

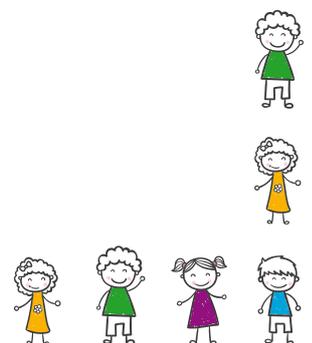


UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

PROYECTO DE COMUNICACIÓN PARA APOYAR A LA NIÑEZ EN
RIESGO, AL INFORMAR SOBRE LOS BENEFICIOS DE “CASA
BERNABÉ”, UNA OPORTUNIDAD PARA LOS NIÑOS ABANDONADOS

ROXANA ILUSIÓN AGUIRRE SOBENES

Guatemala, 18 de febrero de 2017





UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

PROYECTO DE COMUNICACIÓN PARA APOYAR A LA NIÑEZ EN
RIESGO, AL INFORMAR SOBRE LOS BENEFICIOS DE “CASA
BERNABÉ”, UNA OPORTUNIDAD PARA LOS NIÑOS ABANDONADOS

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado al Consejo de
Facultad de Arquitectura y Diseño

por

ROXANA ILUSIÓN AGUIRRE SOBENES

Al conferírsele el título de

**LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO EN COMUNICACIÓN Y
PUBLICIDAD**

Guatemala, 18 de febrero de 2017



Guatemala, 28 de noviembre de 2016

Señores
Consejo de Facultad de
Arquitectura y Diseño
Universidad del Istmo
Presente

Estimados Señores:

Hago de su conocimiento que he asesorado a la estudiante ROXANA ILUSIÓN AGUIRRE SOBENES, de la Licenciatura en Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad, de esta Facultad, quien se identifica con el carné 2012-1022 y que presenta el Proyecto de Graduación titulado "PROYECTO DE COMUNICACIÓN PARA APOYAR A LA NIÑEZ EN RIESGO, AL INFORMAR SOBRE LOS BENEFICIOS DE "CASA BERNABÉ", UNA OPORTUNIDAD PARA LOS NIÑOS ABANDONADOS" .

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

Sin otro particular, me suscribo de ustedes,

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized letter 'A' with a horizontal line through it, and a long, sweeping stroke extending downwards and to the left.

Lic. Antonio Gaitán
Asesor de Proyecto de Graduación



UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

Guatemala, 28 de noviembre de 2016

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

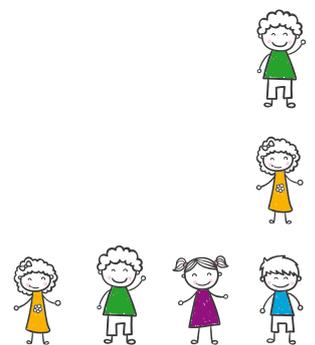
Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **ROXANA ILUSIÓN AGUIRRE SOBENES**, la impresión de su proyecto de graduación titulado:

“PROYECTO DE COMUNICACIÓN PARA APOYAR A LA NIÑEZ EN RIESGO, AL INFORMAR SOBRE LOS BENEFICIOS DE “CASA BERNABÉ”, UNA OPORTUNIDAD PARA LOS NIÑOS ABANDONADOS”

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

Arq. Eduardo Escobar
Vicedecano Facultad de Arquitectura y Diseño

Agradezco a mi Mamá por guiarme
y apoyarme a lo largo de mi vida y enseñarme que
puedo lograr todo lo que me proponga



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1. MARCO DE REFERENCIA.....	6
1.1 NIVEL GEOGRÁFICO	6
1.1.1 Hidrografía	6
1.1.2 Topografía	6
1.1.3 Clima	6
1.1.4 Antropología.....	6
1.1.5 Cultura.....	6
1.1.6 Idiomas.....	7
1.2 DEPARTAMENTO DE GUATEMALA	7
1.2.1 Nivel Geográfico.....	7
1.2.2 Hidrografía	7
1.1.2 Topografía	7
1.1.3 Antropología.....	7
1.1.4 Cultura.....	7
1.1.5 Idiomas.....	7
1.3 MUNICIPIO DE GUATEMALA	8
1.3.1 Nivel Geográfico.....	8
1.3.2 Hidrografía	8
1.3.3 Antropología.....	8
1.3.4.1 Cultura.....	8
1.3.4.2 Idiomas.....	8
2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 TEMA DE ESTUDIO	9
2.1.1 Derechos de los Niños	9
2.1.2. Definición de niño.....	9
2.1.2.2 ¿Qué son los derechos de los niños?.....	9
2.1.3 Necesidades de los niños	9
2.1.3.1 Necesidades Fisiológicas.....	9
2.1.3.1 Necesidades afectivas	10
2.1.4 Niñez en riesgo	10



2.1.4.1 Definición de niñez en riesgo.....	10
2.1.5 Aspectos sociales de los niños y niñas en situación de riesgo.....	10
2.1.5.1 Pobreza.....	10
2.1.5.2 Salud.....	10
2.1.5.3 Trabajo Infantil.....	11
2.1.5.4 Explotación de los niños.....	11
2.1.5.5 Violencia Infantil.....	11
2.1.5.6 Matrimonio Infantil.....	11
2.1.5.7 Explotación Sexual Infantil.....	11
2.1.5.8 Abuso Sexual.....	11
2.1.5.9 Violencia Sexual.....	12
2.1.5.10 Explotación Sexual con fines de Comercio.....	12
2.1.5.11 Trata Infantil.....	12
2.1.5.12 Abandono.....	12
2.1.6 Causas de la niñez en riesgo.....	13
2.1.7 Consecuencias para los niños en riesgo.....	13
2.1.8 Institución encargada de niños y adolescentes en Guatemala.....	13
2.1.8.1 Procuraduría de la Niñez y la Adolescencia.....	13
2.1.8.2 Juzgados de la niñez y la adolescencia.....	13
2.2 PROYECTOS DE DISEÑO RELACIONADOS A LA NIÑEZ EN RIESGO.....	14
2.2.1 Campaña contra la violencia infantil en España por la fundación ANAR.....	14
2.2.2 Campaña contra el abandono de niños "La Suma de Todos", por la comunidad de Madrid, España.....	15
2.2.3 Campaña publicitaria "Pepe" por Aldeas Infantiles SOS, Perú.....	16
2.2.4 Alianza Cristiana para los Huérfanos. Campaña Domingo para el Huérfano, Guatemala.....	17
3. MARCO METODOLÓGICO.....	19
3.1 MÉTODO DEDUCTIVO.....	19
3.2 UNIVERSO.....	19
3.2.1 Universo 1.....	19
3.2.2 Universo 2.....	19
3.2.3 Universo 3.....	19



3.2.4 Universo 4	19
3.2.5 Universo 5	20
3.3 MUESTRA	20
3.3.1 Muestra 1	20
3.3.2 Muestra 2	20
3.3.3 Muestra 3	20
3.3.4 Muestra 4	20
3.3.5 Muestra 5	20
3.4 INSTRUMENTOS	21
3.4.1 Instrumento 1	21
3.4.2 Instrumento 2	21
3.4.3 Instrumento 3	21
3.4.4 Instrumento 4	21
3.4.5 Instrumento 5	21
3.5 PROCEDIMIENTOS	22
3.5.1 Procedimiento 1	22
3.5.2 Procedimiento 2	22
3.5.3 Procedimiento 3	22
3.5.4 Procedimiento 4	22
3.5.5 procedimiento 5	22
4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	23
4.1 TABULACIÓN DE INSTRUMENTOS	23
4.1.1 Instrumento 1	23
4.1.2 Instrumento 2	25
4.1.3 Instrumento 3	29
4.1.4 Instrumento 4	34
4.1.5 Instrumento 5	35
5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	39
5.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE DISEÑO	39
5.2 OBJETIVO DE DISEÑO	39
5.3 DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO	39
5.3.1 Descripción Geográfica.....	39
5.3.2 Descripción Demográfica.....	39



5.3.3 Descripción Antropológica y Psicográfica	40
5.3.3.1 Cultura Visual.....	40
5.3.2 Idiomas	40
5.4 CLIENTE	40
5.4.1 Descripción del Cliente	40
5.4.1.1 Misión	41
5.4.1.2 Visión	41
5.4.1.3 Objetivos	41
5.4.1.4 Datos Importantes.....	41
5.4.2 Identidad Gráfica.....	42
5.4.2.1 Logotipo FUNPRONI y Casa Bernabe.....	42
5.4.2.2 Trifoliar	43
5.4.3 Posicionamiento.....	43
5.4.4 Recursos Financieros	43
5.4.5 Área de cobertura	44
5.5 PROPUESTA DE DISEÑO	45
5.5.1 Conceptualización	45
5.5.1.1 Lluvia de Ideas.....	45
5.5.1.2 Opuestos.....	45
5.5.1.3 Relaciones Forzadas	46
5.5.1.4 Concepto Final.....	46
5.5.1.4.1 Campaña de Concientización.....	46
5.5.1.4.1 Campaña Informativa.....	46
5.5.2. Descripción de la propuesta Gráfica.....	46
5.5.2.1 Tipo de Material Gráfico.....	46
5.5.2.2 Descripción e implementación de piezas.....	47
5.5.3 Descripción del Mensaje	48
5.5.3.1 Contenido del Texto	48
5.5.3.2 Contenido gráfico.....	49
5.5.3.3 Tono de Comunicación.....	50
6.DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	51
6.1 PROCESO DE BOCETAJE	51



6.1.1 Línea Gráfica.....	51
6.1.2 Validación	74
6.1.2.1 Análisis e interpretación de resultados.....	74
6.1.2.2 Cambios realizados	75
6.2 PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN	124
6.2.1 Estrategia de Implementación de Medios.....	124
CONCLUSIONES	128
RECOMENDACIONES	129
BIBLIOGRAFÍA.....	130
ANEXOS	134



ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURA	Página
1. Campaña contra la violencia infantil	23
2. Campaña contra el abandono de niños “La Suma de Todos”	24
3. Campaña contra el abandono de niños “La Suma de Todos”	25
4. Campaña publicitaria “Pepe	26
5. Campaña Domingo para el Huérfano	27
6. Campaña Domingo para el Huérfano	27

GRÁFICAS

1. ¿Sabía usted que en Guatemala cada año hay un aumento del 20% de niños en situación de riesgo?	43
2. ¿Cree que los orfanatos y casas hogares tienen capacidad de atender esta situación?	44
3. ¿Cree usted que el problema de niñez en riesgo afecta socialmente a la población Guatemalteca?	44
4. ¿Qué formas de ayudar conoce usted que pueda aportar a las casas hogares u orfanatos?	45
5. Ha recibido algún tipo de información sobre la niñez en riesgo con anterioridad	45
6. ¿Le gustaría recibir más información acerca de la niñez en riesgo y como ayudar?	46

TABLAS

1. Descripción e implementación de piezas, campaña informativa	56
2. Descripción e implementación de piezas, campaña de concientización	57
3. Campaña informativa, concepto gráfico	58
4. Campaña concientización, concepto gráfico	59
5. Matriz de contenidos de la campaña	100
6. Implementación de las campañas	133
7. Matriz de implementación semana 1	133
6. Presupuesto de diseño	135



INTRODUCCIÓN

El término de niño se utiliza para designar a toda persona desde su nacimiento hasta que alcanza los dieciocho años de edad o haya alcanzado su mayoría de edad, esto según la convención de los Derechos del Niño en 1989.

Los niños se caracterizan por su vulnerabilidad y juventud, estos no cuenta con las herramientas para sostenerse y cuidarse por sí mismos, por lo que necesitan de una atención especial.

La niñez en riesgo se refiere a aquella situación en la que se encuentran los niños y niñas que viven en condiciones de vida que perjudican o pueden llegar a perjudicar a largo, mediano o corto plazo su desarrollo, psicológico como fisiológico, como seres humanos vulnerables. Las condiciones económicas, problemas familiares y falta de acceso a la educación son solo algunas de las causas que pueden generar un riesgo en el entorno de los niños y niñas. Cuando el desarrollo de un niño o niña se ve amenazado ya sea en su entorno familiar y/o social, se habla de un niño o niña en situación de riesgo.¹

Los indicadores de riesgo, indican en qué tipo y en qué grado se encuentra en riesgo un niño o niña. Los indicadores de riesgo se pueden clasificar según si pertenecen al entorno familiar y/o social, si se hallan propios en el niño o niña o si pertenecen al entorno físico-ambiental. Así también se categorizan los indicadores de riesgo según sean determinantes o circunstanciales. Los factores determinantes hacen referencia a aquellos que ya determinan una situación de riesgo mientras que los factores circunstanciales son aquellos que indican una posible situación de riesgo si se dan en determinadas circunstancias.²

Los primeros años de vida de los niños y niñas son vitales para su supervivencia y desarrollo potencial en su vida futura. Es necesario que cuenten en sus primeros años de vida con todo lo necesario para cubrir sus necesidades básicas.

Los primeros años de vida de los niños y niñas son de suma importancia tanto para su bienestar inmediato como para su futuro. Si los primeros años de vida del niño o niña cuentan con todo lo necesario para satisfacer sus necesidades este crecerá sano y desarrollará capacidades verbales y de aprendizaje, irá a la escuela y su vida será productiva y gratificante. Alrededor del mundo se le niega a millones de niños y niñas el derecho a alcanzar todas sus posibilidades.³

Cada año, decenas de millones de recién nacidos alrededor del mundo comienzan sus vidas indefensos y listos para transformarse en niños activos de preparados para ir a la escuela. Y cada año, muchos carecen de amor, atención, crianza, salud y protección que necesitan para sobrevivir y desarrollarse. Casi la mitad de la población mundial, aproximadamente 3,000 millones de personas, son menores de edad y un total de 1,300 millones se encuentran en los países en desarrollo.⁴

Cada años mueren aproximadamente 10 millones de niños y niñas a nivel mundial menores de cinco años edad y más de 200 millones de niños y niñas a nivel mundial

¹ Definicion.De . Definición de Riesgo Social. Disponible en <http://definicion.de/riesgo-social/>. [Consulta: 3/03/2016]

² CUSÓ Montse. Infancia en riesgo e infancia maltratada. [Consulta: 3/03/2016]

³ UNICEF Primera infancia. Disponible en http://www.unicef.org/spanish/earlychildhood/index_40748.html [Consulta: 3/03/2016]

⁴ UNICEF Adolescencia y juventud. Disponible en http://www.unicef.org/spanish/adolescence/index_bigpicture.html [Consulta: 3/03/2016]



menores de cinco años no reciben la atención y apoyo necesario para crecer saludables físicamente, mentalmente y emocionalmente. Esto se debe a su salud deficiente y estado de desnutrición, así como la falta de escolaridad que no les permite desarrollar plenamente su potencial. Las consecuencias de esto no se limitan a las vidas individuales de los niños y niñas, sino también afectan a las familias, comunidades y naciones.⁵

Todos los niños y niñas tienen derecho a recibir protección contra la violencia, la explotación y el abuso sin importar si este se da en el seno de su hogar. Sin embargo, alrededor del mundo, existen millones de niños de todos los niveles socioeconómicos, edades, religiones y culturas que sufren actos de violencia, explotación y abuso todos los días.

La violencia, la explotación y el abuso se producen en los hogares, las familias, las escuelas, los sistemas de atención y justicia, así como en los lugares de trabajo y las comunidades. Entre los abusos que pueden llegar a sufrir los niños y niñas se encuentra: abuso y explotación sexual, violencia física, la trata, el trabajo infantil, violencia de género, acoso, matrimonio infantil, así como la violencia emocional.

Todos estos abusos pueden llegar a afectar la salud física y mental de niño o niña a corto y largo plazo, influyendo en su capacidad para aprender y socializar, así como a desarrollarse como adultos.

Por lo general, estos abusos provienen de personas que el niño conoce, incluyendo a los padres y madres, familiares, cuidadores, maestros, empleados, entre otros. Solo un porcentaje muy pequeño de estos actos de violencia, explotación y abuso son denunciados e investigados, y un número muy pequeño de quienes cometen estos actos rinden cuentas de ellos.⁶

La primera línea de protección de un niño o niña son sus progenitores y está en muchas ocasiones se pierde debido a diversas razones que ponen en riesgo el desarrollo del niño o niña. Entre las razones de separación que más destacan se encuentran: la trata de personas, la vida en las calles y el secuestro. Aunque en muchas ocasiones los niños y niñas viven en instituciones de atención alternativa debido a problemas de salud, razones educativas, violencia familiar, pobreza, muerte o abandono de los progenitores.

En el mundo se cree que aproximadamente 275 millones de niñas y niños son víctimas cada año de violencia dentro de sus hogares, espacio que debiera ser de protección, de afecto y de resguardo de sus derechos y unos 40 millones de menores de 15 años sufren violencia, abusos y abandono, actos que se reportan en distintos ámbitos: la familia, la escuela, la comunidad, las calles y situaciones de trabajo.⁷

En Europa Central y del Este, en el año 2008, 1.3 millones de niños vivían en instituciones públicas, y un poco menos de la mitad en instalaciones de cuidados residenciales de gran escala o internados. En el Oriente Medio y África, se cree que aproximadamente más de 300,000 niños viven en residencias o instituciones de cuidado.

⁵ UNICEF (2015) Primera infancia. Disponible en http://www.unicef.org/spanish/earlychildhood/index_bigpicture.html [Consulta: 3/03/2016]

⁶ UNICEF (2010) Protección infantil contra la violencia la explotación y el abuso. Disponible en http://www.unicef.org/spanish/protection/57929_57972.html [Consulta: 3/03/2016]

⁷ UNICEF (2009) Maltrato infantil: una dolorosa realidad puertas adentro. Disponible en [http://www.unicef.org/lac/Boletin-Desafios9-CEPAL-UNICEF\(1\).pdf](http://www.unicef.org/lac/Boletin-Desafios9-CEPAL-UNICEF(1).pdf) [Consulta: 3/03/2016]



En América del Sur en la mayoría de países el 50% de los menores reciben algún tipo de violencia, en su mayoría por parte de su familia. La violencia física es considerada menos grave y es la más frecuente ya que se manifiesta como una medida de corrección.⁸

En América Latina y el Caribe se cree que existen más de 240,000 niños y niñas en instituciones, su mayoría son menores de tres años, debido a diversas circunstancias que los ponen en riesgo en sus hogares o comunidades.⁹ Aproximadamente 40 millones de niños y niñas menores de 15 años sufren de violencia, abuso y negligencia en el seno de su familia, escuela, comunidad y en las calles. Además, de esto la región es la que presenta un mayor número de homicidios en niños y niñas en el mundo, poniendo seriamente en peligro su crecimiento, desarrollo y la realización de sus derechos.

En México y Centroamérica no existen cifras exactas de niños que sufren abusos. El castigo físico es considerado como un método de corrección al igual que en América del Sur y no son consideradas como acciones lesivas, por lo que la mayoría de niños sufren de este tipo de abuso. En cuanto al abuso sexual un estudio reveló que el 90% de los casos es ocasionado por el padre del niño o niña, padrastro, vecino, tío, primo y hermanos.¹⁰

En una lista de 18 países, Guatemala ocupa el lugar 17, al registrar 47.2 % de incidencia de la pobreza infantil extrema, que se traduce en 2 millones 978 mil niños afectados por dicha condición. La mortalidad infantil en menores de cinco años en Guatemala es de las más altas en Latinoamérica .

En Guatemala los niños que logran ingresar a la escuela, deben enfrentar los riesgos de la pobreza, el trabajo infantil, la explotación, el abuso y la discriminación. La inscripción de niñas y niños en las escuelas es muy bajo, de cada 10 niños que ingresan al sistema educativo, solo 3 completan el tercer grado y solamente 2 completan sexto primaria.¹¹

Guatemala es el país centroamericano en el que más niños y niñas trabajan. Las últimas estadísticas muestran que aproximadamente 507,000 niños y niñas guatemaltecos, entre siete y catorce años trabajan. De este grupo de niños y niñas solo un 12% trabaja y estudia mientras que un 8% solo trabaja y un 62% estudia y un 18% no realiza ninguna de estas actividades. Este último porcentaje es el grupo de niños y niñas que se considera en situación de riesgo ya que se desconoce qué está haciendo.

El número de embarazos en niñas en Guatemala va en aumento; para el primer semestre del año 2013 se registraron 2,906 embarazos en niñas de 10-14 años, lo cual muestra un aumento de 738 embarazos en comparación del año 2012, cifra que se triplica en comparación con el año 2011. Entre el año 2012 y 2013 ocurrieron más de 93 mil partos en niñas menores de edad. Esta situación evidencia la problemática en aumento y la urgencia de tomar acciones que protejan verdaderamente a la niñez y adolescencia del abuso sexual.

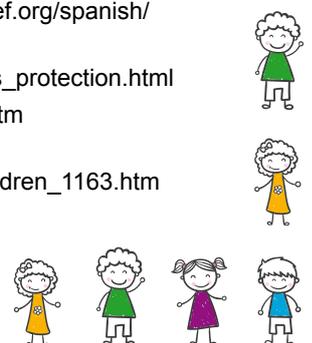
En los últimos dos años, las muertes violentas de niños va en aumento cada vez más. El informe de la PDH (Procuraduría de Derechos Humanos) registra 395 casos de

⁸ UNICEF (2011) Los niños privados del cuidado parental. Disponible en http://www.unicef.org/spanish/protection/57929_58004.html [Consulta: 3/03/2016]

⁹ UNICEF (2013) Niños en Instituciones. Disponible en http://www.unicef.org/lac/initiativas_protection.html

¹⁰ UNICEF (2013) Protección. Disponible en http://www.unicef.org/lac/protection_30833.htm [Consulta: 3/03/2016]

¹¹ UNICEF (2016) La infancia. Disponible en http://www.unicef.org/guatemala/spanish/children_1163.htm [Consulta: 3/03/2016]



asesinatos en menores de edad, de los cuales la mayoría de las víctimas mostró señales de haber sufrido violación y tortura.

La impunidad es el problema más grave en torno a la violencia intrafamiliar, violaciones sexuales a niños y niñas así como homicidio cometidos a niños y niñas y sus madre. La mayoría de los casos no son investigados ni castigados y aumenta la sensación de protección para los niños y niñas.¹²

En Guatemala en la actualidad se cree que existen por los menos 5000 mil niños y niñas que se encuentran en riesgo viviendo en las calles solo en la Ciudad de Guatemala, las niñas conforman entre el 20% y el 30% de esta cifra. En el año 2012 se reportaron 155 casos de niños en situación de riesgo que fueron recogidos por las autoridades y en el año 2013 esta cifra aumentó a 197 niños en situación de riesgo que fueron abandonados en hospitales así también cómo en basureros y calles de la ciudad, se cree que cada año la cifra aumenta aproximadamente un 20%, esto solo en la Ciudad de Guatemala. Estos niños son trasladados a orfanatos que se encargan de velar por la vida y desarrollo de estos niños.¹³

Según la Procuraduría de la Niñez y Adolescencia la mayoría de los casos de de niños y niñas en situación de riesgo y abandono se dan en los primeros 3 años de vida de los niños y existen diversas razones por las que las que se encuentran en esta situación, pero la principal razón es la pobreza que obliga a las madres a dejar a los niños en abandono. Así también destaca la violencia familiar, trabajo infantil y violaciones que obliga a las autoridades a institucionalizar a los niños.

La niñez en situación de riesgo afecta gravemente al país ya que la falta de escolaridad de estos niños reduce los índices del país y los indicadores económicos, la inversión internacional se ve afectada lo cual produce bajas en las oportunidades de trabajo. En Guatemala en la actualidad existe una mayor incidencia de niños en riesgo en la Ciudad de Guatemala que en las provincias.

Según la municipalidad de la ciudad capitalina de Guatemala se considera que las zonas de la capital que sufren de mayor índice de niñez en riesgo son las siguientes: 3, 18, 21 y 5, siendo la zona 3 de la ciudad capital la más afectada.

Actualmente existen diversas instituciones en el país que se encargan de acoger y brindarles seguridad, así como educación a los niños que provienen de situaciones de riesgo o crisis y que por esto han sido apartados de sus padres. El juzgado de la niñez y la adolescencia es el encargado de llevar a estos niños a instituciones que les brinde todo aquello que necesiten.¹⁴

La Fundación Protectora del Niño Huérfano (FUNPRONI) o cómo mejor se le conoce Casa Bernabé, es una fundación ubicada a las afueras de la Ciudad de Guatemala, que se preocupa por acoger alrededor de 150 niños, que provienen de situaciones de crisis y riesgo referidos por los juzgados de la niñez y adolescencia.¹⁵

Por lo tanto, se define como problema de investigación el aumento anual del 20% en el índice de niñez en riesgo ya que las instituciones que se encuentran preparadas en el país para acoger a estos niños son muy pocas y cuentan con muy bajos presupuestos para poder brindarles todo lo que necesitan a estos niños.

¹² UNICEF. Adolescencia. Disponible en <http://www.unicef.org> [Consulta: 3/03/2016]

¹³ ELIAS, J. (2014, 13 de Enero). Casi 200 bebés fueron abandonados durante el 2013 en Guatemala. [Consulta 12/03/2015]

¹⁴ Dando Datos. Niños de la calle [Consulta: 24/01/ 2015]

¹⁵ FUNPRONI. Quienes somos. [Consulta: 12/03/ 2015]

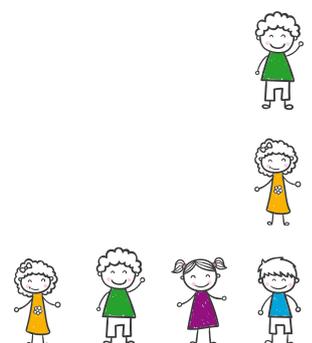


Los objetivos principales de esta investigación según el problema determinado son:

- Determinar las consecuencia para la Ciudad Capitalina de Guatemala que trae el aumento del 20% anualmente de niños y niñas en situación de riesgo.
- Obtener la opinión de expertos sobre la niñez en riesgo para determinar las consecuencias que esto trae para los niños y niñas en su desarrollo.
- Determinar el nivel de disposición de la población para donar a instituciones a cargo de niños en situación de riesgo.

El estudio de este tema es importante para el país de Guatemala ya que la niñez en riesgo afecta en el ambiente social y educativo, dificultando a los niños tener educación, así como muchas de sus necesidades básicas afectando con esto a las nuevas generaciones que están conformadas por una gran parte de niños en situación de riesgo sin educación ni alternativas para desarrollarse, cosa que aporta a que crezca la delincuencia e impide el desarrollo del país.

El tema elegido para la investigación, permite contar con información actualizada que sirva de instrumento para determinar el problema de diseño y establecer una respuesta de solución al mismo.



1. MARCO DE REFERENCIA

1.1 NIVEL GEOGRÁFICO

Guatemala se encuentra ubicado dentro del continente de América en la región central (Centroamérica), limita con diferentes países, al Norte con México, al Sur con Honduras y El Salvador, bordeando el golfo de Honduras, y al Oeste con Belice.

Guatemala cuenta con un territorio de 108.430 Km². El cual se caracteriza por tener un relieve montañoso y con mesetas de caliza. Las coordenadas geográficas de Guatemala son 15° 3' de latitud norte y 90° 15' de longitud en el oeste. El mapa administrativo de Guatemala se separa en departamentos y municipios. Cuenta con una población total 15,806,675 personas, dentro de los cuales 7,719,396 son hombres y 8,807,279 son mujeres.

Guatemala se encuentra dividida En 8 regiones, 22 departamentos y 334 municipios.¹⁶

1.1.1 Hidrografía

Guatemala cuenta con 3 regiones hidrográficas, las cuales cuentan con 38 cuencas fluviales, 194 cuerpos de agua continentales, dividido en 7 lagos, 49 lagunas, 109 lagunetas, 19 lagunas costeras, 3 lagunas temporales y 7 embalses, esto se encuentra distribuido en 18 de los 22 departamentos del país. Los ríos son cortos y cuentan con poca profundidad en la vertiente del Pacífico, por otra parte, en la vertiente del Atlántico, los ríos son más largos y profundos.

1.1.2 Topografía

Guatemala es un país montañoso exceptuando la costa sur y en el norte el área de Petén. El país cuenta con dos cadenas montañosas de este a oeste, estas dividen a Guatemala en tres regiones: tierras altas, costas pacífica, y la región de Petén. Guatemala cuenta con 37 volcanes de los cuales solo 4 se encuentran activos, Pacaya, Santiaguito, Fuego y Tacana, por lo que el país suele sufrir de terremotos.

1.1.3 Clima

Guatemala cuenta con un clima cálido y húmedo en el pacífico y en el área de Petén, aunque en algunas ocasiones la región de Petén puede ser seca. En las tierras altas el clima es frío, y en el área oriental el clima puede ser árido. Guatemala se conoce como el país de la Eterna Primavera, por su clima en la ciudad.

1.1.4 Antropología

1.1.5 Cultura

Guatemala es un país que cuenta con una cultura muy amplia, con 4 principales grupos étnicos. Maya, Garífuna, Xinka y Ladina. La cultura Guatemalteca cuenta con una parte que pudiera tener influencia en el abandono de niños, ej. cultura machista, de bajos recursos, división social, área de educación.

¹⁶ Departamento de Estado de los Estados Unidos.(2013, Septiembre). Información General: Guatemala. Disponible en <http://dosfan.lib.uic.edu> [Consulta: 15/03/2015]



1.1.6 Idiomas

En Guatemala es un país multilingüe, el idioma oficial es el español, aunque este no es hablado por las comunidades indígenas. Los idiomas más hablados aparte de el español en Guatemala son: Kekchi, Quiche, Kaqchikel y Tzutujil. Existen actualmente 24 lenguas mayas. Entre otros idiomas se habla el Garífuna y el Xinca.

1.2 DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

1.2.1 Nivel Geográfico

Guatemala es uno de los 22 departamentos de la República de Guatemala. Se encuentra en la región central del país, y cuenta con una extensión territorial de 2253 kilómetros cuadrados, limita al Norte con Baja Verapaz, al Este con El Progreso, Santa Rosa y Jalapa, al Oeste con Sacatepéquez y Chimaltenango y al Sur con Escuintla.¹⁷

El departamento de Guatemala cuenta con aproximadamente una población de 2,975,417 habitantes, y este se encuentra dividido por 17 municipios los cuales son: Guatemala, Amatitlán, Chianautla, Chuarrancho, Fraijanes, Mixco, Palencia, Petapa, San José del Golfo, San José Pinula, San Juan Sacatepéquez, San Pedro Sacatepéquez, San Pedro Ayampuc, San Raymundo, Santa Catarina Pinula, Villa Nueva y Villa Canales.

1.2.2 Hidrografía

El departamento de Guatemala cuenta con una gran cantidad de ríos, entre los que destacan: Río Pixcayà, Río de las Vacas, Río Plátanos, Río Las Cañas, Río villa Lobos y Río Fraijanes, así también como el Lago de Amatitlán.¹⁸

1.1.2 Topografía

En el departamento de Guatemala se encuentra el Volcán de Pacaya y el Volcán de Agua. Cuenta también con varias cúspides, entre las que más destacan: El Colorado y Don Justo ubicadas en San José Pinula y las de San Juan Sacatepéquez, Las nubes y Palencia, las cuales son las más elevadas alcanzando 2,500 metros sobre el nivel del mar.

1.1.3 Antropología

1.1.4 Cultura

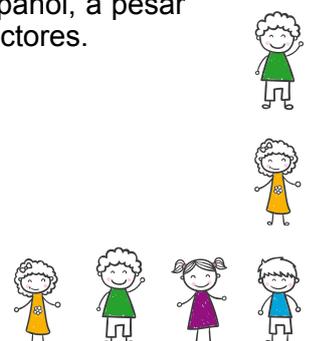
El departamento de Guatemala se encuentra habitado en su mayoría por personas de raza Ladina.

1.1.5 Idiomas

El idioma que más se habla en el Departamento de Guatemala es el Español, a pesar que en algunas regiones aún se hablan ciertas lenguas propias de los sectores.

¹⁷ Cultura Petenera y Más. Guatemala (departamento) . [Consulta: 14/04/ 2015]

¹⁸ Wikiguate. Departamento de Guatemala. [Consulta: 14/04/ 2015]



1.3 MUNICIPIO DE GUATEMALA

1.3.1 Nivel Geográfico

El municipio de Guatemala es a su vez, la cabecera departamental, municipio y ciudad capital de la República de Guatemala, se encuentra en la parte central del departamento, en la región Metropolitana. Cuenta con una extensión territorial de 228 kilómetros cuadrados, de los cuales 80 kilómetros corresponden a la ciudad capital. Se encuentra a una altura de 149.89 metros sobre el nivel del mar. Se localiza en la latitud 14° 38' 29" y en la longitud 90° 30' 47".

Limita al Norte con los municipios de Chinautla y San Pedro Ayampuc; al Sur con los municipios de Santa Catarina Pinula, San José Pinula, Villa Canales, Villa Nueva y San Miguel Petapa, al Oeste con el municipio de Mixco y al Este con el municipio de Palencia.

La ciudad de Guatemala se encuentra dividida en 19 zonas municipales las cuales cuentan con sus respectivos barrios y colonias, 15 aldeas y 18 caseríos.

Su clima habitual es templado y su fiesta titular es el 15 de agosto, en honor a la Virgen de la Asunción.¹⁹

1.3.2 Hidrografía

En el municipio de Guatemala se encuentran 28 ríos, 1 riachuelo, 6 quebradas y 1 laguna. Los ríos que más destacan son: Las Vacas, Villalobos, Acatán y El Naranjo.

1.3.3 Antropología

1.3.4.1 Cultura

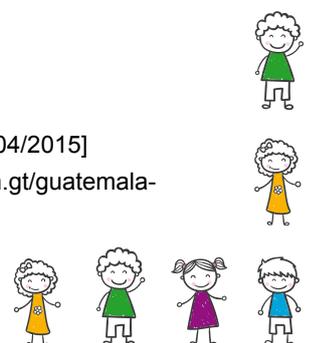
El municipio de Guatemala es la cuarta capital de la República, esta se asentó en 1543 en el Valle de la Ermita o de la Virgen. Dentro del municipio se encuentran más de 10 sitios arqueológicos dentro de los que destacan: Kaminal Juyú y Acatán. Existen varias iglesias consideradas monumentos nacionales como La Ermita del Cerro del Carmen, La Merced y La Recolección.²⁰

1.3.4.2 Idiomas

El municipio de Guatemala es multilingüe, el idioma oficial es el español. Se hablan algunas lenguas y también un grupo reducido habla el idioma inglés como segundo idioma.

¹⁹ Culturapeteneramayas. Municipio de Guatemala. Disponible en <https://culturapeteneramayas.wordpress.com/2011/10/23/municipio-de-guatemala/> [Consulta: 16/04/2015]

²⁰ Wikiguate. Cultura del Departamento de Guatemala. Disponible en <http://wikiguate.com.gt/guatemala-departamento/> [Consulta: 16/04/2015]



2. MARCO TEÓRICO

2.1 TEMA DE ESTUDIO

2.1.1 Derechos de los Niños

2.1.2. Definición de niño

El término de niño se utiliza para designar a toda persona desde su nacimiento hasta que alcanza los dieciocho años de edad o haya alcanzado su mayoría de edad, esto según la convención de los Derechos del Niño en 1989.²¹

Los niños se caracterizan por su vulnerabilidad y juventud, este no cuenta con las herramientas para sostenerse y cuidarse por sí mismo, por lo que necesita de una atención especial.

2.1.2.2 ¿Qué son los derechos de los niños?

Los derechos de los niños son derechos que tienen como fin proteger a los niños, estos están constituidos por los derechos humanos esenciales. Algunos derechos son los siguientes:²²

- Derecho a la vida
- Principio de no discriminación
- Derecho a una identidad
- Derecho a la educación
- Derecho a la protección
- Derecho a la alimentación
- Derecho a la familia y a la adopción

2.1.3 Necesidades de los niños

2.1.3.1 Necesidades Fisiológicas²³

- Ser alimentado con comida de calidad y suficiente de esta.
- Tener una vivienda adecuada
- Protección a su integridad
- Tener asistencia médica
- Tener actividades físicas sanas

²¹ Humanium. Derechos del niño. [Consulta: 10/04/ 2014]

²² Humanium. Derechos Fundamentales del niño. Disponible en <http://www.humanium.org/es/derechos/> [Consulta: 10/04/2014]

²³ El desafío de formar y educar: una tarea conjunta. Las necesidades Fisiológicas. Disponible en <http://cosacodialogando.blogspot.com> [Consulta: 10/04/2014]



2.1.3.1 Necesidades afectivas²⁴

- Necesidad de un vínculo profundo
- Necesidad de aceptación
- Necesidad de sentirse importante.

2.1.4 Niñez en riesgo

2.1.4.1 Definición de niñez en riesgo

La niñez en riesgo es todo aquel niño o niña que se encuentra en la posibilidad de sufrir algún daño psicológico o físico que afecte su desarrollo a largo, mediano o corto plazo. Las condiciones económicas, la falta de acceso a la educación, los problemas familiares y la contaminación ambiental son solo algunas de las circunstancias que ponen en riesgo la integridad de un niño o niña.

Cuando se determina que un niño o niña se encuentra en riesgo es necesario tomar medidas, siendo la prevención y la búsqueda de soluciones las más utilizadas. Por lo general, lo primero en investigarse en un caso de este tipo es el entorno de crianza del niño o niña; ya sea que esté viva con sus padres, tutor o familiar. Esto debido a que los abusos por lo general, se dan en su hogar.

Muchas veces el riesgo no comienza con una agresión directa, como el abuso sexual o el maltrato, sino por la negligencia, cosa que puede traerle al niño o niña graves consecuencias. Por su estado de vulnerabilidad los niños y niñas dependen en gran medida de personas mayores responsable que los protejan del mundo exterior y los guíen para que logren desarrollarse plenamente en los diferentes ámbitos de su vida.²⁵

2.1.5 Aspectos sociales de los niños y niñas en situación de riesgo

2.1.5.1 Pobreza

En Guatemala el 56% de los habitantes viven en un estado de pobreza, situación que tiene un gran impacto sobre los niños, ya que muchos de los niños en situación de riesgo provienen de hogares pobres, situación que obliga a trabajar a los niños y a dejar la educación y en algunos casos a los padres a abandonar a sus hijos debido a que no pueden mantenerlos.²⁶

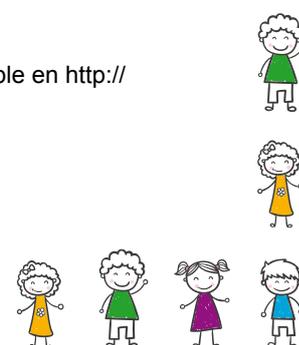
2.1.5.2 Salud

Guatemala no cuenta con la capacidad de ofrecer buenos servicios de salud para la población, por lo cual no se mejora la situación en cuanto a problemas de salud en los niños, así también no proporciona educación sexual ni prevención de embarazos no deseados por lo que una gran parte de niños y niñas que se encuentran en situación de riesgo son debido a problemas de salud que estos tienen y los padres no pueden cubrir o debido a que son niños no planificados.

²⁴ El desafío de formar y educar: una tarea conjunta. Las necesidades Afectivas. Disponible en <http://cosacodialogando.blogspot.com> [Consulta: 10/04/2014]

²⁵ Definición.de. Riesgo Social. Disponible en <http://definicion.de/riesgo-social/> [Consulta: 10/04/2014]

²⁶ Humanium. Los niños de Guatemala. [Consulta: 12/04/2015]



2.1.5.3 Trabajo Infantil

Debido a la pobreza que invade a una gran parte de la población muchos niños se ven forzados a trabajar desde muy corta edad, sus empleadores se aprovechan de su edad e ignorancia y ponen en riesgo la vida e integridad de los niños. Esto es considerado como explotación infantil y cuando las autoridades detectan este tipo de casos lo que procede es quitarle a los niños a los padres por irresponsabilidad.

2.1.5.4 Explotación de los niños

Guatemala se ve afectada por la inseguridad y violencia en la calles así también cómo tráfico de personas. Por lo que en muchas ocasiones los niños y niñas se ven obligados a trabajar o pedir limosna en las calles son raptados y son las principales víctimas del tráfico de personas. Estos niños terminan siendo abusados sexualmente, trabajando en prostitución, pornografía o en algunas ocasiones en adopciones ilegales.²⁷

2.1.5.5 Violencia Infantil

La violencia infantil afecta a muchos niños Guatemaltecos, muchos de estos sufren de violencia en su propio hogar debido a que se encuentra en hogares desintegrados donde los padres son muy violentos y en muchas ocasiones consumen alcohol o drogas. Estos niños deben ser rescatados por las autoridades y pasar a responsabilidad del estado el cual debe proporcionar a la familia ayuda y si esta no se recupera el niños pasa a un proceso de adopción.

2.1.5.6 Matrimonio Infantil

Actualmente el 35% de las niñas guatemaltecas contraen matrimonio antes de sus 18 años. Debido a que en muchas ocasiones los padres venden a sus hijas a hombres para que estas se casen con ellos, estas niñas son educadas desde muy pequeñas para poder llevar una casa. En estos matrimonios por lo general se ven consecuencias muy serias para las niñas, mentalmente así cómo físicamente.²⁸

2.1.5.7 Explotación Sexual Infantil

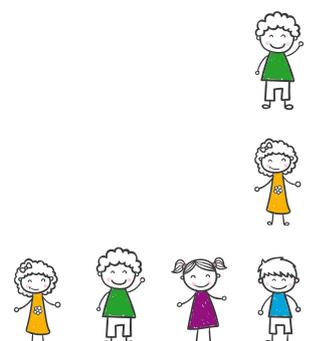
Según la definición dada en el Primer Congreso Mundial contra la Explotación Sexual de los Niños en 1996 en Estocolmo, la explotación sexual con fines de comercio, abuso sexual o violencia sexual son prácticas criminales que causan sufrimiento a los niños y niñas. Estas prácticas son un insulto y una agresión a los derechos y dignidad de los niños y niñas.

2.1.5.8 Abuso Sexual

El abuso sexual es cometido por lo general por una persona que se encuentra en una posición de poder sobre la víctima, el cual puede ser uno de los padres, hermanos o cualquier miembro de la familia así también cómo un miembro de la familia, profesor o cualquier otra autoridad. El abuso sexual se da en niños y niñas indefensos que son sometidos a relaciones sexuales forzadas.

²⁷ Humanium. La situación de los niños. [Consulta: 15/04/2015]

²⁸ Humanium. Matrimonio Infantil. [Consulta: 15/05/2015]



2.1.5.9 Violencia Sexual

La Organización Mundial de la Salud define la violencia sexual como “todo acto sexual, la tentativa de consumar un acto sexual, los comentarios o insinuaciones sexuales no deseados o las acciones para comercializar o utilizar de cualquier otro modo la sexualidad de una persona mediante coacción, independientemente de la relación de ésta con la víctima y en cualquier ámbito, incluidos el hogar y el lugar de trabajo.

2.1.5.10 Explotación Sexual con fines de Comercio

La explotación sexual con fines de comercio hace referencia a toda aquella relación sexual forzada por la cual se remunera a la persona. Aunque en la mayoría de los casos esta no es remunerada y es el explotador quien se queda con el dinero.

En el caso de tráfico de niños y niñas, las víctimas son reclutadas, transportadas y alojadas y alimentadas por el explotador, quien es el que los obliga a trabajar en establecimientos que ofrecen este tipo de actividad.

Dentro de este tipo de explotación también se da la pornografía infantil, ya que los explotadores toman fotografías y/o graban al menor teniendo relaciones sexuales y venden estos medios para obtener ganancias.

La explotación sexual con fines de comercio está también ligada al turismo ya que muchos extranjeros, tanto hombres como mujeres, viajan con la intención de tener relaciones sexuales con menores.²⁹

2.1.5.11 Trata Infantil

Se calcula que cada día aproximadamente 4,000 niños son víctimas de la trata infantil. Según la Organización Internacional para las Migraciones las ganancias de la trata de niños y niñas alcanza los 10 mil millones de dólares anuales. La trata de persona es un negocio ilegal que calla a los niños y los trata como esclavos.

No existe una definición universal de la trata infantil. La Convención sobre los Derechos del Niño de 1989, hace referencia a la trata infantil en el inciso 1 del Artículo 11, donde se estipula que “el traslado ilícito y la retención ilícita de niños” están prohibidos. Por lo general, los traficantes están organizados en redes internacionales dedicadas al tráfico de drogas o la prostitución.

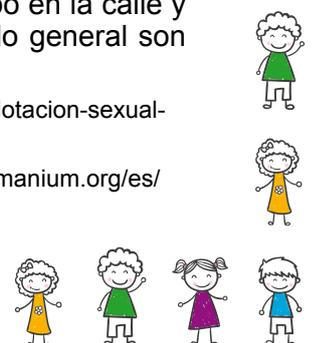
Los niños afectados por la trata de personas sufren violencia física y psicológica así como, de aislamiento lingüístico y geográfico lo cual ayuda a los traficantes a ejercer control sobre sus víctimas, quienes son incapaces de escapar³⁰

2.1.5.12 Abandono

Se le llama niños abandonados o de la calle a aquellos que viven en las calles de una ciudad, no cuentan con atención familiar o protección de algún adulto responsable. Un niño abandonado vive por lo general en la calle, en lugares abandonados, cartones o cajas tiradas en el piso, paradas de buses, parques, o cualquier lugar en el que puedan. Entre estos niños se encuentran algunos que están todo el tiempo en la calle y duermen en casa, otros que viven completamente en las calles y por lo general son

²⁹ Humanium. Explotación sexual infantil. Disponible en <http://www.humanium.org/es/explotacion-sexual-infantil/> [Consulta: 10/05/2014]

³⁰ Humanium. Trata de niños, la lucha contra la trata infantil. Disponible en <http://www.humanium.org/es/trata-ninos/#> [Consulta: 10/05/2014]



parte de grupos sociales, los cuales en muchos casos son de drogadictos y ladrones.

31

2.1.6 Causas de la niñez en riesgo

- Embarazos a temprana edad
- Bajas posibilidades económicas
- Padres irresponsables
- Enfermedades en los niños ya se mentales o físicas
- Consumo de drogas o alcohol en los padres
- Ausencia de los padres
- Falta de información e inexperiencia de los padres en la crianza
- Familias disfuncionales con ausencia de valores

2.1.7 Consecuencias para los niños en riesgo

- Trastornos en la conducta
- Retraso en el desarrollo de los niños
- Dificultad de aprendizaje
- Déficit de atención
- Hiperactividad
- Problemas para adaptarse
- Vivir en malas condiciones
- Falta de afectividad
- Falta de identidad
- Baja escolaridad
- Problemas psicológicos
- Problemas físico

2.1.8 Institución encargada de niños y adolescentes en Guatemala

2.1.8.1 Procuraduría de la Niñez y la Adolescencia

Según el artículo 108 de la ley de Protección Integral de la Niñez y La Adolescencia, la Procuraduría General de la Nación, por medio de la Procuraduría de la Niñez y la Adolescencia es la encargada de:

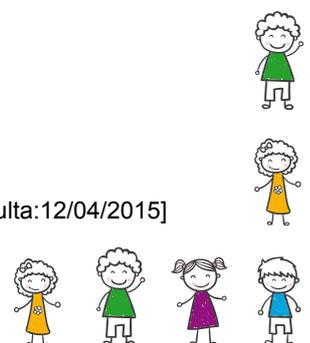
- Representar a los niños, niñas y adolescentes.
- Investiga casos de niños, niñas y adolescentes que se ven amenazados o violados sus derechos, interviniendo en los procesos judiciales y de protección³²

2.1.8.2 Juzgados de la niñez y la adolescencia

El juzgados de la niñez y la adolescencia son tribunales especializados que tratan asuntos relacionados con los derechos de la niñez y adolescencia.

³¹ Real Academia Española. (2014, Octubre). Abandono. [Consulta: 10/05/2014]

³² Procuraduría General de la Nación. Procuraduría de la Niñez y la Adolescencia. [Consulta:12/04/2015]



2.2 PROYECTOS DE DISEÑO RELACIONADOS A LA NIÑEZ EN RIESGO

2.2.1 Campaña contra la violencia infantil en España por la fundación ANAR

La Fundación ANAR (Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo) lanzó en España una campaña en contra de la violencia infantil en el 2013, está estaba dirigida a adultos así como niños y niñas entre 13 y 14 años que sufrieran violencia infantil debido al aumento de violencia infantil en España.

La campaña se lanzó en mupis y según la altura en que esta se observaba cambiaba el mensaje. Los adultos observaron a un niños normal y corriente seguido del mensaje "a veces el maltrato infantil sólo es visible para el niño que lo sufre" y los niños observaron a el niño lastimado seguido del mismo mensaje y un número para denunciar si son maltratados.³³

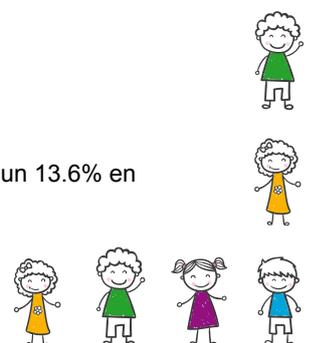
Figura 1

Campaña contra la violencia infantil



Fuente: Fundación ANAR

³³ Fundación ANAR. (2013,26 de Abril). La violencia del menor se incrementó en España un 13.6% en 2012. [Consulta: 12/05/2015]



2.2.2 Campaña contra el abandono de niños "La Suma de Todos", por la comunidad de Madrid, España.

La campaña publicitaria "La Suma de Todos" está siendo realizada por la comunidad de Madrid durante el primer trimestre del año 2015. Esta campaña se encuentra dirigida a madres que no desean hacerse responsables de sus hijos.

Para la campaña se lanzaron afiches y bifolios en los cuales se exhorta a las madres que no dejen a sus hijos en las calles y que cuando deseen abandonarlos llamen a un número en el cual se les prestara ayuda a ellas y a los niños. La campaña hace un llamado a las madres para que den en adopción a sus hijos antes de dejarlos en la calle.³⁴

Figura 2

Campaña contra el abandono de niños "La Suma de Todos"



Fuente: Instituto Madrileño de la Familia y el Menor

³⁴ Comunidad de Madrid. Instituto Madrileño de la Familia y el Menor. [Consulta: 12/05/2015]

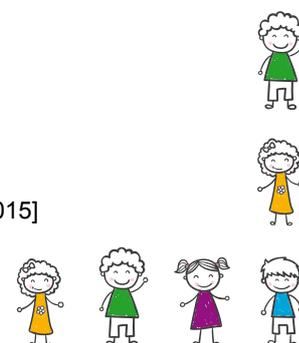


Figura 3

Campaña contra el abandono de niños "La Suma de Todos"

Orientaciones para mujeres que solicitan información respecto a la entrega en adopción del menor

Las mujeres que desean entregar a su hijo/a para su adopción y la entrega, en la que se produce un intercambio de roles a su vez al hospital. Si la decisión de entregar al niño se adopta posteriormente, será sustituido con una llamada al teléfono 012 o al teléfono 112.

¿Qué información debe conocer la mujer?

- 1. La entrega del niño en familia requiere cumplir con los requisitos legales de adopción del niño.
- 2. En caso de que existan dificultades, se debe considerar la posibilidad de acudir a las autoridades competentes para solicitar la intervención de los servicios sociales correspondientes.
- 3. El menor y sus padres deben mantenerse y relacionarse con normalidad, incluso en situación de custodia regular a menor edad en el sistema público de salud.
- 4. En el caso de haber tomado la decisión libre y voluntaria de querer entregar al niño en adopción, la mujer debe saber que su decisión es de seguridad, de modo que no se ponga en riesgo la salud o la vida del niño.
- 5. La entrega debe hacerse en condiciones de seguridad de modo que no exista riesgo de abuso de niños, de su entorno o de otros niños.
- 6. En la ciudad de Madrid, la responsable de la Dirección de Tutelaje Juvenil es la directora de la Dirección de Tutelaje Juvenil.
- 7. En el proceso de decisión, se debe considerar que no se trata de un proceso de decisión unilateral, sino que se debe tener en cuenta el interés del niño y de su familia.



Fuente: Instituto Madrileño de la Familia y el Menor

2.2.3 Campaña publicitaria "Pepe" por Aldeas Infantiles SOS, Perú.

Aldeas Infantiles SOS en Perú, realiza una campaña publicitaria para dar a conocer la labor que ellos realizan con los niños abandonados y que los ciudadanos peruanos reflexionen acerca de la situación en la que se encuentran los niños en estado de abandono en el Perú. Esta campaña se realizó en mupis y afiches.

Aldeas SOS puso a la venta al muñeco artesanal "Pepe", el cual se muestra en los afiches y mupis, en supermercados y diferentes plazas, los fondos recaudados se utilizan para mejorar la calidad de vida de los niños que alberga Aldeas SOS.³⁵

³⁵ Aldeas Infantiles SOS, Perú. (2015). Aldeas Infantiles SOS Inició su nueva campaña "Pepe". [Consulta: 12/05/2015]

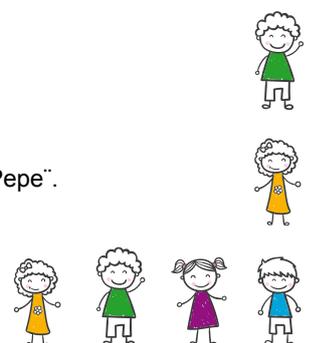


Figura 4

Campaña publicitaria "Pepe"



Fuente: Aldeas Infantiles SOS, Perú

2.2.4 Alianza Cristiana para los Huérfanos. Campaña Domingo para el Huérfano, Guatemala

Esta campaña es realizada por la Fraternidad Cristiana de Guatemala con el fin de crear consciencia y ayudar a los niños huérfanos del país. La Fraternidad Cristiana realiza congresos en los cuales se busca defender la causa del niños huérfano y exaltar a las personas que realicen marchas, carreras, jornadas médicas, sermones y cualquier otro tipo de actividad con el fin de comunicar y recaudar fondos para ayudar a los niños Huérfanos, así también se incentiva a las personas que tomen en cuenta la adopción a la hora que deseen expandir su familia. Esta campaña se realizó internamente en la Fraternidad Cristiana y existe un estimado que atendieron aproximadamente 600 personas al primer congreso. Utilizaron afiches y publicados en Facebook y la página de la Fraternidad Cristiana.³⁶

³⁶ Alianza Cristiana Para los Huérfanos. (2015, Abril) . Domingo para el huérfano. [Consulta: 10/05/2015]

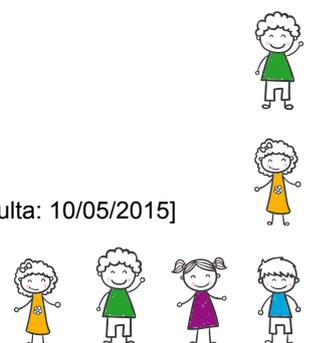


Figura 5

Campaña Domingo para el Huérfano



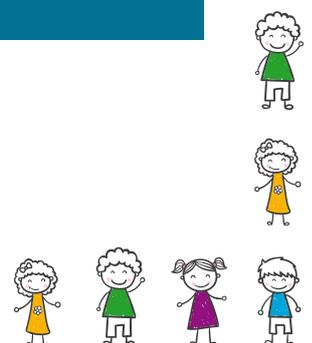
Fuente: Alianza Cristiana Para los Huérfanos

Figura 6

Campaña Domingo para el Huérfano



Fuente: Alianza Cristiana Para los Huérfanos



3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÉTODO DEDUCTIVO

El método deductivo consiste a través de la recolección de información de un mismo tema, deducir la relación entre ésta para llegar a una idea particular. Logrando así llegar de una idea general a una idea particular.³⁷

3.2 UNIVERSO

3.2.1 Universo 1

Psicólogos que trabajan en la institución FUNPRONI

Se definió a expertos en psicología ya que estos pueden ayudar a determinar el estado psicológico de los niños y niñas en situación de riesgo y cómo esto los afecta en su vida, se trabajará específicamente con los psicólogos de la institución FUNPRONI ya que ellos tratan con estos niños en la actualidad, FUNPRONI cuenta con 3 psicólogos.

3.2.2 Universo 2

Maestros que trabajan en la institución FUNPRONI

Los maestros son los indicados para poder medir el desempeño de los niños y como el estar en situación de riesgo los puede llegar a afectar en su comportamiento y desempeño educativo. Se trabajará únicamente con los maestros de la institución FUNPRONI ya que esta institución les brinda educación a los niños y los maestros que trabajan en esta evalúan el desempeño de los niños. En la actualidad FUNPRONI cuenta con 10 maestros.

3.2.3 Universo 3

Personal encargado de cuidar a los niños y niñas en las casas dentro de la institución

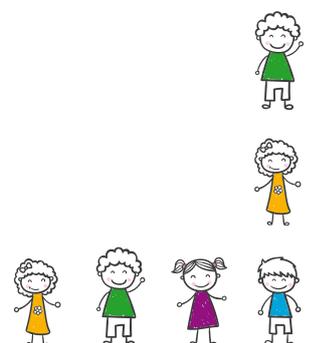
El personal encargado de cuidar a los niños son las personas que tienen más contacto con los niños y niñas y que llegan a ver más a fondo su comportamiento y manera en que se ven afectados por su situación de riesgo. Actualmente la institución FUNPRONI cuenta con 8 parejas.

3.2.4 Universo 4

Directora de la institución FUNPRONI

La directora de FUNPRONI es la persona encargada de evaluar la situación del hogar y tiene más contacto con otras instituciones, así como datos más específicos sobre la situación de riesgo de los niños.

³⁷ Definición Abc, (2012), Definición de método deductivo. [Consulta: 20/05/2015]



3.2.5 Universo 5

Ciudadanos de la Ciudad Capital de Guatemala.

Es importante determinar la opinión de la población sobre la el aumento de niños en situación de riesgo en el país, así también como la disposición de la población para donar a instituciones a cargo de estos niños y niñas. Para determinar la población se utilizó como referencia la capacidad de personas de Cinépolis Oakland Mall, este cuenta con 11 salas de 137 personas, lo cual da un total de 1,507 personas.

3.3 MUESTRA

3.3.1 Muestra 1

Psicólogos que trabajan en La institución FUNPRONI

En la institución se encuentran 3 psicólogos por lo que la muestra significativa es del 100% de los psicólogos que trabajan en FUNPRONI.

3.3.2 Muestra 2

Maestros que trabajan en la institución FUNPRONI

En la institución se encuentran 10 maestros por lo que la muestra significativa es del 100% de los maestros que trabajan en la institución FUNPRONI.

3.3.3 Muestra 3

Personal encargado de cuidar a los niños en las casas dentro de la institución FUNPRONI

En la institución se encuentran 8 parejas a cargo de cuidar de los niños en las casa por lo que la muestra significativa es del 100% de encargados de cuidar a los niños dentro de la institución FUNPRONI.

3.3.4 Muestra 4

Directora de la institución FUNPRONI

En la institución se encuentra una sola directora por lo que la muestra significativa es del 100%.

3.3.5 Muestra 5

Ciudadanos de la ciudad capital

Para realizar esta muestra se utilizó como referencia la capacidad de personas para las que está prepara una de las salas de cine más concurridas del país. Según la calculadora obtenida en la página del Departamento de Sistemas Informáticos Integrales de la Facultad de Medicina de Argentina da un resultado de 307 personas para la muestra.



3.4 INSTRUMENTOS

3.4.1 Instrumento 1

Cuestionario realizada a Psicólogos que trabajan en La institución FUNPRONI

Se realizará una guía de entrevista que cuenta con 6 temas sugeridos que se debían de desarrollar en la entrevista. Entre los cuales destacan: conducta de los niños, desarrollo físico y mental de los niños, aceptación social, depresión y consecuencias psicológicas. El propósito de pasar esta entrevista es conocer la opinión de los expertos en psicología sobre el estado de los niños en situación de riesgo y cómo esto los afecta en su desarrollo. (ver anexo 1)

3.4.2 Instrumento 2

Guía de entrevista realizada a Maestros que trabajan en la institución FUNPRONI

Se realizará una guía de entrevista la cual cuenta con una guía de temas sugeridos planteados en forma de pregunta que se debían desarrollar y explicar , entre los cuales destacan: desempeño educativo de los niños, conducta durante clases, interés en la educación, desarrollo físico y mental de los niños. El propósito de esta entrevista es determinar si los niños muestran rechazo a la educación y a mejorar por medio de esta. (Ver anexo 2)

3.4.3 Instrumento 3

Guía de entrevista realizada al personal encargado de cuidar a los niños en las casas dentro de la institución FUNPRONI

Se realizará una entrevista la cual cuenta 8 preguntas las cuales deben de contestar desarrollando el tema y explicando lo que se le pide. En esta se tocan temas como: relación afectiva de los niños, conducta y temperamento, depresión, calidad de vida del niños y aceptación social. (Ver anexo 3)

3.4.4 Instrumento 4

Guía de entrevista realizada a la Directora de la institución FUNPRONI

Se realizará una entrevista la cual cuenta con 6 preguntas que debe de contestar y explicar detenidamente las cuales tocan como temas: aceptación social, aumento del porcentaje de niños en situación de riesgo, información del tema. El propósito de esta es determinar si la población se encuentra informada del tema y si esta se encuentra en disposición para ayudar a las instituciones a cargo de los niños y niñas en situación de riesgo. (Ver anexo 4)

3.4.5 Instrumento 5

Cuestionario realizada a los Ciudadanos de la Ciudad Capital

Un cuestionario que cuenta con un total de 6 preguntas de opción múltiple. El propósito de esta encuesta es determinar la opinión de los ciudadanos sobre el aumento de niños y niñas en situación de riesgo anualmente en el país, así como si la población cuenta con información sobre el tema. (Ver anexo 5)



3.5 PROCEDIMIENTOS

3.5.1 Procedimiento 1

La guía de entrevista a petición de la organización FUNPRONI será pasada en las instalaciones de la institución y en conjunto a las tres psicólogas. La entrevista será grabada para que después pueda ser analizada a detalle y transcrita, resaltando los puntos más importantes. La entrevista cuenta con una duración de 1 hora.

3.5.2 Procedimiento 2

La guía de entrevista de los maestros será realizada en línea a petición de los maestros, debido a que estos no cuentan con suficiente tiempo disponible. Estas se mandaron a la institución por medio de un correo electrónico y ellos se encargaron de distribuirla a los maestros, al ser estas respondidas serán mandadas por correo electrónico al investigador.

3.5.3 Procedimiento 3

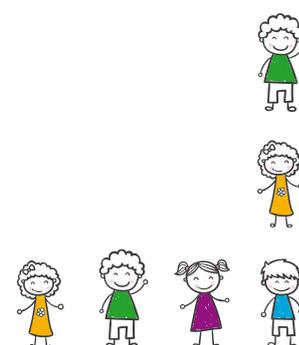
Debido a que los encargados de los niños no cuentan con tiempo libre ya que los niños requieren de su atención en la mayoría del tiempo se tomó la decisión de realizar la entrevista por medio de correo electrónico. La guía de entrevista fue enviada a todos los encargados de esta forma y su respuesta será de igual forma.

3.5.4 Procedimiento 4

Debido a la petición realizada por la institución FUNPRONI, la entrevista a la directora será realizada por medio de correo electrónico. Esta al ser respondida será enviada por correo electrónico al entrevistador.

3.5.5 procedimiento 5

El cuestionario se realizará en línea por medio de la página de internet SurveyMonkey, la cual permite realizar las encuestas y escoger a las personas que se les desea pasar, cuenta con 6 preguntas de opción múltiple. Esta será pasada a 307 personas que vivan en la Ciudad Capital de Guatemala



4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 TABULACIÓN DE INSTRUMENTOS

4.1.1 Instrumento 1

Psicólogos que trabajan en la institución.

Pregunta 1:

¿Cómo se ven afectados psicológicamente los niños y niñas en situación de riesgo?

- Respuesta 1:
Dependerá de su edad, momento y tipo de riesgo al que el niño haya sido expuesto. Lo que mas les afecta es el romper vínculos al niño ya que esto le afectará su amor propio, conducta y desarrollo. El niño también se ve afectado físicamente así como espiritual.
- Respuesta 2:
La situación de riesgo de los niños comienza desde antes que el niño sea recogido por la PGN, el niño se encuentra en riesgo estando en su hogar, cuando la madre o el padre no le da sus necesidades básicas.
- Solo respondieron dos de los psicólogos ya que las respuestas anteriores completan toda la información
Analizando las respuestas se puede determinar que los niños en situación de riesgo se ven afectados psicológicamente desde su hogares hasta el momento en que son recogidos por la PGN.

Pregunta 2:

¿La conducta de los niños cambia?

- Respuesta 1:
El niño forma su propio carácter pero existen aspectos que ya se traen biológicamente, es posible cambiar ciertas actitudes del niños dependiendo de la disponibilidad del niño y que este reciba la atención adecuada, ya que los niños que vienen de hogares desintegrados y con muchos problemas tienden a ser muy violentos.
- Respuesta 2:
Los hábitos y las personalidades de los niños se pueden modificar y mejorar para que estos se puedan desarrollar correctamente media vez reciba la atención adecuada.
- Solo respondieron dos de los psicólogos ya que las respuestas anteriores completan toda la información

Se puede concluir con que los niños forman su propio carácter el cual se puede modificar al cambiar las actitudes de los niños dándoles la atención necesaria y cambiando hábitos de los niños.

Pregunta 3:

Se ve afectado el desarrollo de los niños físico y mental de los niños?

- Respuesta 1:
Si, los niños en muchas ocasiones traen problemas tanto psicológicos como físicos debido al maltrato que recibieron en sus hogares. La desnutrición en un problema muy común. Los niños si son capaces de recuperarse de esta depresión recibiendo un tratamiento adecuado.
- Solo respondió uno de los psicólogos ya que su respuesta daba toda la información necesario



Se puede confirmar que el desarrollo físico y mental de los niños se ve afectado al encontrarse en riesgo y uno de los mayores aspectos en que se ven afectados es por la desnutrición.

Pregunta 4:

¿Los niños sienten aceptación por la sociedad?

- Respuesta 1:
Para los niños es muy difícil aceptar que tienen que salir a la sociedad y conforme van creciendo empiezan a salir a la realidad y miran los peligros a los que se tienen que enfrentar, esto les provoca ansiedad y temor en especial si se expusieron a la situación de riesgo cuando eran recién nacidos, es necesario evaluar el momento adecuado para que el niño salga a la sociedad.
- Respuesta 2:
Los jóvenes que se institucionalizan de niños y salen a la sociedad les cuesta mucho integrarse debido a que muchas personas piensan que por encontrarse en hogares los niños traen malas costumbres y no son personas educadas por lo que se les discrimina muchas veces.
- Solo respondieron dos de los psicólogos ya que las respuestas anteriores completan toda la información.

Se puede concluir que los niños sienten cierto rechazo de la sociedad hacia ellos debido a las situaciones a las que se vieron expuestos por sus padres y por no tener educación.

Pregunta 5:

¿Cuáles son las causas que hacen que las madres expongan a sus hijos a situaciones de riesgo?

- Respuesta 1:
Círculos viciosos de maltrato y abandono.
- Respuesta 2:
Pobreza, es uno de los factores comunes en la mayoría de niños. Madurez de las madres.
- Respuesta 3:
Niños que son resultados de violaciones. Estado emocional de la madre de hogares muy pobres.

Analizando la respuesta se puede decir que los niños se ven expuestos a situaciones de riesgo debido a la pobreza, falta de madurez, así también como por círculos viciosos que no se rompen por parte de sus madres.

Pregunta 6:

¿Sufre de depresión los niños como consecuencia del riesgo al que se les expuso?

- Respuesta 1:
Sí, dependerá del contexto en que el niño sea se vea expuesto, así como su edad y su madurez. Influirá mucho la atención que recibió en su casa o por sus cuidadores anteriores. Incluso en bebés se manifiesta en algunos casos la depresión debido al rechazo que reciben desde el vientre, esto les produce cambios y alteraciones en su estado de ánimo.
- Solo respondió uno de los psicólogos ya que su respuesta daba toda la información necesaria.

Se concluye según la respuesta que los niños en situación de riesgo sufren de depresión sin importar la edad que tengan aunque influye mucho el nivel de madurez que estos tengan.



4.1.2 Instrumento 2

Maestros que trabajan en la institución

Pregunta 1:

¿Cómo se ve afectado el desempeño de los niños en situación de riesgo en su educación?

- Respuesta 1:
Se distrae frecuentemente, le es difícil aprender.
- Respuesta 2:
Sí se ve afectado.
- Respuesta 3:
Bajo rendimiento escolar.
- Respuesta 4:
No se entereza por la educación.
- Respuesta 5:
Falta de atención en clase, distraídos, inseguros.
- Respuesta 6:
Cada adolescente tiene su propia manera de manifestar la crisis que le ha tocado vivir. La mayoría muestra poco interés.
- Respuesta 7:
Distraídos o con diferentes ánimos.
- Respuesta 8:
Puede verse afectado de forma negativa y en forma positiva, a los que les afecta en forma negativa no muestran interés por aprender pues nada les interesa; y a quienes les afecta positivamente quieren sobresalir en todo.
- Respuesta 9:
Distracción, falta de interés.
- Respuesta 10:
Les cuesta aprender.

Se puede decir que el desempeño escolar de los niños en situación de riesgo se ve afecta de diversos factores como: distracción, poco interés en la educación y bajo rendimiento, aunque es satisfactorio saber que hay niños que buscan superarse por medio de la educación.

Pregunta 2:

¿El temperamento del niño se ve afectado? Cómo?

- Respuesta 1:
Sí. Algunas veces se enojan muy rápido por querer hacer todo a su manera.
- Respuesta 2:
Sí, no tienen libertad para expresarse.
- Respuesta 3:
Su conducta puede ser muy agresiva o inquieta.
- Respuesta 4:
Sí. Se enojan cuando se les trata de corregir.
- Respuesta 5:
Sí. Son muy inquietos.
- Respuesta 6:
Con respecto al temperamento se podría decir que se manifiestan los extremos. Algunos son violentos, dominantes y posesivos. Pero también los tímidos, les cuesta decir no, son manipulados por los demás.
- Respuesta 7:
Son niños más inquietos.



- Respuesta 8:
Con conductas de negatividad cómo llantos, gritos, estar siempre enojados y que nada les guste.
- Respuesta 9:
sí.
- Respuesta 10:
Sí. Falta de atención.

Se puede determinar que el temperamento de los niños se ve afectado negativamente cosa que es muy preocupante ya que cuando estos niños forman parte de la sociedad es el comportamiento que reflejan.

Pregunta 3:

¿La conducta de los niños respecto a sus demás compañeros es afectada?

- Respuesta 1:
No. Mantienen buena relación con sus compañeros.
- Respuesta 2:
Sí.
- Respuesta 3:
Sí.
- Respuesta 4:
No.
- Respuesta 5:
Sí, son muy agresivos.
- Respuesta 6:
Sí. por ejemplo un niño rebelde influye para que otros tomen la misma actitud.
- Respuesta 7:
Sí, son muy agresivos.
- Respuesta 8:
Sí. En algunos casos prefieren estar solos o piensan que todos quieren hacerles daño.
- Respuesta 9:
Sí.
- Respuesta 10:
Sí.

Se puede afirmar que el comportamiento de los niños respecto a otros se ve afectado y que mantener relaciones personales es muy difícil para ellos debido al sufrimiento que tuvieron al encontrarse en riesgo.

Pregunta 4:

¿Cuales son las consecuencias más graves que sufren los niños?

- Respuesta 1:
Se distraen más rápido, recordando su pasado.
- Respuesta 2:
Discriminación.
- Respuesta 3:
Baja autoestima, muchos cambios emocionales.
- Respuesta 4:
Tristeza.
- Respuesta 5:
Abandono, inseguridad, autoestima baja.
- Respuesta 6:
La falta de identidad, autoestima baja. Buscan llenar el vacío que ha dejado la ausencia de sus familias. Creo que a algunas adolescentes les afecta no haber tenido a sus padres y eso les las lleva a ellas a buscar a los del sexo opuesto,



entran en caprichos. Pero tanto, niños temen estar solos, andan en busca de sentirse aceptados o aceptadas.

- Respuesta 7:
Rechazo, inseguridad, autoestima baja.
- Respuesta 8:
Discriminación, abuso, aceptación.
- Respuesta 9:
Depresión.
- Respuesta 10:
No pueden dejar atrás su pasado para poder vivir el presente.

Analizando la respuesta se puede decir que las consecuencias más graves que sufren los niños en situación de riesgo son psicológicas ya que su autoestima, así también cómo su seguridad y estabilidad emocional se ve afectada con más frecuencia.

Pregunta 5:

¿Los niños muestran interés por recibir educación?

- Respuesta 1:
La mayoría no.
- Respuesta 2:
Algunos.
- Respuesta 3:
Algunos.
- Respuesta 4:
No.
- Respuesta 5:
No
- Respuesta 6:
Podría decir que se enmarcan dos actitudes: uno el espíritu de superación, otros muestran desinterés.
- Respuesta 7:
Algunos otros no lo hacen porque tienen que venir.
- Respuesta 8:
No contestó.
- Respuesta 9:
A veces.
- Respuesta 10:
No.

Es preocupante saber que según las respuestas, que muchos niños no muestran interés por la educación aunque tengan accesibilidad a esta.

Pregunta 6:

¿Se ve afectado el desarrollo de los niños físico y mental?

- Respuesta 1:
Sí. los problemas que han vivido no permiten que abran su mente con mayor facilidad.
- Respuesta 2:
Sí.
- Respuesta 3:
Sí.
- Respuesta 4:
Sí.
- Respuesta 5:
Sí y mucho.
- Respuesta 6:



Creo que el área más afectada es la mental, pero esto depende mucho de la personalidad y el carácter de cada adolescente. Tengo alumnos que tienen madurez y aceptan de manera positiva su realidad. Pero hay otros que actúan como que vivieran en su mundo de fantasía, como que si tienen el derecho de recibir todo lo que quieren y desean sin necesidad de esforzarse, lo que es más preocupante es que tengan una mentalidad atea.

- Respuesta 7:
Sí, mucho, tienen mala actitud.
- Respuesta 8:
No contestó.
- Respuesta 9:
Sí.
- Respuesta 10:
Sí.

Analizando la respuesta se puede confirmar que el desarrollo mental de los niños es de los más afectados al encontrarse en una situación de riesgo, esto es preocupante ya que muchos niños no logran recuperarse psicológicamente sin importar la cantidad de tiempo que pase.

Pregunta 7:

¿Cree usted que la sociedad acepta a los niños que se encuentran en instituciones?

- Respuesta 1:
No. La mayor parte de niños son discriminados y algunos más son tratados de manera diferente.
- Respuesta 2:
Muchas veces no.
- Respuesta 3:
Ahora son más aceptados que anteriormente.
- Respuesta 4:
No.
- Respuesta 5:
En su mayoría creo que sí.
- Respuesta 6:
Es difícil dar una respuesta concreta a esta pregunta. Considero que la sociedad muchas ocasiones actúa con indiferencia o con discriminación. La sociedad tiene una ideología equivocada. Esta debe aprender a verles con respeto e igualdad sabiendo que ellos tienen los mismos derechos y merecen las mismas oportunidades.
- Respuesta 7:
Ahora creo que sí, antes era más la discriminación.
- Respuesta 8:
No contestó.
- Respuesta 9:
Depende.
- Respuesta 10:
Probablemente un 40% sí.

Se puede determinar que la mayoría de la población no acepta que los niños abandonados busquen reintegrarse a la sociedad, esto es debido a la ignorancia que existe del tema en el país.

Pregunta 8:

¿En su posición de maestro cómo puede influir en la mejoría de los niños que se encuentran en la institución y en que estos sean aceptados socialmente?



- Respuesta 1:
Que los niños puedan saber de la vida fuera de Casa de Bernabé, de la realidad que se vive, aprender a resolver problemas y enfocarlos en Dios.
- Respuesta 2:
Hablando con ellos y decirles que a pesar de todo todos somos iguales y animarlos a que no pierdan la oportunidad de aprender.
- Respuesta 3:
Que tengan una buena educación, buenos principios y sobre todo temor a Dios, hablarle con la verdad de cómo es la sociedad, no crearles un mundo de fantasía que todo en la vida es gratis o que todo se los darán.
- Respuesta 4:
Amarlos como que fueran nuestra familia.
- Respuesta 5:
Enseñándoles con valores y principios, que ellos reconozcan el valor que tienen y lo que pueden hacer y lograr lo que se propongan siempre y cuando tengan a Dios en su corazón, lo reconozcan en sus caminos y sean temerosos a el.
- Respuesta 6:
Ayudarlos a que tenga una relación personal con dios. Trabajar en autoestima para que puedan tener un carácter firme y sólido en todas las áreas de sus vidas cuando tengan que enfrentarse a la sociedad. Si la sociedad no está preparada, ellos sí pueden estarlo. Influir positivamente para que se propongan metas y luchen por alcanzarlas.
- Respuesta 7:
Dándoles una educación con valores y principios que se puedan desenvolver en cualquier situación y que sean unos hombre y mujeres de bien, exitosos pero sobre todo que sean temerosos de Dios y enseñarles que pongan a Dios primero en toda su vida.
- Respuesta 8:
No contestó.
- Respuesta 9:
Aceptándolos tal y cómo son y creyendo en ellos y que pueden salir adelante.
- Respuesta 10:
Ayudándolos a poder dejar atrás su pasado y hacerlos sentir y creer que no todas las personas somos iguales.

Se puede concluir que los maestros forman una parte muy importante de la vida de los niños abandonados ya que estos pueden influir en la educación de esto así también en cultivar valores y principios en los niños. Los maestros pueden ayudar a mejorar el autoestima así también cómo la visión de un futuro en la vida de los niños y a ir superando su paso.

4.1.3 Instrumento 3

Personal encargado de cuidar a los niños.

Pregunta 1:

¿Cómo se vea afectada la conducta y temperamento de los niños debido a las situaciones de riesgo a las que se enfrentaron?

- Respuesta 1:
Es muy variado su temperamento y conducta debido al enojo que manejan.
- Respuesta 2:
llaman la atención de diversas maneras.
- Respuesta 3:
La mayoría se ven afectados, con falta de confianza contra los demás.



- Respuesta 4:
En todo sentido y desarrollan una conducta negativa y un temperamento agresivo.
- Respuesta 5:
Desarrollan mucha ansiedad e ira.
- Respuesta 6:
Rebeldía, desobediencia y frustración.
- Respuesta 7:
Actúan mal porque allí es cómo descargan el no contar con sus padres.
- Respuesta 8:
No contestó.

Se puede determinar que la conducta de los niños se ve afectada debido a las situaciones de riesgo a las que se enfrentaron creando comportamientos agresivos y reacciones negativas. Los niños tienden a desarrollar mucha ansiedad así también cómo rebeldía y frustración a lo largo de sus vidas.

Pregunta 2:

¿Se ve afectado el desarrollo físico y mental de los niños? como?

- Respuesta 1:
Es muy variado su temperamento y conducta debido al enojo que manejan.
- Respuesta 2:
Si, porque muchas veces el desarrollo no está acorde a su edad.
- Respuesta 3:
En algunos casos sí, pero no siempre.
- Respuesta 4:
si.
- Respuesta 5:
Si, hay un rompimiento en su proceso normal de desarrollo físico y mental.
- Respuesta 6:
Uno de los efectos físicos más comunes es la desnutrición y depende del tiempo en que se vieron expuestos marca el nivel de esta y aunque es un factor común no se da en todos los casos. Se dan retrasos académicos cómo problemas de aprendizaje, retrasos en su edad mental, autismo. Otros factores son: el miedo a ser abandonados, así cómo la baja autoestima.
- Respuesta 7:
Trastornos emocionales y su desarrollo.
- Respuesta 8:
Si porque todo el tiempo piensan cómo sería estar en familia.

Se puede confirmar que el desarrollo de los niños se ve muy afectado al encontrarse en situaciones de riesgo ya que se observa que los niños no se desarrollan según su edad y se da un rompimiento de su desarrollo físico cómo mental. Se dan muchos casos de desnutrición los cuales al no ser atendidos a tiempo pueden perjudicarles el resto de su vida.

Pregunta 3:

¿Los niños sufren de depresión por causa de las situaciones a las que se ven expuestos?

- Respuesta 1:
Los primeros días si, pero poco a poco se van recuperando.
- Respuesta 2:
Si.
- Respuesta 3:
Igual, cada caso es diferente, pero en el proceso de adaptación.
- Respuesta 4:
Si, en algunos.



- Respuesta 5:
Si.
- Respuesta 6:
Definitivamente todos los niños sufren de depresión, algunos más fuerte o más visible que otros. El problema es que a muchos les cuesta superar esto y cuando ya se ha logrado superar, sufren regresiones.
- Respuesta 7:
Si, por extrañar su entorno familiar.
- Respuesta 8:
Sufren de todo, es difícil esta situación.

Se puede determinar que los niños sin importar la edad pueden tener depresión debido a que sufrieron por diversas situaciones, en muchos casos esta depresión puede ser superada pero esto depende de la madurez del niño.

Pregunta 4:

¿Cuales son las consecuencias más evidentes que manifiestan los niños?

- Respuesta 1:
Hacerse pipí en la cama, enojo, agresividad, ansiedad y desánimo.
- Respuesta 2:
Falta de confianza, son introvertidos.
- Respuesta 3:
Ser posesivos, agresivos, exagerados, llorones etc.
- Respuesta 4:
Enojo.
- Respuesta 5:
Agresividad, tristeza, depresión, conductas precoces.
- Respuesta 6:
Baja autoestima, temores o miedos, agresividad en muchos casos, otros casos de victimización, problemas de aprendizaje, retraso de nivel académico, problemas de salud, somatización, entre muchos otros.
- Respuesta 7:
Inseguridad, temor y desconfianza.
- Respuesta 8:
No comprometerse con algo, les da igual todo.

Se puede determinar que las consecuencias más evidentes que manifiestan los niños es la falta de confianza, así también como comportamiento negativo.

Pregunta 5:

¿Cree usted que la sociedad acepta a los niños institucionalizados?

- Respuesta 1:
Algunos, pero la mayoría manifiestan lastima por ellos.
- Respuesta 2:
Porque no hay responsabilidad o acciones que apoyen estos niños.
- Respuesta 3:
No los aceptan y los discriminan por prejuicios.
- Respuesta 4:
Son pocas las posibilidades de ser adoptados.
- Respuesta 5:
No. Porque no hay políticas gubernamentales claras y fuertes para atender a los niños en situación de riesgo.
- Respuesta 6:
Las personas hoy en día están muy ocupadas en sus propios problemas y muchas veces piensan que en dar a una institución o a un niño unas cuantas monedas , ya están ayudando, incluso por experiencia sabemos que existen personas y comunidades enteras que ven a estos niños cómo víctimas y necesitados de ayuda, los ven cómo un problema y un contaminante social



para sus familias y comunidades, evitan que sus hijos tengan relación con estos niños sin conocerlos incluso en establecimientos educativos se da la discriminación y el bullying por parte de estudiantes cómo de maestros, marginarlos y dando cómo resultado que ocultan su realidad y empujándolos con esta situación a ser parte del bullying.

- Respuesta 7:
Si.
- Respuesta 8:
Si.

Se puede determinar que la sociedad no cuenta con mucha información del tema y por lo mismo discrimina en muchas situación a estos niños sin conocer sus casos, en el país no existe la cultura de adopción debido a los mitos que se han generado sobre los niños abandonados.

Pregunta 6:

¿Cómo se ven afectadas las relaciones personales de los niños debido a las situaciones a las que se vieron expuestos?

- Respuesta 1:
Les cuesta mucho aceptar que alguien los quiere debido a que las personas que debieron quererlos cómo sus padres no los quisieron.
- Respuesta 2:
En que no pueden socializar, y su desarrollo se ve atrasado.
- Respuesta 3:
Son inestables porque están sujetos a cambios constantes.
- Respuesta 4:
Les cuesta hacer amigos.
- Respuesta 5:
Tienden a ser en extremo desafortunados en relación con otras personas
- Respuesta 6:
Desarrollan una conducta de desconfianza y aunque pierdan parte de esta normalmente no es en su totalidad por el temor de volver a sufrir abandono de las personas a quienes se están apagando. Les cuesta hacer vínculos dar y recibir amor, y aunque están necesitados a ser amados mantienen sus reservas.
- Respuesta 7:
Se aíslan y tienen baja autoestima.
- Respuesta 8:
Les cuesta entrar en un círculo social ya que son excluidos por no tener papás.

Analizando las respuestas se puede decir que las relaciones personales de los niños se ven muy afectadas cómo causa de los problemas psicológicos que estos desarrollan tras verse en situaciones de riesgo. La baja autoestima de los niños crea que estos se aíslan y no buscan crear vínculos afectivos.

Pregunta 7:

¿Cree usted que la sociedad Guatemalteca hace algo para evitar la situación de riesgo de los niños?

- Respuesta 1:
No es algo que a la mayoría no le importe, ya que la mayoría vela solo por su bienestar y no le importa su prójimo.
- Respuesta 2:
No hay conciencia ni moral para evitar dicho fenómeno.
- Respuesta 3:
No, no existe una política eficiente del estado con programas preventivos y algunas veces reactivos.
- Respuesta 4:



- Si tomaran en cuenta este riesgo no hubieran niños sin familia.
- Respuesta 5:
No. pues no existe una política de población en relación a la concientización.
- Respuesta 6:
Realmente se queda corta la labor de muchas instituciones públicas y privadas que realizan para evitar esto. En nuestra cultura solo se trata la enfermedad pero no se previene dando como resultado muchos niños en riesgo sin la posibilidad de poder haberlo evitado.
- Respuesta 7:
Si hacen algo en las iglesias pero falta más información en la sociedad.
- Respuesta 8:
Si.

Se puede determinar según las respuestas que la sociedad guatemalteca no cuenta con la información necesaria sobre el tema de los niños abandonados, por lo que no se hace nada para evitar estas situaciones.

Pregunta 8:

¿Cómo padre encargado, cómo cree usted que puede contribuir a la mejoría de la calidad de vida de los niños?

- Respuesta 1:
Puedo contribuir mucho, cambiando su forma de pensar, enseñándoles lo valiosos que son, valorándolos mucho de esa forma pueden cambiar su mentalidad y forma una nueva generación. Mostrarles amor, dándoles confianza, protección y enseñándoles responsabilidades.
- Respuesta 2:
Crianza con valores y principios proveyendo lo necesario para el sustento y el nivel de vida adecuado para cada uno.
- Respuesta 3:
Ser conscientes de las necesidades. Establecer compromiso constante. Estableciendo conexión y estructura. Mejorando las relaciones interpersonales. Estableciendo un modelo diferente de vida que llene sus diferentes áreas personales.
- Respuesta 4:
Dándoles el afecto y amor que necesitan y creyendo en ellos.
- Respuesta 5:
Atender integralmente sus necesidades a través de proveerles una familia sólida.
- Respuesta 6:
Los derechos del niño dicen que todo niño tienen derecho a una familia por lo tanto es nuestra responsabilidad y obligación brindarles un ambiente en que ellos se sientan en familia seguro donde se les provea integralmente sus necesidades acompañada de la dosis de amor, comprensión entre otros.
- Respuesta 7:
Enseñándoles a ser buenas personas y enseñándoles principios y a conocer a Dios así cómo ser un buen ejemplo para ellos.
- Respuesta 8:
Ayudándoles a seguir adelante, diciéndoles que ellos pueden, dándoles amor y orando cada día por la preciosa vida de ellos.

Analizando las respuestas se puede determinar que los padres encargados son una parte muy importante para el desarrollo de los niños en la institución ya que estos sustituyen a los padres y les enseñan todo aquello que estos debieron enseñarles a los niños. Los padres encargados ayudan a los niños a sentirse seguros y a formar vínculos personales.



4.1.4 Instrumento 4

Directora de FUNPRONI

Pregunta 1:

¿La población del país se encuentra informada acerca de qué hacer si no desean conservar a sus hijos?

- Respuesta 1:

Sí. Se puede determinar que la población de Guatemala se encuentra informada de las medidas que debe tomar al no desear conservar a sus hijos, por lo que se puede definir que las personas que abandonan a sus hijos no lo hacen por falta de información.

Pregunta 2:

¿Cómo afecta socialmente a los ciudadanos el aumento del 20% de niños en situación de riesgo anualmente?

- Respuesta 1:

Tristeza e impotencia por la irresponsabilidad de los padres.

Se puede decir según la respuesta de la directora de FUNPRONI que la población del país se ve afectada por la irresponsabilidad de los padres de los niños en situación de riesgo.

Pregunta 3:

¿El aumento del 20% de niños en situación de riesgo anualmente atrasa el desarrollo del país? porque?

- Respuesta 1:

Sí, porque afecta todas las áreas del niños: psicológica, física y emocional.

Se puede determinar que el aumento del 20% de niños en situación de riesgo afecta al desarrollo del país ya que los niños son el futuro de este y una aparte de estos niños sufren de problemas psicológicos, físicos y emocionales.

Pregunta 4:

¿Considera que el tema es aceptado socialmente

- Respuesta 1:

Sí.

Según la directora de FUNPRONI el tema de niños en situación en riesgo es aceptado socialmente.

Pregunta 5:

¿Considera que la sociedad hace algo para combatir esta situación?

- Respuesta 1:

No.

Según la respuesta de la directora de FUNPRONI la sociedad guatemalteca no hace nada para combatir la situación de riesgo de estos niños, cosa que es muy alarmante

Pregunta 6:

¿Cree que nuestra sociedad se encuentra informada del tema?

- Respuesta 1:

Sí, pero le presentan oídos solo a lo que desean oír sin recibir un consejo sabio.

Según la directora de FUNPRONI la sociedad Guatemalteca si se encuentra informada sobre el tema pero esta no se preocupa por generar un cambio, cosa que

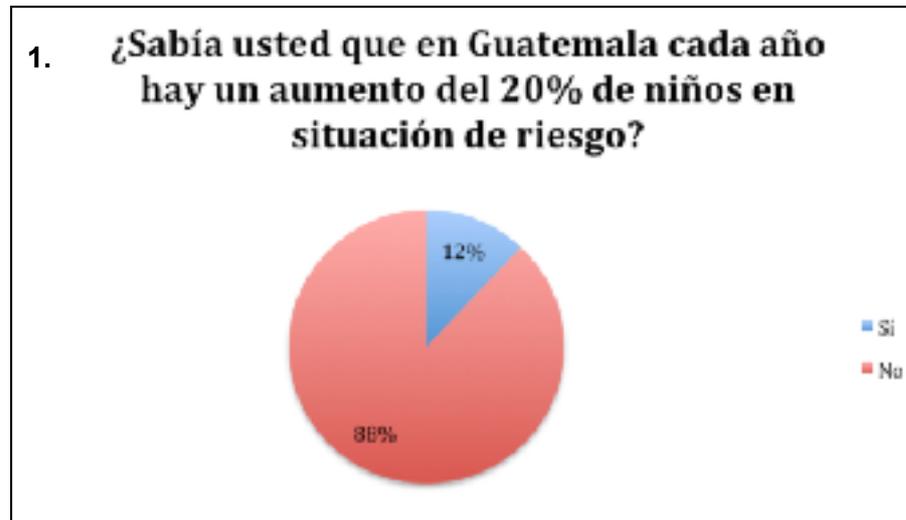


es muy preocupante ya que es necesario que la sociedad guatemalteca tome acciones sobre el tema

4.1.5 Instrumento 5

Ciudadanos de la Ciudad Capital de Guatemala

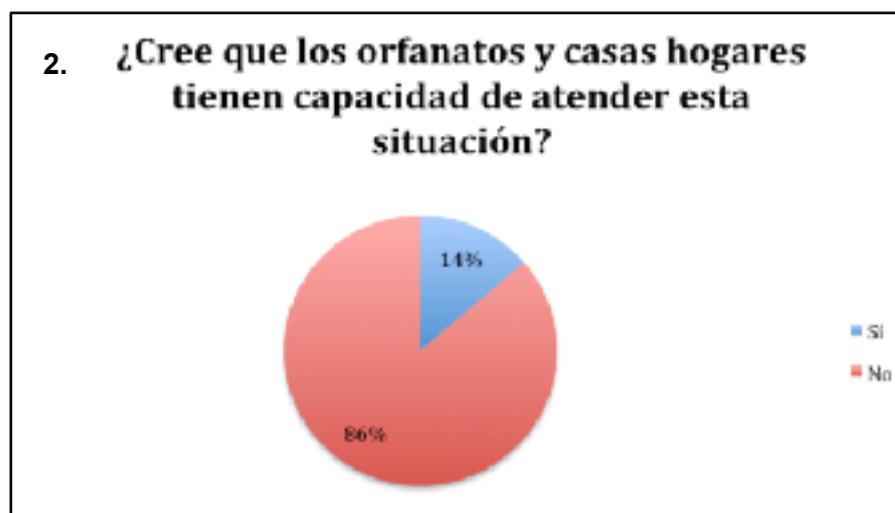
Gráfica 1



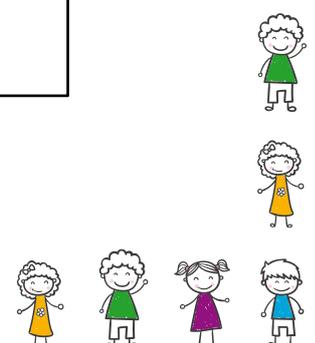
Fuente: propia

El porcentaje más alto de las personas entrevistadas dicen no conocer la cifra de niños en situación de riesgo anualmente, lo cual indica la falta de información que hay sobre el tema. Un muy bajo porcentaje dice conocer la cifra lo cual es muy preocupante.

Gráfica 2

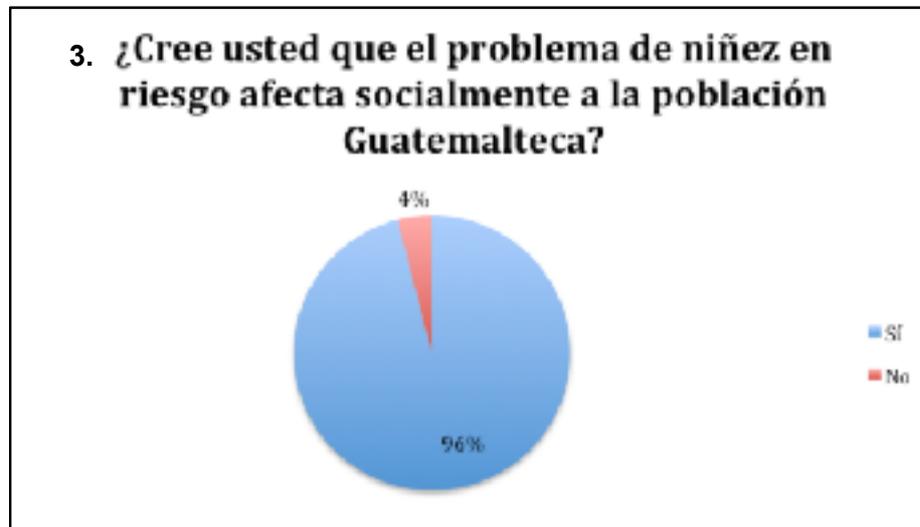


Fuente: propia



Un alto porcentaje de los entrevistados cree que las casas hogar no cuentan con capacidad para atender a los niños y niñas en situación de riesgo que existen el país, lo cual nos indica la poca credibilidad de estos establecimientos.

Gráfica 3



Fuente: propia

Un porcentaje alto de las personas entrevistadas cree que el aumento de niños en situación de riesgo afecta a la sociedad Guatemalteca, lo cual indica la importancia de tratar el tema ya que es visto como un problema social que puede afectar socialmente a la población Guatemalteca.

Gráfica 4

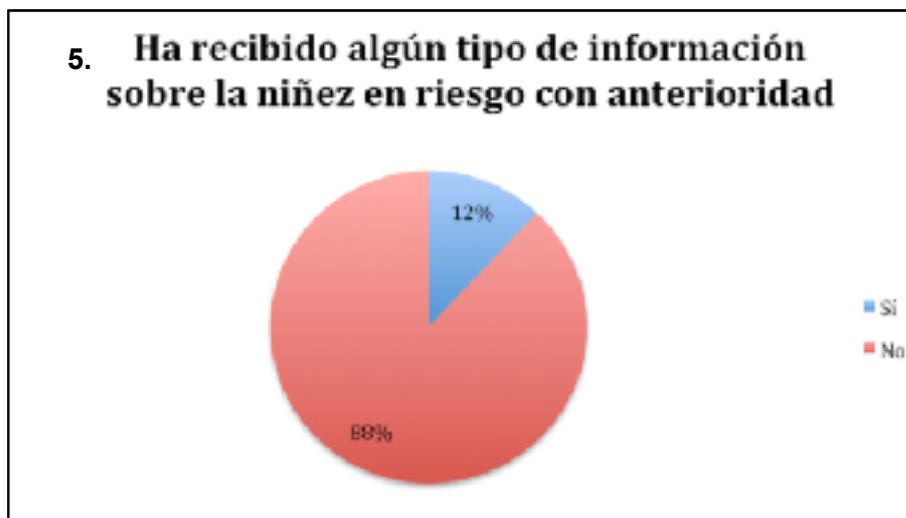


Fuente: propia

Un porcentaje alto de los entrevistados conoce las donaciones de ropa y víveres así como los apadrinamientos de niños como forma de ayuda, mientras un porcentaje más bajo conoce las donaciones en especie. Esto indica la importancia de informar sobre el resto de tipos de ayuda que se pueden aportar.



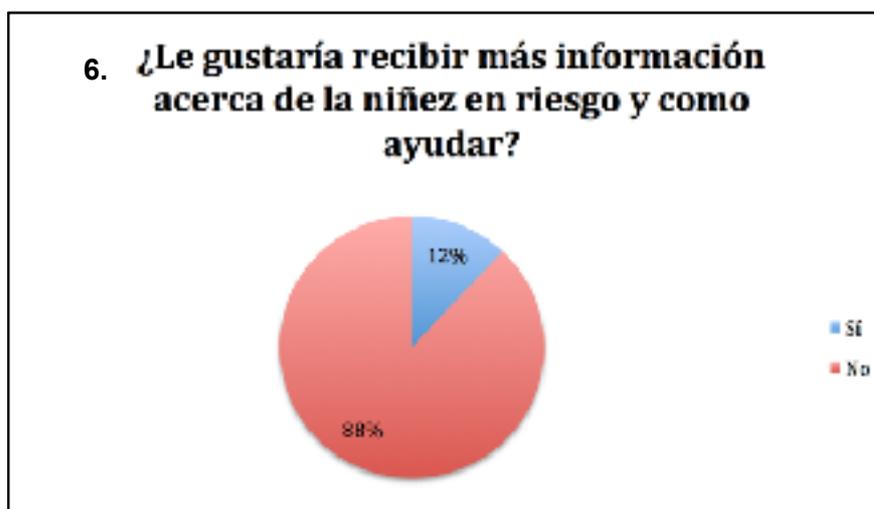
Gráfica 5



Fuente: propia

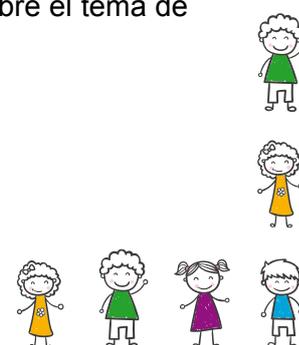
Un porcentaje alto de los entrevistados no ha recibido ningún tipo de información sobre la niñez en riesgo, lo cual indica la importancia de informar sobre el tema.

Gráfica 6



Fuente: propia

Un porcentaje alto de los entrevistados le gustaría recibir información sobre el tema de niñez en riesgo, esto indica el interés de la población sobre el tema.

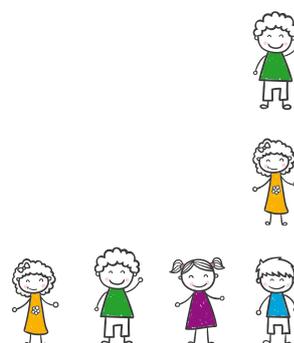


CONCLUSIONES

- Se determinó que el aumento del 20% de niños y niñas en situación de riesgo anualmente genera consecuencias para la Ciudad Capital, entre las que destacan: inseguridad, bajo nivel de educación y niveles altos de pobreza, que impiden el crecimiento de la ciudad, así como la disminución de inseguridad y de maras, lo cual hace que el desarrollo del país se ve atrasado.
- Se consultó con los expertos sobre las consecuencias que sufren los niños en situación de riesgo y se determinó que sufren consecuencias de dos tipos: Físicas y mentales. Consecuencias físicas, ya que la mayoría de niños provienen de hogares muy pobres y sufren de desnutrición, situación que en algunos casos se puede curar pero por desgracia en otros la desnutrición les afecta por el resto de su vida. Consecuencias mentales, debido a que la mayoría de niños sufren de depresión y baja autoestima y esto contribuye a que tengan problemas para relacionarse con ms personas y crear vínculos afectivos.
- Se consultó con la población su disposición para ayudar a las instituciones a cargo de niños y niñas en situación en riesgo y se determinó que la población se encuentra en disposición de ayudar a las instituciones encargadas

RECOMENDACIONES

- Al tomar en cuenta que el aumento del 20% de niños en situación de riesgo anualmente si trae consecuencias para el desarrollo de la Ciudad de Guatemala se recomienda crear materiales que informen sobre esta situación y la manera en que esta puede ser prevenida.
- A partir de que se conoce que las mayores consecuencias para los niños en situación de riesgo son físicas y mentales, se recomienda crear material gráfico en las instituciones dedicadas al cuidado de niños que informe sobre cómo pueden ser tratadas estas por las personas encargadas de los niños, así también material que ayude a los niños a entender su situación y cómo pueden salir adelante.
- Tomando en cuenta que la población se encuentra en disposición de ayudar a las instituciones a cargo de los niños y niñas en situación de riesgo pero se muestra desinformada sobre las formas de ayuda se recomienda crear material gráfico que traslade información sobre las diversas formas que se puede ayudar a estas instituciones para mejorar la condición de estos niños.



5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

5.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE DISEÑO

En la Ciudad de Guatemala existe un aumento anual del 20% de niños y niñas en situación de riesgo, estos niños y niñas sufren consecuencias a lo largo de su vida que los afectan mentalmente así como físicamente. También se determinó que es importante que las instituciones a cargo de estos niños informen bien a su personal sobre la manera en que estas consecuencias pueden ser tratadas y que los niños comprendan la situación en la que se encuentran y cómo pueden salir de esta.

Este aumento de niños y niñas en situación de riesgo no solo afecta propiamente al niño si no también trae grandes consecuencias a la Ciudad Capital, como lo son los altos niveles de pobreza, el bajo nivel de educación y la inseguridad, estas consecuencias impiden que la ciudad capital se vea desarrollada.

Las instituciones a cargo de estos niños buscan constante ayuda de la población ya que no cuentan con los insumos necesarios para darles una mejor calidad de vida a los niños. La población de la Ciudad de Guatemala muestra interés y disposición para ayudar a las instituciones que se encuentran a cargo de los niños y niñas en situación de riesgo aunque no conoce los diferentes tipos de ayuda que se les puede brindar a las instituciones.

Por lo tanto, se define como problema de diseño el bajo conocimiento de la población sobre los diferentes tipos de ayuda que se les puede dar a las instituciones a cargo de niños y niñas en situación de riesgo.

5.2 OBJETIVO DE DISEÑO

- Elaborar material de diseño digital de concientización con el fin de que la población se sensibilice acerca de la situación de los niños y niñas en situación de riesgo, así como las instituciones a cargo de estos niños y niñas.
- Elaborar material de diseño digital informativo con el fin de que se facilite el traslado de información, a la población, acerca de las distintas formas de ayuda con las que se puede apoyar a las instituciones a cargo de niños y niñas en situación de riesgo.

5.3 DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Parte de la información presentada fue construida con la ayuda de un instrumento. (Ver anexo 6)

5.3.1 Descripción Geográfica

Personas que viven en el Municipio de la ciudad de Guatemala.

5.3.2 Descripción Demográfica

Hombre y mujeres de 25 a 65 años de un nivel socioeconómico ABC que cuentan con un hogar establecido o que lo están empezando a formar. Son personas que cuentan con trabajos estables o negocios propios y que buscan mejorar constantemente.



Cuentan con valores establecidos y les gusta participar en actividades de ayuda social.

Cuentan con educación superior a nivel de licenciatura y algunos cuentan con maestrías. Estudiaron en instituciones privadas que contaban con un buen nivel de enseñanza. Trabajan en empresas privadas donde ocupan puestos importantes o cuentan con sus propias empresas.

Viven en las zonas 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, Carretera al Salvador, Muxbal y San Cristóbal. En casas o apartamentos que rentan o que en algunos casos son propias. Cuentan en sus hogares con las comodidades necesarias como: internet, teléfono, agua, luz, computadora y automóviles.³⁸

5.3.3 Descripción Antropológica y Psicográfica

Son personas muy trabajadoras que buscan un mejor futuro para ellos tanto como para su familia. Les interesa mucho ayudar al desarrollo del país ya que consideran que este cuenta con mucho potencial por lo que buscan diferentes formas para contribuir a este, consideran que los niños son el futuro de nuestro país por lo que creen que es importante invertir en ellos. En sus tiempos libres les gusta realizar deportes, actividades al aire libre así como asistir a actividades de beneficencia.

5.3.3.1 Cultura Visual

Son personas a las cuales que les atrae más la publicidad en redes sociales, vallas, mupis y gigantografías, debido a que no cuentan con tiempo suficiente para ver televisión, materiales impresos o prensa. Consideran que la publicidad debe tener fotografías o dibujos así también como un mensaje conciso. La tipografía que consideran más legible es la helvética y los colores que asocian con la niñez son: celeste, anaranjado y amarillo. En la televisión miran por lo general reportajes, noticias y series que son de su interés. Las redes sociales que más visitan son: Facebook e Instagram, a pesar que también les gusta ver las páginas web de cosas que son de su interés. (Ver anexo 6)

5.3.2 Idiomas

Su idioma materno es el español y hablan como segundo idioma el inglés en algunos casos.

5.4 CLIENTE

5.4.1 Descripción del Cliente

FUNPRONI o Casa Bernabé como es conocida es una fundación ubicada a las afueras de la Ciudad de Guatemala, siendo este un hogar que acoge alrededor de 150 niños, que provienen de situaciones de crisis y riesgo; así como referidos por los juzgados de la niñez y adolescencia.

³⁸ Nivel socioeconómico abstraído del estudio " Así somos los guatemaltecos ", realizado por la revista de D de Prensa Libre.



Cada niños y niña convive en un entorno familiar, viviendo en casa individuales con capacidad para 15 niños ubicados de acuerdo a edades y sexo. Cada casa está bajo la responsabilidad de una pareja que funge cómo padres.

Adicionalmente, se han establecido áreas de apoyo cómo: iglesia, clínica médica, trabajo social y psicológico, escuela, laboratorio de cómputo, carpintería, hortaliza, herrería, panadería, salón de belleza y áreas deportivas.

También se instruye a los niños en lo referente a música, y aprovechando los talentos descubiertos, se ha organizado una banda que ha participado en eventos nacionales e internacionales.

Hoy en día, también se está trabajando en un proyecto de inserción, por medio del cual, se orienta a los jóvenes, para que al sobrepasar la mayoría de edad, disponiendo de sus dones y habilidades, se esfuercen por cumplir metas y sean hombres y mujeres de bien.³⁹

5.4.1.1 Misión

FUNPRONI es una fundación establecida con valores y principios bíblicos comprometidos a promover protección, amor y desarrollo integral a niñas, niños y adolescentes para una adecuada reinserción social que fortalezca a la familia.⁴⁰

5.4.1.2 Visión

Ser una organización modelo, que busca liderar iniciativas para erradicar la desprotección de la niñez y generar programas de desarrollo integral que propicien la preservación y fortalecimiento de la familia.⁴¹

5.4.1.3 Objetivos

El hogar de Niños Casa Bernabé, que en lo sucesivo se le denominará simplemente hogar, o Casa Bernabé, es una Dependencia de la Fundación Protectora del Niño Huérfano, que en lo sucesivo se de le denominará simplemente FUNPRONI, destinada a realizar una función altruista y benéfica a favor de niños huérfanas y niños necesitados, de conformidad con los propósitos y fines que se señalan en los estatutos de FUNPRONI y los estatutos propios de Casa Bernabé, así como lo que estipula el Reglamento Interno.⁴²

5.4.1.4 Datos Importantes

FUNPRONI: Fundación Protectora del Niño Huérfano, Casa Bernabé, fue legalmente establecido por el acuerdo gubernativo 571-84, con fecha de creación del 9 de julio de 1984.⁴³

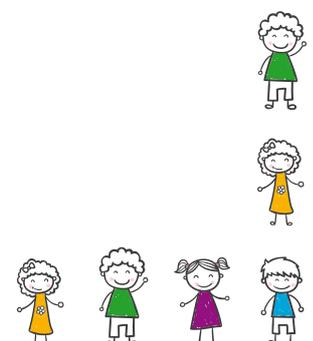
³⁹ Información proporcionada por FUNPRONI

⁴⁰ Información proporcionada por FUNPRONI

⁴¹ FUNPRONI. Disponible en <http://funproni.org/>. [Consulta: 20/06/2016]

⁴² FUNPRONI. Disponible en <http://funproni.org/>. [Consulta: 20/06/2016]

⁴³ FUNPRONI. Disponible en <http://funproni.org/>. [Consulta: 20/06/2016]



Trabajan internacionalmente con FOCE (Friends of the Children Everywhere) en los Estados Unidos. www.asocrigua.org

Miembro de ASOCRIGUA (Asociación de Hogares Cristianos de Guatemala) www.foce.org

Acreditado por el Consejo Nacional de Adopciones (CNA).

Casa Bernabé cuenta con un personal Guatemalteco comprometido y recibe apoyo de misioneros de diferentes partes del mundo.

5.4.2 Identidad Gráfica

5.4.2.1 Logotipo FUNPRONI y Casa Bernabé

Figura 6
Logotipo FUNPRONI



Fuente: Sara de Ruano - Relaciones Públicas FUNPRONI

Figura 7
Logotipo Casa Bernabé



Fuente: Sara de Ruano - Relaciones Públicas FUNPRONI



6.4.2.2 Trifoliar

Figura 8
Trifoliar Casa Bernabé



Fuente: Sara de Ruano - Relaciones Públicas FUNPRONI

Figura 9
Trifoliar Casa Bernabé



Fuente: Sara de Ruano - Relaciones Públicas FUNPRONI

5.4.3 Posicionamiento

La fundación se ve posicionada como la protectora de los niños y niñas en situación de riesgo.⁴⁴

5.4.4 Recursos Financieros

La organización se mantiene por medio de recaudación de fondos, los cuales son donados por empresas privadas así como por personas individuales, así también trabajan con el sistema de apadrinamiento de niños y niñas que se albergan en este lugar.

⁴⁴ RUANO, Sara - Relaciones públicas FUNPRONI



5.4.5 Área de cobertura

Casa Bernabé recibe niños que residen en su mayoría en la ciudad capital, aunque en algunos casos llegan niños de diferentes departamentos y municipios.



5.5 PROPUESTA DE DISEÑO

5.5.1 Conceptualización

Para obtener la propuesta de diseño se realizaron tres diferentes procesos de conceptualización: lluvia de ideas, opuestos y relaciones forzadas.

5.5.1.1 Lluvia de Ideas

La lluvia de ideas es un proceso por medio del cual se busca generar creatividad mental respecto a un tema específico. La lluvia de ideas consiste en la búsqueda de palabras o conceptos que surjan de manera espontánea y rápida que se puedan relacionar con el tema previamente establecido.⁴⁵

Propuesta de Conceptos:

1. Voluntarios por una vida mejor: se eligió este concepto para transmitirle a los posibles espectadores que gracias a su ayuda los niños en situación de riesgo tienen una vida mejor.
2. Elecciones de amor: se escogió este concepto ya que la elección de ayudar a niños en situación de riesgo debe estar acompañado de compasión y amor.
3. Futuros llenos de color: se escogió este concepto ya que el futuro de los niños rescatados está lleno de cambios positivos.
4. Sueños de los adultos del futuro: Se escogió este concepto ya que los niños son los adultos del futuro y si estos se desarrollan en un ambiente peligroso o violento esto se verá reflejado en nuestra sociedad. Por lo que es necesario sacarlos de este ambiente y cumplirles su sueños de un mejor futuro. (Ver anexo 7)

5.5.1.2 Opuestos

La técnica de opuestos es un proceso por medio del cual se busca generar creatividad mental. Este proceso consiste en realizar una lista de palabras y luego escribir las palabras opuestas de estas para luego relacionarlas y crear un concepto.

Posibles Conceptos:

1. Soñar ayuda a crear una mejor realidad: se eligió este concepto ya que si no nos preocupamos con soñar que exista una mejor realidad para los niños en situación de riesgo esto siempre estarán ligados a su pasado.
2. La indiferencia también golpea: se busca dar a entender que la indiferencia de las personas para ayudar a los niños en situación de riesgo también los afecta, ya que les impide tener un mejor futuro.
3. La ignorancia nos ata al pasado: esto es debido a que si las personas no se educan en las diferentes maneras de ayuda nunca veremos cambios y el futuro será igual al pasado. (Ver anexo 8)

⁴⁵ Definición ABC. Definición de lluvia de ideas. Disponible en <http://www.definicionabc.com/comunicacion/lluvia-de-ideas.php> [Consulta: 23/07/2016]



5.5.1.3 Relaciones Forzadas

La técnica de relaciones forzadas consiste en forzar una relación entre dos o más palabras o ideas que no tiene nada en común, con el objetivo de generar nuevas ideas. Para realizar este proceso uno se puede apoyar del brainstorming.⁴⁶

Posibles conceptos:

1. Compañía llena de ternura: donar tiempo a los niños y niñas que se encuentran en instituciones nos llena de ternura y agradecimiento.
2. Infancia llena de color: hace referencia a el tipo de infancia que deberían tener todos los niños.
3. Nuestros instintos nos llevan en busca de la felicidad: el fin del ser humano es encontrar su felicidad y tranquilidad, sin importar cual sea esta para cada quien. (Ver anexo 9)

5.5.1.4 Concepto Final

5.5.1.4.1 Campaña de Concientización

La indiferencia también golpea: se eligió este concepto ya que le habla directamente al espectador y le resalta que es necesario preocuparnos por los niños de nuestro país ya que el no hacer nada también los daña.

5.5.1.4.1 Campaña Informativa

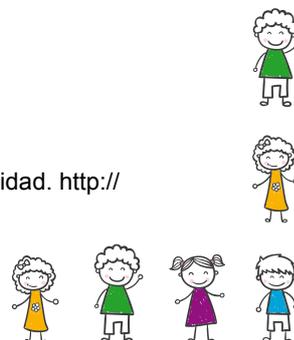
Construyendo una mejor realidad: Este concepto se generó del concepto “soñar nos ayuda a crear una mejor realidad”, se tomó este concepto y se buscó que fuera más corto y directo. Se eligió el concepto “Construyendo una mejor realidad” ya que incita directamente a trabajar por un mejor futuro y realidad y cambiar la situación actual del país.

6.5.2. Descripción de la propuesta Gráfica

5.5.2.1 Tipo de Material Gráfico

El material informativo es todo aquel material que busca informar y comunicar con el fin de dar a conocer puntos o aspectos relevantes de un tema específico. Su principal objetivo es orientar y persuadir al espectador por medio de la información que se le da a través de este material. Es importante que el mensaje capte la atención del espectador, por medio de imágenes o elementos de diseño, para lograr influir en su toma de decisión.

⁴⁶ Rincón de la Psicología. La técnica de las relaciones forzadas para potenciar la creatividad. <http://www.rinconpsicologia.com/2011/10/la-tecnica-de-las-relaciones-forzadas.html>



5.5.2.2 Descripción e implementación de piezas

Tabla 1

CAMPAÑA INFORMATIVA			
Pieza	Propósito	Características	Estrategia
Facebook	Informar sobre los diferentes tipos de ayuda que se pueden dar a las instituciones a cargo de los niños y niñas en situación de riesgo	Fotografías que llamen la atención acompañadas de mensajes directos y puntuales. Así como, la creación de eventos que incentiven a la audiencia a participar y ayudar	Post semanales con información sobre los diferentes tipos de ayuda Post de calendario mensual de actividades
Página Web	Crear un espacio en la página actual que facilite el porte de donativos y que explique con mayor detalle el tema de donaciones	Generar un espacio en la página que cuente con toda la información necesaria sobre los distintos tipos de donativos que sea amigable para la audiencia y que les llame la atención	Habilitar un espacio en el cual se puedan hacer los donativos
Instagram	Mantener en la mente de la audiencia la institución así como los distintos tipos de ayuda que existen	Fotografías que apelen a los sentimientos de la audiencia	Fotografías de las donaciones que se dan así como de los donantes cada semana
Boletín informativo	Informar a la audiencia sobre los acontecimientos en la institución	Utilización de fotografías y colores que identifiquen a la institución. Utilización de una diagramación que facilite la lectura y comprensión	Boletín mensual informativo

Fuente: Propia

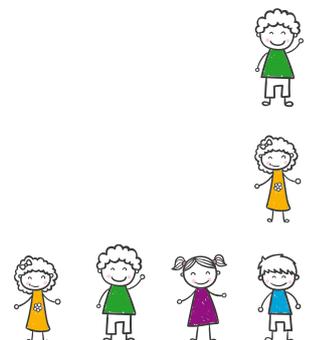


Tabla 2

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN			
Pieza	Propósito	Características	Estrategia
Página Web	Crear un espacio en la página actual que cuente las historias de los niños, así como de las personas que los cuidan	Generar un espacio en la página actual que cuente con las historias de los niños y personal en las casa hogares así como fotografías	Actualización de las historias cada 15 días. Alternando una historia de un niño con una de alguien del personal
Instagram	Contar historias por medio de fotografías para concientizar a la población sobre la situación de los niños	Fotografías que apelen a los sentimientos de la audiencia	Subir secuencia de imágenes todos los días para que se construya una historia semanalmente
Facebook	Concientizar sobre la situación de niños y niñas en situación de riesgo, así como las necesidades de los hogares que acogen a estos niños	Fotografías que llamen la atención acompañadas de mensajes directos y puntuales. Así como la creación de eventos que incentiven a la audiencia a participar y ayudar	Post que muestren las actividades que se realizan semanalmente

Fuente: Propia

5.5.3 Descripción del Mensaje

5.5.3.1 Contenido del Texto

Campaña informativa:

- Niñez en riesgo
- ¿Cómo funcionan las casa hogares?
- ¿Cómo puedo ayudar?
- Tipos de ayuda

Campaña de concientización:

- Niñez en riesgo
- Consecuencias para los niños
- Historias
- ¿Cómo ayudar?



5.5.3.2 Contenido gráfico

Tabla 3

Campaña informativa Concepto: Construyendo una mejor realidad			
Elementos Gráficos	Función	Tecnología	Expresión
Color	Asociación del tema, que este llame la atención de la audiencia	Colores planos, que no sean muy fuertes	Esperanza Tranquilidad
Imágenes	Muestra de la realidad de los niños	Fotografías para mostrar la realidad de los niños y que muestren al personal que los cuida	Identificación
Diagramación	Facilitar la lectura y organizarla de forma que sea interesante para la audiencia	Jerarquías del texto Utilización de resticula	Orden Interés
Tipografía	Facilitar la lectura	Tipografía San serif	Claridad
Soporte	Compartir la información por medio de diferentes plataformas digitales	Digital: facebook, instagram, mailing y web	Accesibilidad

Fuente: Propia



Tabla 4

Campaña de concientización Concepto: La indiferencia también golpea			
Elementos Gráficos	Función	Tecnología	Expresión
Color	Asociación del tema, que este llame la atención de la audiencia	Colores planos, que no sean muy fuertes	Esperanza Tranquilidad
Imágenes	Muestra de la realidad de los niños	Fotografías para mostrar la realidad de los niños y que muestren al personal que los cuida	Identificación
Diagramación	Facilitar la lectura y organizarla de forma que sea interesante para la audiencia	Jerarquías del texto Utilización de resticula	Orden Interés
Tipografía	Facilitar la lectura	Tipografía San serif	Claridad
Soporte	Compartir la información por medio de diferentes plataformas digitales	Digital: facebook, instagram y web	Accesibilidad

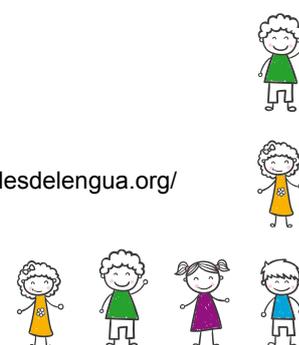
Fuente: Propia

5.5.3.3 Tono de Comunicación

Se utilizará el lenguaje coloquial, el cual se emplea en un contexto informal y familiar. Este lenguaje se utiliza en las conversaciones cotidianas de forma natural sin importar la profesión o estatus social de las personas.⁴⁷

El lenguaje coloquial se aplicará por medio del pronombre personal “Tú” para dirigirse a la audiencia, ya que este pronombre expresa más confianza en las personas.

⁴⁷ Materiales, lenguaje y literatura. El registro coloquial. Disponible en http://www.materialesdelengua.org/LENGUA/comunicacion/variedades_lengua/lenguacoloquial.htm



6.DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 PROCESO DE BOCETAJE

6.1.1 Línea Gráfica

Retícula

A partir de la identidad gráfica de la institución se realizó el proceso de bocetaje de las retículas. El tamaño de las retículas se encuentra en dos tamaños diferentes los cuales pertenecen a las redes sociales a las cuales se aplicarán estas, a continuación se especifican márgenes y tamaños por cada una de las redes sociales que se utilizarán.

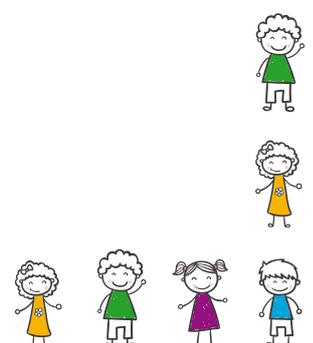
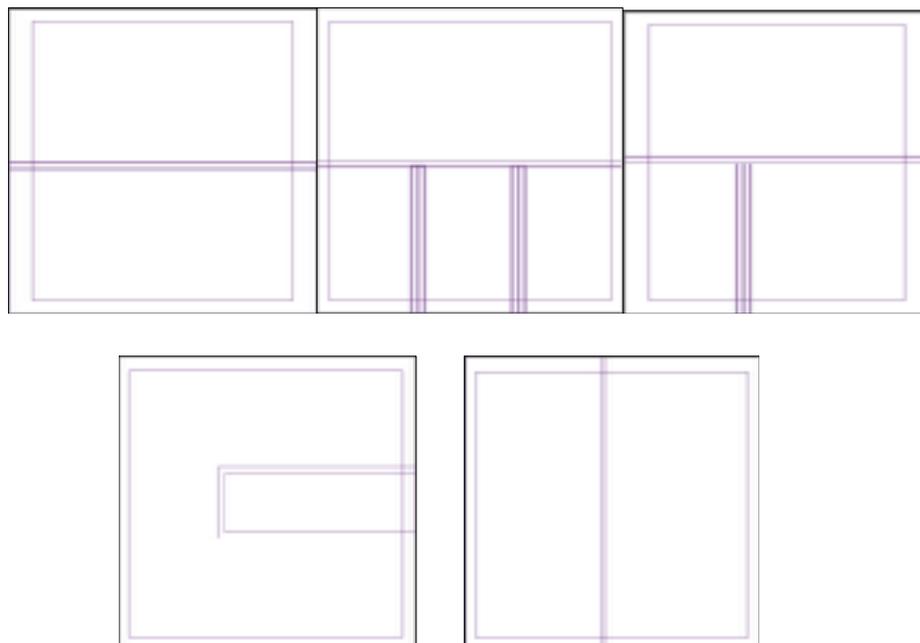
Corresponden a las redes sociales donde se colocarán, estos son de 1200px x 900px para post de Facebook y de 1080 x 1080 px para Instagram.

Para Instagram se utilizará un tamaño de imágenes de 1080 x 1080 px y se contará con los siguientes márgenes:

Margen Izquierdo: 29.18 px
Margen Derecho: 29.18 px
Margen Superior: 29.18 px
Margen Inferior: 29.18 px

Para Facebook se utilizará un tamaño de imágenes de 1200 x 900 px y se contará con los siguientes márgenes:

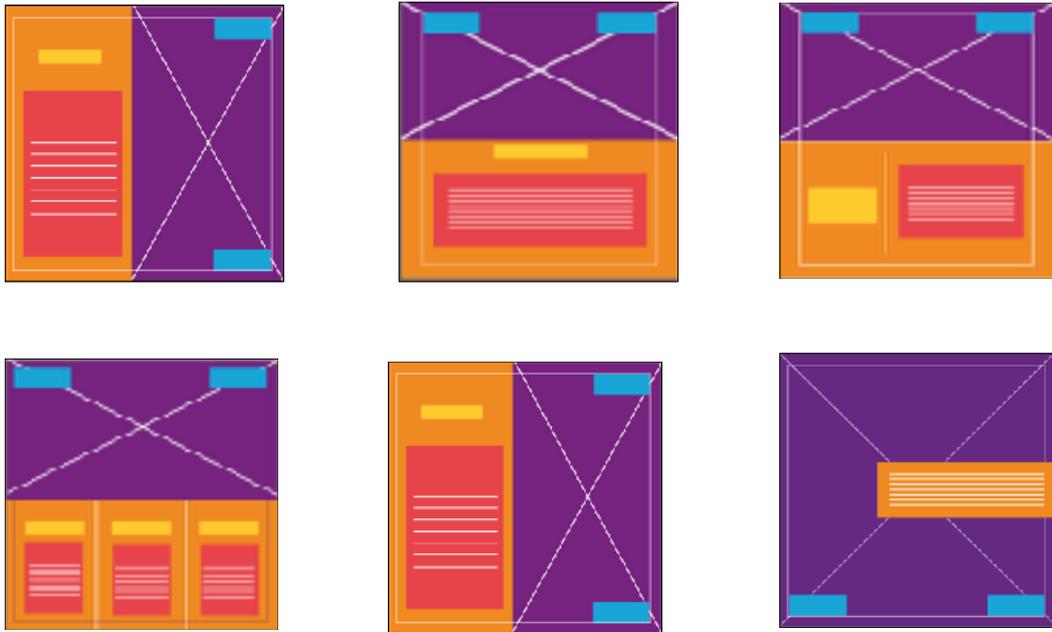
Margen Izquierdo: 29 px
Margen Derecho: 29 px
Margen Superior: 29 px
Margen Inferior: 29 px



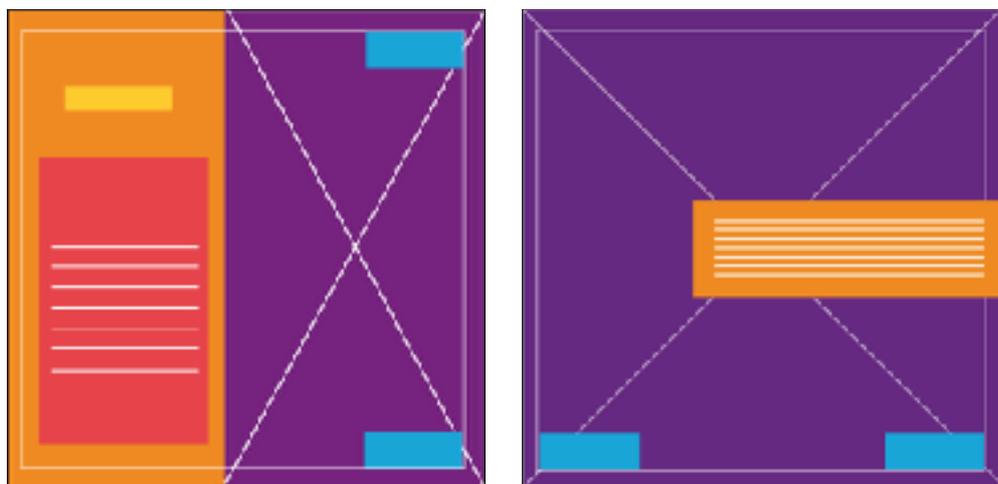
Las retículas que se utilizarán se eligieron debido al dinamismo que tienen y a que permiten colocar imágenes grandes así como textos que sean fácil de leer.

Layout

Con base en las retículas bocetadas y los tamaños especificados anteriormente se realizó el bocetaje de los layouts.



Los layouts que se utilizaran serán los siguientes debido a su dinamismo y que permiten que los textos sean de fácil lectura y las imágenes grandes.



Jerarquía

La jerarquía de los elementos dentro de la retícula será la siguiente forma:

- Imágenes
- Títulos
- Cuerpo de texto
- Logotipo de la institución

Los títulos y cuerpos de texto se clasificaron no solo por tamaño de tipografía sino también por el cambio de esta.

Tipografías

Se bocetaron diferentes tipos de combinaciones de tipográficas que se acoplara a los conceptos y se identificaron con los niños. A continuación, se muestran las distintas combinaciones realizadas:

<p>Título Subtítulo Cuerpo del texto OTROS TIPOS DE TEXTO</p>	<p>Título SUBTÍTULO Cuerpo del texto Otros tipos de texto</p>	<p>Título SUBTÍTULO Cuerpo del texto OTROS TIPOS DE TEXTO</p>
<p>Título Subtítulo Cuerpo del texto OTROS TIPOS DE TEXTO</p>	<p>Título SUBTÍTULO Cuerpo del texto Otros tipos de texto</p>	<p>TÍTULO Subtítulo Cuerpo del texto OTROS TIPOS DE TEXTO</p>
<p>Título Subtítulo Cuerpo del texto Otros tipos de texto</p>	<p>TÍTULO Subtítulo Cuerpo del texto Otros tipos de texto</p>	<p>Título Subtítulo Cuerpo del texto Otros tipos de texto</p>
<p>Título Subtítulo Cuerpo del texto Otros tipos de texto</p>	<p>Título Subtítulo Cuerpo del texto Otros tipos de texto</p>	<p>Título SUBTÍTULO Cuerpo del texto OTROS TIPOS DE TEXTO</p>



Las tipografías elegidas fueron las siguientes:



Título: bonjour

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
& / ? ; % \$ ' ! #

Subtítulo: Shadows into light

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
& / ? ; % \$ ' ! #

Cuerpo del texto: Helvética

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
& / ? ; % \$ ' ! #

Otros tipos: Shree Devanagari 714

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
& / ? ; % \$ ' ! #



Colores

Se decidió utilizar los primarios y secundarios ya que estos son los primeros que los niños aprenden y se asocian más a la niñez.

Rojo:



El color más ardiente y más dinámico, el rojo es activador, estimulador, apasionado, excitante y poderoso.

Dónde usarlo: Usarlo mínimamente en su forma más pura, como un acento para llamar la atención en elementos críticos. Para representar diseños que ilustren poder y pasión. Un rojo brillante permite dar sensación de dinamismo y energía.⁴⁸

Amarillo:



El más brillante y energizante de la mayoría de colores cálidos, el amarillo es alegre, cálido, estimulante y expansivo.

Dónde usarlo: Para dar una impresión de felicidad y alegría. En su forma pura, puede ser usado para diseño relativos a los niños, mientras que los tonos más oscuros se pueden utilizar para dar una sensación de antigüedad. El amarillo brillante puede contribuir a dar una sensación de energía, espontaneidad y juventud.

Azul:

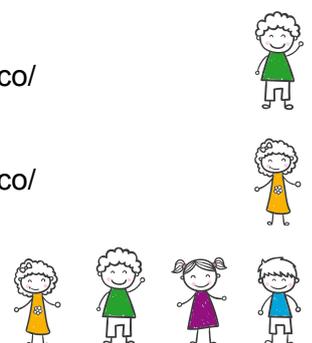


Azul representa la fiabilidad, confianza y seguridad. También se puede caracterizar la calma y espiritualidad.

Dónde usarlo: Los azules oscuros, son excelentes para las empresas, y diseños de negocios ya que transmiten sensaciones de credibilidad, profundidad y fuerza. Los tonos más claros, se puede utilizar para los sitios web sociales que representan a la calma y amistad.⁴⁹

⁴⁸ Red cuadrada, La psicología del color aplicada al diseño gráfico. <http://www.redcuadrada.com/es/la-psicologia-del-color-aplicada-al-diseno-grafico/> [Consulta: 8/8/2016]

⁴⁹ Red cuadrada, La psicología del color aplicada al diseño gráfico. <http://www.redcuadrada.com/es/la-psicologia-del-color-aplicada-al-diseno-grafico/> [Consulta: 8/8/2016]



Naranja:



El naranja es un color equilibrado que es vibrante y energético, como agradable y acogedor.

Dónde usarlo: Para dar una impresión agradable y acogedora, sin ser abrumadora. Para diseños que representan movimiento y energía, sin ser arrolladores. El naranja contagia sentimientos de diversión, alegría y actividad.⁵⁰

Verde:



Este color secundario, es tranquilizante, equilibrado y rejuvenecedor. El verde representa la estabilidad e inspira a la posibilidad. Representa esperanza y naturaleza por excelencia.

Dónde usarlo: Para representar balance y armonía en un diseño. Use tonos más oscuros para representar estabilidad y prosperidad.⁵¹

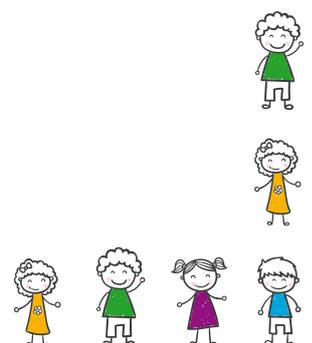
Morado:



El morado representa nobleza, la abundancia, y dignidad, pero también puede comprender la creatividad y la imaginación.

Dónde usarlo: Los tonos más oscuros del morado, caracterizan la riqueza y el lujo. Los tonos más suaves, se pueden asociar con la primavera y el romance. Es un color que se relaciona con la sabiduría e inteligencia.⁵²

⁵⁰ Red cuadrada, La psicología del color aplicada al diseño gráfico. <http://www.redcuadrada.com/es/la-psicologia-del-color-aplicada-al-diseno-grafico/>



Elementos gráficos

Se utilizaron los elementos gráficos establecido ya por la institución y se agregó un cintillo.

Logo de la institución:



Campaña de Concientización Facebook:

Se realizaron 24 post de Facebook, los cuales se publicarán uno semanal durante un periodo de 6 meses, estos son de 1200 x 900 px, la cual es la medida estipulada por Facebook.

La diagramación utilizada es jerárquica, para mantener orden en el contenido, la jerarquía utilizada busca resaltar las imágenes seguido de los títulos y los contenidos. Los títulos se colocaron en color cian y en la tipografía Gotham HTF, la cual corresponde a la tipografía que utiliza la institución, abajo de los títulos se colocó el contenido en color blanco para que contrastara con el fondo. En el lado izquierdo del formato se encuentran las imágenes.

El logotipo de FUNPRONI se colocó en el lado izquierdo y el de casa Bernabé en el lado derecho del formato. El fondo utilizado es el que utiliza la institución en su página web actual y en afiche que se realizaron anteriormente.

Esta campaña se decidió cambiarla ya que las piezas se miran desordenadas y el fondo no permite que el contenido se visualice y su lectura sea fácil. Las imágenes se apreciaban bien debido a la transparencia azul que tenían sobre estas y el material no era atractivo para el grupo objetivo.

A continuación, se muestran los post realizados:





Visítanos en GRUPO

Los equipos contribuyen a trabajar proyectos en todo el año, en calidad de niños y ayuda para los padres de la casa. Las visitas de grupo tienen por lo general una duración de una semana, y pueden albergar equipos de hasta 40 personas. Los grupos se alojan en nuestros dormitorios.

Más información:
www.funproni.org
 Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
 Teléfono: 6634 4975 o 3040 7171

FUNPRONI

CASA BERNABÉ



Campaña de Concientización Instagram:

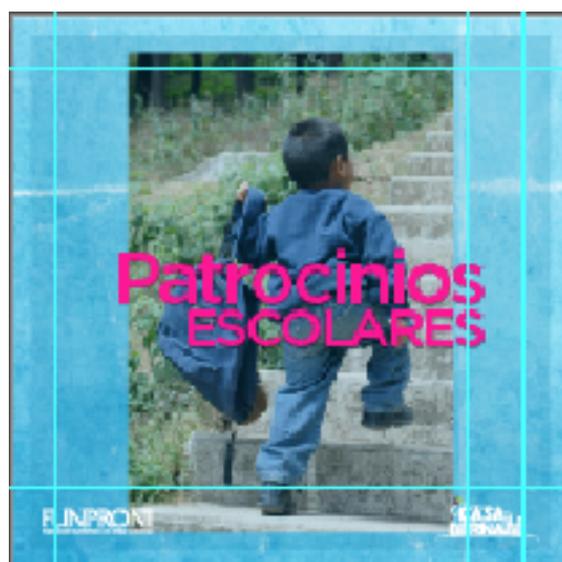
Se realizaron 24 post de Instagram, los cuales se publicarán uno semanal durante un periodo de 6 meses, estos son de 1080 x 1080 px, la cual es la medida estipulada por Instagram.

La diagramación utilizada es jerárquica, para mantener orden en el contenido, la jerarquía utilizada busca resaltar las imágenes seguido de los títulos y los contenidos. Los post se separaron en post con imágenes y en post con contenido debido a que el formato es más reducido. Los post que contienen imágenes cuentan con la imagen centra con una transparencia azul encima y el título sobre esta. Los títulos se colocaron en color cian y en la tipografía Gotham HTF, la cual corresponde a la tipografía que utiliza la institución. En los post de contenidos se colocó abajo de los títulos el contenido en color blanco para que contrastara con el fondo. En el lado izquierdo del formato se encuentran las imágenes.

El logotipo de FUNPRONI se colocó en el lado izquierdo y el de casa Bernabé en el lado derecho del formato en ambos tipos de publicaciones. El fondo utilizado es el que utiliza la institución en su página web actual y en afiche que se realizaron anteriormente.

Esta campaña se decidió cambiar ya que no llamaba la atención del grupo objetivo y a pesar que la red social en la cual se iban a publicar esta enfocada a las imágenes estas no se apreciaban bien en las piezas, los contenidos son muy extensos y no son llamativos para el grupo objetivo.

A continuación, se muestran los post realizados:





Cintillo:

Cintillo campaña de concientización:

En el cintillo se colocó el logotipo de Casa Bernabé, hashtag de la campaña y una pequeña leyenda la cual puede cambiar según el arte que se esté utilizando, el color del cintillo puede variar entre la paleta de colores ya establecida.



Cintillo campaña informativa:

En el cintillo se colocó el logotipo de Casa Bernabé, hashtag de la campaña, el color del cintillo puede variar entre la paleta de colores ya establecida.



Campaña de concientización en Facebook:

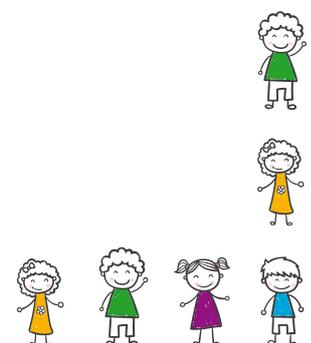
Se realizaron 24 post para la campaña de concientización ya que se publicará uno semanalmente durante un periodo de 6 meses, para no saturar el medio y que los post pasen por alto.

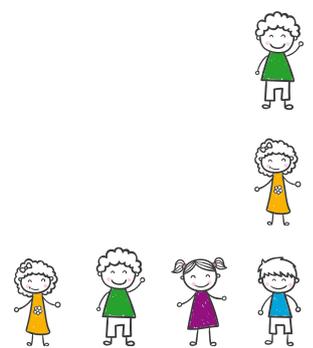
La diagramación utilizada fue Jerárquica, ya que esta permite mantener un orden en los textos y al mismo tiempo colocar estos de una forma dinámica. La jerarquía utilizada busca que las imágenes sean lo más importante seguido de los títulos y los textos.

Los colores, tipografía y cintillo utilizados se usaron con base en lo establecido anteriormente. El formato utilizado para los post es de 1200 x 900 px, ya que este es el formato establecido por facebook para las imágenes. Las imágenes utilizadas fueron seleccionadas ya que se deseaba que estas mostrarán a los niños realizando actividades de su vida diaria en la institución.

Los textos se colocaron sobre un recuadro de color con transparencia para resaltar estos y que fueran legibles a pesar que se encuentran sobre la imagen, fueron escritos de forma retórica, afirmaciones y en forma de pregunta para que el público reflexionara y se cuestionara sobre la situación de los niños y la ayuda que necesita la institución para poder darles un mejor futuro a los niños. Para esta campaña se utilizó el hashtag "Somos el Cambio".

A continuación, se muestran los 24 post realizados:





Campaña de concientización en Instagram:

La campaña de concientización en Instagram tendrá una duración de 6 meses en los cuales se hará una publicación semanal, por lo que se realizaron 24 publicaciones diferentes. Esto se realizó de esta forma para no saturar el medio.

La diagramación empleada es jerárquica, ya que esta permite darle más importancia a los elementos que se desean resaltar más. La jerarquía utilizada busca que las imágenes sean lo más importante seguido de los títulos y los textos.

Los colores, tipografía y cintillo utilizados se usaron con base en lo establecido anteriormente. El formato utilizado para las publicaciones de instagram es de 1080 x 1080 px, ya que este es el formato establecido por instagram para las imágenes. Las imágenes utilizadas muestran a los niños realizando diferentes actividades y estas se relacionan con los textos.

Los textos fueron colocados sobre un recuadro de color con transparencia para que los textos fueran legibles a pesar que se encuentran sobre la imagen, se busca que por medio de los textos utilizados el grupo objetivo reflexione sobre la situación de los niños y la institución. Las piezas estan acompañadas del cintillo que contiene el hastag "Somos el Cambio"

A continuación, se muestran los 24 post realizados:



Campaña de Informativa en Facebook:

Se realizaron 24 post para la campaña de concientización, se publicará uno semanalmente durante un periodo de 6 meses, debido a que estas publicaciones se harán al mismo tiempo que la campaña de concientización y no se desea saturar el medio y que los post pasen por alto.

La diagramación utilizada es jerárquica, ya que esta permite mantener un orden en los textos y al mismo tiempo colocar estos de una forma dinámica y generar importancia donde se desea. La jerarquía utilizada busca que las imágenes sean lo más importante seguido de los títulos y los textos. Las imágenes se colocarán del lado izquierdo del formato y los textos del lado derecho.

Los colores, tipografía y cintillo utilizados se usaron con base a lo establecido anteriormente. El formato utilizado para los post es de 1200 x 900 px, ya que este es el formato establecido por facebook para las imágenes. Las imágenes utilizadas fueron seleccionadas ya que se deseaba que estas mostraran a los niños realizando actividades de su vida diaria en la institución que hicieran alusión al tipo de donativo del cual se estaba hablando.

Los textos utilizados fueron proporcionado por la institución, en estos se especifica en qué consiste y cómo ayuda a los niño cada tipo de aporte así como la forma en que este debe ser entregado a la institución. En la parte superior de cada pieza se encuentra el cintillo en el color utilizado en la pieza acompañado de hashtag " Apoya Casa Bernabé " .

A continuación, se muestran los 24 post realizados:



Patrocinios escolares

Son aportes mensuales de Q200, Q400 y Q600 para apoyar la educación de los niños

¿Cómo puedo hacer llegar mi aporte?

Por medio de depósito a cuenta a nombre de FUNPRONI, débito automático en Banco Industrial y Servpagos en línea Banco Industrial números de cuenta:

- Banco Industrial 220-000313-7
- Banco G&T Continental 02-5001300-2
- Banrural 3148031625

ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ





Campaña de Informativa en Instagram:

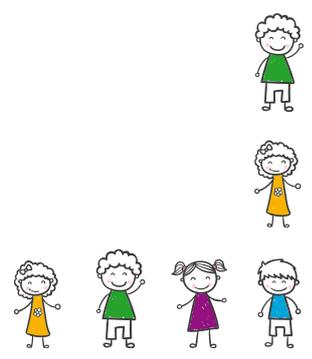
Se realizaron 24 post para la campaña de concientización ya que se publicará uno semanalmente durante un periodo de 6 meses, para no saturar el medio y que los post pasen por alto.

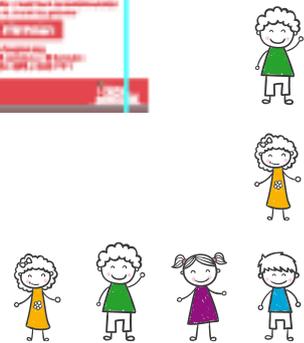
La diagramación es jerárquica, ya que esta permite mantener un orden en los textos y al mismo tiempo, colocar estos de una forma dinámica. La jerarquía utilizada busca que las imágenes sean lo más importante seguido de los títulos y los textos, debido al formato utilizado por instagram de 1080 x 1080 y a que esta red social es de imágenes se decidió realizar dos tipos de posts, uno donde solo se muestre una imagen con el cintillo de la institución y el título sobre un cuadro de color con transparencia para facilitar la lectura de este. En segundo tipo de post se colocó el nombre del tipo de donativo seguido de la información el la cual se explica qué es y donde se pueden entregar las donaciones.

Los colores, tipografía y cintillo utilizados se usaron en base a lo establecido anteriormente. Las imágenes utilizadas fueron seleccionadas ya que se deseaba que estas mostraran a los niños realizando actividades de su vida diaria en la institución que hicieran alusión al tipo de donativo del cual se estaba hablando.

Los textos utilizados fueron proporcionados por la institución, en estos se especifica en qué consiste y cómo ayudar a los niño cada tipo de aporte así como la forma en que este debe ser entregado a la institución. En la parte superior de la pieza se encuentra el cintillo acompañado del hastag "Apoya Casa Bernabé".

A continuación, se muestran los 24 post realizados:





Campaña Informativa en Página Web:

Se agregó al espacio de cómo aportar de la página web actual de Casa Bernabé los ocho diferentes tipos de ayuda con los cuales se puede aportar al cuidado de los niños en la institución.

Los donativos se dividieron según sus nombres: Donaciones en especie, donaciones escolares, aportes económicos, comparte tus conocimientos, ayuda a largo plazo, visitas en grupo, comparte tu historia y desarrollo de actividades. Cada uno de los aportes especifica en qué consiste este, cómo ayuda a los niños y cómo puede ser entregada la donación, al finalizar toda la información se encuentra un botón de "Donar Ahora", este lo dirige a uno a una página en el mismo sitio donde se pueden realizar las donaciones con tarjeta de crédito en línea.

La página de "Donar Ahora" se diseñó en base al diseño actual de la página, en esta se solicita la información básica de la persona que va realizar la donación: nombre completo, país, ciudad, teléfono, correo electrónico y cantidad en quetzales del aporte, se solicita que la persona acepte los términos y condiciones de la página para realizar el aporte y luego se encuentra el botón de "Hacer Donación" el cual direcciona a la página de paypal.

La diagramación de la página web es jerárquica, los títulos cuentan con mayor importancia seguido de subtítulos, botón de "Donar Ahora" y textos. Para el diseño de esta área se acopló la campaña informativa a el diseño actual de la página de la institución, por lo que el footer y menú se encuentran igual. El tamaño en el cual se realizaron las piezas son de 1680 x 2322 px.

A continuación, se muestran los 8 diferentes tipos de ayuda que se publicarán en el área de cómo aportar y la página de "Donar Ahora", de la página web de la institución:



Donar ahora

Tú puedes ayudarnos a construir un mejor futuro para muchos niños y niñas en situación de riesgo en Guatemala a través de tu aporte.

Nombre y apellidos

País

Ciudad

Teléfono

Correo electrónico

Cantidad

Q100 Q200 Q300 Q400 Q500

Acepto términos y condiciones.

HACER DONACIÓN

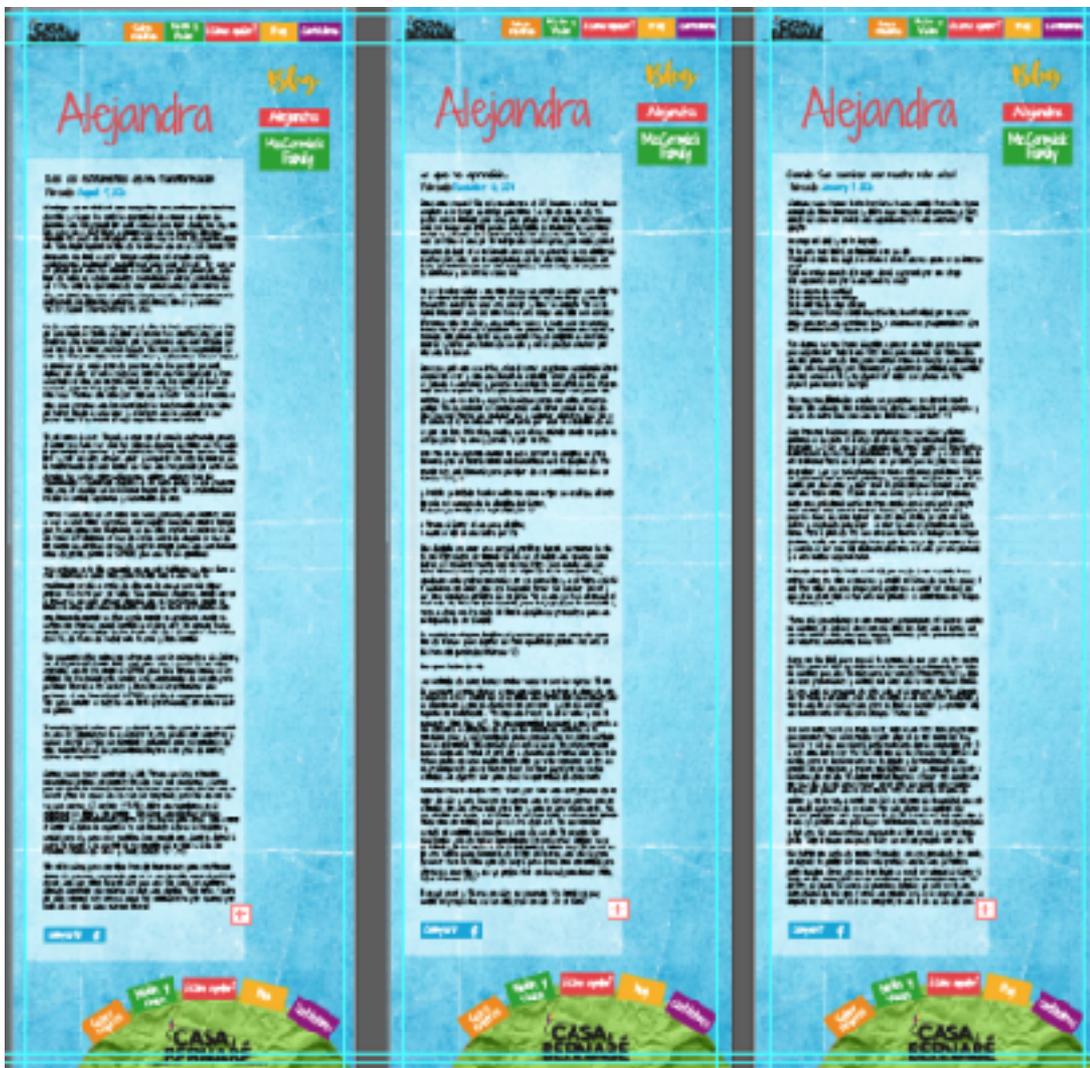


Blog en Página Web de la Institución:

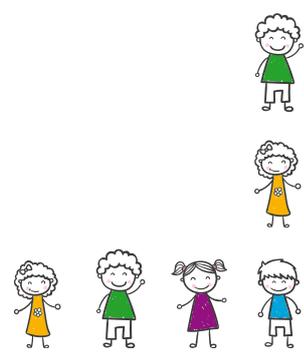
En la página web actual de Casa Bernabé se abrió un espacio de Blog para que las personas que ayudan o trabajan en ahí puedan compartir con el grupo objetivo su experiencia apoyando a la institución.

Este espacio se denominó “ Blog” y cuenta con el diseño actual de la página web, se dividieron las entradas por autor, cada entrada al blog cuenta al final con un botón para compartir en facebook.

El tamaño utilizado para realizar el blog es de 1680 x 5109 px, aunque este puede variar en el largo según el contenido de la entrada.



 <p>Inicio Plan 1 Vista ¿Cómo usar? Pre ¿Cómo usar?</p> <h1>Alejandra</h1> <p>1869 Alejandra McCormick Family</p> <p>5. Why are you here? Why are you here? Why are you here? [Illegible text]</p> <p>¿Cómo usar? Pre ¿Cómo usar?</p> 	 <p>Inicio Plan 1 Vista ¿Cómo usar? Pre ¿Cómo usar?</p> <h1>Alejandra</h1> <p>1869 Alejandra McCormick Family</p> <p>5. Why are you here? Why are you here? Why are you here? [Illegible text]</p> <p>¿Cómo usar? Pre ¿Cómo usar?</p> 	 <p>Inicio Plan 1 Vista ¿Cómo usar? Pre ¿Cómo usar?</p> <h1>McCormick Family</h1> <p>1869 Alejandra McCormick Family</p> <p>5. Why are you here? Why are you here? Why are you here? [Illegible text]</p> <p>¿Cómo usar? Pre ¿Cómo usar?</p> 
---	---	--



6.1.2 Validación

6.1.2.1 Análisis e interpretación de resultados

Como parte del proceso de evaluación gráfica de la campaña para recaudar donativos para la Casa Hogar, Casa Bernabé, se diseñaron instrumentos para validar el material. Estos instrumentos se pasaron a diseñadores gráficos, expertos en el tema y a él grupo objetivo. A continuación, encontrará el análisis con base en la tabulación de los resultados obtenidos por medio de los instrumentos realizados.

Diseñadores Gráficos:

Para la validación de los diseñadores gráficos se acudió a 5 profesionales en el tema con un mínimo de 2 años de experiencia laboral y conocimientos en el área digital y campañas orgánicas.

En términos generales, los resultados fueron satisfactorios ya que en cuanto a la línea gráfica, transmisión del mensaje y medios utilizados los resultados fueron satisfactorios. El uso de las imágenes es el correcto ya que se complementa con el mensaje y no interfiere con el contenido de las piezas.

Respecto a cintillo los diseñadores opinan que debe de contener el menor texto posible. Los colores empleados se asocian con facilidad con la niñez y transmiten el sentimiento de movimiento pero consideran que es necesario establecer cuándo se debe de utilizar cada color o darle una función a cada uno.

La diagramación y tipografías empleadas ayudan a que los contenidos sean de fácil comprensión pero consideran que esto podría mejorar si la información se justifica.

Respecto a la página web consideran que es importante evaluar un rediseño de esta ya que la imagen de esta es obsoleta y contiene problemas de diagramación e imagen que quitan el interés por leer la información y no se acoplan con la línea gráfica de las campañas.

Los diseñadores gráficos consideran importante la evaluación de la creación de una campaña de persuasión que apoye a la campaña de concientización e información.

Expertos en el Tema:

Para la evaluación de los expertos en el tema se acudió a 4 personas que laboran en la institución y cuentan con más de 5 años de experiencia en el tema de la niñez en riesgo en Guatemala, entre los expertos que se acudió se encuentran una psicóloga de la institución, el director de trabajo social, el encargado del programa familias unidas y la persona encargada de relaciones públicas en la institución.

La evaluación fue muy satisfactoria, ya que respecto a línea gráfica, transmisión del mensaje, medios utilizados y contenidos de las piezas los expertos consideran que son los adecuados y se relacionan fácilmente con la institución y la niñez.

Los expertos consideran que las piezas si llaman la atención del grupo objetivo y los medios que se utilizan son los correctos para el grupo objetivo y la institución.

Respecto a la página web consideran que se acopla al diseño actual que tiene la página web pero no al diseño de la campaña de concientización e información.



Grupo Objetivo:

Se realizó una muestra de 15 personas de ambos sexos entre las edades de 25 y 65 años de edad que comparten las características previamente establecida en el proceso de delimitación del grupo objetivo.

La evaluación demostró que la transmisión del mensaje es eficiente y que las piezas llaman la atención del grupo objetivo. Los colores empleados son los correctos ya que se asocian con facilidad a la niñez. Las imágenes empleadas son las adecuadas según el grupo objetivo ya que estas ayudan a complementar el mensaje y se relacionan con él mismo.

Las tipografías llaman la atención y aportan dinamismo a las piezas, aunque algunas personas de mayor edad consideran que podrían llegar a dificultar la lectura de las piezas.

El grupo objetivo considera que las campañas se complementan entre sí y se acoplan muy bien gráficamente a excepción de la página web.

6.1.2.2 Cambios realizados

Con base en los resultados de la validación, se decidió realizar algunos de los cambios sugeridos y se realizaron otros cambios que se consideraron necesarios para mejorar la transmisión del mensaje. A continuación, se realiza un breve resumen de los cambios en las piezas y se muestra el antes y después de estas.

El cintillo se modificó en algunas piezas y se eliminó de estas el copy. A cada color se le estableció un tipo de donación específico según la psicología del color. Se modificaron algunos textos ya que no eran propios para las campañas y se corrigieron faltas de ortografía. Se realizó el rediseño de la página web y se realizó una campaña de persuasión.

Cambios campaña de concientización

Con base en las observaciones obtenidas del proceso de validación se realizaron los siguientes cambios:

1. Los textos se justificaron para facilitar la lectura de estos. Inicialmente los textos se encontraban centrados y dificultaban un poco la lectura.
2. El cintillo se modificó, se eliminó el copy y se dejó en este solo el logotipo de Casa Bernabé alineado al lado derecho y el hashtag alineado al lado izquierdo. El cintillo original se encontraba saturado de texto y dificultaban la comprensión de este ya que la información se encontraba muy pequeña.
3. Se cambiaron algunas fotografías debido a que no se relacionaban completamente a él contenido de la pieza.
4. Se cambió el contenido de algunas piezas ya que se consideraban que el contenido era más apropiado para la campaña de persuasión.



Facebook



Antes



Después



Instagram



Antes



Después



Cambios campaña de Informativa

Con base en las observaciones obtenidas del proceso de validación se realizaron los siguientes cambios:

1. A cada tipo de donativo se le estableció un color específico según la psicología del color para que al grupo objetivo le fuera más fácil identificar los donativos.
2. La información inicialmente se encontraba centrada en Facebook pero esto dificultó la fluidez de la lectura por lo que se decidió justificar la información.
3. En la campaña dirigida a Instagram se agregó un post mensual que hace alusión al evento más especial del mes correspondiente.
4. Se cambiaron los nombres de algunos tipos de donación.

Facebook



Ayuda por largo plazo

Desarrolla de cerca durante un periodo prolongado de tiempo en Casa Bernabé una excelente relación con personas de esta oportunidad de desarrollo personal.

Atendidos con un programa personalizado de apoyo en el Proyecto de Apoyo al desarrollo de vivir a nivel, con un método y propósitos para esta experiencia que cambia la vida.

Más información

www.fangroni.org
Dirección: Km. 23 carretera a El Salado
Teléfono: 0034-4873-4204-7771

#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

Antes



Grupos misioneros

Los equipos misioneros a través proyectos en todo el orfanato, cuidado de niños y ayuda para los padres de la casa.

Los viajes son por lo general de una semana o hasta de seis meses y pueden ser equipos de hasta 40 personas, los equipos se alojan en los dormitorios de Casa Bernabé.

Más información

Visita la página de Casa Bernabé
www.fangroni.org
o de Friends of Children Everywhere
www.foe.org

#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ



Después

Instagram



Visitanos en grupo

Los equipos contribuyen a nuestros proyectos en todo el territorio, cuidado de niños y ayuda para las personas de la casa. Las visitas de grupo tienen por lo general una duración de una semana, y pueden albergar equipos de hasta 40 personas. Las grupos de niños en nuestros dormitorios.

Más información

www.lasprini.org
 Dirección: Km. 25 Carretera a El Salvador
 Teléfono: 5534-4975 o 5040-7171

#ApoyalCasaBernabé



Antes



Visitas de Voluntarios

Los equipos de voluntarios ayudan a mejorar proyectos en todo el territorio, cuidado de niños y ayuda para las personas de la casa.

Las visitas de voluntarios tienen por lo general una duración de un día, y pueden ser de 5 o más personas.

Más información

www.lasprini.org
 Dirección: Km. 25 Carretera a El Salvador
 Teléfono: 5534-4975 o 5040-7171

#ApoyalCasaBernabé



Después

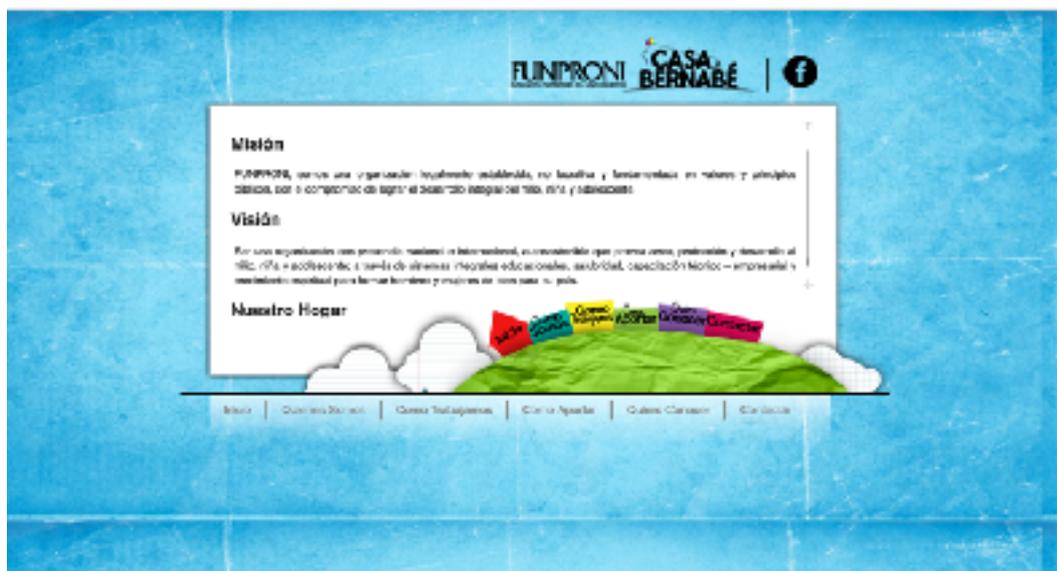


Cambios Página Web

Con base en las observaciones obtenidas del proceso de validación se realizaron los siguientes cambios:

1. Se vio la necesidad de actualizar y renovar el diseño original de la página web debido a que este era obsoleto y tiene errores de diagramación que interfieren con la lectura de la información, la línea gráfica con la que cuenta la página web no se acopla a las campañas por lo que al realizar el rediseño se tomó como base la línea gráfica del material previamente diseñado para lograr que el nuevo diseño sea más ameno, se relacione con la niñez y la institución.

Página web original de la institución



McCormick Family

Blog

Alejandra

McCormick Family

Strength Based Orphan Care: HOPE
Publicado November 7, 2015

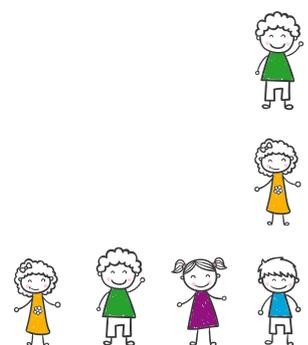


The other day I pulled into the orphanage with my little twin babies, Hanna and Sophia. I was promptly greeted by a few of the boys who were playing basketball in the court. They helped me get the girls out of their car seats and politely escorted them to the basketball court while strategically defending them from the incoming soccer balls. I sat and observed as one of the older boys held Hanna close to him, gave her a big kiss on the cheek and just stared into her eyes with a goofy smile on his face. Although they are not the majority, this boy in particular is a double orphan who has no ties to his biological family. But that afternoon I saw tenderness and selflessness from a boy who was once horribly abused when he was Hanna's age. And it dawned on me right then and there. Taking care of orphans shouldn't exclusively be about detecting hurts, assessing pain and elaborating recovery plans. Taking care of orphans shouldn't look like boot camp where adults are large and in charge and it definitely shouldn't look like Disneyland where they bounce from one entertaining ride to the next. I believe that holistically taking care of orphans should look more like that Sunday afternoon choosing to give these kids a chance. It will often include taking risks and giving them opportunities they don't deserve and most likely won't be grateful for, but as we look into each child and seek to discover their God-given strengths, talents and aptitudes, I believe that we will be empowering them to not only "get over" their past abuse and neglect, but to become people that are famous for the grace in their lives and the hope that pours out of them. Day to day life at an orphanage is really hard and it is easy to focus on the negative things that are going on all around you. Children throw fits, house parents have nervous breakdowns, teenage girls shoot dirty looks and more than a couple passive-aggressive teenage boys partake in dramatically ungrateful and selfish rants. But I read in my bible that we serve a God of hope, not a God who rolls his eyes at us or even considers giving up on anyone no matter how ungrateful or selfish we are. To the extent that we allow His spirit to fill us, we are going to be overflowing with this powerful HOPE that has the potential to transform any life (Romans 8:15).

So I call out to my fellow co-workers wherever you are on the orphan care spectrum. What we do is really hard. Taking care of kids from hard places is not for the faint of heart, but I guarantee that none of us obeyed God's calling in this because we thought it would be perpetual fun and effortless bliss. So lets ask God to allow us to see our kids through a lens of hope. What are their strengths? What are they gifted at? What can I do to foster those God-given gifts instead of punishing their misguided manifestations? Brothers and sisters, it is EASIER to see the bad stuff, but thank the good Lord that we aren't called to do "easy". Its time we start thinking of our kids from broken homes and vulnerable situations as little vessels brimming with potential and chosen by God. They are victims of horrible crimes and abuses but they are also the elect of an extremely jealous God to whom we have the privilege of interceding on their behalf. Jesus will break the generational chains that have so effectively enslaved their parents and the ones before them. They will be the beginning of a generational transformation rendering their own children untouched by the past. They will be free because CHRIST has set them free. I am starting to believe this. I am getting to see these kids through a lens of hope. For the sake of all the kids we take care of and the generations that are to come, I urge you to do the same.



Compartir



Rediseño de la página web de la institución



Sobre nosotros

¿Cómo ayudar?

Blog

Contáctanos

Donar Ahora



Tipos de ayuda

Donaciones en Especie

Comparte tus Conocimientos

Patrocinios Escolares

Aportes Económicos

Grupos Misioneros

Desarrollo de Actividades

Comparte tu Historia

Visitas de Voluntarios

Sobre nosotros | Misión y Visión | ¿Cómo ayudar? | Blog | Contáctanos

Donar Ahora

Síguenos





Tipos de ayuda

Donaciones en Especie

Comparte tus Conocimientos

Patrocinios Escolares

Aportes Económicos

Grupos Misioneros

Desarrollo de Actividades

Comparte tu Historia

Visitas de Voluntarios

Donaciones en Especie

Son donaciones de diferentes clases de alimentos y productos para la utilización y consumo de los niños como:

- Leche entera
- Fórmula
- Cereales
- Productos de la canasta básica
- Pañales
- Productos y enseres de limpieza
- Productos de higiene personal



Compartir

Donar Ahora

Quiero Ayudar

Sobre nosotros | ¿Cómo ayudar? | Blog | Contáctanos

Donar Ahora

Síguenos





Published: November 7, 2016

The other day I pulled into the orphanage with my little twin babies, Hanna and Sophia. I was promptly greeted by a few of the boys who were playing basketball in the court. They helped me get the girls out of their car seats and politely escorted them to the basketball court while strategically defending them from the incoming soccer balls. I sat and observed as one of the older boys held Hanna close to him, gave her a big kiss on the cheek and just stared into her eyes with a goofy smile on his face. Although they are not the majority, this boy in particular is a double orphan who has no ties to his biological family. But that afternoon, I saw tenderness and selflessness from a boy who was once horribly abused when he was Hanna's age. And it dawned on me right then and there. Taking care of orphans shouldn't exclusively be about detecting hurts, assessing pain and elaborating recovery plans. Taking care of orphans shouldn't look like boot camp where adults are large and in charge and it definitely shouldn't look like Disneyland where they bounce from one entertaining ride to the next. I believe that holistically taking care of orphans should look more like that Sunday afternoon: choosing to give these kids a chance. It will often include taking risks and giving them opportunities they don't deserve and most likely won't be grateful for, but as we look into each child and seek to discover their God-given strengths, talents and aptitudes, I believe that we will be empowering them to not only "get over" their past abuse and neglect, but to become people that are famous for the grace in their lives and the hope that pours out of them. Day to day life at an orphanage is really hard and it is easy to focus on the negative things that are going on all around you. Children throw fits, house parents have nervous breakdowns, teenage girls shoot dirty looks and more than a couple passive-aggressive teenage boys partake in dramatically ungrateful and selfish rants. But I read in my bible that we serve a God of hope; not a God who rolls his eyes at us or even considers giving up on anyone no matter how ungrateful or selfish we are. To the extent that we allow His spirit to fill us, we are going to be overflowing with this powerful HOPE that has the potential to transform any life (Romans 15:13).

So I call out to my fellow co-workers wherever you are on the orphan care spectrum. What we do is really hard. Taking care of kids from hard places is not for the faint of heart, but I guarantee that none of us obeyed God's calling in this because we thought it would be perpetual fun and effortless bliss. So let's ask God to allow us to see our kids through a lens of hope. What are their strengths? What are they gifted at? What can I do to foster those God-given gifts instead of punishing their misguided manifestations? Brothers and sisters, it is EASIER to see the bad stuff, but thank the good Lord that we aren't called to do "easy". It's time we start thinking of our kids from broken homes and vulnerable situations as little vessels brimming with potential and chosen by God. They are victims of horrible crimes and abuses but they are also the elect of an extremely jealous God to whom we have the privilege of interceding on their behalf. Jesus will break the generational chains that have so effectively enslaved their parents and the ones before them. They will be the beginning of a generational transformation rendering their own children untouched by the past. They will be free because CHRIST has set them free. I am starting to believe this. I am opting to see these kids through a lens of hope. For the sake of all the kids we take care of and the generations that are to come. I urge you to do the same

 [Compartir](#)

[Sobre nosotros](#) | [Misión y Visión](#) | [¿Cómo ayudar?](#) | [Blog](#) | [Contáctanos](#)

[Donar Ahora](#)

Síguenos





Casa Bernabé

FUNPRONI o Casa Bernabé como es conocida es una fundación ubicada a las afueras de la Ciudad de Guatemala, siendo este un hogar que acoge alrededor de 150 niños, que provienen de situaciones de crisis y riesgo; así como referidos por los juzgados de la niñez y adolescencia.

Cada niños y niña convive en un entorno familiar, viviendo en casa individuales con capacidad para 15 niños ubicados de acuerdo a edades y sexo. Cada casa está bajo la responsabilidad de una pareja que funge cómo padres.

Misión

FUNPRONI, somos una organización legalmente establecida, no lucrativa y fundamentada en valores y principios bíblicos, con el compromiso de lograr el desarrollo integral del niño, niña y adolescente.

Visión

Ser una organización modelo, que busca liderar iniciativas para erradicar la desprotección de la niñez y generar programas de desarrollo integral que propicien la preservación y fortalecimiento de la familia.

[Sobre nosotros](#) | [Misión y Visión](#) | [¿Cómo ayudar?](#) | [Blog](#) | [Contáctanos](#)

[Donar Ahora](#)

Síguenos





Ingresa tus datos

Nombres

Apellidos

Sexo

Edad

Dirección

Teléfono

Correo Electrónico

Nombre de la Tarjeta

Número de la Tarjeta

CVV



Mes de Expiración

Año de Expiración

Monto

Donar



6.1.2 Propuesta final

Con base en los cambios realizados, se presenta la fundamentación de los elementos gráficos utilizados y la propuesta final de la campaña de concientización, información y persuasión para la recaudación de donaciones a la Casa Hogar, Casa Bernabé.

6.1.2.1 Línea gráfica

Tipografías

La función de las tipografías es llamar la atención del grupo objetivo, transmitir dinamismo y facilitar la lectura de los contenidos. Las tipografías utilizadas cuentan con trazos libres para que se relacionen a la escritura de los niños.

Las tipografías utilizadas son: Bonjour, Shadows into light, Helvética y Three Devanagari 714. Se utilizaron variaciones en el tamaño de las tipografías para enfatizar la jerarquía visual.

Título: bonjour

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910
&/?¿%\$.!#

Subtítulo: Shadows into light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910
&/?¿%\$.!#

Cuerpo del texto: Helvética

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910
&/?¿%\$.!#

Otros tipos: Shree Devanagari 714

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910
&/?¿%\$.!#



Colores

Se decidió utilizar los primarios y secundarios ya que estos son los primeros que los niños aprenden y se asocian más a la niñez.

Rojo:



El color más ardiente y más dinámico, el rojo es activador, estimulador, apasionado, excitante y poderoso.

Tipo de donativo en el cual se utiliza:

Cuando la institución realiza el pedido de algún tipo de donativo urgente o de una clase específica.

Amarillo:



El más brillante y energizante de la mayoría de colores cálidos, el amarillo es alegre, cálido, estimulante y expansivo.

Tipo de donativo en el cual se utiliza:

En donativos relacionados a alimentos, como las donaciones en especie.

Azul:



Azul representa la fiabilidad, confianza y seguridad. También se puede caracterizar la calma y espiritualidad.

Tipo de donativo en el cual se utiliza:

En donativos monetarios como los patrocinios escolares y los aportes económicos.

Naranja:



El naranja es un color equilibrado que es vibrante y energético, como agradable y acogedor.

Tipo de donativo en el cual se utiliza:

Donativos que involucren que la persona asista a la institución y colabore en actividades diarias de esta, como por ejemplo: grupos misioneros y visitas de voluntarios.



Verde:



Este color secundario, es tranquilizante, equilibrado y rejuvenecedor. El verde representa la estabilidad e inspira a la posibilidad. Representa esperanza y naturaleza por excelencia.

Tipo de donativo en el cual se utiliza:

Para donativos que involucren el desarrollo personal de los niños o de la institución, como por ejemplo el desarrollo de actividades.

Morado:



El morado representa nobleza, la abundancia, y dignidad, pero también puede comprender la creatividad y la imaginación.

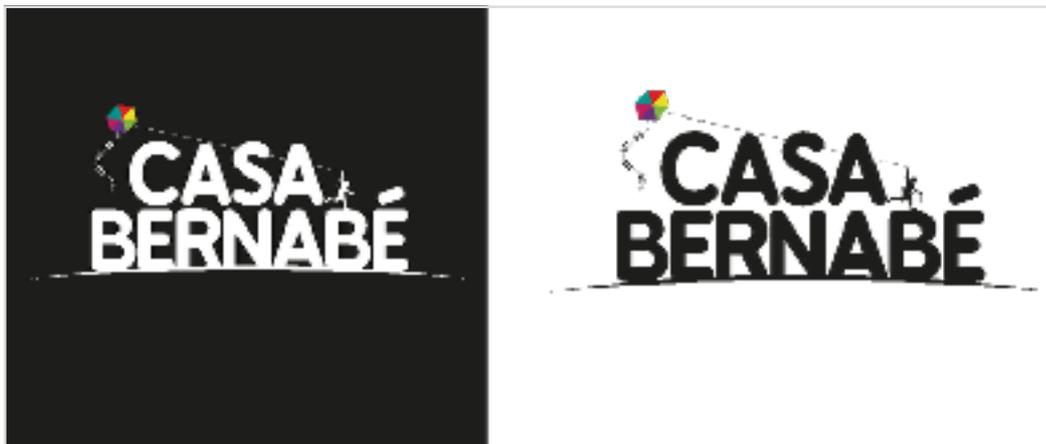
Tipo de donativo en el cual se utiliza:

En donativos que les aporten conocimiento o sabiduría a los niños como por ejemplo: Comparte tus conocimientos y comparte tu historia.

Elemento Gráficos

Los elementos gráficos finales que se utilizaran son:

Logo de la institución:



Cintiló para la campaña de concientización, persuasión e informativa :

El cintiló puede variar de color según los colores de la paleta previamente definida, el logotipo de casa Bernabé se encuentra del lado derecho y el hashtag según la campaña se encuentra del lado izquierdo.

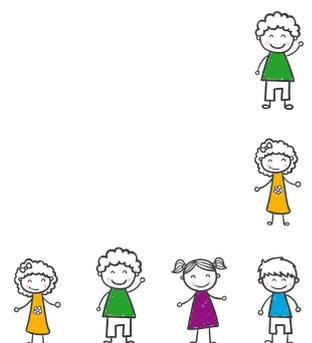
Cintillo campaña de concientización



Cintillo campaña de persuasión



Cintillo campaña de información



6.1.2.2 Matriz de contenidos

Tabla No. 5

MATRIZ DE CONTENIDOS DE LA CAMPAÑA

TEMA	ACCIÓN	CONTENIDO	NO. DE POST
Concientización	Concientizar a las personas sobre las necesidades de los niños en Casa Bernabé así como de la labor que realiza la institución	Afirmaciones - En Casa Bernabé - Preguntas - ¿Sabias que? Fotografías de los niños realizando actividades de su vida cotidiana Cintillo con hashtag "Somos el cambio" y el logo de la institución	Facebook - 24 Instagram - 24 Total: 48
Información	Informar sobre los diferentes tipos de ayuda que se pueden dar a la institución	Tipos de ayuda Agradecimientos a empresas que ya ayudan Calendario mensual Fotografía que represente el tipo de ayuda de la cual se esta hablando Cintillo con el hashtag "Apoya Casa Bernabé" y el logo de la institución	Facebook - 24 Instagram - 31 Total: 55
Persuasión	Persuadir a las personas por medio de afirmaciones a realizar donativos	Afirmaciones de como los aportes ayudan a los niños y les cambian la vida. Fotografías de los niños, felices y realizando diversas actividades relacionadas con el contenido Cintillo con el hashtag "Apoya Casa Bernabé y el logo de la institución	Facebook - 24 Instagram - 24 Total: 48
Historias	Informar sobre la Casa hogar	Testimonios de personas que trabajen o sean voluntarios en la institución Fotografías escogidas por los escritores relacionadas a sus testimonios	Familia McCormick - 5 Alejandra - 7 Total: 12

Fuente: Propia



Campaña de Concientización

La campaña de concientización tiene una duración de 6 meses, durante estos meses se subirá una publicación semanal en Facebook e Instagram, por lo que se realizaron 24 publicaciones por red social dando un total de 48 piezas.

Los colores, tipografías y elementos gráficos utilizados son los definidos con anterioridad en ambas redes sociales. El formato utilizado para los post de Facebook es de 1200 x 900 px y para Instagram es de 1080 x 1080 px. Las imágenes utilizadas en las piezas son fotografías que proporciono la institución debido a las restricciones con las que cuentan por seguridad de los niños, en las fotografías se muestra a los niños realizando actividades de su vida cotidiana en Casa Bernabé que se relacionan a a los textos de cada publicación.

Para esta campaña se utilizaron afirmaciones y preguntas que respondieran a como es la vida de los niños en Casa Bernabé y de esta forma impulsar a las personas a apoyar a la institución

A continuación, se muestran las piezas realizadas según la red sociales a la que corresponden.

Facebook





¿Sabías que?
En Casa Bernabé se sirven más de 300 comidas diarias

#SomosElCambio



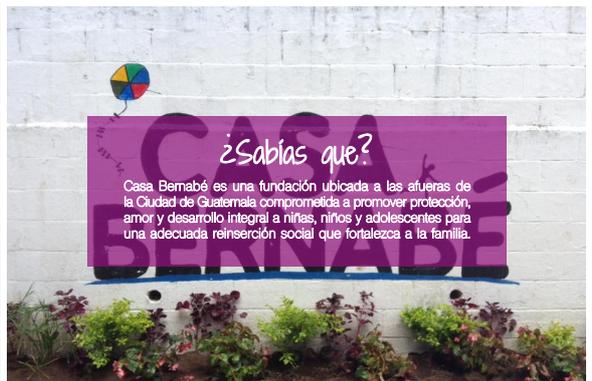
¿Sabías que?
En Casa Bernabé se utilizan 120 pantalones diarios

#SomosElCambio



¿Sabías que?
Casa Bernabé acoge alrededor de 150 niños, que provienen de situaciones de crisis y riesgo.

#SomosElCambio



¿Sabías que?
Casa Bernabé es una fundación ubicada a las afueras de la Ciudad de Guatemala comprometida a promover protección, amor y desarrollo integral a niñas, niños y adolescentes para una adecuada reinserción social que fortalezca a la familia.

#SomosElCambio



En Casa Bernabé
Los niños crecen con los cuidados y el amor que necesitan

#SomosElCambio



En Casa Bernabé
Los niños se divierten haciendo distintas actividades

#SomosElCambio



En Casa Bernabé
Se crean grandes amistades

#SomosElCambio



En Casa Bernabé
Los niños desarrollan diferentes habilidades

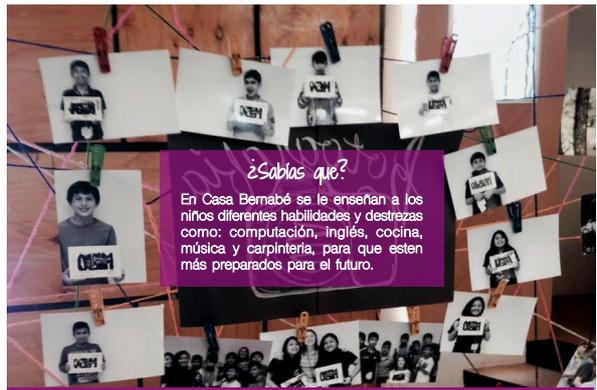
#SomosElCambio





¿Sabías que?
En Casa Bernabé los niños asistente a la escuela desde Kinder

#SomosElCambio CASA BERNABÉ



¿Sabías que?
En Casa Bernabé se le enseñan a los niños diferentes habilidades y destrezas como: computación, inglés, cocina, música y carpintería, para que estén más preparados para el futuro.

#SomosElCambio CASA BERNABÉ



¿Sabías que?
La educación de cada niño tiene un costo de Q2,000.00 mensuales

#SomosElCambio CASA BERNABÉ



En Casa Bernabé
Los niños crecen en un ambiente familiar lleno de amor

#SomosElCambio CASA BERNABÉ



¿Sabías que?
Anualmente aumenta un 20% la cifra de niños y niñas en situación de riesgo

#SomosElCambio CASA BERNABÉ



¿Sabías que?
Los niños encuentran amor y comprensión

#SomosElCambio CASA BERNABÉ



En Casa Bernabé
Los niños pueden crecer como niños

#SomosElCambio CASA BERNABÉ



En Casa Bernabé
Los niños crecen seguros y felices

#SomosElCambio CASA BERNABÉ





¿Sabías que?
 Casa Bernabé cuenta con un huerto de más de 2 hectáreas para cosechar alimentos para consumo de los niños y niñas

#SomosElCambio **CASA BERNABÉ**



¿Sabías que?
 En Casa Bernabé se les enseñan a los niños diferentes labores para ayudarlo a alcanzar un mejor futuro

#SomosElCambio **CASA BERNABÉ**



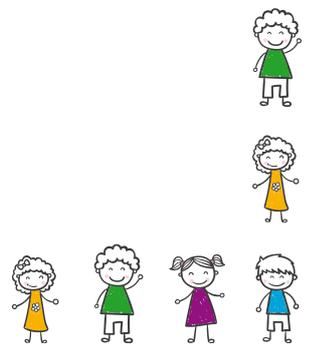
En Casa Bernabé
 Los niños no tienen obstáculos para cumplir sus sueños

#SomosElCambio **CASA BERNABÉ**



¿Sabías que?
 En Casa Bernabé los niños pueden tener visitas una vez al mes de sus familiares si la PGN lo permite

#SomosElCambio **CASA BERNABÉ**



Instagram

¿Sabías que?
Casa Bernabé cuenta con un huerto de más de 2 hectáreas en el cual se cosechan alimentos para consumo de los niños.

¿Sabías que?
En Casa Bernabé se les enseñan a los niños diferentes labores para ayudarlos a alcanzar un mejor futuro.

En Casa Bernabé
Los niños no tienen obstáculos para cumplir sus sueños.

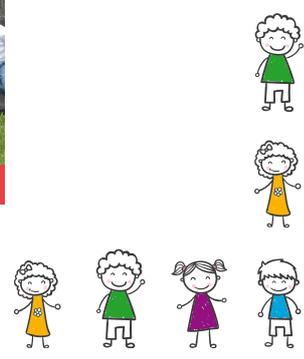
¿Sabías que?
En Casa Bernabé los niños pueden tener visitas una vez al mes de sus familiares si la PGN lo permite.

¿Sabías que?
En Casa Bernabé los niños asisten a la escuela desde Kinder.

¿Sabías que?
En Casa Bernabé se le enseñan a los niños diferentes habilidades y destrezas como: computación, inglés, cocina, música y carpintería, para que estén más preparados para el futuro.

En Casa Bernabé
La educación de cada niño tiene un costo de Q2,000.00 mensuales.

En Casa Bernabé
Los niños crecen en un ambiente familiar lleno de amor.







En Casa Bernabé
Los niños crecen bajo principios y valores cristianos

#SomosElCambio

CASA BERNABÉ



En Casa Bernabé
Los niños viven en unidades familiares, con un papá y una mamá

#SomosElCambio

CASA BERNABÉ



¿Sabías que?
La Escuela de Casa Bernabé se extiende a la comunidad y atiende a más de 200 niños

#SomosElCambio

CASA BERNABÉ



En Casa Bernabé
Se atienden las necesidades físicas y espirituales de los niños

#SomosElCambio

CASA BERNABÉ



¿Sabías que?
En Casa Bernabé se sirven más de 300 comidas diarias

#SomosElCambio

CASA BERNABÉ



¿Sabías que?
En Casa Bernabé se utilizan 120 pantalones diarios

#SomosElCambio

CASA BERNABÉ



¿Sabías que?
Casa Bernabé acoge alrededor de 150 niños, que provienen de situaciones de crisis y riesgo.

#SomosElCambio

CASA BERNABÉ



¿Sabías que?
Casa Bernabé es una fundación ubicada en las afueras de la Ciudad de Guatemala comprometida a promover protección, amor y desarrollo integral a niñas, niños y adolescentes para una adecuada reinserción social que fortalezca a la familia.

#SomosElCambio

CASA BERNABÉ



Campaña de Persuasión

La campaña de persuasión tiene una duración de 6 meses, durante estos meses se subirá una publicación semanal en Facebook e Instagram alternada a las campañas de concientización e informativa, por lo que se realizaron 24 publicaciones por red social.

Los colores, tipografías y elementos gráficos utilizados son los definidos con anterioridad en ambas redes sociales. El formato utilizado para los post de Facebook es de 1200 x 900 px y para Instagram es de 1080 x 1080 px.

Para esta campaña se utilizaron afirmaciones que indican como el aporte que las personas realizan ayudan a la vida de los niños y les proporcionan un mejor futuro. Las imágenes que se utilizaron en esta campaña fueron proporcionadas por la institución, se seleccionaron si mostraban a los niños felices o realizando actividades relacionadas a los aportes.

El hashtag utilizado en esta campaña es "transformando vidas" ya que las personas al realizar donaciones ayudan a el objetivo principal de la institución que es transformar las vidas de los niños.

A continuación, se muestran las piezas realizadas según la red sociales a la que corresponden.

Facebook





"Únete a mejorar nuestras vidas"

TransformandoVidas **CASA BERNABÉ**



Juntos esperamos su visita.
Yo y mi casa serviremos

"Súmate a la familia de Casa Bernabé"

TransformandoVidas **CASA BERNABÉ**



"Con tu ayuda aprendo dos idiomas"

TransformandoVidas **CASA BERNABÉ**



"Ayúdanos a mejorar nuestras oportunidades"

TransformandoVidas **CASA BERNABÉ**



"Únete a mejorar nuestra calidad de vida"

TransformandoVidas **CASA BERNABÉ**



"Súmate a cambiar mi futuro"

TransformandoVidas **CASA BERNABÉ**



"Con tu apoyo ganare una medalla olímpica"

TransformandoVidas **CASA BERNABÉ**



"Tú aporte mejora mis condiciones de vida"

SomosElCambio **CASA BERNABÉ**





"Con tu aporte disfrutamos de nuestra niñez"

TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Con tu apoyo tengo una vida digna"

TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Forma parte de mi futuro"

TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Apóyanos a crecer en un hogar lleno de paz"

TransformandoVidas

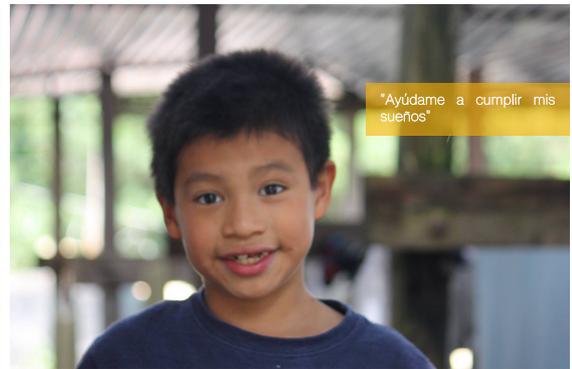
CASA BERNABÉ



"Con tu aporte me siento querido"

TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Ayúdame a cumplir mis sueños"

TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Con tu aporte tengo acceso a los servicios de salud"

TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Ayúdame a ser un mejor ciudadano"

TransformandoVidas

CASA BERNABÉ





"Súmate a mi esfuerzo por un futuro lleno de esperanza y oportunidades"

TransformandoVidas 



"Con tu aporte llegare a ser Ingeniero"

TransformandoVidas 



"Con tú ayuda aprenderemos a leer"

TransformandoVidas 

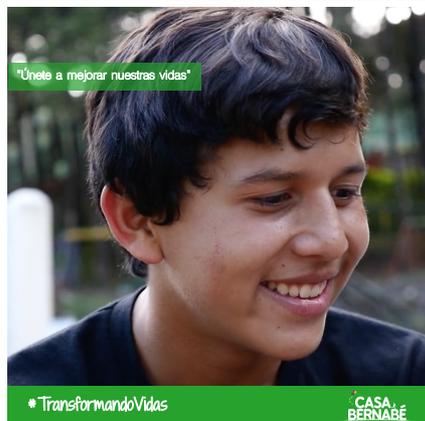


"Con tú aporte disfrutamos de nuestra niñez"

TransformandoVidas 



Instagram





"Únete a mejorar nuestra calidad de vida"

#TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Súmate a cambiar mi futuro"

#TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Con tu apoyo ganare una medalla olimpica"

#TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Tú aporte mejora mis condiciones de vida"

#TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Con tú aporte me siento querido"

#TransformandoVidas

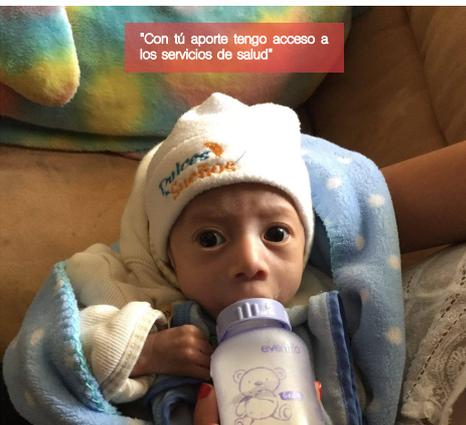
CASA BERNABÉ



"Ayúdame a cumplir mis sueños"

#TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Con tú aporte tengo acceso a los servicios de salud"

#TransformandoVidas

CASA BERNABÉ



"Ayúdame a ser un mejor ciudadano"

#TransformandoVidas

CASA BERNABÉ





"Únete a mis esfuerzos por construir un mejor país"

* Transformando Vidas

CASA BERNABÉ



"Apóyame a lograr mi sueño de ser fotógrafo"

* Transformando Vidas

CASA BERNABÉ



"Ayúdanos a promover el crecimiento artístico del país"

* Transformando Vidas

CASA BERNABÉ



"Con tu donación pondremos el nombre de Guatemala en alto"

* Transformando Vidas

CASA BERNABÉ



"Con tu aporte disfrutamos de nuestra niñez"

* Transformando Vidas

CASA BERNABÉ



"Con tu apoyo tengo una vida digna"

* Transformando Vidas

CASA BERNABÉ



"Forma parte de mi futuro"

* Transformando Vidas

CASA BERNABÉ



"Apóyanos a crecer en un hogar lleno de paz"

* Transformando Vidas

CASA BERNABÉ



Campaña de Informativa

La campaña de informativa tiene una duración de 6 meses, durante estos meses se subirá una publicación semanal en Facebook e Instagram alternada a las campañas otras dos campañas previamente definidas

Los colores, tipografías y elementos gráficos utilizados son los definidos con anterioridad en ambas redes sociales. El formato utilizado para los post de Facebook es de 1200 x 900 px y para Instagram es de 1080 x 1080 px.

Esta campaña esta enfocada en informar sobre los diferentes tipos de ayuda que las personas pueden dar a Casa Bernabé para ayudar a los niños, entre las publicaciones se realizaron calendarios mensuales para informar sobre las actividades que los niños tendrán durante cada mes. En Instagram solo se publicara la actividad más importante del mes para no saturar la publicación de texto, en esta red social se manejó una publicación de imagen y una de texto.

El hashtag utilizado en esta campaña es "Apoya Casa Bernabé", esto para impulsar a las personas a que apoyen a la institución y que inciten a otras personas a apoyarla.

A continuación, se muestran las piezas realizadas según la red sociales a la que corresponden.

Facebook

Aporta un Poco de amor

Patrocinios Escolares

¿Qué son?
Aportes mensuales de Q200 para apoyar la educación de los niños.

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?
Por medio de depósito a cuenta a nombre de FUNPRONI, débito automático en Banco Industrial y Servipagos en línea Banco Industrial. Números de cuenta:
- Banco Industrial 220-000313-7
- Banco G&T Continental 02-5001300-2
- Banrural 3148031625

Aporta un Poco de amor

Aportes Económicos

¿Qué son?
Productos de la canasta básica, limpieza, higiene y aseo personal.

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?
Por medio de depósito a cuenta a nombre de FUNPRONI, débito automático en Banco Industrial y Servipagos en línea Banco Industrial.
- Banco Industrial 220-000313-7
- Banco G&T Continental 02-5001300-2
- Banrural 3148031625

Aporta un Poco de amor

Voluntariado

¿En que consiste?
Actividades programadas por parte de Universidades, colegios, iglesias, empresas y personas particulares, en las que pueden realizar servicio social de acuerdo al proyecto.

Más información:
www.funproni.org
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 3040-7171

Aporta un Poco de amor

Grupos Misioneros

¿Estás siendo llamado al campo misionero?
Los equipos contribuyen a trabajar proyectos en todo el orfanato, cuidado de niños y ayuda para los padres de la casa.

Los viajes son por lo general de una semana o hasta de seis meses y pueden ser equipos de hasta 40 personas. Los equipos se alojará en los dormitorios de Casa Bernabé.

Más información:
www.funproni.org
www.toco.org

#ApoyaCasaBernabé

Patrocinios escolares

Son aportes mensuales de Q200 para apoyar la educación de los niños.

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?
Por medio de depósito a cuenta a nombre de FUNPRONI, débito automático en Banco Industrial y Servipagos en línea Banco Industrial números de cuenta:
- Banco Industrial 220-000313-7
- Banco G&T Continental 02-5001300-2
- Banrural 3148031625



#ApoyaCasaBernabé

Calendario de actividades Enero 2017

1	8	13	16	20
Servicio por el año 2017	Colecta de útiles escolares	Inicio del ciclo escolar	Llegada de misioneros de Alaska	Inicio de actividades de formación
24	25	30		
Taller de formación y cuidado integral	Vista de Padres	Despedida de misioneros de Alaska		



Calendario de actividades Junio 2017

Llegada de misioneros de Houston	3 Despedida de misioneros de Canadá	10 Inicio preparativos día del padre	14 Inicio preparativos día del padre	17 Celebración día del Padre
24 Despedida a misioneros de Houston	26 Visita de Padres	30 Día del ejército		

Desarrollo de actividades de

Si tu o tu empresa quieren llevar a cabo una actividad en beneficio de los niños de Casa Bernabé, puedes hacerlo, los únicos requisitos que te pedimos son:

- Llenar solicitud y enviarla con un mes de anticipación
- Tener aprobación de la directora general
- Llevar por escrito las actividades que se realizará

Más información

www.funproni.org
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978



#ApoyaCasaBernabé CASA BERNABÉ

Visitas de Voluntarios

Los equipos contribuyen a trabajar proyectos en todo el orfanato, cuidado de niños y ayuda para los padres de la casa.

Las visitas de voluntarios tienen por lo general una duración de un día y pueden ser de 5 o más personas.

Más información

www.funproni.org
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978



#ApoyaCasaBernabé CASA BERNABÉ

Comparte tu historia

Si deseas compartir tu historia y motivar a los niños para luchar contra cualquier adversidad

Debes de mandarnos un correo a: relacionespublicas@funproni.org con una breve descripción que detalle tu historia personal y como crees que esta puede ayudar a motivar a los niños.

Más información

www.funproni.org
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978



#ApoyaCasaBernabé CASA BERNABÉ

Agradecemos su aporte

Gracias al Colegio Evelyn Rogers por la donación de enseres de limpieza. Su valioso apoyo nos permite continuar nuestra labor en favor de la niñez y la familia.

Extensivo el agradecimiento a toda la comunidad educativa por su contribución y apoyo para nuestros niños.

Gracias colegio Evelyn Rogers



#ApoyaCasaBernabé CASA BERNABÉ

Agradecemos su aporte

Hoy tuvimos el privilegio de recibir al Gobernador de Distrito del Club Rotario, el señor Carlos Flores acompañado de su distinguida esposa y la Junta Directiva de Club Rotario Guatemala Nordeste.

Agradecemos mucho el apoyo y las alianzas en beneficio de la niñez y las comunidades en desarrollo.

Gracias Club Rotario



#ApoyaCasaBernabé CASA BERNABÉ

Necesitamos tu aporte

Necesitamos camas y colchones nuevos o en buen estado.

Si quieres extenderte en favor de la niñez, esta es una buena oportunidad para hacerlo

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?

Casa Bernabé
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978



#ApoyaCasaBernabé CASA BERNABÉ

Agradecemos su aporte



#ApoyaCasaBernabé CASA BERNABÉ

#ApoyaCasaBernabé CASA BERNABÉ



Calendario de actividades Abril 2017

5 Inicio del torneo de futbol	12 Taller de cuidados del Hogar	15 Inicio vacaciones de semana santa	17 Visita de Padres	20 Splash Day
23 Premiación torneo de futbol	25 Fin de vacaciones de semana santa			

Calendario de actividades Marzo 2017

1 Celebración de día del trabajo	3 Llegada de misioneros de Boston	10 Inicio del taller de conocimientos especiales	12 Dia 2 del taller de conocimientos especiales	14 Fin del taller de conocimientos especiales
23 Audiciones para el coro	24 Visita de Padres			

#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

Comparte tus conocimientos

Si deseas compartir tus conocimientos y habilidades con nuestros niños, dona tu valioso tiempo compartiendo con ellos tus habilidades, conocimiento e información que les puede ayudar para su crecimiento intelectual.

Debes de mandarnos un correo a: relacionespublicas@funproni.org con una breve descripción que detalle la información, conocimiento o habilidad que deseas compartir con nuestros niños y nosotros nos comunicaremos contigo para una entrevista personal

Más información

www.funproni.org
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978



#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

Grupos Misioneros

Los equipos contribuyen a trabajar proyectos en todo el orfanato, cuidado de niños y ayuda para los padres de la casa.

Los viajes son por lo general de una semana o hasta de seis meses y pueden ser equipos de hasta 40 personas. Los equipos se alojará en los dormitorios de Casa Bernabé.

Más información

Visita la página de Casa Bernabé
www.funproni.org
o de Friends of Children Everywhere
www.foce.org



#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

Aporta un Poco de amor

¿Cómo lo puedo hacer?
Si deseas compartir tus conocimientos y habilidades con nuestros niños, dona tu valioso tiempo compartiendo con ellos tus habilidades, conocimiento e información que les puede ayudar para su crecimiento intelectual.

Debes de mandarnos un correo a: relacionespublicas@funproni.org con una breve descripción que detalle la información, conocimiento o habilidad que deseas compartir con nuestros niños y nosotros nos comunicaremos contigo para una entrevista personal.

¿Qué debo hacer?
Si deseas compartir tu historia y motivar a los niños para luchar contra cualquier adversidad.

Debes de mandarnos un correo a: relacionespublicas@funproni.org con una breve descripción que detalle tu historia personal y como crees que esta puede ayudar a motivar a los niños

Más información
www.funproni.org
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 3040-7171

Desarrollo de actividades

Comparte tus conocimientos



#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

Agradecemos su aporte

Pura fiesta y diversión con la visita de Ronald McDonald's hoy a Casa Bernabé.

Gracias a McDonald's y todo el equipo por una mañana llena de alegría, sorpresas y las ricas cajitas felices, pusieron una gran sonrisa en los rostros de nuestros niños.

Gracias McDonald's



#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

Agradecemos su aporte

Las empresas como PriceSmart con un alto nivel de responsabilidad social, contribuyen a traer esperanza y oportunidades a la niñez a través de abundantes aportes de productos como el que recibimos.

Gracias PriceSmart



#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

Agradecemos su aporte

La alegría sana experiencias placenteras hacen nuevas conexiones neuronales que refuerzan la confianza y reparan los corazones quebrantados.

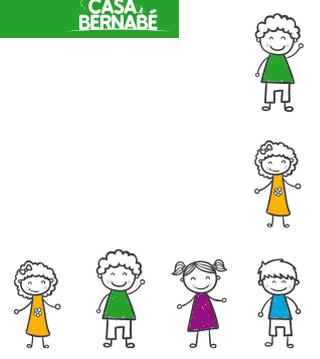
Gracias a nuestros amigos y hermanos de Sembrar es cosechar por hacer tantos esfuerzos para contribuir en la restauración de tantas vidas de niños y niñas en Casa Bernabé

Gracias Sembrar Cosechar



#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ



Donaciones en especie

Donaciones de diferentes clases de productos como: pañales, productos y enseres de limpieza y productos de higiene personal o alimentos.

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?

Casa Bernabé
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4976



Aportes económicos

Se utiliza para el funcionamiento del Ministerio y cubrir gastos básicos.

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?

Por medio de depósito a cuenta a nombre de FUNPRONI, débito automático en Banco Industrial y Servipagos en línea Banco Industrial

- Banco Industrial 220-000313-7
- Banco G&T Continental 02-5001300-2
- Banrural 3148031625



#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

Calendario de actividades Febrero 2017

4 Llegada de misioneros Montana	8 Visita al Zoológico	13 Inicio de prácticas del coro	16 Clase de cocina especial para niños	19 Visita del colegio Internacional
20 Inicio del club de teatro	24 Visita de Padres			

Calendario de actividades Mayo 2017

1 Inicio de preparativos día de la madre	10 Celebración día de la Madre	14 Visita al Museo del niño	17 Llegada de misioneros de canada	20 Despedida de misioneros de Montana
23 Visita del colegio Aleman	27 Visita de Padres			

#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ

#ApoyaCasaBernabé

CASA BERNABÉ



Instagram

Aporta un Poco de amor

Patrocinios Escolares

¿Qué son?
Aportes mensuales de Q200 para apoyar la educación de los niños

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?
Por medio de depósito a cuenta a nombre de FUNPRONI, débito automático en Banco Industrial y Servipagos en línea Banco Industrial, Números de cuenta:

- Banco Industrial 220-000313-7
- Banco G&T Continental 02-5001300-2
- Banrural 3148031625

Aporta un Poco de amor

Donaciones en Especie

¿Qué son?
Donaciones de diferentes clases de productos como: pañales, productos y enseres de limpieza y productos de higiene personal o alimentos.

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?
Casa Bernabé
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador,
Teléfono: 6634-4975 o 3040-717

#ApoyaCasaBernabé **CASA BERNABÉ**



Patrocinios escolares

#ApoyaCasaBernabé **CASA BERNABÉ**

Patrocinios escolares

Son aportes mensuales de Q200 para apoyar la educación de los niños

¿Cómo puedo hacer llegar mi donación?

Por medio de depósito a cuenta a nombre de FUNPRONI, débito automático en Banco Industrial y Servipagos en línea Banco Industrial números de cuenta:

- Banco Industrial 220-000313-7
- Banco G&T Continental 02-5001300-2
- Banrural 3148031625

#ApoyaCasaBernabé **CASA BERNABÉ**



Desarrollo actividades de

#ApoyaCasaBernabé **CASA BERNABÉ**

Desarrollo actividades de

Si tu o tu empresa quieren llevar a cabo una actividad en beneficio de los niños de Casa Bernabé, puedes hacerlo, los únicos requisitos que te pedimos son:

- Llenar solicitud y enviarla con un mes de anticipación
- Tener aprobación de la directora general
- Llevar por escrito las actividades que se realizarán

Más información

www.funproni.org
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador,
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978

#ApoyaCasaBernabé **CASA BERNABÉ**



Grupos misioneros

#ApoyaCasaBernabé **CASA BERNABÉ**

Grupos misioneros

Los equipos contribuyen a trabajar proyectos en todo el orfanato, cuidado de niños y ayuda para los padres de la casa.

Los viajes son por lo general de una semana o hasta de seis meses y pueden ser equipos de hasta 40 personas. Los equipos se alojará en los dormitorios de Casa Bernabé.

Más información

Visita la página de Casa Bernabé
www.funproni.org
o de Friends of Children Everywhere
www.foce.org

#ApoyaCasaBernabé **CASA BERNABÉ**

#ApoyaCasaBernabé **CASA BERNABÉ**





Donaciones en especie

#ApoyaCasaBernabé



Donaciones en especie

Donaciones de diferentes clases de productos como: pañales, productos y enseres de limpieza y productos de higiene personal o alimentos.

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?

Casa Bernabé
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978

#ApoyaCasaBernabé



Aportes económicos

#ApoyaCasaBernabé



Aportes económicos

Se utiliza para el funcionamiento del Ministerio y cubrir gastos básicos.

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?

Por medio de depósito a cuenta a nombre de FUNPRONI, débito automático en Banco Industrial y Servipagos en línea Banco Industrial

- Banco Industrial 220-000313-7
- Banco G&T Continental 02-5001300-2
- Banrural 3148031625

#ApoyaCasaBernabé



Comparte tus conocimientos

#ApoyaCasaBernabé



Comparte tus conocimientos

Si deseas compartir tus conocimientos y habilidades con nuestros niños, dona tu valioso tiempo compartiendo con ellos tus habilidades, conocimiento e información que les puede ayudar para su crecimiento intelectual.

Debes de mandarnos un correo a: relacionespublicas@funproni.org con una breve descripción que detalle la información, conocimiento o habilidad que deseas compartir con nuestros niños y nosotros nos comunicaremos contigo para una entrevista personal

Más información

www.funproni.org
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978

#ApoyaCasaBernabé



Visitas de Voluntarios

#ApoyaCasaBernabé



Visitas de Voluntarios

Los equipos contribuyen a trabajar proyectos en todo el orfanato, cuidado de niños y ayuda para los padres de la casa.

Las visitas de voluntarios tienen por lo general una duración de un día y pueden ser de 5 o más personas.

Más información

www.funproni.org
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978

#ApoyaCasaBernabé





#ApoyaCasaBernabé



Comparte tu historia

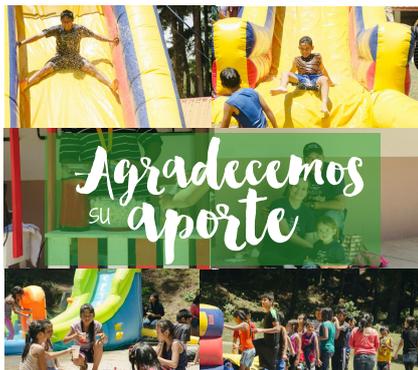
Si deseas compartir tu historia y motivar a los niños para luchar contra cualquier adversidad

Debes de mandarnos un correo a: relacionespublicas@funproni.org con una breve descripción que detalle tu historia personal y como crees que esta puede ayudar a motivar a los niños,

Más información

www.funproni.org
 Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
 Teléfono: 6634-4975 o 6634-4978

#ApoyaCasaBernabé



#ApoyaCasaBernabé



#ApoyaCasaBernabé



#ApoyaCasaBernabé



#ApoyaCasaBernabé



#ApoyaCasaBernabé



#ApoyaCasaBernabé



Aporta un Poco de amor

Comparte tus conocimientos

¿Cómo lo puedo hacer?

Si deseas compartir tus conocimientos y habilidades con nuestros niños, dona tu valioso tiempo compartiendo con ellos tus habilidades, conocimiento e información que les puede ayudar para su crecimiento intelectual.

Debes de mandarnos un correo a: relacionespublicas@fundacion.org con una breve descripción que detalle la información, conocimiento o habilidad que deseas compartir con nuestros niños y nosotros nos comunicaremos contigo para una entrevista personal.

#ApoyaCasaBernabé 

Aporta un Poco de amor

Desarrollo de actividades

¿Qué debo hacer?

Si tu o tu empresa quieren llevar a cabo una actividad en beneficio de los niños de Casa Bernabé, puedes hacerlo, los únicos requisitos que te pedimos son:

- Llenar solicitud y enviarla con un mes de anticipación
- Tener aprobación de la directora general
- Llevar por escrito las actividades que se realizará

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?

Casa Bernabé
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 3040-717

#ApoyaCasaBernabé 

Necesitamos su aporte

Necesitamos camas y colchones nuevos o en buen estado. Si quieres extenderte en favor de la niñez, esta es una buena oportunidad para hacerlo

¿A dónde debo hacer llegar mi donación?

Casa Bernabé
Dirección: Km. 25 carretera a El Salvador.
Teléfono: 6634-4975 o 3040-7171

#ApoyaCasaBernabé 

Agradecemos su aporte



#ApoyaCasaBernabé 



Necesitamos su aporte

#ApoyaCasaBernabé 



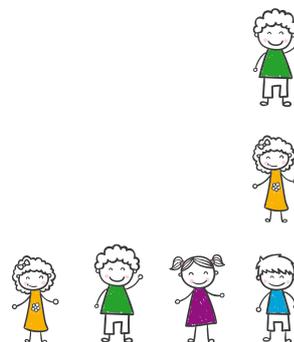
#ApoyaCasaBernabé 



En Abril disfrutamos del Verano

#ApoyaCasaBernabé





Página web rediseñada

La página web se realizó con base en la línea gráfica previamente establecida. Para mejor organización de la página se abrieron los espacios de: sobre nosotros, ¿cómo ayudar?, blog, contáctanos y donar ahora, en el espacio del header y footer, en estos también se encuentran los iconos de las redes sociales.

El botón de donar ahora se colocó también en el footer para que las personas constantemente estén viendo este y les sea fácil realizar la donación. Se realizaron formularios en los espacios de donar ahora y quiero ayudar para ayudar a la institución a generar una base de datos para que les sea más fácil contactar a su grupo objetivo.

Se utilizaron fotografías que proporcionó la institución que muestran a los niños felices y en su entorno cotidiano.

El blog se realizó de dos personas que laboran a la institución, uno se encuentra en español y otro en inglés ya que las personas que lo escriben una es guatemalteca y la otra estadounidense. Al final de cada publicación se encuentra un botón para compartir en Facebook, así como fotografías seleccionadas por los escritores del blog.

En el espacio de donar ahora se le pide a las personas que escriban sus datos generales, así como nombre de la tarjeta de crédito, número de la tarjeta de crédito, el código CCV y el monto que las personas quieren donar. Estas donaciones se pueden realizar por medio de tarjetas visa y mastercard.

En el espacio de ¿cómo ayudar? se encuentran definidos los diferentes tipos de donativos.

A continuación, se encuentra el rediseño de la página web





Casa Bernabé

FUNPRONI o Casa Bernabé como es conocida es una fundación ubicada a las afueras de la Ciudad de Guatemala, siendo este un hogar que acoge alrededor de 150 niños, que provienen de situaciones de crisis y riesgo; así como referidos por los juzgados de la niñez y adolescencia.

Cada niños y niña convive en un entorno familiar, viviendo en casa individuales con capacidad para 15 niños ubicados de acuerdo a edades y sexo. Cada casa está bajo la responsabilidad de una pareja que funge como padres.

Misión

FUNPRONI, somos una organización legalmente establecida, no lucrativa y fundamentada en valores y principios bíblicos, con el compromiso de lograr el desarrollo integral del niño, niña y adolescente.

Visión

Ser una organización modelo, que busca liderar iniciativas para erradicar la desprotección de la niñez y generar programas de desarrollo integral que propicien la preservación y fortalecimiento de la familia.

[Sobre nosotros](#) | [¿Cómo ayudar?](#) | [Blog](#) | [Contáctanos](#)

[Donar Ahora](#)

Síguenos





Tipos de ayuda

[Donaciones en Especie](#)

[Comparte tus Conocimientos](#)

[Patrocinios Escolares](#)

[Aportes Económicos](#)

[Grupos Misioneros](#)

[Desarrollo de Actividades](#)

[Comparte tu Historia](#)

[Visitas de Voluntarios](#)

[Sobre nosotros](#) | [¿Cómo ayudar?](#) | [Blog](#) | [Contáctanos](#)

[Donar Ahora](#)

Síguenos





Published: June 21, 2016

Days such as these mean a lot of different things to different people. I am sure that for some, this is one of those days that only serves to bring back hard or painful memories of a dad who has passed away or maybe a dad who was never there to begin with. The "dad" relationship is a tricky one for a lot of people, especially with the kids I interact with day in a day out at the orphanage. It makes sense. Statistically the dad is the one who most of these kids don't even know or remember. Many of their hearts have become so hard to the concept of a dad that the thought of a "heavenly" dad is just plain confusing. Compounded with abusive figures that are all too common, I feel like sometimes the hope I have slowly dims and fades. But I believe in fathers. I believe that from the get-go, God's design of a father of which he would be the ultimate model, is such a part of our DNA that every human being LONGS for that paternal relationship in spite of all the abuse and pain they could ever experience.

I recently heard a podcast by Andy Stanley talking about the one impossible thing in any line of business and how we should have a perspective of considering that one impossible thing as one day being possible. The first thing that came to my mind was that all of the 4500 children that currently live in institutions in Guatemala would have a family of their own. Simple. But, impossible. In our line of work, we know that there is little hope that families will raise up to take in kids that come from terrible situations but I have begun to ask God for that to happen. How are the boys that grow up in institutions (where the vast majority of their caregivers are women) going to learn how to be fathers? Are they even going to want to be fathers? In Guatemala, I know that these boys that age out of institutions have a much higher rate of getting a girl pregnant pretty quick so how well are they being trained to be fathers?

So, as I reflect on this day to celebrate the amazing dads all over the world I ask God with even more fervor that he would give these 4500 kids an earthly father of their own. We have kids that are turning 18 this year at the orphanage and they don't have that "dad" who will take them to college for the first time, teach them how to drive a stick shift, interrogate the new boyfriend prospect, show the boys how to treat a lady, show the girls how they deserve to be treated and so much more. As the #1 fan of one of those institutions, I can say we are trying our best. I dedicate my life to raise the standard of care these kids get in a loving and empowering environment. We even have incredible couples that strive every day to BE the love of God to these kids, but it just can't compare to the love of a father in a family that they can call their own. I hope you will pray with me that God would use a day such as this to speak into the hearts of Guatemalan fathers to be bold and courageous and open their homes to children that today live in institutions. Kids that didn't have the opportunity to say "Happy Father's Day" today.



[Compartir](#)

[Sobre nosotros](#) | [¿Cómo ayudar?](#) | [Blog](#) | [Contáctanos](#)

[Donar Ahora](#)

Síguenos





Tipos de ayuda

Donaciones en Especie

Comparte tus Conocimientos

Patrocinios Escolares

Aportes Económicos

Grupos Misioneros

Desarrollo de Actividades

Comparte tu Historia

Visitas de Voluntarios

Donaciones en Especie

Son donaciones de diferentes clases de alimentos y productos para la utilización y consumo de los niños como:

- Leche entera
- Fórmula
- Cereales
- Productos de la canasta básica
- Pañales
- Productos y enseres de limpieza
- Productos de higiene personal



Compartir

Donar Ahora

Quiero Ayudar

Sobre nosotros | ¿Cómo ayudar? | Blog | Contáctanos

Donar Ahora

Síguenos





Más información

Nombres

Apellidos

Sexo

Edad

Dirección

Teléfono

Correo Electrónico

¿Cómo quieres ayudar?

Tipos de ayuda



Donaciones en Especie

Comparte tus Conocimientos

Patrocinios Escolares

Grupos Misioneros

Desarrollo de Actividades

Comparte tu Historia

Aportes Económicos

Visitas de Voluntarios

Donar Ahora

Enviar

Sobre nosotros | ¿Cómo ayudar? | Blog | Contáctanos

Donar Ahora

Síguenos





Sobre nosotros

¿Cómo ayudar?

Blog

Contáctanos

Donar Ahora



McCormick Family

Alejandra

Sobre nosotros | ¿Cómo ayudar? | Blog | Contáctanos

Donar Ahora

Síguenos





Publicaciones año 2016

5 Inherent Losses in Orphan Care: A Bio Mom's Perspective

Strength Based Orphan Care: HOPE

Dear short-term missionary

Happy Father's Day

To be KNOWN: The power in the bent

Beating Shame

The Story Behind the Story

Sobre nosotros | ¿Cómo ayudar? | Blog | Contáctanos

Donar Ahora

Síguenos





Contácto

Nombre Apellido

Teléfono Correo Electrónico

Mensaje

Dirección: Km. 25 Carretera a El Salvador
Teléfono: 6634-4975 / 6634-4978

Enviar





Ingresa tus datos

Nombres		Apellidos	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Sexo	Edad	Dirección	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Teléfono		Correo Electrónico	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Nombre de la Tarjeta		Número de la Tarjeta	CVV
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Mes de Expiración		Año de Expiración	Monto
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>



Donar



6.2 PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

6.2.1 Estrategia de Implementación de Medios

La implementación de medios para la campaña de concientización, información y persuasión se realizó con el objetivo principal de aumentar la cantidad donaciones a la Casa Hogar, Casa Bernabé. Se creo un ciclo en el cual se concientiza primero a las personas, luego se les informa sobre los diferentes tipos de ayuda y por últimos se les persuade a realizar ese tipo de donación.

Tabla No. 6
IMPLEMENTACIÓN DE LAS CAMPAÑAS

Pieza	Proposito	Duración	Cantidad	Medio
Post campaña de concientización	Concientizar al grupo objetivo para que realice donativos	Enero a junio 2017 (6 meses)	24 Post Facebook 24 Post Instagram	Facebook Instagram
Post campaña de Información	Informar sobre los distinto tipos de donativos que existen	Enero a junio 2017 (6 meses)	24 Post Facebook 24 Post Instagram	Facebook Instagram
Post campaña de persuasión	Persuadir a el grupo objetivo a realizar donativos para mejorar la vida de los niños	Enero a junio 2017 (6 meses)	24 Post Facebook 24 Post Instagram	Facebook Instagram
Blog Página web	Mostrar la vida en la casa hogar y los cambios de los niños al tener una mejor calidad de vida.	Enero a junio 2017 (6 meses)	12 publicaciones	Página Web

Fuente: Propia

Tabla No. 7
MATRIZ DE IMPLEMENTACIÓN SEMANA 1

LUNES	MARTE S	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
concientización facebook e instagram	post de actividad	Información facebook e instagram	post de actividad	Persuasión facebook e instagram	post de actividad	post de actividad
Blog cada 15 días						

Fuente: Propia

6.2.2 Presupuesto de diseño

A continuación, se presenta la carta destinada al Casa Bernabé con el objetivo de presentar el presupuesto total de la propuesta gráfica realizada.



Guatemala, noviembre del 2016

Lic. Flory Herrera
Directora
Casa Bernabé
Ciudad de Guatemala

Estimada Flory:

Me comunico con usted con el objetivo de presentarle el presupuesto final de la campaña de concientización, información y persuasión para la recaudación de donaciones a favor de la casa hogar, Casa Bernabé. En relación a las horas de diseño, elaboración y artes finales invertidas en la elaboración de la campaña, el costo total de este es de **Q24,150.00**

Como es de su conocimiento un diseño eficiente es fundamental para que los resultados de la campaña sean exitosos, la campaña no incrementa ningún otro costo ya que es completamente orgánica y ustedes ya cuentan con una persona dedicada al manejo de las redes sociales, le garantizo que con esta campaña los resultados serán positivos y se incrementaran significativamente las donaciones.

Si es de su interés el proyecto, comuníquese con migo lo antes posible para agenda una entrevista personal y acordar los detalles finales.

Atentamente,

Roxana Aguirre



6.2.2.1 Tabla de presupuesto

Tabla No. 8
PRESUPUESTO DE DISEÑO

RAZON	COSTO POR HORA	TOTAL HORAS	TOTAL
Investigación	Q60.00	85	Q5,100.00
Conceptualización	Q120.00	15	Q1,800.00
Bocetaje de piezas	Q100.00	120	Q12,000.00
Elaboración de diseño y diagramación	Q150.00	35	Q5,250.00
TOTAL			Q24,150.00

Fuente: Propia

6.2.3 Artes finales e Informe técnico que lo acompañan

A continuación, se describe el contenido del CD adjunto que servirá para la publicación de las piezas correspondientes a la campaña de concientización, información y persuasión para la recaudación de donativos a favor de la casa hogar, Casa Bernabé.

En el CD se encuentran 5 carpetas nombradas como: Carpeta de Campaña de Concientización, Carpeta de Campaña de Información, Carpeta de Campaña de persuasión, Carpeta de Tipografías y carpeta de página web, en cada carpeta de encuentran las piezas correspondientes.

1. Carpeta de Campaña de Concientización

- En ella se encuentran 2 carpetas llamadas: concientización Facebook y concientización Instagram
- Carpeta de concientización Facebook:
 - 1 archivo de Adobe Illustrator CS6: post de Facebook para la campaña de concientización
 - Tipografías convertidas en path y vectores expandidos
 - 24 JPG tamaño 1200 x 900 px.
- Carpeta de concientización Instagram:
 - 1 archivo de Adobe Illustrator CS6: post de Facebook para la campaña de concientización
 - Tipografías convertidas en path y vectores expandidos
 - 24 JPG tamaño 1080 x 1080 px.

2. Carpeta de Campaña informativa

- En ella se encuentran 2 carpetas llamadas: informativa Facebook e informativa Instagram



- Carpeta de informativa Facebook:
 - 1 archivo de Adobe Illustrator CS6: post de Facebook para la campaña informativa
 - Tipografías convertidas en path y vectores expandidos
 - 24 JPG tamaño 1200 x 900 px.

- Carpeta de informativa Instagram:
 - 1 archivo de Adobe Illustrator CS6: post de Facebook para la campaña informativa
 - Tipografías convertidas en path y vectores expandidos
 - 31 JPG tamaño 1080 x 1080 px.

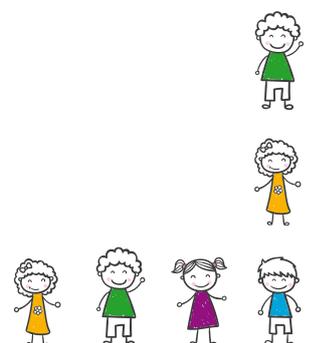
- 3. Carpeta de Campaña de persuasión
 - En ella se encuentran 2 carpetas llamadas: persuasión Facebook y persuasión Instagram

 - Carpeta de persuasión Facebook:
 - 1 archivo de Adobe Illustrator CS6: post de Facebook para la campaña de persuasión
 - Tipografías convertidas en path y vectores expandidos
 - 24 JPG tamaño 1200 x 900 px.

 - Carpeta de persuasión Instagram:
 - 1 archivo de Adobe Illustrator CS6: post de Facebook para la campaña de persuasión
 - Tipografías convertidas en path y vectores expandidos
 - 24 JPG tamaño 1080 x 1080 px.

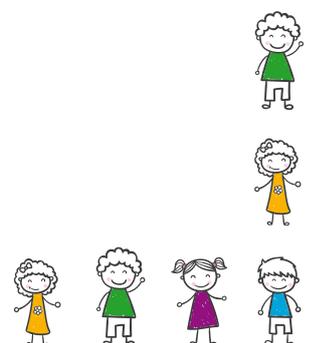
- 4. Carpeta de Tipografías
 - 4 archivos ZIP con los nombres: Bonjour, Shadows into light, Helvética, Shree Devanagari 714

- 5. Página Web
 - 1 archivo de Adobe Illustrator CS6: Página web
 - 29 archivos JPG.



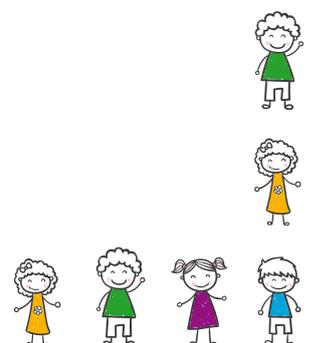
CONCLUSIONES

- Para que el grupo objetivo captara correctamente el mensaje se optó por la realización de una campaña de tres fases: concientización, información y persuasión. Esto se hizo por que se considera que una exposición prolongada a un mensaje tendrá mayor impacto y por consiguiente aumentara la retención de la información, la familiarización con la institución y mejorar las posibilidades de obtener una donación.
- Con el propósito de renovar la percepción del grupo objetivo, se asesoro a Casa Bernabé en la renovación de su línea gráfica. La nueva línea gráfica busca transmitir sus valores y objetivos de una forma clara y accesible. Esta renovación se aplicó a los siguientes medios: sitio web, blog ,publicaciones de concientización, información y persuasión para Instagram y Facebook. Dichos medios fueron seleccionados como la opción con menor costo y mayor impacto considerando los recursos económicos de la institución.



RECOMENDACIONES

- El material elaborado debe de ejecutarse en una campaña y medir su efectividad para validar su aceptación, sí la campaña es exitosa se recomienda abarcar otros medios como: videos y publicaciones impresas.
- Se recomienda que la campaña sea revisada periódicamente para revisar que las imágenes y contenidos permanezcan vigentes ante los objetivos de la institución.
- Es importante explotar la utilización de la página web para generar una base de datos de usuarios que permita perfilar mejor al grupo objetivo.



BIBLIOGRAFÍA

Libros y folletos

ELIAS ,J.(2014,13 de Enero). Casi 200 bebés fueron abandonados durante el 2013 en Guatemala.

MELGAREJO, Nidia. Material informativo para el programa de servicio comunitario y salud para la asociación de ayuda de niños katori. Guatemala. Universidad Rafael Landívar.

CUSÓ Montse. Infancia en riesgo e infancia maltratada. 1995.

Documentos Electrónicos

Aldeas Infantiles SOS, Perú. Aldeas Infantiles SOS Inició su nueva campaña "Pepe". [En línea] (Disponible en <http://www.aldeasinfantiles.org.gt/>) [Consulta: 10/05/2015]

Alianza Cristiana Para los Huérfanos. Domingo para el huérfano. [En línea] (Disponible en <http://www.ach.gt/>) [Consulta: 10/05/2015]

Comunidad de Madrid. Instituto Madrileño de la Familia y el Menor. [En línea] (Disponible en <http://www.madrid.org/>) [Consulta: 12/05/2015]

Cultura Petenera y Más. Guatemala (departamento). [En línea] (Disponible en <http://culturapeteneraymas.blogspot.com/>) [Consulta: 14/04/ 2015]

Cultura petenera mayas. Municipio de Guatemala. [En línea] (Disponible en <https://culturapeteneraymas.wordpress.com/2011/10/23/municipio-de-guatemala/>) [Consulta: 16/04/2015]

Dando Datos. Niños de la calle [En línea] (Disponible en <http://www.dandodatos.com/>) [Consulta: 24/01/ 2015]

Definición Abc, Definición de método deductivo. [En línea] (Disponible en <http://www.definicionabc.com/>) [Consulta: 20/05/2015]

Definición ABC. Definición de campaña publicitaria. [En línea] (Disponible en <http://www.definicionabc.com/social/campana-publicitaria.php>) [Consulta: 10/06/2016]

Definicion.De. Definición de Riesgo Social. [En línea] (Disponible en <http://definicion.de/riesgo-social/>) [Consulta: 3/03/2016]

Definición.de. Riesgo Social. [En línea] (Disponible en <http://definicion.de/riesgo-social/>) [Consulta: 10/04/2014]



Departamento de Estado de los Estados Unidos.(2013, Septiembre). Información General: Guatemala. Consultado el 20 de Febrero 2015. [En línea] (Disponible en <http://dosfan.lib.uic.edu/ERC/spanish/respas/38116.htm>) [Consulta: 15/03/2015]

El desafío de formar y educar: una tarea conjunta. Las necesidades Fisiológicas. [En línea] (Disponible en <http://cosacodialogando.blogspot.com/2009/05/las-necesidades-de-ninos-y-ninas.html>) [Consulta: 10/04/2014]

El desafío de formar y educar: una tarea conjunta. Las necesidades Afectivas [En línea] (Disponible en <http://cosacodialogando.blogspot.com/2009/05/las-necesidades-de-ninos-y-ninas.html>) [Consulta: 10/04/2014]

Fundación ANAR. La violencia del menor se incrementó en España un 13.6% en 2012. [En línea] (Disponible en <http://www.anar.org/>) [Consulta: 12/05/2015]

FUNPRONI. Quienes somos. [En línea] (Disponible en <http://funproni.org/quienes-somos/>) [Consulta: 12/03/ 2015]

Humanium. Derechos del niño. [En línea] (Disponible en <http://www.humanium.org/es/derechos-del-niño/>) [Consulta: 10/04/ 2014]

Humanium. Derechos Fundamentales del niño. [En línea] (Disponible en <http://www.humanium.org/es/derechos/>) [Consulta: 10/04/2014]

Humanium. Los niños de Guatemala. [En línea] (Disponible en <http://www.humanium.org/es/los-niños-en-guatemala/>) [Consulta: 12/04/2015]

Humanium. La situación de los niños. [En línea] (Disponible en <http://www.humanium.org/es/situacion-de-los-niños/>)[Consulta: 15/04/2015]

Humanium. Matrimonio Infantil. [En línea] (Disponible en <http://www.humanium.org/es/matrimonio-infantil/>) [Consulta: 15/05/2015]

Humanium. Explotación sexual infantil. [En línea] (Disponible en <http://www.humanium.org/es/explotacion-sexual-infantil/>) [Consulta: 10/05/2014]

Humanium. Trata de niños, la lucha contra la trata infantil. [En línea] (Disponible en <http://www.humanium.org/es/trata-ninos/#>) [Consulta: 10/05/2014]

Infográfica a la carta. Definición de diseño de la información. [En línea] (Disponible en <https://infograficaalacarta.wordpress.com/2011/03/24/la-busqueda-de-una-definicion/>) [Consulta: 10/06/2016]

Lecto-escritura y ortografía. Qué es una campaña social. [En línea] (Disponible en <http://octavoitsclenglite.blogspot.com/2012/07/que-es-una-campana-social.html>) [Consulta: 12/06/2016]

Marquilleria Urbana. Campañas conciencia social. [En línea] (Disponible en <http://luisamontalvo.blogspot.com/2012/11/campanas-conciencia-social-marketing.html>) [Consulta: 12/06/2016]



Marquillería Urbana. Campañas conciencia social. [En línea] (Disponible en <http://luisamontalvo.blogspot.com/2012/11/campanas-conciencia-social-marketing.html>) [Consulta: 10/06/2016]

Mi espacio, Marketing Social. [En línea] (Disponible en http://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/Marketing-Social.html#.VytN2GMxVEQ) [Consulta: 12/06/2016]

Procuraduría General de la Nación. Procuraduría de la Niñez y la Adolescencia. [Consulta: 12/04/2015]

ONUSIDA. Como preparar una campaña. [En línea] (Disponible en http://data.unaids.org/pub/informationnote/2004/20041102_in_waccampaignguide_es.pdf) [Consulta: 10/06/2016]

ONUSIDA. Como preparar una campaña. [En línea] (Disponible en http://data.unaids.org/pub/informationnote/2004/20041102_in_waccampaignguide_es.pdf) [Consulta: 10/06/2016]

ONUSIDA. Como preparar una campaña. [En línea] (Disponible en http://data.unaids.org/pub/informationnote/2004/20041102_in_waccampaignguide_es.pdf) [Consulta: 14/06/2016]

Real Academia Española. Abandono. [En línea] (Disponible en <http://dle.rae.es/?id=023UD0Z>) [Consulta: 10/05/2014]

Rincón de la Psicología. La técnica de las relaciones forzadas para potenciar la creatividad. [En línea] (Disponible en <http://www.rinconpsicologia.com/2011/10/la-tecnica-de-las-relaciones-forzadas.html>) [Consulta: 3/03/2016]

UNICEF. Adolescencia y juventud. [En línea] (Disponible en http://www.unicef.org/spanish/adolescence/index_bigpicture.html) [Consulta: 3/03/2016]

UNICEF. Primera infancia. [En línea] (Disponible en http://www.unicef.org/spanish/earlychildhood/index_bigpicture.html) [Consulta: 3/03/2016]

UNICEF. Protección infantil contra la violencia la explotación y el abuso. [En línea] (Disponible en http://www.unicef.org/spanish/protection/57929_57972.html) [Consulta: 3/03/2016]

UNICEF. Maltrato infantil: una dolorosa realidad puertas adentro. [En línea] (Disponible en [http://www.unicef.org/lac/Boletin-Desafios9-CEPAL-UNICEF\(1\).pdf](http://www.unicef.org/lac/Boletin-Desafios9-CEPAL-UNICEF(1).pdf)) [Consulta: 3/03/2016]

UNICEF. Los niños privados del cuidado parental. [En línea] (Disponible en http://www.unicef.org/spanish/protection/57929_58004.html) [Consulta: 3/03/2016]

UNICEF. Niños en Instituciones. [En línea] (Disponible en http://www.unicef.org/lac/initiativas_protection.html) [Consulta: 3/03/2016]



UNICEF. Protección. [En línea] (Disponible en http://www.unicef.org/lac/protection_30833.htm) [Consulta: 3/03/2016]

UNICEF. La infancia. [En línea] (Disponible en http://www.unicef.org/guatemala/spanish/children_1163.htm) [Consulta: 3/03/2016]

UNICEF. Adolescencia. [En línea] (Disponible en http://www.unicef.org/guatemala/spanish/infancia_18483.htm) [Consulta: 3/03/2016]

Wikiguate. Cultura del Departamento de Guatemala. [En línea] (Disponible en <http://wikiguate.com.gt/guatemala-departamento/>) [Consulta: 16/04/2015]

Wikiguate. Departamento de Guatemala. [En línea] (Disponible en <http://wikiguate.com.gt/guatemala-departamento/>) [Consulta: 14/04/2015]



ANEXOS

ANEXO 1: ENTREVISTA A REALIZAR A PSICÓLOGOS

Nombres de los entrevistados:

Temas a tratar durante la entrevista

1. Cómo se ven afectados psicológicamente los niños y niñas en situación de riesgo?
2. La conducta de los niños cambia?
3. Se ve afectado el desarrollo de los niños físico y mental de los niños?
4. Cuales son las causas que hacen que las madres expongan a sus hijos a situaciones de riesgo?
5. Los niños sienten aceptación por la sociedad?
6. Sufre de depresión los niños como consecuencia del riesgo al que se les expuso?

ANEXO 2: ENTREVISTA A REALIZAR A MAESTROS

Temas a tratar durante la entrevista

Cómo se ve afectado el desempeño de los niños en situación de riesgo en su educación?

1. El temperamento del niño se ve afectado? Cómo?
2. La conducta de los niños respecto a sus demás compañeros es afectada?
3. Cuales son las consecuencias más graves que sufren los niños?
4. Los niños muestran interés por recibir educación?
5. Se ve afectado el desarrollo de los niños físico y mental?
6. Cree usted que la sociedad acepta a los niños que se encuentran en instituciones?
7. En su posición de maestro cómo puede influir en la mejoría de los niños que se encuentran en la institución y en que estos sean aceptados socialmente



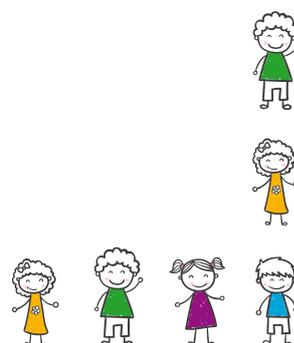
ANEXO 3: ENTREVISTA A PADRES ENCARGADOS

Temas a tratar durante la entrevista

1. Cómo se vea afectada la conducta y temperamento de los niños debido a las situaciones de riesgo a las que se enfrentaron?
2. Se ve afectado el desarrollo físico y mental de los niños? como?
3. Los niños sufren de depresión por causa de las situaciones a las que se ven expuestos?
4. Cuales son las consecuencias más evidentes que manifiestan los niños?
5. Cree usted que la sociedad acepta a los niños institucionalizados?
6. Cómo se ven afectadas las relaciones personales de los niños debido a las situaciones a las que se vieron expuestos?
7. Cree usted que la sociedad Guatemalteca hace algo para evitar la situación de riesgo de los niños?
8. Cómo padre encargado, cómo cree usted que puede contribuir a la mejoría de la calidad de vida de los niños?

ANEXO 4: ENTREVISTA A DIRECTORA DE FUNPRONI

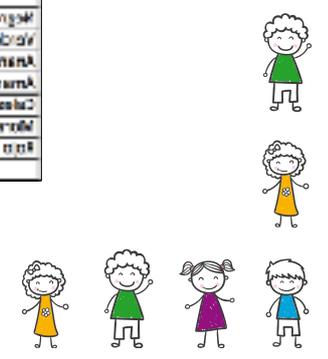
1. La población del país se encuentra informada acerca de qué hacer si no desean conservar a sus hijos?
2. Cómo afecta socialmente a los ciudadanos el aumento del 20% de niños en situación de riesgo anualmente?
3. El aumento del 20% de niños en situación de riesgo anualmente atrasa el desarrollo del país? porque?
4. Considera que el tema es aceptado socialmente?
5. Considera que la sociedad hace algo para combatir esta situación?
6. Cree que nuestra sociedad se encuentra informada del tema?



ANEXO 5: ENTREVISTA A REALIZADA CIUDADANO DE LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA

Pregunta No. 1: ¿En dónde vive?		Pregunta No. 2: ¿Cuál es su nivel de escolaridad?	
Comarca El Quiché	74	Comarcas	65
Ciudad San Carlos	173	Elementaria	509
Zona 10, 14, 15, 16	98	Post-secundaria	58
Otros	51	Adelantado	19
TOTAL	307	TOTAL	307
Pregunta No. 3: ¿Cuántos miembros tiene su familia?		Pregunta No. 4: ¿Qué tipo de publicación le llama más atención?	
1 a 2	74	En prensa	33
3	100	En redes sociales	100
4	49	Medios impresos	30
5+	51	Volantes y folletos	44
TOTAL	307	En televisión	41
TOTAL	307	TOTAL	307
Pregunta No. 5: ¿Cuántas veces ve las noticias en los medios de comunicación?		Pregunta No. 6: ¿Por qué le gusta participar en actividades de voluntariado?	
Nunca	10	Para generar un cambio	103
Raramente	27	Para estar con mis amigos	50
Algunas veces	100	Me gusta ayudar a los más necesitados	130
Frecuentemente	58	Me hago actividades de beneficencia	24
TOTAL	307	TOTAL	307
Pregunta No. 7: ¿Cuál es su nivel de satisfacción con el servicio de salud?		Pregunta No. 8: ¿Qué colores le parecen más positivos?	
Muy satisfecho	65	Primario	170
Satisfecho	209	Secundario	170
No satisfecho	58	Terciario	57
No del todo satisfecho, solo algunas veces	19	TOTAL	307
TOTAL	307		
Pregunta No. 9: ¿Qué tipo de imágenes prefieren ver en sus redes de redes?		Pregunta No. 10: ¿Cuántos días consume productos orgánicos?	
Personas	139	Nunca	2
El medio ambiente	73	Pocas veces	180
Animales	10	Algunas veces	73
Plantas	48	Frecuentemente	52
Los paisajes	18	TOTAL	307
TOTAL	307		
Pregunta No. 11: ¿Qué tipo de actividades realiza en su tiempo libre?		Pregunta No. 12: ¿Qué tipo de música consume más?	
Actividades al aire libre	139	Pop	170
Deportes	89	Reggae	150
Trabaja	100	Andina	2
Leer	17	TOTAL	307
TOTAL	307		
Pregunta No. 13: ¿Cuántas veces consume productos orgánicos?		Pregunta No. 14: ¿Cuántas veces consume productos orgánicos?	
Nunca	2	Nunca	2
Pocas veces	180	Pocas veces	180
Algunas veces	100	Algunas veces	100
Frecuentemente	58	Frecuentemente	58
TOTAL	307	TOTAL	307

Pregunta No. 15: ¿Cuántos miembros tiene su familia?		Pregunta No. 16: ¿Cuántos días consume productos orgánicos?	
1 a 2	74	Nunca	2
3	100	Pocas veces	180
4	49	Algunas veces	100
5+	51	Frecuentemente	58
TOTAL	307	TOTAL	307
Pregunta No. 17: ¿Cuántos días consume productos orgánicos?		Pregunta No. 18: ¿Cuántos días consume productos orgánicos?	
Nunca	2	Nunca	2
Pocas veces	180	Pocas veces	180
Algunas veces	100	Algunas veces	100
Frecuentemente	58	Frecuentemente	58
TOTAL	307	TOTAL	307
Pregunta No. 19: ¿Cuántos días consume productos orgánicos?		Pregunta No. 20: ¿Cuántos días consume productos orgánicos?	
Nunca	2	Nunca	2
Pocas veces	180	Pocas veces	180
Algunas veces	100	Algunas veces	100
Frecuentemente	58	Frecuentemente	58
TOTAL	307	TOTAL	307



ANEXO 6 :ENTREVISTA A REALIZADA CIUDADANO DE LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA

1. ¿Sabía usted que en Guatemala cada año hay un aumento del 20% de niños en situación de riesgo?

Si
No

2. ¿Cree que los orfanatos y casa hogar tiene capacidad de atender esta situación?

Si
No

3. ¿Cree usted que el problema de niñez en riesgo afecta socialmente a la población Guatemalteca ?

Si
No

4. ¿Qué formas de ayuda conoce usted que pueda aportar a las casa hogares u orfanatos?

Donaciones de ropa y/o víveres
Apadrinamiento de los niños
En especie (ayudando directamente al lugar asistiendo a realizar tareas)
Ninguna

5. ¿Ha recibido algún tipo de información sobre la niñez en riesgo con anterioridad?

Si
No

6. ¿Le gustaría más recibir información acerca de la niñez en riesgo y cómo puede ayudar?

Si
No



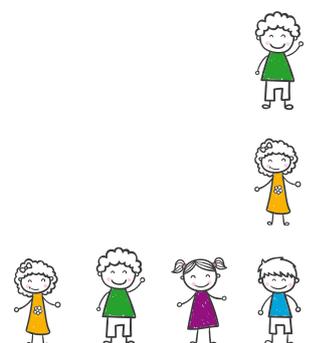
ANEXO 7 : LLUVIA DE IDEAS

Tema: Niños y niñas en situación de riesgo

abandono	hogar	corregir	donaciones
amor	peligro	cambios	viveres
niño	consideración	compasión	ropa
niña	educación	niñez	interés
familia	salud	solidaridad	comunicación
dolor	derechos	bondad	voluntario
compasión	desnutrición	paciencia	bondad
riesgo	país	conocimientos	maras
violencia	ciclos	preparación	padres
golpes	matrimonio infantil	aportes	comodidad
traumas	desarrollo	cambio	extranjeros
experiencia	problema	mejor	frío
consecuencias	adopción	comunidad	calor
insultos	ayuda	vida	ignorancia
palabras	comida	calidad	olvido
violaciones	respeto	sanar	prevención
trata de personas	hábitos	heridas	generar
embarazos	futuro	corazón	juegos
trabajo infantil	elección	color	felicidad
calles	cultura	casa	control
castigo	responsabilidad	realización	hospitales
enojo	autoridades	tiempo	mente
sufrimiento	olvido	adulto	sueños
imitar	integridad	vagos	díos
honestidad	bebé	trabajo	informar

Combinación de palabras:

- voluntario, vida, mejor
- elección, amor
- futuro, llenar, color
- sueños, adulto, futuro



Posibles Conceptos:

- Voluntarios por una vida mejor: se eligió este concepto para transmitirle a los posibles espectadores que gracias a su ayuda los niños en situación de riesgo tienen una vida mejor.
- Elecciones de amor: se escogió este concepto ya que la elección de ayudar a niños en situación de riesgo debe estar acompañado de compasión y amor.
- Futuros llenos de color: se escogió este concepto ya que el futuro de los niños rescatados está lleno de cambios positivos.
- Sueños de los adultos del futuro: Se escogió este concepto ya que los niños son los adultos del futuro y si estos se desarrollan en un ambiente peligroso o violento esto se verá reflejado en nuestra sociedad. Por lo que es necesario sacarlos de este ambiente y cumplirles su sueño de un mejor futuro.

ANEXO 8: OPUESTOS

tranquilidad	intranquilidad
logro	frustración
amor	odio
compañía	soledad
abuso	respeto
responsabilidad	irresponsabilidad
preocupación	indiferencia
caricias	golpes
educación	ignorancia
ayuda	desamparo
cuidado	abandono
voluntad	obligación
sueños	realidad
futuro	pasado
felicidad	tristeza

Posibles conceptos:

- Soñar ayuda a crear una mejor realidad: se eligió este concepto ya que si no nos preocupamos con soñar que exista una mejor realidad para los niños en situación de riesgo esto siempre estarán ligados a su pasado.
- La indiferencia también golpea: se busca dar a entender que la indiferencia de las personas para ayudar a los niños en situación de riesgo también los afecta, ya que les impide tener un mejor futuro.
- La ignorancia ata al pasado: esto es debido a que si las personas no se educan en las diferentes maneras de ayuda nunca se verán cambios y el futuro será igual al pasado.



ANEXO 9 :RELACIONES FORZADAS

Problema: Niños y niñas en situación de riesgo

Descomposición de elementos: niñez en riesgo

niño, niña, edad, peligro, infancia, minoría, inocencia, inseguridad, desgracia, accidente, futuro, miedo, educación, salud, padres.

Palabra al azar: Perro

vivo, patas, cuerpo, orejas, pelo, lengua, comida, instinto, mamífero, carnívoro, olfato, oídos, inteligencia, doméstico, dependientes, diversidad de razas, color, piel, fiel, amigo, compañía, inocencia, amor, ternura, maldad, grande, pequeño, juega, fuerza, veloz, resistentes, ladrido, gruñido, aullido, temor, cola, felicidad.

Relación forzada:

- Nuestros instintos nos llevan en busca de la felicidad
- La inteligencia es nuestra mejor compañía
- Que tu inocencia no opaque tu fuerza
- Compañía llena de ternura
- Infancia llena de color

Posibles conceptos:

- Compañía llena de ternura: donar tiempo a los niños y niñas que se encuentran en instituciones nos llena de ternura y agradecimiento.
- Infancia llena de color: hace referencia a el tipo de infancia que deberían tener todos los niños.
- Nuestros instintos nos llevan en busca de la felicidad: el fin del ser humano es encontrar su felicidad y tranquilidad, sin importar cual sea esta para cada quien.



ANEXO 10: INVESTIGACIÓN DE DISEÑO

Campaña Publicitaria

Una campaña publicitaria es una idea o grupo de ideas que buscan lograr un determinado objetivo que por lo general busca difundir y anunciar un servicio, producto o información. Todas las campañas deben de tener un objetivo claro y estar limitadas a un periodo de tiempo.⁵³

Para realizar una campaña se necesita que los creativos y diseñadores que sepan los intereses y deseos del grupo objetivo al cual se encuentra dirigida la campaña. Las campañas son los medios más utilizados para sensibilizar acerca de cualquier causa. Las campañas se clasifican dependiendo si se encuentran realizadas por la institución para influir en el público o del público para influir en una institución. Las buenas campañas utilizan varios medios, técnicas y estrategias que contribuyan a la acción deseada, estos medios deben generar una reacción en el receptor.⁵⁴

Material de Diseño Informativo

Según Robert Horn, el diseño de información “es el arte y la ciencia de preparar información para que pueda ser usada con eficiencia y efectividad”. El International Institute for Information Design nos dice que “el diseño de información consiste en definir, planear y dar forma a los contenidos de un mensaje con la intención de alcanzar un objetivo determinado”.

El diseño de información desarrolla materiales comprensibles que puedan convertirse en acciones efectivas según los objetivos así como facilitar las interacciones para que estas sean naturales, placenteras y que resuelvan los problemas del grupo objetivo. Los elementos de diseño que llenan estos propósitos pueden ser impresos así como digitales y se clasifican según el área del diseño.⁵⁵

Al diseñar material informativo es necesario conocer bien la información que se desea comunicar al grupo objetivo. Es necesario que la información que se desea comunicar sea atractiva y que se logre a través de esta que los receptores se identifiquen con ella.⁵⁶

El material informativo debe enriquecer el tema, los conocimientos y la percepción del grupo objetivo, lograr que el texto sea comprensible y llamativo para el receptor. Existen diversos tipos de materiales gráficos informativos los cuales pueden ser impresos y/o digitales, entre los que destacan: revistas, anuncios, trifoliales, afiches, manuales y folletos.

- Publicidad: se clasifica según su tamaño, número de colores y circulación. El material debe contar con jerarquización del contenido según su importancia, por titulares, encabezados, imágenes, tamaños y cuerpos del texto.

⁵³ Definición ABC. Definición de campaña publicitaria. Disponible en <http://www.definicionabc.com/social/campana-publicitaria.php> [Consulta: 10/06/2016]

⁵⁴ ONUSIDA. Como preparar una campaña. Disponible en http://data.unaids.org/pub/informationnote/2004/20041102_in_waccampaignguide_es.pdf [Consulta: 10/06/2016]

⁵⁵ Infografía a la carta. Definición de diseño de la información. Disponible en <https://infograficaalacarta.wordpress.com/2011/03/24/la-busqueda-de-una-definicion/> [Consulta: 10/06/2016]

⁵⁶ MELGAREJO, Nidia. Material informativo para el programa de servicio comunitario y salud para la asociación de ayuda de niños katori. Universidad Rafael Landívar.



- Periódicos: Muchas veces este medio resulta ser poco atractivo cuando es impreso debido a el tipo de papel en el cual se imprime que es de bajo costo y las imágenes tienden a verse de baja calidad aparte que su tiempo de vida es corto. Pero tiene como ventaja un costo accesible para el consumidor por lo que la mayoría lo pueden obtener y es un medio masivo. El periódico cuenta con retículas modulares en las cuales se debe de diseñar y colocar titulares, fotos y contenidos.
- Revistas: Cuenta con características muy parecidas a las del periódico pero cuenta con flexibilidad de circulación ya que esta puede ser mensual o quincenal y llega a un grupo más reducido. Si es impresa la revista el material puede ser de buena calidad. La temática puede variar según el grupo objetivo al cual se desea alcanzar. Los tamaños de la revista pueden variar según su funcionalidad.
- Correo Directo: Puede ser impreso o digital y puede tomar diferentes formas y tener varios colores. Es importante la creatividad para realizar este tipo de material para que este sea llamativo a los ojos del grupo objetivo.
- Folletos: Es un libro de ocho o más páginas el cual puede estar doblado en varias partes como los bifolios y trifolios. Su formato puede ser vertical o horizontal. Es necesario que cuente con una sola línea gráfica.⁵⁷

Los contenidos del material informativo son determinados por el experto y el diseñador gráfico, por medio de un proceso en el cual se reduce la información de forma que sea más concisa y fácil de comprender para el grupo objetivo al cual se desea alcanzar. El contenido debe ir ampliando el conocimiento a medida que este se va desarrollando. El experto debe facilitar al diseñador los conceptos, definiciones, ilustraciones y contenidos para que estos sean del dominio del grupo objetivo. La información debe ser colocada jerárquicamente para que tenga continuidad.⁵⁸

Elementos para diseñar material informativo efectivo

Las campañas de comunicación visual busca transmitir un mensaje específico. El diseñador gráfico es un creador de comunicaciones, que mediante un método específico transmite mensajes por medio de medios visuales. Es el intérprete del mensaje. Lo principal en toda composición gráfica es el mensaje o información que se busca hacer llegar al grupo objetivo a través de medios visuales. Esta información se debe representar por medio de los diferentes elementos gráficos, estos son muchos pero los más utilizados son los siguientes:

- Elementos gráficos simples: puntos y líneas
- Elementos geométricos: cuadrados, círculos, triángulos, etc.
- Tipos: tipografías diferentes, que sean comprensibles y se acoplen al tema tratado
- Gráficos: logotipos, iconos, etc.
- Ilustraciones
- Fotografías

⁵⁷ MELGAREJO, Nidia. Material informativo para el programa de servicio comunitario y salud para la asociación de ayuda de niños katori. Universidad Rafael Landívar.

⁵⁸ MELGAREJO, Nidia. Material informativo para el programa de servicio comunitario y salud para la asociación de ayuda de niños katori. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Disponible en <http://recursosbiblio.url.edu.gt/publieda/est/tl2d/Melgarejo-Nidya.pdf> [Consulta 10/06/2016]



Es importante que exista equilibrio entre los diferentes elementos que se utilicen si se desea llamar la atención y mantenerla hasta que el mensaje que se desea dar sea recibido correctamente. Es necesario mantener organización en los contenidos gráficos y textuales y no sobre cargar de estos para que el grupo objetivo no pierda la atención.⁵⁹

Material de Diseño de Concientización

Las campañas de concientización tiene como objetivo influir en la conducta del grupo objetivo al cual va dirigida la campaña. Su propósito es sensibilizar y concientizar sobre un problema social y ofrecer una solución o conducta alternativa a los problemas. Estas campañas se pueden dar en diversos ámbitos, entre los que destacan: derechos humanos, igualdad de género, protección a la niñez, salud, medio ambiente, educación y cultura, así como cualquier otra tipo de problema, aunque este no afecte a todos o a la mayor parte de la sociedad.⁶⁰

Las campañas de concientizar buscan generar un cambio en la actitud de grupo objetivo al cual va dirigida la campaña por medio del involucramiento de este con el problema planteado. Debido a que los seres humanos somos indiferentes a los problemas que no nos afectan directamente, no por egoísmo, sino como un método de defensa para evitar pensar negativamente, es que las demostraciones y métodos de involucramiento son estrategias funcionales que logran que las personas afectadas por el mensaje de la campaña comprendan la realidad del mensaje y en algunos casos aporten a la causa en busca de generar

Para generar una respuesta asertiva del grupo objetivo es necesario crear acciones que no se conviertan en parte del paisaje o sean tradicionales, es necesario impactar en la vida cotidiana de las personas utilizando elementos de comunicación que sean relevantes e impactantes y que lleguen a conmover o sensibilizar al público.⁶¹

Las campañas de concientización no se limitan a una empresa sino también a asociaciones sin fines de lucro, organizaciones religiosas y del estado, fundaciones y todo tipo de acciones sociales y humanitarias que realizan las diferentes organizaciones para que las personas se identifique a ellas o a sus marcas por medio de una problemática social.

Los cambios de conducta del grupo objetivo se pueden dar después de varias etapas, como el cambio de información, conocimientos y actitudes.⁶²

Elementos de una campaña de concientización

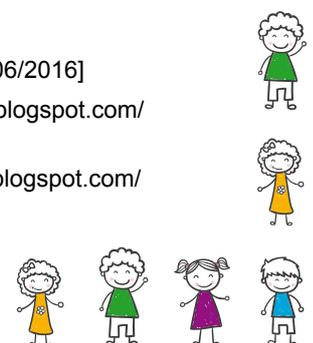
- Causa: Objetivo social que se considera que tendrá una respuesta social acertada a un problema social
- Agente de Cambio: Persona u organización que busca generar un cambio en la sociedad por medio de una campaña.

⁵⁹ MELGAREJO, Nidia. Material informativo para el programa de servicio comunitario y salud para la asociación de ayuda de niños katori. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Disponible en <http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicada/est/t12d/Melgarejo-Nidya.pdf> [Consulta: 10/06/2016]

⁶⁰ Lecto-escritura y ortografía. Qué es una campaña social. Disponible en <http://octavoitscenglite.blogspot.com/2012/07/que-es-una-campana-social.html> [Consulta: 12/06/2016]

⁶¹ Marquilleria Urbana. Campañas conciencia social. Disponible en <http://luisamontalvo.blogspot.com/2012/11/campanas-conciencia-social-marketing.html> [Consulta: 12/06/2016]

⁶² Marquilleria Urbana. Campañas conciencia social. Disponible en <http://luisamontalvo.blogspot.com/2012/11/campanas-conciencia-social-marketing.html> [Consulta: 10/06/2016]



- Destinatarios: Grupo de personas, personas individuales o poblaciones enteras que conforman el grupo objetivo al cual se busca que haga un cambio.
- Canales: Medios de comunicación por medio de los cuales se buscará transmitir e intercambiar la información para influenciar y generar una respuesta en el grupo objetivo.
- Estrategia de Cambio: Dirección y programa utilizados para que el agente de cambio lleve el cambio de actitudes y conducta de los destinatarios.

Existen diferentes formas y estrategias para influir en el grupo objetivo, como las peticiones, la publicidad y recompensa por el cambio deseado. Es necesario que todas estas respondan a la estrategia planteada.⁶³

Las buenas campañas de concientización cuentan con una gran variedad de medios, técnicas y estrategias para transmitir los argumentos necesarios para generar un cambio y conseguir la participación del grupo objetivo.

Algunas campañas pueden resultar controversiales o generar malestar en ciertos sectores de la sociedad que se ven afectados por las campañas. Pero para que una campaña de concientización tenga éxito es necesario que cuente con los siguientes elementos:⁶⁴

- Punto inicial o tema definido
- Objetivos que sean medibles
- Identidad definida
- Grupo objetivo identificado y definido
- Mensajes directos
- Materiales fundamentales
- Acciones definidas
- Fondos y recursos para realizar la campaña
- Evaluación constante
- Tiempo delimitado

Antes de establecer una meta u objetivos es necesario examinar y describir la situación existente o de referencia en la que se encuentra el problema que se trata. En este punto se debe describir detenidamente lo que es necesario cambiar y por qué. Esto es para facilitar el contexto para la campaña y establecer los fundamentos de esta.⁶⁵

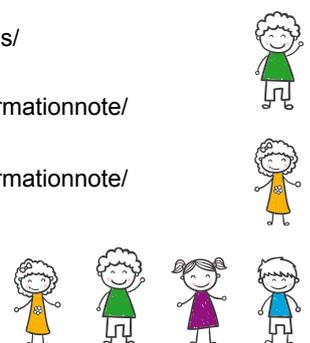
Para que una campaña tenga credibilidad es necesario que se describa correctamente la problemática y se encuentren las palabras adecuadas para describir el contexto, es necesario que este sea incluyente. Es necesario contar con una planificación minuciosa, ya que si no se cuenta con esta la campaña podría fracasar. También es necesario identificar las partes interesadas y trabajar junto con ellas para describir los fundamentos de la campaña.

Es necesario contar con críticos que muestren interés en el tema para que den su opinión sobre la campaña y corregir los posibles errores antes que esta sea lanzada.

⁶³ Mi espacio, Marketing Social. Disponible en http://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/Marketing-Social.html#.VytN2GMxVEQ [Consulta: 12/06/2016]

⁶⁴ ONUSIDA. Como preparar una campaña. Disponible en http://data.unaids.org/pub/informationnote/2004/20041102_in_waccampaignguide_es.pdf [Consulta: 10/06/2016]

⁶⁵ ONUSIDA. Como preparar una campaña. Disponible en http://data.unaids.org/pub/informationnote/2004/20041102_in_waccampaignguide_es.pdf [Consulta: 10/06/2016]



Las buenas campañas cuentan con estrategias para captar a los oponentes. Es necesario que se capte rápidamente a estas personas y organizaciones para desarrollar materiales enfocados a ellos.

Después que se logre describir y establecer el contexto y fundamentos de la campaña es necesario decidir su meta, fines y objetivos.

- **Meta:** Es necesario que esta sea clara y ambiciosa para estimular la imaginación de los participantes. La meta por lo general persigue un sueño.
- **Fines:** Los fines de la campaña son más realistas en lo que pretenden alcanzar y aseguran un progreso hacia la meta. Por lo general, estos se realizan como un listado. Los fines describen a donde queremos ir y cómo debe verse el resultado.
- **Objetivos:** Es una acción o actividad que se puede medir. Los objetivos nos dicen cómo llegaremos a cumplir nuestros fines. Los objetivos ayudan a organizar el trabajo.

La meta, los objetivos y fines de la campaña deben de contestar las siguientes preguntas: ¿Por qué?, ¿dónde?, ¿qué?, ¿cuándo? y ¿cómo?

Es necesario que la campaña cuente con una identidad definida por la cual sea identificada por el grupo objetivo, por lo general está lleva un logotipo y un lema o slogan que la identifica. Un buen lema debe ser sencillo y corto, es necesario que este se mantenga a lo largo de la campaña.

Las buenas campañas cuentan con estrategias y enfoques diferentes para los diferentes grupos objetivos a los cuales se desea alcanzar. Es necesario considerar que el entorno en el que se haga contacto con la persona o grupos nos ayude a influir en cómo está reciba nuestro mensaje e influya en su respuesta.

Es necesario recordar que los diferentes tipos de medios de comunicación llevan a grupos objetivos diferentes, por lo que es necesario considerar los medios adecuados para que el mensaje llegue a las personas adecuadas. Por lo que se recomienda utilizar un sistema de información local para definir y encontrar a el grupo objetivo minuciosamente. También es necesario que se planteen diferentes enfoques para nuestra campaña y se pongan a prueba antes de lanzar oficialmente la campaña.

Formular mensajes fundamentales es necesario para poder llegar a los destinatarios correctamente. Los mensajes básicos son aquellos que son de interés para todos los grupos objetivos con la campaña mientras que los mensajes específicos son aquellos que van dirigidos a grupos específicos. Los mensajes deben ser claros, breves y concisos.

Luego de acordar los mensajes fundamentales de la campaña es necesario definir los materiales que se utilizaran. Existen diferentes tipos de materiales que por lo general incluyen carteles, volantes, folletos, presentaciones, hojas de datos, redes sociales y un sitio web. Existen medios que no cuentan con costos o que se pueden conseguir de forma gratuita. Las campañas locales se apoyan de los mismos materiales que las campañas nacionales y en algunos casos si se cuenta con recursos disponibles se puede recurrir a carteles, volante y anuncios en ciertos medios que pueden llegar a ser muy costosos. Es importante considerar la asociación con empresas que cuenten con recursos financieros que puedan invertir en la campaña.



En algunos casos se utilizan testimonios o fotografías de personas implicadas en el problema que se busca solucionar, para esto es necesario contar con el permiso de la persona y que éste conozca las implicaciones de su participación en la campaña.

Las campañas también deben contar con acciones que busquen la participación activa del grupo objetivo. Entre las diferentes formas de participación activa se puede encontrar cosas muy simples como incentivar a las personas a la firma de una petición. Otra actividad puede ser una marcha, carrera o reunión pública para la recaudación de fondos.⁶⁶

Todas las campañas necesitan recursos. Al principio de estas los recursos que se pueden necesitar puede que sea solo recursos humanos para la organización de las tareas y la planificación de estas, pero a medida que esto se va estableciendo es normal que los recursos financieros se vean necesarios. En este momento es necesario identificar a las personas y organizaciones que nos pueden aportar recursos tanto financieros como humanos, pero para lograr esto es necesario evaluar al contribuyente y como este puede aportar a la campaña.

Luego de evaluar al contribuyente deberíamos de elaborar un plan para asegurarnos que tenemos los recursos necesarios para elaborar la campaña. A cada contribuyente es necesario pedirle una contribución específica la cual puede ser un apoyo económico, apoyo de sus conocimientos o sus recursos. Es necesario describir la contribución que hacen las demás partes y darles crédito sobre sus contribuciones.

Es importante mantener una constante vigilancia y evaluación de la campaña para poder medir sus resultados. Una campaña con objetivos y una meta definida será más fácil de evaluar que una que no cuenta con esto. En nivel de evaluación dependerá de los recursos que se encuentren destinados a esta. La investigación y evaluación debería de mantenerse a lo largo de la toda la campaña y no dejarse al finalizar esta.

Por lo general, se realizan dos tipo de investigación para la vigilancia y evaluación: la cualitativa y la cuantitativa.

- Investigación cualitativa: examinar detalladamente las respuestas emocionales de los grupos a los cuales está destinada la campaña
- Investigación cuantitativa: esta puede consistir en evaluar el número de personas a las cuales alcanzó la campaña.

Por último, cuando se ha llegado al final del límite de tiempo previamente establecido, es necesario evaluar los objetivos planteados y ver si estos fueron alcanzados. Se recomienda realizar un informe en el cual se describen los éxitos alcanzados por medio de la campaña para que este proporcione la información adecuada a futuras campañas que se puedan desarrollar.⁶⁷

⁶⁶ ONUSIDA. Como preparar una campaña. Disponible en http://data.unaids.org/pub/informationnote/2004/20041102_in_waccampaignguide_es.pdf [Consulta: 14/06/2016]

⁶⁷ ONUSIDA. Como preparar una campaña. Disponible en http://data.unaids.org/pub/informationnote/2004/20041102_in_waccampaignguide_es.pdf [Consulta: 14/06/2016]

