

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

CAMPAÑA PUBLICITARIA
**EN PREVENCIÓN DEL
MALTRATO INFANTIL**

PROYECTO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:
Claudia Bethzabel Roche Espada
Carné No. 9812915
Previo a optar el título de
Licenciada en Diseño Gráfico



Guatemala, noviembre 2005



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

CAMPAÑA PUBLICITARIA
EN PREVENCIÓN DEL
MALTRATO INFANTIL

Claudia Bethzabel Roche Espada
Carné No. 9812915



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN DEL MALTRATO INFANTIL

ÍNDICE

PRESENTACIÓN

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

1.2 Planteamiento del Problema

1.3 Justificación

1.4 Objetivos de diseño

1.4.1 Objetivos generales

1.4.2 Objetivos específicos

1
2-5
6
7-8
9
9

CAPÍTULO II

2. PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

2.1 Perfil del cliente "La ODHAG"

2.2 Grupo objetivo

10-17

CAPÍTULO III

3. CONCEPTOS FUNDAMENTALES

3.1 La familia

3.2 Conceptos fundamentales del tema

21-31
31-44



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN DEL MALTRATO INFANTIL

ÍNDICE

CAPÍTULO IV

- 4.1 Concepto de diseño
- 4.2 Método y bocetaje

46-49
53-80

CAPÍTULO V

- 5.1 Comprobación de eficacia
- 5.2 Propuesta gráfica final

82-88
89-110

CONCLUSIONES

111

Lineamientos para la propuesta y
Práctica de la propuesta

112-115

Bibliografía y fuentes consultadas

116-118

Glosario

119-122

Anexos

123-124



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN
DEL MALTRATO INFANTIL

NÓMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo	Decano
Arq. Jorge Arturo González Peñate	Vocal I
Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez	Vocal II
Arq. Jorge Escobar Ortiz	Vocal III
Br. José Manuel Barrios Recinos	Vocal IV
Br. Herberth Manuel Santizo Rodas	Vocal V
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	Secretario

TERNA EXAMINADORA / ASESORES

Lic. Alberto Paguaga	Asesor metodológico
Licda. Julieta Molina	Asesora E.P.S.
Arqta. Brenda Penados	Asesora



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN DEL MALTRATO INFANTIL

DEDICATORIA

- A Dios** Por que siempre me ha conducido hacia caminos maravillosos y es la luz de mi vida.
- A mis padres** Dora Maricela de Roche y Balmoris Roche Méndez, por el amor, apoyo y paciencia que siempre me brindan. Los amo, gracias por ésta gran herencia, mis estudios. Dios los bendiga.
- A mi esposo** Ronal Barrios, por ser la fuerza que me empuja a seguir en la lucha, y por ser mi fuente de admiración. Te amo.
- A mi bebé** Por quien lucharé día a día y le daré mi vida entera. Te amo chiquito lindo.
- A mis hermanas** Suria, Grazzina y Tanya, por estar presentes siempre en mi vida.
- A mis sobrinos** Astrid Rocío, Ana Lucía, José Victor, Manuelito, Anggie, Angelito y Melanie. Con todo mi amor.
- A la familia Barrios** Con respeto. Gracias por sus buenos consejos.
- A mis abuelos** Que en paz descansen.
- A tíos y primos** Con cariño y respeto. Especialmente a mi tío José Espada, que en paz descanse.
- A mis maestros** Por brindarme sus conocimientos. Muy especialmente a Vinicio Morales con bastante cariño y respeto. Gracias por sus sabios consejos y al Teto, el Arq. Edgar López con respeto y admiración.
- A mis asesores** Lic. Alberto Paguaga, Licda. Julieta Molina, en especial a la Arqta. Brenda Penados por la gran entrega a mi proyecto.
- A mis compañeros** Por el apoyo incondicional que siempre me brindaron. Lourdes, Karina, Raúl, Víctor, Gerson, Axel, Kikachú, Claudia, André, Eddy.
- A la ODHAG** Por abrir sus puertas para realizar mi proyecto.



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN DEL MALTRATO INFANTIL

Presentación

El tema del maltrato infantil es de gran importancia en nuestra sociedad el cual, por falta de información la mayoría de personas, tanto niños como adultos pasa por alto. En muchos de los casos se cree que a las personas adultas es a quienes se debe informar más sobre un tema como éste. Realmente, quienes necesitan ser prevenidos e informados son los menores de edad (niños), porque si al analizar un poco, los adultos son los que maltratan a estos seres indefensos y aunque se les informe, muchas veces ignoran el mensaje. Por tal razón, se cree importante que la niñez es quien más necesita esta información para prevenirlos cuando esten expuestos a situaciones de maltrato. Los niños merecen ser felices y no ser maltratados.

Es por eso que la presente campaña va dirigida a la niñez como principal protagonista de tan cruel situación.



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN
DEL MALTRATO INFANTIL

Capítulo I

Introducción



Introducción

El presente informe titulado “**Campaña publicitaria en prevención del maltrato infantil**”, se ha realizado para apoyar a la ODHAG (Organización del los Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala), creando material gráfico y audiovisual con el que ellos no contarán para llegar a informar y prevenir a la niñez guatemalteca de ser maltratados, tanto física como psicológicamente por personas adultas.

Para la ODHAG es importante el tema de la educación en la niñez y por tal razón, este material les será de gran utilidad.

Durante el desarrollo de la campaña se crearon piezas como afiches, libro infantil, sticker para cuadernos, playera y un CD interactivo. Todo el material guarda una unidad en el diseño. Además, se llegó a validar la propuesta final con una muestra del grupo objetivo y de personas profesionales para ver si el material era eficaz y así lograr su reproducción.





Antecedentes

1.1 ANTECEDENTES

El maltrato infantil existe en cualquier caso en que por acción u omisión un adulto abusa de su poder, provoca a un niño/a un daño que amenaza su integridad psicológica y/o física.

El maltrato físico o psicológico afecta el desarrollo psicosocial de los niños, con graves secuelas para el resto de su vida, deja huellas y cicatrices visibles e invisibles. (OMS, 1999).

Los niños maltratados, verbal o físicamente, presentan un deterioro en su desarrollo psicomotor, un mal estado nutricional, se enferman más, son más inseguros y les cuesta adaptarse al medio social que los rodea, ya sea en el jardín, la escuela, el barrio, etc. Presentan, además, un menor desarrollo cognitivo y dificultades de aprendizaje y rendimiento escolar.

Existen diferentes tipos de maltrato, entre los cuales podemos mencionar: **maltrato físico, maltrato por abandono, maltrato por negligencia y abuso sexual.** (Boston, Duna, Stephens, 1995:185).

Existe un número elevado dentro de la población guatemalteca de niños maltratados física, emocional y psicológicamente. Según informe ODHAG (2004:44), El Juzgado Primero de la Niñez y Adolescencia reportó 272 víctimas (135 mujeres y 137 varones) de maltrato físico.





Antecedentes

Otra estadística de evidencia dice que el 59.19% del maltrato físico se infringe más sobre los/as más pequeñas/os, entre los 0 a los 9 años de edad; sin embargo, entre las víctimas de 15 a 17 años, las mujeres son las que se ven más afectadas. (Informe ODHAG, 2004:45).

Es alarmante la situación que se vive no sólo en Guatemala sino a nivel mundial sobre el maltrato hacia la niñez. Éste es un fenómeno complejo, en el que actúan diversos factores culturales, políticos, sociales, económicos, étnicos y religiosos, y que deviene inaceptable cuando la víctima es un ser físico y síquicamente imposibilitado de su autodefensa: un niño. Una de las maneras de generar protección efectiva contra el maltrato infantil es la difusión y la prevención.

La Oficina de los Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala (ODHAG) es una organización social que se dedica a promover y defender el cumplimiento de la vigencia de los derechos humanos, además, de brindar asesoría legal para prevenir el maltrato infantil, así también fortalecer y generar procesos de reflexión y acción que contribuyen a nuevas actitudes pacíficas de convivencia en la sociedad guatemalteca a través de la investigación y educación.





Antecedentes

Actualmente, la ODHAG se encuentra ejecutando el proyecto de **PROMOCIÓN Y EDUCACIÓN DE LOS DERECHOS DE LA NIÑEZ EN GUATEMALA**, el objetivo del proyecto es formar, sensibilizar, denunciar y promover el respeto a los derechos de la niñez y juventud, dirigido estratégicamente a la comunidad educativa, multiplicadores de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, e incidiendo con formación constante sobre el tema a través de publicaciones especializadas y de los medios de comunicación social. Entre sus estrategias de intervención se contempla el encaminar acciones para mejorar la protección de los niños, promoviendo el buen trato.

Previendo el maltrato infantil y el abuso sexual a través de la promoción de patrones de crianza que lleven a abolir el castigo físico como herramienta para educar a los niños y niñas; valorizando los vínculos emocionales, brindando herramientas para que los niños y niñas puedan defenderse de situaciones en las que corren riesgo de maltrato infantil o abuso sexual.

Dentro de las necesidades que han surgido durante el desarrollo del proyecto esta la falta de información y de divulgación a la población guatemalteca acerca del maltrato infantil, sus consecuencias y qué hacer en caso que se tenga conocimiento de algún caso.

Es motivante colaborar con temas que deben ser de gran importancia para la sociedad ya que muchas veces pasamos por desapercibidas estas situaciones por la misma ignorancia que existe en nuestra sociedad, lo cual conduce a destrucciones de hogares.





Antecedentes

También colaborar con los niños, que son seres humanos que muchas veces son incapaces de defenderse ante la sociedad por su corta edad, porque dependen del adulto para sobrevivir. Para ello, se aplicarán los conocimientos de diseño gráfico ya que a través de mensajes gráficos se logrará persuadir a la niñez para prevenirlos del maltrato al que están expuestos.

Al cerrar los cursos de la Licenciatura en Diseño Gráfico y Publicidad se decidió colaborar con material para ayudar a prevenir este maltrato, por lo que se buscó una institución que se dedicara a temas como éste y que les interesara recibir el material para divulgarlo. Por dichas razones se contactó con la ODHAG.





Planteamiento del Problema

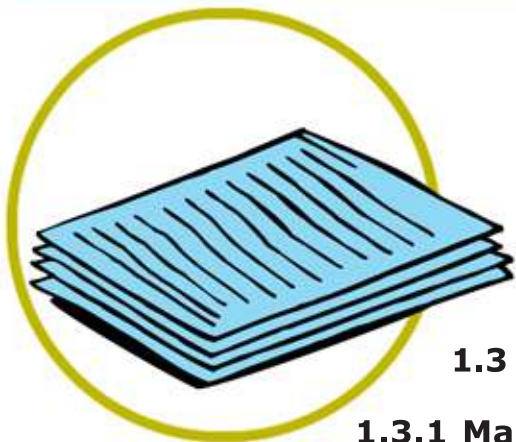
1.2 PROBLEMA

El informe sobre la situación de la niñez devela una realidad, en que la niñez y juventud se encuentra en riesgo, inclusive de perder la vida; esto ha motivado a la ODHAG a emprender actividades de intervención y prevención contra el maltrato infantil y abuso sexual.

En la escuela y la familia se practican múltiples formas de "corrección" basadas en el maltrato, por ejemplo; gritar, amenazar, avergonzar, exhibir, insultar, imponer represivamente, ridiculizar, agredir verbalmente, retirar afecto, intimidar, insultar, castigar físicamente, son tan solo algunos ejemplos. Las personas adultas se han caracterizado por reproducir estos patrones, que en esencia, siembran la semilla del maltrato.

Es por ello que queremos informar y prevenir a la niñez guatemalteca. Para lograrlo se pretende crear una campaña de prevención para enseñarles qué medidas pueden tomar y a quiénes acudir cuando se encuentren en situaciones de vulnerabilidad, por medio del proyecto de la Licenciatura de Diseño Gráfico, proyecto de investigación comunicación, realizado en la ciudad de Guatemala, durante el período de julio a noviembre del año 2005, "Campaña publicitaria en prevención al maltrato infantil".





Justificación

1.3 JUSTIFICACIÓN

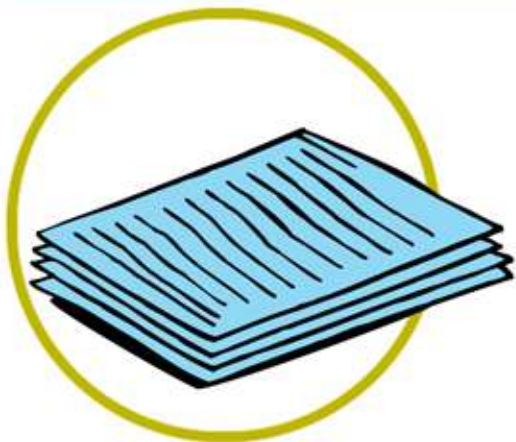
1.3.1 Magnitud: actualmente en Guatemala no existen datos exactos sobre el maltrato infantil, pero según el monitoreo hemerográfico realizado por la ODHAG se contabilizaron 394 hechos de violencia contra la niñez y adolescencia en todo el país durante el año 2004.

El 70% de los casos se dieron en la ciudad capital, contrariamente al departamento de El Progreso, que no presenta ningún índice de violencia. Esto no quiere decir que en este departamento no exista maltrato infantil, simplemente no se obtuvieron datos al respecto en la prensa escrita. (Informe ODHAG, 2004:37-37).

1.3.2 Trascendencia: es triste que en nuestro país se ve presente el abuso hacia la niñez, y no nos dignamos en respetar a seres indefensos. La necesidad e importancia de realizar una campaña de prevención contra el maltrato de los niños es ayudar a que el futuro para ellos no este destinado a caminos incorrectos (maras, prostitución, delincuencia, drogadicción, etc.) y, más aún, cuando estos niños formen sus propias familias, no repitan los mismos patrones de maltrato.

1.3.3 Vulnerabilidad: si no detenemos tan alarmante situación nuestro país crecerá solo en violencia y las consecuencias para la sociedad serán nefastas.





Justificación

Al aportar los conocimientos de diseño gráfico y publicidad, y crear, una campaña en prevención se puede disminuir este índice de maltrato en el que vive nuestra niñez, el futuro de Guatemala.

1.3.4 Factibilidad: debido a tanta mala acción, existen instituciones que luchan para que se respete el derecho de las personas, en estos casos, la niñez, tal es el caso de la Oficina de los Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala (ODHAG), que es una institución de carácter no lucrativo y que necesita de la colaboración de personas que deseen ayudar a informar su trabajo. Para lo cual, diseñadores aportan las ideas para comunicar e informar a los niños.

La ODHAG se comprometió a buscar recursos financieros para la reproducción y distribución del material publicitario.





Objetivos de Diseño

1.4 Objetivos de diseño

1.4.1 Objetivo general:

Crear una campaña publicitaria para la Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala (ODHAG), en prevención del maltrato infantil, enfocado a las propias víctimas, los niños.

1.4.2 Objetivos específicos:

Elaborar material publicitario visual y auditivo como medios informativos para ayudar y educar a la niñez de centros educativos divulgándole información para prevenirlos del maltrato infantil y abuso sexual, ya que la información recibida en estos centros es deficiente.

Elaborando este material se pretende disminuir la cantidad de niños maltratados.



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN
DEL MALTRATO INFANTIL

Capítulo II

Perfil del cliente
Grupo objetivo





Perfil del Cliente

2.1 Perfil del cliente "LA ODHAG"

La Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala (ODHAG), está ubicada en la 6ª calle 7-70 zona 1. Su Director ejecutivo actual es el Licenciado Nery Estuardo Rodenas Paredes.

Para dicho proyecto se contactó al Coordinador del área de cultura de Paz, el licenciado Carlos Alarcón Novoa y a la responsable del Informe sobre la situación de la niñez 2004, licenciada Claudia Ágreda Ajuí.

El origen de la Oficina de los Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala (ODHAG), está ligado al nacimiento de la oficina de servicio social del arzobispado de Guatemala "Virgen Milagrosa" (OSSAG), el 3 de julio de 1989.

La creación de OSSAG se hace en el marco de la opción preferencial por los pobres. Desde sus inicios funcionó con criterios pastorales y evangélicos de compromiso en el servicio a los sectores populares. Posteriormente, se percibía la necesidad de crear un área de atención legal de casos, a la que se le da el nombre de la Oficina de los Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala (ODHAG). En diciembre del año 1989, marca la pauta para la existencia de lo que hoy se conoce como ODHAG.

El 2 de enero de 1990, el área de detención legal se desliga físicamente de la OSSAG, pero siempre siendo parte orgánica de la misma.





Perfil del Cliente

El 8 de mayo del mismo año monseñor Prospero Penados del Barrio, nombra a monseñor Juan José Gerardi Conedera, quien era obispo auxiliar y vicario general de la arquidiócesis de Guatemala, como coordinador general de la OSSAG y Ronalth Ochaeta como director de la ODHAG.

La experiencia con que cuenta la institución en materia de derechos humanos data de 1989, cuando la iglesia católica, observando el acontecer nacional, establece la necesidad de brindar asesoría legal y acompañamiento a los guatemaltecos y guatemaltecas que no tenían lugar dónde solicitarla y tampoco contaban con los recursos económicos para contratar los servicios jurídicos, especialmente en casos relacionados con violación a los derechos humanos por parte del estado.

2.1.1. Misión de la ODHAG:

Acompañar, promover y defender el cumplimiento de la vigencia de los derechos humanos, entendidos de materia integral, desde la opción preferencial por los pobres, para contribuir a la vivencia y valoración de la dignidad humana y los valores del reino de Dios en una sociedad solidaria, equitativa y justa, respetuosa de su naturaleza multiétnica, multilingüe y pluricultural.





Perfil del Cliente

2.1.2. Visión de la ODHAG:

La visión de trabajo, es la de mejorar la respuesta inmediata de las necesidades, con énfasis de caridad social; con una visión futurista de desarrollo en el sentido de apoyar y promover la reconstrucción de los sistemas de vida comunitaria y el renacimiento del sentido social.

2.1.3. Valores de la ODHAG:

La ODHAG pretende intervenir dentro de la realidad nacional, en relación con los temas que forman parte integral del ser humano y que por sus características vulneran su dignidad y cultura.

La Conferencia Episcopal considera necesaria dicha intervención, así lo manifiesta en su plan global: "Es necesario que la Iglesia preste mayor atención a la formación de la conciencia, prepare dirigentes sociales para la vida pública en todos los niveles, promueva la educación étnica y de género, la observancia de la ley y los derechos humanos y emplee un mayor esfuerzo en la formación ética de la clase política". Especialmente contribuya a la construcción de una *cultura de paz firme y duradera*.





Perfil del Cliente

2.1.4. Objetivo de la ODHAG:

La ODHAG, se propone, según el plan estratégico 2005-2009, el objetivo de fortalecer y generar procesos de empoderamiento, promoción y defensa de los derechos humanos, para contribuir a la construcción de una sociedad menos excluyente.

2.1.5. Actividades de la ODHAG:

La ODHAG presta servicios a través de tres áreas de trabajo:

I. Área de defensa de la dignidad humana:

Esta área presta atención jurídica a casos paradigmáticos, emblemáticos y de impacto social, atiende y promueve denuncias y políticas de acción con relaciones a las violaciones a los derechos humanos y una correcta aplicación de justicia en el camino para establecer un estado de derecho y erradicar la impunidad en el país.





Perfil del Cliente

Es responsable de brindar atención directa, que va desde el acompañamiento, brindar asesoría jurídica, hasta la representación legal. Representa y auxilia a la iglesia católica de Guatemala como querellante adhesiva en el proceso que se sigue ante los tribunales de justicia en el país por el asesinato de monseñor Juan Gerardi, quien fuera coordinador general de la ODHAG al momento de su muerte. El área está integrada por el programa de investigación y el programa de análisis.

II. Área de reconciliación:

Está integrado por cuatro ejes de intervención directa:

Reparación psicosocial (salud mental); brinda atención a víctimas mediante enfoques terapéuticos centrados en la atención comunitaria, familiar o individual que conllevan a la comprensión social de la experiencia, teniendo en cuenta la primera necesidad de los sobrevivientes del conflicto armado interno: la dignidad.

Transformación de conflictos: se propone mejorar la respuesta individual, grupal e institucional y social para la transformación de conflictos y la reconstrucción del tejido social guatemalteco. Facilita y verifica procesos de mediación y conciliación de conflictos de diversa índole; además, asesora, orienta y observa procesos de negociación, arbitraje y aplicación de justicia entre las partes en conflicto que acuden a la ODHAG.





Perfil del Cliente

Exhumaciones: contribuye al esclarecimiento de los hechos violentos y facilita el proceso familiar y comunitario de duelo, adecuando las exhumaciones y el trato de los restos óseos, a las pautas y creencias culturales, teniendo en si mismas un carácter reparador.

III. Área de cultura de paz:

Justicia y paz no son conceptos abstractos o ideales lejanos, son valores que constituyen un patrimonio común y que están radicados en el corazón de cada ser humano. Todos estamos llamados a vivir en la justicia y a trabajar por la paz. Nadie puede eximirse de esa responsabilidad.

El área de cultura de paz se propone construir una nueva filosofía de la vida que se encamine a promover y legitimar la paz, esperando que la sociedad que surja a raíz de esta filosofía, se funde en relación a los valores de la paz.

El objetivo del área de cultura de paz es fortalecer y generar procesos de reflexión y acción que contribuya a nuevas actitudes pacíficas de convivencia en la sociedad guatemalteca a través de la investigación, educación y promoción de los derechos humanos, la memoria histórica, los derechos de la niñez y otros temas relacionados a la educación para la paz.





Perfil del Cliente

En esta área de trabajo es donde se desarrollará la campaña publicitaria en prevención al maltrato infantil.

2.1.6. Grupo objetivo de la ODHAG:

La ODHAG trabaja con la población guatemalteca en general, no excluye nivel económico, étnico ni cultural. Un punto fuerte dentro de la institución es el informar el área educacional, que incluye a todas las personas de la república de todas las edades.

La ODHAG ha trabajado y trabaja incansablemente por promover y proteger los derechos humanos de las personas que ven amenazada su vida, su libertad e integridad, en especial de todas aquellas personas afectadas durante y después del conflicto armado interno. Es así como en 1994, por iniciativa de monseñor Juan Gerardi, se inicia la labor del Proyecto Interdiocesano de Recuperación de la Memoria Histórica REMHI, con el cual la ODHAG, conjuntamente con otras diócesis de Guatemala asume un nuevo objetivo y una nueva misión: rescatar, reconstruir y devolver a la gente sus historias de violaciones a los derechos humanos durante el conflicto armado interno. Como fruto de esta labor se lleva a cabo la presentación, el 24 de abril de 1998, del informe "*Guatemala Nunca Más*", que contó con el acompañamiento de Monseñor Gerardi, quien fuera asesinado dos días después.





Perfil del Cliente

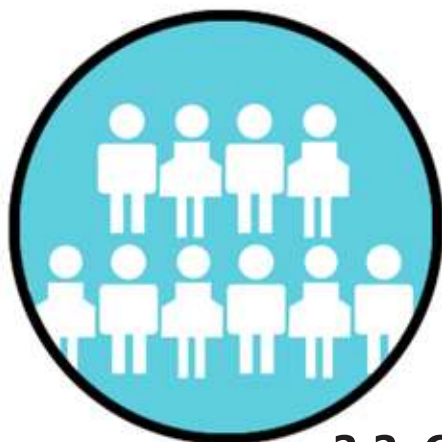
A través de los años, el trabajo de derechos humanos se ha ido expandiendo y especializando, de manera que la ODHAG en su conjunto pueda responder de mejor manera a las necesidades del pueblo guatemalteco.

2.1.7. Necesidades de comunicación visual de la ODHAG:

La ODHAG tiene la necesidad de informar a toda la población Guatemalteca sobre sus derechos y obligaciones; lo hace por medio de materiales impresos y pláticas. Esto lo obtienen de manera gratuita.

Actualmente, no cuenta con material suficiente y que sea llamativo para poder informar a los niños sobre cómo prevenir el ser maltratados, es por ello que se trabajará dicha campaña para reforzar esta área.





Grupo Objetivo

2.2 Grupo objetivo

2.2.1 Grupo objetivo general:

El maltrato infantil no excluye clase social alguna, es un tema que afecta a toda la población, tanto guatemalteca como mundial. Incluye a hombres y mujeres en general. El abuso sexual es un maltrato que afecta particularmente a mujeres.

2.2.2 Grupo objetivo específico de ODHAG:

2.2.2.1 Perfil geográfico:

Niños y niñas guatemaltecos que asistan a centros educativos e iglesias católicas del municipio de Guatemala y a iglesias en general.

2.2.2.2 Perfil demográfico:

Comprendidos entre las edades de 7 a 12 años. Según datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE 2002), el porcentaje de los niños dentro de este rango es de 42.3% (4,750,021 habitantes) del total de la población.





Grupo Objetivo

Sus ciclos de vida son:

- Familias de parejas jóvenes casados con hijos (Nido Lleno1)
- Padres casados de edad media que aún tiene hijos que dependen de ellos (Nidos Lleno 2)
- Personas jóvenes o de edad media con hijos que dependan de ellos (1 solo padre).

2.2.2.3 Perfil psicográfico:

Estos niños deben tener un nivel socio económico:

Medio-Bajo: escuelas públicas

Medio-Alto: colegios

Pertenecen al grupo étnico de población indígena, ladina y garífunas que entienden el idioma español.

En estos grupos no importa la religión, el hecho que la ODHAG sea de religión católica no dejará de informar a niños de otras religiones.

2.2.2.4 Perfil psicológico (conductas y comportamientos)

Por lo regular, tiene comportamientos y conductas de ser inquietos en muchas ocasiones, otros tímidos, con miedo, rebeldes, juguetones, etc.



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN
DEL MALTRATO INFANTIL

Capítulo III

Conceptos fundamentales





Marco Conceptual

3.1 La familia

Según Ley de Desarrollo Social (2004:8) "La organización de la familia es la unidad básica de la sociedad, la que se considera sobre la base legal del matrimonio".

3.1.1 Niño

Según Ediciones Nauta, S.A., (1978:398-400) "Nombre con el que se designa al ser humano desde su nacimiento hasta su madurez sexual (pubertad). En el transcurso de su vida, el niño pasa por una serie de fases diferentes. El niño difiere hasta el punto del adulto que ha sido necesario que algunas ramas de la ciencia se especialicen en él: psicología infantil, medicina infantil (pediatría), etc. Cada fase de la infancia se caracteriza, además, por sus propios problemas, ligados estrechamente a la evolución psíquica y física.

A diferencia de los animales, en el hombre la evolución de niño a adulto precisa de un tiempo excepcionalmente largo. Esta evolución, se realiza en las niñas más rápidamente que en los niños. Desde el nacimiento, la niña va adelantada algunas semanas con respecto al niño; pero al momento de la pubertad se adelanta al muchacho en unos dos años.

Al llegar a la pubertad el muchacho comienza a recuperar el retraso".





Marco Conceptual

3.1.1.1 Infancia

Según el libro *"El niño y su mundo"* (1982:14) este período cumple el lapso comprendido entre el nacimiento y el primer cumpleaños. Si el padre, madre o maestro tienen concepto del momento que vive el niño para educarlo deberán saber que el primer año de vida un bebé adquiere capacidad para asir los objetos con la mano.

Esto constituye una parte muy importante de su dotación de conducta. Se necesita un período para madurar las relaciones de músculos y neuronas, necesarios para una prensión efectiva. Podemos decir que éste es el período de la conducta prensora.

3.1.1.2 La niñez

Esta etapa comienza desde el segundo año de vida hasta poco antes de la pubertad. Es una etapa que debe ser profundamente conocida por los padres y maestros, ya que ambos intervienen directamente y en íntima relación de la educación del niño. Debe tenerse especialmente en cuenta que es fundamental el interés del educando en dominar su ambiente. (El niño y su mundo 1982:16)

3.1.1.3 El niño y su familia

El niño es un individuo que vive en permanente relación con la madre o la persona que lo cuida. A medida que crece la constelación de su vida se van introduciendo más y más individuos.

Cuando hay conflicto entre los padres, el niño lo advierte y ese estado lo perturba, porque le falta la unidad de afecto que le da seguridad para actuar. Los niños dependerán afectivamente de las personas que lo rodean, pero muy especialmente del padre y la madre, que son los puntales de la familia.





Marco Conceptual

El niño es muy feliz con el cariño de su madre, pero mucho más aún con la atención del padre; gozará cuando sienta la alegría de ser favorito, pero sufrirá y se revelará cuando vea una injusticia cometida contra sus hermanos. Los cambios que afectan a la familia como una totalidad, se proyectan al niño. (El niño y su mundo 1982:24)

3.1.1.4 El miedo y la timidez

El niño tiene una necesidad nata de protección por su natural debilidad. Esta necesidad puede ser contrariada violentamente por las circunstancias; esta contrariedad puede venir de una persona y entonces surge la timidez.

Estas emociones determinan en el niño un retroceso psíquico, un retraimiento peculiar, porque él iba confiado y directamente hacia las cosas, pero ha sido defraudado y entonces se vuelve; se repliega en sí mismo, no tiene miedo de las personas y de las cosas, tiene miedo de sí mismo, de su actitud. Comienza a silenciar sus apetencias, sus deseos y sus inquietudes, de esta manera evitan el ataque desde afuera.

Se convierte en un niño tímido que transita calladamente por la infancia. A veces el impacto de una madre o un padre muy severos, puede determinar esa actitud.

El miedo es una experiencia lesiva para la formación del niño y es una emoción que los seres la asimilan en su andar por la primera infancia.

En estas épocas, los miedos son respuestas a estímulos propuestos en el ambiente, según aumenta su capacidad mental y crece la imaginación; estos estados van siendo cada vez más determinados.





Marco Conceptual

Los miedos de la niñez son los influidos por personas adultas con animales, con personajes extraños, enfermedades, accidentes, muchas veces el miedo perdurable da lugar a estados de ansiedad, conflictos e inseguridad en las personas. (El niño y su mundo 1982:60).

3.1.1.5 Agresividad infantil

Se habla de agresividad cuando provocamos daño a una persona u objeto. La conducta agresiva es intencionada y el daño puede ser físico o psíquico.

En el caso de los niños, la agresividad se presenta generalmente en forma directa, ya sea en forma de acto violento físico (patadas, empujones, etc.), como verbal (insultos, palabrotas, etc.), pero también se puede encontrar agresividad indirecta o desplazada, según la cual el niño agrede contra los objetos de la persona que ha sido el origen del conflicto, o agresividad contenida según la cual el niño gesticula, grita o produce expresiones faciales de frustración.

Independientemente del tipo de conducta agresiva que manifieste un niño, el denominador común es un estímulo que resulta nocivo o aversivo frente al cual la víctima se quejará, escapará, evitará o bien se defenderá.

Los arrebatos de agresividad son un rasgo normal en la infancia pero algunos niños persisten en su conducta agresiva y en su incapacidad para dominar su mal genio. Este tipo de niños hace que sus padres y maestros sufran siendo frecuentemente niños frustrados que viven el rechazo de sus compañeros no pudiendo evitar su conducta.





Marco Conceptual

3.1.1.6 Algunas teorías explican las causas del comportamiento agresivo

Las teorías del comportamiento agresivo se engloban en: activas y reactivas.

Las activas son aquéllas que ponen el origen de la agresión en los impulsos internos, lo cual vendría a significar que la agresividad es innata, que se nace o no con ella. Defensores de esta teoría: psicoanalíticos y etológicos.

Las reactivas ponen el origen de la agresión en el medio ambiente que rodea al individuo. Dentro de éstas se puede hablar de las teorías del impulso que dicen que la frustración facilita la agresión, pero no es una condición necesaria para ella, y la teoría del aprendizaje social que afirma que las conductas agresivas pueden aprenderse por imitación u observación de la conducta de modelos agresivos.

3.1.1.7 Psicología infantil

Estudio del comportamiento de los niños desde el nacimiento hasta la adolescencia, que incluye sus características físicas, cognitivas, motoras, lingüísticas, perceptivas, sociales y emocionales.

Los psicólogos infantiles intentan explicar las semejanzas y las diferencias entre los niños, así como su comportamiento y desarrollo, tanto normal como anormal. También desarrollan métodos para tratar problemas sociales, emocionales y de aprendizaje, aplicando terapias en consultas privadas y en escuelas, hospitales y otras instituciones.





Marco Conceptual

Las dos cuestiones críticas para los psicólogos infantiles son: primero, determinar cómo las variables ambientales (el comportamiento de los padres, por ejemplo) y las características biológicas (como las predisposiciones genéticas) interactúan e influyen en el comportamiento; y segundo, entender cómo los distintos cambios en el comportamiento se interrelacionan.

3.1.2 Maltrato infantil

Uso intencionado de la fuerza física u omisión de cuidado por parte de los padres o tutores que tienen como consecuencia heridas, mutilación o incluso la muerte del niño. (Encarta 2005)

Según datos del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social IGSS (2003), por maltrato infantil se considera "todas aquellas lesiones físicas o psicológicas no accidentales, ocasionadas por los responsables del desarrollo del niño (a), y que son consecuencia de acciones físicas, emocionales o sexuales de comisión, omisión que amenaza el desarrollo físico, psicológico y emocional, considerado normal para el niño (a)".

El maltrato infantil se clasifica en:

3.1.2.1 Maltrato físico

Se inflinge de manera activa, implica el uso de la fuerza física para causar dolor o malestar en los niños, niñas y adolescentes, por ejemplo golpear con un palo de escoba, mano, cincho, cordones electrónicos, el pie, etc.; zarandeo, halar su cabello, pellizcos, etc., este tipo de actos son de los menos graves. (Informe ODHAG 2004:44)





Marco Conceptual

3.1.2.2 Maltrato por negligencia Es de tipo pasivo, consiste en el descuido, por parte de las y los progenitores, de las necesidades de vida de los hijos e hijas, aun existiendo la posibilidad de satisfacerlas. (Informe ODHAG 2004:47).

3.1.2.3 Maltrato por abandono Se manifiesta en la renuncia por parte de uno o ambos progenitores de sus responsabilidades parentales respecto a los menores de edad bajo su cargo. (Informe ODHAG 2004:48).

3.1.2.4 Abuso sexual infante juvenil

Es cualquier contacto sexual entre un o una menor de edad y una persona adulta o un/una adolescente, cuyo fin sea la satisfacción de estos últimos. Según la OPS: "La mayor parte de las agresiones sexuales tiene como víctimas a mujeres y niñas, y son perpetradas por hombres y niños". (Informe ODHAG 2004:51).

3.1.2.5 Abuso

Uso de una cosa o ejercicio de un derecho en forma contraria a su naturaleza y con una finalidad distinta de la que sea lícito perseguir.

3.1.2.6 Negligencia

Acción irrazonable o imprudente producto del descuido, ignorancia, desconsideración o inacción, pero nunca de la intención de una persona. Antes de que un tribunal adjudique indemnización a la parte lesionada por la negligencia de un tercero, se tienen que cumplir con cuatro elementos que deben estar presentes al mismo tiempo: 1) debe haber una obligación de una de las partes de proteger a la otra parte o sus bienes; 2) no se debe haber podido cumplir con esa obligación; 3) la persona debe haber sufrido una lesión real; 4) No haber tenido el cuidado apropiado debe haber sido la causa aproximada de la lesión o daño.





Marco Conceptual

3.1.3 Las causas del maltrato infantil

Los estudiosos del tema del maltrato infantil han tratado de explicar su aparición y mantenimiento utilizando diversos modelos, así tenemos: el modelo sociológico, que considera que el abandono físico es consecuencia de situaciones de carencia económica o de situaciones de aislamiento social (Wolock y Horowitz, 1984); el modelo cognitivo, que lo entiende como una situación de desprotección que se produce como consecuencia de distorsiones cognitivas, expectativas y percepciones inadecuadas de los progenitores/cuidadores en relación a los menores a su cargo (Larrance, 1983); el modelo psiquiátrico, que considera que el maltrato infantil es consecuencia de la existencia de psicopatología en los padres (Polansky, 1985); el modelo del procesamiento de la información, que plantea la existencia de un estilo peculiar de procesamiento en las familias con menores en situación de abandono físico o negligencia infantil (Crittender, 1993); y por último el modelo de afrontamiento del estrés, que hace referencia a la forma de evaluar y percibir las situaciones y/o sucesos estresantes por parte de estas familias. (Hilson y Kuiper: 1994 pág.).

En la actualidad el modelo etiopatogénico que mejor explica el maltrato infantil, es el modelo integral del maltrato infantil. Este modelo considera la existencia de diferentes factores que están encajados unos dentro de otros interactuando en una dimensión temporal. También existen en este modelo factores compensatorios que actuarían según un modelo de afrontamiento, impidiendo que los factores estresores que se producen en las familias desencadenen una respuesta agresiva hacia sus miembros. La progresiva disminución de los factores compensatorios podría explicar la espiral de violencia intrafamiliar que se produce en el fenómeno del maltrato infantil. Entre los factores compensatorios se señalan: armonía marital, planificación familiar, satisfacción personal, escasos sucesos vitales estresantes, intervenciones terapéuticas familiares, apego materno/paterno al hijo, apoyo social, buena condición financiera, acceso a programas sanitarios adecuados, etc. Entre los factores estresores se cuentan: historia familiar de abuso, desarmonía familiar, baja autoestima, trastornos físicos y psíquicos en los padres, fármaco dependencia, hijos no deseados, padre no biológico, madre no protectora, ausencia de control prenatal, desempleo, bajo nivel social y económico, promiscuidad, etc.





Marco Conceptual

3.1.4 Consecuencias del maltrato infantil

Independientemente de las secuelas físicas que desencadena directamente la agresión producida por el abuso físico o sexual, todos los tipos de maltrato infantil dan lugar a trastornos conductuales, emocionales y sociales. La importancia, severidad y cronicidad de estas secuelas depende de:

- Intensidad y frecuencia del maltrato.
- Características del niño (edad, sexo, susceptibilidad, temperamento, habilidades sociales, etc.).
- El uso o no de la violencia física.
- Relación del niño con el agresor.
- Apoyo intrafamiliar a la víctima infantil.
- Acceso y competencia de los servicios de ayuda médica, psicológica y social.

En los primeros momentos del desarrollo evolutivo se observan repercusiones negativas en las capacidades relacionales de apego y en la autoestima del niño. Así como pesadillas y problemas del sueño, cambios de hábitos de comida, pérdidas del control de esfínteres, deficiencias psicomotoras, trastornos psicosomáticos.

En escolares y adolescentes encontramos: fugas del hogar, conductas autolesivas, hiperactividad o aislamiento, bajo rendimiento académico, deficiencias intelectuales, fracaso escolar, trastorno disociativo de identidad, delincuencia juvenil, consumo de drogas y alcohol, miedo generalizado, depresión, rechazo al propio cuerpo, culpa y vergüenza, agresividad, problemas de relación interpersonal.

Diversos estudios señalan que el maltrato continúa de una generación a la siguiente. De forma que un niño maltratado tiene alto riesgo de ser perpetuador de maltrato en la etapa adulta.





Marco Conceptual

3.1.5 Prevención

La prevención se concibe en la actualidad como un abordaje que incluye todas las disciplinas y los diferentes sectores de la sociedad. El fin está claro, debe haber una articulación del interdisciplinario.

Ahora el enfoque más que dirigido a factores de se enfatiza en el fortalecimiento de factores de en un de vida.

La prevención no es la tarea de profesionales que respondan a un determinado perfil, sino que involucra a un interdisciplinario de profesionales y agentes comunitarios.

La prevención debe verse como un hecho humano, es decir fundamentar sus en la y la sociedad, más que en las sustancias, debe ir a la raíz del problema, también implica revisar el rol de los socializadores de la familia, la escuela y la comunidad donde se ha producido un vacío. Este es un proceso educativo que pone su acento en la instrumentación para la vida.

3.1.6 Educación y enseñanza

Algunos autores distinguen entre los términos de educación y el de enseñanza, ya que sostienen que enseñar se enfoca en facilitar la adquisición de conocimientos y el desarrollo de habilidades mentales o físicas que son necesarias para incorporarse a la sociedad; por el contrario, educar se entiende como un proceso formativo que genera y desarrolla en el individuo actitudes y valores para la convivencia en su mundo familiar y social.

Enfoques críticos afirman que no existe acto de enseñanza donde no exista transmisión de actitudes y valores. Por lo que distingue el educar del enseñar, es la intención del docente.

La educación abarca el desarrollo de especificar para aprender, es decir se "enseña a aprender" a los estudiantes. Algunas de estas habilidades son: nombrar, identificar, diferenciar, caracterizar, comparar, sintetizar, deducir, analizar, juzgar, criticar y evaluar.





Marco Conceptual

Un asunto que se ha discutido, últimamente, son los conceptos de información, conocimiento y sabiduría. Uno de los objetivos principales de la educación es la culturización de la nueva generación a otra.

La educación empieza en el momento que nace un y dura para toda la vida. La educación podría incluso empezar antes del nacimiento, así, algunos padres y madres exponen al feto a música o le leen historias con la esperanza de que les influya aun antes de nacer. A medida que el niño crece las cosas tangibles e intangibles lo van a ir formando según las necesidades inmediatas. De este modo, la teoría de los ciclos se concreta de acuerdo a los cambios asimilados por el individuo.

3.2 Conceptos fundamentales de diseño

3.2.1 Diseño

En un sentido amplio, el término "diseño" significa lo mismo que "planificación": la previsión mental de una combinación de medios para alcanzar un fin o un conjunto de fines. Es un proceso lógico que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco racional económico y cultural determinado; y que mediante metodología tiende a la optimización de las soluciones de acuerdo con la disponibilidad de recursos, lo que nos conduce a la modificación de la realidad.

Muchos piensan en el diseño como un tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas. Ciertamente, el solo embellecimiento es una parte del diseño, es mucho más que eso. (Wong, 1997: 143).

"Una finalidad – un problema controlado – una actividad resuelta." (Archer, 1965).





Marco Conceptual

3.2.2 Diseño gráfico

El diseño gráfico es la actividad que tiene como finalidad crear obras cuyo destino es la impresión.

El diseño gráfico comprende principalmente:

- *Caligrafía y tipografía (comunicación lingüística)
- *Ilustración y fotografía (comunicación icónica)

El producto final es en su gran mayoría, bidimensional. Quien recibe la información es el receptor y en ello se verá el registro perspectivo y la conducta reactiva.

El diseño gráfico es un conjunto de procedimientos que permiten reproducir sobre superficie, copias de escritos, dibujos e imágenes. Éstos son realizados por un artista obedeciendo a su inspiración. (Zuleta, pág.71).

3.2.3 Diseño y composición

En ocasiones cuando se enfrenta a un trabajo de diseño, puede resultar útil aplicar algunas normas a la organización de los diversos elementos. Aunque esto no garantiza una disposición perfecta, proporciona un marco dentro del cual puede operarse.

Pueden aplicarse al diseño dos definiciones principales que suelen aplicarse a la composición artística. Ante todo, la composición es la disposición de elementos diversos para expresar decorativamente una sensación. En segundo lugar, la composición es una disposición de los elementos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio, un peso y una colocación perfecta de esos elementos. Otros aspectos de la composición que deben tomarse en consideración son equilibrios de color dentro del área del diseño y la profundidad que puede introducirse para dar al diseño en su conjunto una tercera dimensión.





Marco Conceptual

3.2.4 Diagramación

Diagramar es distribuir adecuadamente los elementos de diseño dentro de un espacio o formato determinado. Al diagramar se debe tomar en cuenta que cada uno de estos elementos debe de tener indicaciones específicas para la edición de textos.

Los elementos que regularmente se ubican dentro de un formato, son titulares, bloques de texto, capitulares, fotografías e ilustraciones, pie de foto o ilustración, logotipos y marcos, viñetas o elementos decorativos. (Eva Paz s.f.:72)

3.2.4.1 Titular

Es un elemento muy importante, que se ubica en un lugar estratégico dentro del formato de diseño porque contiene el mensaje principal que debe atraer a determinado grupo objetivo. Los tipos de titular son mayores que los del texto y van desde 14 a 72 puntos. (Eva Paz s.f.:73)

3.2.4.2 Texto

En un diseño, el texto lo constituye el mensaje escrito que se desea transmitir al lector. Generalmente se trabaja en columnas. El tamaño del tipo de un texto va desde 5 a 14 puntos. (Eva Paz s.f.:75)

3.2.4.3 Capitular

Un capitular es la letra inicial de una columna de texto. Su tamaño es mayor al de los tipos del texto, van desde 14 a 72 puntos. En ocasiones son de un tipo de letra diferente al del texto, esto dependerá de la aplicación y creatividad del diseño. (Eva Paz s.f.:77)





Marco Conceptual

3.2.4.4 Fotografías, ilustraciones o gráficas

Son elementos con imágenes dentro de un diseño. Éstos pueden ir dentro de un recuadro en diferentes tamaños o dimensiones o puede presentarse las imágenes únicamente con un contorno irregular. (Eva Paz s.f.:78)

3.2.4.5 Pie de foto o ilustración

Es el texto que describe una fotografía o ilustración. Generalmente se coloca debajo de estos. (Eva Paz s.f.:792)

3.2.4.6 Logotipo

El logotipo una marca o elementos que identifica a una empresa dentro de un diseño y generalmente el espacio que ocupa es pequeño. (Eva Paz s.f.:80)

3.2.4.7 Marcos, viñetas, tramas y elementos decorativos

Estos elementos pueden ir o no dentro de un diseño en una gran cantidad de variedades. (Eva Paz s.f.:81)

3.2.5 Imagen

Deriva del latín *imago*, y significa imitación o semejanza con la realidad. Una empresa es, para quien la percibe la imagen que de esa empresa tiene aquella persona. Es lo que percibo, lo que aparece. La imagen corporativa es la que un determinado público percibe de una corporación a través de la acumulación de todos los mensajes que haya recibido.

3.2.5.1 Dibujo

Técnica gráfica basada en el uso de la línea. Se realiza normalmente sobre papel, cartón, etc. Puede emplear el color o prescindir de él.

La palabra *dibujo* puede tener varios significados:





Marco Conceptual

- Arte que enseña a dibujar.
 - Proporción que debe tener en sus partes y medidas la figura del objeto que se dibuja o pinta.
 - Delineación, figura o imagen ejecutada en claro y oscuro, y que obtiene el nombre del material con el que se realiza. Dibujo de carboncillo, de lápiz.
 - En los encajes, bordados, tejidos, etcétera, figura y disposición de las labores que los adornan.
 - Conjunto de surcos que hay en las bandas de rodadura de un neumático.
- También:
- Un dibujo **a mano alzada** es el que se realiza sin apoyar la mano.
 - Un dibujo **lineal** es una delineación con segmentos de líneas geométricas y por lo general ayudado de reglas, la escuadras, cartabones, etcétera.
 - Los son los que se fotografían en una película sucesivamente, y que al ir recogiendo los sucesivos cambios de posición imitan o sugieren el movimiento natural de los seres vivos.

La expresión coloquial **no meterse en dibujos** se refiere a abstenerse de hacer o decir impertinentemente más de lo que corresponde.

Un modo de dibujo a mano alzada es el realizado sobre la marcha, sin correcciones posteriores, por viajeros, exploradores, científicos. A este tipo de dibujos se les conoce como Cuadernos de campo. Como ejemplo se pueden citar al sueco Sven Hedin, al alemán Wilhelm Filchner y al español Julio Caro Baroja.





Marco Conceptual

3.2.5.2 Cómics

Narración contada por medio de una serie de dibujos dispuestos en líneas horizontales y que se leen de izquierda a derecha. Estas imágenes habitualmente están separadas unas de otras y quedan contenidas dentro de los límites de unos cuadros rectangulares (viñetas), aunque estas viñetas no se utilicen siempre.

Cuando se asocian palabras con las imágenes, aparecen dentro de la viñeta, con frecuencia en cuadros explicativos o "leyendas", o dentro de "globos" o "bocadillos" que salen de la boca del que habla para representar una conversación; o de la cabeza, en nubes, para representar el pensamiento.

El texto puede aparecer completamente separado de la imagen, e incluso puede no haber texto en absoluto. Las palabras pueden estar escritas a mano o de modo mecánico.

Los artistas han desarrollado un vocabulario visual para representar los efectos sonoros; y utilizan símbolos y otros recursos gráficos con objeto de expresar una amplia variedad de elementos narrativos. Estas narraciones aparecen en forma impresa, en publicaciones periódicas específicas, también conocidas en Estados Unidos como cómics, aunque en España se ha popularizado la palabra tebeo, derivada del título de una revista infantil llamada T.B.O., y en algunos otros países de habla española se conocen como historietas. También aparecen en revistas de información general, en diarios, muchas veces en secciones especiales, y en libros. (Encarta 2005).





Marco Conceptual

3.2.5.2.1 Los Orígenes del Cómic

Algunos críticos mantienen que las vidrieras, el tapiz de Bayeux, e incluso las primitivas pinturas rupestres, los jeroglíficos egipcios, los dibujos de las civilizaciones precolombinas, como el lienzo mexicano de Tlaxcala, y también la columna de Trajano, en Roma, se cuentan entre los antecesores del comic, pero su historia se relaciona más correctamente con la de la imprenta y la caricatura. Primitivos ejemplos incluyen los grabados en madera alemanes de fines del siglo XV sobre temas religiosos, políticos y morales.

Las ilustraciones se hicieron especialmente complicadas con las técnicas de grabado e impresión de letras en toda Europa. En Inglaterra, hacia 1862, Francis Barlow utilizó bocadillos parecidos a banderas o rúbricas en sus hojas de propaganda de El espantoso asunto infernal de los papistas. Más tarde, en 1732, los vicios y los disparates sociales de la época fueron satirizados en Vida de una cortesana, de William Hogarth, la primera de sus ilustraciones morales sobre asuntos modernos, presentados en colecciones de grabados para ser leídos en secuencia como un relato. Su éxito fue una prueba del apetito del público inglés por las narraciones satíricas.

La intención moral y el detallado dibujo lineal de Hogarth, sin embargo, en Inglaterra pronto quedaron eclipsados por la moda de las caricaturas sociales y políticas, cuyos rasgos exagerados, líneas simplificadas y humor sobre cuestiones de actualidad se convirtieron en parte integrante del comic moderno. Otros importantes desarrollos de este periodo fueron el perfeccionamiento de los bocadillos con lenguaje hablado, en especial en los dibujos de James Gillray, y la creación en 1809, por parte de Thomas Rowlandson de la serie de aventuras de un personaje dibujado, El viaje del doctor Syntax, cuyo atractivo popularizó los sombreros, pelucas y casacas de Syntax. (Encarta 2005)





Marco Conceptual

3.2.5.2.2 El cómic de hoy

El cómic ha adquirido un estatuto de producto cultural a partir de la década de 1960. Artistas como el italiano Guido Crepax, el francés Philippe Druillet, el japonés Shinji Nagashima, el filipino Alex Niño, el estadounidense Art Spiegelman, el mexicano Alejandro Jodorovski, o el español Enric Sió, entre otros muchos, desarrollaron historias para adultos de indudable calidad gráfica y literaria. Sus personajes han pasado a formar parte del acervo cultural y resultan tan conocidos como sus contrapartidas literarias o cinematográficas.

Por su parte continúan publicándose infinidad de revistas y se editan novelas gráficas que, en ocasiones, superan en calidad, a los textos literarios en que se basan. (Encarta 2005).

3.2.5.3 Historieta

Se llama **historieta** a una serie de dibujos que constituye un relato, con texto o sin él, así como al libro o revista que la contiene. La definición de mayor popularidad entre los especialistas es la de Scott McCloud: "ilustraciones yuxtapuestas y otras imágenes en secuencia deliberada con el propósito de transmitir información y/o obtener una respuesta estética del lector".

3.2.6 Color

Impresión que se hace en la retina del ojo la luz reflejada por los cuerpos. (Larousse Ilustrado 1993:427)

3.2.7 Mensaje

Según Daniel Prieto, "el mensaje es el elemento objetivo del proceso, lo que el emisor estructura y llega a los sentidos del perceptor, el cual solo se produce si responde a un determinado código". (Semiología y comunicación, 1995:07)





Marco Conceptual

3.2.8 Familia tipográfica

Una familia tipográfica es un sistema de signos y otros símbolos que responden a un programa de diseño definido previamente. Una familia completa comprende el diseño de 27 letras en mayúscula y minúscula, versalitas, 10 números, símbolos especiales, signos de puntuación y matemáticos, ligaduras. Todos estos signos llegan a sumar, a veces, hasta 150.

Las variables de tono también son consideradas parte de una familia. El valor del engrosamiento determina el tono de un estilo:

Ligera o Light

Romana, Book (tono para libros) o regular

Negrita o Bold

Seminegra o Heavy

Negra o Black

Ultra negra o Ultra Black

Las proporciones constituyen otro tipo de variable. Estas proporciones se refieren al eje horizontal de un tipo.

Normal, condensada, ultra condensada, expandida y ultra expandida.





Marco Conceptual

Las variables de inclinación se refieren al desplazamiento horizontal del eje de un tipo.

Tanto las itálicas como las bastardillas coinciden generalmente en esta inclinación: aproximadamente 12 grados.

Las bastardillas son una variable de las regulares pero desplazadas en su eje los ya dichos 12 grados, mientras que las itálicas son una variable diseñada aparte, también desplazadas 12 grados pero derivadas de la escritura chancelleresca.

Todas estas variables no son condicionantes de una familia, que puede contener solamente a las principales (Romana, Negrita, itálica o bastardilla) y constituir la base del sistema.

3.2.8.1 Legibilidad

Es un término empleado en el diseño tipográfico para definir una cualidad deseable de una familia tipográfica. Algo legible es la facilidad o complejidad de la lectura de una letra. Para esto debemos considerar como condicionantes de legibilidad a muchos elementos: el interletrado o espacio entre letras, el interpalabrado o espacio entre palabras y el interlineado o espacio entre líneas de texto, etc.





Marco Conceptual

Los signos constitutivos de una familia tipográfica deben mostrar una serie de características formales comunes en función de mantener la semejanza necesaria para facilitar la fluidez de la lectura. Estas semejanzas deben estar compensadas por la pregnancia de cada signo y por su capacidad de ser reconocibles en el contexto tipográfico.

El error de ciertos "formalismos" en el diseño tipográfico reside en la pérdida de diferenciación entre los signos con la consecuente pérdida de legibilidad, producida por una idea estética de unidad que afecta la eficiencia funcional de la escritura.

La presencia de serifs, la constancia de grosores de trazo, la ausencia de aquéllos o la variabilidad de éstos son caracteres ineludibles de semejanza que deben respetarse en la composición de una palabra. Con respecto a las familias de trazo variable debe recordarse que los trazos hechos con movimientos ascendentes deben ser finos mientras que los descendentes deben ser gruesos. Para esto debemos tener en cuenta que el dibujo de una letra se comienza por la izquierda. Los trazos horizontales siempre serán finos.

En las familias de tipo uniforme existe, de todas maneras, una variabilidad sutil fundamentalmente entre verticales y horizontales si tienen el mismo espesor.





Marco Conceptual

3.2.9 Computadora

La palabra en inglés "computer" es usada para mencionar una persona que computa. Una computadora [computer] es cualquier dispositivo usado para procesar información de acuerdo a procedimiento bien definido.

La palabra "computer" fue originalmente usada para describir a personas que emplearon a hacer cálculos aritméticos, con o sin ayudas mecánicas pero fue transferido a las máquinas. Originalmente, el procesamiento de información fue casi exclusivamente relacionado a los problemas aritméticos, pero computadoras modernas son usadas para muchas tareas sin relación a las matemáticas.

3.2.9.1 Disco compacto

Disco capaz de almacenar texto, sonido e imágenes. Es uno de los principales soportes de la revolución multimedia. Existen dispositivos de grabación de Disco compacto, aunque su precio queda fuera del rango en el que se mueven los usuarios domésticos.

3.2.9.2 Disco compacto

Normalmente se refiere a Compact Disc. Otras abreviaturas relacionadas son: CD-ROM, CD-R y CD-RW. Un Disco compacto para ordenador será capaz de almacenar cerca de 650 Mb de información (equivalente a 74 minutos de audio). También existe un estándar de 700 Mb (80 minutos de audio), y poco a poco van apareciendo otros de mayor capacidad, pero que todavía no son reconocidos por casi ningún lector/grabador.





Marco Conceptual

3.2.9.3 Interactividad

Este mundo es mucho más interactivo que el de épocas pasadas: quizá, ésta es su mayor diferencia, o una de sus grandes fortalezas, pero es un universo que no está exento de riesgos.

La interactividad no es nada nuevo, ni tampoco una invención del siglo XX. En la primera forma de correo conocida, las cartas o postas romanas, ya estaba implícita, sólo que el estímulo y la respuesta tardaba meses en llegar.

En el siglo XIX con la invención del telégrafo por Morse y el teléfono por Bell se introduce por primera vez la tecnología en la interactividad. Con el teléfono se logra la comunicación en tiempo real, y el humano empieza a ser activado y a interactuar en sus funciones ideáticas y emocionales no sólo por el mensaje escrito pues se le adiciona la posibilidad del mensaje sonoro y verbal.

Lo que sí es una invención del siglo que está por fenecer es la interactividad a través de la imagenología, la multiinteractividad y la reducción vertiginosa de los tiempos comunicacionales. La tecnología permite que grandes redes satelitales, diminutos sistemas como el microchip y el fácil y masivo acceso a los ordenadores configuren una sociedad llamada a veces globalizada, otras veces supramoderna e inclusive aceleradora del tiempo.

Es así como el abordaje al siglo XXI va ser a través de la Internet, la televisión interactiva, los consultores virtuales, las empresas y hogares inteligentes, los teléfonos plurifuncionales y todo un mar donde navegarán a través de sistemas, circuitos y redes las ideas y emociones de los mismos seres que han creado todo esto.





Marco Conceptual

3.2.9.4 Botones

Son anuncios gráficos colocados a los lados del contenido de las páginas.

3.2.10 Publicidad

Es una actividad de comunicación cuyo objetivo fundamental es persuadir, convencer o seducir al público hacia un determinado bien de consumo, servicio, individuo o idea. Los ofrecen a los anunciantes un espacio de publicidad a cambio de una determinada suma de , o en ocasiones, un canje o trueque.

Las agencias de publicidad, centrales de medios, productoras, estudios de diseño, etc. Se ocupan profesionalmente de la ejecución de campañas de publicidad, por lo general mediante un pauta.

3.2.10.1 Publicity

Practica de crear y difundir información acerca de la compañía, sus productos, servicios o sus actividades corporativas para asegurar noticias favorables en los medios de comunicación de manera gratuita.

3.2.10.2 Afiche

Es una publicación que generalmente se utiliza para promocionar un producto o un evento, su dimensión varía de acuerdo a su utilización.



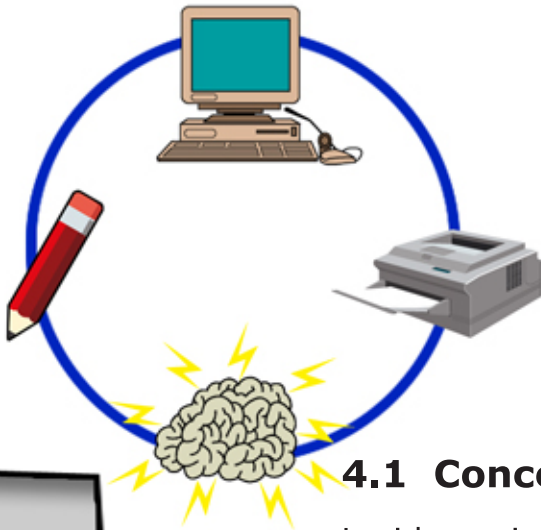
CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN
DEL MALTRATO INFANTIL

Capítulo IV

Concepto de diseño
Proceso de bocetaje



Concepto de Diseño y Bocetaje



4.1 Concepto creativo

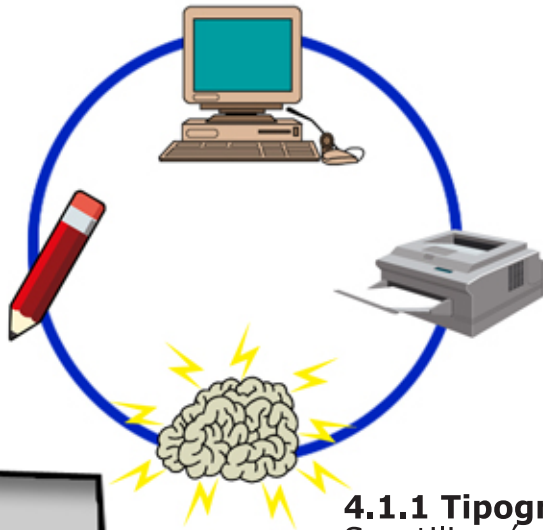
La idea principal del concepto es **Felicidad**. La felicidad es cuando las personas se sienten seguras, estables y, además, que tienen esperanzas en la vida. Esto no quiere decir que al estar feliz las personas sean libres de problemas o dificultades. Se puede estar feliz internamente, pero externamente se puede tener grandes problemas.

La felicidad no está únicamente en uno mismo, también está en darse a los demás: la generosidad en la amistad, la ayuda al desvalido, el apoyo en los momentos difíciles. El volcarse hacia los demás es una de las fuentes más preciosas para una genuina felicidad.

Es importante que en el diseño se exprese este sentimiento, ya que cuando un niño es maltratado lógicamente no tiene felicidad. Se pretende crear una mejor comunicación con los niños.

Para determinar esto, se basó en los siguientes códigos:





Concepto de Diseño y Bocetaje

4.1.1 Tipográficos:

Se utilizarán tipografías de las familias Contemporáneas, esto porque son tipografías que no llevan remates y para la lectura de los niños será mucho más clara. Es una letra bastante legible.

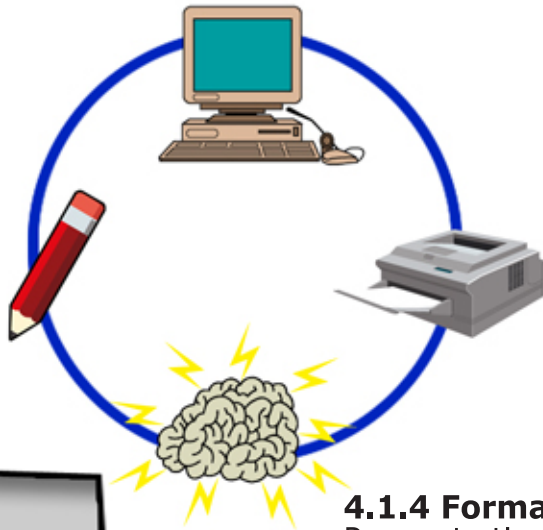
4.1.2 Cromáticos:

Los colores a emplear son vivos y cálidos, éstos por ser más infantiles y armoniosos y expresarán entusiasmo, alegría, dinamismo. Entre estos colores están los amarillos, verdes y naranjas, acompañados de colores que contrasten con ellos como morados, celestes, etc. De esta manera, se logrará obtener un material bastante llamativo para los niños quienes son el grupo meta.

4.1.3 Icónicos:

Se utilizarán ilustraciones de caricaturas, ya que el material es enfocado a niños y la mejor manera de llamar su atención será a través de dibujos. Se utilizará una imagen de personajes para que los niños se identifiquen inmediatamente con él. Un personaje será un ángel muy moderno, porque expresa ser amistoso, un guardián y un amigo. También se utilizarán un niño y una niña, para que en la imaginación de los niños creen que estos niños podrían ser ellos mismos. Por último, la imagen de un fantasma para expresar que es el personaje malo de la historia (el maltrato infantil).





Concepto de Diseño y Bocetaje

4.1.4 Formatos/diagramación:

Para este tipo de material, la diagramación será asimétrica, bastante dinámica.

4.1.5 Lingüísticos:

Frases para material:

“Vivamos nuestra niñez”

“Sólo soy un niño”

“Tú mereces ser feliz”

“No estás solo”

4.1.6 Piezas de diseño

4.1.6.1 Personajes:

Se crearon cuatro personajes: un ángel, un niño, una niña y un fantasma.

4.1.6.2 Historieta: (libro infantil)

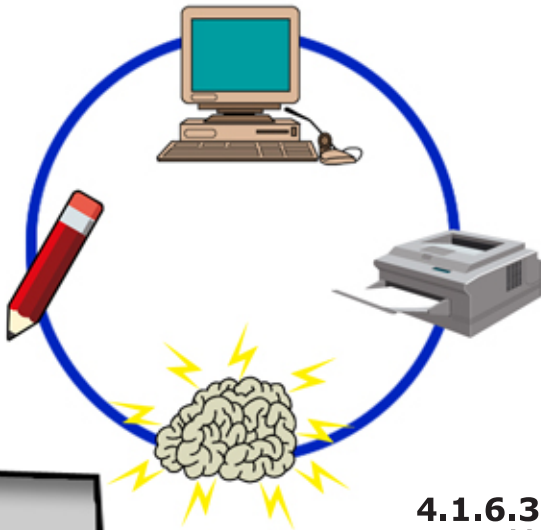
Medidas 7.5 cm. X 7.5 cm.

Color: full color

Material: en glossy

Medio: impreso





Concepto de Diseño y Bocetaje

4.1.6.3 Afiches:

Medidas 18" X 24"
Color: full color
Material: texcote 80
Medio: impreso

4.1.6.4 Sticker para cuadernos:

Medidas 4" X 3.5"
Color: full color
Material: calcomanía
Medio: impreso

4.1.6.5 Playera: (para uso en educación física)

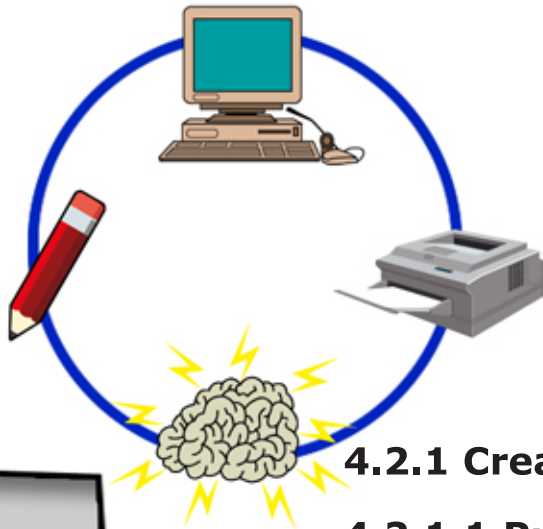
Color: full color
Material: tela
Medio: impreso

4.1.7 Medios Audiovisuales:

CD Interactivo
Duración: cinco minutos aproximadamente
Tendrá sonido y animación.
Medio: Digitales, tamaños. No será muy metódica, pero con estética.
Se diagramará con retícula flexible con calidad.



Concepto de Diseño y Bocetaje



4.2.1 Creación de personajes

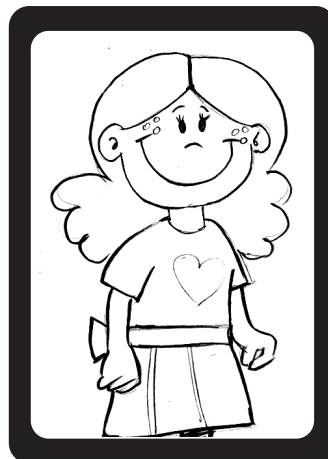
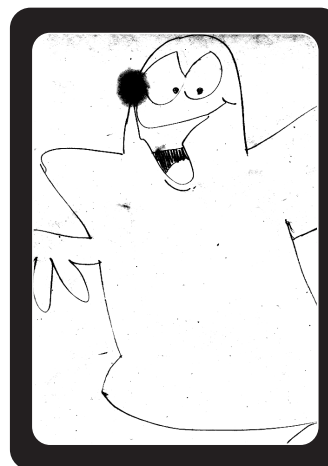
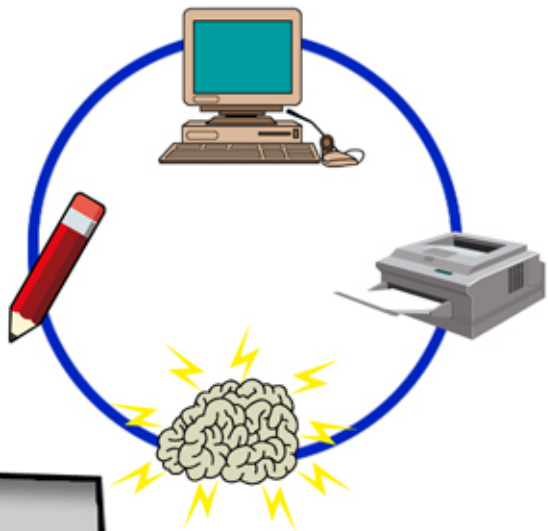
4.2.1.1 Prebocetaje

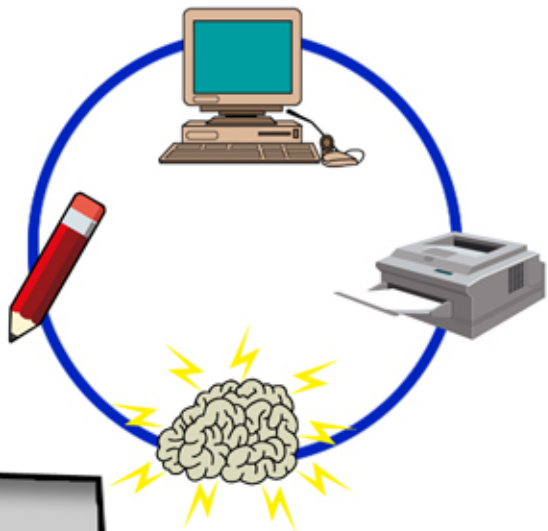
La creación de los personajes fue lo primero que se trabajó, ya que son los elementos más importantes para esta campaña.

Son cuatro los personajes: un ángel, un niño, una niña y un fantasma, que será la parte mala del cuento. Los niños son los personajes principales.



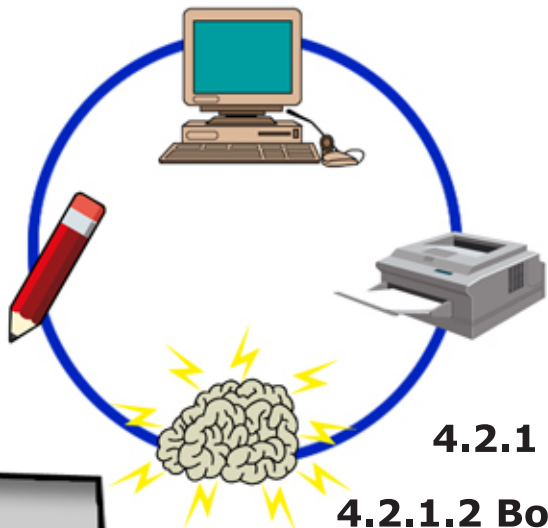
Concepto de Diseño y Bocetaje





Concepto de Diseño y Bocetaje





Concepto de Diseño y Bocetaje

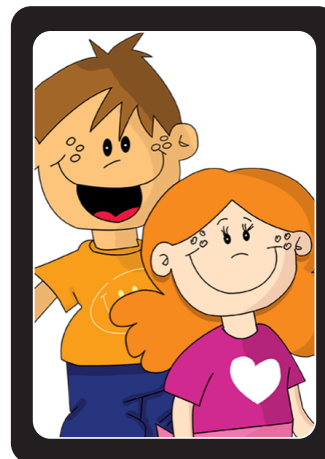
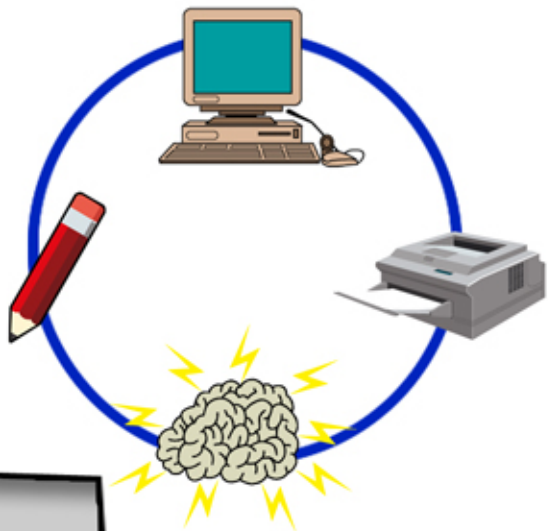
4.2.1 Creación de personajes

4.2.1.2 Bocetaje

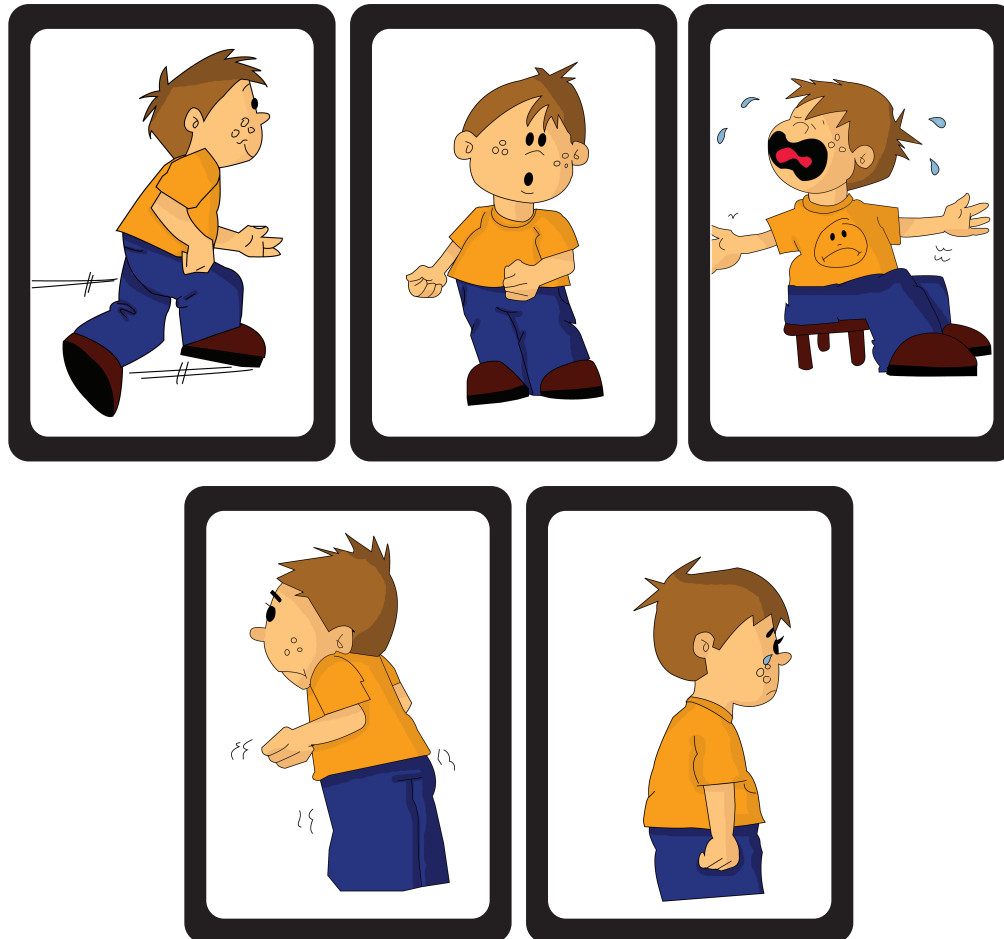
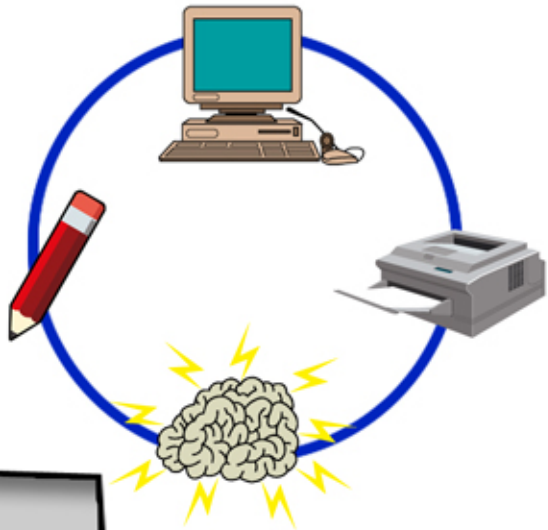
Los personajes fueron redibujados y se les aplicó color, luego éstos se utilizaron en todas las piezas para la campaña. Hubo variación en el personaje de la niña, ya que los encargados de la institución deseaban que tuviera rasgos indígenas.



Concepto de Diseño y Bocetaje



Concepto de Diseño y Bocetaje

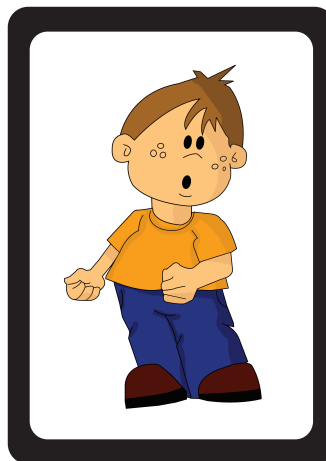


Concepto de Diseño y Bocetaje

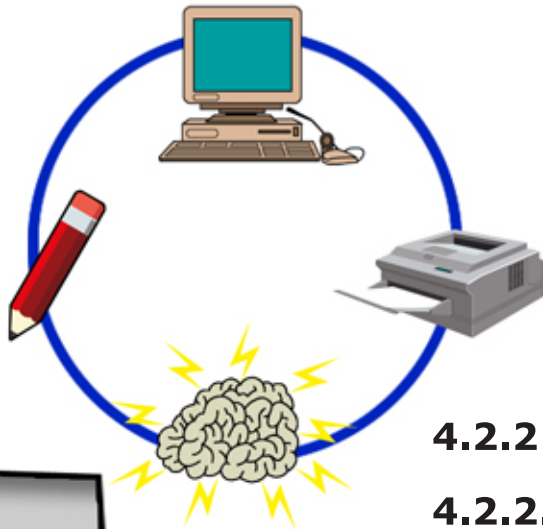


4.2.1.3 Bocetaje final

Tanto el ángel, el niño y el fantasma, quedaron como se trabajaron desde la primera propuesta. La niña indígena aún tuvo cambios, los cuales se dieron en el cabello, se cambió por un pelo trenzado, y además se le modificó la vestimenta.



Concepto de Diseño y Bocetaje

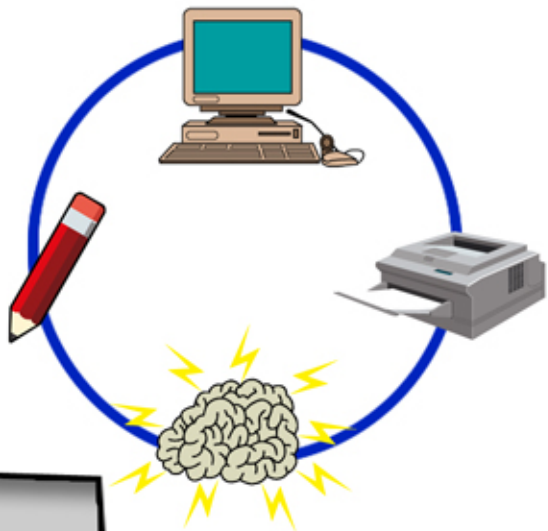


4.2.2 Afiches

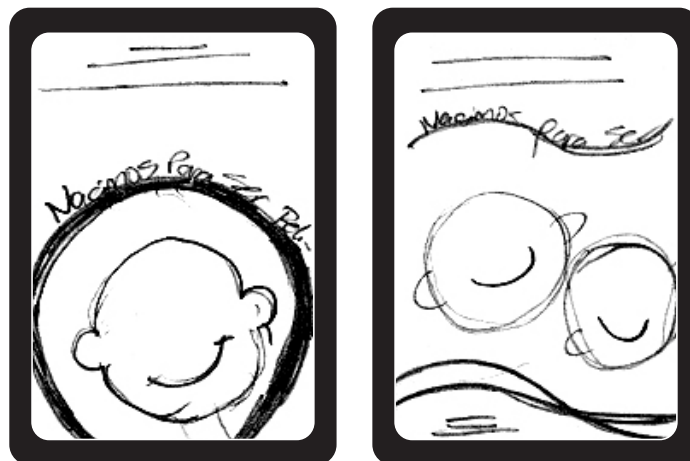
4.2.2.1 Prebocetos

Se bocetaron varias formas para poder visualizar el afiche. Éstos llevan un texto que hará que los niños comprendan de qué trata el material (maltrato infantil), y éste, además, va acompañado de un segundo texto que siempre destacará en la campaña. "Nacimos para ser felices".





Concepto de Diseño y Bocetaje



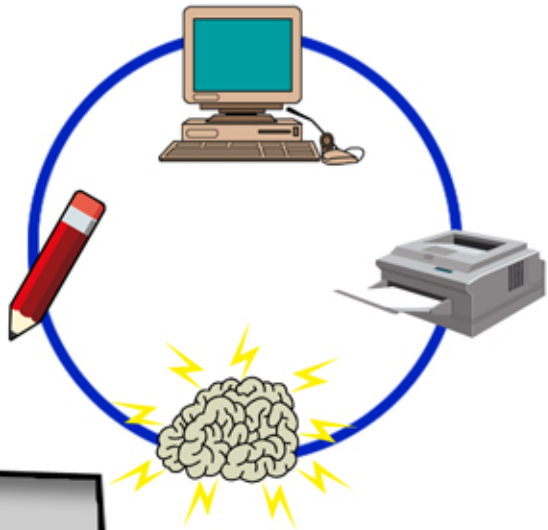
4.2.2.2 Bocetos

Boceto 1

En esta propuesta se trabajaron a los personajes dentro de círculos y en el fondo franjas con colores que le contrastarán. Se trabajó un afiche por niño y un tercero en el que aparecen los dos para que los niños encuentren a los personajes unidos dentro de la campaña.

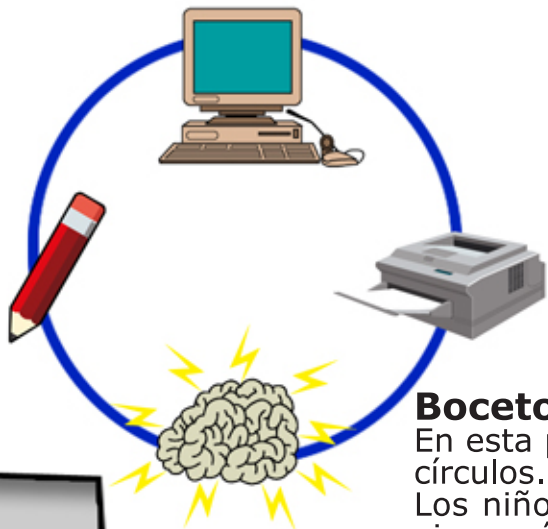


CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN DEL MALTRATO INFANTIL



Concepto de Diseño y Bocetaje





Concepto de Diseño y Bocetaje

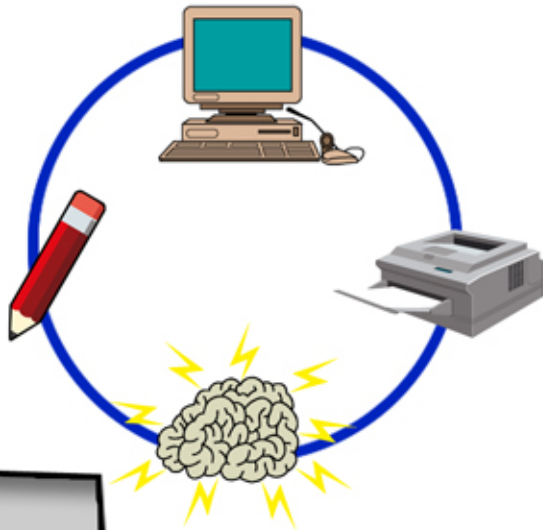
Boceto 2

En esta propuesta se tabajaron colores vivos con un fondo de texturas de círculos.

Los niños en este caso se sacaron de las formas circulares para que se viera más limpio el diseño.

Además, ya se agregaron los datos de la ODHAG y los números de teléfonos a dónde pueden pedir ayuda los niños.





Concepto de Diseño y Bocetaje

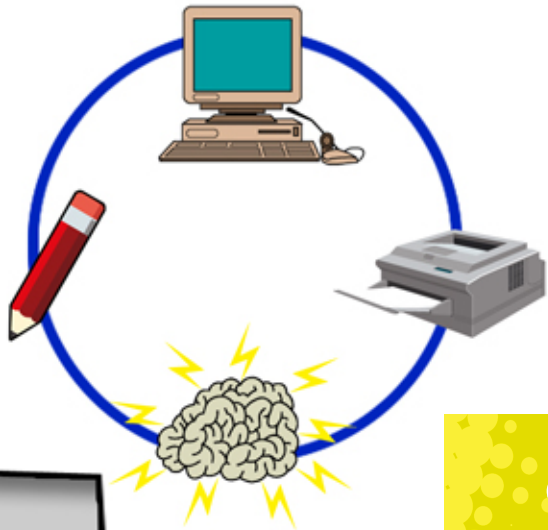
4.2.2.3 Boceto final para validar

En lo que varió este diseño, fue en que se cambió el personaje de la niña por el que habían solicitado, una niña de raza indígena. También se modificó el color de fondo del tercer afiche por un celeste, ya que el rojo les parecía muy violento. Además, en este afiche se cambió un poco la información para que fuera enfocado a las personas mayores, ya que los niños piden ayuda, pero también se necesitará que la población adulta esté informada para que en algún momento sepan a dónde puedan acudir cuando sufran un tipo de maltrato.

Se modificó un poco el orden de la información, y se eliminaron los datos de la ODHAG; solo se dejó el logo, teléfono y sitio Web, ya que ellos se encargan de informar y apoyar a los defensores de los niños por lo que se colocaron los teléfonos de las instituciones que dan ayuda a estos casos.



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN
DEL MALTRATO INFANTIL



Concepto de Diseño y Bocetaje

CRÍAME CON AMOR Y RESPETO

¡Nacimos para ser Felices!

Pide ayuda a alguien de tu confianza: un amigo, una amiga, hermano, hermana, vecino, maestro o maestra.

Llama a estos números y te ayudarán

110

Procuraduría General de la Nación

22483200

Juzgado de la Niñez y Adolescencia

23343432

Oficina de Atención a la Víctima del Ministerio Público

22324341



Oficina de Diseño: Avenida 18 - Calle 40 de Guatemala - 01012
PBX: 28500456 Fax: 22328384
http://www.cofmg.org.gt

POR FAVOR ¡NO ME LASTIMES!

De esa manera sólo aprendo a tener miedo.

¡Nacimos para ser Felices!

Pide ayuda a alguien de tu confianza: un amigo, una amiga, hermano, hermana, vecino, maestro o maestra.

Llama a estos números y te ayudarán

110

Procuraduría General de la Nación

22483200

Juzgado de la Niñez y Adolescencia

23343432

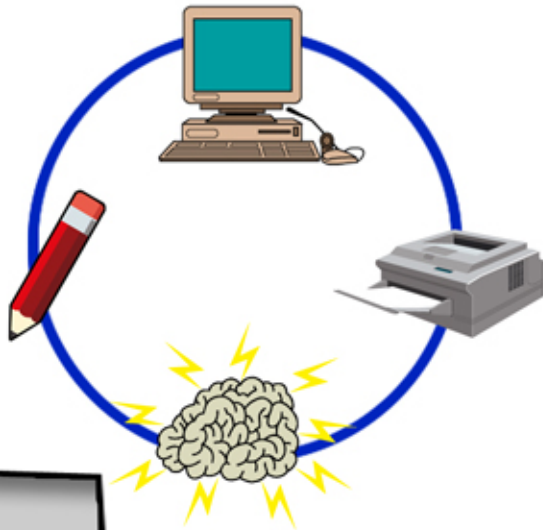
Oficina de Atención a la Víctima del Ministerio Público

22324341



Oficina de Diseño: Avenida 18 - Calle 40 de Guatemala - 01012
PBX: 28500456 Fax: 22328384
http://www.cofmg.org.gt





Concepto de Diseño y Bocetaje

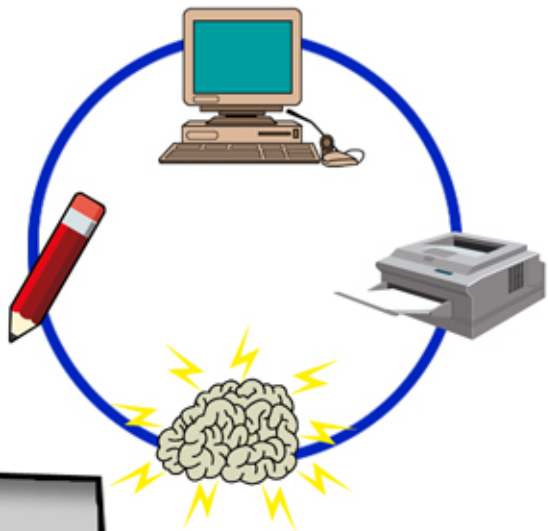


4.2.3 Sticker

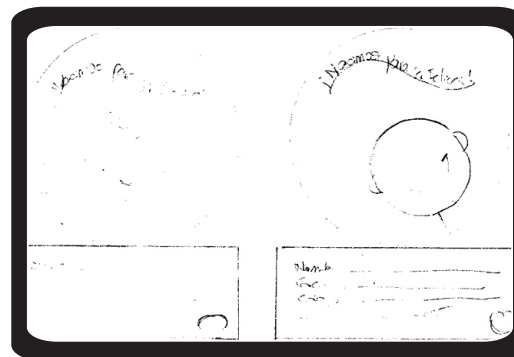
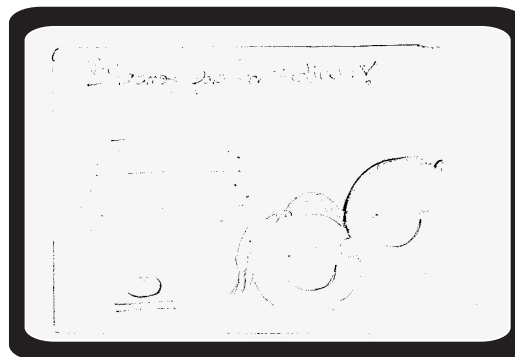
4.2.3.1 Preboceto

En el sticker se plantearon varias propuestas para su elección. Por ejemplo, se diseñó varios en los que se presentan los dos niños juntos, y otros donde están por separado.





Concepto de Diseño y Bocetaje

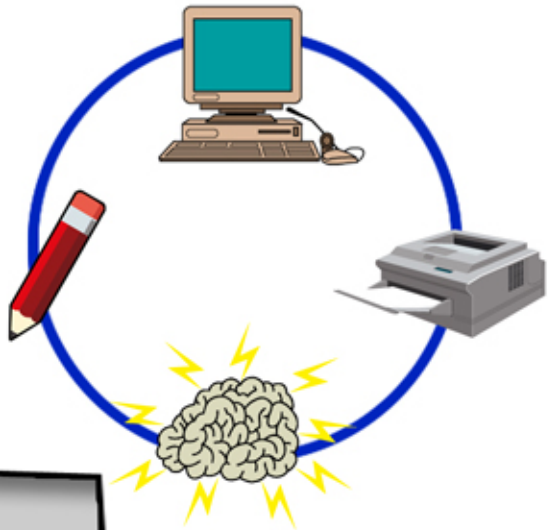


4.2.3.2 Boceto

Éstas fueron las variaciones de los stickers, se había planteado el poder utilizar un sticker para niño y uno para niña, pero la institución surgió utilizar sólo uno en el que estuvieran ambos, para que se viera una unidad en ellos; separados iba a reflejar el individualismo.



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN DEL MALTRATO INFANTIL

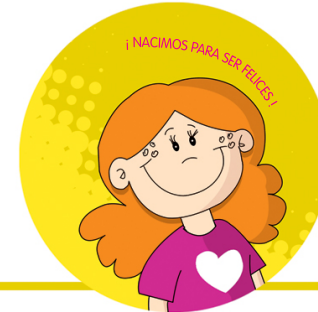


Concepto de Diseño y Bocetaje

¡ NACIMOS PARA SER FELICES !

Nombre: _____
 Materia: _____
 Grado: _____ Sección: _____
 Colegio: _____
 Maestro: _____


 Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala ODHAG
 6a Calle 7-70, zona 1 PBX: 28500458 Fax: 22328384
 e-mail: odh@odhag.org.gt educacion@odhag.org.gt
 Sitio Web: <http://www.odhag.org.gt>



Nombre: _____
 Materia: _____
 Grado: _____ Sección: _____
 Colegio: _____
 Maestro: _____

Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala ODHAG
 6a Calle 7-70, zona 1 PBX: 28500458 Fax: 22328384
 e-mail: odh@odhag.org.gt educacion@odhag.org.gt
 Sitio Web: <http://www.odhag.org.gt>



¡ NACIMOS PARA SER FELICES !

Nombre: _____
 Materia: _____
 Grado: _____ Sección: _____
 Colegio: _____
 Maestro: _____

Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala ODHAG
 6a Calle 7-70, zona 1 PBX: 28500458 Fax: 22328384
 e-mail: odh@odhag.org.gt educacion@odhag.org.gt
 Sitio Web: <http://www.odhag.org.gt>



CRÍAME CON AMOR Y RESPETO
 ¡ Nacimos para ser Felices !

110 22342424
 00000000

Nombre: _____
 Materia: _____
 Grado: _____ Sección: _____
 Colegio: _____
 Maestro: _____

Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala ODHAG
 6a Calle 7-70, zona 1 PBX: 28500458 Fax: 22328384
 e-mail: odh@odhag.org.gt educacion@odhag.org.gt
 Sitio Web: <http://www.odhag.org.gt>





Concepto de Diseño y Bocetaje

4.2.3.3 Boceto final para validar

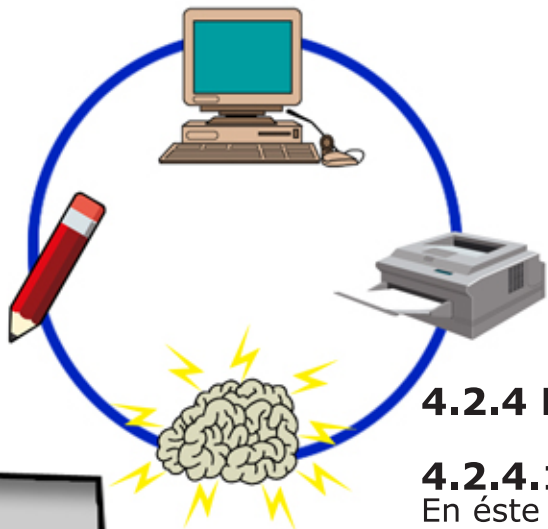
Al igual que el resto del material se modificó el personaje de la niña. El primer texto cambió ya que anteriormente se tenía la frase "Críame con amor y respeto" y se cambió por "Educame con amor y respeto". La razón de éstos es porque el sticker es un material para los cuadernos de los niños, por lo tanto va a tener relación de alumno-maestro ya que en muchos de los casos del maltrato también se da en centros de estudios y de alguna manera este mensaje les llegará a los maestros. La ODHAG decidió omitir los números de teléfono, ya que éste es un material muy pequeño para incluirle tanta información y ya con el afiche, la historieta y el cd interactivo, son suficientes para poner dicha información. Este es para que el niño tenga un recordatorio, el resto del material ya tiene que estar posicionado en la mente de los niños.



Nombre: _____
Materia: _____
Grado: _____ Sección: _____
Centro de estudios: _____
Maestro: _____



Concepto de Diseño y Bocetaje

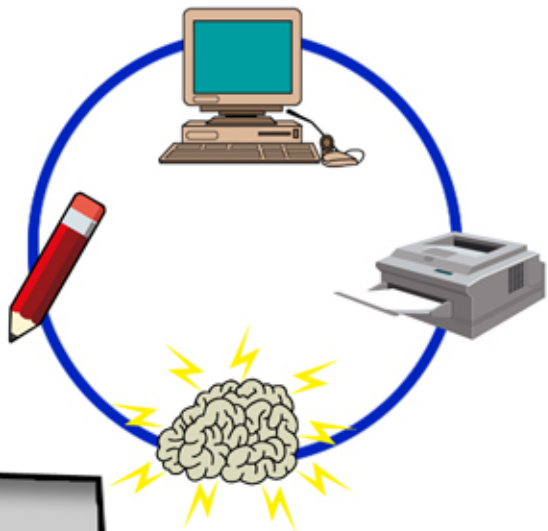


4.2.4 Playera

4.2.4.1 Preboceto

En éste sólo se les presentó una propuesta de diseño, ya que sólo es un complemento dentro de la campaña y los datos serán los mismos.



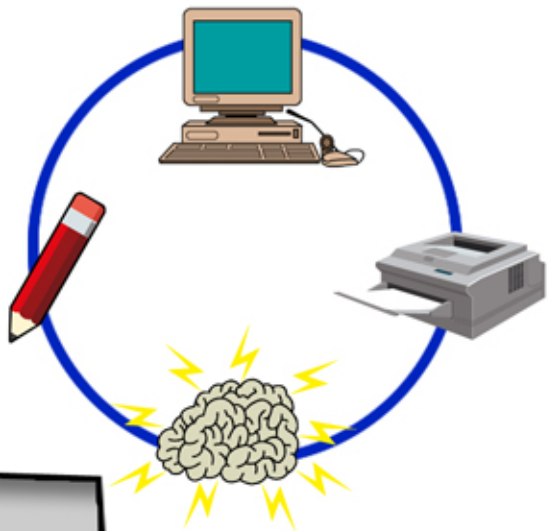


Concepto de Diseño y Bocetaje

4.2.4.2 Boceto

Ésta es la propuesta planteada, se utilizan los niños como elemento principal dentro de la campaña y el eslogan acompañados del logotipo de la ODHAG.



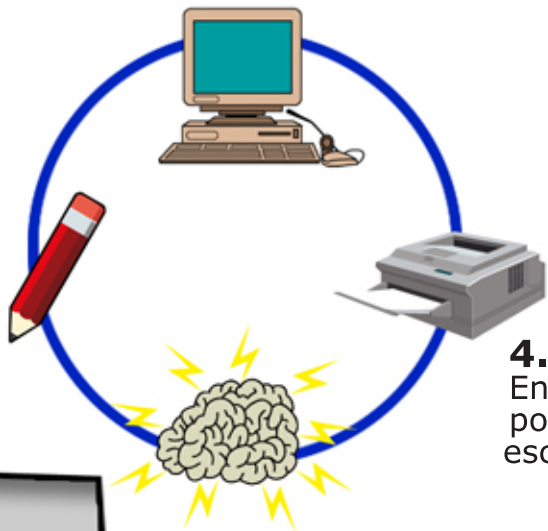


Concepto de Diseño y Bocetaje

4.2.4.3 Boceto final para validar

Este es el diseño final, sólo se quedó el logo, los personajes, el eslogan que siempre deberá destacar en la campaña y la frase "Críame y Edúcame con amor y respeto", porque esta playera la utilizarán no sólo en el curso de educación física, sino también será de uso diario. Se modificó el color de las orillas de la playera por un naranja parecido al color de la camisa del niño.



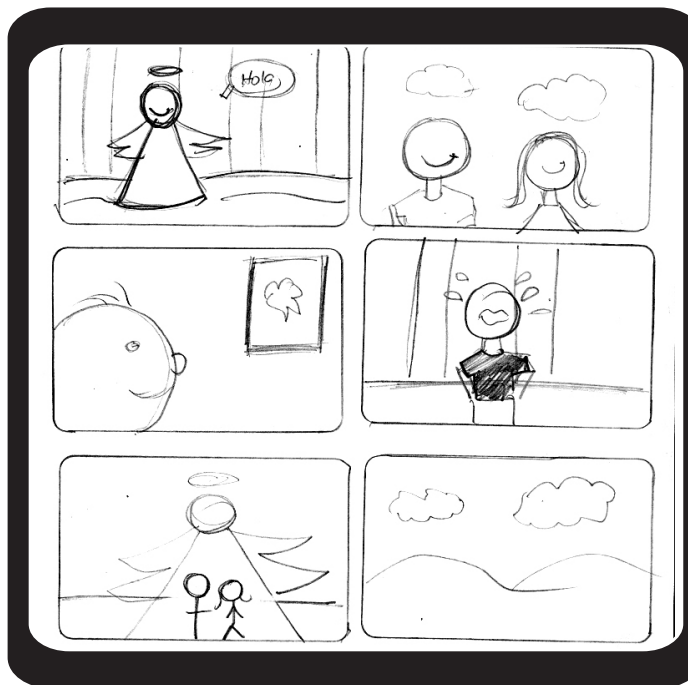


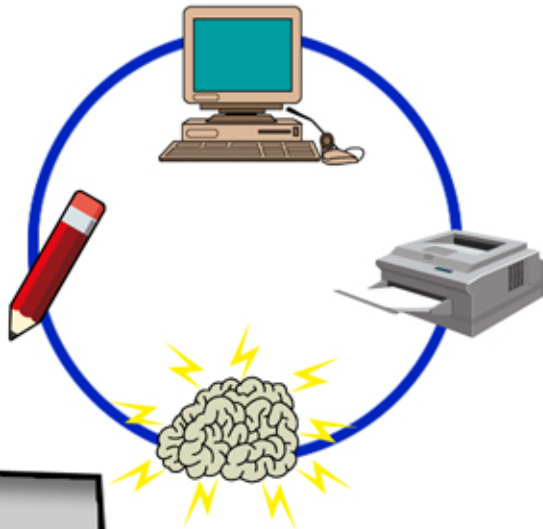
Concepto de Diseño y Bocetaje

4.2.5 Historieta

4.2.5.1 Preboceto

En la historieta se les presentó primero el texto de la historia para poder comenzar a visualizar el libro. Luego, se realizó el preboceto escena por escena.





Concepto de Diseño y Bocetaje

Texto de Historia

¡Oye amigo! (Habla un ángel)
Muchas veces sientes miedo de expresar lo que sientes y lo que piensas.
Porque cuando haces cosas la gente.....

TE INSULTA
TE GRITA
TE GOLPEA
TE ASUSTA

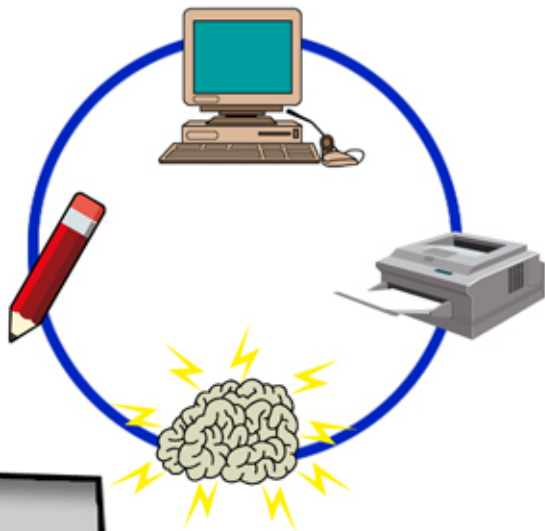
Y piensas que que toda la gente que está a tu alrededor es mala y que no puedes confiar en nadie.

Las cosas no son siempre como lo crees.
Existimos personas que siempre estaremos contigo te podremos escuchar.

No permitas que te maltraten.....porque vales mucho y eres mu especial.

¡Tú mereces la felicidad!



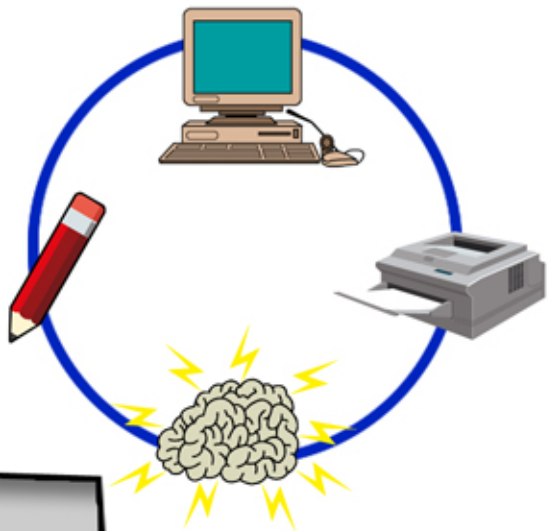


Concepto de Diseño y Bocetaje

4.2.5.2 Boceto

Éstas fueron las escenas ya digitalizadas, las cuales llevan bastante color para que sea más llamativo para los niños; este libro es de tamaño muy pequeño para que sea más fácil para ellos guardarlo. Tiene al final los teléfonos a donde ellos pueden pedir ayuda.



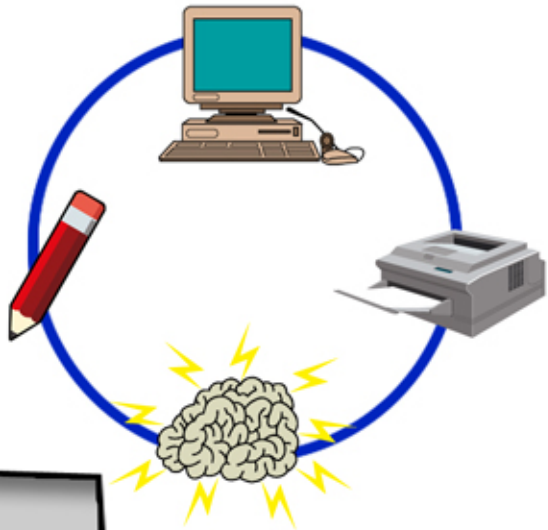


Concepto de Diseño y Bocetaje

4.2.5.3 Boceto final para validar

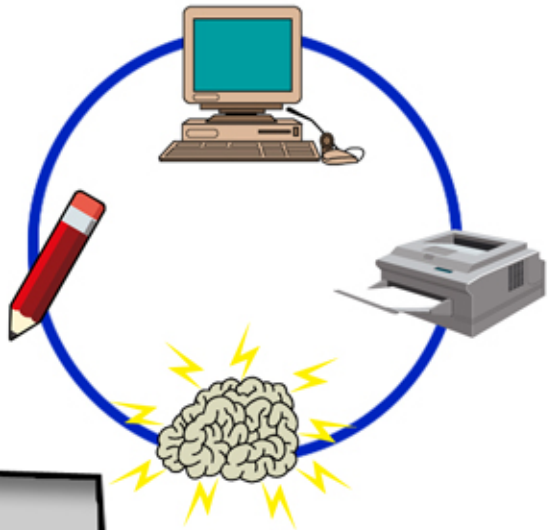
Se modificaron algunos colores de los fondos, por ejemplo, el color rojo, por ser un color que expresa agresividad no puede utilizarse, ya que no es lo que se quiere expresar en este material. Además, se cambió a la niña igual que el resto de la historieta.





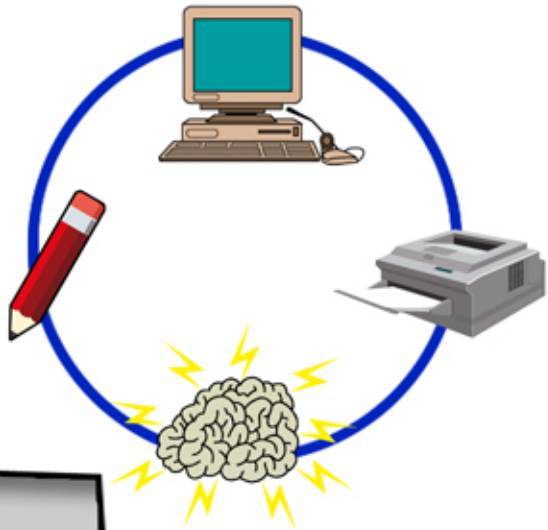
Concepto de Diseño y Bocetaje





Concepto de Diseño y Bocetaje





Concepto de Diseño y Bocetaje

Pero las cosas no son así...

... existimos personas que siempre estaremos contigo y te escucharemos.

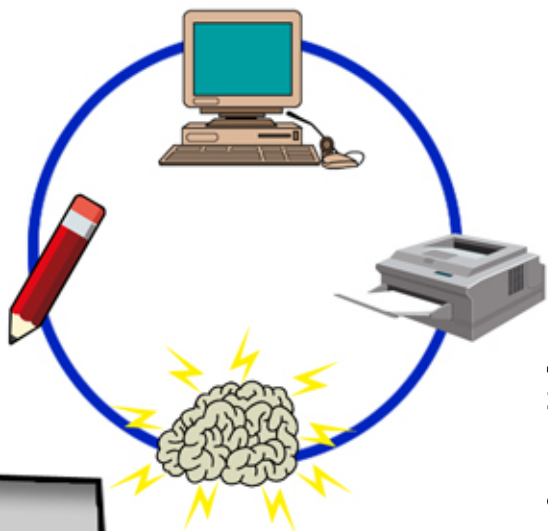
Si te pasan estas cosas busca a alguien de tu confianza y pidele ayuda.

Tú vales mucho y eres muy especial.

Recuerda... cuéntas conmigo.

¡Nacimos para ser Felices!



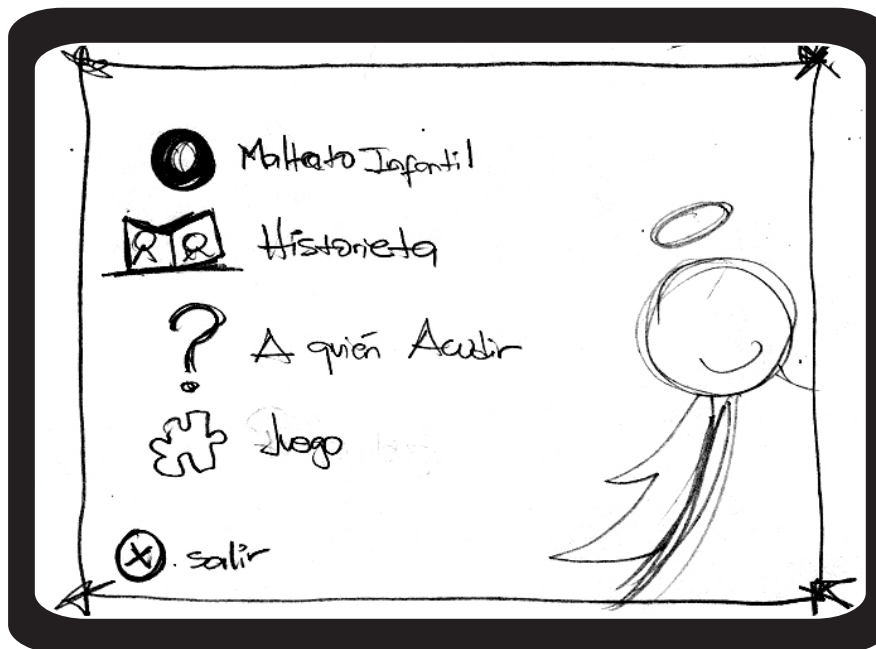


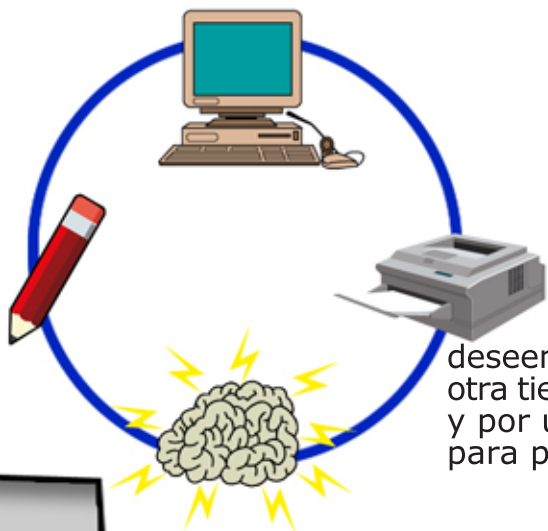
Concepto de Diseño y Bocetaje

4.2.6 CD Interactivo

4.2.6.1 Preboceto

Se decidió trabajar un Cd interactivo, para que fuera más dinámica la información de la campaña. De alguna manera, al presentarle a los niños un material en el que visualicen movimientos y sonidos, va a ser más atractivo para ellos.





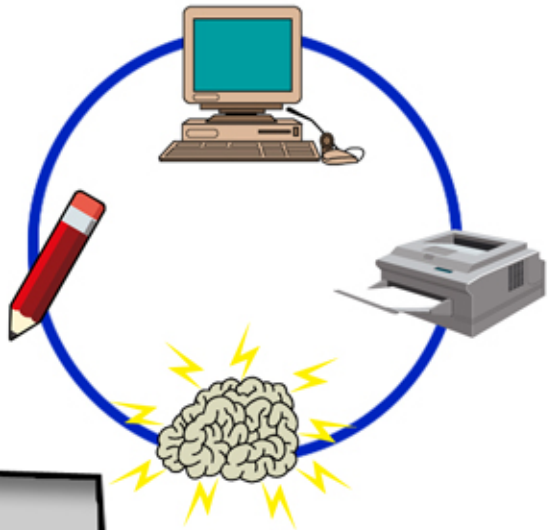
Concepto de Diseño y Bocetaje

4.2.6.2 Boceto final para validar

Este Cd tiene varias opciones para que los niños escojan la que deseen ver; una parte es para informarlos sobre qué es el maltrato infantil, otra tiene la historieta de forma animada, existe el juego de un rompecabezas, y por último tiene la información de los números a dónde pueden llamar para pedir ayuda.

Página principal





Concepto de Diseño y Bocetaje

¿Qué es maltrato Infantil?

MALTRATO INFANTIL



Es cuando un adulto te
LASTIMA y no te da el
AMOR y **RESPECTO**
que mereces



¡Nacimos para ser felices!



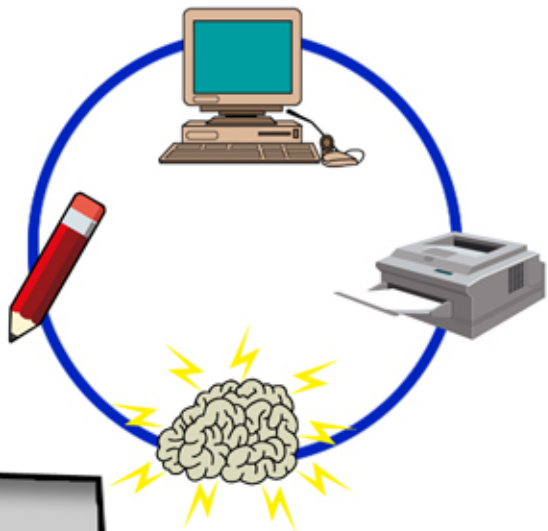
- Mostrar/Ocultar modelo
- Mostrar/Ocultar el borde
- Mostrar/Ocultar números

Presiona ALT+Click (windows) o OPTION+Click(macintosh)
en una pieza para rotarla.

Juego de Rompecabezas



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN
DEL MALTRATO INFANTIL



Concepto de Diseño y Bocetaje

¿A quién acudir?

LLAMA

An illustration of an angel with a halo and wings on the left, and a broken blue telephone receiver on the right. The background is yellow.

22483200



Algunas Escenas
de la Historieta



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN
DEL MALTRATO INFANTIL

Capítulo V

Comprobación y eficacia
Propuesta gráfica final
Fundamentación





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.1 Comprobación de eficacia

Para comprobar que una investigación ha sido eficaz, existen técnicas e instrumentos para su validación. Las técnicas indican la manera en que se debe proceder para aplicar los instrumentos durante la comprobación. Entre las técnicas se puede mencionar: entrevista, encuesta y observación.

Los instrumentos son los medios con los cuales se obtendrán los datos que se desean obtener en la investigación. Existen instrumentos como: guías o listas de cotejo para las observaciones, guías de entrevistas, boletas o cuestionarios para las encuestas.

5.1.1 Técnica

Para el presente informe se utilizó la técnica de observación. Se decidió utilizar ésta por ser un material que está enfocado a la niñez, y con ella se pueden obtener resultados sin tener que preguntar directamente al grupo objetivo.

5.1.2 Instrumento

El instrumento que se empleó para obtener los resultados, fue la lista de cotejo, la cual es un listado, y en ella se especifican todos los criterios que se desean observar. Estas observaciones son muy directas (Sí-No).





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

LISTA DE COTEJO

INDICADORES	SÍ	NO	COMENTARIOS
1. Pone atención a lo que está observando.			
2. Lee toda la información del material.			
3. Según sus gestos, es atractivo el material.			
4. Al tener la historieta en sus manos la lee completa.			
5. Le gustan las ilustraciones.			
6. Identifica que la playera también pertenece al mismo material.			
7. Llama su atención ver el Cd Interactivo.			
8. Existe alguna confusión en la información.			
9. Le interesa obtener el material.			
10. Muestra agrado al terminar de observar el material.			





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Además de estas observaciones, se obtuvieron algunos comentarios y sugerencias de la muestra para mejorar el material a prueba.

5.1.3 Perfil del informante

Las observaciones se realizaron a tres tipos de personas:

- Niños entre 7 y 12 años.
- Personas profesionales (maestros, administradores, licenciados, etc.)
- Diseñadores gráficos.

Éstas observaciones se elaboraron en iglesias, casas y oficinas.

Grupo entrevistado	Edades	Muestra
Niños	de 7 a 12	20
Profesionales	25 en adelante	10
Diseñadores gráficos	20 en adelante	10

Se aplicaron 40 observaciones a personas de ambos sexos y diferentes niveles de estudios. Los resultados fueron los siguientes:



Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final



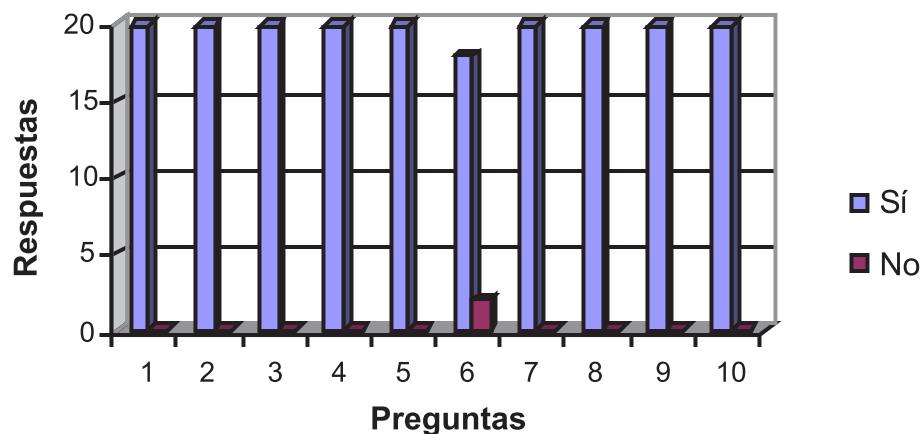
5.1.4 Resultados de la validación

5.1.4.1 Observaciones realizadas a los niños

La gráfica número 1 de barras muestra los resultados de las diez observaciones realizadas a los niños.

Los resultados observados en los niños fueron en su mayoría los deseados. Eficaces a excepción de la pregunta 6, la cual es que si identificaban que la playera pertenece al mismo material, y de 20 observaciones 2 no lograron identificar, lo pasaron por desapercibido, o no hubo comentarios.

Gráfica No.1
Resultados de Niños





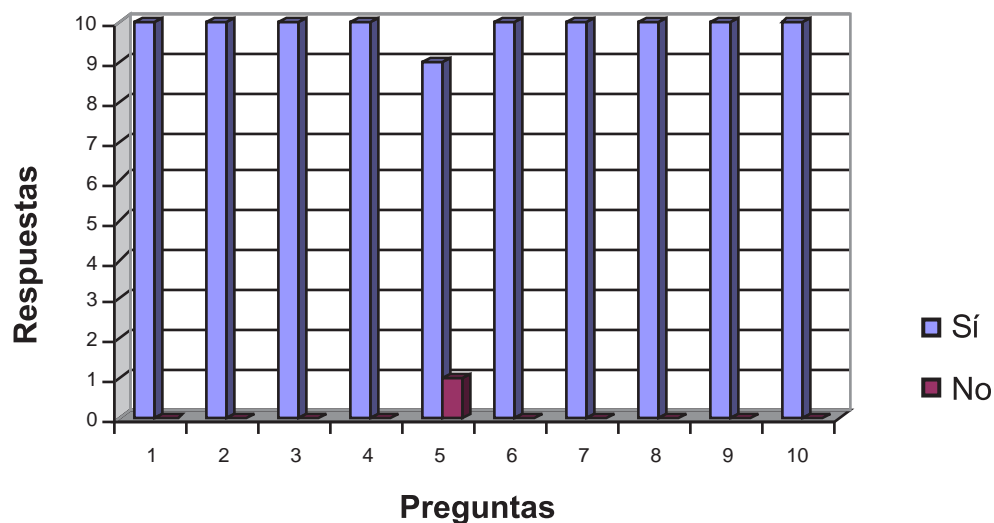
Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.1.4.2 Observaciones realizadas a profesionales

La gráfica número 2 de barras muestra los resultados de las diez observaciones realizadas a los profesionales.

Los resultados observados en los profesionales fueron eficaces, sólo a uno de diez profesionales observados no le gustaron las ilustraciones, quien comentó que no tiene agrado por las caricaturas.

Gráfica No.2
Resultados de Profesionales





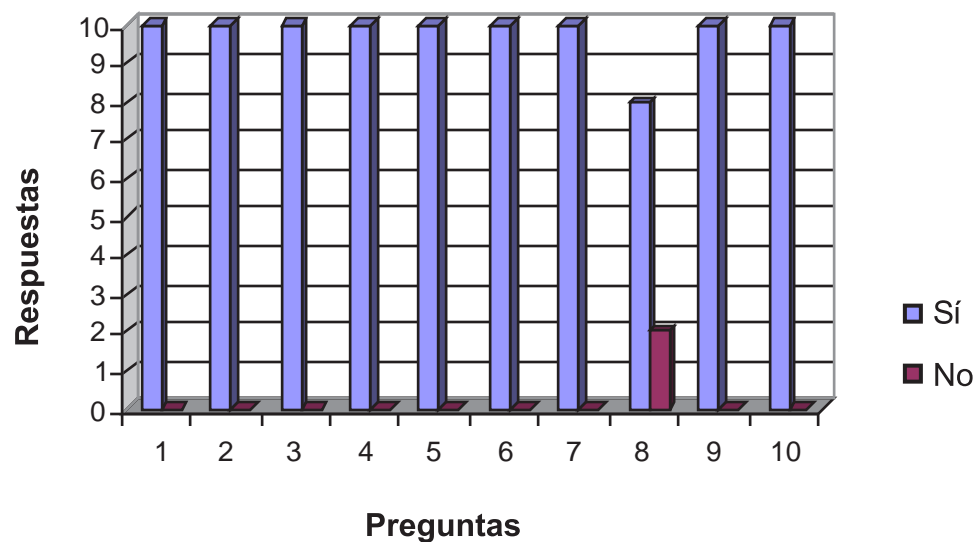
Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.1.4.3 Observaciones realizadas a diseñadores

La gráfica número 3 muestra los resultados de las diez observaciones realizadas a diseñadores gráficos.

Los resultados observados en los diseñadores también fueron eficaces, pero a dos de la totalidad de ellos les causó confusión una de las ilustraciones de la historieta, tanto impresa como animada.

Gráfica No.3
Resultados de diseñadores gráficos





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.1.5 Análisis de resultados y cambios sugeridos en las piezas

Estos comentarios fueron los que se oyeron durante las observaciones:

1. Los niños comentaron cuando veían el Cd interactivo, que no escuchaban muy bien las voces de los personajes.
2. Diseñadores gráficos sugirieron cambiar una de las escenas de la historieta, tanto en la impresa como en la animación. Hay una parte en donde se les dice a los niños que si a ellos les suceden esas cosas (maltrato infantil), que es de lo que trata de informar la historieta, ellos deben acudir a personas de su confianza. En esa parte, se colocó una imagen de una maceta con flores. Dos de los diseñadores sugirieron poner a una persona adulta más o menos de medio cuerpo y a uno de los dos niños a manera que se viera que el niño/a llega a pedir la ayuda de alguien mayor.
3. También sugirieron que en el Cd interactivo se modificara la parte del sonido, ya que era muy bajo; además, como no toda la historieta llevaba todo escrito, se le colocara el texto a todo, porque si en algún momento la computadora en la que se vea este Cd no cuenta con bocinas, será imposible que los niños comprendan la información.





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.2 Propuesta gráfica final

A continuación se presenta una serie de argumentos que sirvieron para fundamentar cada una de las piezas elaboradas y darle solución a la falta de información para los niños acerca de la prevención del maltrato infantil.

Se comenzará a hablar del color "Impresión que se hace en la retina del ojo con la luz reflejada por los cuerpos". (Pequeño Larousse Ilustrado, Pág. 247). Los colores que se seleccionaron para el material fueron colores vivos y cálidos, muy infantiles para que automáticamente los niños se identificaran con él. Por ejemplo, unos de los colores más utilizados en diferentes matices o tonalidades es el amarillo, color que expresa alegría, dinamismo, espiritualidad, etc.

El color rojo fue muy poco utilizado aunque sea un color cálido como el amarillo y naranja, porque también expresa violencia; por esta razón se decide utilizarlo muy poco.

El grupo de los colores cálidos rojos, amarillos y verdes producen un efecto alegre y vivo.

El color naranja expresa entusiasmo, el verde esperanza y calma; jugando con todos estos colores se creó un diseño bastante alegre y llamativo.

Ahora en la parte de la diagramación, se decide trabajarla de una manera más irregular; no se quiso seguir un parametro tan metódico por ser este material para la niñez. Se jugó con círculos de fondos muy suaves y textos variados en cuanto a tamaños y posiciones.





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Las imágenes utilizadas fueron 100% caricaturas, ya que las fotografías no iban a causar interés en nuestro grupo objetivo (niños). Se crearon cuatro personajes que se describirán más adelante.

La tipografía empleada es de la familia de las Palo seco o Contemporáneas, las cuales no llevan remates ó serifs, son bastante legibles para la lectura de los niños. El tipo de letra que destacó más en el material fue la **B VAG Rounded Bold**, el otro tipo de letra empleado fue **Arial**, que también es bastante legible.

5.2.1 Personajes

De primero se empezará a describir a los personajes. Un personaje es muy importante dentro de un libro infantil o historieta, ya que los niños se identifican rápidamente con ellos para poder leerlo.



ANGELO

El ángel es un personaje que debe expresar amistad en los niños; se decidió a un ángel por que es alguien que protege y es una imagen del bien. Sus colores son bastante suaves y resplandecientes. Con rasgos de alguien mayor de edad para hacer sentir a los niños seguridad.

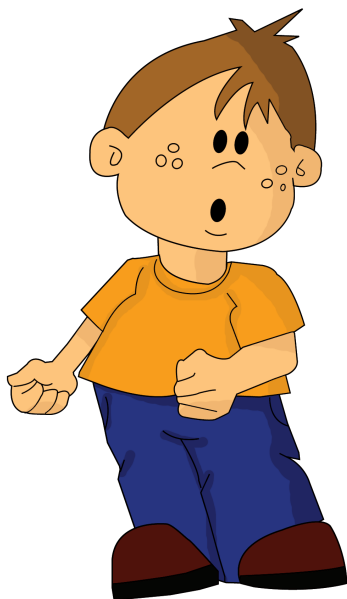


Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final



JUANITA

La niña es uno de los personajes principales, tiene rasgos indígenas porque este material no discriminará a ningún niño. Es de piel morena y pelo trenzado.



PABLITO

El niño es de raza ladina, su tez de color blanca y pelo castaño. Viste pantalón y playera, la clásica vestimenta de los niños guatemaltecos. Este también es de los personajes principales dentro de la campaña.





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final



FANTASMA

Se decide crear un personaje que refleje el lado malo que es el maltrato infantil; no se quiso utilizar imagen de alguna persona como los otros personajes porque el maltrato infantil se manifiesta en diferentes personas y formas; es por eso que se vio más conveniente esta imagen y no un hombre o mujer para no crear en la mente de los niños que las personas malas son directamente como las que se les puede ilustrar en un dibujo. (Un señor o señora gordos, como ejemplo).





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.2.2 Historieta

El libro infantil se creó para entregarse a niños en centros de estudio e iglesias.

Se realizó en un formato de 7.5" X 7.5" de 16 páginas, para ser impreso a full color. En esta historieta se les va aclarando a los niños algunos tipos de maltrato a lo que ellos están expuestos, y al mismo tiempo se les quiere hacer entender de que ellos no están solos cuando se ven expuestos a situaciones como éstas, que ellos pueden pedir ayuda a personas mayores y que no piensen que todos los adultos son malos. Que aprendan a confiar en alguien.

Esta historieta se trabajó a un tamaño pequeño para que sea más fácil guardarlo y tenerlo a la mano para saber a dónde llamar cuando ellos sean maltratados. Al final del libro, están los números de teléfono de las oficinas que les pueden brindar ayuda.

Se trabajaron escenas bastante sencillas, con muy pocos detalles para que sea más limpio el diseño.





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Pág.16

Busca ayuda llamando a:

Policía Nacional Civil
110

Procuraduría General de la Nación
22483200

Juzgado de la Niñez y Adolescencia
23343432

Oficina de Atención a la Víctima
22324341



Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala
- ODHAG -

Pág.1



CRÍAME CON AMOR Y RESPETO

Pág.2



Hola niños, mi nombre es Angelo, y quiero ser su amigo.

yo soy Pablito

y yo Juanita

Pág.3





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Pág.4

Pág.5



Pág.6

Pág.7





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Pág.8



Pág.9



Pág.10



Pág.11





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Pág.12



Pág.13



Pág.14



Pág.15





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.2.3 CD interactivo

Éste tiene varias funciones, servirá para que se les muestre a los niños en los centro de estudio y también de manera individual. Tiene sonido y movimiento.

A continuación se describe cada una de sus partes:



Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final



Al presionar este botón los lleva a una escena que les informa qué es el maltrato infantil.

PÁGINA PRINCIPAL



Este botón los enviará a ver la historieta con animación y sonido.

Este botón los saca de la presentación.

Éste los lleva a un juego de rompecabezas para ser más entretenido y que de alguna manera memoricen a los personajes.

Presionando este otro, los lleva a ver los números y nombres de las instituciones que les brindan ayuda en casos de ser maltratados.





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Esta página es la que tiene la información de lo que significa el maltrato infantil, tiene un botón que los regresará a la página anterior, en este caso, a la página principal

¿Qué es maltrato Infantil?

The graphic design features a purple header with the text 'MALTRATO INFANTIL' and illustrations of a boy and a girl crying. Below this is a yellow section with an illustration of an angel. The text reads: 'Es cuando un adulto te LASTIMA y no te da el AMOR y RESPETO que mereces'. A red arrow button is located in the bottom left corner of the yellow section.

MALTRATO INFANTIL

Es cuando un adulto te **LASTIMA** y no te da el **AMOR y RESPETO** que mereces

• Botón para regresar





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Juego rompecabezas

A screenshot of a puzzle game interface. On the left, a puzzle shows two children and the text "¡Nacimos para ser felices!". Below the puzzle are three icons with labels: "Mostrar/Ocultar modelo", "Mostrar/Ocultar el borde", and "Mostrar/Ocultar números". On the right, a large puzzle piece contains the text "Haz Click en ACEPTAR para comenzar el Rompecabezas" and a button labeled "ACEPTAR". At the bottom, instructions read: "Presiona ALT+Click (windows) o OPTION+Click(macintosh) en una pieza para rotarla."/>

¡Nacimos para ser felices!

Haz Click en ACEPTAR para comenzar el Rompecabezas

ACEPTAR

Mostrar/Ocultar modelo
Mostrar/Ocultar el borde
Mostrar/Ocultar números

Presiona ALT+Click (windows) o OPTION+Click(macintosh) en una pieza para rotarla.



Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final



Área para armar el rompecabezas

Piezas para armar

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	32	33	34	35
36	37	38	39	40	41	42
43	44	45	46	47	48	49

- Mostrar/Ocultar modelo
- Mostrar/Ocultar el borde
- Mostrar/Ocultar números
- Revolver piezas

Presiona ALT+Click (windows) o OPTION+Click (macintosh) en una pieza para rotarla.

- Para ocultar o mostrar el modelo
- Para ocultar o mostrar el borde
- Para ocultar o mostrar los números

Para revolver las piezas





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

Esta otra página es la que tiene los números de teléfono y los nombres de las oficinas que brindan ayuda en caso de maltrato infantil.

¿A quién acudir?

LLAMA



22483200



Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final



Escenas de la historieta



Cada escena tiene su botón para avanzar y regresar de escena en escena.





5.2.4 Afiches

Los afiches son piezas que se fijan en sitios públicos. Éstos se crearon para darle más fuerza a la campaña. Este medio es muy favorable, ya que, además de ser uno de los más económicos, el mensaje puede ser observado en un sólo día por muchas personas a la vez, siempre y cuando se coloque en un buen punto estratégico.

Sus medidas son de 18" X 24" para ser impreso a full color. Se trabajaron tres diseños, dos de los cuales son enfocados al grupo objetivo principal, los niños, y un tercero para la gente adulta. Esto porque los niños, pedirán ayuda a los adultos y los adultos también deberá saber a donde acudir cuando les llegue un tipo de maltrato infantil.

Se han utilizado frases como: edúcame y críame, porque los niños les piden a los mayores que los traten con amor y respeto. El críame por los padres y personas ajenas y el edúcame por los maestros.



Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final



CRÍAME CON AMOR Y RESPETO

Titular

¡Nacimos para ser Felices!

Eslogan, frase que siempre destacará en la campaña.

Es la información para que los niños puedan pedir ayuda a gente mayor.

Pide ayuda a alguien de tu confianza: un amigo, una amiga, hermano, hermana, vecino, maestro o maestra.

Llama a estos números y te ayudarán

Policia Nacional Civil

110

Procuraduría General de la Nación

22483200

Juzgado de la Niñez y Adolescencia

23343432

Oficina de Atención a la Víctima del

Ministerio Público

22324341

Los números de teléfono a dónde pueden acudir.

Los dos personajes importantes.



Logotipo de ODHAG, teléfono y sitio Web


Oficina de Derechos Humanos del Proceso de Guatemala
-ODHAG-
PBX: 28500456 Fax: 22328384
http://www.odhag.org.gt





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final



Los tres afiches llevan la misma información, sólo existirá variación en los titulares y color de los fondos.





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.2.5 Sticker para cuadernos

Éstos servirán para que los niños identifiquen sus útiles escolares; no tienen los números de teléfono porque es una pieza muy pequeña para incluirle mucha información. Además, con el Cd interactivo, la historieta y los afiches, el mensaje ya se ha posicionado en la mente de los pequeños y esto sólo les servirá para tener presente el mensaje.

El texto es "Educame con amor y respeto", ya que el material tendrá relación alumno-maestro.

Sus medidas son de 3.5" X 4" a full color. El diseño mantiene la misma línea de la campaña.

Tiene un espacio para colocar los datos del niño, materia, centro de estudio, maestro, grado y sección. Siempre llevarán todas las piezas, el logo de la ODHAG, para que sepan quién lo patrocina.

Se había pensado en trabajar los sticker por separado, niño y niña, pero se descartó la idea para no crear individualismo entre los niños.





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final



Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala
- ODHAG -

Nombre: _____
Materia: _____
Grado: _____ Sección: _____
Centro de estudios: _____
Maestro: _____





Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.2.6 Playera

La playera servirá para que los niños la utilicen con el uniforme de educación física y también para uso particular. Esto hará recordar a las personas la campaña que se lanzó. Tampoco tiene los números de teléfono porque de igual manera que el sticker sólo es un complemento dentro de la campaña.



Conclusiones

Finalizado el proyecto, se concluye que la ODHAG (Organización de los Derechos Humanos del Arzobispado) contará con material gráfico que será de gran utilidad en el área de educación, para informar a la niñez acerca del maltrato infantil.

Se logró una aceptación del material presentado, el cual se validó con tres grupos muestra, que fueron: niños como grupo principal, profesionales y diseñadores gráficos.

Se motivó a la niñez con esta campaña para que sepan que en un futuro serán personas respetadas y valoradas.



Lineamientos para la Propuesta y Práctica de la Propuesta



A continuación se presentan algunas recomendaciones para la reproducción, distribución y uso de la campaña propuesta.

REPRODUCCIÓN

Se le han presentado a la ODHAG, los medios necesarios para lograr reproducir la campaña propuesta para el maltrato infantil, con el fin de que al momento de su reproducción cuenten con un material de buena calidad.

Los medios que se utilizarán para dicho material son litográficos y digitales. Se presentan dos opciones de costos para que se evalúe cuál es más factible para ellos.

COSTOS DE REPRODUCCIÓN

HISTORIETA INFANTIL

Opción 1

Impresión a full color 16 páginas

Tamaño 7.5 cm. x 7.5 cm.

Medio: litografía

Tiraje de 5,000 unidades, en papel bond
80 gramos

Q 5,410.00



Lineamientos para la Propuesta y Práctica de la Propuesta



Opción 2

Impresión a full color 16 páginas

Tamaño 7.5 cm. x 7.5 cm.

Medio: litografía

Tiraje de 5,000 unidades, en papel cushe

Calibre 80

Q 6,150.00

AFICHES

Opción 1

Impresión a full color

Tamaño 18" x 24"

Medio: litografía

Tiraje de 1,500 unidades, en papel texcote

Calibre 80

Q 8,322.13

Opción 2

Impresión a full color

Tamaño 18" x 24"

Medio: litografía

Tiraje de 1,500 unidades, en papel cushe

Calibre 80

Q 7,074.06



Lineamientos para la Propuesta y Práctica de la Propuesta



STICKER PARA CUADERNOS

Opción 1

Impresión a full color

Tamaño 3.5" x 4"

Medio: litografía

Tiraje de 5,000 unidades, en papel adhesivo

Q 3,608.24

Opción 2

Impresión a full color

Tamaño 3.5" x 4"

Medio: impresión Injet

Tiraje de 5,000 unidades, en papel adhesivo

Q 7,500.00

PLAYERAS

Opción 1

Impresión a full color

Medio: lasser

Tiraje de 1,500 unidades

Transfer

Q 52,500.00



Lineamientos para la Propuesta y Práctica de la Propuesta



Q



Opción 2

Impresión a full color

Medio: Serigrafía

Tiraje de 1,500 unidades

Q 30,000.00

CD INTERACTIVO

5,000 Cd en Blanco

Q 10,000.00

DISTRIBUCIÓN Y USO

Se recomienda distribuir este material de la siguiente manera:

- Los Cd, historietas y calcomanías, en los centros de estudio e iglesias. El cd para que lo puedan ver con su maestro o encargado. Los sticker para utilizarlos en los útiles escolares y el libro infantil para poder ser llevado en su mochila. El libro debe ser de tamaño bastante pequeño, ya que los niños cuando son maltratados tienen miedo a las personas adultas y no quisieran que vieran este folleto; es más fácil para guardarlo.

- Las playeras para que, además de usarlas como una prenda diaria, se logre convencer a centros de estudio para que ésta sirva para el uniforme de educación física.

- Los afiches deben ser colocados en vías públicas como centros comerciales, los mismos centros de estudio, iglesias, etc.





Bibliografía y Fuentes Consultadas

Boston Duna, Stephe. Estados Unidos:1995. 85 p.

Situación de la Niñez en Guatemala. Informe ODHAG.
Guatemala: 2004. 37-51 p.

Ley de Desarrollo Social. Decreto No. 42-2001. Segunda edición.
Guatemala: 2004.

Cajita de Sorpresas. Orientación para padres y maestros.
El niño y su mundo. Volumen 5. Barcelona: Océano, 1982. 20-27 p.

Moderna Enciclopedia Universal. Barcelona: Nauta, 1978. 287 - 291 p.

Documentos de la INE. Instituto Nacional de Estadística.
Total de población de grupo objetivo. Guatemala: 2004. 20-67p.

Enciclopedia Encarta 2005





Bibliografía y Fuentes Consultadas

Tórtola, Julio Roberto. Métodos de diseño. Segunda edición. Guatemala: BJ impresos, 2000. 10 p.

Paz, Eva Graciela. Manual de técnicas gráficas y aplicación creativa de la letra. Derechos de Autor registrados en la Asociación de Escritores y Amigos del Libro Nacional, bajo No. 170-96.

García Pelayo, Ramón y Gross. Pequeño Larousse Ilustrado Madrid: 1993. 1663 p.

El color en la publicidad y artes gráficas. Tercera Edición. Barcelona: LEDA, 1978.

Bonta, Patricio. Fatber, Mario. 199 preguntas sobre marketing y publicidad. Colombia: Norma, 1994. 115 p.

Interiano, Carlos. Semiología y comunicación. Cuarta edición. Guatemala: 1995.



Bibliografía y Fuentes Consultadas



Segura M, Ana Ligia. Documentos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

- www.psicologiapopular.com/ninez
- www.fortunecity.com
- www.mundonotarial.com
- www.seguosfarmers.com
- www.psicologiaonline.com/infantil/maltrato.shtml
- Wolock y Horowitz, 1984
- Hilson y Kuiper, 1994
- Larrance, 1983
- Crittender, 1993
- Polansky, 1985
- www.monografias.com
- La Enciclopedia Libre (2005). Enseñanza (En red) Disponible en:
<http://www.es.wikipedia.org/wiki/enseñanza>
- La Enciclopedia Libre (2005). Dibujo (En red) Disponible en:
<http://www.es.wikipedia.org/wiki/dibujo>
- La Enciclopedia Libre (2005). Historieta (En red) Disponible en:
<http://www.es.wikipedia.org/wiki/historieta>
- www.wolkoweb.com
- www.wolkoweb.com.ar/catedra/index
- www.ctisa.com/diccionario.htm
- www.emocionol.com/interactividad
- www.artedinamico.com





Glosario

Amistad

Afecto o cariño entre las personas. Afinidad, conexión.

Amor

Sentimiento que inclina el ánimo hacia lo que le place. Sentimiento apasionado hacia otra persona del sexo opuesto.

Arte

Arte es un dibujo que puede ser letras (diseño especial), una ilustración simple en colores o blanco y negro (viñeta) o con detalles fotográficos (hiperrealista).

Campaña publicitaria

Es un esfuerzo publicitario compuesto de más de una pieza o más de un medio.

Comunicación

Es poner en contacto al emisor del mensaje con el receptor del mensaje. La posibilidad de comunicar es una característica de la buena publicidad.

Comunicación efectiva

Se produce cuando los objetivos de comunicación prefijados por el emisor han llegado comprobadamente al receptor.

Concepto creativo

Es una idea general de la cual se van a extraer otras ideas para el desarrollo de una campaña.





Glosario

Creatividad

La acepción más común es utilizarla como sinónimo de originalidad. Un mensaje publicitario diferente de otros es "creativo".

Criar

Producir algo. Nutrir la madre o la nodriza al niño. Alimentar y cuidar.

Felicidad

Placer, satisfacción, gusto grande.

Golpe

Choque violento de dos cuerpos. Coscorrón. Agravio o hecho que consuma la desgracia o la ruina en uno.

Grito

Voz muy alta y esforzada. Palabras pronunciadas gritando.

Slogan

El concepto de la marca muchas veces está sintetizado en una frase que lo representa. Así como el logotipo o isotipo constituyen la síntesis gráfica de una marca, el slogan es su símil literario.

Indefenso

Que no tiene defensa.

Insulto

Ultraje. Acometimiento, agresión.





Glosario

Muestra

Es una pequeña parte que representa al grupo entero o universo de particularidades que el investigador desea estudiar y a partir de las cuales plantea generalizaciones.

Pedagogía

Arte de instruir o educar al niño.

Pieza individual

Se trata de una sola pieza publicitaria tomada de forma aislada, sea ésta única o constituya una pieza de una campaña.

Proceso creativo

Es la serie de actividades que se realizan en busca de solucionar un problema creativo.

Respeto

Veneración, reverencia. Manifestaciones de cortesía. Ser dueño de sus acciones.

Segmentación

Proceso por medio del cual se divide en porciones menores de acuerdo con una determinada característica, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes.

Sexualidad

Conjunto de los caracteres especiales, externos o internos, que presentan las personas y que están determinados por el sexo.





Glosario

Susto

Impresión repentina de miedo. Preocupación vehemente.

Unidad de campaña

Se denomina así a los comunes denominadores mínimos que permiten reconocer las piezas publicitarias como pertenecientes a una misma familia, sea que esta similitud este dada por razones ideológicas y/o formales.

Valor

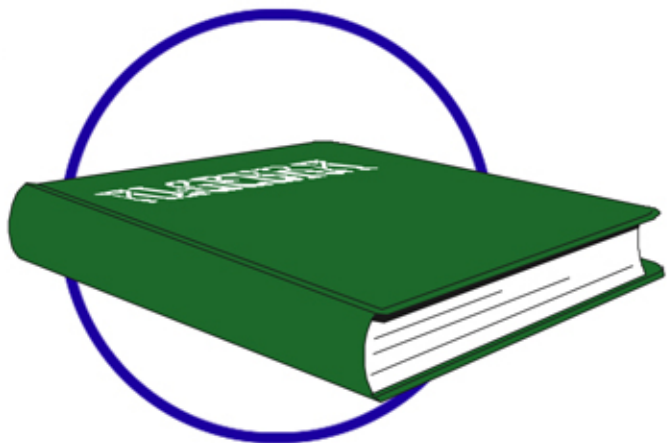
Lo que vale una persona o cosa.



CAMPAÑA PUBLICITARIA EN PREVENCIÓN
DEL MALTRATO INFANTIL

Anexos





Anexos

LISTA DE COTEJO

INDICADORES	SI	NO	COMENTARIOS
1. Pone atención a lo que esta observando			
2. Lee toda la información del material			
3. según sus gestos es atractivo el material			
4. Al tener la historieta en sus manos la lee completa			
5. Le gustan las ilustraciones			
6. Identifica que la playera también pertenece al mismo material			
7. Le llama su atención el poder ver el Cd Interactivo			
8. Existe alguna confusión en la información			
9. Le interesa obtener el material			
10. Muestra agrado al terminar de observar el material			

