animales en peligro de extinción.

Las personas captaron la tipografía de manera Dinámica y algunos otros de manera moderna. Al igual que consideran la tipografía legible por lo que no causa problema a la hora de la lectura.

En cuanto al mensaje de las piezas todos los encuestados captaron totalmente lo que se desea transmitir. Poniendo así como las frases de manera importante para la campaña. Así mismo, consideran la lectura fácil y colocada de manera ordenada para su lectura.

En relación al material las personas observan que este llama la atención por la utilización de los elementos y su composición general. Su tamaño es el adecuado ya que es fácil de ver y manejar desde los productos de mercadeo a los medios alternos.

El grupo objetivo admite que es necesario y que ellos consideran que se deben involucrar en este apoyo hacia los animales en peligro de extincion y su hábitat.



Sugerencias y comentarios de los profesionales

1. El logotipo tuvo un impacto agradable y muy buen resultado respecto al anterior. Se pudo observar que complementa la imagen de la institución.
2. En cuanto a la valla aquí igualmente se considera seguir evaluando la realización de la propuesta final. Tomando en cuenta colocar a donde se deben dirigir para ayudar y colaborar con esta campaña.
3. Se dió el comentario del cuidado de la tipografía ya que a la hora de reducirla, esta puede perder la legibilidad. En este caso no se cambiará la tipografía ya que ha tenido buen impacto en cuanto a lo que se desea lograr y aparte porque las piezas poseen un tamaño ya a medida no se podrán reducir o agrandar, por ser en su mayoría materiales que no tienen es fin.



SÍNTESIS DE RESULTADOS

Resultados de Expertos

Se validó a 2 expertos de CECON, uno encargado directamente con la institución localizada en Monterrico, el Tortugario y otra persona de esta misma. A continuación, se presenta la síntesis de los resultados. Resultados muy positivos e iguales.

Dentro lo que es la imagen fue agradable para ambos. El mensaje es transmitido de manera muy entendible para el grupo objetivo. Con un tono y lenguaje correcto, amigable.

En cuanto al color es percibido por naturaleza y vida, lo cual se adecua correctamente a la necesidad. La información que se maneja es suficiente para transmitir el mensaje.

Según los expertos estas piezas lograrán el objetivo de llamar la atención sobre las piezas y sobre todo el mensaje.

La tipografía es moderna y dinámica. La estructura y elementos están colocados de forma que se puede entender, la lectura es visualmente correcta y legible.

Las piezas son fácilmente manejables y utilizables.

En cuanto a la tipografía, es clara para los expertos y da un mensaje de concientización.

Sugerencias y comentarios de los expertos

1. Se comentó que no solo ellos habían visto el material presentado, ya que fue enviado vía correo a la institución en Monterrico por actividades que se tenían en el área a la hora de validar. Estos comentan que las personas estaban contentas del trabajo ya que es muy interesante y fue totalmente de su agrado.

2. Las piezas son piezas que para ellos son fácilmente manejables, inclusive comentaron poder tenerlas en el área de souvenir de la institución.

3. En cuanto a alguna corrección no hubo cambios, solamente sugirieron realizar el logotipo con algo de color. Sin embargo, se consideró no hacer cambio, ya que el logotipo está propuesto para que este sea a color según la necesidad, en caso sea, (azul como el cliente y experto sugiere), negro blanco o verde. Colores que transmiten la naturaleza. Así mismo, también se comentó respecto a la alcancías. ellos ya habían tenido una experiencia con tales, pero era una manera diferente de trabajarla. Tuvieron problema ya que necesitan siempre dar un recibo de los fondos que entran a la institución, estas que ellos trabajaron eran donaciones únicamente. Al hablar con esta persona se le explicó que era una estrategia entre restaurante y ellos y de esa manera podían funcionar dándoles a los restaurantes encargados el recibo de dinero que obtuvieran como donación.

VALIDACIÓN DE PIEZAS



REALIZACIÓN DE CAMBIOS

En lo que respecta a la camiseta de Mujer y para la playera de hombre se sugieren 2 cambios.

Iniciando con la parte frontal de la camiseta y de la playera, los cambios dados son en cuanto a sustraer los puntos suspensivos que posee el texto. Ya que este es el único que lo posee.

Y así mismo, en la parte de atrás, agregar la frase de cierre que estará acompañando a todas las piezas. Representando así lo que realiza la institución y al mismo tiempo cumpliendo con el concepto de diseño.

Se utilizó las misma jerarquía y juego de tipografía utilizada en el texto de todas la piezas gráficas.

Presentando estos cambios a continuación.



CAMISETA Frontal



Antes



Después



REALIZACIÓN DE CAMBIOS



CAMISETA Atrás



Antes



Después

REALIZACIÓN DE CAMBIOS



PLAYERA Frontal



Antes



Después



REALIZACIÓN DE CAMBIOS



PLAYERA Atrás



Antes



Después

REALIZACIÓN DE CAMBIOS



BOLSAS

El cambio de las bolsas se realiza únicamente con agregar la frase de cierre colocada en la parte de atrás de la misma, cerrando junto al logotipo de la institución.

Esta frase se ha colocado adaptándose a la ilustración de los personajes procurando que brinden un equilibrio visual y atractivo.



Antes



Después



Antes



Después



REALIZACIÓN DE CAMBIOS



VASOS

La frase de cierre en este producto se ubicó en la parte inferior, haciendo de este un equilibrio ya que del otro lado tiene el elemento gráfico de las hojas que acompaña al texto.

Otro cambio realizado en este, es el texto superior que se cambia de color negro a un tono gris, de esta manera no se hace pesado visualizar el texto.



Antes



Después



REALIZACIÓN DE CAMBIOS



GORRA

Esta pieza al igual que el resto tiene el cambio de la frase de cierre, ubicada en la parte posterior de la gorra sobre el logotipo de la institución.



REALIZACIÓN DE CAMBIOS



FUNDAMENTACIÓN FINAL

Para la propuesta de las piezas de esta campaña de Turismo como causa del peligro de extinción de Vida Silvestre en Monterrico se utilizó el siguiente concepto: El valor de reconstruir la vida silvestre y las piezas son descritas a continuación:

Rediseño de logotipo: tiene como fin principal darle una imagen moderna y concreta a la institución. A través de este logotipo se captará el fin de la institución y se utiliza la imagen de tortugas ya que es conocida con estas como actividad principal. Al mismo tiempo, representa la vida silvestre y las actividades que esta maneja.

Vallas: Estas son creadas de manera consecutiva, el fin de estas es invitarlos a ser parte de esta campaña a colaborar y concientizar a través de mensajes diferentes con cada personaje. Esta está trabajada para invitarlos a llegar a Monterrico, a la institución y a la protección de vida silvestre.

Productos de Mercadeo: Estos productos se han trabajado bajo el concepto y son creados para darle, aparte del valor emocional, un valor racional de manera que genere ingresos para la institución y a través de estos se difunda y se haga recordación del mensaje dado.

Estos productos se componen en: Playeras, camisetas para mujer, gorras, bolsas de manta, vasos.

Medios alternos: Se proponen 2 distintos medios que llevan a que las personas se acerquen a ver el mensaje.

El primer medio consta de la creación de 4 huevos de materiales resistentes para la arena y sol. Estos estarán colocados en la playa y estarán cerrados con el fin que las personas se acerque a abrirlos. Dentro de ellos estarán los personajes uno en cada huevo y tendrán un mensaje relacionado a toda la campaña. Estos podrán ser parte luego de la institución como punto de señalización o decoración del lugar.

El segundo medio alternativo se da a través de una estrategia para obtener ingresos económicos como ayuda directa del grupo objetivo. Esto es recaudación de fondos a través de alcancías ubicadas en varios lugares entre ellos, restaurantes, tiendas, gasolineras entre otras. Estas alcancías son creadas bajo el nombre de cada personaje y llevarán mensaje de concientización e información sobre la institución. La recaudación de estos fondos es totalmente para la institución.

FUNDAMENTACIÓN





PROPUESTA FINAL PARA LA CAMPAÑA INFORMATIVA Y DE CONCIENTIZACIÓN PARA PREVENIR LA EXTINCIÓN DE VIDA SILVESTRE EN MONTE RICO

Después de realizar la validación y los cambios sugeridos en esta misma, se presentan a continuación las piezas finales de este material.

12. PROPUESTA FINAL



REDISEÑO DE LOGOTIPO



PRODUCTO MERCADEO
PLAYERAS
Versión: Español



Adelante



Atrás



PRODUCTO MERCADEO

PLAYERAS

Versión: Inglés



PRODUCTO MERCADEO

CAMISETA

Versión: Español



Adelante



Atrás



PRODUCTO MERCADEO

CAMISETA

Versión: Inglés



PRODUCTO MERCADEO

BOLSAS

Versión: Español - Inglés

1.-



versión español



versión inglés



2.-



PRODUCTO MERCADEO
GORRA

Versión: Inglés



Versión: Español



PRODUCTO MERCADEO
VASOS

Versión: Inglés

Versión: Español



MEDIO ALTERNO
ALCANCÍA



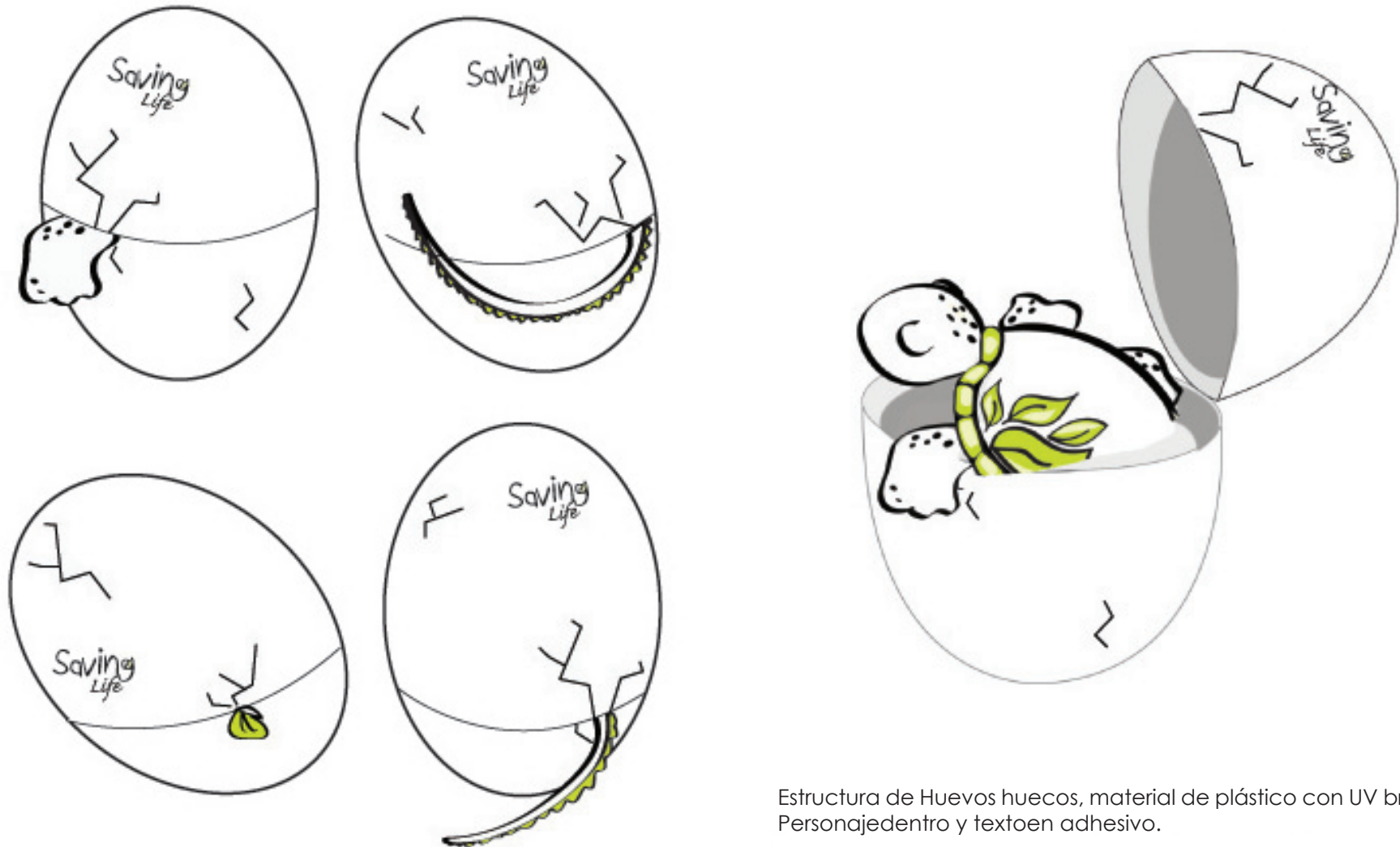
Versión: Español



Alcancías de plástico y adhesivo transparente.
Personaje de plástico adentro del recipiente.
Paredes de agua



MEDIO ALTERNO
HUEVOS DE PLAYA



versión inglés

Estructura de Huevos huecos, material de plástico con UV brillantes.
Personaje dentro y texto en adhesivo.





Opción de incorporación de frases e imágenes reales de la vida natural.



IMPLEMENTACIÓN

Los productos propuestos estarán encargados por la institución de CECON. Estos son para la venta lo cual tendrán que colocars dentro del área de la ianstitución en Monterrico o ya sea en lugares de venta fuera de esta. Entre estos productos(cada uno con ilustración distintiva) se encuentran:

- Playeras
- Camisetas
- Gorras
- Bolsas de manta
- Vasos

En cuanto a los medios alternos, estos son 2 diferentes medios. Huevos y alcancías.

Los huevos: son 4 huevos grandes que estaran colocados en la playa y otro lugar estratégico del área, con el fin de dar mensaje a las personas y crear un impacto.

Las Alcancías estarán colocadas en lugares estratégicos como lo son restaurantes, tiendas de conveniencia y dentro de la institución. Cada establecimiento se encargará del conteo y de la transacción con la institución, esta a su vez le deberá dar recibo de la cantidad recibida por dicha alcancía. (Esta estrategia última es por temas legales.)

Las vallas estarán ubicadas a lo largo de la carretera hacia Monterrico, son vallas ubicadas estrategicamente, de forma consecutiva para que el mensaje llegue claramente. Estas se irán rotando con distinto mensaje. El mensaje de esta no es solamente el de colaborar al movimiento, sino invitar a llegar a participar al centro educativo y por consiguiente a la playa de Monterrico.

PIEZA	PROPÓSITO	DURACIÓN	LUGAR
Rediseño de logotipo	Crear una imagen más moderna a la institución que atraiga la atención y represente la misma	Ilimitado	Institución
Bolsas de manta, Gorras, playeras y vasos con diseños ecológicos	Que llame la atención del grupo objetivo, propósito es que compren y apoyen a la causa. Medio de recordatorio.	Su lanzamiento debe ser en verano de marzo/abril a mayo y debe tener un seguimiento. Su venta sigue durante todo el año.	Colocar en lugares estratégicos que llamen la atención como sería caso a orilla de la playa, en el pueblo de Monterrico, paso transitado y en la entrada de CECON como souvenirs.
Medio alternativo Huevos / Alcancía.	Llamar la atención de la sperosna s, concientizar y dar un mensaje directo con valor.	2 Meses, mes de lanzamiento (Semana Santa)	Puntos estratégicos del área. De Monterrico
Publicidad Valla	Invitar a visitar la institución de CECON y sus actividades. Enseñar el valor de animales silvestres/ conciencia	Mes de lanzamiento marzo/abril-Semana Santa	Carretera y Monterrico.

13. IMPLEMENTACIÓN



PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DE DISEÑO

Estimado Sr. Roberto Gonzales
CECON - Monterrico

A continuación, se le describe el presupuesto de la propuesta de piezas y material gráfico.

Materiales:

- **Rediseño de logotipo**
- **3 Vallas** (4 diseños distintos, total = 12 artes de vallas)
- **Productos de mercadeo:** (4 versiones/ilustración)
 - Playeras y Camisetas
 - Gorras
 - Bolsas (2 ppciones de diseño /1 posee 4 versiones de ilustración)
 - Vasos
- **Medios alternos:**
 - Huevos de playa (total de 4 animales - 2 juegos)
 - Alcancía (total de 20 alcancias)

Se entregará copia digital de todos los materiales.
El costo total de diseño de la campaña es: Q. 13, 510.
Para poder iniciar la propuesta se requiere del 50% de anticipo y el 50% contra entrega de la elaboración final de materiales y piezas gráficas. .

PRESUPUESTO DE IMPRESIÓN

A continuación, se presenta una tabla del presupuesto de impresión obtenido en cuanto a elaboración de productos con Serigrafía: STOCK TEXTIL. (Cotización en anexos), Elaboración de serigrafía en vasos con el sr. Estuardo Milian.

PIEZA	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	EMPRESA
Productos de serigrafía (PLAYERAS)	300	Q. 20	Q6000	STOCK TEXTIL
Productos de serigrafía (CAMISETAS)	300	Q. 18	Q5400	STOCK TEXTIL
Productos de serigrafía (Gorras)	300	Q. 20	Q6000	STOCK TEXTIL
Productos de serigrafía (Bolsas)	300	Q. 22	Q6600	STOCK TEXTIL
VASOS (1 color)	150	Q. 9.-		
VALLA	12			
MA-ALCANCIA*	20		Q. 5000 + #	
MA- HUEVOS	8	150	Q. 1200	

* los Q5000 son el precio del aparato para crear la base ya que esta es elaborada a través de metodo. Aparte es la cantidad de dichas piezas.



CONCLUSIONES

Para los habitantes de Monterrico es importante el turismo y lo toman como algo primordial ya que de esta manera ellos generan dinero para su familia y obtienen de cierta forma empleo.

Se observa que las personas conocen cuál es el significado de la extinción de animales y cuáles son los animales que más peligran del área. Conocen el significado de la preservación de especies pero necesitan motivaciones e información para participar en proyectos de ayuda para Monterrico.

Con dicha encuesta realizada a los habitantes, se puede observar también que las leyes sobre la prohibición de caza o algún daño ocasionado a los animales, no ha sido muy expuesta, ya que no se conocen estas leyes que existen.

Por razón principal le da importancia al turismo, sin embargo esto sí posee un interés de cambio, de trabajo unificado entre la preservación de animales y el turismo como medio económico.

A través del trabajo previamente presentado se puede llegar a las siguientes conclusiones:

El fin de esta campaña es concientizar a las personas a través de mensajes directos y atraerlos a participar en esta acción, darles un valor racional y emocional que los lleve a ser participe del valor de la vida silvestre en Monterrico. Por consiguiente se debía realizar una imagen de la institución más moderna, lo cual tuvo el rediseño del logotipo.

Las piezas propuestas entre las que están las playeras, las camisetas, las gorras, los vasos, los medios alternos han sido creados con este fin y han tenido un mensaje claro, sencillo a través de elementos visuales, con frases y palabras que llegan al grupo objetivo deseado.

En ello se toma en cuenta todo elemento y color que represente a la vida silvestre y que fuera una imagen directa moderna y sencilla con el grupo objetivo.

Las Vallas localizadas en un punto previo a Monterrico invitan a llegar a este lugar y a tomar en cuenta dicha acción. Localizadas estratégicamente en carretera a Monterrico, para ser captadas por los turistas que van a descansar a las playas de Guatemala. Por otro lado, los medios alternos crean un impacto y buscando a su vez un ingreso y un apoyo económico racional, llevando así un mensaje a través de cada uno de estos medios.

Los productos son medios que representan dichos mensajes a través de su diseño y variación de los mismos.

CONCLUSIONES



RECOMENDACIONES

En cada una de las piezas y en los elementos utilizados en ellas, se toma siempre en cuenta el concepto, “Valor de Reconstruir la Vida Silvestre”, este concepto es importante no obviarlo ya que determina el resultado de diseño.

Se recomienda a la hora de implementar las piezas gráficas, no cambiarles de color, ya que este a sido el punto principal que representa a la naturaleza.

En cuanto al logotipo de la institución , este puede ser y se recomienda cambiar de color, siempre y cuando guarde los tonos que se han trabajado en las piezas, Azul, Verde Negro o en caso alguno blanco.

Al mismo tiempo, se recomienda lanzar la campaña en época turística caso Marzo/ abril , donde hay tráfico de turistas en el área de Monterrico. Y en otras fechas visitadas.

En cuanto al medio alterno de las alcancias, estas deben seguir lo hablado con el encargado de la institución, de poder hacer partícipe a restaurantes y lugares de venta y darles a ellos la responsabilidad para juntar el dinero y caso ellos entregarlos a CECON, que por leyes deben poder mostrar recibo de las donaciones recibidas. Este sería caso que CECON entregue el recibo del dinero que se junta a cada establecimiento encargado.

Las piezas tienen dos versiones en Inglés y español, todos los productos a utilizar deberían seguir en sus dos versiones de idioma para poder abarcar un mercado mayor y poder tener una mejor relación con el usuario.



Animal: m. Ser orgánico, que vive siente y se mueve por impulso.

Cecon: Centro de Estudios Conservacionistas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

CONAP: Comité nacional de Áreas Protegidas.

Ecoturismo: Es la ciencia que estudia las relaciones entre el ser humano y su medio ambiente.

Especie: Son animales o plantas que en su naturaleza se reproducen y producen descendientes que se reproducen eventualmente. Estas se pueden dividir en subespecies, cuando tienen algún cambio de color ya forma parte de esta, estas no viven siempre en el mismo lugar, como lo son las aves.

Especies amenazadas: son aquellas que tiene la posibilidad dentro de poco tiempo a ser víctimas y de estar en peligro de desaparecer.

Especie en peligro: es un ser en peligro de desaparecer de la faz de la Tierra, si no mejora su situación de amenaza. Al no ver en el transcurso de 50 años, una especie en su ambiente natural, se considera que la especie esta extinta. Se reconoce extinción, cuando muere cada uno de los seres dentro de la misma especie.

Especies raras. Estas especies existen peor tienen muy poco número de población, pequeñas poblaciones que pueden ser parte también, de estar en peligro.

Flora: Conjunto de plantas del planeta o de una región determinada.

Fauna: Conjunto de especies animal que habita en un lugar determinado.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Mapa de Departamento de Santa Rosa, Guatemala, Disponible en: <http://espanol.mapsofworld.com>, Consulta 2009

Mapa de la República de Guatemala Disponible en: <http://hispanoteca.eu/Landeskunde-LA/Mapas/Guatemala.htm>, 2009

Material Impreso, Documentos

CECON Área de Usos Múltiples, Monterrico, Perfil del visitante, 2009

CECON, Plan Estratégico Institucional 2009-2022, Versión Ejecutiva, 2008

CECON_USAC. Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico, 2009

CONAP, Centro de Estudios Conservacionistas y Reserva, Sede Guatemala, Avenida Reforma 0-63 zona 10 Ciudad de Guatemala, Guatemala. Cecon@usac.edu.gt, 2008

CORONADO, Eddy, Actualidad, Ambientalistas. Objetan exploración minera en playas. Prensa La Hora, Guatemala 27 de octubre 2010

MARCANO, Jose. Educación Ambiental, especies en peligro. Disponible en: www.jmarcano.com, 2009

PRENSA LIBRE, Actualidad: Nacional, Pág.12, Guatemala, lunes 7 de abril 2008

TERCERO, Beatriz, Cecon se impone rescate de tortugas, Prensa Libre, Guatemala 8 de Septiembre de 2013

Libros

Diccionario Pequeño Larousse. Edición 1976

DÁVILA, Cecilia. Libro de Tesis, Propuesta Metodológica para la Documentación de avistamientos de Megafauna Pelágica en el Pacífico de Guatemala, escuela de Biología, 2008. P.109

FACULTAD DE CC.QQ Y FARMACIA, Universidad de San Carlos, Plan Estratégico Institucional, 2009-2022, versión ejecutiva, Cecon USAC, 2008. p.42

Documentos electrónicos

Áreas protegidas. Disponible en: <http://sitios.usac.edu.gt/areasprotegidas>, 2008

Biodiversidad de la Vida, Vida Silvestre. Disponible en línea en: www.jmarcano.com, 2012

Educación Ambiental, Especies en Peligro, Grupo Gestor de Monterrico, www.islademonterrico.com, <http://islademonterrico.com/programa>. 2009

Turismo. Disponible en línea: <http://www.inforpressca.com/taxisco/turismo.php>, 2007

Guatemala. Disponible en: www.wikipedia.com Palabra clave: Guatemala. Consulta: 15/02/09

BIBLIOGRAFÍA





Foto: Pedro Mendizabal-
Noche para liberar tortugas
-30 de octubre 2010-
Monterrico, Hawai-





ANEXOS



Instrumento Para Diseñador

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
TRABAJO DE TESIS – PTI
INSTRUMENTO PARA DISEÑADOR

DATOS

Nombre:

Profesión:

Puesto de trabajo:

Empresa:

A continuación se presenta una serie de preguntas que servirá para realizar la validación de un proyecto de tesis de la universidad del Istmo, el cual tiene como título “El turismo como causa de la extinción de vida silvestre en Monterrico”. Las piezas que se presentan se trabajaron bajo un concepto que unifica el trabajo de diseño: El valor de reconstruir la vida silvestre. Estas piezas tienen como fin principal Concientizar y dándole así un Valor Racional y un Valor Emocional.

Instrucciones: A continuación se les presentará imágenes de productos y piezas graficas, las cuales servirán para que puedan contestar según su criterio las preguntas siguientes. Marcar una opción que crean sea la más cercana respecto a lo que verán con cada pregunta y siempre a su criterio / punto de vista.

Agradezco de antemano y se responda con total sinceridad. Sus opiniones son bienvenidas.

INSTRUMENTO:

1. Comparado con el anterior, que opina sobre el rediseño de logotipo?
 - Identifica y mejora la imagen de la institución
 - Representa parcialmente la labor de la institución
 - No representa nada relevante en relación con la institución
2. El logotipo es:
 - funcional en relación al tema y al grupo objetivo
 - Poco funcional
 - No es funcional
3. En cuanto a los productos de mercadeo, ¿Qué opina sobre los elementos gráficos y su manera de utilizarlos en cada producto?
 - Captan la atención y destacan lo relevante
 - Trasladan información pero pueden mejorar
 - No hacen diferencia
4. En cuanto a los productos de mercadeo, a su criterio, ¿Qué logran las frases y palabras utilizadas?
 - Dan mensaje directo sobre las especies en peligro de extinción
 - Invitan a la acción para la conservación de las especies
 - Hacen reflexionar sobre la situación de las especies
 - Nada, es irrelevante



5. En cuanto a los productos de mercadeo, a su criterio, servirán para:
 - Recordación del mensaje
 - Uso cotidiano
 - Motivar al grupo objetivo a ayudar
 - Nada, no ofrecen beneficio alguno

6. ¿Qué transmiten los personajes (ilustración de animales)?
 - Ternura
 - Compasión
 - Bondad
 - Muerte

7. Las imágenes incluidas:
 - Representan claramente el tema ____
 - No se entienden ____
 - Pueden mejorar ____

8. ¿Cuál es la función que cumplen las imágenes utilizadas?
 - Punto focal ____
 - Elemento de apoyo ____
 - No hace ninguna diferencia ____

9. A su criterio, la variación de grosor en las líneas utilizadas para definir las formas de las ilustraciones representa:
 - Fuerza
 - Seguridad
 - Algo orgánico
 - Nada de lo anterior

10. Que le transmiten los colores utilizados?
 - Naturaleza
 - Seguridad
 - Vida
 - Nada

11. Según su criterio, la aplicación de elementos con color:
 - Genera contraste visual
 - Destaca lo relevante y dar atractivo a las piezas
 - Genera armonía visual
 - No produce cambios

12. La tipografía utilizada es:
 - legible
 - poco legible
 - imposible de leer

13. La tipografía utilizada expresa (solo 4 rangos)
 - Modernidad
 - Dinamismo
 - Fuerza
 - Inseguridad

14. ¿Qué función cumple la composición tipográfica?
 - Establecer jerarquía, llamar la atención ____
 - Facilitar recorrido visual ____
 - Facilitar la percepción del mensaje y lectura ____

15. ¿Qué expresan los ejes y retículas manejadas en la propuesta?
 - Dinamismo ____
 - Tensión ____
 - Equilibrio ____
 - Orden ____

16. Las jerarquías visuales trabajadas:
 - Se perciben claramente ____
 - Hace falta acentuarlas ____
 - No se perciben ____



17. Las ilustraciones realizadas para trasladar el mensaje

- Tienen relación con el concepto y llaman la atención
- Tienen demasiados detalles y distraen
- Le falta agregarle más detalles

18. La combinación de los recursos visuales es:

- Es funcional y facilita la percepción del mensaje
- Es poco funcional y dificulta la percepción del mensaje
- Puede mejorar

• 19. La relación entre el mensaje y la imagen transmitida es:

- Clara
- Confusa
- No se entiende

20. ¿Cómo percibe la solución propuesta en relación al concepto?

- Coherente
- Incoherente
- Funcional
- Interesante

COMENTARIOS: _____



Instrumento Para Grupo Objetivo

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
TRABAJO DE TESIS – PTI
INSTRUMENTO PARA GRUPO OBJETIVO

DATOS

Nombre:

Nacionalidad (y lugar):

Edad:

A continuación se presenta una serie de preguntas que servirá para realizar la validación de un proyecto de tesis de la universidad del Istmo, el cual tiene como título "El turismo como causa de la extinción de vida silvestre en Monterrico".

Instrucciones: A continuación se les presentará imágenes de productos y piezas graficas, las cuales servirán para que puedan contestar según su criterio las preguntas siguientes. Marcar una opción que crean sea la más cercana respecto a lo que verán con cada pregunta y siempre a su criterio / punto de vista.

Agradezco de antemano y se responda con total sinceridad. Sus opiniones son bienvenidas.

INSTRUMENTO:

1. ¿Cuál es su opinión sobre la imagen de la campaña?
 - Agradable
 - Comprensible
 - Aburrida
 - Interesante
2. ¿Le interesaría obtener este tipo de productos?
 - Si, me interesa la vida silvestre
 - Talvez consideraría adquirirlos
 - Para nada
3. ¿Que le transmiten los colores utilizados?
 - Naturaleza
 - Seguridad
 - Vida
 - Nada
4. Los colores utilizados
 - Atraen su atención
 - Le chocan a la vista
 - Lo distraen
5. ¿Que le transmite las ilustraciones?
 - Ternura
 - Compasión
 - Bondad
 - Nada
6. ¿Que representan las ilustraciones utilizadas?
 - A las especies en peligro de extinción
 - Algunos animales de la costa
 - Nada relacionado con conservación



7. ¿Que le transmite el tipo de letra que se utiliza?

- Modernidad
- Dinamismo
- Fuerza
- Inseguridad

8. El tipo de letra utilizado en todas las piezas:

- Se entiende muy bien, es legible
- Es poco legible
- No se entiende en absoluto

9. El mensaje que se trasmite en las piezas:

- Es claro y directo, lo entiendo perfectamente
- Es confuso, aunque lleva a pensar
- No lo entiendo o no me dice nada

10. Considera que le la información y las ilustraciones dentro de las piezas de diseño esta colocada de manera:

- Ordenada, facilita la lectura
- Confusa, hay muchos elementos
- Desordenada, dificulta la lectura

11. Considera que el tamaño del material es:

- Fácil de ver y/o manejar
- Es muy pequeño
- Es muy grande

12. El material logra

- Llamar mi atención
- Invitarme a la acción
- Hacerme reflexionar
- Informarme sobre la conservación

13. Después de ver el material, que opinión tiene sobre la conservación?

- Positivo, debemos involucrarnos
- Negativo, no me identifico con la conservación
- Le es indiferente

COMENTARIOS: _____



Instrumento Para Expertos

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
TRABAJO DE TESIS – PTI
INSTRUMENTO PARA EXPERTOS

DATOS

Nombre:

Profesión:

Institución:

Edad:

A continuación se presenta una serie de preguntas que servirá para realizar la validación de un proyecto de tesis de la universidad del Istmo, el cual tiene como título “El turismo como causa de la extinción de vida silvestre en Monterrico”.

Instrucciones: A continuación se les presentará imágenes de productos y piezas graficas, las cuales servirán para que puedan contestar según su criterio las preguntas siguientes. Marcar una opción que crean sea la más cercana respecto a lo que verán con cada pregunta y siempre a su criterio / punto de vista.

Agradezco de antemano y se responda con total sinceridad. Sus opiniones son bienvenidas.

INSTRUMENTO:

1. ¿Cuál es su opinión sobre la imagen de la campaña?
 - Agradable
 - Comprensible
 - Aburrida
 - Interesante
2. En relación al grupo objetivo, considera que la redacción de los mensajes transmitidos
 - Facilita la comprensión sobre la conservación de las especies
 - Dificulta la comprensión sobre la conservación de las especies
 - No hace diferencia
3. El lenguaje y tono utilizado para comunicar el mensaje en la campaña es
 - Formal
 - Amigable
 - Elevado
4. ¿Cuál es su opinión sobre la cantidad de información que se transmite?
 - Suficiente
 - Escasa
 - Más de la necesaria
5. ¿Qué le transmite la gama de colores utilizada?
 - Naturaleza
 - Seguridad
 - Vida
 - Nada



6. ¿Según su experiencia cual cree que será la respuesta del grupo objetivo?

- Llamará su atención
- Pasará desapercibido
- Será rechazado

7. Las ilustraciones incluidas en las piezas

- Representan claramente el tema
- No se entienden
- No se relacionan
- Tienen alguna relación con el tema pero pueden mejorar

8. Los tipos de letra utilizados en las frases ayuda a

- Llamar la atención del grupo objetivo
- Separar la información
- Distraer

9. ¿Qué le transmite el tipo de letra utilizado

- Modernidad
- Dinamismo
- Fuerza
- Inseguridad

10. ¿Cuál es su opinión sobre la estructura y disposición elementos (textos, imágenes, formas)?

- Está ordenado y le da seguimiento a la vista
- Está desordenado y dificulta la comprensión
- Es irrelevante, no ofrece ningún beneficio

11. El tamaño de las piezas de la campaña es:

- Fácil de visualizar y/o manipular
- Difícil de visualizar y/o manipular
- Imposible de visualizar y/o manipular

12. El material cumple con la función de:

- Concientizar
- Informar
- Educar

13. La relación entre el mensaje y la imagen transmitida es:

- Clara
- Confusa
- No se entiende

14. El tipo de letra utilizado es:

- Legible
- Poco legible
- Imposible de leer





Guatemala, Abril 2008

CECON-USAC
Guatemala
Presente

Por este medio le saludo y deseo comunicarle que yo Nathalie Michéle Voirol, estudiante de Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad de la Universidad del Istmo con carné 165405, me encuentro en el 4to año (7mo semestre) de dicha carrera. Actualmente estoy trabajando en la investigación para mi proyecto de tesis, para la cual debo presentar una propuesta gráfica en el 10mo semestre. El tema de la investigación es " La extinción de animales silvestres afecta turismo en Guatemala".

Por lo tanto, pido su colaboración para trabajar con CECON y que me brinden su apoyo, revisando y aprobando dicha investigación para así poder desarrollar gráficamente mi propuesta al finalizar mi carrera.

Agradeciendo de antemano su apoyo y respuesta me despido deseándole éxitos en sus labores diarias.

Atentamente

Jenny Z...
05/05/2008.



Nathalie Michéle Voirol
Universidad del Istmo
Carné 165405