

**MATERIAL INFORMATIVO Y DE APOYO
PARA EL SECCATID, DIRIGIDO A
NIÑOS ENTRE 7 Y 12 AÑOS DE EDAD**

**PORTAFOLIO ACADÉMICO PRESENTADO AL CONSEJO
DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
POR VIOLETA YANIRA GODOY PELÁEZ
PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE
DISEÑADORA GRÁFICA
EN EL GRADO DE LICENCIADA**

GUATEMALA, SEPTIEMBRE 2007



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño

Teléfono: (502) 24262626 ext. 2428

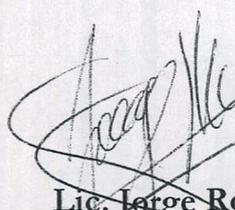
Fax: (502) 24262626 ext. 2429

Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

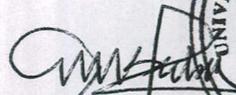
Reg. No. Arq. 29-2007

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a diez días del mes de septiembre de dos mil siete.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto de Investigación, denominado: **“Análisis de la imagen gráfica de agroindustrias la flecha”**, presentado por la estudiante **Violeta Yanira Godoy Peláez**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.


Lic. Jorge Rossi
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO




Arq. Alice María Becker
SECRETARIA DE FACULTAD



/SPG

VEL
03
+14000
C-2



Guatemala 17 de Julio 2006

Consejo de Portafolio Académico
Departamento de Diseño Gráfico
Presente

Estimados miembros del consejo de portafolio

Por este medio, hacemos de su conocimiento que el (la) estudiante:

VIOLETA YANIRA GODOY PELÁEZ con carné 10136-02

ha cursado la materia de Elaboración de Portafolio Académico, presentando el siguiente resultado.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación

ANÁLISIS DE LA IMAGEN GRÁFICA DE AGROINDUSTRIAS LA FLECHA

Primera Convocatoria

Fecha 10/05/06

Segunda Convocatoria

Fecha 10/07/06

Aprobado

Reprobado

No entregó

Aprobado

Reprobado

	Introducción	Planteamiento y objetivos	Metodología	Contenido y antecedentes	Resultados	Interpretación y síntesis	Conclusiones y Recomen.	Referencias
Incompleto								
Análisis deficiente								
No relación entre puntos								
No hay confrontación								
No responde a objetivos								
Mejorar redacción y ortografía		X				X	X	X
Mal uso de citas								
Revisar datos y normas APA								

Observaciones MEJORE CAPATIA. REVISAR INDICE. ORDENAR

TEMAS EN CONTENIDO. COMPLETAR

Autoridades Universidad Rafael Landívar

Licda. Guillermina Herrera	Rectora
Ing. Jaime Arturo Carrera	Vicerrector General
Lic. Rolando Alvarado López, S. J.	Vicerrector Académico
Lic. José Alejandro Arévalo	Vicerrector Administrativo
Lic. Larry Amilcar Andrade-Abularach	Secretario General

Autoridades Facultad Arquitectura y Diseño

Arq. Christian Augusto Vela Aquino	Decano
Arq. Víctor Leonel Paniagua Tomé	Vicedecano
Arq. Alice María Becker	Secretaria
Arq. Oscar Reynaldo Echeverría Cañas	Director Depto. de Arquitectura
Lic. Jorge Alfredo Rossi Lorenesi	Director Depto. Diseño Gráfico
Lic. Hernan Ovidio Morales Calderón	Director Depto. Diseño Industrial

Terna que practicó la defensa Privada de Tesis

Licda. Dialma Fuentes
Licda. Karin Abreu
Lic. Jorge Rossi

INDICE

Contenido	Página
1. Introducción	2
2. Necesidad de Diseño	3
3. Objetivos de Diseño	3
4. Marco de Referencia	4
Alcoholismo y drogadicción	
La Prevención	
Valores	
Familia	
5. Contenido Teórico de Diseño	6
Información del Cliente	
Área de Diseño	
Material Gráfico Informativo	
Artículos Promocionales	
Fotografía	
Material de Apoyo	
6. Definición Grupo Objetivo	13
Perfil Demográfico	
Perfil Psicológico	
7. Proceso de Conceptualización	15
8. Contenido Material Gráfico	16
Contenido de Texto	
Contenido Gráfico	
9. Medios y Formas de Distribución	18
Estrategia de Implementación	
Descripción de cada pieza	

Contenido	Página
10. Bocetaje	20
Paleta de Color	
Tipografía	
Imagen	
Ejes y Retículas	
Composición de Diseño	
11. Validación Técnica de Diseño Preliminar	46
12. Propuesta Final y Fundamentación	53
13. Producción y Reproducción	56
14. Conclusiones y Recomendaciones	59
15. Bibliografía	60
16. Anexos	61



RESUMEN

La necesidad del SECCATID (Secretaría Ejecutiva de la Comisión Contra las Adicciones y el Tráfico Ilícito de Drogas) era transmitir información acerca de la drogadicción y alcoholismo.

Para la realización del proyecto se encuestó al grupo objetivo, quienes son niños entre 7 y 12 años de edad, clase socioeconómica D, E. así mismo se investigó acerca de la información pertinente a drogadicción y alcoholismo.

Para poder llegar a la propuesta de un material informativo y de apoyo satisfactorio, se realizó un proceso de conceptualización en base al conocimiento acerca del tema y de los niños, el concepto utilizado fue "Una Luz Brillante en el Camino de tu Vida", éste representa el desarrollo de los niños durante esos años y toda la información que pueden absorber, la cual es la luz en su camino. Para mayor enfoque en los materiales se utilizaron elementos gráficos significativos, entre ellos se tomó en cuenta la fotografía para proporcionar el realismo. El color se manejó de tal manera que se identificara con los niños, así mismo fueron elemento identificador para los temas representados en los materiales.

Los temas a exponer en los materiales fueron autoestima, familia, amistad y actividades. Tales materiales son afiches, unifoliare, manta y artículo promocional. Todos tendrán duración aproximada de tres meses. Cada uno de ellos fue validado con diseñadores gráficos y con el mismo grupo objetivo para así obtener un resultado final positivo.



1. INTRODUCCION

Como parte de la labor académica dentro de la Universidad Rafael Landívar, se realiza un proyecto con el cual se colabora profesionalmente con la comunidad por medio de instituciones o empresas de alguna manera.

Este proyecto se trabajó conjuntamente con el SECCATID (Secretaría Ejecutiva Comisión Contra las Adicciones y Tráfico Ilícito de Drogas). Esta secretaría realiza todo tipo de eventos a favor de la prevención y en pro del desarrollo sano y pleno de los guatemaltecos. Su labor es está ligada con el Ministerio de Educación, Ministerio de Salud y Vicepresidencia de la República entre otros. Muchos de los eventos son solicitados a SECCATID por instituciones privadas, tales como colegios y clínicas, el resto son organizadas para dirigirse generalmente a centros de salud, centros educativos públicos o privados, hospitales, plazas centrales de las localidades y universidades.

El SECCATID dio la oportunidad de colaborar en todo lo que era diseño de material para niños no alfabetizados y alfabetizados de 7 a 12 años de edad, el cual transmita información pertinente acerca de la drogadicción y el alcoholismo. Con esto se desea ayudar a la institución y a promover la prevención del consumo de drogas y alcohol en menores.

A continuación se presenta el proceso que se llevó a cabo para el diseño del material para el SECCATID.



2. NECESIDAD DE DISEÑO

SECCATID no cuenta con el canal de comunicación eficiente entre la institución y los niños, el cual es necesario para dar a conocer la información acerca de la drogadicción y el alcoholismo.

3. OBJETIVOS

- Desarrollar material gráfico informativo que de a conocer contenidos e información acerca de la prevención de problemas de drogadicción y alcoholismo a niños de 7 a 12 años de edad.
- Diseñar material de apoyo necesario para complementar la información adecuada acerca de la prevención de problemas de drogadicción y alcoholismo a los niños de 7 a 12 años de edad, así como a los padres de familia o guías de los mismos.
- Diseñar material promocional que respalde y complemente las actividades realizadas por el SECCATID.



4. MARCO DE REFERENCIA

Alcoholismo y Drogadicción

Según Mejía y Curley, Rodríguez y Méndez (2005), en términos generales se puede definir la adicción como el uso compulsivo de una sustancia cada vez con más frecuencia y en mayores cantidades, aún conociendo los serios efectos físicos y psicológicos y el daño extremo que resulta en las relaciones personales, a tal grado que le impide a quien la usa llevar una vida normal. El adicto no utiliza la sustancia porque quiere sino porque tiene que utilizarla.

La necesidad de consumir y por lo tanto de conseguir la sustancia es tan grande que limita en gran medida el tiempo y la energía del adicto para dedicarse a otras actividades. Puede haber adicción a casi cualquier sustancia, por ejemplo se ha dicho que las personas que gustan del peligro son adictas a la adrenalina. Algunas personas abusan de las drogas, es decir que las utilizan hasta el punto en que interfieren con su salud, situación económica o comportamiento social. El abuso puede o no conducir a la adicción.

El término "drogas" se refiere a todas aquellas sustancias que por su acción química pueden producir alteraciones en las funciones o estructuras de los tejidos vivos. De la anterior definición se desprende que las medicinas o medicamentos son drogas. El sistema nervioso central controla todo el cuerpo, las sensaciones, la emoción, el pensamiento y la mente. Las reacciones que pueden provocar las drogas en el sistema nervioso central son sumamente variadas: alegran, deprimen, excitan, adormecen, calman los dolores, interfieren con las sensaciones y provocan visiones.

El mecanismo de la adicción es primordialmente de naturaleza bioquímica. Aunque puede haber una predisposición fisiológica a la adicción o dependencia (en el 10% de la población), los factores que desencadenan la adicción son variados. Muchos estudios han mostrado que las personas con padre o madre alcohólica tienen 35 veces más riesgo de volverse alcohólicos, si ambos padres son alcohólicos, la persona tiene 400 veces más riesgo.

Entre las drogas más comunes están: Alcohol, marihuana, cocaína, crack, heroína y metadona, drogas de prescripción médica, alucinógenas, drogas de diseñador (son químicos de la calle combinados).

La prevención

Según Bolívar (2003), respaldado por Mather (1999), Prevenir, evitar y disminuir el consumo de drogas, sensibilizar e informar sobre sus efectos, fortalecer los recursos personales y sociales para enfrentar eficazmente el problema, promover estilos de vida saludables y desarrollar las habilidades para enfrentar la presión social al consumo.

Lo importante es cualquier abordaje preventivo que se emplee, es lograr eliminar o reducir a su mínima expresión la ocurrencia del problema en las poblaciones objeto, así como sus consecuencias personales, familiares y sociales, situación que obliga desde todo punto de vista a observar algunos lineamientos básicos tales como el diagnóstico, el diseño de un plan de acción acorde a la realidad personal y establecer claramente criterios de evaluación adecuados, objetivos y ajustados a la realidad.

Según (Secretaría Ejecutiva de la Comisión Contra las Adicciones y el Tráfico Ilícito de Drogas [SECCATID], 2005) la drogadicción y el alcoholismo se pueden prevenir de distintas formas entre ellas:



1. Promoviendo ambientes saludables y solidarios, así como las actividades al aire libre.
2. Fortaleciendo desde temprana edad en las personas valores, actitudes, habilidades, pasatiempos, moral, educación.
3. Teniendo una autoestima positiva.
4. Buscar actividades para invertir el tiempo libre en algo productivo o en cosas sanas.
5. Reforzando la identidad local a través de actividades recreativas y culturales propias.

Valores

Según Mejía y Curley (2005), valores se le llama a una serie de sentimientos, virtudes, actitudes y cualidades que los seres humanos debemos fomentar para ser mejores personas, tanto en nuestra vida familiar como profesional. No son leyes establecidas por una autoridad, sino que pertenecen al ámbito de la conciencia personal.

La lista de valores es interminable pero los más fomentados son:

Amor	sencillez	amistad
Autenticidad	trabajo	sinceridad
Autoestima	valentía	
Bondad	responsabilidad	
Coherencia	respeto	
Compasión	compromiso	
Comunicación	Cortesía	
Decencia	Dignidad	
Felicidad	Honestidad	
Honradez	cortesía	

Los valores se fomentan y se practican en el núcleo familiar y se refuerzan con la educación escolar o endes a nuestro alrededor. Estos nos ayudan a tener una calidad de vida en cuanto a nuestra convivencia con los demás y una plenitud personal.

Según Papalia y Wendkos (1991), los valores son consecuencia de la personalidad de actitudes emocionales y de influencias culturales. La formación de valores se desarrolla a la par del conocimiento cognitivo.

Familia

Según Horst (1981), la familia es una vida adicional que llena la preocupación común por los hijos, pero incluso cuando los hijos han abandonado el domicilio en que vive la familia, sigue vivo lo que el hombre y la mujer, como padre y madre, y como cónyuges, han realizado: una unidad de vida en común.

Según Mejía y Curley (2005) la familia es el instrumento social por excelencia para la formación de la conducta social y de la personalidad, es el núcleo donde el individuo se forja como unidad socio-cultural, y donde aprende a desarrollar y encauzar su afectividad. A través de la familia el individuo recibe las normas de comportamiento de su comunidad, aprende la lengua materna y asimila la tradición cultural de la colectividad a la que pertenece.



5. CONTENIDO TEORICO DE DISEÑO

Información del Cliente

SECCATID (Secretaría Ejecutiva de la Comisión Contra las Adicciones y el Tráfico Ilícito de Drogas)

2 Calle 1-00, Zona 10. Ciudad Guatemala.

Teléfonos: (502) 23310372-23311781

La persona responsable del proyecto es la Licenciada Judith Anleu

SECCATID está integrado de la siguiente manera:

- Vicepresidente de la República;
- Ministro de Gobernación;
- Ministro de la Defensa Nacional;
- Ministro de Salud Pública y Asistencia Social;
- Ministro de Educación;
- Ministro de Agricultura, Ganadería y Alimentación;
- Ministro de Relaciones Exteriores;
- Ministro de Comunicaciones, Transporte y Obras Públicas;
- Jefe del Ministerio Público.

Sus objetivos son:

- Impulsar el perfeccionamiento del marco jurídico relativo a los delitos de drogas.
- Desarrollar esfuerzos para institucionalizar la prevención mediante: el impulso de las políticas y el desarrollo de proyectos y programas.
- Desarrollar esfuerzos de conscientización de la población de la realidad del problema y su más efectiva solución al mismo: la prevención.
- Unificar las normas mínimas de tratamiento en las instituciones de rehabilitación.
- Fortalecer las relaciones con otros países para mantener la mutua colaboración en el combate del problema.
- Impulsar la investigación epidemiológica conducida al diagnóstico de la situación del consumo de drogas a nivel nacional.

SECCATID (Secretaría Ejecutiva de la Comisión Contra las Adicciones y el Tráfico Ilícito de Drogas) tiene las siguientes funciones:

- Planificar, diseñar y coordinar la ejecución de políticas y estrategias de prevención y tratamiento de las adicciones y el alcoholismo;
- Dictar programas de investigación, estudios epidemiológicos, científicos y pedagógicos, divulgativos y de capacitación técnica para combatir el problema nacional de las adicciones, en todos sus aspectos e implicaciones;



- Coordinar todas las actividades encaminadas al efectivo tratamiento de aquellas personas que de cualquier manera hubieren caído en el uso indebido de las drogas a que se refiere esta ley;
- Dictar en coordinación con el Ministerio de Finanzas Públicas, las medidas adecuadas para controlar las operaciones aduaneras de importación o exportación de estupefacientes y sustancias psicotrópicas, así como de las demás drogas a que se refiere esta ley, precursores y sustancias químicas esenciales para su elaboración;
- Coordinar las campañas y acciones que cada ministerio y entidad que forman la comisión, debe ejecutar en el ámbito de su competencia;
- Impulsar el perfeccionamiento del marco jurídico existente relativo a los delitos de drogas; Dictaminar sobre la firma y ratificación de los distintos convenios internacionales referente a estupefacientes y psicotrópicos;
- Adoptar recomendaciones sobre prevención del delito y tratamiento del delincuente que surgieran de conclusiones de congresos realizados por organismos nacionales e internacionales, especialmente de eventos científicos, relacionados con el objeto de esta ley;
- Tomar decisiones, formular recomendaciones y elaborar planes de control y previsión que deben cumplirse a nivel administrativo y ejecutarse por las diferentes policías del país y demás fuerzas de seguridad, para prevenir y perseguir cualquier actividad ilícita relacionada con el tráfico ilícito de drogas en cualquiera de sus formas y actividades conexas;
- Dar seguimiento a los acuerdos firmados por Guatemala en la materia;
- Proponer la participación de Guatemala en aquellos eventos que por su importancia y su relación con la materia así lo ameritan;

- Mantener contactos con los gobiernos extranjeros y entidades internacionales y adelantar gestiones para coordinar la acción nacional con la de otros estados y obtener la asistencia que fuera del caso;

- Administrar los fondos específicos que le sean asignados según partida presupuestaria, así como aquellos recursos que perciba a cualquier título, con sujeción a las leyes de la República, vinculadas con lo relativo al manejo de activos y pasivos del Estado;

Cualesquiera otras, necesarias para la consecución de sus fines.

Las políticas de SECCATID (Secretaría Ejecutiva de la Comisión Contra las Adicciones y el Tráfico Ilícito de Drogas) son:

De Prevención

- Prevención: proyectos y programas orientados específicamente a la población escolar.
- Fortalecimiento de la prevención del uso y abuso de sustancias adictivas en los distintos niveles de educación formal y en la comunidad.
- Fortalecimiento de las instituciones públicas ejecutoras de acciones preventivas del uso y abuso de sustancias adictivas.
- Apoyo y fortalecimiento de las acciones institucionales no gubernamentales que desarrollan programas de prevención.



De Tratamiento y Rehabilitación

- Fortalecimiento de los programas de tratamiento, rehabilitación y reinserción social.
- Fortalecimiento de las instituciones estatales ejecutoras de los programas de tratamiento, rehabilitación y reinserción social.
- Fortalecimiento de las acciones en materia de tratamiento, rehabilitación y reinserción social.
- Fortalecimiento del Programa Ambulatorio para una proyección a nivel nacional.
- Fortalecer la interrelación entre los ámbitos de Prevención, Rehabilitación e Investigación a nivel gubernamental.
- Establecer mecanismos de evaluación y medición de impacto de los diferentes programas y proyectos ejecutados.

Contra el Narcotráfico

- Según el Decreto 48-92 y sus Reformas (Ley contra la Narcoactividad), le corresponde brindar asesoría en materia de drogas al Ministerio de Gobernación.

Esta Secretaría para cumplir con sus funciones e ir logrando sus objetivos a través de los períodos de gobierno, realiza actividades planificadas con estudiantes (jóvenes, niños), alfabetos y analfabetos, a la vez con adultos. Realizan seminarios, concursos y juegos para incentivar a la población.

Entre las actividades que el SECCATID realiza, se encuentran kermesses, pláticas, juegos infantiles, actividades al aire libre; Trabajan dos estrategias: la primera es que realizan su trabajo a solicitud de colegios, institutos, escuelas, centros de salud y demás.

La otra estrategia es cuando hay mucha demanda se organiza lo que sea necesario para tratar de llegar a un objetivo con el grupo objetivo.

Entre los materiales que han realizado anteriormente se pueden mencionar:

Trifoliales: En su mayoría con ilustraciones de clipart. Pocos contienen fotografías tomadas por ellos mismos, la mayoría son recolectadas. Algunos de ellos contienen altos contrastes de color y no mantienen unidad entre todos sus elementos, dependiendo el material lo han realizado full color o duotono. Los contenidos son básicos, algunas veces no adecuados para el grupo objetivo.

Folletos: Generalmente sólo la portada y contraportada poseen color, muy pocas son full color, se ha utilizado más a duotono. La tipografía no es la más adecuada para dicho material. Son de formato media carta. Las ilustraciones manejadas dentro del material son de clipart, en ocasiones son fotografías recolectadas, no tomadas por ellos.

Afiches: En su mayoría son full color, con fotografías, otros contienen ilustraciones encontradas en sitios de internet o en revistas de temas similares, se considera que no se han tomado en cuenta los derechos de autor, pues de igual manera en el país no existe un nivel de control alto. Los mensajes son positivos. La tipografía no siempre es la adecuada para reflejar el concepto ni para el grupo objetivo. El formato es de 17X11". Entre los materiales se ha notado monotonía.

Mantas: No contienen gráficos o ilustraciones, las pocas que las contienen son fotografías. Contiene la información necesaria para anunciar el evento o actividad. Pocas veces contienen alto contraste de color, algunas son a duotono.

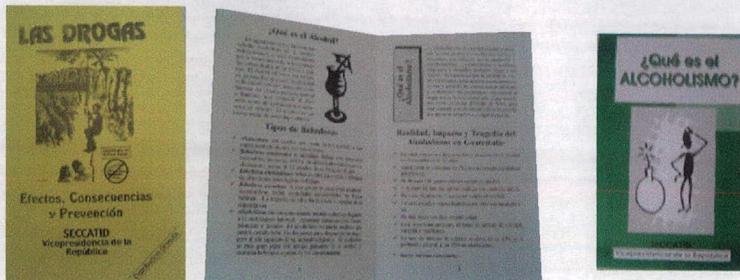


Los materiales anteriormente mencionados en su mayoría contienen los logotipos de la institución (SECCATID), el escudo de la Ciudad de Guatemala (generalmente), el logotipo de Unidos por un Mejor País y los datos de la institución (teléfono, e-mail, dirección).

Trifoliales



Folleto



Afiche



La competencia de la labor del SECCATID es:

- campañas de concientización, materiales informativos de instituciones privadas como Aprofam
- Materiales informativos que brinda el Ministerio de Educación en institutos, escuelas.
- Todo tipo de material e información brindada por universidades en el país

Área de Diseño

Material Gráfico Informativo

Según Herrarte (1994), es todo recurso que informa, comunica y con el cual se adquieren conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre un tema determinado. El contenido que el material gráfico contenga de determina a partir de un proceso en el que se resume toda la información que se quiere transmitir al grupo objetivo.

Para diseñar un material informativo se debe tomar en cuenta que la clave es el atractivo que ejerza al grupo objetivo, lo que logrará que este se identifique con el tema y así se aproveche de mejor forma y se logre el objetivo del material. Otros elementos que deben ser tomados en cuenta son: contenido y formato.



Según Rivas (2003) el material informativo es el que expresa todo aquello que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales, determinado tiempo de información, entre ellos están las revistas, volantes, tarjetas, afiches, folletos, etc.

Existen algunos elementos de diseño que deben tomarse en cuenta en la elaboración de material gráfico, entre ellos:

Armonía: esto con el contraste son bipolares, la armonía es pasiva mientras que el contraste es activo. Se logra a través de formas que son parecidas entre sí, libera la monotonía y produce énfasis y movimiento dinámico.

Color: Es una de las consecuencias más importantes de la luz.

Jerarquías visuales: Se refiere a los niveles de importancia que en función de los objetivos, se puede dar a los diferentes contenidos de un material informativo. A más importancia, mayor jerarquía visual.

Énfasis: Los elementos que se enfatizan más, son los que se observan primero.

Unidad: Es el enlace de los diversos elementos para que puedan identificarse con un objeto único.

Simplicidad: Es una técnica visual que impone el carácter directo y simple de la forma elemental, libre de elementos innecesarios y valiéndose de líneas y formas sencillas.

Equilibrio: Se deben poseer elementos que se contrasten para mantener un balance en el material.

Contraste: Se logra cuando se mezclan dos polaridades de color, tamaño, textura y otros.

Forma: Pueden ser definidas como tono, textura, contornos y tamaño. Existen variaciones infinitas.

Lectura comprensible: No debe tener palabras de difícil entendimiento, especialmente si es una lectura para niños, deben llevar poco texto y mucha gráfica.

Línea: Se utiliza para delinear formas, muestra dirección y movimiento.

Movimiento: La manipulación de los elementos es el medio de control de movimiento ocular.

Proporción: El rango de estimulación visual se acerca a los 180 grados. La relación de un elemento con otro y al diseño en sí, que refleja tamaño y fuerza.

Ritmo: Interactúan con la proporción, se logra a través de las repeticiones ordenadas de cualquier elemento como la línea, forma, tono, etc.

Folletos

Según Salazar (2005) es un pequeño libro o manual que describe un servicio o un producto que se desea dar a conocer, transmitiendo con ayuda de elementos de diseño los datos más relevantes que se desean reforzar para que el mensaje llegue de manera clara y directa.

Un folleto se divide en diversas partes o secciones por su forma de plegado:

- De una sola hoja o parte, que es el folleto simple.
- De dos partes, cuerpos o díptico (un plegado) también referido como bifoliar.
- De tres partes, cuerpos o tríptico (dos plegados) también referido como trifoliar. Suele utilizarse el formato en sentido horizontal para obtener tres cuerpos verticales que nos permiten realizar composiciones más expansivas.

Folletos con más partes, cuerpos u hojas, pero que dependiendo de la dimensión se podrían clasificar como catálogos.

Según Furones (1980) Los folletos constan de portada, interior y contraportada. La cubierta establece el tono, presenta el producto o tema y atrae la atención, es una herramienta de identificación

Afiche

Según Newsartesvisuales (2005), es un medio de información de corta temporada de tiempo donde por medio de símbolos, ilustraciones y texto directo se dará a conocer información de forma simple y directa que sea fácil de captar por el grupo objetivo, éste se coloca en un lugar donde pueda ser visto por muchas personas del grupo objetivo.

Según Furones (1980) es una hoja impresa con una imagen y un texto breve, expuesta en diversos lugares públicos a las miradas de los transeúntes para cultivar su atención transmitirles un mensaje. Este puede tener fines publicitarios.

Según Salazar (2005) Este material debe utilizarse como medio de comunicación directa al público. Sus funciones son:

- De comunicación
- De educación
- Estética o cartel
- Motivacional
- Artística

Vallas

Según González (1978) son carteleras gigantes situadas en lugares específicos destinadas a la publicidad y a la difusión de mensajes de cualquier tipo.

Artículos Promocionales

Según Holtje. H (1980) Son más que recuerdos, éstos son ideales para usar en una campaña destinada a hacer conocer un nombre. El utilizar la proyección humana hacia el cliente, consumidor o espectador es otra función importante de dichos artículos.

Tiene que ser algo de gran visibilidad, su valor aumenta con el número de gente que lo ve, otra característica importante es que debe tener larga vida, ser de buena calidad. Además, debe ser algo que se utilice con mucha frecuencia y de buen gusto, así mismo debe ser algo de uso universalmente aceptado.

Fotografía

Según Canga (1994) puede ser definida como un mensaje icónico por el cual se muestra la realidad de lo acontecido en un momento determinado tomadas desde un lugar cercano o lejano, por medio de un artificio que permite recogerla y plasmarla en un soporte en el cual fija la imagen representativa de ese particular o concreto instante.

La utilidad de las ilustraciones en la comunicación gráfica está más allá de toda discusión. La penetración de las imágenes en el sistema de comunicaciones es indudable puesto que su efectividad especial es lograr las metas de la propia comunicación. Se entiende por ilustraciones la fotografía, los dibujos y pinturas. Una de las funciones básicas de la ilustraciones es atraer y capturar la atención.

El comunicador gráfico si desea instruir a los lectores sobre la forma de hacer algo, constantemente encontrará que un dibujo es más efectivo que 1000 palabras. Cuando la meta principal es explicar, las ilustraciones pueden ser una importante herramienta que viene en auxilio de los elementos verbales que pueden a menudo ser complicados y enredados, agrega Rivas (2003).

Material de Apoyo

Franco (2002), este material es aquel que brinda información básica y rápida mostrando directrices puntuales y fundamentales. Señala lo que se deba hacer e indica cómo se deba hacer incluye metodología, material, o equipo que se puede integrar, su función es motivar al receptor, asesorarlo, guiarlo y brindarle ayuda.

Entre sus ventajas, es un material de contacto directo con el receptor, maneja la información en forma práctica, y se puede utilizar sin inducción.

Según Fuentes (2006), el material de apoyo es aquel que servirá como refuerzo a un material central cuya información es más completa y extensa.

Es apropiado emplearlo cuando es necesario complementar la información desde diferentes puntos para que el usuario logre captar el mensaje de un tema de manera efectiva. Cuando aún existen limitaciones de alcance. Depende mucho del objetivo de la propuesta si es conveniente utilizar este tipo de material o no.

Entre los materiales de apoyo que existen están Impresos, interactivos, audiovisuales.

La información que contiene este material es muy puntual, pueden manejarse diferentes dimensiones de acuerdo a la necesidad, el uso del color es ilimitado, siempre debe hacer referencia al concepto y presentar unidad con las demás piezas que conforman la propuesta.

6. GRUPO OBJETIVO

Perfil demográfico

Sexo: femenino y masculino

Edades: 7 a 12 años

Nivel socioeconómico: D, E. (según prodatos 2003)

Habitan en: zonas capitalinas como 3, 5, 7, 11, 12, 14, 18, 19, 21. Mixco. de bajos recursos.

Miembros por familia: no menos de cinco (papás y tres hermanos), generalmente.

Ocupación: ayudan a sus familias en las tareas del hogar, otros niños que no tienen oportunidad de estudiar trabajan en negocios pequeños o como vendedores, ayudantes de algún oficio etc. Cuidan a sus hermanitos mientras sus padres trabajan.

Ocupación jefes del hogar: Vendedores, operadores, oficios varios.

Perfil Psicográfico:

Se realizó una encuesta entre niños de 7 a 12 años de edad, en su mayoría sexo masculino, en zona 6 de mixco, son estudiantes de una escuela cercana. El grupo de niños al que va dirigido el material está mezclado entre alfabetos y analfabetos, pues los lugares donde se realizan los eventos pueden acudir ambos. (ver anexo 1)

Estos niños no tienen el mayor acceso a paseos por las costumbres de sus hogares y por trabajo diario, el cual está dividido entre estudiar y ayudar a sus padres generalmente. Algunos de los niños por falta de fondos o de interés de los padres generalmente no aprenden a leer y a escribir. A ellos les gusta mucho participar en actividades locales como promociones, ferias del sector. Dentro de sus juegos están los que comparten con sus vecinos como juegos con pelota y cincos.

Sus compras, si es que realizan, las hacen en los mercados aledaños o en tiendas y abarroterías cercanas a su vivienda.

Sus casas generalmente son de madera, pocas son de concreto cuentan entre 1 y 3 habitaciones por vivienda. Casi todos poseen teléfono, ya sea celular o local. Dentro de las familias, los hermanos mayores se encargan de los pequeños y se hacen de responsabilidades a muy temprana edad, la comunicación entre padres e hijos es poca, por las actividades y forma de vida. La mayoría cuenta con televisión y radio en casa. Casi todas estas familias hacen uso del transporte público, pues no cuentan con vehículos propios.

Varios niños pueden caer en problemas de alcohol y drogas debido a que algún miembro de la familia padece de algún vicio o actitud similar. La comprensión y comunicación dentro del núcleo familiar es necesario para evitar este tipo de problemas. Algunos niños carecen de autoestima por los mismos problemas familiares que afrontan, éste es otro motivo relevante por lo que se dejan llevar por malas actitudes como los vicios y siguen las malas influencias de las amistades, pues en su casa no reciben la orientación adecuada.

Son pocos los niños que han asistido a actividades de orientación, en este caso sobre el alcoholismo y la drogadicción, son pocas las veces que las familias se preocupan porque asistan, el interés lo reflejan cuando hay algo a cambio o por requisito en la escuela.

Entre sus colores favoritos, predominaron los primarios, y de éstos el azul es el más aceptado, es de los favoritos de los niños. Las palabras que relacionan con el rojo fueron: drogas, alcohol, prevención. Las relacionadas con el azul: familia y valores. Las relacionada con el amarillo fue "comunidad", y la palabra "salud" la relacionaron con el color verde.

De acuerdo a la comparación que se les planteó en la encuesta y al conversar con ellos, en su mayoría prefieren las fotografías, pues no todos cuentan con cámaras fotográficas ni sus padres se preocupan tanto por esos recuerdos, les parece novedoso. Consideran las fotografías más realistas, aunque les encantan las caricaturas, pues como es lo que ven a diario, lo colocaron en segundo plano.

Según Barone (1987), a esa edad la curiosidad y el interés por conocer cosas es más notoria, tienden a coleccionar objetos, se interesan por figuras vistas en todos lados, le gusta socializar y muestran interés específico en actividades como jugar con juguetes de una clase, a veces tiende a admirar a alguien específico durante este período, su relación con el sexo opuesto mejora, tiene objetivos al realizar algo, ya tiene sus propios gustos frente a situaciones. Entre los colores favoritos o que más identifican están los primarios. Les atraen los retos y dificultades para realizar algo y muestra independencia. Las actividades manuales son las de más interés, lo geométrico es la base de su creatividad.

7. PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN

Cómo se llegó al concepto

Primero se analizó al grupo objetivo como tal, actitudes, prioridades, gustos. De ello se extrajo una lluvia de ideas la cual ayudó a formar relaciones con las palabras más relevantes de la misma, se realizaron ejercicios de sinónimos y antónimos.

Al tener una idea más clara de lo relevante, se extrajeron las tres palabras consideradas las más representativas y más afines al G. O. Las cuales se relacionaron con palabras que las podían representar o de significado similar. Luego se hicieron dos grupos de las prioridades del G. O. A todo esto, se mezclaron las ideas principales de los ejercicios realizados y se formaron frases, de las cuales se escogió la que más se identifica con lo queremos transmitir al G. O. El concepto carecía de característica infantil, algo que se identificara realmente con el proyecto, por lo que se realizó una lluvia de ideas adicional con características infantiles, además de algo que se relacionara con "luz" y de ahí se extrajo lo que faltaba para llegar al concepto final.

El concepto no se concretó con característica de "luz", no se lograba identificar con la idea del proyecto, por lo que se complementó de tal manera que se diera a conocer al grupo objetivo, para ello fue necesario una lluvia de ideas la cual diera a conocer características de la forma de vivir de los niños, que se identificara con "camino" para extraer la frase final y llegar al concepto adecuado.(ver anexo 2)

Concepto Central

Una luz brillante en el camino de tu vida

El concepto está relacionado con la necesidad del G. O. La "luz" representa toda la información que se les transmitirá a los niños entre 7 y 12 años de edad, pues todo conocimiento es algo positivo en el desarrollo de las personas a través de sus vidas, y la luz da a conocer ese positivismo. Este elemento (luz) a su vez se relaciona con la diversidad de color e intensidad que prefieren los niños, como se pudo notar en el análisis del grupo objetivo anteriormente, lo cual es parte esencial para transmitirles la información.

La característica de "brillante" que se le da al elemento luz, representa la personalidad de los niños y a la vez la importancia de la información que se transmitirá, pues los niños son ingeniosos, brillan cada uno a su manera, por lo que se definió esa característica.

El camino es la representación de la vida de los niños, pues lo que se les da a conocer acerca de la drogadicción y el alcoholismo será enriquecedor y les ayudará, será una herramienta para que tomen decisiones.

Se colocó el pronombre "tu" al concepto, esto para que el grupo objetivo se identifique más con el material, pues hace más personal la comunicación entre el emisor y el receptor, en este caso el emisor es SECCATID y los receptores son los niños.

Para hacer más personal el concepto y que éste se identificara con el proyecto directamente, se evaluó la frase "camino de tu vida", pues muestra claridad.

8. CONTENIDOS DE MATERIAL GRAFICO

Contenido de texto

-Autoestima

- Valórate a ti mismo vive sin drogas
- Cree en ti
- Respétate, cuídate
- Acéptate a ti mismo
- Afecto y cariño

-Familia

- Ellos te quieren ver bien, no dañes tu vida con drogas
- Convivencia
- Comunicación
- Valores
- Hacen una vida feliz

-Amistad

- Aprecia a tus amigos, aléjalos de las drogas, se buen amigo
- Cariño
- Compartir
- Comunicación
- Lealtad

-Actividades

- Diviértete sanamente sin drogas
- Al aire libre
- Con tus amigos
- Actividades recreativas
- Con la familia

Contenido Gráfico

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
<i>Formato</i>	Práctico para que no sea difícil de portar para el usuario.	Horizontal de 11" X 17" para afiches. 1/3 de página vertical para unifolios. 1 X 3 metros la manta. Artículo promocional de 5"X 5". Para ampliar el campo visual de los elementos y reforzar la parte de "camino" en el concepto.	Estabilidad
<i>Tipografía</i>	Facilitar la lectura al grupo objetivo, quienes son niños de 7 a 12 años de edad.	Todos los textos sans serif. Subtítulos normal y sólo letra inicial alta. El interlineado será amplio. La letra será sencilla para facilitar la lectura. El tamaño de la tipografía de 36 puntos o más por los usos que se le va a dar.	Seriedad
<i>Color</i>	Llamar la atención del grupo objetivo, niños de 7 a 12 años de edad.	Gama de colores cálidos, CMYK, para reforzar concepto en las piezas. Se utilizarán tonalidades al 100%. Se crearán contrastes con gama de colores fríos y con el blanco.	Intensidad
<i>Fotografías</i>	Reforzar el contenido acerca de la prevención de drogadicción y alcoholismo. (familia, amistad, autoestima, actividades)	Las imágenes serán arregladas digitalmente en su forma para cambiar la monotonía de materiales anteriores y destacar lo que se quiere representar en ellas. <u>Perfil:</u> niños de 7-12 años de edad realizando actividades, dependiendo del tema, individual o conjuntamente con adultos. <u>Formato:</u> Será horizontal para ampliar el campo visual. <u>Encuadres:</u> plano general en su mayoría. Para mostrar detalles se utilizará primer plano.	Alegría
<i>Soporte</i>	Durabilidad de los materiales	Couché para todos los materiales, calibre de acuerdo al uso que se les dará.	Estabilidad
<i>Diagramación de los materiales</i>	Llamar la atención del grupo objetivo	Ejes horizontales y curvos para dar a conocer mejor el concepto.	Dinamismo

9. MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCION

Estrategia de Implementación

El SECCATID realiza diversos eventos para promover y transmitir información acerca de la prevención de drogadicción y alcoholismo dirigidas al grupo objetivo, en este caso son niños de 7 a 12 años de edad, dichos eventos serán anunciados al público por medio de una manta, aproximadamente 1 mes antes del mismo en diferentes puntos estratégicos donde los niños, padres de familia o guías puedan enterarse.

Durante los eventos, que varían entre kermesses, pláticas y exposiciones, los dirigentes al compartir el contenido referente acerca de la prevención del consumo de drogas y alcohol, utilizarán el material gráfico, en este caso, los afichas por temas, los cuales refuerzan la información oral que están transmitiendo al grupo objetivo.

Así mismo, en el transcurso de cada uno de los eventos se hace participar e interactuar al grupo objetivo, de ser así, se les premiará con los artículos promocionales de la institución (SECCATID), si no se realiza, al final de la actividad se proporciona como agradecimiento a la asistencia, así mismo se les entrega el material de apoyo, el cual son los unifoliales, para que tengan presente el contenido o tema del evento al que asistieron.

Descripción de Cada Pieza

<i>Pieza</i>	<i>medio</i>		<i>Forma de</i>	<i>distribución</i>	
Propósito	físico	carácter	responsable	duración	Lugar
<u>Manta</u> : promover los eventos de prevención y dar a conocer el tema	Impreso	promocional	Licda. Judith Anleu, Directora SECCATID junto con dirigentes, maestros o expertos encargados	1 mes, aproximadamente antes del evento a realizarse.	Centros educativos, plazas centrales, calles aledañas al lugar del evento.
<u>Afiche</u> : Dar a conocer aspectos importantes acerca de la prevención del consumo de drogas y alcohol.	Impreso	informativo	Licda. Judith Anleu, Directora SECCATID junto con dirigentes, maestros o expertos encargados	3 meses	Centros educativos y plazas centrales.
<u>Trifoliales</u> : (apoyo) Dan a conocer de forma sintetizada características más importantes acerca del tema de prevención del consumo de drogas y alcohol.	Impreso	apoyo	Licda. Judith Anleu, Directora SECCATID junto con dirigentes, maestros o expertos encargados	3 meses	Centros educativos y plazas centrales.
<u>Promocionales</u> : ayudan a que quede un recordatorio en las personas a las que se les da la información, así mismo es un incentivo para participar de los eventos. Ayudan a reconocer los temas principales acerca de la prevención del consumo de drogas y alcohol por medio de los artículos al darles uso.	Impreso	promocional	Licda. Judith Anleu, Directora SECCATID junto con dirigentes, maestros o expertos encargados	3 meses	Centros educativos y plazas centrales

10. BOCETAJE

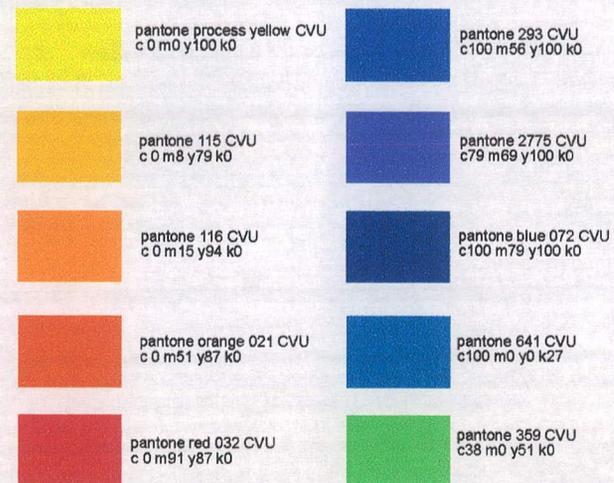
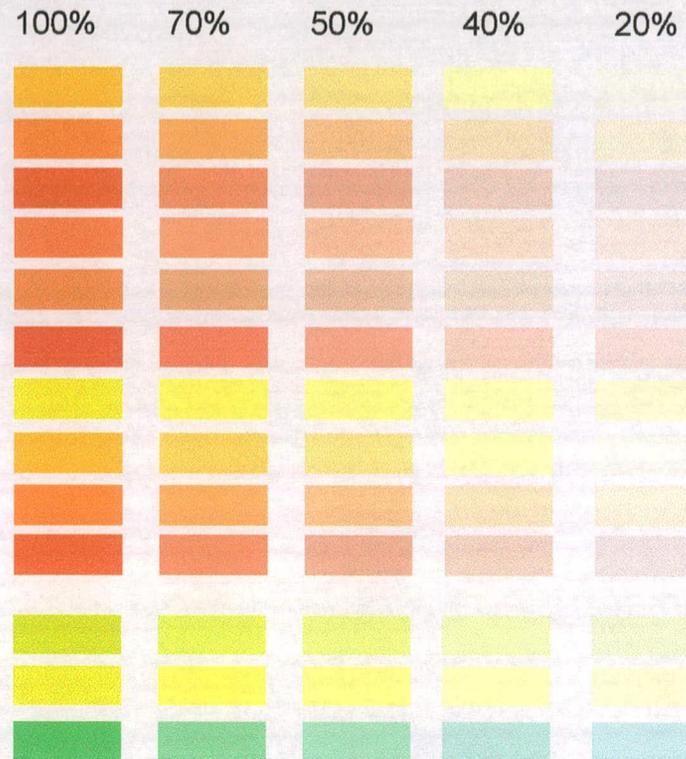
1, Paleta de Color

Por el concepto, el cual es "una luz brillante en el camino", se buscó la gama de colores cálidos.

Para poder llegar a escoger una gama que favorecería el material de acuerdo al grupo objetivo, en este caso niños de 7 a 12 años, se colocaron dichos colores con sus diferentes porcentajes para así crear a continuación contrastes entre los mismos y definir los que se utilizarían. Los porcentajes que se probaron fueron 100%, 70%, 50%, 40% y 20%.

Para darle más colorido y representar mejor el concepto se definió el 100% de los 5 colores seleccionados .

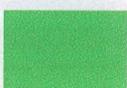
A estos 5 colores se les colocó su color complementario, que son parte de los colores fríos, con el cual se analizaría un contraste en el material.

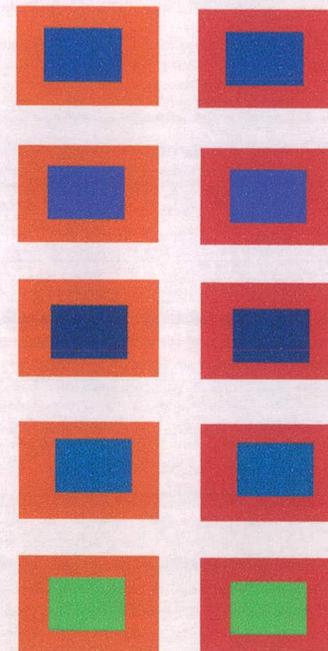


Al definir los colores (pantone) que se podrían utilizar en el material, se procedió a probar cada uno de ellos con los colores complementarios de los mismos, que son de la gama de colores fríos, así mismo con el blanco y el negro, para luego definir el color de fondo del material y sus posibles contrastes ya sea con tipografía o con elementos visuales a utilizar.

Como pantone de fondo se eligió el Pantone 115 CVU, c0 m8 y79 k0, considerando que es el que mejor representa la "luz" como parte del concepto.

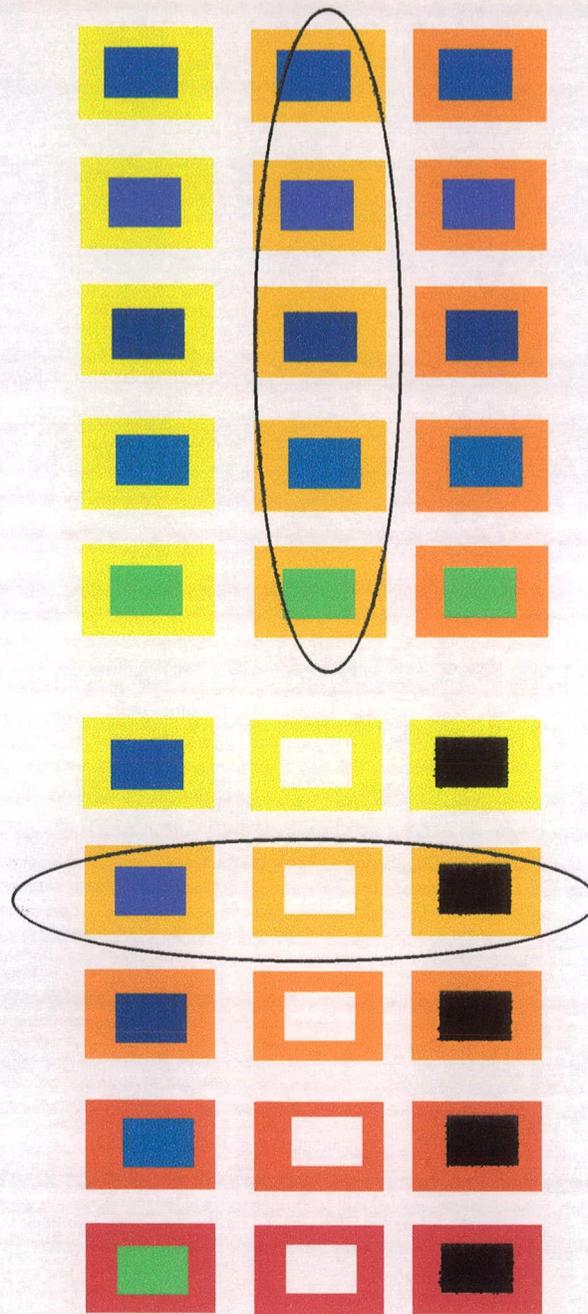
Así mismo, se utilizaría ese pantone con todas sus combinaciones posibles, ya sea con colores contrastantes, con tonalidades, con blanco y negro, dependiendo del contenido del material y el tema (autoestima, familia, amistad, actividades) que se desee transmitir.

	pantone process yellow CVU c 0 m0 y100 k0		pantone 293 CVU c100 m56 y100 k0
	pantone 115 CVU c 0 m8 y79 k0		pantone 2775 CVU c79 m69 y100 k0
	pantone 116 CVU c 0 m15 y94 k0		pantone blue 072 CVU c100 m79 y100 k0
	pantone orange 021 CVU c 0 m51 y87 k0		pantone 641 CVU c100 m0 y0 k27
	pantone red 032 CVU c 0 m91 y87 k0		pantone 359 CVU c38 m0 y51 k0



Los colores seleccionados (pantone) se combinaron con todas las opciones posibles de sus colores complementarios, la selección con el círculo negro indicado a la derecha es el que se eligió como fondo mencionado anteriormente.

Este color es intenso y representa brillo y luz, a la vez llama la atención y no cansa la vista, como se había planteado en la tabla de contenidos.



2. Tipografía

De acuerdo al grupo objetivo, el cual eran niños de 7 a 12 años, se definió que se utilizaría tipografía sans serif para mayor legibilidad.

Se analizó el colocar las tipografías en bold e itálicas, para ver cuál funcionaba más como punto focal a la hora que el grupo objetivo realizara la lectura, para que la información que se transmite por medio de los materiales sea captada de la mejor manera por ellos.

Las tipografías muy dinámicas, de espacios reducidos entre caracteres, se descartaron, aunque fuesen sans serif, pues podrían confundir al grupo objetivo y el contenido no transmitirse correctamente.

Se definieron dos tipografías, tales como "chiller" y "Litera Bold", pues son legibles y no dejan de ser atractivas, además poseen cierto dinamismo, sin dejar serias para transmitir el tema, el cual se identifica con el G. O., además son sencillas y cumplen con el concepto.

Las determinadas para el material se colocaron en altas y bajas para analizar, de acuerdo a la información que se colocará en los materiales, la adecuada pues esto se determinará en la validación posteriormente tomando en cuenta la legibilidad, el gusto del grupo objetivo y jerarquía. Se consideró colocar en títulos altas y en el resto de contenidos la letra inicial alta y el resto bajas, así mismo se colocaron sobre el color que se definió para el fondo de los materiales con color complementario para visualizar el final.

Cómo prevenir las drogas y el alcohol
Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol
Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

CÓMO PREVENIR LAS DROGAS Y EL ALCOHOL

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Chiller

CÓMO PREVENIR LAS DROGAS Y EL ALCOHOL
Cómo prevenir las drogas y el alcohol

Litera Bold

CÓMO PREVENIR LAS DROGAS Y EL ALCOHOL
Cómo prevenir las drogas y el alcohol

3. Imagen

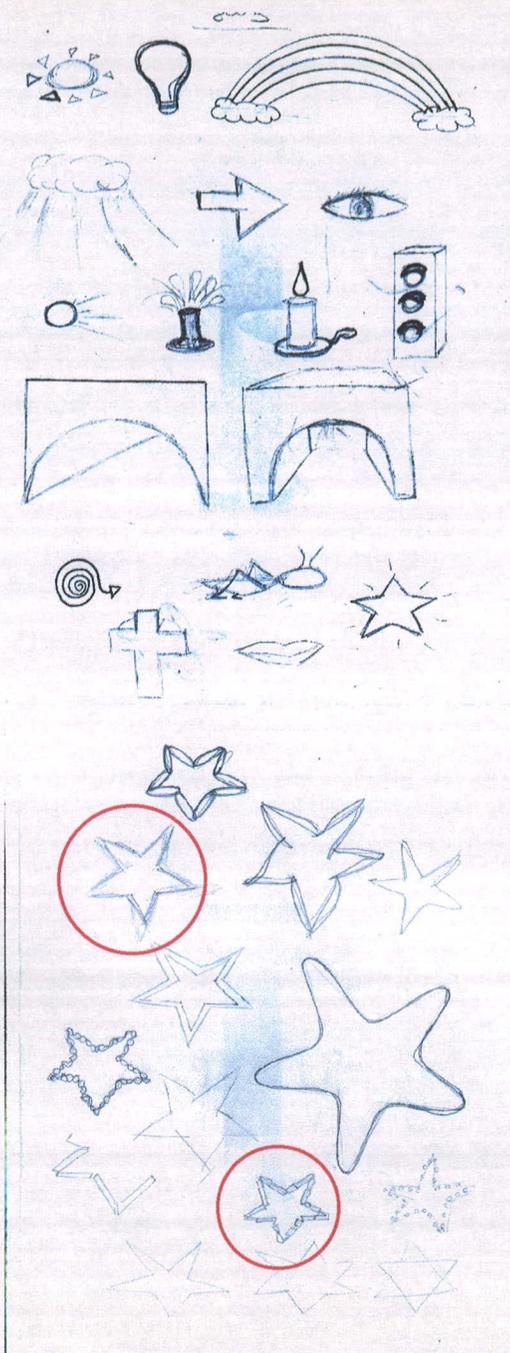
El concepto es "una luz brillante en el camino de tu vida", para representarlo se quiso buscar un elemento gráfico visual, tal como una ilustración, para que llamara la atención del grupo objetivo y propiciara dinamismo y vida al material, además de hacerlo de modo personal para que se identificaran con facilidad.

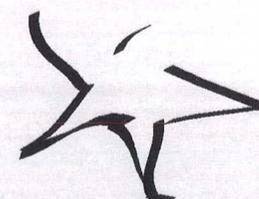
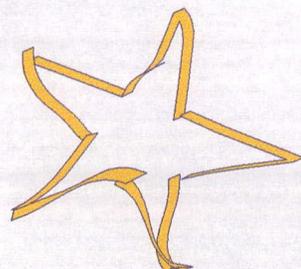
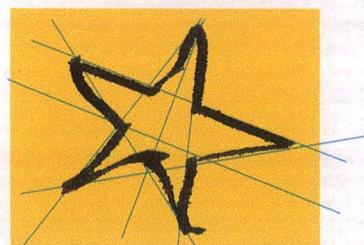
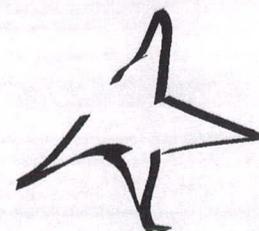
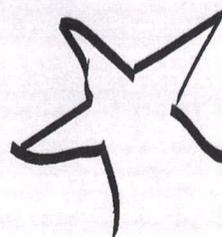
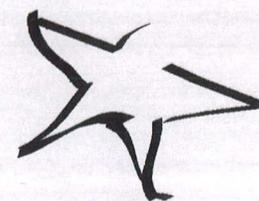
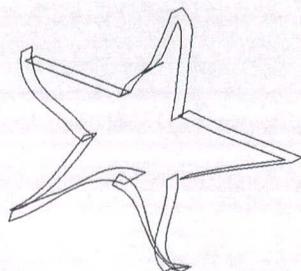
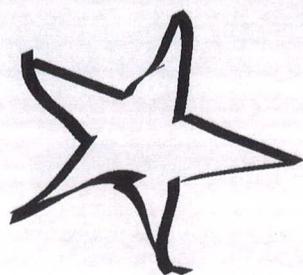
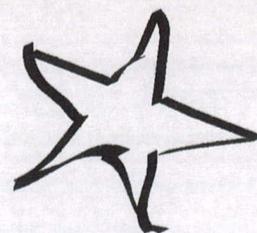
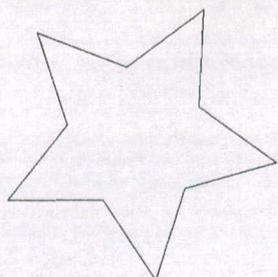
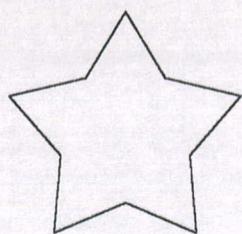
Se trazaron elementos que representarían "luz brillante", entre los cuales están: sol, bombilla, arcoíris, sonrisa, flecha, ojo, estrella, semáforo, luz, candela, final del túnel, esperanza (animal), sonrisa.

De todos ellos se eligió la "estrella" para ejemplificar luz, pues es un elemento que los niños conocen y tiene muchos significados, entre ellos su brillo, los cuales ayudarían a reforzar contenido y a darle dinamismo al mismo. Así mismo, se trazó de manera que de a entender "tu camino", las líneas no son rectas, se visualiza un trazo realizado manualmente, de esta manera se percibe el lado personalizado del diseño, para que los niños se identificaran con él.

El color a la estrella se le aplicará de acuerdo al texto en los materiales, pues representará un tema específico en ellos el color aplicado, considerando el fondo definido anteriormente el cual es el pantone 115 CVU,c0 m8 y79 k0.

El elemento visual, podrá ser modificado en posición y color según sea la necesidad para cumplir con el concepto dentro del material.





Se trabajaron digitalmente las posibles formas del elemento visual (estrella), para escoger la adecuada y la que representara trazos manuales. Así como su posición y el color, si podía ir rellenada o solamente delineada, para luego ser utilizada en la composición de los materiales.

A la estrella seleccionada se le trabajaron abstracciones, esto con el fin de tener opciones para la composición de los materiales sin que se perdiera la esencia del elemento visual y de igual manera que el grupo objetivo captara la idea central.



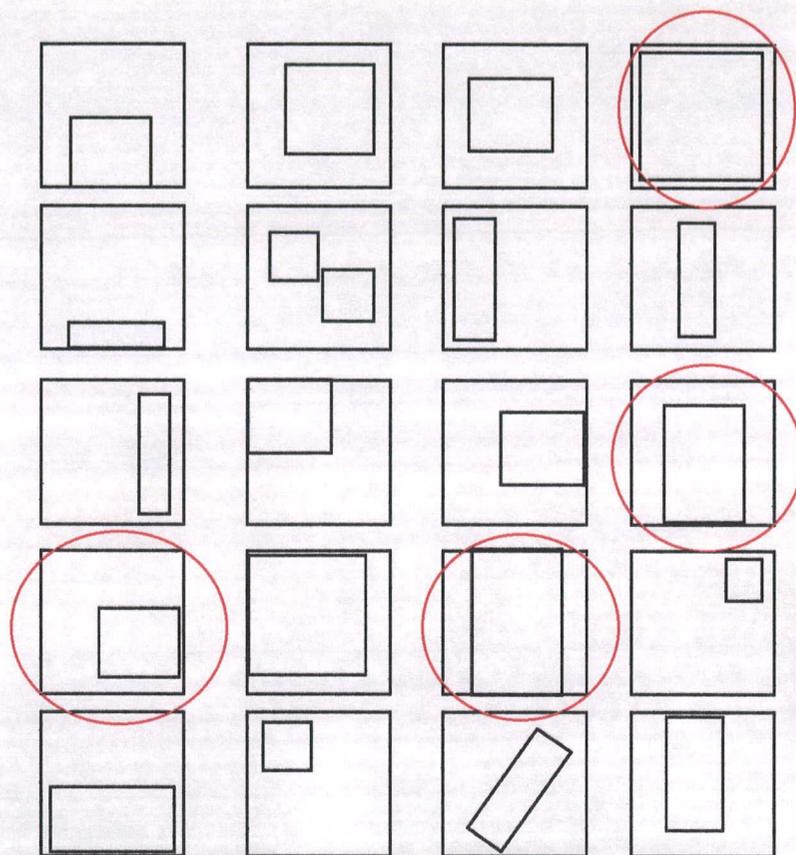
Para reforzar el contenido del material, se utilizarán fotografías, las cuales serán combinadas con el otro elemento visual que es la estrella dentro del mismo para crear una composición adecuada.

Estas fotografías son de niños interactuando, ya sea individualmente o acompañados.

Primero se planteó una composición, para luego tomar la fotografía de acuerdo a la idea central y así dar a conocer el concepto y el tema que se da a conocer en el material por medio de ellas.

Al tener la composición se tomaron fotografías, digitalmente, en su mayoría en formato horizontal para ampliar el campo visual, al aire libre, buscando acciones espontáneas, de las cuales se eligieron 4. Una por cada tema del material (autoestima, familia, amistad, actividades). Cada una fue analizada en composición dentro del formato horizontal y vertical del material para encontrar la adecuada y visualizar si los planos estaban adecuados. Las mismas fueron validadas por experto después de la selección.(ver anexo 3)

El tamaño en sí de cómo se utilizará la fotografía dentro del material se definirá en la composición de diseño. A la derecha se pueden visualizar las composiciones que fueron tomadas en cuenta para la toma de las fotografías, se trabajaron algunos bocetos a mano para tener la idea clara, luego se digitalizaron posibles formatos señalando área de elementos dentro de los mismos, los encerrados en el círculo fueron los seleccionados.





Estas son las fotografías que se tomaron en formato horizontal de situaciones espontáneas, las cuales fueron opciones para elegir la más adecuada para el material y que cumpliría con el tema que se va a reforzar con la misma. Las encerradas en el círculo fueron las seleccionadas para la propuesta preliminar. Los temas a representar con ellas son "actividades y familia".



Para completar la selección de imágenes para el material, se obtuvieron fotografías en formato vertical con fines de lograr más detalle en las mismas y así representar de mejor manera los temas de "autoestima y amistad". Las fotografías encerradas en el círculo fueron las seleccionadas.

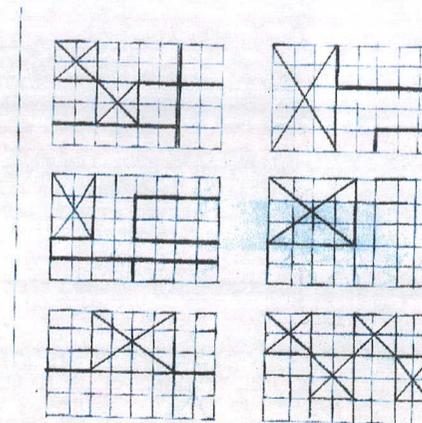
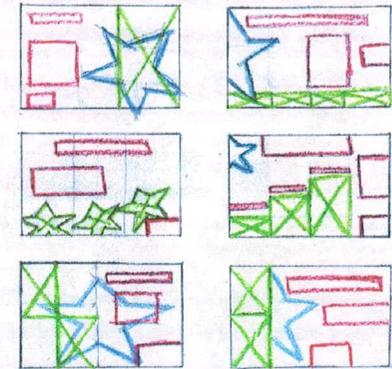
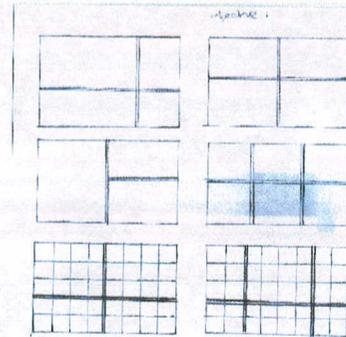
Afiche

4. Ejes y retículas

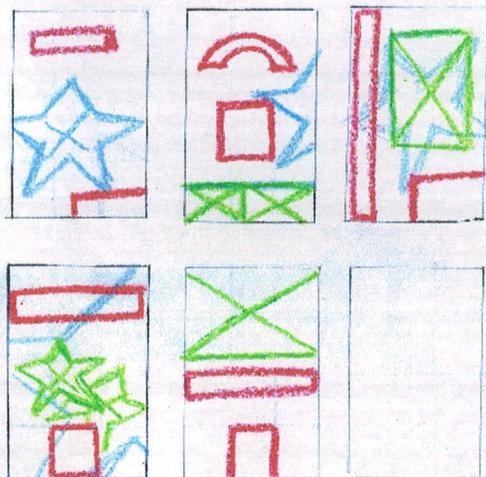
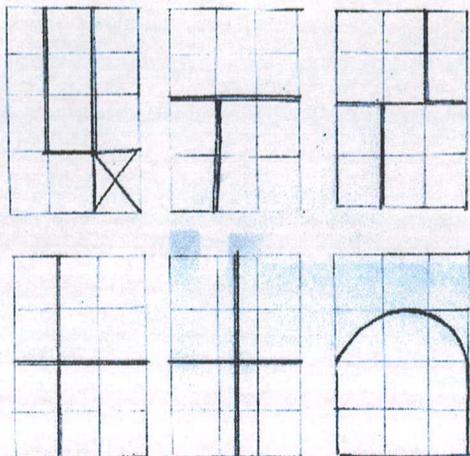
Los materiales a diseñar son afiche, unifoliar, manta y artículo promocional. El formato del afiche y de la manta será horizontal, el unifoliar y el elemento para promocionales vertical por el contenido de texto que contienen, además para ampliar el campo visual del material y de los elementos que serán colocados en ellos.

Se trabajó manualmente ejes y retículas de cada pieza horizontales y verticales, considerando el tamaño de los cuadros de texto y de las imágenes que serán colocadas para diagramar.

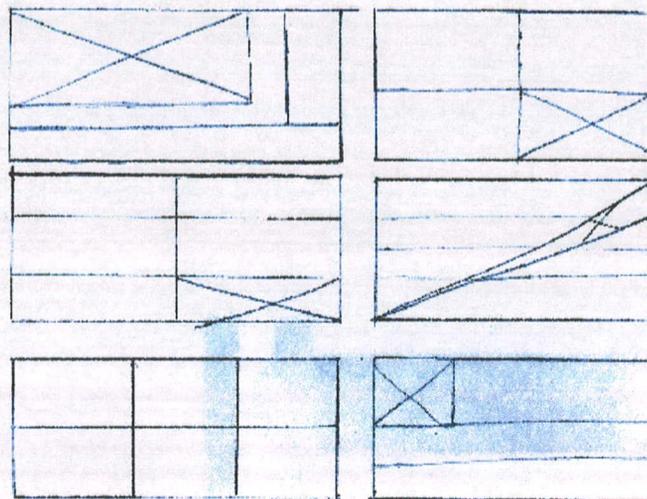
Luego digitalmente se trazaron medidas a escala sobre los formatos para definir dentro del mismo el eje y la retícula adecuada para cada material.



Unifoliar



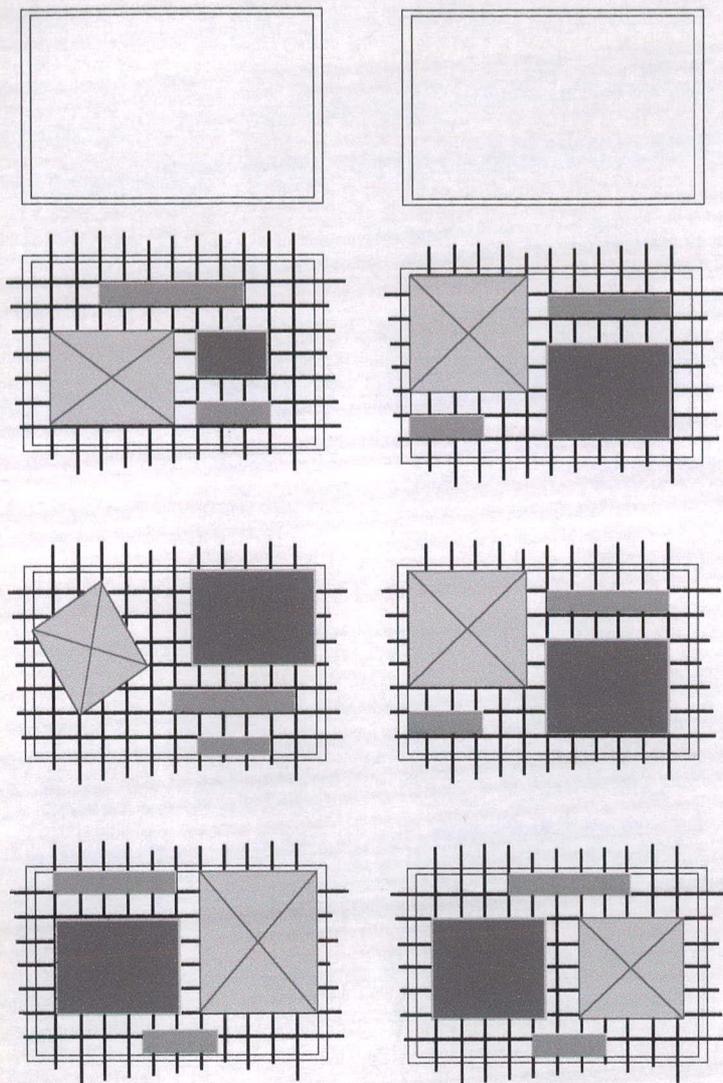
Manta y Promocional



Se trazaron a mano los posibles ejes y retículas para cada uno de los materiales, tales como los afiches, unifoliar, manta y artículo promocional. Todo esto con el fin de facilitar posteriormente la diagramación de los elementos digitalmente para encontrar la posición adecuada de los elementos dentro del formato, tales como los cuadros de texto, imágenes y titulares.

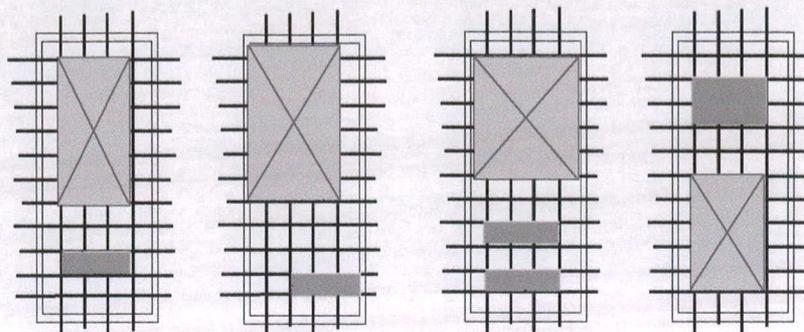
En el caso de la manta y el artículo promocional los trazos fueron hechos iguales y pensados así, pues el formato sería similar y los elementos a utilizar los mismos, la composición podría ser semejante.

Afiche

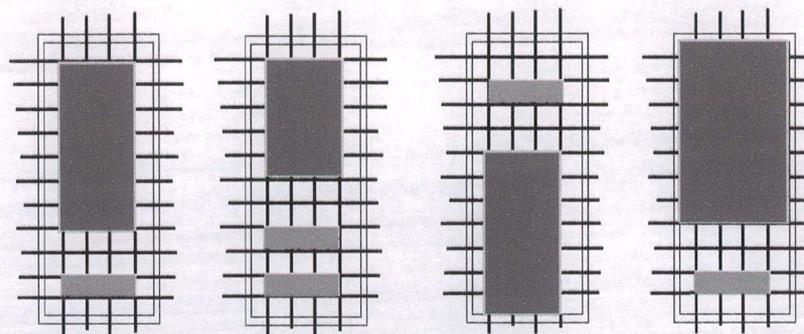


Unifoliar

Tiro

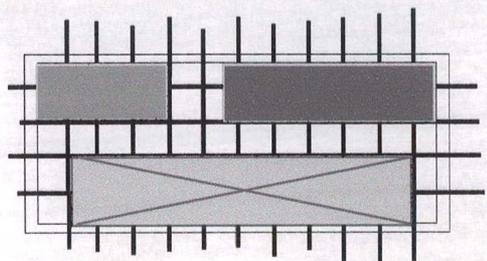
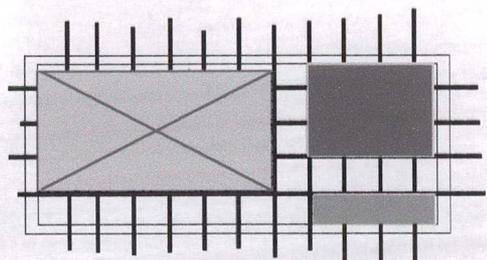
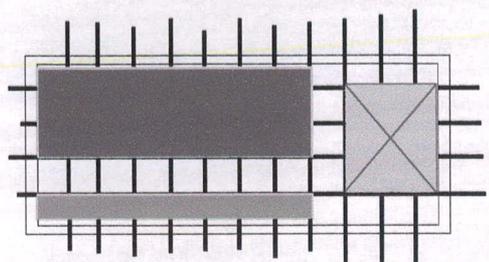
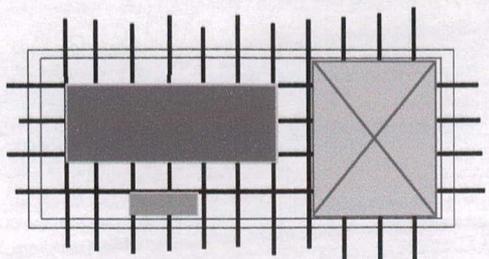


Retiro

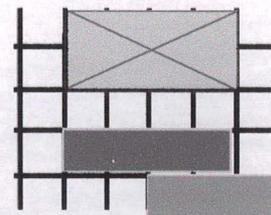
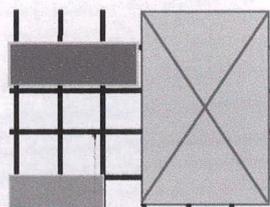
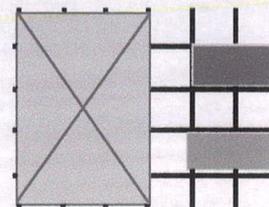
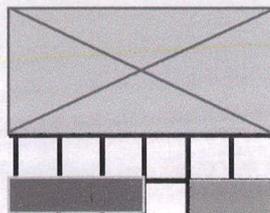
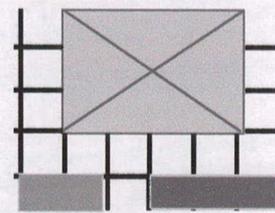
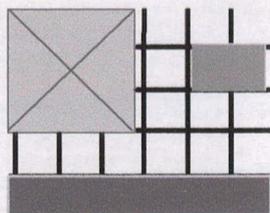


Como se puede observar, luego de realizar manualmente el bocetaje de diagramación para cada material, se procedió a realizarlo digitalmente. Ya definido el formato, como es en el caso del afiche y del unifoliar, se colocaron retículas con ejes horizontales y verticales para definir espacios y proporciones adecuadamente de los cuadros de texto y las imágenes que serían colocadas. Cada uno de éstos se diferencia por color en este caso. Se trabajó dejando los márgenes prudentes de acuerdo al contenido de cada material.

Manta



Artículo promocional



Al igual que en los afiches y los unifoliare, el formato para la manta y artículo promocional ya estaba definido, por lo que digitalmente se trabajaron los ejes sobre el formato definiendo márgenes, espacios y proporciones para los cuadros de texto, las imágenes o fotografías y los titulares, para así llegar a la propuesta preliminar.

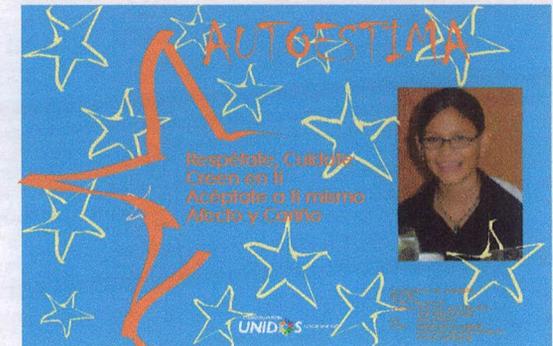
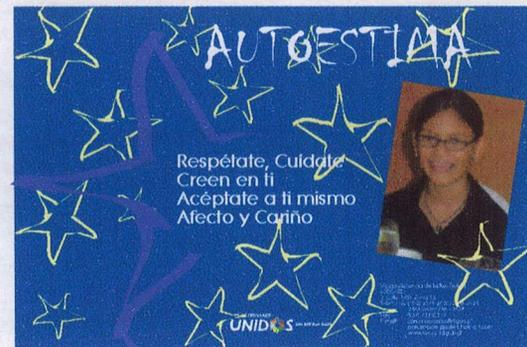
5. Composición de Diseño

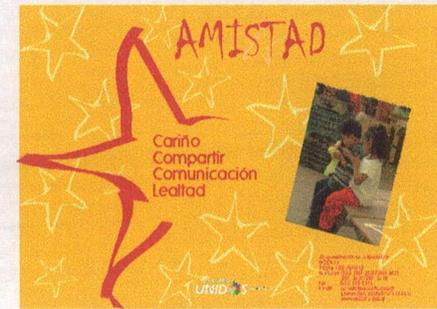
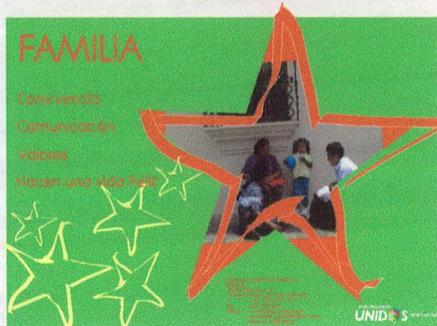
Afiche

Los formatos son horizontales para ampliar el campo visual, se tomó en cuenta el color amarillo, ya que es el color que representa luz con mayor claridad, luego se denotó que por ser material que se lee a cierta distancia, el color no era el adecuado por lo que se definió uno de la gama del naranja y del azul, el cual es el fondo de todos los materiales.

Se realizaron tres propuestas para experimentar con el color y con la aplicación del elemento visual, en este caso la estrella, así mismo para determinar la composición entre éste y los textos del material, así como las fotografías utilizadas.

Los colores de la estrella y el texto se debe a que se utilizó uno por tema para identificación, de tal manera que a la vez contrastara con el fondo.





Se hicieron pruebas de color en los fondos de cada uno de los 4 afiches (1 por tema) para encontrar un contraste adecuado entre los elementos y el fondo. Así como se probaron las diferentes posiciones de las fotografías, y demás composiciones de elementos, de tal manera que no

se perdiera la finalidad de la misma, la cual es reforzar el tema que se está transmitiendo. En esta etapa se definió el color por tema para los materiales: Autoestima=naranja, familia=azul, amistad=rojo y actividades=verde.



AMISTAD

Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad

UNIDOS

AMISTAD

Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad

UNIDOS

AMISTAD

Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad

UNIDOS

ACTIVIDADES

Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la familia

UNIDOS

ACTIVIDADES

Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la familia

UNIDOS

ACTIVIDADES

Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la familia

UNIDOS

ACTIVIDADES

Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la familia

UNIDOS

ACTIVIDADES

Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la familia

UNIDOS

ACTIVIDADES

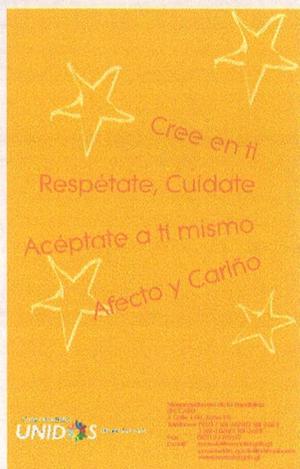
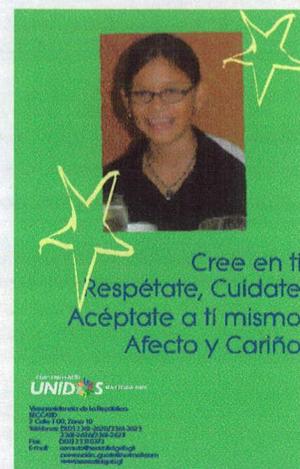
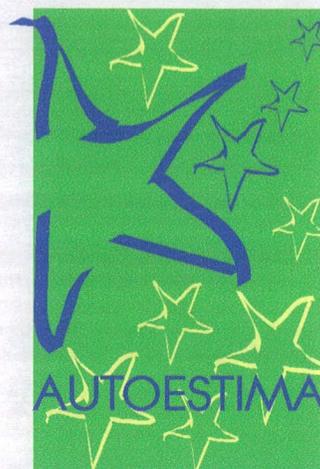
Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la familia

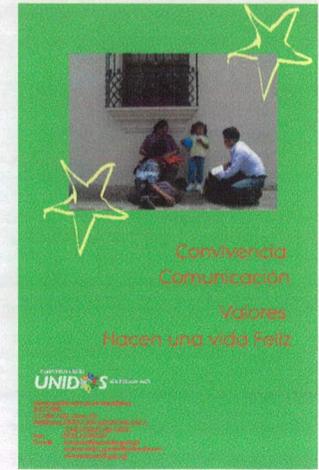
UNIDOS

Unifoliar

EL unifoliar se realizará en formato vertical por la cantidad de texto que contiene. Se diseñó tiro y retiro. Se utilizaron varios tonos para el fondo, de tal manera encontrar un contraste idóneo para el material. Las fotografías se colocaron de manera que ejemplifiquen el tema que se da a conocer.

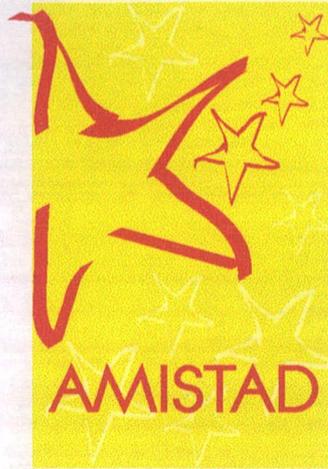
Los colores de la estrella y el texto se debe a que se utilizó uno por tema para identificación, de tal manera que a la vez contrastara con el fondo.





Al igual que con los afiches, con los 4 unifoliarios que son el material de apoyo, se realizaron pruebas de color de fondos y las diferentes composiciones posibles de los elementos del mismo.

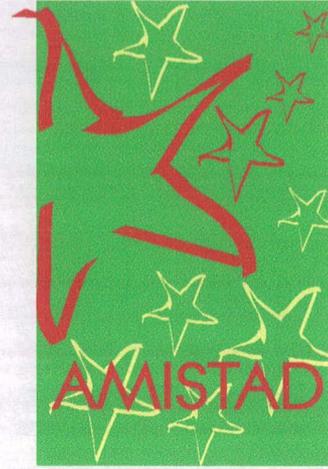
Las pruebas se realizaron en el tiro y en el retiro. Con el fin de encontrar el contraste adecuado del material y la manera de mantener la jerarquía deseada entre los elementos.



**Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad**

UNIDOS del mundo con amor

Programa Nacional de Solidaridad
P.O. Box 140, Torreón 57
Coahuila, C.P. 27000, México
Tel: 0181-2512121
Fax: 0181-2512122
www.unidos.gob.mx
www.unidos.org.mx



**Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad**

UNIDOS del mundo con amor

Programa Nacional de Solidaridad
P.O. Box 140, Torreón 57
Coahuila, C.P. 27000, México
Tel: 0181-2512121
Fax: 0181-2512122
www.unidos.gob.mx
www.unidos.org.mx



**Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad**

UNIDOS del mundo con amor

Programa Nacional de Solidaridad
P.O. Box 140, Torreón 57
Coahuila, C.P. 27000, México
Tel: 0181-2512121
Fax: 0181-2512122
www.unidos.gob.mx
www.unidos.org.mx



**Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad**

UNIDOS del mundo con amor

Programa Nacional de Solidaridad
P.O. Box 140, Torreón 57
Coahuila, C.P. 27000, México
Tel: 0181-2512121
Fax: 0181-2512122
www.unidos.gob.mx
www.unidos.org.mx



Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la Familia

Municipalidad de la República
 BIC/CAJ
 2 Calle 146, Zona 10
 Teléfono (502) 2 206 2000 / 206 2003
 2 206 2002 / 2 206 2001
 Fax (502) 2 206 2005
 e-mail: municipalidad@munirepublica.gub.gp
 www.munirepublica.gp



Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la Familia

Municipalidad de la República
 BIC/CAJ
 2 Calle 146, Zona 10
 Teléfono (502) 2 206 2000 / 206 2003
 2 206 2002 / 2 206 2001
 Fax (502) 2 206 2005
 e-mail: municipalidad@munirepublica.gub.gp
 www.munirepublica.gp



Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la Familia

Municipalidad de la República
 BIC/CAJ
 2 Calle 146, Zona 10
 Teléfono (502) 2 206 2000 / 206 2003
 2 206 2002 / 2 206 2001
 Fax (502) 2 206 2005
 e-mail: municipalidad@munirepublica.gub.gp
 www.munirepublica.gp



Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la Familia

Municipalidad de la República
 BIC/CAJ
 2 Calle 146, Zona 10
 Teléfono (502) 2 206 2000 / 206 2003
 2 206 2002 / 2 206 2001
 Fax (502) 2 206 2005
 e-mail: municipalidad@munirepublica.gub.gp
 www.munirepublica.gp

Manta

El formato de la manta es horizontal. Se utilizaron varios tonos de fondo para analizar el contraste. El color elegido para crear contraste entre el texto y el resto de elementos es azul, pues es el color complementario al fondo que se definió inicialmente, puesto que es un material que se puede visualizar de lejos, debe contener tonalidades fuertes.

No se incluyeron fotografías, pues con este material no se quiere dar a conocer ningún tema específico, es una invitación al evento.

Se realizaron pruebas de color, composición de elementos y tipografía.



Artículo promocional

El elemento para artículos promocionales tiene formato horizontal, pues es la más manejable en cuanto a elementos físicos se refiere, que es donde será colocada, se utilizó el naranja y el azul porque son colores complementarios entre sí, por lo que llama la atención. Así mismo se realizaron pruebas con otros colores de fondo y así encontrar el mejor

para la propuesta preliminar, sin perder la unidad con el resto de materiales. La tipografía es la misma del resto de materiales para mantener la unidad y es dinámica.

Se realizaron pruebas de color de fondos y de composición de los elementos a incluir en el material.



Propuesta Preliminar Piezas para el SECCATID

Afiches

AUTOESTIMA

Respétate, Cuidate
Creen en ti
Aceptate a ti mismo
Afecto y Cariño



Ministerio de la Salud
 SECCATID
 Calle 100, Torre 10
 Edificio 1001
 Teléfono: 021 2310277
 Fax: 021 2310277
 E-mail: comunicacion@seccatid.gub.uy
www.seccatid.gub.uy

AMISTAD

Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad



Ministerio de la Salud
 SECCATID
 Calle 100, Torre 10
 Edificio 1001
 Teléfono: 021 2310277
 Fax: 021 2310277
 E-mail: comunicacion@seccatid.gub.uy
www.seccatid.gub.uy

FAMILIA

Convivencia
Comunicación
Valores
Hacen una vida feliz



Ministerio de la Salud
 SECCATID
 Calle 100, Torre 10
 Edificio 1001
 Teléfono: 021 2310277
 Fax: 021 2310277
 E-mail: comunicacion@seccatid.gub.uy
www.seccatid.gub.uy

ACTIVIDADES

Al aire libre
Con tus amigos
Actividades
Recreativas
Con la familia



Ministerio de la Salud
 SECCATID
 Calle 100, Torre 10
 Edificio 1001
 Teléfono: 021 2310277
 Fax: 021 2310277
 E-mail: comunicacion@seccatid.gub.uy
www.seccatid.gub.uy

Unifoliales

AUTOESTIMA

Cree en ti
Respétate, Cuidate
Aceptate a ti mismo
Afecto y Cariño

Microempresa de la República
 SECCAD
 2 Calle 140, Zona 10
 Teléfono: (502) 2 301 2020/2 301 2023
 2 301 2020/2 301 2028
 C.O.D. 2 310 972
 E-mail: comunicacion@unidus.com
www.unidus.com

FAMILIA

Convivencia
Comunicación
Valores
Hacen una vida Feliz

Microempresa de la República
 SECCAD
 2 Calle 140, Zona 10
 Teléfono: (502) 2 301 2020/2 301 2023
 2 301 2020/2 301 2028
 C.O.D. 2 310 972
 E-mail: comunicacion@unidus.com
www.unidus.com

AMISTAD

Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad

Microempresa de la República
 SECCAD
 2 Calle 140, Zona 10
 Teléfono: (502) 2 301 2020/2 301 2023
 2 301 2020/2 301 2028
 C.O.D. 2 310 972
 E-mail: comunicacion@unidus.com
www.unidus.com

ACTIVIDADES

Al aire libre
Con tus amigos
Actividades Recreativas
Con la Familia

Microempresa de la República
 SECCAD
 2 Calle 140, Zona 10
 Teléfono: (502) 2 301 2020/2 301 2023
 2 301 2020/2 301 2028
 C.O.D. 2 310 972
 E-mail: comunicacion@unidus.com
www.unidus.com

Manta y Artículo promocional



Ama tu Vida al Natural
SIN DROGAS
30 abril

CONSTRUYENDO
UNIDOS UN MEJOR PAÍS

Vicepresidencia de la República
SECCATID



Ama tu Vida al Natural
SIN DROGAS

Vicepresidencia de la República
SECCATID
CONSTRUYENDO
UNIDOS UN MEJOR PAÍS

11. VALIDACION TECNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

Se realizaron validaciones a diseñadores gráficos (ver anexo 4), las respuestas fueron las siguientes:

Respecto a la tipografía definieron que es fácil de leer y que expresa seriedad y alegría, por lo que cumple con la tabla de contenidos gráficos.

El color, las tonalidades de los mismos y el contraste empleado en el material se consideró llamativo, atrae la atención y mantiene un impacto visual. Así mismo los formatos fueron empleados adecuadamente para el tipo y cantidad de información que sería incluida en el material, además de ser prácticos para el usuario.

La composición de las fotografías fue validada como confusa, aunque sí refuerzan el contenido de cada tema del material, su posición en el formato de preferencia hay que mejorarla. Sí son realistas.

En cuanto a los ejes y la diagramación, éstos cumplen con el dinamismo que se pretendía dar al material, además proporcionan una jerarquía visual entre los elementos.

En sí, el material gustó a los diseñadores que colaboraron con la validación.

Ellos mencionaron sugerencias, entre ellas:

* La composición de las fotografías debería de ser evaluada por el peso visual y la dirección del ojo.

* La estrella y su nivel de abstracción, debe evaluarse, pues puede que algunos confundan el elemento.

* La tipografía podría mejorar su grosor.

* Las fotografías podrían estar sin otro elemento visual sobre ellas, se tiene que evaluar.

A continuación los cambios que se realizaron al material, se consideraron de acuerdo a los objetivos.

Afiches Antes

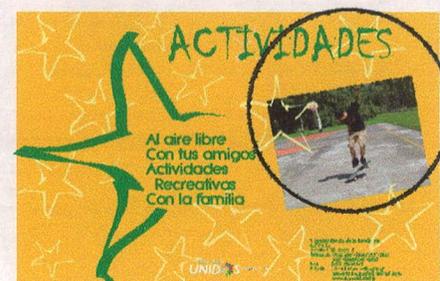
De acuerdo a las validaciones, se evaluó que en sí el material está bastante bien, es adecuado para los fines que éste conlleva, a la vez expresa lo que el material busca.

Se consideró que la abstracción del elemento visual como lo es la estrella podría mejorar, así mismo como en el movimiento que se le da. En cuanto a las fotografías, se considera que, debido al dinamismo que ya posee el material, éstas deberían ser el elemento estático del material.

Sí se cumple con la jerarquía visual de los elementos, por lo que la composición es adecuada.

El color llama la atención, y es lo que se pretendía.

El cambio está identificado con un círculo negro a continuación.



Afiches Después

AUTOESTIMA

Respétate, Cuidate
Creen en ti
Acéptate a ti mismo
Afecto y Cariño



Dependencia de la Familia
 Calle 100, Zona D
 Peten, Guatemala 2013
 Teléfono: 2023 2567 2567
 Fax: 2023 2567 2567
 E-mail: dependencia@unidas.gov.gt
www.unidas.gov.gt

FAMILIA

Convivencia
Comunicación
Valores
Hacen una vida feliz



Dependencia de la Familia
 Calle 100, Zona D
 Peten, Guatemala 2013
 Teléfono: 2023 2567 2567
 Fax: 2023 2567 2567
 E-mail: dependencia@unidas.gov.gt
www.unidas.gov.gt

AMISTAD

Cariño
Compartir
Comunicación
Lealtad



Dependencia de la Familia
 Calle 100, Zona D
 Peten, Guatemala 2013
 Teléfono: 2023 2567 2567
 Fax: 2023 2567 2567
 E-mail: dependencia@unidas.gov.gt
www.unidas.gov.gt

ACTIVIDADES

Al aire libre
Con tus amigos
Actividades
Recreativas
Con la familia



Dependencia de la Familia
 Calle 100, Zona D
 Peten, Guatemala 2013
 Teléfono: 2023 2567 2567
 Fax: 2023 2567 2567
 E-mail: dependencia@unidas.gov.gt
www.unidas.gov.gt

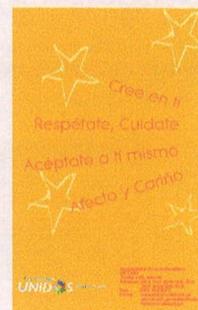
Unifoliales Antes

En el caso de este material, la estrella no tiene abstracción, por lo que se evaluó para el cambio fue la posición y movimiento que posee dentro del formato. Además contiene la fotografía dentro.

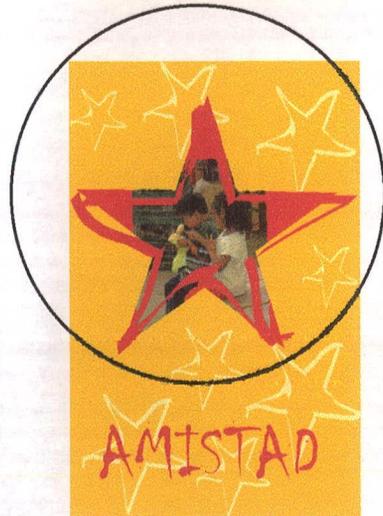
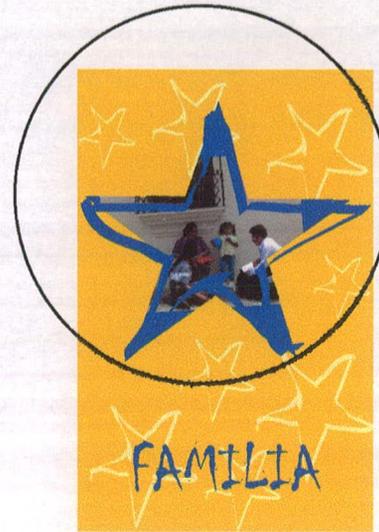
De acuerdo al contenido que debe llevar el material, el formato es adecuado y el interlineado en el mismo se consideró correcto.

Por ser material para niños, el formato se evaluó de manera que no dejara ser práctico, se utilizó un formato mayor que al que se había planteado con anterioridad, pues por la cantidad de contenido, el cliente quiso que los elementos visuales se visualizaran con más amplitud.

El cambio está identificado con un círculo negro a continuación.



**Unifoliales
Después**



Manta Antes

Según validaciones, se evaluó la abstracción de la estrella como elemento visual.

A pesar de que el material llama la atención, se considera factor a cambio la tipografía por ser un material que se debe leer a distancia y de forma masiva, sin perder su legibilidad.

El color y el formato son adecuados. Sí existe jerarquía visual entre los elementos.

El cambio está identificado con un círculo negro a continuación.



Manta Después



Artículo promocional Antes

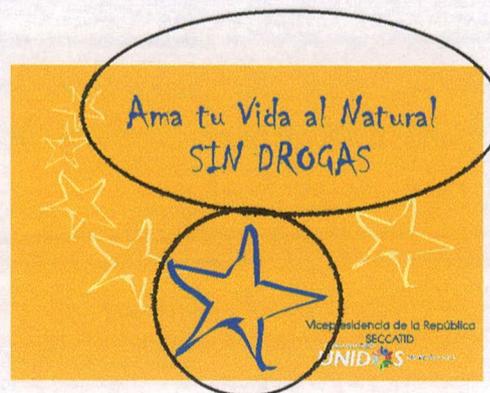
Este material debe de ser adaptable.

Lo que se consideró a cambio fue el grosor de la tipografía, para que tuviera mayor peso visual la temática que se transmite.

En cuanto a contraste de color y formato, se consideró adecuado, además mantiene la unidad junto con el resto de los materiales.

Se evaluó la composición del elemento visual, como lo es la estrella.

El cambio está identificado con un círculo a continuación.



Artículo promocional Después



12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

El concepto del proyecto es "una luz brillante en tu camino". Para representarlo de la mejor manera se buscaron elementos visuales para representar luz, como es un material básicamente para niños, se buscó algo que ellos identificaran claramente, en este caso se definió a la estrella, pues es el elemento brillante que representa luz.

Para dar a conocer "tu camino", se consideró tomar en cuenta trazos y formas, las líneas o trazos no son rectos, se visualizan manuales, como es un camino entre curvas y rectas, pues así se definieron los trazos de la tipografía y de la estrella para dar a conocer claramente el concepto, así mismo se da a conocer por la amplitud de los formatos empleados. Con trazos visualizados hechos a mano el material se percibe personalizado, pues se identifica directamente con el grupo objetivo.

De acuerdo a lo investigado, en el material gráfico informativo deben tomarse en cuenta elementos como armonía, jerarquías visuales, unidad, equilibrio, lectura comprensible, proporción, ritmo y color. Dentro de los materiales del SECCATID, se tomó muy en cuenta características como la armonía, el ritmo y el color para llamar la atención de G. O., así como crear una composición adecuada entre los elementos que diera a conocer el concepto.

Dentro del material gráfico informativo se encuentran los folletos los cuales deben contener portada, contraportada e interior. En el caso del material para el SECCATID, se definió como folleto de 1 columna el unifoliar, pues por la cantidad de contenido no era necesario agregarle más partes, además es práctico y portable para el G. O.

Formato

En los materiales se definió el formato horizontal para que el grupo objetivo tenga mayor campo visual y los espacios a tomar en cuenta para la composición de los elementos sea amplio. Por la cantidad de contenido incluida en ellos, éste no llega a saturarse. Solamente en el caso del unifoliar el formato es vertical para hacerlo más práctico y así perder la monotonía en cuanto a materiales similares se refiere.

Los formatos definidos son los siguientes:

Afiche: 17" X 11".

Unifoliar: 5" X 8", anteriormente se había especificado un formato de 1/3 de página, pero por ser material para niños y para perder la monotonía en materiales similares, se modificó, sin que dejara de ser práctico para el G. O.

Manta: 2m X 0.90m, anteriormente era de 1m X 3m, pero se redujo por el espacio estipulado para colocar el material, además por el contenido contenido en ella.

Artículo promocional: 5" X 3.5". Anteriormente se estableció un formato de 5" X 5", pero su reducción no era óptima y debía ser adaptable al objeto promocional que el cliente defina en su momento por lo que se redujo para hacerlo más práctico.

Tipografía

Para dar a conocer que el material es infantil y a la vez que se representara la seriedad del tema que se está transmitiendo, se eligió una tipografía "chiller" para los titulares en todos los materiales y mantener la unidad, ya que posee apariencia de trazos manuales de niños, es muy libre y tiene cierto dinamismo. Para el resto de contenido se definió la tipografía "litera bold" porque es seria y de fácil lectura, el interlineado es amplio.

Ambas tipografías son sans serif, bold, y se combinaron altas y bajas en los textos y solamente altas en los titulares para mantener la jerarquía visual y así no cansar la vista del lector.

Color

Se definió el pantone 115 CVU (c0 m8 y79 k0) como fondo de todos los materiales, porque es de la gama de color naranja, lo cual representa los colores que el G.O. relacionó con drogas y alcohol que son el rojo y el amarillo.

Cada tema es representado por un color; autoestima: naranja; familia: azul; amistad: rojo; actividades: verde;

Esto con el fin de que se identificaran con más facilidad y fueran recordados por el grupo objetivo rápidamente, para dejar la monotonía y darle un significado extra al tema que se transmite, pues los colores tienen relación con la percepción.

Se realizaron contrastes entre el fondo y el refuerzo del elemento visual, como lo es la estrella, y de esta manera resaltar y dar a conocer mejor el concepto, además que llama la atención las diferentes formas y colores empleados.

En el caso de la manta y el elemento para promocionales, se utilizó un color neutro, pues no había tema que dar a conocer o identificar, en este caso se consideró el azul como mejor opción, ya que es el complementario de el color naranja y así crear el contraste idóneo entre el fondo y el contenido del material.

Fotografías

La función de las fotografías es reforzar el contenido que se transmite a través de los materiales. Para lograr esto se hicieron tomas espontáneas de niños con el fin de hacer realista el material y así llegar a identificarse más con el G. O. porque refuerza el tema de manera más personal.

El formato utilizado en las fotografías fue horizontal y vertical, de acuerdo al campo visual que se necesitó para tener más clara la representación sin perder detalle.

Ejes y diagramación

Son horizontales y curvos para darle dinamismo a los materiales, así mismo se pierde la monotonía y se mantiene una jerarquía visual que a su vez llama la atención. No cansa la vista del lector y mantiene una dirección visual correcta, puesto que no se satura el material.

Los materiales posteriormente a la validación tuvieron un cambio mínimo de mejora, pues cumple con los objetivos y según características del G.O. llama la atención y logra transmitir los temas adecuadamente.

13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

Especificaciones técnicas para el desarrollo de las piezas

Todo el material, fue diseñado en el programa Freehand 10 (FH10). Es a full color y todo está en CMYK para su impresión. Las tipografías utilizada son Litera-Bold en el texto y Chiller en los titulares. Todo se trabajó en sistema PC. El diseño de todo el material se hizo de la siguiente manera:

Afiches:

texcote 12, full color, 11 X 17"

Unifoliales:

coushé, full color, 5" X 8"

Mantas:

vinílicas, full color, 1 X 3 metros.

Artículo promocional:

5" X 5", soporte no especificado, dependiendo del evento se definirá.

Informe técnico que acompaña los archivos digitales para imprenta

El CD donde están grabados todos los archivos se denomina Proyecto SECCATID. Dentro del mismo se encontrarán archivos de la siguiente forma:
Se encuentran 2 carpetas:

1.FINALES

a.Los archivos ahí son los siguientes:

Afiches:

Archivo: afichesfinales.FH10 en paths
afichesfinales.jpg (128 Kbps)
afichesfinales.pdf

Unifoliar:

Archivo: unifoliarfinal.FH10 en paths
unifoliarfinal.jpg (128 Kbps)
unifoliarfinal. pdf

Manta:

Archivo: mantafinal.FH10 en paths
mantafinal.jpg (128 Kbps)
mantafinal.pdf

Promocional:

Archivo: promocionalfinal.FH10 en paths
promocionalfinal.jpg (128 Kbps)
promocionalfinal.pdf

2.FOTOGRAFÍAS

En ella están todas las fotografías utilizadas en los materiales diseñados, en formato JPG y TIFF. (128 Kbps)

Presupuestos de diseño y de impresión

Diseño

TOTAL costo x materiales	Q1,410.00 X4=	Q 5,640.00
Trabajo profesional afiche	Q	700.00
Trabajo profesional uniioliar	Q	475.00
Trabajo profesional promocional	Q	225.00
Trabajo profesional manta	Q	250.00
Toma de fotografías	Q	400.00
TOTAL		Q 7,690.00

Impresión

No se cotizó el artículo promocional, pues no está definido el soporte, el cual puede variar entre playeras, pachones, pines, gorras, bolsas para útiles, útiles escolares, pañuelos, etc. El SECCATID elegirá el adecuado dependiendo del lugar y la fecha de los eventos.

1.

Cotización realizada en **Impresos Molina, S.A.** 17 Av. 7-70, Z. 7, Colonia El Rodeo vía telefónica y por medio de correo electrónico (Tel. 2238-3822) dando especificaciones del material de la siguiente manera: (ver anexo 5)

·400 afiches(100 por tema),texcote 12, full color, 11"X 17"

unidad	Q	4.75
Total		Q1,900.00

·1200 unifoliales(300 por tema), couché, full color tiro y retiro 5" X 8"

unidad	Q	1.35
Total		Q1,650.00

TOTAL DE GASTOS IMPRESION: Q3,550.00

2.

Cotización realizada en **Imprenta Jit**, 22 Av. 27-64, Z. 5, vía telefónica y fax (Tel. 23618846) dando especificaciones del material de la siguiente manera:

·400 afiches(100 por tema),texcote 12, full color, 11"X 17"

Total Q1,988.00

·1200 unifoliales(300 por tema), couché, full color tiro y retiro 5" X 8"

Total Q1,612.00

TOTAL DE GASTOS IMPRESION: Q9,260.00

3.

Cotización realizada en **Centro Editorial Vile**, Avenida Simeón Cañas 5-31, Z. 2, vía fax (Tel. 22532222) dando especificaciones del material de la siguiente manera:

·400 afiches(100 por tema),texcote 12, full color, 11"X 17"

Total Q1,069.60

·1200 unifoliales(300 por tema), couché, full color tiro y retiro 5" X 8"

Total Q1,236.48

TOTAL DE GASTOS IMPRESION: Q2,306.08

4.

Las mantas se cotizaron en **Mantas Kodesh**, vía telefónica y fax (Tel: 56141536)

12 mantas, vinílicas, full color, 1 X 3 metros.

unidad Q 225.00
Total Q2,700.00

5.

Las mantas se cotizaron en **Publiex**, vía telefónica y fax, 9 C. "B" 9-68, Z. 11 de Mixco (Tel: 24833972)

12 mantas, vinílicas, full color, 1 X 3 metros.

unidad Q 225.00
Total Q2,700.00

6.

Las mantas se cotizaron en Ideas Publicidad, vía telefónica y fax. (Tel: 24332552)

12 mantas, vinílicas, full color, 1 X 3 metros.

unidad Q 246.00
Total Q2,952.00

Sistema de impresión y reproducción

Todo el material para el SECCATID será trabajado en impresión láser.

14. CONCLUSIONES

- Se identificaron los afiches como el desarrollo del material gráfico informativo, los cuales son resultado del estudio del tema, así como el análisis del grupo objetivo al cual se dirigen; éste material se basa en un concepto del cual se extraen ideas y se componen para presentar una propuesta la cual cumpla con informar y dar a conocer información pertinente acerca de la prevención de drogas y alcohol, a la vez que llame la atención de los niños entre 7 y 12 años de edad.

- Se definió como el material de apoyo el diseño de los unifolios, los cuales son la ayuda adecuada para transmitir un tema o de complementar ideas principales como lo es la prevención de drogas y alcohol. Se logró identificar como secundario, como complemento del material informativo. Este llama la atención y a la vez se queda en la memoria del grupo objetivo por el fin de transmitir ideas concretas a través del mismo.

- Se diseñó una manta y un material promocional como ente informativo acerca de las actividades del SECCATID, estos materiales son el canal efectivo entre la secretaría y el grupo objetivo para que los eventos se lleven a cabo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que para la realización del afiche, así como de todo material informativo, la base sea un concepto, para que éste se apoye en una idea que transmita el tema principal, el cual es la prevención de drogas y alcohol al grupo objetivo. El tomar en cuenta actitudes del G. O. es importantísimo, tanto como para las fotografías que serán empleadas como para la diagramación del material. A la vez se sugiere tomar en cuenta que una fotografía al aire libre funciona mejor para este tipo de material. Para tener mejor campo visual se recomienda que el formato se mantenga horizontal, ya que lo importante en este caso son las imágenes, pues son las principales trasmisoras del tema, ya que lo representan.

- Se recomienda conocer más acerca del fondo que el material de apoyo conlleva, hace más funcional el hecho de transmitir a través del mismo el tema y ayuda a definir el momento adecuado de emplearlos. Como es un material para niños, se sugiere no saturar de imágenes, pues la atención la pierden con facilidad, así también el evitar abstracciones extremas de los elementos visuales da mejores resultados y no se pierde el contexto del mismo.

- Se recomienda el uso de formatos horizontales para la realización del material de apoyo, ya que por la cantidad de información que contienen, el campo visual es mejor. En este material el empleo de la fotografía no es lo más adecuado, ya que no se intenta representar ningún tema, se sugiere utilizar solamente los elementos visuales que mantengan la unidad con el resto de materiales y aquellos elementos que den a conocer datos de interés para el G. O.

15. BIBLIOGRAFIA

Libros

- Barone, Luis R., (1987). Cajita de Sorpresas, Volumen 4, Barcelona: Océano-Éxito, S. A.
- Canga Larequi, J. (1994) Diseño periodístico en prensa diaria. Barcelona: Editorial Bosch .
- Furones, M. (1980) Folleto El mundo de la Publicidad, Aula Abierta Salvat, tomo 2 España: Editorial Salvat.
- Holtje, H (1980). Teoría y problemas de publicidad. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Horst, K., (1981) Enciclopedia Femenina Nauta, Barcelona: Ediciones Nauta.
- Papalia, D., Wendkos, S. (1991). Psicología del Desarrollo de la Infancia a la Adolescencia, (5ª. Ed.) Colombia: Mc Graw Hill.
- Papalia, D., Wendkos, S. (1990). Psicología, México: Mc Graw Hill.

Tesis

- Barrios, P. (2003). Todos Iguales Todos Diferentes. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Franco, B. (2002) Ya! es hora de hacer un paréntesis...hablemos de alzheimer. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Herrarte, M. (1994) Propuesta Material Gráfico Informativo para guardianes ecológicos en aporte a la Limpieza de la Playa. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Larin, M. (2003). Trabajando Juntos. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Molina Tejeda, C. (2005) Reciclando vamos progresando. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

• Rivas Avilés, N. Salud y Felicidad en la Comunidad. Tesis Inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

• Salazar, V. (2005) Material Gráfico informativo ara el progama de recreación del adulto mayor del centro de atención medico integral de pensionados. Tesis Inédita, Univerdidad Rafael Landívar. Guatemala

• Von Quednow, A. (2005). ¿Qué es comunicación visual?. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Folletería

- SECCATID (2003) Folleto Las Drogas, Efectos, Consecuencias y Prevención. Guatemala.
- Mejía, R., Curlye, E., (2005). lámina ilustrada, Alcoholismo y Drogadicción, Guatemala: Mis Pasitos, S. A.

Entrevistas

- Fuentes, Dialma (2006) Diseño Gráfico, material de apoyo, Catedrática URL, entrevista realizada el día 21 junio
- Anleu, Judith (2005) SECCATID (secretaría Ejecutiva de la Comisión Contra las Adicciones y el Tráfico Ilícito de Drogas) 2 calle 1-00, zona 10, (502) 23310372-(502) 23311781. Entrevista realizada en Agosto

Bibliografía Web

• [en red] Disponible en:

<http://www.newsartesvisuales.com/inicio/diseño/generalidades>



16. ANEXOS

ANEXO 1 
encuesta al grupo objetivo

ENCUESTA

Somos estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar y estamos realizando un proyecto conjunto con la Secretaría Ejecutiva de la Comisión Contra las Adicciones y el Tráfico ilícito de Drogas (SECCATID), por lo que necesitamos de tu colaboración respondiendo cada una de las preguntas de la encuesta que a continuación se te presenta.

1. ¿Vives con tus padres?

Si _____ No _____

2. ¿Cómo es la casa donde vives?

3. ¿En qué zona está tu casa?

4. ¿tienes hermanos? ¿cuántos?

Si _____ No _____ No. _____

5. ¿tienes bastante relación con tu familia? (tíos, primos, abuelitos)

Si _____ No _____

6. ¿En tu familia existe algún miembro con problemas de alcohol?

Si _____ No _____

7. ¿Tienes comunicación con tus padres?

Siempre _____ A veces _____ Casi nunca _____

8. ¿qué lugares frecuentas?

9. ¿Tienes televisión en casa?

Si _____ No _____

10. ¿Qué haces en tus tiempos libres?

11. ¿Te han hablado o informado sobre la prevención o el consumo de drogas y alcohol?

Si _____ No _____



12. ¿Cuál es tu color favorito?

13. ¿con qué colores relacionas o identificas las palabras de la izquierda?

Drogas	_____
Alcohol (licores)	_____
Familia	_____
Valores	_____
Comunidad	_____
Prevención	_____
Salud	_____

14. ¿cuál te gusta más? ¿cuál entiendes más? describe qué entiendes o qué es para ti lo que ves.

15. ¿Has asistido a actividades donde te hablen del tema drogadicción y alcoholismo?

Si _____ No _____

Como estudiantes de la Universidad Rafael Landívar y colaboradores de ustedes en el proyecto, necesitamos de su colaboración respondiendo las preguntas q a continuación se le presentan. Gracias.

1. ¿Qué actividades realizan ustedes para llegar al G.O.?
2. ¿cuáles son las necesidades que encuentran en el G.O.?
3. ¿quién imparte conferencias es personal especializado o maestros capacitados?
4. ¿con qué frecuencia se lleva a cabo las actividades de prevención?
5. ¿Cada cuánto tiempo se capacita a las personas o maestros sobre el tema?
6. ¿A cuántas personas se dirigen con esta información?
7. Cuánto tiempo le dedican a las actividades?
8. ¿los receptores de la información de prevención son solamente el G. O. O los padres de familia también tienen acceso a ello?
9. ¿Cómo se distribuyen el trabajo dentro de SECCATID?
10. ¿Cuál es el comportamiento del G. O. Frente a lo que ustedes hacen?

ANEXO 2 
Proceso de Conceptualización

Proceso de Conceptualización

Educación	Familia	Apoyo	Relaciones	Orientación
Formas	naturaleza	formas	Colores	Arcoiris
Felicidad	Diversión	Luces	síntesis	Escuela
convivencia	sinceridad	Núcleo	Medios	Lectura
Compartir	Juegos	libertad	comunidad	Costumbres
hogar	materiales	maderas	comunicación	Pequeño
oportunidad	localidad	parentesco	público	Autoestima
carencia	relevante	curiosidad	primarios	actividad
Interés	influencia	creatividad	geométrico	verde
fotografías	realismo	conjunto	Centro educativo	Institución
Juegos	actitud	enseñanza	evitar	centro
asuntos	Atención	Firmeza	alcohol	razón
constancia	Sentido	Acciones	vida	gente
sencillez	reflejos	gustos	amistad	claridad
País mejor	Ser	Carácter	Juegos	deber
cantidad	Sentimiento	Firmeza	asuntos	símbolo
Personas	acciones	platicas	vida	Prohibir
manera	camino	sentimiento	sensibilidad	Carácter
Fuerza	Ritmo de vida	Calidad de vida	orientar	Primario
luminosidad	activos	traviesos	rutina	Sinceridad
explorar	atencion	cariño	simple	práctico

Familia	→	miembros	comunicación	compartir	unión
Valores	→	autoestima	amor	paciencia	responsabilidad
Educación	→	principios	familia	amigos	costumbres
Ambiente	→	amistades	escolaridad	hogar	paseos
Mundo	→	mejor	criterios	diferencias	sociedad
Sociedad	→	gente	colores	diversidad	unidad
Colores	→	mezcla	primarios	azul	verde
Amor	→	familia	amigos	maestros	país

Igualdad-desigualdad

Compartir-egoísmo

Educación-analfabetismo

Diversión-aburrimiento

Hogar-desintegración

Ebriedad-sobriedad

Conocer-desconocer

conocer-desconocido

Claridad-oscuridad

Sencillez-extravagancia

Prohibir-autorizar

Colores fríos-colores cálidos

Verde-rojo

Amarillo-azul

Relacionarse-antipatía

Luz-oscuridad

Ubicado-perdido

DESPERTAR	Amanecer
	Salida del sol
	De mañana
	Vida
	Colores claros, intensos
DIVERSIÓN	Juegos
	Televisión
	Actividades grupales
	Paseos
	Curiosear
COLORES	Fríos
	Azul
	Verde
	Arco iris
	Intensos

<i>Cosas</i>	<i>Actividades</i>
Televisión	Investigar
Comida	Jugar
Juguetes	platicar
Sol	observar

Relaciones para sacar frases

Despertar- algo nuevo-salida del sol-claridad-luz

Manera-camino-forma-opción

Educación-enseñar-dar a conocer-compartir-conocimiento-orientar

Claridad-color intenso-mañana-sin dudas

Frases de las palabras relacionada

Un colorido despertar
Claridad en tu camino
Enseñar con color
Color que ilumina tu vida
Observar la luz con fines de orientación
La luz del saber
Un camino mejor
La Información hace una vida mejor
Cambiando tu luz
Una luz en el camino
Orientación en tu vida
Cambiando el foco que ilumina tu vida
La oscuridad, el detalle q cambiará en tu vida
Aclarándote el camino

Características infantiles

Simples	Espontaneidad
Prácticos	Imaginación
Únicos	Brillantez
Inquietos	Solidarios
Juguetones	Curiosos
Investigadores	Alegría
Entretienen	Rayo de luz
Traviesos	Graciosos
Impacientes	Risueños
exploradores	Rápidos

Características de camino

Largo	Saturado
Corto	Incierto
Limpio	Desierto
Tormentoso	Sabio
Tranquilo	despejado

Relaciones con camino

Largo camino	Único camino
Camino limpio	Propio camino
Camino correcto	Su camino
Camino del desarrollo	Tu camino
Buen camino	Camino de la vida
Serio camino	Largo camino
Camino por recorrer	Camino oscuro
Camino hacia..	Camino del saber

Características de familias

- Compartir
- Valores
- Unidad
- Trabajo
- Autoestima
- Gastos
- Educación
- Amor
- Comunicación
- Tiempo
- Límites
- Reglas
- Alegría
- Compañía
- Convivencia
- Comprensión

Cuando éstas se tienen puede ser:

Cuando se carece puede ser

Clara	Oscura
Feliz	Fría
Armoniosa	Dividida
unida	Incomunicada
Duradera (larga)	No se comparte
De bien	Desorganizada

Relaciones con "camino" (vida)

Camino del bien	Camino claro
Oscuro camino	Camino feliz
Camino oscuro	Camino alegre
Frío camino	Camino unido
Camino confuso	En la unión del camino
Camino incierto	Camino largo
Camino sin comunicación	Largo camino
Camino incomunicado	Camino duradero
Camino desorganizado	Camino dividido
Camino sin rumbo	Camino de la vida

Proceso de Conceptualización

Cómo se llegó al concepto:

Primero se analizó al grupo objetivo como tal, actitudes, prioridades, gustos. De ello se extrajo una lluvia de ideas la cual ayudó a formar relaciones con las palabras más relevantes de la misma, se realizaron ejercicios de sinónimos y antónimos.

Al tener una idea más clara de lo relevante, se extrajeron las tres palabras consideradas las más representativas y más afines al G. O. Las cuales se relacionaron con palabras que las podían representar o de significado similar. Luego se hicieron dos grupos de las prioridades del G. O. A todo esto, se mezclaron las ideas principales de los ejercicios realizados y se formaron frases, de las cuales se escogió la que más se identifica con lo queremos transmitir al G. O. El concepto carecía de característica infantil, algo que se identificara realmente con el proyecto, por lo que se realizó una lluvia de ideas adicional con características infantiles, además de algo que se relacionara con "luz" y de ahí se extrajo lo que faltaba para llegar al concepto final.

Concepto Central:

Una luz brillante en el camino

El concepto está relacionado con la necesidad del G. O. La "luz" representa toda la información que se les transmitirá a los niños entre 7 y 12 años de edad, pues todo conocimiento es algo positivo en el desarrollo de las personas a través de sus vidas, y la luz da a conocer ese positivismo. Este elemento (luz) a su vez se relaciona con la diversidad de color e

intensidad que prefieren los niños, lo cual es parte esencial para transmitirles la información. La característica de "brillante" que se le da al elemento luz, representa la personalidad de los niños y a la vez la importancia de la información que se transmitirá, pues los niños son ingeniosos, brillan cada uno a su manera. El camino es la representación de la vida de los niños, pues lo que se les da a conocer acerca de la drogadicción y el alcoholismo será enriquecedor y les ayudará, será una herramienta para que tomen decisiones.



ANEXO 3
Validación Fotografías

A continuación se encuentran las preguntas para validar las fotografías que serán utilizadas en el material del SECCATID. Favor marcar la opción que considere adecuada para responder a los enunciados que se le presentan.

El material es para niños de 7 a 12 años y el tema central es Drogadicción y Alcoholismo. Mi concepto es "una luz brillante en tu camino".

1. ¿El encuadre empleado en las fotografías es funcional?

Atractivo _____ Funcional _____ Inadecuado _____

2. ¿La luz en las fotografías es?

Clara _____ Optima _____ Inadecuada _____

3. ¿Qué plano considera adecuado en las fotografías para representar el tema?

Autoestima- Primer plano
Plano medio
Plano general

Familia- Primer plano
Plano medio
Plano general

Actividades Primer plano
Plano medio
Plano general

Amistad Primer plano
Plano medio
Plano general

4. ¿Se percibe la "libertad" en las fotografías?

Libertad _____ Aburrimiento _____ Timidez _____

5. ¿Qué expresión percibe en las fotografías?

(observarlas en documento adjunto y escoger opciones siguientes según el número de cada fotografía)

1. Familia
 - a. Comunicación
 - b. Desintegración
 - c. Convivencia

2. Niña sonriendo
 - a. Niña de hogar integrado
 - b. autoestima
 - c. Timidez

3. Niño jugando
 - a. Soledad
 - b. Diversión
 - c. Felicidad

4. Niños juntos
 - a. Falta de amor
 - b. Cooperación
 - c. Amistad

6. ¿Existe unidad entre las fotografías?

Validación hecha con D.G. Rolando Barahona, catedrático de Fotografía de la Universidad Rafael Landívar.



ANEXO 4
Validación para Diseñadores Gráficos

Validación para Diseñadores Gráficos

A continuación encontrará enunciados relacionados con el material diseñado para uso del SECCATID , por favor marque una de las tres opciones que se le presentan para evaluar la propuesta preliminar,

Este material es para transmitir información de los temas familia, autoestima, actividades y amistad para la prevención de drogadicción y alcoholismo a niños entre 7 y 12 años de edad, nivel socioeconómico D, E. El concepto del material es "una luz brillante en el camino".

Tipografía:

1. El color empleado en la tipografía hace los cuadros de texto:

- a. fácil de leer b. Difícil de leer c. Confusos

2. La tipografía expresa:

- a. seriedad b. alegría c. Sencillez

Color:

3. El contraste utilizado en el color de los materiales logra:

- a. transmitir seriedad b. Confundir c. Llamar la atención

Formato:

4. Considera el formato de los materiales:

- a. Difícil de portar b. Práctico c. Inadecuado

Elementos visuales (fotografías):

5. Las fotografías del material:

- a. refuerzan el tema monótonas b. Son cofusas c. Son

6. Las fotografías expresan:

- a. alegría b. Espontaneidad c. realismo

Ejes y diagramación:

7. Los ejes empleados en la diagramación son:

- a. Serios b. Simples c. Dinámicos

8. Existe jerarquía visual entre los elementos:

- a. Bastante b. Poco c. Nada

9. Cuál es el elemento que proporciona mayor jerarquía visual al material:
(marque a la par el orden con un número de 1-3 siendo el 1 el más importante).

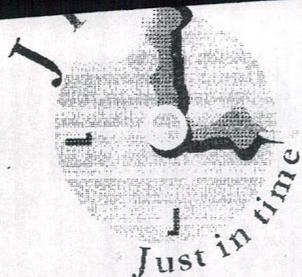
- a. Títulos b. Cuadros de texto c. fotografías

10. Le agrada la forma en que fue diseñado el material:

- a. Bastante b. Poco c. Nada

Observaciones o Comentarios:

ANEXO 5 
Cotizaciones



... su departamento de imprenta.

Inversiones JIT, S. A.

Imprenta & Litografía

28 Calle 20-63, zona 5, Guatemala, C. A.

Teléfono/Fax: 2361-8846 2385-0189 2385-1188

jitimprenta@gmail.com ventasjit@gmail.com

Guatemala, 12 de junio de 2006

Licenciada
VIOLETA GODOY
Atención:
Presente

Un cordial saludo

Deseándole un buen día, le envío nuestra cotización por el siguiente trabajo de imprenta:

Seleccione con una flecha la opción deseada:

Incluir el nombre, NIT y dirección de la empresa para la factura de cada trabajo

Afiches 11 x 17 (pulgadas) full color solo tiro (1 lado),

	COUCHE BASE 100	TEXCOTE 12
100 U.	Q. 1,994.00	Q. 2,059.00
500 U.	Q. 2,700.00	Q. 2,485.00

VOLANTES, 5 x 8 (pulgadas) full color tiro y retiro (2 lados). en papel couche 100

1,200 u.	Q. 1,612.00
----------	-------------

FORMA DE PAGO: Contra Entrega. Esta cotización tiene **VALIDEZ** de 5 días calendario.
50% Anticipo 50% Contra Entrega
Contraseña de Pago, 15 días trámite de cheque.

NOTA: Estos precios se sujetan a cambios no previstos en el valor de las materias primas.

- El cheque debe emitirse a favor de **INVERSIONES JIT, S. A.**
- Se cobrará Q 100.00 por cheque rechazado.

ENTREGA EN: 5 a 8 días hábiles después de aprobado el arte y recibido 50% anticipo.
El arte para su aprobación lo Empezamos a trabajar con la Orden de Compra.
Revise esta cotización pronto y envíe su Orden de Compra ó Realice el pedido firmando la **ACEPTACION** al final de esta cotización. **ENVIELA** al **FAX: 2385-1188**
Entregas parciales según sea el caso. Precios ya incluyen IVA

IMPORTANTE: Para agilizar el proceso de arte e imprimir su logotipo original: solicitamos nos proporcione el arte que su empresa utiliza para anunciarse en otros medios, archivo-> Freehand - PSD. La reproducción de su logotipo, aunque parezca idéntico: **NUNCA** será igual al **ORIGINAL**.

Cualquier consulta, estamos para ayudarle. Con el agrado de poder atenderle, esperamos su comunicación. Muy atentamente, su departamento de imprenta...

Evelin García
José Antonio Espinoza
Ventas



ideas Publicidad y Mercadeo

Montevideo, Uruguay

Av. 13 de Marzo 500

Tel: 2433 2552

Av. 13 de Marzo 5 de Mayo 1500 Transito II

Tel: 2433 2552 Fax: 2756 1016

COTIZACIÓN

1997

1997

1997

2003

señor de Zorlas, Wendy

19

WA

24352176

IMPORTE

CANTIDAD

DESCRIPCIÓN

UNITARIO

TOTALES

12 impresiones full color en lona vinílica
de 1*3 mts

246,00

2.952,00

OBSERVACIONES:

TOTAL:

2.952,00

F

aprobación

TELS. 24718728, 55941042, 59684706

COTIZACION
CIUDAD

ATENCION PERSONALIZADA EN SU

Empresa

Atención VIOLETA GODOY

Dirección

GUATEMALA CIUDAD

FAX

0470706

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
12	MANTAS VINILICAS IMPRESIÓN FULL COLOR TAMAÑO 3.00 x 1.00 METROS	Q 225.00	Q 2.700.00
		TOTAL	Q 2.700.00

Nazario Beato Unzar

Va. Bo. Cliente