



Con tu granito de arena...
...Construyes mi futuro

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Licenciatura de Diseño Gráfico con orientación Publicitaria

Campaña de Divulgación para dar a conocer a la Fundación Margarita Tejada para el Síndrome de Down, proyecto de investigación comunicación, realizado en la ciudad de Guatemala, en el periodo de julio a noviembre del año 2,005

Realizado por:
Irma Verónica López Barrios
Previo a optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico con orientación Publicitaria

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Para el Síndrome de Down



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico
Licenciatura en Diseño G. con especialización en Publicidad

CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN PARA DAR A CONOCER A LA FUNDACIÓN MARGARITA TEJADA PARA EL SÍNDROME DE DOWN.

Irma Verónica López Barrios

Carné: 199521332

Previo a optar el título de Licenciada de Diseño Gráfico con especialización en publicidad
realizado en la ciudad de Guatemala, julio a noviembre del año 2005

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena...
...construyes mi futuro

**CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN PARA DAR A CONOCER A LA
FUNDACIÓN MARGARITA TEJADA PARA EL SÍNDROME DE DOWN.**

Proyecto realizado en la ciudad de Guatemala, de julio a noviembre del año 2005

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena...

...construyes mi futuro

ÍNDICE

Título de proyecto.....	i
Nómina de autoridades.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Presentación.....	v
Introducción.....	vi

Capítulo I

1.1. Antecedentes.....	01
1.2. Problema	02
1.3. Justificación	03
1.4. Objetivo de Diseño	05

Capítulo II

2.1. Perfil del cliente.....	07
2.1.1. Objetivos.....	08
2.1.2. Actividades.....	08

Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena...

...construyes mi futuro

ÍNDICE

2.1.3.	Centro de Capacitación.....	10
2.1.4.	Programa de Intervención Temprana.....	11
2.1.5.	Obtención de fondos para operar.....	13
2.1.6.	Grupo Objetivo de la Fundación	13
2.1.7.	Necesidades de Comunicación Gráfica de la fundación.....	16
2.2.	Grupo Objetivo de la Campaña.....	16

Capítulo III

3.1.	Conceptos básicos del tema	18
3.1.1.	Qué es el Síndrome de Down	20
3.2.	Conceptos Básicos de Diseño	27
3.2.1.	Campaña.....	27
3.2.2.	Campaña Publicitaria.....	27
3.2.3.	Análisis de Campaña.....	27
3.2.4.	La Publicidad	29
3.2.5.	Caracterizaciones de la Publicidad.....	29
3.2.6.	Brief.....	29
3.2.7.	Eslogan.....	30
3.2.8.	Medios de Comunicación escrita.....	31

F u n d a c i ó n

Margarita Tepala



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

ÍNDICE

3.2.9.	Medios de Comunicación Audio Visual.....	37
3.2.10.	Diagramación.....	40
3.2.11.	Tipografía.....	41
3.2.12.	Ilustración.....	44
3.2.13.	Color.....	49

Capítulo IV

4.1.	Concepto Creativo	57
4.1.1.	Base del cocepto Comunicacional.....	57
4.1.2.	Concepto Central de campaña y Fundamentación.....	57
4.2.	Proceso de bocetaje.....	59
4.2.1.	Código de Diseño.....	59
4.2.2.	Pre-boceto	64
4.2.3.	Boceto	74
4.2.4.	Boceto Final a Validar.....	84

Capítulo V

5.1.	Validación de las piezas.....	97
------	-------------------------------	----

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

ÍNDICE

5.1.4.	Perfil del Informante.....	102
5.1.5.	Procedimientos para la comprobación de la eficacia de las piezas.....	103
5.1.6.	Gráficas de los resultados de la encuesta realizada para la validación.....	104
5.1.7.	Análisis e Interpretación de resultados.....	112
5.2.	Propuesta gráfica final con su fundamentación.....	113
5.2.2.	Elementos de diseño.....	114
5.2.3.	Arte final.....	119
	Conclusiones.....	140
	Lineamientos para la puesta en práctica.....	138
	Lineamientos para la reproducción.....	145
	Bibliografía y fuentes consultadas.....	149
	Glosario.....	152
	Anexos.....	157

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

NÓMINA DE AUTORIDADES

Junta Directiva de Facultad de Arquitectura

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Arq. Jorge Arturo González Peñate

Arq. Raul Estuardo Monterroso Juárez

Arq. Jorge Escobar Ortíz

Br. José Manuel Barrios Recinos

Br. Herbert Manuel Santizo Rodaz

Arq. Alejandro Muñoz Calderón Secretario

Decano

Vocal I

Vocal II

Vocal III

Vocal IV

Vocal V

Terna Sinodal

Arq. Brenda Penados

Arq. Salvador Gálvez

Lic. Estuardo Samayoa

Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de graduación

Hoy, he alcanzado una meta más, gracias a Dios todo poderoso, por haberme permitido concluir esta etapa de mi vida.

A: mis padres, por subirse a mi barco y creer en mí, que con su esfuerzo y apoyo en cada momento, fue posible llegar hasta donde estoy, gracias por estar ahí, los amo. Dios los bendiga.

A: mi abuelo Carmen Margarito Barrios Ruiz, que en paz descansa su alma, a él le dedico este momento tan especial en mi vida.

A: mis hermanos: Ilsa Marina de Cabello, Noé Haroldo López Barrios, Gladys de Ramírez, Erick Rufino López Barrios, por su apoyo, consejos y, por su amor incondicional, gracias. Dios los bendiga, en especial a Ilsa Marina, por creer en mí, por brindarme esa mano amiga que siempre tengo cuando la necesito.

A: mis cuñados: Salomón Cabello, Evelin Velásquez, Wagner Ramírez, Victoria de López, por creer en mí.

Dios los bendiga.

A: mis sobrinos por ser mi inspiración a seguir adelante y poderles dar un buen ejemplo, los amo. Dios los bendiga.

A: mi tía Birginia Barrios de Santos por sus sabios consejos. Dios la bendiga.

A: mis primos por su apoyo incondicional, en especial Rosmery Santos, por creer en mi. Dios los bendiga.

A: mis mejores amigos: Wendy Aguilar, Rosario de la Cruz, Axel Barrios, Ernesto Toje, Angelita Carrera. Gracias por estar con migo en los momentos más difíciles de mi vida. Dios los colme de bendiciones

A: la Universidad de San Carlos de Guatemala, por abrirme sus puertas para lograr mi visión.

A: la Facultad de Arquitectura, por forjarme en el camino del desarrollo y aprendizaje para ser una profesional.

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

AGRADECIMIENTOS

A tí **Dios**, por darme la sabiduría, entendimiento y, esa fuerza de voluntad para concluir esta etapa. Sin ti no estaría hasta donde estoy. Gracias Señor por tu amor y bondad. Te busqué mucho más en los días de mi angustia. Gracias por fortalecer mi fe en tu gran poder. Gracias por ser mi guía, mi luz y mi camino.

¡Oh mi Dios! lléname con tu gracia para que todo el conocimiento que he alcanzado en esta profesión sea para honrarte en todas las cosas que realice hoy y siempre.

F u n d a c i ó n

Margarita Tepaka



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

PRESENTACIÓN

La Fundación Margarita Tejada es una institución que brinda capacitación a las personas con Síndrome de Down, la Fundación no cuenta con apoyo gráfico, por lo tanto no cuenta con material publicitario para darse a conocer; siendo éste un problema, se sugirió una Campaña de Divulgación para dar a conocer las actividades que realiza.

Por medio de esta Campaña de Divulgación se alcanzará al grupo objetivo con el fin de concienciar a la población, que las personas con este Síndrome no son personas enfermas ni extrañas sólo tienen una condición distinta a los demás, ellos pueden llegar a realizarse si se les brinda la oportunidad de recibir rehabilitación temprana.

Este proyecto está realizado con el propósito de cubrir las necesidades que ellos presentan

y, así, captar el interés de nuevos padrinos.

Considero que por medio de esta Campaña de Divulgación, lograremos que personas profesionales, empresarias, sientan el interés de formar parte de la Fundación por medio de donaciones, que servirán para darle capacitación y rehabilitación a personas especiales.

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

INTRODUCCIÓN

Al profundizar las necesidades de la Fundación, me brinda la oportunidad de transmitir el concepto de divulgación a la sociedad, esperando que el presente proyecto logre las expectativas de los dirigentes de la Fundación

Con la creación del presente proyecto se pretende divulgar quién es la Fundación Margarita Tejada, a qué se dedica y qué es el Síndrome de Down.

Para el desarrollo del proyecto se realizaron cinco capítulos, donde se muestra la temática investigatoria del proceso de investigación de lo general a lo específico, con la finalidad de encontrar la solución a la problemática planteada.

En el primer capítulo, se investigó la información general de la Fundación Margarita Tejada, y de las actividades que conforman la Fundación y el análisis de una mejor propuesta para el problema planteado.

En el segundo capítulo, se muestra la investigación de la información general sobre la Fundación Margarita Tejada problema planteado a través de los objetivos.

En el tercer capítulo, se muestra la conceptualización indagada sobre la temática expuesta en el planteamiento del problema, con la finalidad de adquirir mayor conocimiento sobre el mismo y poder buscar una solución eficaz.

En el cuarto capítulo, se realizó un análisis de las piezas gráficas para la solución del problema de investigación. Este análisis partió de la creación de pre-bocetos, bocetos y artes finales y su diagramación.

En el quinto capítulo, se comprobó la eficacia de las piezas de diseño a través de la técnica de evaluación y la encuesta, las cuales permitieron obtener información cualitativa y cuantitativa sobre la validación de las piezas por parte del grupo objetivo.

Por medio de los resultados obtenidos en la validación de las piezas gráficas, se puede comprobar que el uso y la divulgación de las piezas gráficas propuestas en esta campaña, la Fundación logrará cubrir sus necesidades.

Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena...
...construyes mi futuro

Capítulo 1

F u n d a c i ó n

Margarita Tepala



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Capítulo 1

1.1. Antecedentes

Se nos informó de la existencia de la Fundación Margarita Tejada la cual tiene como finalidad ayudar a las personas que padecen Síndrome de Down a integrarse a la sociedad en un ámbito laboral, social, cultural, moral y educativo.

Durante nuestra visita a la Fundación se nos informó de la carencia de material gráfico.

Actualmente, la Fundación no cuenta con un financiamiento privado o público que le ayude a sustentar económicamente las labores educativas que realizan, pero cuentan con la ayuda de algunas empresas privadas para invertir en material gráfico que les ayuda a difundir

cada uno de los mensajes sociales, morales y económicos que deseen transmitir a la población guatemalteca sobre la Fundación y las personas que cuentan con la condición de Down para poder divulgar sus servicios y actividades.

El contar con apoyo de diseño gráfico será de mucha utilidad, ya que se necesita de la creación de piezas gráficas que le permitan a la fundación darse a conocer a toda la población en general.

Muchas entidades privadas y del gobierno no saben de la existencia de la Fundación Margarita Tejada, y, de la ayuda que presta a todas las personas que cuentan con el Síndrome de Down y el apoyo a sus familiares.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

1.2. Problema

La Fundación Margarita Tejada es la primera en Guatemala en dar ayuda a las personas con Síndrome de Down, no importando la clase social de las personas que se encuentran en esa situación.

La fundación prepara a los niños, jóvenes y adultos para que ellos tengan una calidad de vida y sean integrados a la sociedad y con los mismos derechos que los demás.

Sin embargo, actualmente, no están enterados sobre que es el Síndrome de Dow, cómo actuar ante esta situación y qué medidas tomar ante el desarrollo de esa condición, por lo que es importante que la población en general este enterada que existe un lugar a donde ellos puedan acudir para obtener ayuda para darles rehabilitación

a sus familiares.

La importancia del problema radica en que la fundación Margarita Tejada tiene programas de ayuda humanitaria, que se dirige a la población y que presenta Síndrome de Down, pero, aún no han podido llegar a un gran porcentaje de su grupo objetivo, por la falta de comunicación gráfica.

Partiendo de esta necesidad se presenta la propuesta a desarrollar, **CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN PARA DAR A CONOCER A LA FUNDACIÓN MARGARITA TEJADA PARA SÍNSROME DE DOWN.** Proyecto de investigación comunicación realizado en la ciudad de Guatemala, en período de julio a noviembre del año 2005.

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Magnitud

En uno de cada 600 nacimientos existe un bebé con Síndrome de Down. Las personas con Síndrome de Down tienen más similitud que diferencias con las personas de desarrollo regular.

Cerca del 80% de los niños con síndrome de Down nacen de madres menores de 35 años. Cerca de uno de cada 400 bebés nacidos de madres mayores de 35 años, tienen el Síndrome de Down

1.3.2 Trascendencia

Es necesario que los padres, familiares, encargados ó amigos de una persona que cuente con esa condición Down, busquen ayuda durante los primeros

años de vida del mismo ya que una terapia temprana a partir de 15 días de nacido, puede ayudarlos a mejorar su calidad de vida y un mejor desarrollo ante la sociedad.

Actualmente, existen muchas personas con el Síndrome de Down, que por no haber contado con un cuidado adecuado en los primeros años de vida su desarrollo de aprendizaje y desplazamiento psicomotriz ha sido más lento y dificultoso.

Es necesario informarle a la población guatemalteca que un niño merece cuidados especiales e intensivos, para poderse desarrollar en forma natural, y, dentro de la Fundación Margarita Tejada pueden encontrar esta ayuda y orientación.

La misma les ayuda a cuidar en forma adecuada y correcta a sus familiares



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

con Síndrome de Down y, a la vez, les informa sobre dicho Síndrome, sus características, etc.

Los tratamientos dependen del grado de retraso y de los problemas relacionados. Los defectos cardiacos, por ejemplo, requieren una corrección quirúrgica.

Los niños con Síndrome de Down, más allá de los problemas físicos, el niño requiere ser criado de forma especial.

Muchos padres encuentran que es fácil proveer esto, por ello los niños con síndrome de Down y otros retrasos tienden a ser calmados y tratables cuando son jóvenes.

Por lo que es necesario concienciar a la población en general a cuidar y valorar a las personas que nacen con

este transtorno genético.

1.3.3 Vulnerabilidad

La Fundación Margarita Tejada desea mostrar a la sociedad la riqueza oculta de las personas con Síndrome de Down, que son sin duda superdotados del corazón.

Por ello, el diseño gráfico será valioso para este proyecto, pues, al lograr que la población en general se entere de quién es la Fundación Margarita Tejada y de las actividades que la misma realiza, se podrá prestar más ayuda.

A través del diseño gráfico la Fundación podrá divulgar en forma gráfica y visual, la ayuda que brinda a los guatemaltecos que nacen con el Síndrome de Down, las necesidades y cualidades con las que cuenta esta población; y, a la vez, podrá motivar a la sociedad guatemalteca



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

a participar y contribuir con el cuidado y mejora de la Fundación y las personas que acuden a ella, a través del apadrinamiento de una persona que padezca este Síndrome. Esto con la finalidad de brindarles un mejor desarrollo en la sociedad.

1.3.4 Factibilidad

La ayuda que brinda la fundación actualmente es de 670 familias, entre ellos se encuentran niños que viven en el interior del país.

Para la realización, divulgación y publicación del material gráfico que se plantea en este proyecto se cuenta con personas empresarias que apadrinan a la Fundación.

1.4. OBJETIVO DE DISEÑO

1.4.1. Objetivos generales

Contribuir con la Fundación Margarita Tejada, aportando los conocimientos de diseño gráfico, para dar a conocer dicha institución por medio de trazos estratégicos, en donde se utilice el material gráfico en una campaña de divulgación de la Fundación.

1.4.2. Objetivos específicos

Concienciar a la sociedad, que las personas especiales con Síndrome de Down son personas que por diversas razones tienen alguna discapacidad, por lo tanto, ellos también tienen los mismos derechos a la educación y preparación para llegar a ser auto-suficientes, convirtiéndose en personas útiles y, así mismo integrarse a la



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

sociedad.

Lograr por medio de esta campaña de divulgación que los sueños de las personas con Síndrome de Down se hagan realidad, obteniendo ayuda económica de diferentes instituciones, que permita más centros de capacitación y cubrir con las necesidades que ellos presentan.



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda

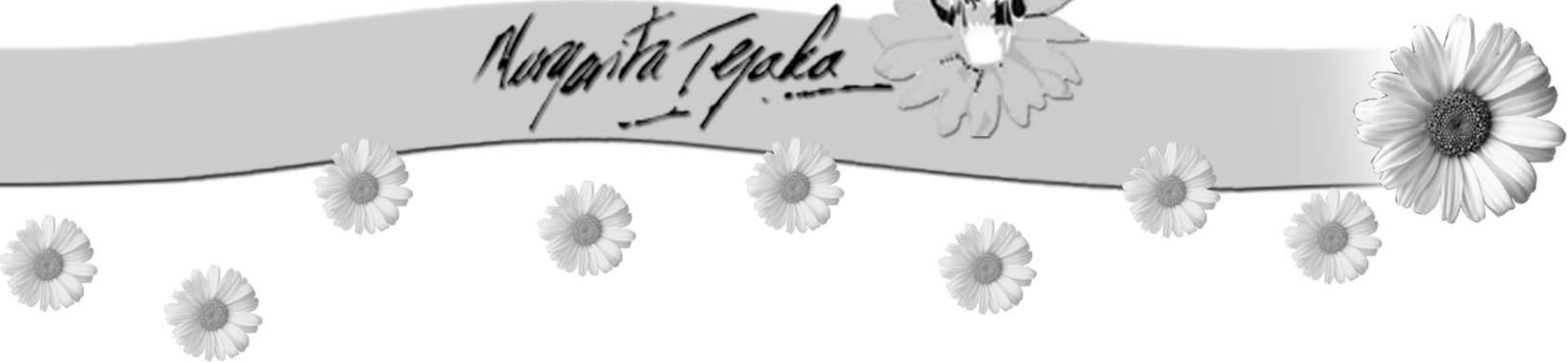


Con tu granito de arena...
...construyes mi futuro

Capítulo 2

Fundación

Margarita Tepala



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Capítulo 2.

2.1 PERFIL DEL CLIENTE

La Fundación Margarita Tejada para Síndrome de Down es una entidad no lucrativa, que nació en 1998 de la inquietud de un grupo de madres y profesionales ante la necesidad de proveer a las personas con Síndrome de Down una mejor calidad de vida a través de las áreas de salud, educación y desarrollo social.

¿Qué se ha logrado con las jóvenes y adultos, en tres años de trabajo en el centro de capacitación?

- Que puedan optar a una mejor vida productiva, despertando todas sus habilidades desarrollando su autonomía e independencia.

- Desarrollo de destrezas básicas de aprendizaje.

- Sensibilización y aceptación de la sociedad

Cuenta con un centro de capacitación y programas de actividades que se proyectan a la población para recaudar fondos. Entre ellos están:

- Pintando sueños con el corazón (exposición de pintura infantil)
- Cenas de gala
- Calendarios (Rostros bellos con fotografías de personas con Síndrome de Down).
- Bingos
- Sticker de la Margarita
- Obras de teatro.

Algunas de las actividades antes mencionadas se han podido llevar a cabo gracias a personas e instituciones que han colaborado con el patrocinio de las mismas ó autofinanciamiento de los padres de familia.

Misión

Mejorar la calidad de vida integral de las personas con Síndrome de Down y sus



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

familias a través de programas educativos y de soporte social, que promuevan la sensibilización y aceptación de estas personas en la sociedad.

Valores de la institución

La fundación fomenta los valores educativos, por medio de personas capacitadas para darles una mejor preparación, y formación a las niñas y jóvenes adultas con Síndrome de Down.

Las personas que se encargan en la preparación y, educación de los niños Síndrome, esta conformada por, mujeres jóvenes y señoritas que trabajan con la visión de que las personas con Síndrome de Down sean personas útiles como cualquier otra, y, puedan realizarse en cualquier área de trabajo en la sociedad.

2.1.1. Objetivos

2.1.1.1. Formar, preparar, capacitar y

desarrollar a personas con Síndrome de Down en diversos campos con el fin de lograr su superación y auto desarrollo de una manera independiente, productiva y sostenible.

2.1.1.2. Ofrecer capacitación y educación a padres de familia y profesionales involucrados en esta causa.

2.1.1.3. Concienciar a la sociedad para la integración de estas personas especiales, mediante programas de comunicación.

2.1.2. ACTIVIDADES

Actualmente, Fundación Margarita Tejada ofrece sus servicios a 760 familias, en su mayoría, de escasos recursos en las áreas de salud, social y educativa.

Salud
Clínicas médicas
Psicomotrices
Terapias

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Terapias de lenguaje.

Social

Aprendizaje de oficios
Agrícolas
Jardinería
Cocina
Talleres artesanales

Educativas

Aprendizaje matemático, social y moral
Asesoría Psicológica, educación
Psicomotriz.
Terapia de ejercicios y natación.

2.1.2.1. Programa de apoyo y servicios que brinda a padres de familia

- Reciben a todos los padres de familia de niños con síndrome de Down.
- Orientan para que asistan a los niños lo más pronto posible.

• Servicio de médico pediátrico evaluador de cada niño y se le da atención, periódicamente.

• Se refiere a los niños que no cuentan con un programa de intervención temprana o una clínica de terapia donde son asistidos por especialistas, quienes evalúan de forma individual a cada niño y se le diseña un programa para que los padres apliquen en el hogar.

Hay seguimiento semanal o quincenal de este programa.

- Dos veces al mes se tiene la reunión de apoyo padres a padres.
- Sesiones, conferencias o charlas ocasionales impartidas por profesionales.
- Conferencias y charlas mensuales.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

- Grupos de apoyo de “Padres a padres”
- Talleres a padres y familias.
- Apoyo Psicológico a padres.
- Visitas de apoyo a Hospitales, a padres de recién nacidos con Síndrome de Down
- Orientación y divulgación sobre el Síndrome de Down.

Tienen programas de voluntariado para que las personas que deseen colaborar con la fundación puedan hacerlo.

2.1.2.2. AMIGOS DE LA FUNDACIÓN

Está formado por un grupo de jóvenes, adultos y profesionales que brindan apoyo incondicional a las diversas actividades que se realizan para la recolección de fondos.

2.1.2.3. APADRINEMOS UNA

MARGARITA

Consiste en aportes económicos que son destinados para becas, servicios médicos y evaluaciones psicológicas para personas con síndrome de Down de escasos recursos.

2.1.2.4. MANOS A LA OBRA

Consiste en ofrecer su tiempo y energía para ayudar al montaje de eventos y ventas para las actividades de recaudación de fondos.

2.1.3. CENTRO DE CAPACITACIÓN

2.1.3.1. Actualmente, imparten capacitación a 60 jóvenes y adultos con Síndrome de Down de 14 a 50 años de edad en:

- Lenguaje
- Percepción
- Psicomotricidad

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

- Matemática
- Lectura
- Escritura
- Educación Sexual
- Sociabilización
- Autonomía personal y conocimiento del medio

2.1.3.2. Se imparten talleres donde se les enseñan diversos oficios

Cocina, Repostería y Panadería
Artesanías (elaboración de velas, collares)
Cerámica

Horticultura y Agricultura

Se imparten talleres de Tae-kwon Do con el apoyo de la Federación Nacional de Tae-kwon Do, fútbol y gimnasia con apoyo del personal de Olimpiadas Especiales

2.1.4. PROGRAMA DE INTERVENCIÓN TEMPRANA

Los módulos de terapia, hidroterapia y escuela para padres. En éstos se atienden niños desde 15 días hasta 7 años de edad con terapias de intervención temprana, terapias del habla y terapias físicas.

Para el programa de hidroterapia se cuenta con profesionales que imparten programas de ejercicios que aumentan la tonicidad de los bebés y niños con Síndrome de Down.

La piscina es utilizada por los estudiantes del Centro de Capacitación, para clases de natación y contamos con el apoyo de Olimpiadas Especiales.



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

2.1.4.1. Programas de Consultoría a padres de familia

- Orientación en temas como crecimiento, educación, manejo de conducta, desarrollo emocional y físico, etc.
- Reuniones de apoyo a padres.
- Evaluación de los niños para ver su desarrollo psicomotor.
- Exámenes médicos específicos a bajo costo con médicos especialistas.

2.1.4.2. Cursos de intervención temprana a bebés y niños de 0 a 1 año

Curso de Intervención temprana a bebés de 0 a 1 año: asisten dos veces por semana con la madre. Se les brinda

información y el programa para realizar en el hogar. Se trabajan las áreas de Lenguaje, Motricidad gruesa y fina, Desarrollo visual, auditivo y táctil.

2.1.4.3. Curso de intervención temprana a preescolares

Asisten tres veces por semana y reciben intervención en las áreas de Lenguaje, Motricidad gruesa y fina, Desarrollo cognitivo y Desarrollo personal social.

2.1.4.4. Educación a distancia

Los niños del interior del país o que no puedan asistir regularmente, pueden acercarse a la Fundación una o dos veces al mes a recibir terapia individual y a obtener los planes de tratamiento para seguir en el hogar.

Fundación

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

2.1.5. Cómo obtenemos fondos para operar

- Programa “Apadrinemos una Margarita”
- Donaciones de empresas amigas y personas particulares
- Bazares
- Obras de teatro
- Exposiciones de pintura
- Carrera anual de las Margaritas
- Pintando sueños con el corazón (Exposición de pintura infantil)
- Cenas de gala
- Calendario (Rostros bellos con fotografías de personas con Síndrome de Down).
- Bingos

2.1.6. GRUPO OBJETIVO DE LA FUNDACIÓN

Su grupo objetivo está dividido en primario y secundario.

2.1.6.1. Grupo objetivo primario niños y adultos con síndrome de Down

Características de grupo Objetivo:

Perfil Psicográfico:

Personas de 1 mes hasta la tercera edad

Siendo todas las personas con Síndrome de Down merecedoras de oportunidades para desarrollarse integralmente en diversos campos técnicos y áreas de especialización.

El Centro de Capacitación Técnico y Vocacional de la Fundación Margarita Tejada, se propone capacitar a jóvenes con Síndrome de Down, a partir de 1 mes de nacido en adelante, para ser miembros activos dentro de su sociedad.

- Nivel socioeconómico, alto, medio y bajo
- Habitantes de la ciudad capital, áreas



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

cercanas a la capital.

- De sexo masculino y femenino
- Cuentan con 47 cromosomas en cada célula
- Tienen la cabeza un poquito más pequeña y levemente aplanada en la parte de atrás.
- Su cabello es generalmente lacio y sedoso.
- Poseen ojos rasgados
- Tienen orejas más pequeñas y colocadas más debajo de lo normal y el borde superior de la oreja está doblado.
- A menudo su boca se mantiene abierta con la lengua un poquito hacia fuera

porque el interior de la boca es más pequeño.

- Su cuello parece ser más corto.
- Generalmente hay un espacio ancho entre el primero y segundo dedo del pie.
- Tienen una línea recta que atraviesa de un extremo al otro de la palma de la mano.

2.1.6.2. Grupo objetivo secundario

Padres y familiares de niños y adultos con Síndrome de Down.

Perfil Psicográfico

- Personas mayores de edad
- Responsables de la vida de los suyos
- Nivel socioeconómico, alto, medio y bajo
- Habitantes de la ciudad capital
- De sexo masculino y femenino

Fundación

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

•Cuentan con 46 cromosomas en cada célula, (estado normal)

Perfil Psicológico

- Padres y familiares con un integrante familiar con síndrome de Down.
- Personas necesitadas de una orientación psicológica, moral y espiritual.
- Deseosos de aprender a convivir con personas especiales.
- Carentes de información sobre él con síndrome de Down.
- Deseosos de alcanzar la superación personal y de su familiar con síndrome de Down.

Donde Compran

Los padres de familia de un niño con Síndrome de Down llevan una vida normal salen a comprar a lugares populares y no populares.

Qué compran: objetos especiales para su desarrollo

Qué prefieren: los padres de los niños con síndrome de Down prefieren que su niño sea tratado como un niño normal y sea aceptado en la sociedad, asimismo, que pueda desarrollarse en cualquier área de trabajo.



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

2.1.7. Necesidades de comunicación gráfica de la Fundación

La Fundación Margarita Tejada no cuenta con material gráfico, que le sirva para darse a conocer y divulgar las actividades que realizan.

Analizando el planteamiento del problema, se sugirió una Campaña de divulgación consistente en hacer material informativo entre ellos.

Trifoliar, unifoliar, afiche, anuncios de prensa, muppi, separador calendario, volantes, esto será de mucha ayuda para que la Fundación se de a conocer.

Este proyecto beneficiará a la Fundación y a los que forman parte de ella, ya que con este proyecto podrán encontrar la solución al plantamiento del problema.

2.2. GRUPO OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

Características del grupo objetivo

Perfil demográfico

- Personas mayores de edad.
- De sexo masculino y femenino.
- Estado civil solteros y casados.
- Nivel socioeconómico medio y alto.

La campaña de divulgación para la fundación va dirigida a la población en general, aproximadamente el 55% son personas adultas y el 45% jóvenes adultos y personas de tercera edad.

Edad: se realizó una estadística de las edades de todas las personas que son receptoras a la campaña de divulgación. El 20% son personas comprendidas entre los 18 y 20 años; el 80% personas

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

mayores de 24, aquí entran las edades de 26 a 80 años.

Perfil Geográfico

- Habitantes de las diferentes zonas de la ciudad capital, zonas aledañas y municipios cercanos a la ciudad capital.

Nivel de educación

La mayoría de receptores son personas con estudios Universitarios, y, otros ya profesionales, empresarios; la mayoría, personas que tienen empresas privadas y otros ejercen una profesión.

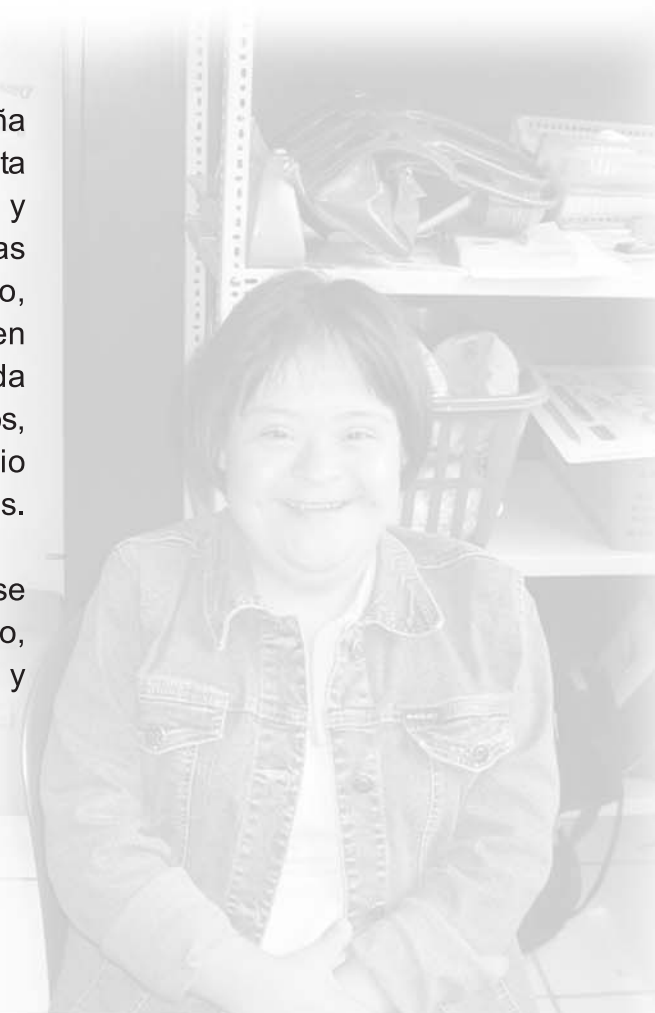
Perfil Psicográfico

- Personas emprendedoras
- Nobles, dispuestos ayudar al prójimo
- Sociables, colaboradoras
- Personas profesionales, con puestos

gerenciales.

Las personas receptoras de la campaña de divulgación para la Fundación Margarita Tejada, suelen tener entretenimientos y hábitos de consumo, algunas personas les gusta asistir a ver obras de teatro, algunas practicar deporte, otras tienen el buen gusto de la lectura, en su vida social les gusta salir a lugares recreativos, les gusta asistir a cenas de beneficio social, les gusta jugar bingo, entre otros.

De la observancia del grupo objetivo se concluye, que poseen un léxico amplio, también son personas templadas y racionales, así como sencillas.



Con tu granito de arena...
...construyes mi futuro

Capítulo 3

Fundación

Margarita Tepala



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

3.1. CONCEPTOS BÁSICOS DEL TEMA

¿Cómo se forma el Síndrome de Down?

“Un **síndrome** significa la existencia de un conjunto de síntomas que definen o caracterizan a una determinada condición patológica.

El síndrome de Down se llama así porque fue identificado inicialmente el siglo pasado por el médico inglés John Langdon Down.

Sin embargo, fue en 1957 cuando el Dr. Jerome Lejeune descubrió que la razón esencial de que apareciera este síndrome se debía a que los núcleos de las células tenían 47 cromosomas en lugar de los 46 habituales.”
(www.monografías.com)

“Y es que los seres humanos, mujeres y hombres, tenemos **normalmente 46 cromosomas** en el núcleo de cada célula de nuestro organismo. De esos 46 cromosomas, 23 los recibimos en el momento en que fuimos concebidos del espermatozoide (la célula germinal del padre) y 23 del óvulo (la célula germinal de la madre).

De esos 46 cromosomas, **44** son denominados **regulares o autosomas** y forman parejas (de la 1 a la 22), y los otros dos constituyen la pareja de cromosomas **sexuales**, llamados XX si el bebé es niña y XY si es varón.

¿Cómo llegan esos 23 pares de cromosomas a nuestro organismo y cómo es posible que puedan llegar a ser 47 en el caso del síndrome de Down?” (www.monografías.com)

Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

“Es importante saber que el **espermatozoide** del hombre y el óvulo de la mujer son células embrionarias o germinales que sólo **tienen la mitad de los cromosomas** de las demás células, es decir, **23**. Por lo tanto, cuando se produce la concepción y el óvulo y el espermatozoide se funden para originar la primera célula del nuevo organismo humano, ésta tiene los 46 cromosomas característicos de la especie humana.” (Pueschel, 1997: 110)

“A partir de esa primera célula y por sucesivas divisiones celulares se irán formando los millones de células que conforman los diversos órganos de nuestro cuerpo. Eso significa que, al dividirse las células, también lo hace cada uno de los 46 cromosomas, de modo que cada célula sigue poseyendo esos 46 cromosomas. Conviene recordar aquí que la importancia del cromosoma reside en su contenido, es

decir, los genes que dentro de él residen. Porque son los genes los que van a dirigir el desarrollo y la vida entera de la célula en la que se albergan.

Qué ha ocurrido en el bebé que presenta síndrome de Down y que, por tanto, tiene 47 cromosomas en lugar de 46? Ha ocurrido que, por un error de la naturaleza, el óvulo femenino o el espermatozoide masculino aporta 24 cromosomas en lugar de 23 que, unidos a los 23 de la otra célula germinal, suman 47. Y ese cromosoma de más (extra) pertenece a la pareja nº 21 de los cromosomas.

De esta manera, el padre o la madre aportan 2 cromosomas 21 que, sumados al cromosoma 21 del cónyuge, resultan 3 cromosomas del par 21. Por eso, esta situación anómala se denomina trisomía 21, término que se utiliza también con frecuencia para denominar al síndrome.



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Los últimos estudios señalan que en el 10 a 15 % de los casos el cromosoma 21 extra es aportado por el espermatozoide y en el 85-90 % de los casos por el óvulo.

Por consiguiente, la alteración aparece antes de la concepción, cuando se están formando los óvulos y los espermatozoides.

Los óvulos se forman cuando la futura mujer es todavía un feto y está en el vientre de la madre.

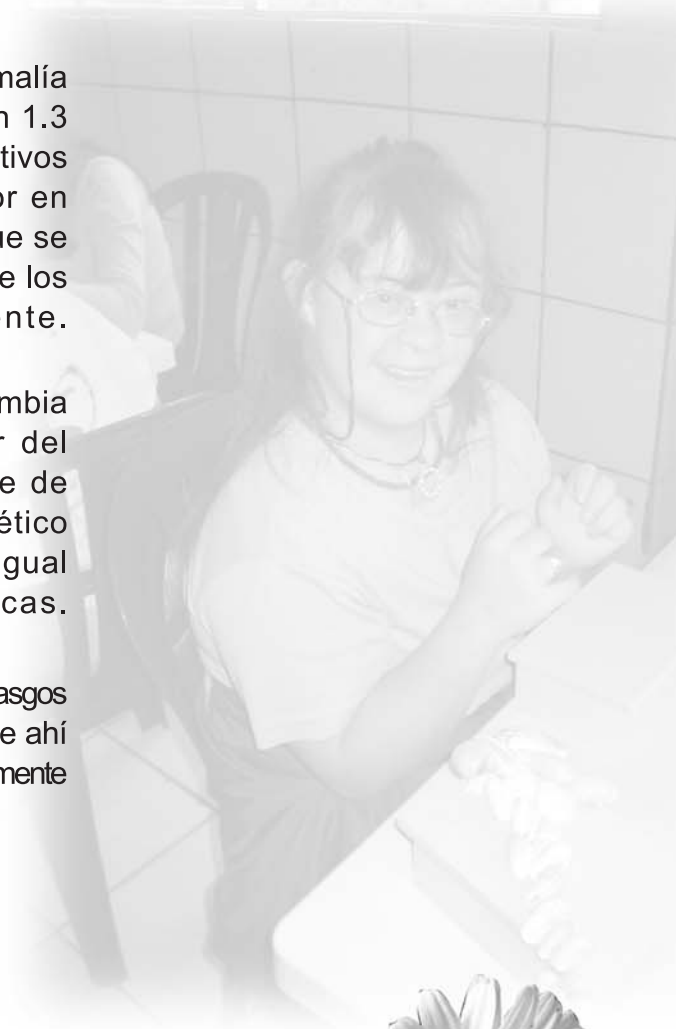
Por este motivo no debe haber ningún sentimiento de culpabilidad, ya que la alteración no guarda relación alguna con lo que los padres hicieron o dejaron de hacer durante el período del embarazo. (Pueschel, 1997: 110)

3.1.1 . QUÉ ES SÍNDROME DE DOWN

“El síndrome de Down es una anomalía en los cromosomas que ocurre en 1.3 de cada 1000 nacimientos. Por motivos que aún se desconocen, un error en el desarrollo de la célula lleva a que se formen 47 cromosomas en lugar de los 46 que se forman comúnmente.

El material genético en exceso cambia levemente el desarrollo regular del cuerpo y el cerebro. El síndrome de Down es un grave trastorno genético que ocasiona retraso mental al igual que ciertas deformidades físicas.

En este síndrome, la cara tiene algunos rasgos semejantes a los grupos mongoles, de ahí que en el pasado se le llamara, incorrectamente mongolismo.”(www.monografias.com)



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

“Lesión cerebral o bajo cociente intelectual puede variar entre leve y moderado, con un IQ de 50 como promedio. Cerca de la tercera parte de quienes nacen con síndrome de Down, tienen graves defectos cardíacos, lo que ocasiona la muerte de muchos. Otros sobreviven gracias a una cirugía correctiva.

Cerca del 80% de los niños con síndrome de Down nacen de madres menores de 35 años. Cerca de uno de cada 400 bebés nacidos de madres mayores de 35 años, tienen el Síndrome de Down.

Las personas con Síndrome de Down tienen más similitud que diferencias con las personas de desarrollo regular.

Por otra parte, existe gran variedad en personalidad, estilos de aprendizaje,

inteligencia, apariencia, obediencia, humor, compasión, congenialidad y actitud entre los bebés con Síndrome de Down. Los pasatiempos favoritos varían de un individuo a otro y van desde leer y jardinería hasta el fútbol, la música y mucho más.”
(www.monografias.com)

“Los niños con Síndrome de Down se parecen físicamente más a sus familiares que entre sí; tienen una gama completa de emociones y actitudes; son creativos e imaginativos al jugar y hacer travesuras; y, al crecer llegan a tener una vida independiente necesitando diferentes grados de apoyo y vivienda.

Es casi seguro que al crecer, lo más interesante de su hija o hijo no será el Síndrome de Down.

Recuerde que criar un niño es un



Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

conjunto de dificultades y recompensas inimaginables.

Aprenda a disfrutar los logros más mínimos. No podemos decirle cuán lejos llegará su hijo, pero quizás llegue más allá de lo que usted se imagina.”
(Trifoliar informativo, Margarita Tejada)

3.1.1.1. Tipos de Síndrome de Down

“Hay tres tipos básicos. El bebé tiene Trisomía 21, lo cual quiere decir que tiene material genético extra en el par cromosómico 21, como resultado de una anomalía en la división celular que pudo tener lugar en diversos momentos.

Cerca del 95% de las personas con SD tienen trisomía 21, y, un 4% aproximadamente tienen Translocación y un 1% tiene mosaicismo. En principio, no importa el tipo de SD que

se tenga, el resultado final es el mismo.”
(Trifoliar informativo, Margarita Tejada)

3.1.1.2. Consideraciones

Otros tipos de lesión carebral pueden ser genéticos, ambientales o el resultado de cuidados inadecuados durante la infancia. Los tipos específicos de lesión cerebral son:

- Fenilcetonuria,
- Síndrome alcohólico fetal,
- Accidentes de nacimiento,
- Desnutrición,
- Enfermedades genéticas,
- Trastornos congénitos,
- Abusos o golpes al niño,
- Deficiencias de la tiroides.

Asimismo, hay que mencionar la existencia de pruebas que pueden ser realizadas a las mujeres durante el desarrollo del embarazo para detectar posibles anomalías en el embrión o

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

feto. Así, mediante una amniocentesis, es decir, mediante la toma y estudio una muestra del líquido amniótico, el médico ginecólogo podrá informar a la mujer de si el desarrollo de su futuro hijo está siendo normal o, por el contrario existe alguna anormalidad o anomalía como es el caso del síndrome de Down.” (Trifoliar informativo, Margarita Tejada)

Por otro lado, es importante la concientización de los padres y de la sociedad, de que un niño con síndrome de Down, no es un castigo ni un estigma, es simplemente un trastorno generado por la naturaleza.

Por lo que, estos niños no deben ser enclaustrados, es decir, encerrados, ya que con ello se les priva de las posibilidades de desarrollo (a su nivel) e integración socio-laboral que presenta la sociedad actual a través de cursos

especiales, programas de inserción laboral, etc.

En este mismo sentido, es interesante reflexionar sobre un hecho de especial trascendencia, y, es que también se debe prestar una especial atención a estos niños debido a que por su situación, muchas otras personas pueden tratar y conseguir abusar sexualmente de ellos, especial atención cabría solicitar para las mujeres con síndrome de Down, ya que estas pueden quedar embarazadas.

Bajo cociente intelectual se define como un coeficiente de inteligencia (IQ) tan bajo que no permite que la persona se comporte apropiadamente o se adapte a su entorno.

Para calificar un problema como retraso mental, éste debe ser aparente antes de



F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

los 18 años y la inteligencia, medida con una prueba de IQ, debería estar por debajo de los 70 puntos.

Esto último es más bien arbitrario: algunas personas con un IQ considerablemente menor a 70, pueden adaptarse y funcionar bastante bien, mientras que otras con IQ mayor, no pueden.

En términos generales, los grados de retraso mental se clasifican de este modo:

- Leve: IQ de 50 a 70
 - Moderado: IQ de 35 a 49
 - Severo: IQ de 20 a 34
 - Profundo: IQ menos de 20”
- (www.monografias.com)

3.1.1.3. CAUSAS

“El síndrome de Down es un trastorno genético en el que el niño tiene un cromosoma de más. Tiene tres unidades del cromosoma 21 (trisomía 21) en lugar de los dos normales. Aún se desconoce por qué el bebé tiene este cromosoma extra, y, cómo ello perturba y distorsiona el desarrollo de su estructura y funciones normales.

Sin embargo, será uno de los gametos (óvulo o espermatozoide) el que porte en su contenido cromosómico este error.

Siendo más frecuente la presencia de esta anomalía en el óvulo que en el espermatozoide, de ahí, que a partir de cierta edad (40 - 45 años) se recomienda a las mujeres evitar el embarazo, ya que existen mayores

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

posibilidades de errores de ese tipo. Asimismo, si una mujer de esta edad o mayor, queda embarazada, aunque no haya ningún otro problema, su embarazo es considerado de alto riesgo.” (www.monografias.com)

3.1.1.4. SIGNOS Y SÍNTOMAS

Los principales síntomas son

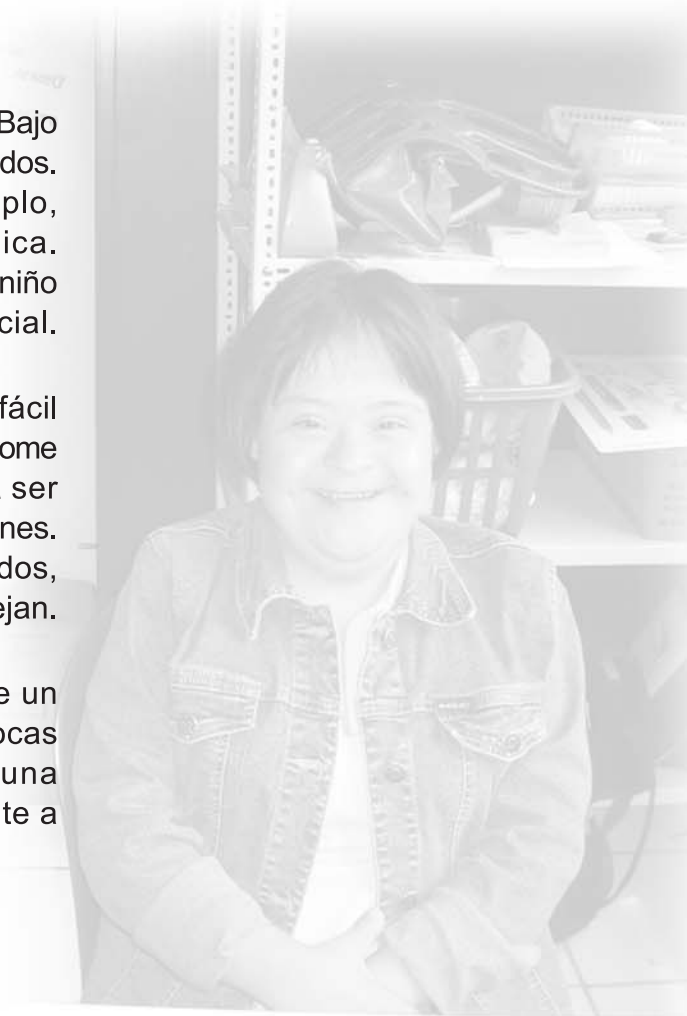
- “Cabeza anormalmente grande, pequeña o deformada
- Ojos, cara u otras partes del cuerpo de aspecto raro
- Manos cortas, anchas, posiblemente con sólo un pliegue en la palma; dedos cortos, posiblemente con una articulación.”
(Trifoliar informativo Margarita Tejada.)

3.1.1.5. TRATAMIENTO

El tratamiento depende del grado de Bajo cociente y de los problemas relacionados. Los defectos cardiacos, por ejemplo, requieren una corrección quirúrgica. Más allá de los problemas físicos, el niño requiere ser criado de forma especial.

Muchos padres encuentran que es fácil proveer esto, ya que los niños con síndrome de Down y otros retrasos tienden a ser calmados y tratables cuando son jóvenes. Por lo general estos niños son plácidos, agradables y rara vez lloran o se quejan.

El mayor triunfo para los padres de un niño con síndrome de Down en épocas recientes ha sido poder darles una educación especial" correspondiente a su grado de inteligencia.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Por definición, un niño con retraso mental no crecerá ni adquirirá el grado de inteligencia de un niño normal. Aún así, muchos pueden aprender a hablar, a vestirse solos, a cuidar sus funciones corporales y a interactuar con los miembros de la familia y con otros niños.”

(Trifoliar informativo Fundación Margarita Tejada.)

3.1.1.6. CARACTERISTICAS DE LAS PERSONAS CON SÍNDROME DE DOWN

“Existe una gran variedad en personalidad, estilos de aprendizaje, inteligencia, apariencia, obediencia, humor, compasión, congenialidad y actitud entre los bebés con Síndrome de Down. Los pasatiempos favoritos varían de un individuo a otro y van desde leer y jardinería hasta el fútbol, la música y mucho más.

Por lo general estos niños son plácidos, agradables y rara vez lloran o se quejan. El mayor triunfo para los padres de un niño con síndrome de Down en épocas recientes ha sido poder darles una "educación especial" correspondiente a su grado de inteligencia.

Los niños con Síndrome de Down se parecen físicamente más a sus familiares que entre sí; tienen una gama completa de emociones y actitudes; son creativos e imaginativos al jugar y hacer travesuras; y, al crecer, llegan a tener una vida independiente necesitando diferentes grados de apoyo y vivienda.”

(Trifoliar informativo Fundación Margarita Tejada)

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

3.2 CONCEPTOS BÁSICOS DE DISEÑO

3.2.1. CAMPAÑA

Conjunto de actividades o esfuerzos, del tipo político social o económico, aplicado a un fin determinado.

3.2.2. Campaña publicitaria

“La campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico.

La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo

que, por lo general, funciona durante un año o menos. Un plan de campaña resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios, así como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas. El plan de campaña ofrece al cliente una presentación de negocios, formal. También se resume en un documento escrito que se conoce como libro de planes.”(www.monografias.com.)

3.2.3. Análisis de la campaña

“La primera sección de la mayor parte de los planes de campaña es un análisis de la situación que resume toda la información relevante disponible acerca del producto, la compañía, el entorno competitivo, la industria y los consumidores. Conocida en ocasiones como una revisión de negocios,



F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

esta información se obtiene con el uso de técnicas de investigación primaria y secundaria.” (www.manografias.com)

Antecedentes

Comenzaremos con una revisión de los antecedentes de este caso que ilustra el tipo de información en un análisis de la situación. En qué año fue fundada la empresa, los productos o servicios que ha desarrollado y comercializado.” (www.monografias.com)

“Puntos de análisis de Mercado en una Campaña publicitaria

Geográficos

Región,
Ciudad,
Clima,

Demográficos

Edad,
Sexo,
Tamaño de la familia,
Ingreso,
Ocupación
Educación
Religión,
Raza,
Nacionalidad
Psicográficos
Clase social” (Stonton, Etzel, 1998: 11)

3.2.4. LA PUBLICIDAD

“La Publicidad es comunicación de un mensaje de venta, o un mensaje persuasivo diseñado para influir en las opiniones o acciones de las personas a favor de la marca a la que se hace publicidad.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Publicidad es el arte de convencer de las ventajas de un producto o servicio al mayor número de usuarios, en el menor tiempo posible.

La publicidad es una Técnica de contacto que tiende a inducir al público a comprar, la toman como una empresa de persuasión.”(Shutz, 1983: 70)

La publicidad

Es, ante todo, un instrumento de comunicación con una finalidad claramente comercial ya que trata no sólo de informar sino, también persuadir para influir en la decisión de compra sobre los productos y servicios. Esto último permite diferenciar la publicidad de la propaganda. Un error que suele cometerse con frecuencia es utilizar indistintamente los términos.” (Shutz,1983: 70)

3.2.5. Caracterizaciones de la publicidad

”Va dirigida a un público determinado que se denomina Público Objetivo. Esta transmisión de información es impersonal porque, en general, se dirige a un público anónimo, aunque esto no implica que, a veces adopte cierto aire personal. Es además unilateral y no hay respuesta, es decir, se llega a una masa de personas gracias a los medios de comunicación.” (Stanton, Walker, 1998: 14)

3.2.6 . Brief

“En cuanto a esto, un brief debe señalar las principales estrategias y tácticas relacionadas con la publicidad, a fin de definir los derroteros de las campañas y dividirlas en etapas para colaborar paulatinamente con el desarrollo de los planes.” (www.monografias.com)



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

3.2.7. Eslogan

“Esta palabra de origen gaélico significaba, en sus orígenes, grito de guerra y se utilizaba para reunir a los miembros de un clan o de un partido.

Con el paso del tiempo comenzó a emplearse en el lenguaje comercial y -sin olvidar el carácter peyorativo con el que se ha relacionado el término "slogan" en francés y en inglés (catchword: una palabra que atrapa)

“Porque designa una fórmula sumaria, polémica, que se auto disimula. Hoy en día se ha convertido en un elemento esencial en el mundo de la publicidad. No todos los mensajes publicitarios van acompañados de eslogan pero parece recomendable su presencia.”
(Diez de Castro, 1993: 224.)

Determinar lo que constituye un eslogan es una tarea compleja cuando se trata de analizar los textos publicitarios, pues, son elementos muy diferentes los que intervienen en la caracterización de las palabras o expresiones por las que, probablemente, se recordará el anuncio.

En el Diccionario académico (1994: 886) se define como una "fórmula breve y original utilizada para publicidad, propaganda política, etc.", que no debe confundirse con lema o consigna. Olivier Reboul advierte que para definir el eslogan conviene determinar sus rasgos gramaticales y explica:

"Aparentemente es una frase o un grupo de frases puesto que desde el punto de vista semántico el slogan se basta a sí mismo y puede ser cierto o falso". Añade, a continuación: "la frase puede reducirse a una sola palabra" y

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

"puede ser no solamente una frase, sino un sintagma."(Bassat, 1994:884)

"Desde el punto de vista formal se trata, por lo tanto, de una palabra, un sintagma, una frase o incluso una doble frase [Renault Clio, materia viva. Renault, el placer de vivirlos], acompañada en ocasiones de un logotipo y marca con la que normalmente termina el mensaje publicitario."(Ortega Martínez, 1992: 69)

"Bassat afirma que el eslogan es a la publicidad como el Aria a la ópera: "Corto y memorable; profundo y brillante; simple y único; impactante, perdurable, creíble y relevante" (Bassat, 1993: 127)

3.2.7.1 Poder evocador del eslogan

"Características fundamentales de un eslogan son, en definitiva, además de la brevedad y la concisión, la originalidad y el grado de atracción que pueda ejercer sobre el destinatario, para que sea fácil de recordar e invite a que se emita reiteradamente.

Es precisamente este rasgo, el hecho de que sea repetible (más bien que repetido, como precisa Reboul), el que hace del eslogan la única forma de propaganda que multiplica los propagandistas." (www.monografias.com)

3.2.8. MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA

"Anteriormente se comentaba la hegemonía de la televisión en el negocio publicitario



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

frente al resto de los medios de comunicación. En la década de los cincuenta y setenta se temió que la televisión haría desaparecer a lo impreso; sin embargo, dos factores incidieron, no sólo en su mantenimiento sino, esto es más importante, en la revitalización de su papel en el negocio.

El primero, lo permanente del mensaje publicitario impreso frente a la fugacidad del mensaje audiovisual. El segundo, la creciente complejidad del mercado. A partir de la década de los setenta, hemos asistido a la aparición de los más insólitos de , agremiaciones y asociaciones que requieren un tratamiento publicitario específico.”
(www.monografias.com)

3.2.8.1. La Prensa

“El papel de la prensa como medio publicitario se fundamenta en la gran diversidad de audiencias que proporciona,

tanto en términos de tamaño como de características demográficas. Los periódicos nacionales ofrecen grandes tirajes, público masivo y, si hay suficiente competencia, públicos específicos.

En Venezuela, por ejemplo, el lector de El Nacional es generalmente diferente al de . Lo mismo podemos decir de su status social. Mientras el primero está dirigido a un público de status alto, el segundo, a un público de status medio bajo y bajo.”
(www.monografias.com)

Ventajas de la prensa

“Bajo costo por millar de lectores alcanzados. Se estima un promedio de cuatro lectores por ejemplar.”
(www.monografias.com)

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Permanencia del mensaje impreso

“Oportunidad: requiere poco tiempo para la preparación e inserción de los anuncios.

Flexibilidad geográfica: alcance local, regional o nacional, según el público o mercado elegido.

Permite la presentación detallada del anuncio, facilitando la inclusión de toda la información requerida.” (www.monografias.com)

Desventajas de la prensa

“En el caso de los periódicos de amplia cobertura geográfica, poca selectividad en relación con los consumidores muy específicos. Limitaciones técnicas: papel de baja , mala , tintas, etc. Corta vida del mensaje.” (www.manografias.com)

3.2.8.2. Revistas

Si las revistas desempeñaron, hasta hace poco un papel complementario dentro de los medios de comunicación social que eran seleccionados para una campaña publicitaria, actualmente, ante la increíble fragmentación del mercado, su papel ha vuelto a ser preponderante: usuarios de la Informática, ecologistas, hombres de finanzas, publicistas; público y segmentos de público donde el mensaje publicitario es captado con mayor y más cómodamente a través de la revista especializada. Esta ha reconquistado su terreno. Inclusive, existen diarios internacionales como de Madrid, cuyo publicitario es su revista semanal, extraordinariamente editada.

Hoy, el rol desempeñado por las revistas es dirigirse a un público



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

especializado o segmentado, con el cual llegan a establecer niveles de lealtad inusitada.” (www.monografias.com)

Ventajas de las Revistas

“Bajo costo de inserción de los avisos en relación a los de la televisión y los diarios.

Vida prolongada. Se conservan en el hogar u oficina, incluso, como elemento decorativo, y, se coleccionan cuando son técnicas o especializadas. Piense en la influencia comunicacional de una revista en un consultorio médico o en un salón de belleza.

La calidad de reproducción permite que el impacto de ciertos anuncios a todo color sea tremendo.

La eficacia de este medio para llegarle

a públicos muy bien segmentados: mujeres, ejecutivos, jóvenes, usuarios de un servicio, etc.” (www.elorigest.com)

Desventajas de las Revistas

“A diferencia de los diarios, las revistas no permiten cambios rápidos en los anuncios publicitarios o campañas.

La edición de éstas se cierra mucho antes de su publicación, lo que obliga a contratar la inserción de avisos con meses de antelación.” (www.monografias.com)

3.2.8.3. Panfleto

“El Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española define al panfleto como un libelo difamatorio o una obra literaria, de poca extensión, de carácter agresivo. Sin embargo, es evidente que como herramienta propagandística, el

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

panfleto, a lo largo de la historia, ha adoptado diversas formas y ha jugado un papel relevante, sobre todo, en circunstancias en que los medios de comunicación tradicionales han estado bajo el estricto control de unos pocos.

Es una hoja tamaño carta u oficio doblada en tres partes (tres folios) de ahí su nombre. Es útil para ahondar en algunas explicaciones acerca de una actividad, una organización, un tema. Generalmente, informa de los lugares donde podemos conseguir más información. Se utiliza con carácter de promoción.

Un panfleto o folleto es un componente regular de las campañas por correo directo, pero el mismo producto también puede utilizarse como soporte de un programa, como un resumen para trabajos cara a cara de los educadores

e incluirse en paquetes de materiales para la educación a distancia.

Puesto que muchas organizaciones conducen campañas directas por correo, puede ser posible persuadir a dichas organizaciones para incluir material de educación electoral sin ningún costo extra en sus envíos.”
(www.elorigest.com)

“Un panfleto bien diseñado puede contener una gran cantidad de información y ser fácil de distribuir a mano o por correo.

En general, ya sea un panfleto, o, un folleto un poquito más grueso, o, un simple volante, el elemento clave en el diseño es la creatividad usada en los titulares, la distribución del texto y el papel.



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Estas formas de comunicación se utilizan normalmente para distribuir información en forma masiva y para una audiencia general. Por esta razón contienen un lenguaje simple, una limitada cantidad de información, y, una fluidez clara y lógica.

Los educadores tienden a cambiar el diseño de un panfleto o volante para una audiencia masiva, y, tienden a rediseñar los folletos que se dirigen a un público elitista. Esto no es prudente, puesto que un buen diseño servirá mucho cuando se vaya a elaborar un panfleto fácil de leer que asegure un mejor impacto.”(www.elorigest.com)

Así, el texto debe considerarse cuidadosamente como una ilustración. Los costos del diseño se compensan con la producción masiva.” (www.elorigest.com)

3.2.8.4. Volantes

“Se utilizan para aumentar el apoyo a eventos tales como reuniones masivas o para incentivar el registro de electores.

En general, grandes cantidades de estos materiales se le dan a los individuos para llevar de puerta en puerta, para entregar en las esquinas, o para repartir durante eventos o reuniones importantes celebradas en sitios comunales.

Es útil para comunicar una idea llamando la atención mediante una imagen o varias. Pero también es útil para dejar una sola idea en la mente de quienes lo miran.”(www.monografías.com)

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

3.2.8.5. Afiche

“Es el método de comunicación el cuál promueve, da a conocer un producto, un evento.

También se dice que es una pieza de cartulina o cartón que puede tener diferentes tamaños, doble carta, doble oficio, 14x20 cms, un periódico extendido, puede ser mucho más grande o incluso ser más pequeño, pero su característica es que tengan un tamaño mayor que las hojas oficio, para que sea fácilmente visto desde varios puntos.” (www.monografias.com)

3.2.9. MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIO VISUAL

3.2.9.1. La Televisión

“La palabra televisión significa visión a

distancia y fue pronunciada por primera vez en el Congreso Internacional de Electrónica el año 1900. Desde entonces, los países tecnológicamente más avanzados concentraron sus experimentos para lograr que el sonido fuese acompañado por imágenes.

La televisión es junto con la radio, el medio de comunicación más popular, esto se debe a que lo único que hace falta es tener un aparato y encenderlo, el servicio es gratuito y existe una amplia variedad de programas a escoger entre los diferentes canales de televisión.

Esto es pagado por los anunciantes, eso les permite ofrecer y vender sus productos a más clientes potenciales. En los últimos años se ha extendido el sistema de televisión pagado (cable o satélite), lo que amplía la cantidad de opciones para el



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

televidente. La televisión es un sistema que permite la transmisión de imágenes en movimiento acompañadas de sonido. La palabra televisión fue usada a partir de 1900, debe sus avances y desarrollo a varios investigadores que experimentaron con la transmisión de imágenes vía ondas electromagnéticas.” (www.monografias.com)

Ventajas de la Televisión

Su creativo-comunicacional, sólo superada por una pantalla de cine. La imagen, sonido, movimiento, color y la posibilidad de una gama infinita de trucos y efectos especiales, permite realizar cualquier exigencia publicitaria por muy descabellada que sea su grado de alcance y de penetración. (www.monografias.com)

“El bajo costo por mil. Como una derivación de la segunda ventaja, el costo por millar del anuncio de un producto de consumo masivo, se hace proporcionalmente bajo en este medio.

Desventajas de la Televisión

Su costo. El tiempo de transmisión y de los anuncios requiere una inversión significativa de dinero restringiendo de manera notable el acceso de anunciantes al medio televisivo. El televidente suele aprovechar el tiempo de la cuñas para atender algunas tareas durante la transmisión del anuncio. A ello ha venido a sumarse el aumento de la oferta de canales comerciales gratuitos, el control remoto y la oferta de la televisión por cable y por satélite. ” (www.monografias.com)

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

3.2.9.2. La Radio

“La radio es el único medio de comunicación que ofrece sonido, lo que la convierte en medio auxiliar eficaz dentro de una campaña publicitaria o medio principal para determinados anuncios. Sus características la presentan como un canal personal, íntimo y extraordinariamente intrusivo, está en la playa, la montaña, en las casas, automóviles, cocinas, oficinas, y, hasta en las alcobas. La radio informa y hace compañía. Por lo que su alcance es prácticamente ilimitado.” (www.monografias.com)

Ventajas de la Radio

“Su bajo costo. Las cuñas son económicas, rápidas de producir y de contratar. Adicionalmente, es bajo el costo de introducir modificaciones en los anuncios radiales.

Excelente poder de cobertura y de penetración, otorgado por su intrusivo; es decir, la posibilidad de estar en todas partes. Llega a personas que no habían pensado en comprar determinado producto o servicio, o, cuya probabilidad de verlo en cualquier otro medio era mínima.

Su perfil noticioso ha establecido la costumbre del noticiero radial en conductores, amas de casa, etc. Ideal para promociones de locales: apertura de nuevas tiendas, supermercados, ofertas especiales, concursos, etc.” (www.monografias.com)

Desventajas de la Radio

“Su fugacidad. No admite información detallada. La posibilidad de conciencia publicitaria en torno al anuncio es muy limitada, lo que obliga a una frecuencia



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

muy alta por parte del anuncio.

La infinidad de públicos y de estaciones radiales, AM y FM, hacen que una campaña nacional para un producto de consumo masivo resulte costosísima y compleja de pautar.” (www.monografias.com)

3.2.10. DIAGRAMACIÓN

“Cuando se habla de diagramación se hace referencia a la parte visual de un impreso; es decir, al proceso de reunir, de una manera orgánica y armónica, los textos e imágenes que pretenden ser entregados al lector. De esto se encarga el departamento de diseño del periódico.

La diagramación es una fase aparentemente sencilla, pero su complejidad radica en que de ella depende que haya una fácil lectura,

que el cuerpo del texto sea correcto y proporcionado, que las imágenes sean comprensibles y concuerden con el texto o la información que están apoyando, etc. Los encargados de esto son los diseñadores, quienes, por lo general, se encargan de tareas o secciones específicas, siguiendo, eso sí, las directrices generales dadas por un diseñador jefe, que es quien da unidad visual y estilística al periódico para que éste se distinga claramente de los otros.

En el momento de llevar a cabo la diagramación hay que tener en cuenta cuestiones como la caja tipográfica, la paginación, el cabezote, los títulos, los subtítulos, la fuente (letra) y su tamaño, los espacios, las gráficas, las fotos, las ilustraciones, entre otras cosas. Por último, vale decir que es en la diagramación donde se puede lograr que un impreso sea llamativo a primera vista, o, que resulte

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

siendo un texto que no invita a ser leído.”
(www.monografias.com)

3.2.10.1. Elementos de diagramación

“En el momento de llevar a cabo la diagramación, hay que tener en cuenta cuestiones como la caja tipográfica, la paginación, el cabezote, los títulos, los subtítulos, la fuente (letra) y su tamaño, los espacios, las gráficas, las fotos, las ilustraciones.” (www.monografias.com)

3.2.10.2. Tipos de Diagramación

Tipografía
Familias tipográficas
Tipos de letras
Caracteres de la Tipografía

3.2.11. Tipografía

“Es el conjunto de signos y símbolos presentes en la página impresa. Estos signos y símbolos reciben el nombre genérico de Caracteres. También se denomina tipografía, al proceso, diseño, y arte especializado de componer el material impreso usando tipos de imprenta.” (www.elorigest.com)

3.2.11.1. Familias Tipográficas

“En tipografía, significa la agrupación de varios tipos de letra cuyas características coinciden o son similares.”
(Paz Mendoza, 1996: 65)

3.2.11.2. Tipos de letras

“Es igual al modelo o diseño de una letra



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

determinada. Es el término utilizado para describir todos los estilos de letras disponibles en composición tipográfica. Se les dice tipos, a las letras del alfabeto y a todos los caracteres que se utilizan individual o colectivamente.”

(Paz Mendoza, 1996: 66)

3.2.11.3. Caracteres de la Tipografía

“En sentido amplio, son todas las letras, números, y signos diversos. Para efectos prácticos, también se incluye en esta denominación a los espacios entre palabra y palabra.” (Paz Mendoza, 1996: 68)

3.2.11.4. Importancia de la rotulación como medio de comunicación

“Así como se logra expresar por medio

de los estados emocionales o sentimientos, e identificamos al rojo con lo caliente, al blanco con la pureza y al negro con la oscuridad, las letras por sí mismas, por su forma, contraste o tamaño, pueden expresar ideas o reforzar el significado de las palabras.

De ahí parte la importancia que la rotulación tiene para los medios de comunicación, por medio de ésta en una publicidad o en una propaganda, podemos expresar de manera textual una emoción o una idea determinada.

Una forma de clasificar las letras es según tengan o no «serifas». Se entiende por serifas, o remates, las pequeñas líneas que se encuentran en las terminaciones de las letras, principalmente, en los trazos verticales o diagonales. La utilidad de las serifas es facilitar la lectura, ya que dichas

Fundación

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

pequeñas líneas crean en el ojo la ilusión de una línea horizontal por la que se desplaza la vista al leer.

En cambio las letras sin serifas son más elegantes al no existir las pequeñas líneas, pero en cambio no son adecuadas para un texto largo ya que la lectura resulta incómoda. Por este motivo, las letras con serifas (serif) se utilizan en los periódicos, revistas y libros, así como también en publicaciones con textos largos, y las letras sin serifas (sans serif) en titulares, rótulos, anuncios y publicaciones con textos cortos. También para la edición en la Web, o en formato electrónico, las letras sin serifas son normalmente más adecuadas que las con serifas".
(www.monografias.com)

Los procesadores de textos de los ordenadores actuales disponen de una

amplia gama de letras, o, fuentes como se denominan en informática, tanto de un tipo como de otro. Wikipedia utiliza la letra «Times New Roman», que fue inventada y popularizada por el periódico Times.

Mediante este tipo de letra se conseguía una gran legibilidad con gran aprovechamiento del espacio por lo que en seguida se popularizó en los medios impresos y, sobre todo, en la prensa. La gran popularidad de la «Times New Roman» es un punto a su favor, para su utilización incluso en medios electrónicos, pero para textos largos en formato electrónico puede producir fatiga, precisamente porque la forma en la que el ojo percibe los bordes en formato electrónico es justo lo contrario que en el papel.

Obviamente, la separación entre líneas



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

también influye en la legibilidad de un texto electrónico. Para cartas y correos electrónicos ambos tipos de letras son apropiados, mientras que para informes y contratos, generalmente largos, las letras con serifa son más indicadas.”
(www.monografias.com)

3.2.12. ILUSTRACIÓN

“Es otra forma de transmitir una idea, un concepto. El dibujo publicitario se ha desarrollado notablemente en los diferentes medios publicitarios. Puede ser tan eficaz como la fotografía y de igual manera representar sensaciones. Dependiendo de la composición o estructura que tenga la ilustración, reflejará sensaciones diferentes.

Las rectas pueden expresar fuerza,

definición, direccionalidad. Por otro lado, las líneas horizontales reflejan calma y serenidad, y, las líneas verticales majestuosidad, superioridad.

Las curvas pueden expresar movimiento, belleza, flexibilidad. En muchos casos muestra una gran dosis de originalidad.

Hay que tener en cuenta que la ilustración dentro de un diseño, no es una parte independiente, sino un elemento que forma parte de una composición, es decir, de un todo. El objetivo de una ilustración es llamar la atención, comunicar un mensaje o ambas cosas.

Las figuras, los fondos y todos los elementos que compongan la ilustración han de tener un aspecto agradable y atractivo.

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Además debemos conseguir, no sólo el aspecto estético o de atracción, sino que exprese las cualidades o características de lo que estamos representando, es decir, de lo que queremos comunicar.

Son por lo general los elementos que más llaman la atención y es la parte de la composición que seguro miramos.

La presencia de una imagen abre al diseñador un abanico de posibilidades mucho más amplio, ya que son elementos que:

- proporcionan información,
- enseñan el producto tal como es,
- hacen la comunicación más real y creíble,
- sugieren, expresan sensaciones, estimulan...

Para todos aquellos que disfrutan con la creación artística, en especial con el dibujo y la obra sobre papel, el ordenador es un instrumento muy especial. No es sólo una herramienta más, sino que confiere un significado nuevo a muchos trabajos de ilustración y diseño gráfico.” (www.elorigest.com)

Ventajas de la ilustración digital

“Los programas de gráficos complementan las técnicas clásicas: podemos empezar un trabajo en forma de boceto a lápiz o tinta, o, cualquier técnica convencional, y, acabarlo en el ordenador. También es posible proceder al revés: escanear una pintura o imagen y aplicar toda una serie de filtros en el ordenador.

El ordenador revoluciona la forma en que se llevan a cabo determinadas tareas; cosas laboriosas se convierten en tareas



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

muy simples y rápidas.

Copiar una imagen, entera o en parte, es muy sencillo. El original deja de tener sentido como tal una vez se ha digitalizado. Las copias son exactamente equivalentes al original.

Es muy fácil aplicar variaciones de color y filtros que alteran significativamente la imagen, para hallar el efecto más adecuado sin destruir el "original" y en poco tiempo.

Los trazados geométricos no resultan difíciles: son la simplicidad misma.

Los efectos fotográficos o visuales se aplican instantáneamente y de forma reversible.

Se fomenta la experimentación, porque

una imagen no es más que una posibilidad más; puede guardarse cualquier prueba, volver sobre nuestros pasos, nunca se agota la pintura ni se rompen los instrumentos.

Todo esto ha cambiado el proceso de diseño gráfico para muchos diseñadores. Antes debía invertirse mucho más tiempo en la creación de un producto definitivo; al elegir una opción prácticamente se debía dejar fuera cualquier otra opción, porque era laborioso realizar el diseño elegido hasta el final. Ahora tenemos mucho más libertad para explorar diferentes alternativas, y, dar los toques finales a diferentes opciones, ya que no se pierde tiempo en fases como el coloreado o la aplicación de la tipografía. Siempre con la tranquilidad de tener una copia a punto para seguir probando posibilidades, sin que nos cueste un trabajo extra prepararla.

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Casi todos los ilustradores y diseñadores profesionales actuales han adoptado (al menos en parte) las técnicas de trabajo digital, sea con vectores, sea en mapa de bits o una combinación de ambos.

Los ordenadores y programas que se han venido utilizando de forma especial para el diseño gráfico son los Macintosh de Apple (los macs), aunque estos últimos años la distancia que separaba pc de Mac respecto de la capacidad de manejar este tipo de programas se ha reducido mucho; la mayoría de aplicaciones se editan en versión pc y versión Mac.” (www.monografias.com)

3.2.12.1. Orígenes de las imágenes

“Excepto en creaciones que se basen en formas geométricas, generadas directamente en los programas de diseño, las imágenes de partida para la ilustración normalmente

provienen de fuera del ordenador: una foto, un dibujo, un grabado y alguien debe ser el autor de éstos. Si el diseñador también se defiende como fotógrafo y sabe dibujar razonablemente bien, ningún problema. Si no es así, debe pensar en dónde obtener las imágenes. Encargarlas expresamente o aprovechar cosas ya hechas.

Puesto que pagar los servicios de un artista para crear ilustraciones a medida para un proyecto no es siempre posible, la solución más habitual es utilizar clipart, tal como viene o modificado según convenga. Lo cierto es que siempre conviene estudiarlo bien y efectuar algunos cambios: retocar el color, eliminar alguna parte, combinar dos o más imágenes.

Y buena parte del contenido de los discos baratos de clipart, los que incluyen



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

determinados programas, o el clipart que se ofrece en la web (gratis o de pago) es realmente malo. Los servicios de venta de clipart de calidad suelen ser más bien caros, pero hay una diferencia enorme. Algunas webs como Eyewire o Artville merecen una visita, para ver imágenes de calidad y buenas ideas.” (www.monografias.com)

“Una fuente alternativa y segura de imágenes la constituyen los grabados de libros antiguos. Si localizamos un libro con grabados, del siglo XIX o anteriores, podemos utilizar libremente sus imágenes sin problemas legales de derechos de autor.

Que muchos diseñadores utilicen este recurso no obedece piratería, pero, a criterios económicos: este material es, a menudo, fascinante y se presta a tratamientos muy diversos. Las tipografías de dingbats (o fuentes de símbolos) contienen símbolos

siempre a punto para utilizar en cualquier programa.”(www.monografias.com)

3.2.12.2. FOTOGRAFÍA

“La fotografía aporta realismo y constituye en la mayoría de los casos un modelo de la realidad, por tanto, debe tener fuerza y un sentido específico y claro. Debemos procurar que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, ya que esto puede provocar confusión y desinterés en el mensaje que se desea transmitir.

Hay que tener una idea clara de lo que queremos comunicar por medio de la fotografía para que el contenido de esta sea exactamente lo que buscamos.

Un anuncio de revista de una empresa determinada, puede utilizar una imagen que represente las características de esta,

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

su identidad y todo lo que la empresa quiera dar a conocer al público. De la misma forma, en la composición de una revista o periódico, nos explica o aclara de manera visual, una situación o noticia.

A su vez, las fotografías pueden ser clasificadas por su impacto o llamada de atención. "(www.monografias.com)

3.2.13. COLOR

"es un fenómeno físico de la luz, relacionado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético, que perciben las personas y algunos animales a través de los órganos de la visión, como una sensación que nos permite diferenciar los objetos del espacio con mayor precisión.

Todo cuerpo iluminado absorbe todas o

parte de las ondas electromagnéticas y refleja las restantes. Las ondas reflejadas son analizadas por el ojo e interpretadas como colores según las longitudes de ondas correspondientes. El ojo humano sólo percibe el color cuando la iluminación es abundante. Con poca luz vemos en blanco y negro .

Se establecen tres niveles: icónico, saturado y fantástico. El icónico es el que expresa una clara función identificadora (cada cosa tiene su color) de los objetos, de los escenarios, de la piel, el color de una naranja, un árbol. Expresa con realismo el mundo exterior al que, añadido, la textura del objeto representado, genera un nuevo grado de esa iconicidad cromática: el hiperrealismo que es la búsqueda de la representación minuciosa del realismo. El nivel saturado es el cromatismo exaltado de la realidad."(www.monografias.com)



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

La utilización del color puro, brillante exagerado para provocar el espectáculo visual» que permita la pregnancia del mensaje. El color fantástico corresponde a una modificación del color natural sobre la forma realista para generar fantasías visuales que trascienden hacia las manifestaciones surrealistas: un tomate de color azul, una sandía por fuera roja y en el interior de color verde, etc. El color connotativo corresponde a valores que no son perceptibles fisiológicamente. Está en relación con el aspecto subjetivo de la percepción, emana sensaciones de calma, sosiego, calidez, tristeza, alegría, dinamismo, paz, etc.

Las sensaciones tienen que ver con elementos culturales del entorno. Existe una relación entre los colores y determinados hechos propios de la cultura de un grupo social, de manera que para

los fines prácticos es indispensable tener una amplia información en este terreno para poder representar correctamente los mensajes visuales que se quieren transmitir.” (www.monografias.com)

“El color adquiere el carácter de fenómeno cultural factible de ser identificado de acuerdo a un proceso de codificación. Finalmente, el color esquemático está referido a la capacidad de simplificación que se puede hacer de una cantidad inmensa de colores a un reducido conjunto al que se le puede asignar valores reconocibles en un contexto más o menos amplio.” (www.monografias.com)

“Sus variaciones son: el emblemático, referido a la identificación tradicional del color como es el caso de los escudos, banderas, emblemas, etc. Aquel color que asociado a símbolos gráficos y tipografías

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

puede ser capaz de dar identidad a una corporación o un conjunto de actividades homogéneas (deportes, seguridad, comercio).” (www.monografias.com)

“El color convencional es el que busca una expresividad propia de carácter decorativo o funcional, o, simplemente, persigue resultados formales estéticamente agradables de acuerdo con sus objetivos particulares. Evidentemente, elegir colores dentro de un sistema de producción digital es muy diferente de mezclar colores en una paleta de óleos o acrílicos. Pero también es muy diferente el requerimiento de colores para el mundo de la imprenta y el de la pantalla. Obviamente, dentro de un sistema de producción digital, lo más cómodo y flexible es una herramienta que permita combinar colores, a modo de rueda de color, directamente en la pantalla del ordenador. Sin embargo, sistemas de

creación directa e intuitiva de armonías no abundan en el software de gráficos.”
(www.monografias.com)

3.2.13.1. Aplicación del color en el plano denotativo

“En general y de acuerdo con los fines que perseguimos podemos convenir en que los niveles, connotativo y denotativo del color, serán nuestra referencia para organizar la manera de aplicar el color en los proyectos gráficos.

El plano denotativo, es decir, la manera cómo queremos que se «vea» el color, nos referimos a ese proceso natural que se produce cuando la luz impacta sobre los objetos y ésta sobre nuestras retinas permitiendo registrarlos en nuestro cerebro para identificar de esta manera el mensaje visual (en el plano connotativo lo que



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

ocurre es que el cerebro interpreta ese mensaje).

Identificamos el cromatismo de los objetos al descomponerse la luz permitiendo distinguir los colores rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, violeta. Estos colores organizados en el círculo cromático pueden facilitar la identificación de relaciones entre ellos para aplicarlos en el diseño.

En realidad, ésta es una de las etapas más importantes en el proceso de generación de mensajes visuales puesto que la capacidad de ver implica el almacenamiento de información visual que, permanentemente, es confrontada con una serie de experiencias las cuales son compartidas con individuos a quienes posteriormente les enviará mensajes para que sean decodificados y cumplan la

función para la que fueron creados.

Dentro de los sistemas creados que ayudan a organizar los mensajes visuales bajo los criterios del color, el círculo cromático es una herramienta útil para entender la forma cómo se puede aplicar el color en un proyecto gráfico.

De esta manera de percibir los colores podemos organizar dos grandes grupos: contrastes y armonías: monocromáticas, de complementarios y análogos.”
(www.monografias.com)

3.2.13.2. El significado del color en el plano connotativo

“Cuando se habla del plano connotativo nos referimos a cómo es que queremos que se «mire» el color. Cuando se habla de significado de colores la referencia,

Fundación

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

esa forma cómo afectan los colores a las personas.

La idea de amplitud o estrechez, de oxigenación o ahogo, de frío o calor que pueden sugerir algunos colores corresponde a una asociación de las sensaciones táctiles con el color de las cosas (cielo, mar, campo, sol, hielo, fuego) que efectivamente las producen.

Corresponde a la pregnancia cultural del individuo o del grupo, puesto que la relación con el entorno lo lleva a codificar una realidad sensorial a todo nivel: táctil, auditivo, visual, olfatorio, gustativo que luego es comparado con el color asignado a un escenario, a un objeto, a una ilustración y reacciona emitiendo un juicio o simplemente decodificando los elementos en este caso cromáticos para darle sentido al mensaje.

Esto significa que es necesario conocer con amplitud la realidad del grupo para el cual se va a crear un mensaje; conocer sus patrones culturales tanto del pasado como del presente, por esta razón siempre es necesario investigar cada vez que se inicia un trabajo.

Las preferencias cromáticas se pueden determinar haciendo estudios en los segmentos de posible aplicación, esto permitiría tener mayor certeza en la elaboración de campañas publicitarias.”
(www.monografias.com)

3.2.13.3. Rango de colores

“Según la cantidad de luz que tienen los colores, éstos pueden definirse en un conjunto de tonos que van desde el más oscuro (negro) hasta el más claro (blanco). El rango definido entre la zona más oscura



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

y el color normal es el denominado colores grises; el rango entre el color normal y la zona más clara es el denominado colores pastel, todo esto corresponde al brillo de los colores. La simple combinación de estos colores puede generar diseños cromáticamente armónicos.” (www.elorigest.com)

La armonía de complementarios

“Aquí se trata de combinar uno de los colores del círculo cromático con otros que se encuentran al lado opuesto en un rango aproximado de 45°

Armonía de análogos: en esta clasificación se trata de combinar uno de los colores del círculo cromático con otros que se encuentran a sus lados en un rango aproximado de 45°

Otras alternativas

De estas armonías básicas se pueden derivar otras propuestas que el propio diseñador considere útil para su trabajo.

Al momento de empezar a aplicar el color en el diseño es indispensable que el sistema a utilizar o crear sea claro, que permita ordenar los componentes del mensaje que se quiere construir.

Normalmente decimos que la aplicación es intuitiva, pero en realidad lo que ocurre es que el experimentado asigna colores con facilidad debido a que ese círculo cromático, esos esquemas armónicos de color, esos sistemas propios se han grabado en la memoria a lo largo de su experiencia y emergen de manera natural a la hora de diseñar.”(www.monografias.com)

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

3.2.13.4. Contraste de colores

“Se trata de observar en el círculo cromático cuáles son los colores que se oponen el uno al otro y así establecer una tabla de colores para uso automático en un diseño cualquiera.

Contraste: Se produce cuando en una composición los colores no tienen nada en común.” (www.elorigest.com)

3.2.13.5. Sensaciones acromáticas

Blanco

- Asociación material - bautismo, casamiento, cisne, lirio, primera comunión, nieves, nubes en tiempo despejado.

- Asociación afectiva - orden, simplicidad, limpieza, pensamiento, juventud, optimismo, piedad, paz, pureza, inocencia, dignidad, afirmación, modestia, deleite, despertar.

Negro

- Asociación material - sombra, entierro, noche, condolencia, muerte.

- Asociación afectiva - mal, miseria, pesimismo, sordidez, tristeza, frigididad, desgracia, dolor, temor, negación, melancolía, opresión, angustia. Es alegre combinado con ciertos colores.

3.2.13.6. Sensaciones cromáticas

Naranja

- Asociación material - fuego, luz, llama,



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

calor, fiesta.

- Asociación afectiva - fuerza, luminosidad, dureza, euforia, energía, alegría, advertencia, tentación.

Amarillo

- Asociación material - flores grandes, luz, topacio, verano, chinos.
- Asociación afectiva - iluminación, confort, alerta, gozo, orgullo, esperanza.

Azul

- Asociación material - frío, mar, cielo, hielo.
- Asociación afectiva - espacio, viaje, verdad, sentido, intelectualidad, paz, advertencia, precaución, serenidad, infinito, meditación.” (www.monografias.com)

3.2.13.7. Funcionalidad del color

“En lo que se refiere al carácter funcional del color, éste es empleado en la elaboración de normas cromáticas para prevención, seguridad en la industria, en actividades de servicios (hospitales, aeropuertos, oficinas), tránsito, etc. Este vasto segmento de la expresividad cromática es la denominada señalética.

Todo esto es lo que más les llama el color esquemático, aquel que necesita ser codificado para ser identificado. Aquí se considera el color aplicado a las banderas (emblemático) y los colores institucionalizados de los uniformes, así como en el uso religioso del color adquiriendo un carácter simbólico que otorga una identidad a quien lo utiliza.”
(www.sonria.com)

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena...
...construyes mi futuro

Capítulo 4

F u n d a c i ó n

Margarita Tepala



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.1 CONCEPTO CREATIVO

4.1.1. Base del concepto comunicacional

Dar a conocer la Fundación. Publicar y divulgar los servicios que brinda la Fundación Incrementar a los patrocinadores de esa forma y llamar el interés de padrinos.

Propuestas de posibles conceptos, para el desarrollo de la campaña de promoción para la Fundación Margarita Tejada

Tu apoyo cambia mi condición. Los buenos resultados dependen de tu actitud ¡Ayúdame!

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Con tu sonrisa me ayudas a cambiar.
Con tu amistad veo el mundo diferente.
El resultado de mi condición es tu aporte ¡Ayúdame!
Con tu ayuda la esperanza me hace fuerte.

4.1.2. Concepto central de campaña y su fundamentación

Concepto central

Con tu granito de arena construyes mi futuro.

Basados en los objetivos del presente proyecto, se buscó la manera de conceptualizar el proyecto en una dirección de divulgación y motivación



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

hacia la Fundación. Ya con dicho concepto se quiere hacer conciencia de que estos niños, jóvenes y adultos con Síndrome de Down podrán salir adelante si se les apoya con recursos físicos, afectivos y económicos.

Se quiere dar a conocer que una persona con Síndrome de Down, puede llegar a realizarse como una persona normal si esta recibe rehabilitación a tiempo.

Además se desea poder llegar a todas aquellas personas que quieran poner su granito de arena y así Ayudar a las personas Síndrome por medio de donaciones para que puedan tener acceso a una rehabilitación que les permita cubrir sus necesidades básicas.

Con la frase

Con tu granito de arena enfatizamos y motivamos a la población guatemalteca a ayudar y colaborar con la Fundación y a las personas con Síndrome Down.

Ya que su apoyo moral y económico es de suma importancia para el desarrollo y desenvolvimiento social de la población Síndrome de Down.

La frase

Construyes mi futuro, demuestra la gratitud de la Fundación y sus integrantes, ante la ayuda que desean recibir, y, de igual manera, transmite la esperanza de fe que existe para formar el futuro de las personas que padecen esta condición.

Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2. PROCESO DE BOCETAJE

Se debe tomar en cuenta que para el desarrollo de diseño de la Campaña Publicitaria y de divulgación que se propone en el presente proyecto, se enfatizará la creación de la misma a través de los códigos lingüísticos, icónicos, cromáticos y tipográficos.

Por lo que a continuación se realizará el desarrollo de los mismos.

4.2.1. Códigos de diseño

4.2.1.1. Código lingüístico

Estos códigos lingüísticos ayudarán a reforzar al concepto creativo, son frases cortas claras que todo ser humano lleva dentro y es lo que realmente hace personas con un corazón grande dispuesto a ayudar.

Ayúdame.

*Quiero formar parte de tu mundo.
Condición de Amor para cambiar mi condición.*

Necesito padrino.

Quieres ser mi padrino.

Tendré más salud

Aprenderé más

Haré más deporte

Ayudando a corazón abierto.

4.2.1.2. Código Icónico

En esta campaña de divulgación que se está realizando para la Fundación se usarán imágenes de los niños jóvenes y adultos que presentan esta condición Down.

Estas imágenes fueron tomadas en las actividades que realiza dicha fundación en donde las personas con Síndrome de Down están trabajando.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Con la finalidad de mostrar a la población en general el desarrollo y desenvolvimiento que tienen las personas que ya forman parte de la Fundación, demostrando de esta manera los logros que se pueden alcanzar con la ayuda de todos los guatemaltecos.

También se usa la imagen de una margarita color amarillo y blanca. Esta flor representa a la Fundación Margarita Tejada.

Las líneas curvas de estas imágenes nos ayudan a connotar unidad, solidaridad, en cada una de las personas que vea la campaña de divulgación.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Cada una de las piezas de diseño propuestas en este material irán unificadas por el ícono que representa el logotipo de la Fundación y el nombre del mismo.



Además se hará uso de una franja curva, para hacer remarcar en la vista del grupo objetivo el slogan de la Campaña.



4.2.1.3. Código Cromático

Para la campaña de divulgación y dar a conocer las actividades que realiza la Fundación Margarita Tejada, se escogieron los siguientes colores: azul, amarillo, blanco y negro,

Estos colores son los que representan a la Fundación, son colores llamativos, alegres que simbolizan transparencia, seguridad, fortaleza, armonía, son colores primarios que a la vez se contrastan entre sí.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Aunque los colores son sensaciones, también son símbolos y tienen la expresión de su propia personalidad y hasta una cualidad de sexo. Actualmente la psicología ha comprobado que los colores ejercen una acción muy considerable sobre los sentidos, pueden afectar la sensibilidad y producir impresiones y emociones que hasta podrán perturbar el estado de conciencia.

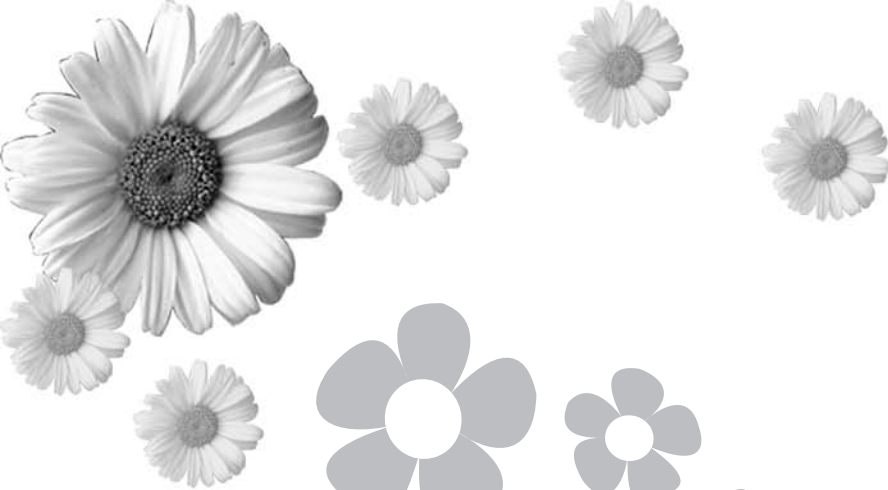
Azul: representa, frío, mar, cielo, hielo, Asociación afectiva - espacio, verdad, sentido, intelectualidad, paz, advertencia, precaución, serenidad, espiritualidad, meditación, poder, fuerza.

Amarillo: se asocia con la luz, con la vida y con el poder del oro. Con el rojo y el naranja forman la gama de colores cálidos (los colores del sol) expresan calor.

Fundación

Margarita Tejeda


Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro



Blanco: representa, orden, simplicidad, limpieza, pensamiento, juventud optimismo, pureza, inocencia, dignidad, afirmación, deleite, despertar.

4.2.1.4. Código tipográfico

“Las palabras pueden presentarse en cualquier tipo de letra, pero cuando se desea transmitir un mensaje, debe aplicarse a las palabras el tipo idóneo de manera que expresen, adecuadamente, su significado.” (Paz Mendoza, 1996: 73)



Negro: representa, noche, sombra, melancolía, luto y desolación. Es alegre combinándolo con ciertos colores.

ABCDEF
abcdef

En la campaña de divulgación para la Fundación se utilizará el tipo Wide latín para el concepto creativo ya que éste

Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

tipo de letra expresa clasicismo y tradición por sus remates o serif y contraste de grosor en sus rasgos, facilita la fluidez de la lectura.

ABCDEF
abcdef

4.2.2. Pre-boceto

En esta etapa es donde se diseña la primera idea a mano alzada. Ya cuando se tiene recopilada toda la información del Brief, el redactor da forma al mensaje haciendo de éste una idea creativa, por medio de imágenes. Frases de palabras, hasta llegar a la forma que ellos quieren.

Por lo general, se hacen varias ideas con correcciones pequeñas de diseño. Para el diseño de todas las piezas se optó por incluir varias fotografías,

bajadas de Internet pero se descartó esa idea, porque eran imágenes de personas extranjeras, no les gustó esa idea, se decidió usar fotografías de las personas que tienen condición Down de la Fundación.

Luego se dejó una imagen que representara a las personas con Síndrome Down, pero no se logró conseguir una buena fotografía para que sirva al formato de Diseño.

Para eso se tuvieron que tomar nuevas fotografías de niños con síndrome de Down y escoger la que represente a la Fundación.

En esta etapa se hizo un diseño limpio, claro, para que el grupo objetivo lograra identificarse con él.

Se decidió no usar color, ya que se quería alcanzar, inicialmente, un diseño que transmitiera la necesidad que

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

presentaba la Fundación.

Por ello se trazaron a lápiz las primeras ideas para lograr un diseño real.

Se plasmaron varias ideas de cada pieza de la Campaña de divulgación para el planteamiento del problema.

4.2.2.1. Pre-boceto del Afiche

Se ha sugerido el uso de afiche, debido a que el mismo ayuda a comunicar una idea, llamando la atención del espectador, mediante imágenes y textos agradables a la vista.

Además, con esta pieza se puede informar sobre las actividades sociales y administrativas que realiza la Fundación. Es por ello que en los primeros trazos, se ha tratado la manera de visualizar y plasmar las necesidades

y deseos de la Fundación en un diseño sobrio, llamativo.

Así mismo se han realizado diferentes propuestas de diagramación con recorridos visuales en diferentes direcciones, poder encontrar la mejor solución gráfica que se acople a las necesidades de comunicación de la Fundación Margarita Tejada, con la población guatemalteca.

La primera propuesta: del afiche, no logra las expectativas del diseñador.

La segunda propuesta: se usaron varias imágenes de las personas con Síndrome Down de la Fundación, diferente tipo de diagramación. Pero el diseño se miraba cargado.

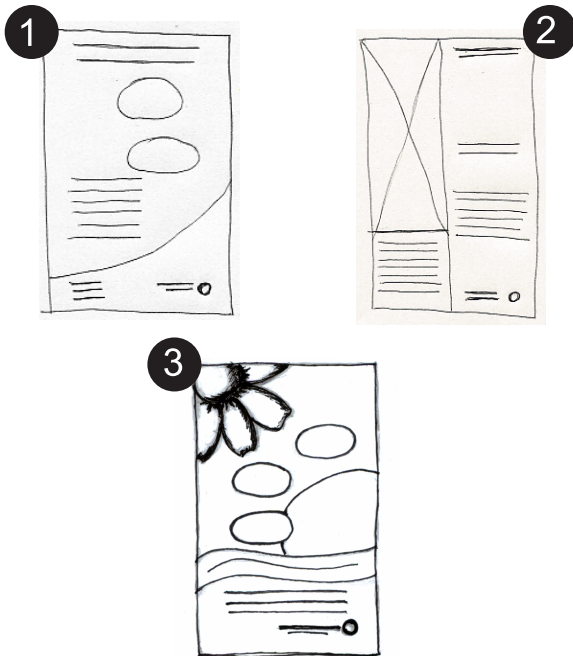
La tercera propuesta: el diseño se puede captar la idea ya que su fluidez en las piezas de diseño cubre las necesidades de la Fundación. Esta propuesta sí cubre



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

con las expectativas de la junta directiva de la Fundación y del diseñador.

Pre-boceto del afiche



4.2.2.2. Pre-boceto separador

Se ha recomendado esta pieza, con un fin promocional, para difundir y dar a conocer la función a través de las diversas actividades que realizan.

Debido a que la Fundación invita a futuros padrinos a sus instalaciones y a las diversas actividades que realizan para recaudar fondos.

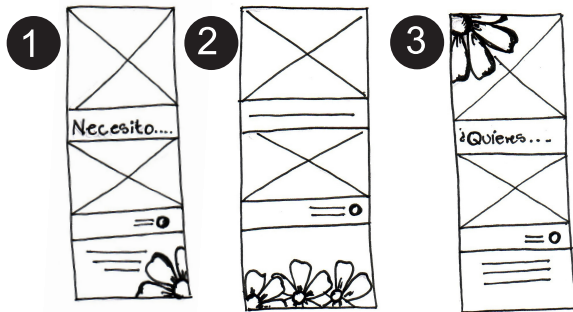
Se desea plasmar el diseño de un separador, que se pueda dar en diferentes ocasiones, también para la elaboración del mismo se debe tomar en cuenta que dicha pieza se entregará personalmente y, en algunas ocasiones, se adjuntará a las diversas piezas artesanales que realizan los alumnos, para poseionar en la mente del grupo objetivo los lineamientos y necesidades de la Fundación.

Fundación
Margarita Tejeda

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Basados en la información anterior se realizaron los primeros pre-bocetos a mano alzada, tratando de integrar elementos que personificarán y representarán a la Fundación, se buscaba realizar un diseño que estuviera integrado por imágenes, que tuvieran un recorrido visual y el espacio necesario para colocar un texto que simplificará lo que es la Fundación y cómo la pueden ayudar. Se trazaron las primeras ideas a mano alzada con una funcionalidad y diseño de solamente tiro.

Pre-boceto del separador



4.2.2.3. Pre-boceto del calendario

Es importante buscar el mecanismo de recordarle a la ciudad guatemalteca durante todo un período anual sobre qué es la Fundación, qué servicios brinda y cómo la pueden contactar, por otro lado, es conveniente realizar piezas que sean de funcionalidad para el grupo objetivo al que se desea llevar, para que conserven las mismas y no las desechen de forma tan espontánea.

Y en la búsqueda de alcanzar los objetivos de esta campaña, se desea plasmar el concepto creativo del presente proyecto en cada una de las piezas que se han sugerido.

En las primeras visualizaciones gráficas se han realizado tres propuestas con diversas diagramaciones y diferentes



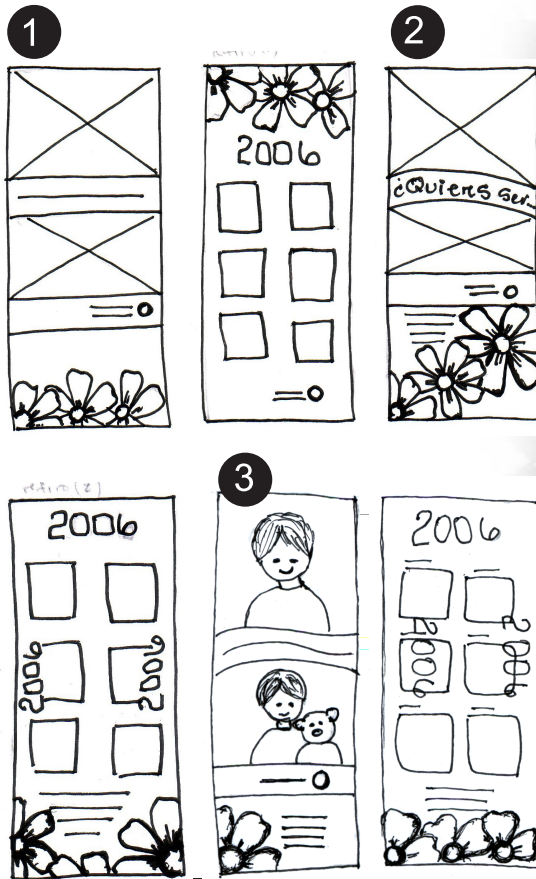
Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

recorridos visuales con la finalidad de alcanzar un diseño sobrio y agradable ante la vista del futuro usuario y visualizador.

Se ha tomado en cuenta colocar la numeración de los meses del año sobre un fondo y remarcar los mismos, de igual manera se ha pensado visualizar un arte que esté integrado por diversas imágenes que representen una etapa del año y colocar textos e información en la parte superior del área de trabajo, pero aún no se tiene nada concreto que llene las expectativas de la Fundación.

En estas piezas la que llenó las expectativas del diseñador fue la tercera, que cumple con las expectativas de la Fundación.

Pre-boceto del separador calendario



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Tomando en cuenta que los trifoliales representa un medio impreso, de fácil y económica reproducción, tienen como finalidad informar en forma precisa y resumida un tema en específico.

Se hará uso del mismo para informar al grupo objetivo, sobre qué es la Fundación. Y en otro sobre que es el Síndrome de Down, como enfrentarlo, como detectarlo y como vivir con éste.

Por lo que en esta etapa se han querido plasmar las primeras ideas para estas piezas escritas.

En la realización de las primeras ideas de las mismas se busca unificar las piezas, enfatizar la importancia de este síndrome, diagramar de una manera armónica y agradable el contenido que acompañara a cada una de estas piezas

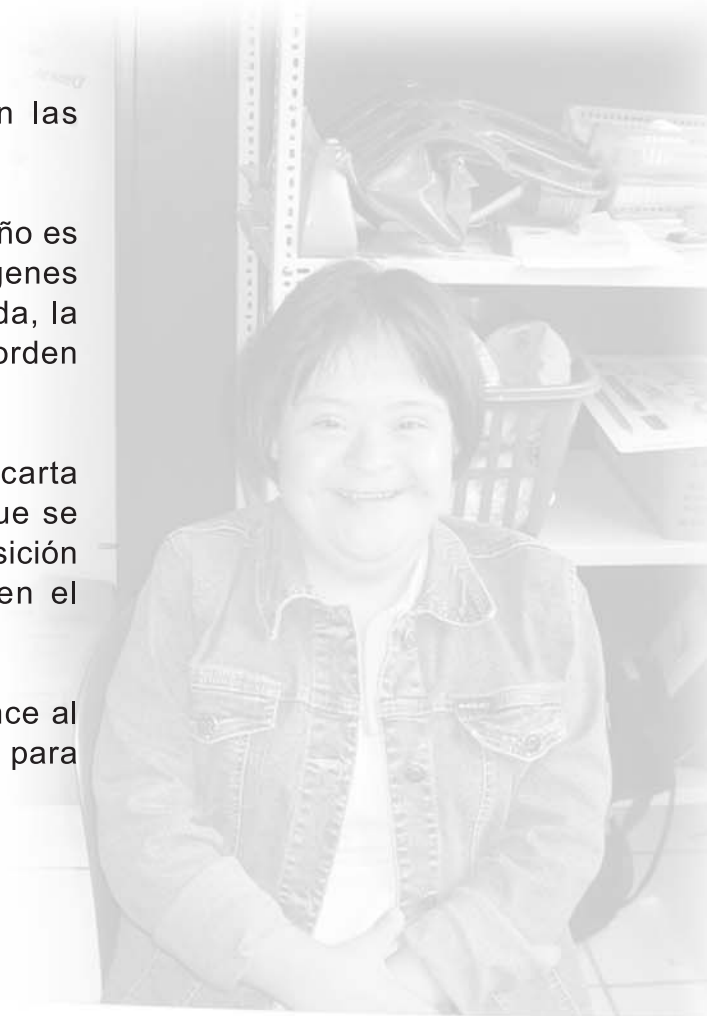
informativas.

A continuación se ejemplifican las primeras ideas realizadas.

En la primera propuesta el diseño es sencillo por el orden de las imágenes que se usaron en forma cuadrada, la posición del texto no refleja un orden en el formato.

La segunda propuesta se descarta por el orden de las imágenes que se usaron en forma cuadrada, la posición del texto no refleja un orden en el formato.

La tercera propuesta sí convence al diseñador y es la que se queda para la fase de bocetos.



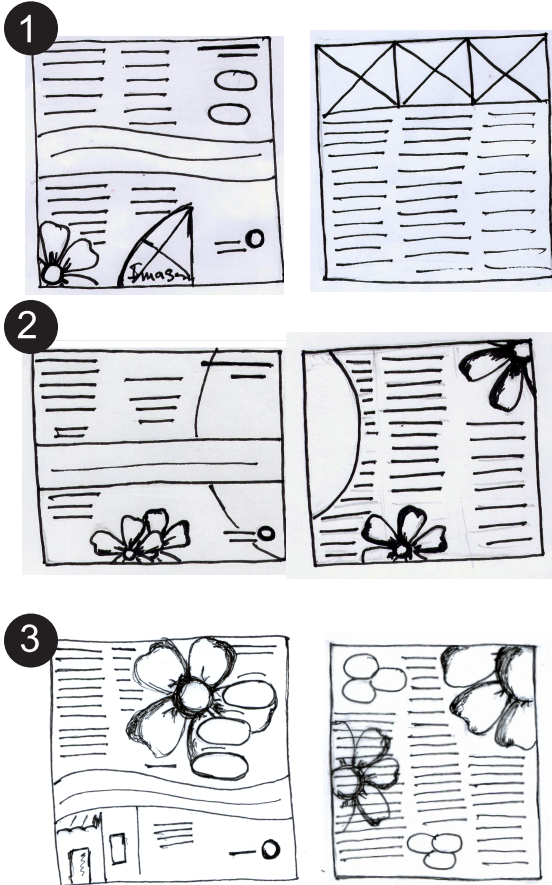
F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Pre- boceto del trifoldiar



4.2.2.5. Pre-boceto del volante

Tratando la manera de llegar a toda la población que integra el grupo objetivo al que va dirigida la presente campaña, se han sugerido diversos medios escritos, tal es el caso del volante, el cual es un medio impreso que puede ser reproducido a un solo tono ó en varios tonos ó a todo color. La finalidad de esta pieza es difundir, promover e informar en forma concreta y directa.

Por lo que se ha tenido idea de plasmar a través de elementos fotográficos imágenes de personas con el Síndrome de Down, recibiendo ayuda o desarrollándose ellos mismos ante la sociedad, acompañada de un titular central que estará integrado por el concepto principal de la campaña y como complemento de esto, la información general de la Fundación.

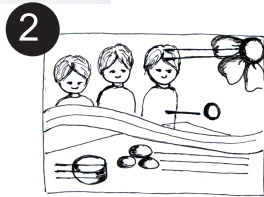
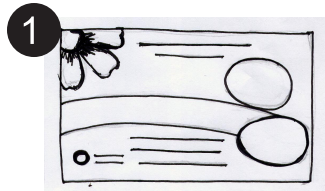
Fundación

Margarita Tejeda

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Por ser éstas las primeras ideas, aún no se ha tomado en cuenta el uso del color y la elección de las imágenes a usar, ya que aún no se tiene bien definido si se usaran imágenes ya tomadas por la Fundación, ó, si se realizará una nueva sección de imágenes, por lo que únicamente se han realizado trazos básicos y estratégicos que nos pueden encaminar hacia la adecuada solución gráfica (a realizar o publicar).

Pre-boceto del volante



4.2.2.6. Pre-boceto de Muppi

Tomando como punto de referencia que el Muppi es un medio escrito masivo público, el cual puede ser apreciado en las principales vías, avenidas, carreteras de la ciudad, por el grupo objetivo que se moviliza a través de vehículos públicos y privados.

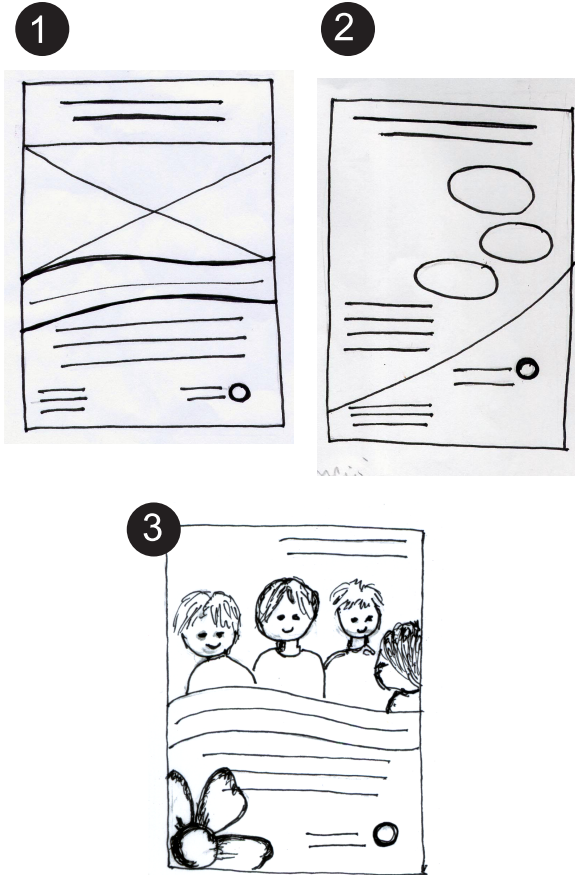
Se debe tomar en cuenta que el tiempo con el que cuentan para poder visualizar este medio escrito es demasiado corto, por lo que el diseño del mismo no debe realizarse con saturación de textos imágenes que no podrán observar.

En la realización de las primera ideas para darle vida a los artes de los Muppis se ha empleado una diagramación de izquierda a derecha y otra central, con el uso de una sola imagen y únicamente con texto principal.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Pre-boceto del Muppi



4.2.2.7. Pre-boceto de unifoliar

Es un medio impreso informativo, el cual puede ser reproducido a través de un mecanismo de tiro y retiro, a un tono, dos tonos ó a todo color. Debido a que su área de impresión es muy reducida, no se quiere saturar el arte del mismo con mucho texto e imágenes, por lo que en los primeros trazos se ha querido obtener un diseño sobrio de fácil comprensión, con un recorrido visual. Se desea, implementar pocas imágenes para no recargar el mismo.

La primera propuesta del unifoliar se considera que tiene muchos elementos visuales, esto hace ver el diseño muy saturado.

La segunda propuesta es la que se va a trabajar en el boceto ya que sus elementos visuales son distribuidos de una manera adecuada.

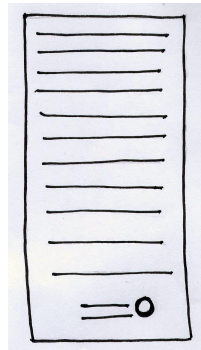
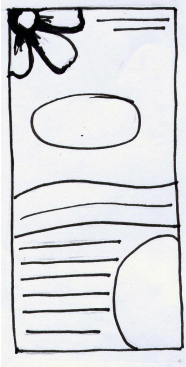
Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Pre-boceto del unifoliar

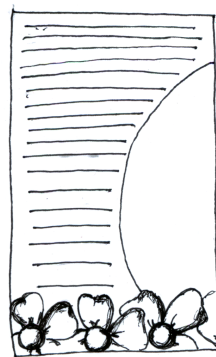
Tiro

retiro

1



2



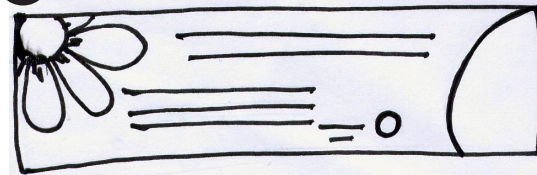
4.2.2.8. Pre-boceto del anuncio de prensa

Se debe tomar en cuenta que los anuncios de prensa no únicamente son un medio masivo escrito, con el cual se puede alcanzar con facilidad al grupo objetivo, sino que, también, es un medio que requiere de mucho cuidado en la elaboración de sus artes finales.

Tomando en cuenta eso, las primeras ideas se han trazado con pocas imágenes, con fondos sin color, un titular central y textos complementarios.

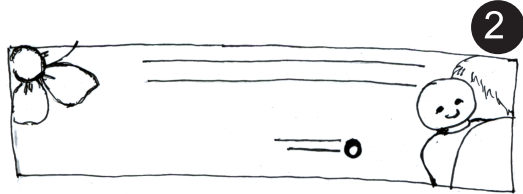
Pre-boceto del anuncio de pie de página

1

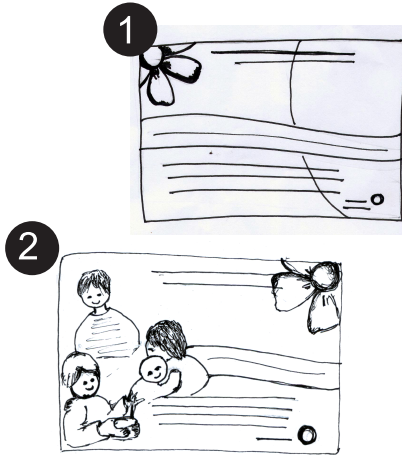


Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Pre-boceto del anuncio de pie de página
Esta pieza es la que se queda para los primeros trazos digitales.



Pre-boceto del anuncio de prensa 1/2 página



La pieza número dos sí cumple con las expectativas del diseñador.

4.2.3. Boceto

En esta etapa se decide qué elementos serán más importantes, como hallar el equilibrio para lograr que el resultado sea armónico y adecuado, qué tipografías usar en los titulares y el texto que complementa la pieza gráfica.

El boceto debe tener la mayor calidad y definición posible. En el boceto, se trató de mejorar las ideas propuestas creadas a mano,

Por lo que a continuación se desarrolla en forma gráfica y digital la mejora de los primeros trazos visuales de las piezas de diseño.

4.2.3.1 Boceto del afiche

Para la realización de esta pieza digital se seleccionó la pieza número 3 del

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

pre-boceto, se buscaron imágenes que ejemplifican las diversas actividades que realizan las personas con Síndrome de Down que acuden a la Fundación en los talleres motivacionales que ahí se imparten.

Se ha utilizado el logotipo de la Fundación y la imagen de una flor natural de una margarita.

El diseño del afiche se ha trabajado en formato vertical, con un recorrido visual ascendente, de izquierda a derecha

A la diagramación de los elementos que integran el arte se le ha querido dar movimiento y armonía con una colocación radial, gradual. en la tipografía se jugó con varias fuentes para seleccionar la que posiblemente quedará y le diera peso a la pieza de diseño.

Boceto del afiche



El centro de Capacitación Técnico y Vocacional de la Fundación Margarita Tejada Para Síndrome de Down ofrece rehabilitación desde 1 mes de nacido en adelante.

Puede contactarnos en:
4^a Ave. 12-20, zona 16
Acasán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

Fundación
Margarita Tejada
Para Síndrome de Down



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2.3.2. Boceto del trifoliar

Para digitalizar las ideas creativas, que se tenían para el trifoliar, se seleccionó la figura número tres del pre-boceto, éste es un formato horizontal, por cuestiones económicas se sugirió la realización del mismo en tamaño carta a todo color.

Se utilizaron imágenes de flores de margaritas, para enfatizar el nombre de la Fundación, el logotipo de la Fundación, un cintillo amarillo con el slogan de la campaña.

En el contenido del trifoliar se trató de explicar concretamente de qué trata la Fundación y el Síndrome Down. Y se informa de los lugares a donde se puede acudir en busca de ayuda e información ante este Síndrome.

Basados en la finalidad de la publicación de la Campaña se ha estipulado que a través de los textos se motivará e informará para ayudar y cómo acudir a la Fundación.

Se ha buscado la utilización de íconos e imágenes que ejemplifican las diversas actividades que realizan las personas con Síndrome de Down quienes acuden a la Fundación a los talleres motivacionales que allí se imparten.

Los colores que se utilizaron para estas primeras pruebas y para darle forma al diseño fueron: el blanco, azul para el fondo.

Para ver cómo se miraban los colores, se diseñaron dos pruebas para seleccionar la que más convecía al diseñador, para el boceto final.

Fundación

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Boceto del trifoliar fondo blanco Tiro

Curso de intervención temprana a preescolares (inicio de 2 años a 7 años); niños tres veces a la semana desde recién intervenidos en las áreas de lenguaje, motricidad gruesa, motricidad fina desarrollo cognoscitivo y desarrollo personal social.

Intervención a distancia: los niños del interior del país o que no puedan asistir regularmente, pueden acercarse a la Fundación semestralmente, quincenalmente o, en último caso, planes de tratamiento para seguir en el hogar.

objetivo del programa de intervención temprana:
El objetivo primordial del programa de intervención temprana es lograr que el niño con Síndrome de Down adquiere todas las destrezas y habilidades necesarias para que sea incluido en un colegio o escuela regular.

¿cómo podemos ayudar?

La fundación cuenta con el plan de "MARGARITAS UNA MARGARITA".

Es el cual usted puede colaborar de la forma que desee. Se pueden hacer donativos anuales, semestrales o mensuales.

**Con tu granito de arena...
Construyes mi Futuro.**

CON TAN SOLO UNA SONRISA ME ENORGULLECE DECIR:

MI HIJO ESPECIAL ME HA ENSEÑADO A VIVIR...

UNA MARGARITA FLORECERÁ GRACIAS A TI...

Puede contactarnos en:
4^a Ave. 12-20, zona 16
Ciudad de Guatemala
Tel: 2251-0860 o 91



Retiro



¿Qué es el Síndrome de Down?
El Síndrome de Down o Trisomía 21 es el desarrollo genético más común el cual está asociado con características físicas y mentales. Este desarrollo afecta a todas las razas y clases sociales del mundo. Su incidencia es de 1 de cada 600 recién nacidos vivos.

Causas:
Nadie tiene la culpa es un accidente de la naturaleza. Todas las personas normales contamos con 46 cromosomas cada célula, pero el 95% de las células que nacen con síndrome de Down tienen 47 cromosomas en cada célula a raíz de la Trisomía Síndrome de Down (Trisomía 21).

Existe un 2% de posibilidad, que cuando el bebé nace, se encuentran algunas células que contienen 46 cromosomas y otras células con 47 cromosomas a raíz de la Trisomía Síndrome de Down (Trisomía 21).

¿Qué debe usted saber?
Que no sea culpa. Es necesario sentirse afortunado en beneficio del niño. Es necesario sentirse afortunado en beneficio del niño.

Los niños deben de ser atendidos por el pediatra infantil que solo niño, además es necesario de algunas intervenciones tempranas para mejorar el desarrollo motor. Estos niños pueden ser corregidos como cualquier niño, con el apoyo de las terapias de lenguaje, audición, más funcionamiento de la visión, actividad en los diferentes campos en la sociedad, lenguaje en el momento que se encuentran en la vida.

Debemos involucrar a toda la familia y personas que nos rodean, para que tomen parte del desarrollo del niño.

Debemos de amarlos, educarlos y corregirlos al igual que otro ser querido. El colorido, paciencia, persistencia y constancia se reflejan en beneficio del niño. Estas niñas tienen un sentido independiente de satisfacción y felicidad, el cual todas deberían aprenderla.

¿Quién es la Fundación Margarita Tejeda?
La Fundación Margarita Tejeda es una entidad no lucrativa que nació de la necesidad de un grupo de madres y profesionales ante la necesidad de poner a las personas con Síndrome de Down una mejor calidad de vida a través de las áreas de salud, de educación y desarrollo social.

¿En qué consiste la intervención temprana para niños con Síndrome de Down?
Consiste en darle a los niños desde sus primeros días de vida apoyo en las áreas de motricidad gruesa, desarrollo del lenguaje, desarrollo auditivo, visual y táctil con la finalidad de desarrollar al máximo sus capacidades. Lo que en el futuro les abrirá las puertas de la integración escolar, laboral y social.

Los objetivos de la intervención son:

- 1) Determinar los efectos de la trisomía.
- 2) Prevenir y evitar la aparición de problemas secundarios.
- 3) Desarrollar la máxima autonomía.
- 4) Lograr la mejor adaptación posible al medio en el que se desarrollan.
- 5) Adquirir conductas adecuadas a la edad y al entorno.

Los beneficios que se obtienen a lo largo de los años de intervención son: la independencia, la autonomía, el auto y el respeto en sus habilidades adquiridas, en comparación con los niños sin síndrome.



¿Qué servicios ofrece la Fundación Margarita Tejeda?

- Para los padres de familia:**
- 1) Orientación sobre temas relacionados con el crecimiento físico, desarrollo emocional, desarrollo emocional y físico, aspectos educativos relevantes, etc.
 - 2) Reuniones de apoyo a padres el último sábado de cada mes.
 - 3) Distribución de calidad niño para determinar su nivel de desarrollo psico-motor y establecer los programas de intervención temprana a seguir en el hogar y en la clínica.
 - 4) Si hay necesidad de servicios médicos contamos con un grupo de doctores de diversas especialidades (pediatría, cardiología, oftalmología, etc.) que brindan sus servicios a través de la clínica.

Curso de intervención temprana a bebés desde 15 días de nacido a 2 años: niños de fuera a viernes con su madre, en las horas de la mañana y las tardes. Se trabaja las áreas de lenguaje, motricidad gruesa, desarrollo cognitivo, desarrollo visual, auditivo y táctil.

Boceto del trifoliar fondo azul

Curso de intervención temprana a preescolares (inicio de 2 años a 7 años); niños tres veces a la semana desde recién intervenidos en las áreas de lenguaje, motricidad gruesa, motricidad fina desarrollo cognoscitivo y desarrollo personal social.

Intervención a distancia: los niños del interior del país o que no puedan asistir regularmente, pueden acercarse a la Fundación semestralmente, quincenalmente o, en último caso, planes de tratamiento para seguir en el hogar.

objetivo del programa de intervención temprana:
El objetivo primordial del programa de intervención temprana es lograr que el niño con Síndrome de Down adquiere todas las destrezas y habilidades necesarias para que sea incluido en un colegio o escuela regular.

¿cómo podemos ayudar?

La fundación cuenta con el plan de "MARGARITAS UNA MARGARITA".

Es el cual usted puede colaborar de la forma que desee. Se pueden hacer donativos anuales, semestrales o mensuales.

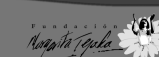
**Con tu granito de arena...
Construyes mi futuro...**

CON TAN SOLO UNA SONRISA ME ENORGULLECE DECIR:

MI HIJO ESPECIAL ME HA ENSEÑADO A VIVIR...

UNA MARGARITA FLORECERÁ GRACIAS A TI...

Puede contactarnos en:
4^a Ave. 12-20, zona 16
Ciudad de Guatemala
Tel: 2251-0860 o 91



¿Qué es el Síndrome de Down?
El Síndrome de Down o Trisomía 21 es el desarrollo genético más común el cual está asociado con características físicas y mentales. Este desarrollo afecta a todas las razas y clases sociales del mundo. Su incidencia es de 1 de cada 600 recién nacidos vivos.

Causas:
Nadie tiene la culpa es un accidente de la naturaleza. Todas las personas normales contamos con 46 cromosomas cada célula, pero el 95% de las células que nacen con síndrome de Down tienen 47 cromosomas en cada célula a raíz de la Trisomía Síndrome de Down (Trisomía 21).

Existe un 2% de posibilidad, que cuando el bebé nace, se encuentran algunas células que contienen 46 cromosomas y otras células con 47 cromosomas a raíz de la Trisomía Síndrome de Down (Trisomía 21).

¿Qué debe usted saber?
Que no sea culpa. Es necesario sentirse afortunado en beneficio del niño. Es necesario sentirse afortunado en beneficio del niño.

Los niños deben de ser atendidos por el pediatra infantil que solo niño, además es necesario de algunas intervenciones tempranas para mejorar el desarrollo motor. Estos niños pueden ser corregidos como cualquier niño, con el apoyo de las terapias de lenguaje, audición, más funcionamiento de la visión, actividad en los diferentes campos en la sociedad, lenguaje en el momento que se encuentran en la vida.

Debemos involucrar a toda la familia y personas que nos rodean, para que tomen parte del desarrollo del niño.

Debemos de amarlos, educarlos y corregirlos al igual que otro ser querido. El colorido, paciencia, persistencia, disciplina y constancia se reflejan en beneficio del niño. Estos niños tienen un sentido independiente de satisfacción y felicidad, el cual todas deberían aprenderla.

¿Quién es la Fundación Margarita Tejeda?
La Fundación Margarita Tejeda es una entidad no lucrativa que nació de la necesidad de un grupo de madres y profesionales ante la necesidad de poner a las personas con Síndrome de Down una mejor calidad de vida a través de las áreas de salud, de educación y desarrollo social.

¿En qué consiste la intervención temprana para niños con Síndrome de Down?
Consiste en darle a los niños desde sus primeros días de vida apoyo en las áreas de motricidad gruesa, desarrollo del lenguaje, desarrollo auditivo, visual y táctil con la finalidad de desarrollar al máximo sus capacidades. Lo que en el futuro les abrirá las puertas de la integración escolar, laboral y social.

Los objetivos de la intervención son:

- 1) Determinar los efectos de la trisomía.
- 2) Prevenir y evitar la aparición de problemas secundarios.
- 3) Desarrollar la máxima autonomía.
- 4) Lograr la mejor adaptación posible al medio en el que se desarrollan.
- 5) Adquirir conductas adecuadas a la edad y al entorno.

Los beneficios que se obtienen a lo largo de los años de intervención son: la independencia, la autonomía, el auto y el respeto en sus habilidades adquiridas, en comparación con los niños sin síndrome.



¿Qué servicios ofrece la Fundación Margarita Tejeda?

- Para los padres de familia:**
- 1) Orientación sobre temas relacionados con el crecimiento físico, desarrollo emocional, desarrollo emocional y físico, aspectos educativos relevantes, etc.
 - 2) Reuniones de apoyo a padres el último sábado de cada mes.
 - 3) Distribución de calidad niño para determinar su nivel de desarrollo psico-motor y establecer los programas de intervención temprana a seguir en el hogar y en la clínica.
 - 4) Si hay necesidad de servicios médicos contamos con un grupo de doctores de diversas especialidades (pediatría, cardiología, oftalmología, etc.) que brindan sus servicios a través de la clínica.

Curso de intervención temprana a bebés desde 15 días de nacido a 2 años: niños de fuera a viernes con su madre, en las horas de la mañana y las tardes. Se trabaja las áreas de lenguaje, motricidad gruesa, desarrollo cognitivo, desarrollo visual, auditivo y táctil.

Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

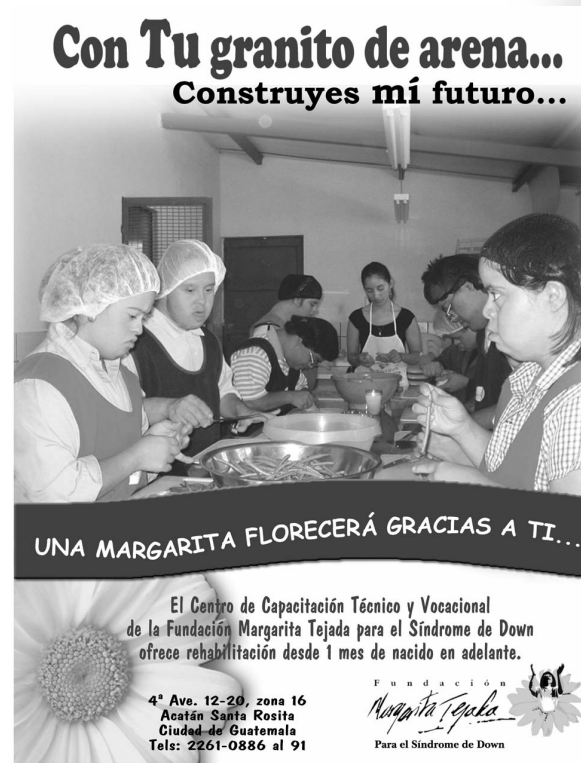
4.2.3.3. Boceto del Muppi

Para lograr el diseño de esta pieza se trazaron varias ideas a mano alzada así se logra elegir la que más llenó las expectativas del diseñador.

En esta etapa de diseño se ha tratado la manera con ayuda de las autoridades de la Fundación de seleccionar imágenes agradables, nobles, de las personas que acuden a la Fundación, para llegar al corazón del espectador.

En las propuestas para el Muppi se ha utilizado un formato vertical, el uso de una margarita, una diagramación céntrica lineal, una fotografía de personas con Síndrome de Down, un cintillo amarillo con el eslogan de la campaña, la información general de la Fundación y el logotipo de la misma.

Boceto del Muppi



**Con Tu granito de arena...
Construyes mí futuro...**

UNA MARGARITA FLORECERÁ GRACIAS A TI...

El Centro de Capacitación Técnico y Vocacional de la Fundación Margarita Tejada para el Síndrome de Down ofrece rehabilitación desde 1 mes de nacido en adelante.

4° Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

Fundación
Margarita Tejada
Para el Síndrome de Down

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2.3.4. Boceto del Anuncio de prensa 1/2 página

Tomando en cuenta que la Fundación está en busca de las personas que deseen apadrinar a las personas con Síndrome, en las piezas digitales se propone la realización de dos tipos de anuncios de prensa:

anuncio principal tamaño media página, cintillo ó pie de página.

Anuncio 1/2 Página

Se buscaron imágenes se integró una margarita, el logotipo de la Fundación, una diagramación céntrica, se utilizó un cintillo para el eslogan.

Boceto del Anuncio de 1/2 página



4.2.3.5 Anuncio de prensa cintillo ó pie de página

Para la realización de éste arte se trazaron las primeras ideas a mano entre las cuales se escogió la número dos del pre-boceto para digitalizar la primera opción del anuncio de pie de página; en la misma se integraron fotografías tomadas por el diseñador de las personas que padecen este síndrome, se usó una Margarita, el

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

logotipo. y los colores blanco y azul.

Boceto del Anuncio de pie de página



4.2.3.6. Boceto del calendario

Como se ha hecho mención ya en la etapa de pre-boceto, esta pieza se ha sugerido como promocional. En el diseño digital se ha tratado la manera de crear un diseño llamativo, funcional, motivacional.

Para dicha pieza se han realizado dos artes uno para el tiro y otra para la impresión de retiro, ambos a todo color.

De igual manera que las demás piezas se han empleado los colores azul, blanco, amarillo y negro para alguno

de los textos.

En el tiro se colocaron imágenes de personas que padecen el Síndrome, un cintillo para resaltar la frase de amarre, una flor (margarita).

En el retiro se utilizó una diagramación céntrica, al pie de página, imágenes de una flor margarita, ésta se identifica con Fundación.

Como título se utilizó el número del año presente y a los lados el mismo número pero en forma de sello de agua.

En la parte del retiro se colocó la numeración de los 12 meses del año en forma simétrica.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Boceto del calendario tiro y retito



4.2.3.7. Boceto del unifoliar

Tomando en cuenta las primeras ideas plasmadas a mano, esta pieza ha sido diseñada con carácter promocional e informativo, se ha sugerido que su impresión se realice a todo color.

En la parte del tiro se usó una imagen de la Fundación de personas especiales, ocupando todo el formato de diseño, un cintillo en el pie de página para resaltar el logotipo de la Fundación.

En el retiro no se usaron imágenes, por lo que las autoridades de la Fundación han solicitado se informe sobre las actividades anuales que realizan para recaudar fondos, Solamente en el pie de página se colocó la imagen de una flor (margarita).



Fundación

Margarita Tejaka



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Boceto del unifoliar tiro.

Con Tu granito de arena...

...construyes mi futuro.



Boceto del unifoliar retiro

Programa de apoyo a los padres de Familia:

Conferencias y charlas mensuales
Grupos de apoyo de "Padres a Padres"
Talleres a padres y familias.
Apoyo Psicológico a padres
Visitas de apoyo a hospitales, a padres de recién nacidos con Síndrome de Dow
Orientación y divulgación sobre el síndrome de Down.

CENTRO DE CAPACITACIÓN

Actualmente imparten capacitación a 60 jóvenes y adultos con Síndrome de Down de 14 a 50 años de edad en:

Lenguaje
Percepción
Psicomotricidad
Matemática
Lectura
Escritura
Educación sexual
Socialización
Autonomía Personal y conocimiento del medio.

Se imparten talleres donde se les enseñan diversos oficios:

Cerámica
Cocina, Repostería y panadería
Artesanías (elaboración de velas, collares)
Horticultura y agricultura
Se imparten talleres de Tae-Kwon Do con el apoyo de la federación Nacional de Tae-Kwon Do, fútbol y gimnasia con el apoyo del personal de Olimpiadas especiales.

Puedes contactarnos en:
4ª Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santo Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91



Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2.3.8. Boceto del volante

Para plasmar en formato digital las ideas que se tenían del volante, se estableció el formato de trabajo, ya que por regular el volante tiene un tamaño de media carta; a decisión de las autoridades de la Fundación, se diseñó el mismo en formato horizontal.

En esta pieza se colocaron imágenes de las personas especiales, una imagen de una flor (margarita), el logotipo de la fundación, la frase del concepto de la campaña, un cintillo donde va el eslogan.

entre los colores utilizados en esta pieza se encuentran: el blanco, azul, amarillo, negro.

Se utilizó una diagramación asimétrica con espaciado regular.

Boceto del volante



Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2.4. Boceto final a validar

Una vez el cliente ha aprobado el boceto de presentación, o, después de efectuar las correcciones, entonces se puede producir el original definitivo. En términos tradicionales, esto involucraría la composición tipográfica, la preparación de ilustraciones y fotografías a punto de ser reproducidas."

(Collier cotton, 1992: 11)

La propuesta final de las gráficas se realizó a todo color, con la finalidad de tener una mejor distinción en la presentación de las piezas de diseño.

Entre los colores que se utilizaron para todas las piezas gráficas tenemos: amarillo, azul, negro, y para darle armonía y contraste a las piezas se les agregó el color verde, este fue aceptado por las autoridades de la fundación.

Entre los elementos que conforman las piezas gráficas se encuentran las imágenes de los niños, jóvenes y adultos con Síndrome de Down. Esto conforma la pieza central del diseño, por esto cada una de estas imágenes cumplen con un propósito para promover y divulgar a la Fundación Margarita Tejada y captar nuevos patrocinadores.

"La tipografía empleada para el titular y subtítulo son de la familia Romano Antigua, este estilo está impregnado de dignidad, clasicismo y tradición, por lo que se le asocia con mensajes de carácter histórico, religioso, o, bien, elegantes y sobrios." (Paz Mendoza 96: 32)

"Para el eslogan se usó la tipografía Comic Sans MS, este tipo de letra transmite, juventud, dinamismo y modernización." (Paz Mendoza 96: 80)

Fundación
Margarita Tejada

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

El elemento secundario de las piezas de diseño es una margarita, esta flor está impregnada de ternura, esperanza, verano, naturaleza, y, es el elemento que representa a la Fundación.

Tomando en cuenta las necesidades y deseos de la fundación, se ha realizado una extensa labor con el diseño de las piezas gráficas realizando las variantes en imágenes y diagramación que el cliente ha solicitado, por lo que después de una selección de bocetos con las autoridades de la fundación, se ha acordado seleccionar los bocetos que a su parecer llenan y demuestran mejor sus necesidades y expectativas.

4.2.4.1. Boceto final del afiche

Esta pieza es un elemento principal para la Fundación ya que en ella se logran promover las actividades que realiza

dicha Fundación, este medio será publicado en los centros comerciales, supermercados, bancos, con el fin de lograr el interés de nuevos patrocinadores.

Las imágenes principales de esta pieza, son personas que padecen el Síndrome de Down, en las cuales cada imagen representa una de las actividades de la Fundación.

La frase **Con tu granito de arena** construyes mi futuro, adquiere mayor significado con un tipo de letra gruesa, con esta opción se aplicó el tipo Cooper.

Para la frase Una Margarita Florecerá gracias a tí... se aplicó el tipo Comics sans, representa dinamismo, juventud.

Se le aplicó fondo color verde, éste fue sugerido por el diseñador, para darle armonía y contraste a las piezas. Se hizo uso de un cintillo amarillo el cual



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

servirá para resaltar la frase de amarre.

También se hizo uso de una flor natural (una Margarita), que se caracteriza con la Fundación.

Para darle peso al formato de diseño se integró un borde color azul, esto sirvió para darle un enfoque nuevo y diferente a las piezas de diseño; para cierre de las piezas se integró el logotipo de la Fundación.

Boceto final del afiche



Fundación
Margarita Tejada

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2.4.2. Boceto final del trifoliar

El motivo de esta pieza es para informar a la población respecto de las actividades que realiza la Fundación, en qué consiste el Síndrome de Down, qué es la Fundación Margarita Tejada y la ayuda que ofrece dicha fundación.

En este diseño se usaron imágenes de niños y jóvenes con Síndrome, para acuarpar el concepto de la Campaña de divulgación.

Se utilizaron frases cortas que ejemplificarán cada una de las imágenes.

Se aplicó un texto motivador para reforzar los elementos del trifoliar. Se utilizó una margarita para acuarpar el formato de diseño.

Se utilizó una imagen del edificio donde radica la Fundación.

En la parte del retiro se usaron los colores: azul y amarillo, estos colores representan a la Fundación, se integró el color verde para darle contraste al diseño.

El texto que se utilizó para acuarpar el diseño fué justificado, con una letra delgada esto hizo que el texto fuera ordenado y fácil de leer.

Se usaron imágenes de las personas con Síndrome de Down realizando cada una de las actividades que allí se realizan.

Se le aplicó un borde de color azul en la parte superior de formato, esto es para reforzar la pieza de diseño.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Boceto final del trifold para tiro

Boceto final del trifold para retiro

Curso de intervención temprana a profesionales (niños de 2 años a 7 años): ahora más veces a la semana donde reciben intervención en las áreas de lenguaje, motricidad gruesa, motricidad fina, desarrollo cognitivo y desarrollo personal social.

Intervención a distancia: los niños del interior del país o que no puedan asistir regularmente, pueden acercarse a la Fundación semanalmente, quincenalmente o, en último caso, planes de tratamiento para seguir en el hogar.

objetivo del programa de intervención temprana:

El objetivo primordial del programa de intervención temprana es lograr que el niño con Síndrome de Down adquiera todas las destrezas y habilidades necesarias para que sea incluido en un colegio o escuela regular.

¿cómo podemos ayudar?

La fundación cuenta con el plan de "APADRINEMOS UNA MARGARITA"

En el cual usted puede colaborar de la forma que desee. Se pueden hacer donativos anuales, semestrales o mensuales.

**CON TU GRANITO DE ARENA...
CONSTRUYES MI FUTURO.**

CON TAN SOLO
UNA SONRISA ME
ENORGULLECE
DECIR:
MI HIJO ESPECIAL
MÉ HA
ENSEÑADO
A VIVIR...

¡Tendré más salud!
¡Aprenderé más!
¡Haré más cosas!

UNA MARGARITA FLORECERÁ GRACIAS A TI...

Puede contactarnos en:

4° Ave. 12-20, zona 16
Antigua Guatemala
Ciudad de Guatemala
Tel: 2261-0886 al 91

Fundación
Margarita Tejeda
Para el Síndrome de Down

«¿Qué es el Síndrome de Down?»

El Síndrome de Down o Trisomía 21 es el desorden genético más común el cual está asociado con características físicas y mentales. Este desorden afecta a todas las razas y clases sociales del mundo. Su incidencia es de 1 de cada 600 niños nacidos vivos.

Causas:

Nadie tiene la culpa es un accidente de la naturaleza. Todas las personas normales contamos con 46 cromosomas cada célula pero 99% de los bebés que nacen con síndrome de Down tienen 47 cromosomas en cada célula a esto se le llama Síndrome de Down (trisomía 21).

Existe un 2% de posibilidad que cuando el bebé nace, se convierten algunos células del organismo de cromosomas y otras células con 47 cromosomas a caso de "Trisomía Síndrome de Down (trisomía 21)".

¿Qué debe usted saber?

¿Qué significa esto...?

Es necesario sentir y apoyar la sonrisa la única posible para "comenzar e infermar en beneficio del niño."

Los niños deben de ser atendidos por el pediatra al igual que los niños, además es necesario de algunas intervenciones tempranas, físicas, psicológicas, y de que los servicios educativos pueden ser otorgados como: estrategias compensatorias del contenido de las áreas académicas, el fortalecimiento de la lectura, debilidad en las primeras horas en la base del código, bloqueos en el lenguaje grueso y cotidiano en los ojos.

Debemos involucrar a toda la familia y personas que nos rodean, para que juntos podamos el desarrollo del niño.

«¿Qué es la Fundación Margarita Tejeda?»

La Fundación Margarita Tejeda es una entidad no lucrativa que busca de la igualdad de un grupo de maestros y profesionales ante la necesidad de proveer a las personas con Síndrome de Down una mejor calidad de vida a través de las áreas de salud, de educación y desarrollo social.

«¿Qué consiste la intervención temprana para niños con Síndrome de Down?»

Consiste en darle a los niños desde sus primeros días de vida apoyo en las áreas de motricidad gruesa, desarrollo del lenguaje, desarrollo auditivo, visual y táctil con la finalidad de desarrollar al máximo sus capacidades, lo que en el futuro les abre las puertas de la integración escolar, laboral y social.

Los objetivos de la intervención son:

- 1) Disminuir los efectos de la trisomía.
- 2) Prevenir y evitar la aparición de problemas secundarios.
- 3) Desarrollar la máxima autonomía.
- 4) Lograr la mejor adaptación posible al medio en el que se desenvuelven.
- 5) Adquirir conductas adecuadas a la edad y al entorno.

Los beneficios que se obtienen a lo largo de los años es que los niños estimulados mantienen un nivel más alto y estable en sus habilidades adquiridas, en comparación con los niños no estimulados.

«¿Qué servicios ofrece la Fundación Margarita Tejeda?»

Para los padres de familia:

1. Orientación sobre temas relacionados con el crecimiento, educación, manejo de conducta, desarrollo emocional y físico, aspectos médicos relevantes, etc.
2. Reuniones de apoyo a padres el último sábado de cada mes.
3. Evaluación de cada niño para determinar su nivel de desarrollo psicomotor y establecer el programa de intervención temprana a seguir en el hogar y en la clínica.
4. Si hay necesidad de servicios médicos contamos con un grupo de doctores de diversas especialidades (pediatras, neurólogos, oftalmólogos, etc.) que brindan sus servicios a costos accesibles. Así como los exámenes específicos para el niño con Síndrome de Down (trisomía, cromosograma, etc.)

Para los niños:

Curso de intervención temprana a bebés desde 15 días de nacido a 2 años: cuatro de horas a viernes con su madre. Se les brinda la información y los ejercicios para realizar en el hogar.

Se trabajan las áreas de lenguaje, motricidad gruesa, desarrollo cognitivo, desarrollo visual, auditivo y táctil.

Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2.4.3. Boceto final del Muppi

Con esta pieza se quiere alcanzar a la población guatemalteca, es por eso que se ha diseñado en forma directa, con poco texto, una sola imagen e información general y representativa de la Fundación, con la finalidad de que cuando la misma sea vista, sea de fácil comprensión y emotiva, para que incentive al espectador a colaborar con el desarrollo y crecimiento de las personas que acuden a la Fundación .

También servirá para dar a conocer las actividades que realiza la Fundación y llamar el interés de nuevos padrinos.

Con la publicación de esta pieza se desea informar a la población guatemalteca sobre la Fundación, los servicios que brinda y qué beneficios pueden encontrar o adquirir en ella.

Los colores que se utilizaron fueron el amarillo, verde, azul y negro.

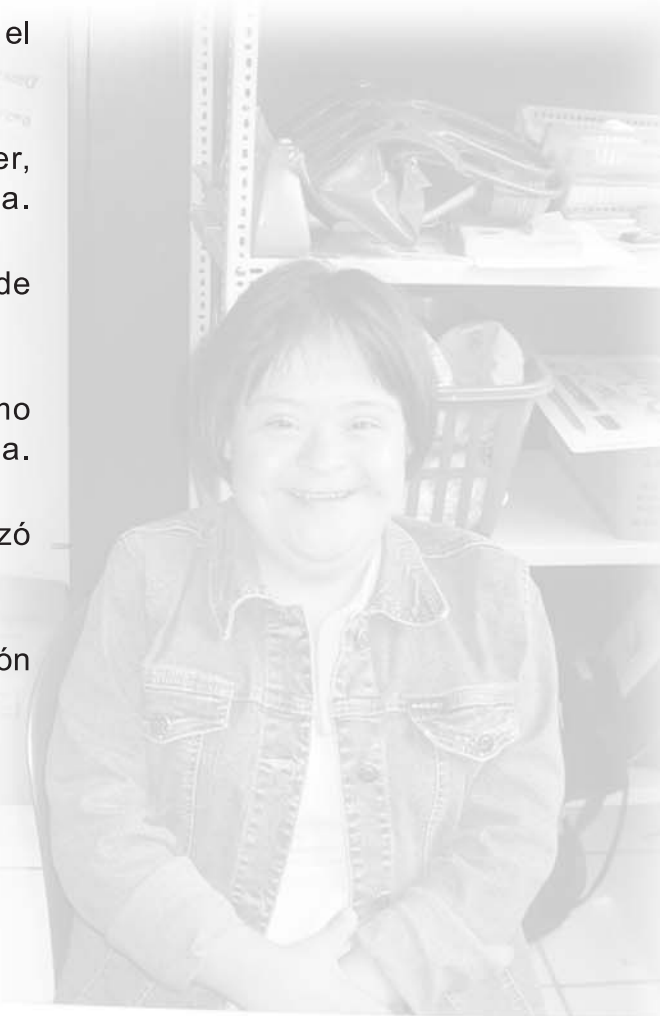
Se le aplicó el tipo de letra Cooper, para el concepto de la campaña.

Para el eslogan se le aplicó el tipo de letra comic sans.

Se hizo uso de una Margarita como pieza de amarre para la campaña.

Para el texto de información se utilizó el tipo Bookmam Old Stile.

Se le integró el logotipo de la Fundación para cierre de las piezas.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Boceto final del Muppi



4.2.4.4. Boceto final del Separador calendario

De igual manera que las demás piezas se han empleado los colores verde, azul, amarillo, blanco, negro para algunos textos.

El calendario cuenta con un formato estándar rectangular, el cual le da la funcionalidad de separador de lectura.

Cuenta con una diagramación lineal, centrada y justificada hacia sus lados.

El área de impresión del tiro se ha diseñado con un juego de fotografías de niños que acuden a la fundación, acompañados de un cintillo amarillo con la frase ¿Quieres ser mi padrino?, la colocación y la selección de la misma se ha diseñado con el propósito de incentivar y motivar al lector a colaborar

FUNDACIÓN
Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

y ayudar a la Fundación. Posteriormente a las imágenes se ha colocado el logotipo de la fundación y una frase motivadora incentivando al espectador a continuar ayudando con esta noble causa.

El retiro se ha diseñado en forma vertical debido a que el área de trabajo es muy angosta y el colocar en esta dirección los elementos de diseño, nos ayuda a darle, altura, elegancia, estabilidad al diseño.

En esta parte del retiro se ha utilizado un bloque de texto que representa la numeración de los doce meses del año con la finalidad de recordar el día y el año.

Para el titular de esta área se ha colocado el número del año y como pie de página se han integrado los datos

generales de la institución, con la finalidad de enfatizar al lector en donde está ubicada la Fundación y cómo puedo acudir a ella en busca de ayuda ó con la finalidad de ayudar a la misma.

Boceto final del separador calendario

¿Quieres ser mi padrino

Para el Síndrome de Down

¡Ayudando a corazón abierto!

2006

<p>ENERO</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <p>8 9 10 11 12 13 14</p> <p>15 16 17 18 19 20 21</p> <p>22 23 24 25 26 27 28</p> <p>29 30 31</p>	<p>FEBRERO</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4</p> <p>5 6 7 8 9 10 11</p> <p>12 13 14 15 16 17 18</p> <p>19 20 21 22 23 24 25</p> <p>26 27 28</p>
<p>MARZO</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4</p> <p>5 6 7 8 9 10 11</p> <p>12 13 14 15 16 17 18</p> <p>19 20 21 22 23 24 25</p> <p>26 27 28 29 30 31</p>	<p>ABRIL</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4</p> <p>5 6 7 8 9 10 11</p> <p>12 13 14 15 16 17 18</p> <p>19 20 21 22 23 24 25</p> <p>26 27 28 29 30</p>
<p>MAYO</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4 5 6</p> <p>7 8 9 10 11 12 13</p> <p>14 15 16 17 18 19 20</p> <p>21 22 23 24 25 26 27</p> <p>28 29 30 31</p>	<p>JUNIO</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3</p> <p>4 5 6 7 8 9 10</p> <p>11 12 13 14 15 16 17</p> <p>18 19 20 21 22 23 24</p> <p>25 26 27 28 29 30</p>
<p>JULIO</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>6 7 8 9 10 11 12</p> <p>13 14 15 16 17 18 19</p> <p>20 21 22 23 24 25 26</p> <p>27 28 29 30 31</p>	<p>AGOSTO</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>6 7 8 9 10 11 12</p> <p>13 14 15 16 17 18 19</p> <p>20 21 22 23 24 25 26</p> <p>27 28 29 30 31</p>
<p>SEPTIEMBRE</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8</p> <p>9 10 11 12 13 14</p> <p>15 16 17 18 19 20 21</p> <p>22 23 24 25 26 27 28</p> <p>29 30</p>	<p>OCTUBRE</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9</p> <p>10 11 12 13 14</p> <p>15 16 17 18 19 20 21 22</p> <p>23 24 25 26 27 28</p> <p>29 30 31</p>
<p>NOVIEMBRE</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2 3 4</p> <p>5 6 7 8 9 10 11</p> <p>12 13 14 15 16 17 18</p> <p>19 20 21 22 23 24 25</p> <p>26 27 28 29 30</p>	<p>DICIEMBRE</p> <p>D L M M J V S</p> <p>1 2</p> <p>3 4 5 6 7 8 9</p> <p>10 11 12 13 14 15 16</p> <p>17 18 19 20 21 22 23</p> <p>24 25 26 27 28 29 30 31</p>

Puede contactarnos en:
4ª Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tel.: 2261-0869 al 91

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2.4.5. Boceto final del unifoliar

En el formato principal se ha realizado un diseño sobrio, motivacional para lo cual después de una ardua selección con las autoridades de la fundación se han elegido las imágenes a utilizar como centro de enfoque de la parte principal del unifoliar.

Esta pieza se ha unificado a través del concepto central de la campaña como todas las demás piezas.

Se ha realizado una diagramación lineal centrada, con un recorrido visual de superior a inferior, la imagen de una persona con Síndrome de Down realizando una de las actividades que allí se realiza, luego, el logotipo de dicha fundación, respaldando una franja amarilla para resaltar el logotipo.

En la segunda área de impresión se aplicó un fondo color azul, pero éste no convence al diseñador, Como en las demás piezas fue sugerido el color verde y una difuminación al inicio del mismo y esa difuminación color azul se le aplicó al pie de página de dicha pieza.

En el texto se le aplicó una diagramación lineal siguiendo el contorno de una imagen con forma ovalada.

y por último se integró la dirección de la Fundación y la imagen de unas margaritas al pie del diseño.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Boceto final del unifoliar

Tiro

Retiro



La Fundación Margarita Tejeda para Síndrome de Dow. Actualmente ofrece sus servicios a Más de 760 familias, en su mayoría, de escasos recursos en las áreas de salud, social y educativa.

Programa de apoyo a los padres de Familia:

- Conferencias y charlas mensuales
- Grupos de apoyo de "Padres a Padres"
- Talleres a padres y familias.
- Apoyo Psicológico a padres
- Visitas de apoyo a hospitales, a padres de recién nacidos con Síndrome de Dow
- Orientación y divulgación sobre el síndrome de Down.

CENTRO DE CAPACITACIÓN

Actualmente imparten capacitación a 60 jóvenes y adultos con Síndrome de Down de 14 a 50 años de edad en:

- Lenguaje
- Percepción
- Psicomotricidad
- Matemática
- Lectura
- Escritura
- Educación sexual
- Socialización
- Autonomía Personal y conocimiento del medio.

Se imparten talleres donde se les enseñan diversos oficios:

- Cerámica
- Cocina, Repostería y panadería
- Artesanías (elaboración de velas, collares)
- Horticultura y agricultura

Se imparten talleres de Tae-Kwon Do con el apoyo de la federación Nacional de Tae-Kwon Do, fútbol y gimnasia con el apoyo del personal de Olimpiadas especiales.

Puede contactarnos en:
* Ave. 12-20, zona 16
Acazul Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tel. 2253-0886 al 91



FUNDACIÓN
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2.4.6. Boceto final del volante

Tomando en cuenta la finalidad de esta pieza de difundir la existencia, la ayuda que brinda y actividades de la Fundación, se utilizó una imagen de personas especiales trabajando en el taller de cocina.

Esta imagen se colocó en la parte izquierda del formato y a su derecha se colocó el concepto de la campaña, el eslogan, un texto informativo general sobre la Fundación y el logotipo de la misma.

Debido al área de impresión con la que cuenta es muy reducida en esta pieza, no se saturará de información al espectador, sino únicamente se le enfatizará de como ayudar a la Fundación ó como buscar apoyo en la misma.

Igual que las demás piezas se utilizaron los mismos colores antes mencionados, amarillo, azul, blanco, negro y verde, con estos colores se hizo una armonía de color para contrastar la pieza y, así, tener un diseño colorido y alegre.

Boceto final del volante



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

4.2.4.7. Boceto final del anuncio de prensa 1/2 página

Este anuncio de media página se ha realizado con una diagramación tipo asimétrica, mantiene el concepto principal de la campaña. Con tu granito de arena construyes mi futuro, el cual es el punto de partida del recorrido visual que lleva al lector hacia el eslogan, el cual se ha ubicado en una franja amarilla en el centro del área de trabajo, acompañado de imágenes con márgenes difuminadas, estas imágenes fueron colocadas en el lado derecho del área de impresión, connota una armonía gráfica que se complementa con los datos generales de la fundación.

Se sigue la línea de los colores de las piezas antes mencionadas, se utilizó una pantalla color blanco para resaltar el texto.

Boceto final del anuncio de prensa 1/2 página



4.2.4.8. Boceto final del anuncio de prensa Cintillo o Pie de página.

Para el arte del cintillo, podemos decir que es una pieza de tamaño menor que mantiene el concepto de la campaña ya que la misma está integrada por varias imágenes en forma circular de personas que padecen el Síndrome

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Down, la información general de la misma con una menor cantidad de texto, utilizando sólo los datos esenciales, debido al tamaño en el cual está creado, además, esta pieza se distingue del anuncio de 1/2 página, debido a su tamaño, ya que los mismos ayudan a complementar el concepto gráfico.

Boceto final del anuncio de prensa pie de página ó cintillo.

Con Tu granito de arena...
Construyes mi futuro.

Puede contactarnos en:
4ª Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

Fundación
Margarita Tejada
Para el Síndrome de Down

Aprenderé más

Tendré más salud

El Centro de Capacitación Técnico y Vocacional
de la Fundación Margarita Tejada para el Síndrome de Down
ofrece rehabilitación desde 1 mes de nacido en adelante.

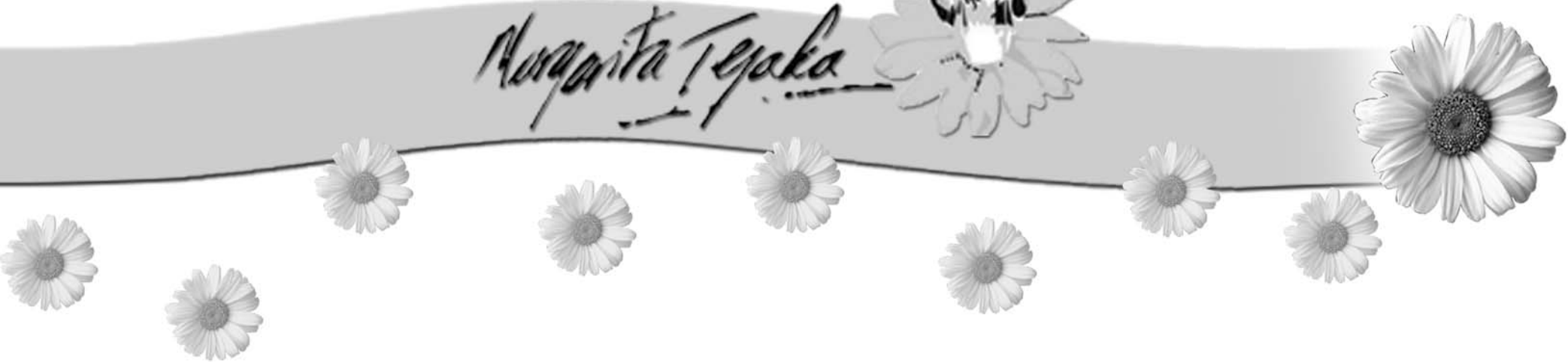
Fundación
Margarita Tejada

Con tu granito de arena...
...construyes mi futuro

Capítulo 5

F u n d a c i ó n

Margarita Tepala



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.1 Validación de las piezas

En el desarrollo de este capítulo se muestra cada uno de los procedimientos que se realizaron para llevar a cabo la etapa evaluativa, debido a que en ella se debe comprobar si se logró el planteamiento inicial. Es aquí donde se verifica si la solución propuesta, responde al objetivo del emisor.

“ Para determinar la eficacia de las piezas se realizó una prueba piloto con el grupo objetivo. Por medio de está se recopiló información para evaluar las piezas de diseño.

En el presente proyecto se presenta a continuación el procedimiento para la comprobación de la eficacia de las piezas gráficas a través de la técnica empleada, los instrumentos utilizados, perfil del

informante y los resultados obtenidos en la validación de las piezas, a través de gráficas, que muestran por medio de sus porcentajes, si los objetivos han sido alcanzados ó no, o, qué cambios deben realizarse para obtener una adecuada funcionabilidad, por lo que a continuación se hace el desarrollo de los mismos.

5.1.1 Técnica

“La técnica permite la obtención de información variada a través de receptores verbales o escritos. Por regla general es una técnica que se desarrolla cuando los informantes son numerosos.”(Valle, 2005: 4)

“Para la validación de las piezas se empleó la técnica de la encuesta la cual facilita obtener información variada a través de reportes escritos, así mismo, permite describir, explicar y predecir los



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

hechos. Cabe mencionar que la encuesta es considerada como la técnica más utilizada en investigación social.” (Valle, 2005,: 4)

5.1.2 Instrumento

“El instrumento de la técnica encuesta, es la boleta o cuestionario. La elaboración de una boleta de encuesta requiere contemplar aspectos formales y aspectos de contenido.

En el nivel formal, el primer paso es la organización de la información teniendo especial cuidado en los aspectos siguientes:

Encabezado,
Cuerpo,
Y, datos complementarios.” (Valle, 2005: 7)

5.1.2.1. Encabezado de la encuesta

“Se debe colocar en la parte superior de la boleta o cuestionario. Incluye un número de código, identificación de la investigación, así como de la asociación, el propósito de la encuesta y las instrucciones sobre cómo responder las diferentes preguntas planteadas en la boleta.” (Valle, 2005,: 8)

Por lo que a continuación se ejemplifica el encabezado que se empleará en la validación del grupo objetivo:

*Escuela De Diseño Gráfico
Facultad De Arquitectura
Universidad De San Carlos De Guatemala*

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO QUE CONFORMAN LA CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN PARA DAR A CONOCER LA FUNDACIÓN MARGARITA TEJADA PARA SÍNDROME DE DOWN. DESARROLLO DURANTE EL PERÍODO DE JULIO A NOVIEMBRE DEL 2005

5.1.2.2. Cuerpo de la encuesta

“Se refiere al conjunto de cuestionamientos, que evalúan la validación de distintos elementos que conforman las piezas gráficas. Los cuestionamientos se realizan con base en su atractivo visual; la utilización del color, el uso de la tipografía, así como el propósito de las piezas.” (Valle, 2005,: 10)

Para el desarrollo de las mismas se crearon preguntas abiertas Sí-No, ¿Por qué? Debido a que esto nos permite conocer el criterio de los validados y las

expectativas y necesidades que cada uno de ellos representa, y con base en que esto nos sirve como fuente de recopilación de datos para conocer la opinión del encuestador. Se realizaron preguntas generales de todos los elementos que uniforman el diseño y, posteriormente, en forma individual se cuestionó sobre la funcionabilidad de cada una de las piezas creadas.

A continuación se muestra en forma textual cada una de las cuestionantes que integran el cuerpo de la boleta de encuesta.

Pregunta No.1

¿Crees que los textos que se han empleado en las piezas de diseño son legibles?

Si ___ No___ ¿Por qué?



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Pregunta No.2

¿Consideras que la publicación de la campaña de divulgación para la Fundación Margarita Tejada, ayudará a promover o recaudar fondos para la Fundación?

Si___ No___ ¿Por qué?

Pregunta No. 3

¿Crees que el tamaño de la letra de las piezas gráficas, es el adecuado para las mismas?

Si___ No___ ¿Por qué?

Pregunta No 4.

¿Crees que las imágenes usadas, en las piezas gráficas, tienen relación con el mensaje?

Si___ No___ ¿Por qué?

Pregunta No.5

¿Te gustan las imágenes que se emplearon

en las piezas?

Si___ No___ ¿Por qué?

Pregunta No.6

¿Crees que los colores que se usaron en las piezas gráficas son llamativas?

Si___ No___ ¿Por qué?

Pregunta No.7

¿Los mensajes empleados en cada una de las piezas, te motivan ayudar a la Fundación?

Si___ No___ ¿Por qué?

Pregunta No. 8

¿Consideras que las imágenes de las piezas gráficas, tienen relación con el mensaje?

Si___ No___ ¿Por qué?

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.1.2.3. Datos complementarios de la encuesta

“Generalmente incluye las observaciones para indicar algún incidente a tomar en cuenta para realizar la interpretación. Así como datos de control usados en la investigación. Tales como el nombre del encuestador, fecha, hora, etc.”
(Valle, 2005: 10)

Por lo que a continuación se ejemplifican los datos complementarios que fueron usados para la validación de la campaña gráfica, realizada a la Fundación Margarita Tejada para el Síndrome de Down. Instrucciones: observa detenidamente las piezas que se te darán y después responde a las preguntas correspondientes, marca con una X los círculos y contesta las preguntas abiertas.

Dirección de casa: _____

Teléfono: _____

¿Qué edad tienes? _____

Sexo: Femenino _____ Masculino _____

5.1.3. Técnica de recolección de datos

Como técnica a emplear se validará con personas que integran el grupo objetivo, debido a que la campaña va dirigida a la población guatemalteca en general, ya que la misma pretende concienciar al ser humano a apoyar a las personas que poseen síndrome de Down.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Por lo que en la práctica de la recolección de datos se empleará la entrevista, la cual nos servirá como medio introductorio en la validación, pues la misma, funcionará para concienciar a los validados a participar en el apoyo de las personas que integran la Fundación para posteriormente encuestar y hacer partícipe su criterio u opinión, lo cual nos será de gran ayuda ya que la tabulación de los resultados que se obtengan servirán para tener información real para evaluar y analizar, con la finalidad de buscar las mejoras para la campaña a publicar.

5.1.4. Perfil del informante

Perfil demográfico

Esta campaña está dirigida a la población guatemalteca en general que vive en la ciudad capital, zonas aledañas y

municipios del departamento de Guatemala.

Edad: un 60% son personas comprendidas entre la edad de 30 a 70 años, sexo femenino y masculino, asimismo, son personas profesionales y empresarias. .

5.1.5. Procedimientos para la comprobación de la eficacia de las piezas

Con la finalidad de no interrumpir las actividades de la Fundación Margarita Tejada, se solicitó al encargado, Ing. Ruano, que se programara un día específico donde se pudiera llevar a la práctica la validación, por lo que él asignó en la calendarización de las actividades de la Fundación un tiempo determinado.

Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Las autoridades de la Fundación indicaron el día que permitirían realizar la validación y la hora; por lo que en el día asignado se tomaron indicaciones de las personas visitantes y personal administrativo a las que se debía o no validar.

La validación se realizó en forma individual, como primer paso, se les preguntó si permitían se les realizara una pequeña encuesta y si los mismos accedían, se les daba una explicación del proyecto, metas sueños y logros que desea alcanzar la Fundación por medio de la publicación y utilización de dichas piezas. Se exponía y mostraba cada una de las piezas que integraran la campaña, la función, mensaje y finalidad de cada una de ellas.

Posteriormente, se les resolvía dudas o se compartían comentarios al respecto de la creación y publicación de dicho

proyecto, por lo que seguidamente se procedía a validar en forma cuantitativa y cualitativa a través de la encuesta.

Se les dio un tiempo determinado para resolver la boleta a cada uno de los encuestados, se resolvieron las dudas que se tuvieran, se agradeció la colaboración y tiempo brindado, como culminación de dicho proceso evaluativo.

5.1.6. Gráficas de los resultados de la encuesta realizada para la validación

Seguidamente de la validación, se analizó cada una de las encuestas empleadas, se tomó cada uno de los criterios obtenidos y se procedió a clasificar cada una de las respuestas obtenidas. Con la finalidad de hacer contable y tangible, cada una de las respuestas obtenidas en



Fundación

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

las boletas de encuesta, se tabularon las respuestas negativas, positivas y sugeridas por los validados, por lo que a continuación se muestra el análisis y desarrollo de cada una de las cuestionantes que conformaban la boleta de encuesta.

Pregunta No.1

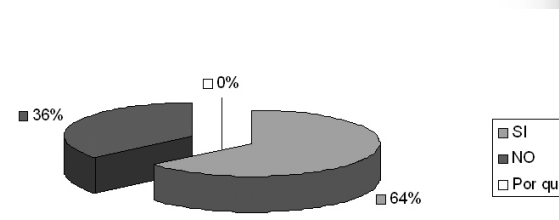
¿Crees que los textos que se han empleado en las piezas de diseño son legibles?

Si___ No___ ¿Por qué?

En la pregunta uno el 64% de la población contestó en forma positiva y, un 36%, contestó que el texto empleado no le era legible, tomando en cuenta que sus respuestas fueron "Si" pero debería estar un poco separado, si se entiende no hay piezas en que está muy pequeño el texto, deberían de hacerlo más grande.

Por lo que en el análisis de la validación se tomará en cuenta dicho resultado en función de mejorar las piezas gráficas.

Gráfica 1



Pregunta No.2

¿Consideras que la publicación de la campaña de divulgación para la Fundación Margarita Tejada, ayudará a promover o recaudar fondos para la Fundación?

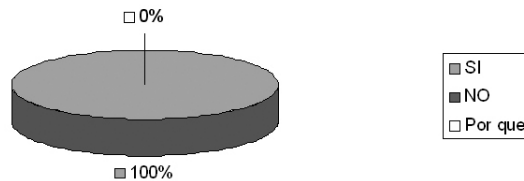
Si___ No___ ¿Por qué?

En la segunda pregunta el 100% de la población contestó en forma positiva. Tomando en cuenta que sus respuestas

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

“sí por qué” de esta manera todos sabremos que existe la Fundación. Sí por qué las personas querrán ayudar a que estas personas se superen. Sí por qué, si todos sabemos de la Fundación vamos a querer colaborar.

Gráfica 2



Pregunta No. 3

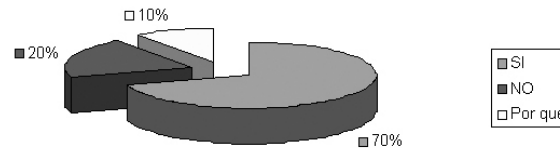
¿Crees que el tamaño de la letra de las piezas gráficas, es el adecuado para las mismas?

Si___ No___ ¿Por qué?

En la tercera pregunta, el 70% de la

población contestó en forma positiva. el 20% contestó que no y un 10% justificó su respuesta, siendo éstas sus respuestas: sí porque, se ve claro, sí porque se entiende, Sí porque es grande, No cuesta leerlo de lejos. Por lo que en las piezas finales se realizará una variante en el tamaño de la tipografía.

Gráfica 3



Fundación
Margarita Tejeda

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Pregunta No 4.

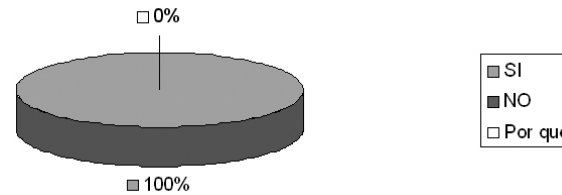
¿Crees que las imágenes usadas, en las piezas gráficas, tienen relación con el mensaje?

Si ___ No ___ ¿Por qué?

En la cuarta pregunta, el 100% de la población contestó en forma positiva, ya que enfatizaban que las imágenes eran muy ejemplificativas, resolviendo de la siguiente manera:

sí porque se habla del Síndrome de Down, y las personas que aparecen ahí tienen esa condición. Si porque hablan de las actividades que realizan y uno ve en las fotos a las personas en talleres de cocina, artesanía, natación y terapia.

Gráfica 4



Pregunta No.5

¿Te gustan las imágenes que se emplearon en las piezas?

Si ___ No ___ ¿Por qué?

En la quinta pregunta el 100% de la población contestó en forma positiva, ya que enfatizaron que sí porque eran imágenes muy humanas que tocaban el corazón del espectador. Son imágenes muy reales, ejemplifican bien lo que es el

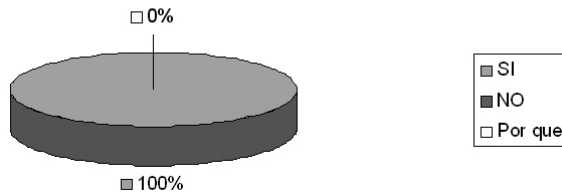
Fundación

Margarita Tejeda

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Síndrome. Esas imágenes demuestran que estas personas pueden salir adelante con ayuda de todos.

Gráfica 5



Pregunta No.6

¿Crees que los colores que se usaron en las piezas graficas son llamativas?

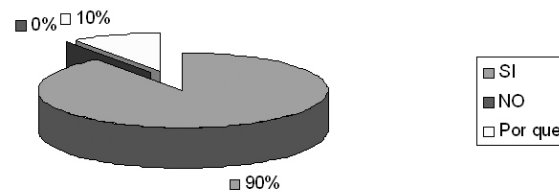
Si___ No___ ¿Por qué?

En la sexta pregunta, uno del 90% de la población contestó en forma positiva y un 10% contestó que en el cuerpo del texto empleado no le era legible y que los colores de fondo eran muy formales, y,

además, dijeron que deberían buscar un color más alegre. Se les sugiere usar un color lleno de vida y esperanza.

Por lo que en el análisis de la validación se tomará en cuenta en función de mejorar las piezas gráficas.

Gráfica 6



Pregunta No.7

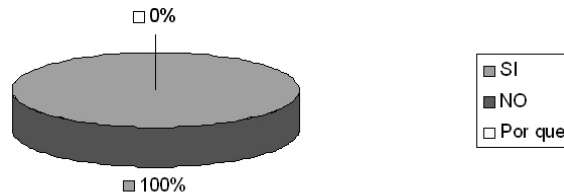
¿Los mensajes empleados en cada una de las piezas, te motivan ayudar a la Fundación?

Si___ No___ ¿Por qué?

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

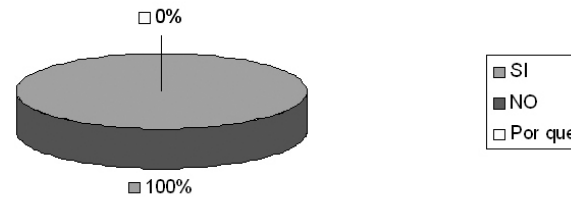
En la séptima pregunta, el 100% de la población contestó en forma positiva, debido a que el texto les motivará a ayudar a su prójimo, ya que los mensajes eran muy directos y las imágenes les impactaban.

Gráfica 7



En la octava pregunta el 100% de la población contesto en forma positiva, ya que en sus porqués enfatizaban que con las imágenes y el contenido del mensaje les era muy directo y humano.

Gráfica 8



Pregunta No. 8

¿Consideras que las imágenes de las piezas gráficas, tienen relación con el mensaje?

Si___ No___ ¿Por qué?

F u n d a c i ó n

Margarita Tepaka

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.1.7. Análisis e interpretación de resultados

La implementación de la validación en el desarrollo del presente proyecto, cumple con la finalidad de mejorar la funcionalidad de cada una de las piezas que conforman la campaña de Divulgación para dar a conocer la Fundación Margarita Tejada.

Para la mejora de las mismas se han tomado en cuenta los criterios, sugerencias y opiniones de cada uno de los validados, entre los cuales podemos mencionar, para la mejora de las piezas en general se ha sugerido cambiar el color el orden de los fondos azules por un color más alegre, espontáneo, que enfatice armonía, esperanza.

En la pieza del calendario

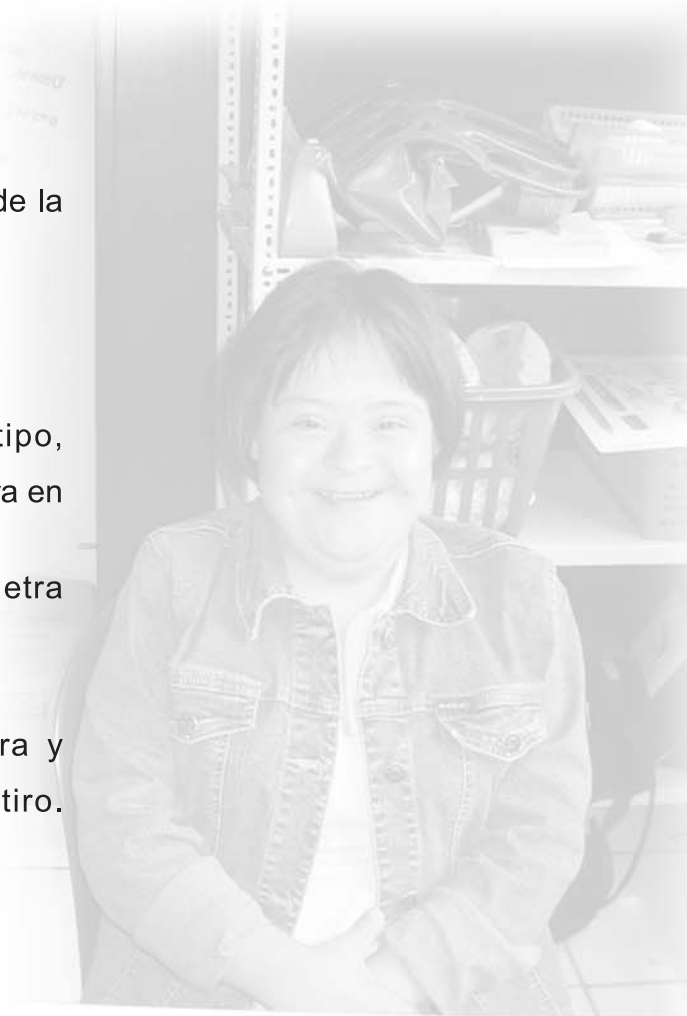
- marcar los días festivos,
- hacer más grande la letra,
- aumentar de tamaño el logotipo de la Fundación.

En la pieza del volante

- cambiar el tamaño del logotipo,
- colocarle una sombra más oscura en el título,
- hacer más grande el tipo de letra

En la pieza del trifoliar

- aumentar el tamaño de la letra y cambiar color de fondo del retiro.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.2. Propuesta gráfica final con su fundamentación

Los elementos gráficos en los que se ha basado la realización, de la presente investigación, se describen a continuación, con la finalidad de mejorar los resultados obtenidos en la validación y el uso y publicación de cada una de las piezas.

Cada uno de los elementos que integran las piezas de diseño cumplen con una función determinada, la cual está unificada al concepto de diseño que se ha establecido usar, para enfatizar el mensaje que se transmite.

Posteriormente de haber tomado en cuenta cada uno de los cambios que se sugirieron en la validación, se procedió a la aplicación de los mismos en las piezas sugeridas y a la mejora y énfasis de la

creación de cada una de las piezas finales que integran la propuesta gráfica en virtud de apoyo a la problemática planteada por la Fundación Margarita Tejada, por lo que a continuación se muestran los elementos de diseño que unifican la campaña de divulgación y las piezas finales que integran la misma.

5.2.1. Conceptualización

Con tu granito de arena construyes mi futuro

Debemos tomar en cuenta que la implementación del concepto de diseño en cada una de las piezas de la campaña, tiene como finalidad concienciar a la población guatemalteca en general a ayudar y valorar a los niños, jóvenes y adultos con Síndrome de Down, para que puedan salir adelante, si se les apoya con recursos

Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

física, afectiva y económicamente; por lo que se hará público dicho mensaje en las piezas finales.

5.2.2. Elementos de diseño

5.2.2.1. Icónicos

Como iconos finales se emplearon:

Flor

Se hizo uso de la imagen de una flor natural (margarita) debido al deseo de reafirmar la presencia y desarrollo de la Fundación Margarita Tejada en ayuda de las personas especiales de Síndrome de Down.

Lo cual ayudará a que cada una de las personas que integran el grupo objetivo, se identifique y familiarice con la

Fundación a través de dicha imagen.

Logotipo

Las piezas gráficas que integran la campaña de divulgación van personificadas con el logotipo de la Fundación, con la finalidad de salvaguardar la integración de la misma y personificar cada una de las labores y mensajes que deseen presentar al público en general.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Fotografías

Por cada una de las piezas de diseño se ha seleccionado una adecuada imagen que representa a las personas que padecen Síndrome de Down, sus características, y, además, ejemplificar las diversas actividades que dentro de la Fundación se realizan, lo cual es de gran ayuda para enfatizar en el grupo objetivo, la importancia que tiene ayudar a que la Fundación mejore y crezca, para ayudar a todos los guatemaltecos que padecen Síndrome de Down.



5.2.2.2. Lingüísticos

Como ya hemos hecho mención en el punto 4.1.3 fundamentación del concepto creativo, cada una de las piezas que integran la campaña van enlazadas a connotar y transmitir el mensaje de:

***Con tu granito de arena...
...construyes mi futuro***

Por lo que cada uno de los mensajes empleados en las piezas gráficas, son motivadores, que incentivan a la población a integrarse a la lucha de la mejora por las personas especiales, a que participen en forma humanitaria, moral y económica con cada una de estas personas y la Fundación.

Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.2.2.3. Tipográficos

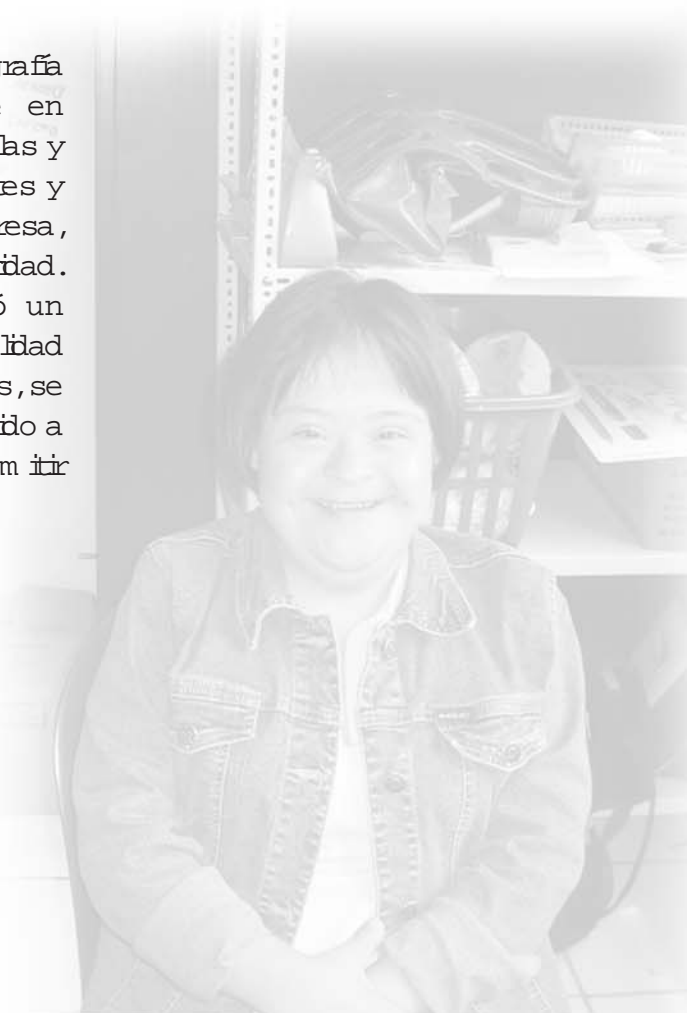
La tipografía que se emplea en los diferentes mensajes impresos, para la composición de textos, titulares, constituyen parte de la identidad que se crea en la integración de un diseño visual, tomando en cuenta que la selección de una tipografía, se debe adoptar el criterio estético y psicológico que transmite la letra, con la finalidad de que, la misma, se integre al mensaje que se desea transmitir para cada una de las piezas.

Se usó el tipo de letra contemporánea cooperen los titulares, que en los mismos son un elemento que se ubica en lugares estratégicos dentro del formato de diseño, y en el titular se colocan los mensajes principales de la campaña y con la selección de una tipografía contemporánea, se puede demostrar firmeza e importancia.

Y para el contenido se utilizó una tipografía contemporánea Bookman Oldstyle en altas y bajas, que incluye mayúsculas y minúsculas, con rasgos ascendentes y descendentes. Este tipo de letra expresa, sencillez, actualidad, confianza, seguridad. Para los textos también se usó un interlineado en el contenido con la finalidad de lograr legibilidad al lector, además, se utilizaron márgenes justificados, debido a que el uso de ellos ayuda a transmitir orden en el texto.

A B C D E F A B C D E
a b c d e f b c d e

A B C D E F A B C D E
a b c d e a b c d e



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.2.2.4. Cromáticos

La parte cromática es importante en los diseños, debido a que el color nos produce sensaciones, las cuales, transmiten mensajes a través de códigos universales que ayudan a expresar valores sentimentales, estados de ánimo, por lo que cada color que se emplea connota una sensación o una idea específica.

Y tomando en cuenta que los colores corporativos de la Fundación son el amarillo, negro y azul; además de las sugerencias de los validados, se ha buscado un color armónico que representa la ayuda de cada una de las personas que integran el grupo objetivo, por lo que se realizó una fusión de azul y amarillo, integrando a la campaña el color verde.

Basados en lo anterior, podemos describir

a continuación el significado y connotación de los anteriores colores dentro de la campaña.

Azul: representa frío, mar, cielo, hielo, Asociación afectiva - espacio, verdad, sentido, intelectualidad, paz, advertencia, precaución, serenidad, espiritualidad, meditación, poder, fuerza.

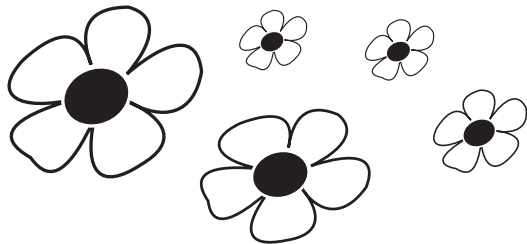
Amarillo: se asocia con la luz, con la vida y con el poder del oro. Con el rojo y el naranja forman la gama de colores cálidos (los colores del sol) expresan calor.

Fundación

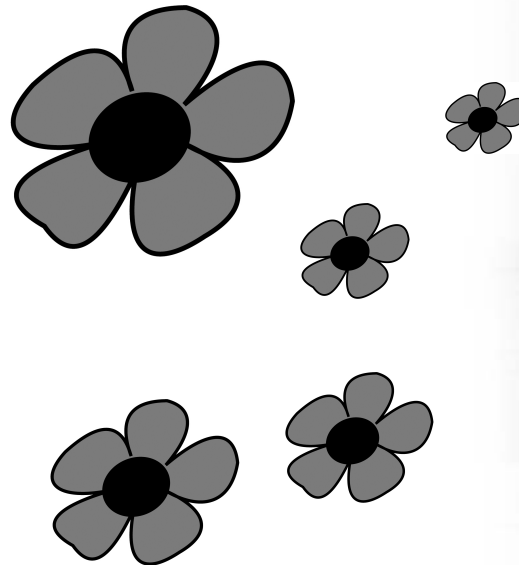
Margarita Tejeda

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

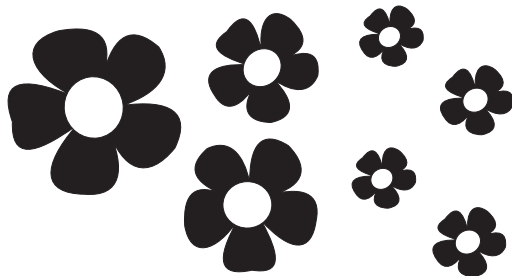
Blanco: representa orden, simplicidad, limpieza, pensamiento, juventud optimismo, pureza, inocencia, dignidad, afirmación, deleite, despertar.



Verde: es un color complementario, el cual se asocia con la naturaleza, pureza, sanidad, infinito, fuerza: además, es un color que representa alegría, juventud, esperanza, espiritualidad, confianza, movimiento, sinceridad.



Negro: representa noche, sombra, melancolía, luto y desolación; es alegre combinándolo con ciertos colores.



Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.2.3. Arte final

Etapa en la que ya se tiene una idea definida del diseño, para ser aprobado y enviado a reproducción.

5.2.3.1. Arte final del afiche

Basados en los resultados de la validación y a sugerencia de mejorar el arte final de el afiche se realizaron los cambios mencionados en los resultados de la validación, así mismo, cabe mencionar que con la creación y divulgación, esta pieza promocional escrita se dará a conocer a la población guatemalteca en general, la existencia de la Fundación Margarita Tejada para el Síndrome de Down, y, lo importante que representa ayudar a la misma.

Por lo que el arte final del afiche se ha empleado en un formato 17 X 11 inch, con una diagramación combinada central y de gradación, con la finalidad de darle movimiento y orden al diseño como al titular de la pieza. Se usó el concepto central de diseño en el cual se utilizaron letras altas y bajas para obtener facilidad de lectura y se ubicó en la parte central superior del formato de impresión, en un orden jerárquico de primer orden con una tipografía miscelánea, la cual ayuda a resaltar y reflejar un punto de atención que introduce al lector al contenido del afiche.

En el contenido del afiche se describe la información general de la institución y frases complementarias que van integradas a las imágenes que ejemplifican las labores de la Fundación. Para dichos textos se empleó una tipografía complementaria con la finalidad de

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

expresar actualidad, fuerza, industria, seguridad y confianza.

Las imágenes que se usaron se colocaron al centro del formato en una diagramación gradual en forma circular, lo cual nos ayuda a connotar armonía, movimiento, solidaridad. Además, cabe mencionar que las imágenes seleccionadas, transmiten amistad, jovialidad, superación, y, ejemplifican algunas de las actividades que se realizan en la Fundación, lo cual nos ayuda a reforzar el concepto central del diseño.

De igual manera, con la finalidad de reforzar los objetivos de la campaña, se utilizaron colores; amarillo, azul, verde y negro.

Con estos colores podemos reafirmar cada uno de los mensajes de solidaridad, confianza y esperanza, que se desean

transmitir a través de la campaña gráfica y, con la finalidad de terminar el recorrido visual del afiche, se colocó el logotipo de la Fundación, para personificar las piezas gráficas.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Arte final del afiche

**Con Tu granito de arena...
...Construyes mi futuro.**

Aprenderé más

Tendré más salud

Haré más deporte

UNA MARGARITA FLORECERÁ GRACIAS A TI...

El Centro de Capacitación Técnico y Vocacional de la Fundación Margarita Tejada para el Síndrome de Down ofrece rehabilitación desde 1 mes de nacido en adelante.

Puedes contactarnos en:
4^a Ave. 12-20, zona 16
Acasán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

Fundación
Margarita Tejada
Para el Síndrome de Down

5.2.3.2. Arte final del trifoliar

En el trifoliar se hicieron los cambios necesarios, según el resultado de la validación de las piezas gráficas. Se le cambió el tamaño de letra al texto, se ha empleado una diagramación simétrica en las imágenes principales que unifican el contenido ya que al extender todo el documento los mismos se convierten en una sola imagen, el recorrido de lectura de los textos inicia en los títulos, sub títulos, luego, continúa el recorrido por las imágenes, seguido del texto, finalizando con el logotipo de la Fundación.

En la parte del tiro del trifoliar se utilizó el fondo verde ya que éste representa: naturaleza, verdad, esperanza, juventud, pureza, inocencia, despertar y se relaciona con las personas de la fundación que padecen el Síndrome de Down.

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Se utilizó una imagen de una flor (Margarita) ésta connota naturalidad esperanza, esta imagen sirvió como pieza de amarre para la campaña.

Al diseño del formato se le integró un cintillo amarillo, el cual representa libertad, dinamismo, feminidad, suavidad.

Para el eslogan **una Margarita florecerá gracias a tí...** se utilizó el tipo de letra Comic Sans MS, ésta representa: dinamismo, juventud, modernismo. Esta frase se utilizó para incentivar a la población a que ayuden a construir la vida de cada una de estas personas especiales.

Para la frase **Con tu granito de arena construyes mi futuro**, se utilizó el tipo de letra Don Casual Extend. Con este tipo le dieron al formato de diseño modernización.

Las imágenes que se utilizaron fueron de personas especiales encerradas en una figura geométrica circular, ya que por su forma, representan los pétalos de la flor Margarita, cada una de estas imágenes connota ternura, inocencia, lealtad; se escogieron con el fin de transmitir a la población sus actividades y aptitudes que ellos tienen. También se utilizó la fotografía del lugar donde se encuentra la Fundación, actualmente.

Por medio de estas imágenes queremos concienciar al espectador para comunicarles que son personas que se pueden valer por sí mismas y que pueden llegar a tener un lugar en la sociedad si se les apoya.

Para el fondo del retiro se utilizó el color verde, con el fin de mejorar la visualización y lectura de los contenidos, el color azul



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

y amarillo como complementos del mismo, lo cual ayuda a representar sentimientos de amistad, esperanza y vida.

Las imágenes que se integraron al diseño del retiro, son fotografías de personas con Síndrome de Down, estas personas reflejan ternura, inocencia, alegría, por ello se prestan para el formato de diseño. Para el texto del trifoliar se utilizó el tipo Bookman old style, el cual expresa Clasicismo, y tradición por sus remates o serif y contrastes de grosor en sus rasgos. Esto ayuda a unificar todos los elementos utilizados para la piezas de diseño.

En esta pieza se tomaron en cuenta las características físicas de la letra para darle mayor significado al concepto creativo.

Los textos se colocaron a tres columnas

justificadas, las cuales dan la sensación de orden en el texto, y, por lo largo de las columnas, el texto se ve más interesante para los lectores.



Fundación
Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Arte final del trifoliar tiro

Curso de intervención temprana a preescolares (niño de 2 años a 7 años): asisten tres veces a la semana donde reciben intervención en las áreas de lenguaje, motricidad gruesa, motricidad fina desarrollo congnitivo y desarrollo personal social.

Intervención a distancia: los niños del interior del país o que no puedan asistir regularmente, pueden acercarse a la Fundación semanalmente, quincenalmente o, en último caso, planes de tratamiento para seguir en el hogar.

objetivo del programa de intervención temprana:

El objetivo primordial del programa de intervención temprana es lograr que el niño con Síndrome de Down adquiera todas las destrezas y habilidades necesarias para que sea incluido en un colegio o escuela regular.

¿cómo podemos ayudar?

La fundación cuenta con el plan de "APADRINEMOS UNA MARGARITA"

En el cual usted puede colaborar de la forma que desee. Se pueden hacer donativos anuales, semestrales o mensuales.

CON TAN SOLO
UNA SONRISA ME
ENORGULLECE
DECIR:

MI HIJO ESPECIAL
ME HA
ENSEÑADO
A VIVIR...

Con Tu granito de arena...
Construyes mi futuro.

Tendré más salud

Aprenderé más

Haré más deporte

UNA MARGARITA FLORECERÁ GRACIAS A TI...



Puede contactarnos en:

4° Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

Fundación

Margarita Tejada

Para el Síndrome de Down

Fundación
Margarita Tejada

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Arte final del trifoliar retiro



¿Qué es el Síndrome de Down?

El Síndrome de Down o Trisomía 21 es el desorden genético más común el cual está asociado con características físicas y mentales. Este desorden afecta a todas las razas y clases sociales del mundo. Su incidencia es de 1 de cada 600 recién nacidos vivos.

Causas:

Nadie tiene la culpa es un accidente de la naturaleza.

Todas las personas normales contamos con 46 cromosomas en cada célula; pero el 95% de los bebés que nacen con condición Síndrome de Down tienen 47 cromosomas en cada célula a esto se le llama Síndrome de Down (trisomía 21)

Existe un 2% de posibilidad, que cuando el bebé nace, se encuentren algunas células que contienen 46 cromosomas y otras células con 47 cromosomas a esto se le llama Síndrome de Down (Mosaicismo).

¿Que debe usted saber?

Que no esta sólo...

Es necesario asimilar y aceptar la noticia lo antes posible para comenzar a informarse en beneficio del niño.

Los niños deben de ser atendidos por el pediatra al igual que todo niño, además es necesario de algunos exámenes para descartar problemas, ya que en su mayoría estos efectos pueden ser corregidos como: desórdenes congénitos del corazón, deficiencias auditivas, mal funcionamiento de la tiroides, debilidad en los primeros huesos en la base del cuello, bloqueo en el intestino grueso y cataratas en los ojos.

Debemos involucrar a toda la familia y personas que nos rodean, para que tomen parte del desarrollo del niño.

Debemos de amarlos, educarlos y corregirlos al igual que otro ser querido. El esfuerzo, paciencia, disciplina y constancia se reflejarán en beneficio del niño. Estos niños tienen un sentido indescribible de satisfacción y felicidad, el cual todos deberíamos aprenderlo.

¿Quién es la Fundación Margarita Tejada?

La Fundación Margarita Tejada es una entidad no lucrativa que nació de la inquietud de un grupo de madres y profesionales ante la necesidad de proveer a las personas con Síndrome de Down una mejor calidad de vida a través de las áreas de salud, de educación y desarrollo social.

¿En qué consiste la intervención temprana para niños con Síndrome de Down?

Consiste en darle a los niños desde sus primeros días de vida apoyo en las áreas de motricidad gruesa, desarrollo del lenguaje, desarrollo auditivo, visual y táctil con la finalidad de desarrollar al máximo sus capacidades, lo que en el futuro les abrirá las puertas de la integración escolar, laboral y social.

Los objetivos de la intervención son:

- 1) Disminuir los efectos de la trisomía.
- 2) Prevenir y evitar la aparición de problemas secundarios.
- 3) Desarrollar la máxima autonomía.
- 4) Lograr la mejor adaptación posible al medio en el que se desenvuelven.
- 5) Adquirir conductas adecuadas a la edad y al entorno.



Los beneficios que se obtienen a lo largo de los años es que los niños estimulados mantienen un nivel más alto y estable en sus habilidades adquiridas, en comparación con los niños que no se estimulan.

¿Que servicios ofrece la Fundación Margarita Tejada?

Para los padres de familia

1. Orientación sobre temas relacionados con el crecimiento, educación, manejo de conducta, desarrollo emocional y físico, aspectos médicos relevantes, etc.
2. Reuniones de apoyo a padres el último sábado de cada mes.
3. Evaluación de cada niño para determinar su nivel de desarrollo psicomotor y establecer los programas de intervención temprana a seguir en el hogar y en la clínica.
4. Si hay necesidad de servicios médicos contamos con un grupo de doctores de diversas especialidades (pediatras, neurólogos, oftalmólogos, etc) que brindan sus servicios a costos accesibles. Así como los exámenes específicos para el niño con Síndrome de Down (tiroides, ecocardiograma, etc.)

Para los Niños

Curso de intervención temprana a bebés desde 15 días de nacido a 2 años: asisten de lunes a viernes con su madre. Se les brinda la información y los ejercicios para realizar en el hogar.

Se trabajan las áreas de lenguaje, motricidad gruesa, desarrollo cognitivo, desarrollo visual, auditivo y táctil.

Fundación
Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.2.3.3. Arte final del unifoliar

A cada una de las piezas de diseño se les realizaron los cambios respectivos, según los resultados obtenidos en la validación. La medida que se utilizó para este arte es de 9.3 cm. x 21.7 cm.

El titular de la pieza es el concepto central de diseño, se utilizaron letras altas y bajas para que la lectura sea más visible y se pueda leer con facilidad, el cual es el punto inicial del recorrido visual por ser éste el mensaje de enlace de la campaña.

Se ha colocado en tonos amarillos con un sombreado negro sobre fondo verde, para realzar el texto y captar la atención del lector. Posteriormente, el concepto es complementado con la imagen fotográfica que ejemplifica uno de los talleres de artesanía que realizan las personas con

Síndrome de Down asistentes a la Fundación, con esta imagen queremos enfatizar que las personas especiales sí pueden realizar cualquier actividad si obtienen rehabilitación a tiempo, y se finaliza el recorrido visual con el logotipo de la Fundación.

En el diseño del retiro de la pieza no se colocaron fotografías debido al poco espacio con el cual cuenta la cantidad de texto que las autoridades de la Fundación quieren publicar en dicha pieza.

El texto que se empleó, se colocó en un formato justificado, con un interlineado normal entre líneas, los textos se colocaron en negrita con la finalidad de resaltarlos.

Se le aplicó el color verde combinado con el color azul en forma difuminada para suavizar el contraste de ambos colores,



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

En la parte inferior del formato se colocaron imágenes de Margaritas color amarillo que ayudan a darle equilibrio al formato del diseño.

Arte final del unifoliar tiro



Arte final del unifoliar retiro

La Fundación Margarita Tejeda para Síndrome de Dow. Actualmente ofrece sus servicios a Más de 760 familias, en su mayoría, de escasos recursos en las áreas de salud, social y educativa.

Programa de apoyo a los padres de Familia:

Conferencias y charlas mensuales
Grupos de apoyo de "Padres a Padres"
Talleres a padres y familias.
Apoyo Psicológico a padres
Visitas de apoyo a hospitales, a padres de recién nacidos con Síndrome de Dow
Orientación y divulgación sobre el síndrome de Down.

CENTRO DE CAPACITACIÓN

Actualmente imparten capacitación a 60 jóvenes y adultos con Síndrome de Down de 14 a 50 años de edad en:

Lenguaje
Percepción
Psicomotricidad
Matemática
Lectura
Escritura
Educación sexual
Socialización
Autonomía Personal y conocimiento del medio.

Se imparten talleres donde se les enseñan diversos oficios:

Cerámica
Cocina, Repostería y panadería
Artesanías (elaboración de velas, collares)
Horticultura y agricultura
Se imparten talleres de Tae-Kwon Do con el apoyo de la federación Nacional de Tae-Kwon Do, fútbol y gimnasia con el apoyo del personal de Olimpiadas especiales.

Puede contactarnos en:

4^a Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.2.3.4. Arte final del volante:

Tomando en cuenta que esta pieza es promocional e informativa, para el arte final del volante se busco la manera de plasmar un diseño sobrio, equilibrado, sin muchos textos, fácil de comprender, con imágenes que ejemplificaran y estuvieran enlazadas al contenido. El diseño está enlazado a todas las demás piezas de la campaña. La impresión será a todo color para impactar al grupo objetivo.

En esta pieza se le hicieron los cambios que se obtuvieron en la validación de las piezas, se resaltó el titular del concepto creativo con una sombra; esto hizo que el titular fuera más legible. Se usó el formato horizontal, éste connota estabilidad, armonía, seguridad. Para el fondo se usó el color verde, este color sirvió para amarre de todas las piezas de

diseño, para la Campaña de Divulgación.

Los textos que se utilizaron para el titular fueron: altas y bajas del tipo Cooper, esto sirvió para que el texto fuera más legible y su lectura fácil de entender; para el subtítulo se utilizó el tipo Don casual extend, por sus rasgos transmite elegancia y armonía. Para el eslogan se utilizó el tipo Comic sans MS, este tipo de letra connota juventud, dinamismo y fortaleza el cual le dió equilibrio al formato de diseño.

Para el tamaño de letra titular, 60 pts, y, para el texto 10 a 12 pts. este tamaño de letra le dió un orden al bloque de texto.

También se usó una fotografía de las personas con Síndrome Down, realizando el taller de cocina, con esta imagen lo que se pretende es que el grupo objetivo se identifique con las personas que son



F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

totalmente sanas con muchas ganas de superarse.

Se colocó del lado izquierdo la imagen para darle lugar al texto de que se vea sin ningún problema, se pueda leer y entender con claridad.

Se le colocó la flor representativa de la Campaña en el lado izquierdo del formato de diseño, esto sirvió para darle equilibrio al diseño.

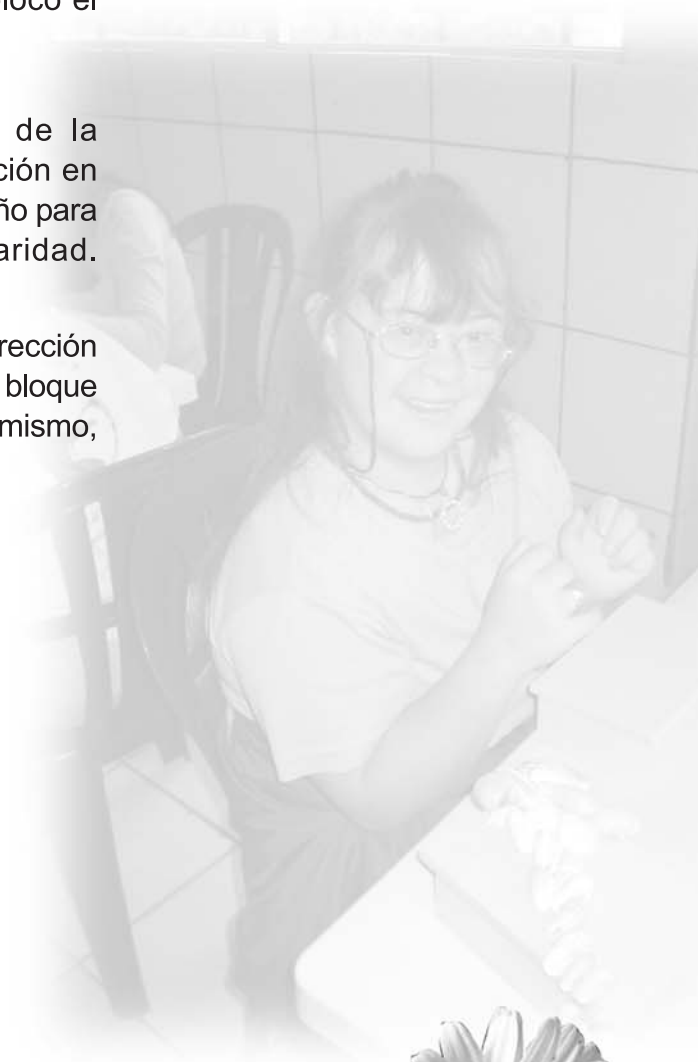
Se utilizó un cintillo color amarillo el cual por su forma connota suavidad, armonía y dinamismo complementando el eslogan.

La frase que se utilizó en el eslogan es para motivar e incentivar al grupo objetivo a que forme parte de esta Fundación por medio de donaciones o el apadrinamiento de las personas especiales.

Para amarre de la pieza se le colocó el logotipo de la Fundación.

Se colocó el bloque de texto de la información general de la Fundación en la parte inferior del formato de diseño para que este se pueda ver con claridad.

En el lado izquierdo se colocó la dirección de la Fundación para darle orden al bloque de texto, y así, resaltar el texto, asimismo, se utilizó una pantalla blanca.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Arte final del volante



Con Tu granito de arena...
Construyes mí futuro.

Fundación
Margarita Tejada
Para el Síndrome de Down

UNA MARGARITA FLORECERÁ GRACIAS A TI...

Puedes contactarnos en:
4ª Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

El Centro de Capacitación Técnico y Vocacional
de la Fundación Margarita Tejada para el Síndrome de Down
ofrece rehabilitación desde 1 mes de nacido en adelante.

Fundación
Margarita Tejada

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.2.3.5. Arte final del anuncio de prensa ½ página

Se usó este medio de comunicación porque es el adecuado para promover las actividades de la Fundación, y, porque es un medio masivo a nivel Nacional.

En esta pieza se usó un colage de imágenes de personas especiales realizando varias actividades que imparte la Fundación, estas imágenes connotan ternura, inocencia, superación, no se necesita de mucho texto, las imágenes hablan por si solas. Se le colocó una imagen de una flor, Margarita del lado izquierdo para darle soporte y equilibrio a la pieza.

Los colores, como ya se mencionó, en las demás piezas son complemento para armonizar y complementar el diseño.

Las imágenes se colocaron del lado izquierdo para seguir el lineamiento de las demás piezas, logrando que el orden del formato se vea más sobrio, ordenado.

Para el titular se utilizaron letras altas y bajas, esto se hizo para llamar la atención del espectador, el orden que se le ha dado en el formato de diseño es a la izquierda, esto ayuda mucho para el recorrido visual.

El logotipo se colocó en el centro del lado superior del formato para darle estabilidad y equilibrio a la pieza de diseño.

Se colocó un cintillo amarillo para resaltar el eslogan. Esta pieza será impresa a todo color.

El bloque de texto se ubicó en el lado izquierdo centrado, para darle más peso al diseño.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Arte final del anuncio de prensa ½ página



Con Tu granito de arena...
Construyes mi futuro.

Fundación
Margarita Tejeda
Para el Síndrome de Down

UNA MARGARITA FLORECERÁ GRACIAS A TI...

El Centro de Capacitación Técnico y Vocacional
de la Fundación Margarita Tejeda para el Síndrome de Down
ofrece rehabilitación desde 1 mes de nacido en adelante.

Puedes contactarnos en:
4° Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

Fundación
Margarita Tejeda

Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.2.3.6. Arte final del cintillo (anuncio de prensa)

Se usó una fotografía de un bebé con Síndrome de Down, que se presta para transmitir con resultado el concepto creativo, y así llamar la atención del grupo objetivo, ya que esta imagen transmite ternura, inocencia y aliento de vida.

Se usó color verde que connota armonía, esperanza y es complementario para el diseño. También se utilizó una flor amarilla para acuerpar el formato de diseño.

El texto que se empleó para el titular es de tipo Cooper en altas y bajas para facilitar la lectura, para el subtítular se utilizó una tipografía miscelánea, para el texto del contenido, una tipografía contemporánea, tipo Don casual extend palo seco. Con el

uso de estas tipografías connotamos el sentimiento de importancia, claridad en el mismo y ejemplificación del concepto central de diseño.

También se utilizaron imágenes encerradas en círculos de personas Down realizando algunas de las actividades que imparte la Fundación, transmitiendo la energía y la capacidad que tienen las personas especiales para salir adelante y construir un futuro mejor. El círculo significa los pétalos de la flor, Margarita, que simboliza a las personas con Síndrome y que forma parte del logotipo.

Este cintillo será impreso a todo color en el pie de página de la prensa. Éste se realizó para enfatizar el concepto de la campaña que es “Con tu granito de arena podemos contribuir para el desarrollo de las personas con Síndrome para que se



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

realicen como cualquier otra persona y, así, darles la oportunidad de tener un lugar ante la sociedad en la cual tengan derechos para desenvolverse en cualquier actividad.

El cintillo lleva frases de motivación relacionadas con las imágenes dirigidas al grupo objetivo, con estas frases incentivamos al espectador a que ponga su granito de arena para lograr un mundo mejor y diferente para las personas especiales.

Arte final anuncio de prensa cintillo

Con Tu granito de arena...
Construyes mi futuro.

Puede contactarnos en:
4° Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

Fundación
Margarita Tejeda
Para el Síndrome de Down

Tendré más salud
Aprenderé más

Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

5.2.3.7. Arte final del separador calendario

Con la finalidad de promover y difundir sobre la Fundación, se trató la manera de realizar un arte final que fuese funcional durante todo el año, tomando en cuenta que de esta manera el usuario guardaría dicha pieza por varios meses.

Por lo que basados en ello se realizó un arte final sobrio, llamativo, funcional, que cumpliera con las necesidades y expectativas de la Fundación; el arte final de esta pieza fue preparada para ser reproducida en el mecanismo de tiro y retiro a todo color, con elementos de diseño que unifican la campaña.

No se empleó mucho contenido debido al área de impresión con la que se contaba, se usaron imágenes ejemplificadas.

En esta pieza se mezclaron los colores azul, verde, amarillo, blanco y negro para obtener contrastes armoniosos para lograr el interés del grupo objetivo. Por medio de esta pieza gráfica se dio a conocer a la Fundación.

Se usaron fotografías de los niños con Síndrome Down, ya que ellos reflejan ternura, amistad, amor, inocencia. Estas fotos fueron tomadas con el fin de que el grupo objetivo sea informado de las actividades que realiza la Fundación.

El tipo de letra que se utilizó para el eslogan es Comic Sans, este tipo de letra encaja con las imágenes y el formato de diseño.

Sólo lleva dos frases motivadoras que van dirigidas al espectador. Se le colocó el logotipo ya que éste representa a la



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Fundación.

En la parte del retiro se hicieron los cambios que se obtuvieron en la validación de las piezas gráficas, aquí se resaltaron los días festivos, y, se hizo un poco más grande el texto.

Para el bloque de texto de la numeración utilizó el tipo Don casual Extend, la cual le da orden y legibilidad a la lectura del mismo, esta pieza no lleva mucho texto,

Para el titular del retiro se colocó el número del año **2006** con un tipo de letra Cooper, con un tamaño de 42 pts., ésta, por su grueso, le da firmeza, seguridad y claridad al texto.

para complementar el diseño se le colocó la información de la ubicación de la Fundación.

Para amarre de la pieza se le colocó al pie de página la flor de una Margarita, proporciona equilibrio a la pieza.

Se hizo una mezcla de colores entre el azul que va en la parte superior e inferior de la pieza, con una forma difuminada para darle un toque de suavidad al formato de diseño y el color verde para contrastar con los elementos gráficos de la pieza.



Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Arte final del Separador calendario



¿Quieres ser mi padrino



Para el Síndrome de Down

¡Ayudando a
corazón abierto!

2006

ENERO							FEBRERO						
D	L	M	J	V	S		D	L	M	J	V	S	
3	4	5	6	7	8	9	5	6	7	8	9	10	11
10	11	12	13	14	15	16	12	13	14	15	16	17	18
17	18	19	20	21	22	23	19	20	21	22	23	24	25
24	25	26	27	28	29	30	26	27	28	29	30	31	
31													

MARZO							ABRIL						
D	L	M	J	V	S		D	L	M	J	V	S	
6	7	8	9	10	11	12	7	8	9	10	11	12	13
13	14	15	16	17	18	19	14	15	16	17	18	19	20
20	21	22	23	24	25	26	21	22	23	24	25	26	27
27	28	29	30	31			28	29	30	31			

MAYO							JUNIO						
D	L	M	J	V	S		D	L	M	J	V	S	
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31					29	30	31				

JULIO							AGOSTO						
D	L	M	J	V	S		D	L	M	J	V	S	
2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7
9	10	11	12	13	14	15	8	9	10	11	12	13	14
16	17	18	19	20	21	22	15	16	17	18	19	20	21
23	24	25	26	27	28	29	22	23	24	25	26	27	28
30	31						29	30	31				

SEPTIEMBRE							OCTUBRE						
D	L	M	J	V	S		D	L	M	J	V	S	
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31					29	30	31				

NOVIEMBRE							DICIEMBRE						
D	L	M	J	V	S		D	L	M	J	V	S	
7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7
14	15	16	17	18	19	20	8	9	10	11	12	13	14
21	22	23	24	25	26	27	15	16	17	18	19	20	21
28	29	30	31				22	23	24	25	26	27	28

Puede contactarnos en:

4^a Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

5.2.3.8. Arte final del Muppi

El arte final del Muppi se ha diseñado en forma directa, con poco texto, una sola imagen e información general y representativa de la Fundación.

Con la finalidad de que cuando la misma sea vista, sea de fácil comprensión y emotiva, para que incentive al espectador a colaborar con el desarrollo y crecimiento de las personas que acuden a la Fundación.

Esta pieza lleva una fotografía de las personas con Síndrome de Down realizando el taller de cocina, se colocó en el centro del formato para llamar la atención del espectador, se escogió esta fotografía porque refleja el deseo de reafirmar la presencia y desarrollo de la Fundación Margarita Tejada en auxilio de



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

las personas especiales, ayudándoles a integrarse en las actividades cotidianas de la sociedad.

En esta imagen estas personas no son extrañas y pueden realizar cualquier actividad que deseen.

Se le integró un cintillo color amarillo, con la finalidad de unir esta pieza a las demás que integran la campaña. por su forma expresa dinamismo, movimiento, suavidad, ternura, flexibilidad, bondad, unidad, y, además, el color amarillo es representativo de la fundación.

La frase del eslogan es una tipografía Comic Sans que ayuda a darle al formato modernización y juventud.

La frase Una Margarita florecerá gracias a ti..es una oración incentivadora para el grupo objetivo a que colaboren para el desarrollo y crecimiento de las personas especiales.

Para el bloque de texto se utilizó el tipo de letra Don Casual en altas y bajas para darle orden y facilidad de lectura, este tipo de letra por sus razgos delgados expresa modernización, actualidad y le da un toque de a la pieza de diseño.

En este bloque se describe lo que la Fundación ofrece a las personas especiales, es una información general que fué sugerida por las autoridades de la Fundación, esta información también sirve para dar a conocer a la misma.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Los colores que se utilizaron para resaltar la pieza de diseño fueron colores contrastantes y armoniosos ya que juegan un papel muy importante en el formato de diseño, en la parte superior se utilizó el color azul en forma difuminada para darle suavidad y armonía al diseño, el color verde se usó para resaltar las piezas gráficas.

Como en las demás piezas, también se utilizó la imagen de una flor, Margarita, ubicada en el lado izquierdo, proporcionando orden y equilibrio a la pieza de diseño para que esta no se viera cargada de elementos gráficos.

Se utilizó el logotipo de la Fundación por ser representativo de la misma. En la parte inferior izquierda se colocaron los datos del lugar de la Fundación ya que es muy importante saber como comunicarse con ella.

Arte final del Muppi



**Con Tu granito de arena...
Construyes mí futuro.**

UNA MARGARITA FLORECERÁ GRACIAS A TI...

El Centro de Capacitación Técnico y Vocacional de la Fundación Margarita Tejada para el Síndrome de Down ofrece rehabilitación desde 1 mes de nacido en adelante.

Puedes contactarnos en:
4^a Ave. 12-20, zona 16
Acatán Santa Rosita
Ciudad de Guatemala
Tels: 2261-0886 al 91

FUNDACIÓN
Margarita Tejada
Para el Síndrome de Down

Fundación
Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

CONCLUSIONES

- 1** Con la publicación y divulgación del material gráfico que integra la campaña de divulgación que se ha propuesto como solución ante la problemática de comunicación, de la Fundación Margarita Tejada, se da a conocer la instalación y los servicios que brinda a la población guatemalteca.
- 2** De igual manera, con la publicación de esta campaña muchos guatemaltecos entenderán qué es el Síndrome de Down, y cómo se puede luchar por enfrentarlo, ya que, a través de estas piezas gráficas se informará sobre dicho Síndrome, sus características y las actividades que ayudan a superarlo.
- 3** Con la elaboración de esta campaña concienciaremos al grupo objetivo a que valore, ayude, proteja y brinde una oportunidad de superación a las personas que nacen con esta condición, ya que en las piezas gráficas ejemplificamos que con orientación y educación estas personas pueden superarse, aprender un oficio, alcanzar un lugar en la población laboral del país.
- 4** A través de la validación hemos podido apreciar una respuesta positiva de parte del grupo objetivo, ya que con la observación de la campaña, la muestra representativa de la publicación ha mostrado interés por conocer y ayudar a la Fundación y a las personas que a ella acuden.
- 5** Por lo que tomando en cuenta las necesidades de la fundación y a las personas que en ella acuden, se publicará la campaña a nivel nacional con el fin de llenar sus expectativas y proveer la necesidad moral, social, y económica que necesitan.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA

Tomando en cuenta que cada una de las piezas gráficas han sido creadas con una misma finalidad, se sugiere que la publicación de la Campaña se realice durante un periodo de dos meses..

Para la publicación de las piezas gráficas se sugieren los siguientes mecanismos:

Para la publicación del afiche

Se realizarán exposiciones durante dos meses en oficinas y lugares de los padrinos de la Fundación. Se publicarán en centros Comerciales durante la Campaña.

Se colocarán en supermercados y lugares concurridos por el grupo objetivo durante dos meses

Se ubicarán en los eventos y actividades que realiza la fundación en los que a continuación se especifica:

rifas: este evento lo realizan cada tres meses, se colocarán el día que se realice la actividad,

bingos: aquí solamente se colocará cuando se realice esta actividad.

cenar: se publicarán sólo ese día que dure la actividad.

Para la publicación del volante

En la entrega del volante se usará el mecanismo de entrega personal



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

En el mecanismo de entrega personal se sugiere que los mismos sean repartidos en:

oficinas de la Fundación en los días que lleguen empresarios y estudiantes a visitar. Solo serán entregados durante los dos meses que dure la campaña;

bazares; la Fundación realiza cada cierto tiempo esta actividad en la cual promueve la artesanía que las personas especiales realizan. Éste es un buen medio de entregar los volantes ya que los bazares son realizados en los Centros Comerciales y son visitados por muchas personas.

Actividades sociales y culturales realizadas por la Fundación. Dicha entidad realiza temporadas de teatro, en donde asisten muchas personas empresarias y profesionales, por este

medio la fundación se hace publicidad y de los actores que trabajan en las obras de teatro algunas son personas especiales y todos los actores trabajan ad-honorem, por esta noble causa. En esta actividad se entregaran los volantes a las personas que asistan a ver la obra, en los días que se realizan: viernes, sábados y Domingos.

En la divulgación del trifoliar

Se recomienda que el mismo sea entregado en:

oficinas de la Fundación, se entregaron los trifoliales todos los días de la semana a las personas que asistan a la instalación o en las actividades que realiza la Fundación.



F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

realizados en centros comerciales, como ya se dijo, éste es un medio en el cual se da a conocer la Fundación.

Para la divulgación del uniformar, se recomienda se envíe vía correo a:

Empresas comerciales y productoras del país.

Iglesias y colegios que estén interesados en ayudar al prójimo y realizar obras de caridad.

De igual manera se sugiere que se distribuyan en puntos estratégicos que visita el grupo objetivo al que se desea llegar.

Se colocarán dispensadores de panfletos de escritorio en hospitales públicos y privados, en clínicas médicas y

psicológicas, como apoyo moral a la sociedad que cuenta con un integrante en su familia con este padecimiento. Todo el material gráfico será entregado en el tiempo que dure la campaña.

Para la publicación de los anuncios de prensa

Se sugiere que se tome en cuenta, pautar en medios escritos que cubran todo el territorio nacional y no únicamente algunos sectores del país y que se publiquen en la Prensa, Nuestro Diario, Siglo XXI, El Periódico los días viernes, sábados y domingos durante el tiempo que dure la campaña.

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Para la publicación de los Muppis

Se sugiere que se solicite un circuito abierto durante el tiempo que dure la campaña, el cual ayudará a cubrir todas las zonas o lugares donde existen las paradas de buses conocidas con el nombre de Muppis, con la finalidad de alcanzar a la población en general del país y los visitantes del mismo; de esta manera la campaña de divulgación alcanzara al grupo objetivo de la Fundación Margarita Tejada y la misma podrá cumplir con sus objetivos y finalidades.

Para la publicación del Separador Calendario

Se sugiere que se entregue en todas las actividades que realiza la Fundación durante el tiempo de la Campaña.

Esta pieza será muy útil para el grupo objetivo, por medio de este material ellos podrán saber sin ningún problema los días de la semana y los meses de una forma práctica y sencilla.



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Lineamientos para la reproducción
Imprenta y Litografía La Papelera
Tels.: 5661-9003 / 5651-9221

Cotización

Afiche

Impresión de 1,000 afiches tamaño 17 x 11" plgs a todo color sobre couche de 100 gramos con varnis UV.

-----Q 2,550.00

Volante

Impresión de 3,000 volantes tamaño 5.5 x 8.5" Plgs. a todo color en papel bond de 80 grms.

-----Q 925.00

Trifoliar

Impresión de 1,000 panfletos a todo color, tiro y retiro, impresos en papel couche 80 grms tamaño 9 X 11" plgs.

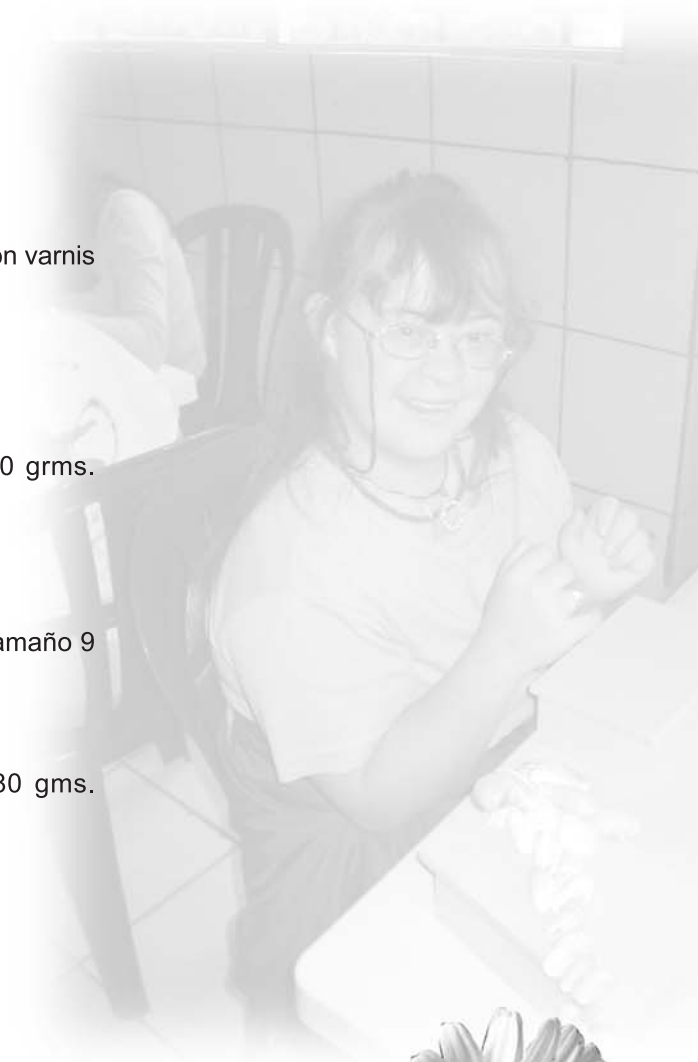
-----Q 1,250.00

Unifoliar

Impresión de 1,000 unifoliales a todo color, tiro y retiro impresos en papel couche 80 grms. tamaño 9.5 x 21 cms.

-----Q 750.00

Fundación
Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Anuncio de prensa

Publicación de anuncio 1/2 página a todo color, este medio será publicado en Prensa Libre, Nuestro Diario y El periódico, serán publicados tres semanas los días lunes viernes sábado y domingos.

-----Q 4,500.00

Cintillo impreso a todo color será publicado en el Periódico Prensa Libre y Nuestro Diario, los días lunes, viernes, sábados, domingos.

-----Q 2,800.00

Muppi

Este medio será publicado a circuito abierto y solamente donde las autoridades de la Fundación lo indiquen. Este material será impreso a todo color, su precio de impresión por Muppis

-----Q 350.00

Por el derecho de ubicación en las paradas _____Q 10,000.00

Separador calendario: impresión de 1,000 tiro y retiro a todo color tamaño 2.193 x 8.277 inches impreso en papel couche 80 grms.

-----Q 850.00

Total

Q 23,075.00



Fundación
Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Lineamientos para la reproducción

Imprenta y Offset Escobedo
Tel.: 24739751

Cotización

Afiche

Impresion de 1,000 afiches tamaño 17 x 11" plgs a todo color sobre couche de 100 gramos.

-----Q 3,000.00

Volante:

Impresión de 3,000 volantes tamaño 5.5 x 8.5" Plgs. a todo color en papel bond de 80 grms.

-----Q 1,050.00

Trifoliar

Impresión de 1,000 panfletos a todo color, tiro y retiro, impresos en papel couche 80 grms tamaño 9 X 11" plgs.

-----Q 1,200.00

Unifoliar

Impresión de 1,000 unifoliales a todo color, tiro y retiro impresos en papel couche 80 grms. tamaño 9.5 x 21 cms.

-----Q 700.00

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Anuncio de prensa

Publicación de anuncio 1/2 página a todo color, este medio será publicado en Prensa Libre, Nuestro Diario y El periódico, serán publicados tres veces los días lunes viernes sábado y domingo.

-----Q 4,500.00

Publicación de cintillo a todo color será publicado en el Periódico Prensa Libre y Nuestro Diario, los días lunes, viernes, sábados, Domingos.

-----Q 2,800.00

Muppi

Este medio será publicado a circuito abierto y solamente donde las autoridades de la Fundación lo indiquen. Este material será impreso a todo color, su precio de impresión por Muppis

-----Q 300.00

Por el derecho de ubicación en las paradas _____Q 8,000.00

Separador calendario impresión de 1,000 tiro y retiro a todo color tamaño 2.193 x 8.277 inches.

-----Q 750.00

Total

Q 22,300.00

Fundación

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía normal

Collier David
Designing for Desktop Publishing
Editorial Gustavo Gili, S.A.
Barcelona España, 1992: 150

Cotton Bob
Diseño para la Auto Edición
Editorial Quarto Publishing Plc
Londres
1989: 160

Shutz Don E.
Uso del Color
Editorial Los Angeles
Madrid, 2000: 190

Martín Armario
Diseño Gráfico Para La Gente, Buenos
Aires, Argentina
1993: 161

Paz Mendoza Eva Graciela, Manual de
Técnicas Gráficas y Aplicación Creativa
de la Letra
Libro Nacional bajo el No. 170-96
Guatemala 1995: 131

Stonton
Fundamentos del Marketing edición 11
Editorial México, Naucalpan
México, 1998: 270

Walker Etzel
Fundamentos de Marketing
Editorial INGOPRINT, S.A
Londres
1993: 250

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Bibliografía Artículo de Revista

Pellecer Liliana, Cebastian Carlos
Niños Grandes
Revista "D" Radiografía del café
Nuestro Diario, No. (61): 15-17
septiembre 2005.

Bibliografía de folletos y fotocopias.

Hurtado Elena, de Palma Verónica M,
Fischer Magda
Técnicas para Validar Materiales
Educativos, facultad de Arquitectura,
Programa de Diseño Gráfico
Guatemala, 2005: 20

Valle Otto, Tobar Margarita
Las técnicas para comprobación,
Facultad de Arquitectura Programa de
Diseño Gráfico,
Guatemala, 2005: 1-8

Trifoliar informativo de la Fundación
Margarita Tejada para el Síndrome de
Down. Guatemala, 2005



Fundación

Margarita Tejada



Con tu granito de arena...
...construyes mi futuro

Bibliografía Digital

www.elorigest.com
www.monografías.com
www.soria.com.



F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

GLOSARIO

Alineación. Situación del texto respecto de los márgenes.

Banner. Anuncio publicitario en una página web. Tiene la peculiaridad de ser interactivo ya que enlaza con una página web del anunciante.

Barreras de entrada. Son las dificultades que enfrenta una empresa al entrar a un mercado. Cuando una empresa establecida en el mercado crea barreras de entrada a competidores tiene una ventaja. Pueden incluir tecnología, restricciones legales, políticas gubernamentales, etc.

Bleed - Sangrado. Impresión en la que se dejan márgenes en blanco.

Boceto Bosquejo para mostrar una idea gráfica. El layout suele ser el primer paso de un boceto. Su costo esta incluido en la comisión agencia.

Borde: Margen de las películas fotográficas no ocupado por la imagen, frecuentemente está perforado.

Bosquejo - Rough. Es el primer borrador de un anuncio, sobre todo en lo que se refiere a la parte gráfica. Se elabora por parte de una agencia de publicidad para que el cliente lo evalúe.

Campaña - Campaign. Es una acción realizada para alcanzar un objetivo determinado. Puede tener muchos componentes, pero relacionados y orientados en la misma dirección.



Fundación

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Saturation Campaign. Se da cuando hay un uso intensivo en un período de tiempo determinado de los medios de publicidad.

Campaña de ventas - Sales Campaign. Consiste en el desarrollo del plan de ventas. Canal de distribución. Camino o la ruta que siguen los productos o servicios cuando se mueven del fabricante hacia el consumidor.

Cartel - Cartel Se trata de acuerdos tomados entre empresas para fijar un nivel de precios y no permitir una libre actuación de la competencia. Estos acuerdos actualmente están prohibidos por las autoridades.

Colores Base Son los primarios: rojo = magenta, azul = cyan y amarillo.

Colores complementarios Son los que se componen entre sí. Un

secundario es complementario del primario que está ausente de dicho secundario: el rojo es complementario del verde y viceversa; el azul del naranja y el amarillo del violeta.

Concepto de Marketing - Marketing Concept Teoría que propone anteponer los intereses y las necesidades de los consumidores a los de la propia empresa. La satisfacción de tales intereses y necesidades debe hacerse más eficazmente que las empresas competidoras. Este concepto tiene su base en 4 conceptos fundamentales que son la concentración, orientación, coordinación y rentabilidad.

Contrastado Término que describe un negativo o una copia que presenta una diferencia en el intervalo tonal superior a la normal. La causa puede estar en la emulsión, en el motivo y su iluminación

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

o en el sobre revelado.

Contraste Se refiere al contraste que puede o debe tener una imagen. Es un impacto conseguido por la presencia intencionada de elementos dispares en un conjunto. El contraste se puede crear por posición entre colores, formas, tonos, proporciones, etc.

Copy-Rotation - Rotación de anuncios Utilización de diferentes anuncios durante la misma campaña publicitaria para mantener atento al público.

Cuerpo de texto Es el contenido escrito de un anuncio en medios gráficos, excluyendo titulares y subtítulos.

Desarrollo de mercado Estrategia que

se debe seguir cuando una empresa cuenta con producto que quiere vender a un mercado en el que antes no había competido.

Desarrollo de producto - Product Development Estrategia de crecimiento en la que una empresa desarrolla nuevos productos para mercados que ya atiende. Es la etapa de la vida de un producto nuevo y en la que se investigan sus características y la adecuación al mercado. Si son productos ya comercializados el objetivo es prolongar su vida dentro del mercado.

Diagrama de análisis en red Consiste en plasmar, gráficamente, un proyecto complejo, reflejando el tiempo y las funciones involucradas. Realizando este diagrama permite que con sólo una consulta a un documento, ver las partes



F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

de un proceso y el tiempo para realizarlas.

Diseño Es un proceso lógico que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco económico y cultural determinado.

Diseño gráfico Es la creación eficaz de piezas gráficas que resuelven creativamente un fin. Es un medio de comunicación visual, es una disciplina que traduce gráfica o visualmente una idea en una forma práctica, útil y eficiente. Así pues, se puede definir el diseño gráfico como un medio de expresión que constantemente se utiliza para dar a entender gráficamente un contenido; es un lenguaje expresado basándose en imágenes y tiene la función de comunicar algo específico.

Focus group Un grupo de personas pertenecientes a un mismo mercado meta, entrevistados por un moderador

como parte de un escenario de investigación de mercadotecnia. Se integra entre 6 y 10 personas, el moderador discute directamente cuestiones del producto a investigar, hacen preguntas acerca de las necesidades, percepciones, sentimientos y preferencias de los participantes.

Four-Color Process - Proceso de cuatricromía Es un proceso de impresión que tiene como resultado la impresión en color, de tal manera que el resultado final se parezca a lo que el ojo humano acostumbra ver.

Fuentes primarias Son las fuentes que proporcionan información de primera mano mediante encuestas, observación o experimentación.

Fuentes secundarias Son las que proporcionan información para una

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

investigación de mercados, pero cuya información no fue creada únicamente con ese propósito. Los censos representan una de las principales fuentes secundarias usadas en múltiples investigaciones.

Gráfico Medio de comunicación impreso. También se le considera formato para representación de datos que adopta muy variadas formas tal es el caso de: cuadros, barras, líneas, tartas, etc.

Grupos focales los grupos focales es una técnica utilizada en la mercadotecnia y en la investigación social. Es una técnica de explicación donde se reúne un pequeño número de personas guiadas por un moderador que facilita las discusiones. Esta técnica maneja aspectos cuantitativos. Los participantes son conocidos como el grupo objetivo y hablan libre y espontáneamente sobre

temas que se consideran de importancia para la investigación.

Icono Término asociado a la representación de cualquier imagen.

Imagen En términos publicitarios y mercados lógicos, es un primer lugar la representación visual realizada por cualquier medio de una institución, producto, ser vivo o muerto o de una cosa. Fotografía que en conjunto con otras forma una película o vídeo.

Impresión Acción y efecto de imprimir en cualquier soporte gráfico, desde papel a cartón o película fotográfica, etc.

Layout Cuadrícula imaginaria que divide en espacios o campos la página que se diseña para facilitar la distribución de elementos como textos ó gráficos en la misma.



F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Lector – Reader. Es la persona que ha recibido y ha leído una publicación.

Lector, Participación del – Reader Response (E. U. A.) Se realiza mediante inserción de cupones de respuesta que los lectores deben rellenar y enviar.

Lector, Tarjeta al servicio del – Reader Service Card Se inserta en publicaciones de determinados sectores industriales. El lector señala los números de la revista de los que desea recibir información y envía la tarjeta.

Lectores – Readership Número de lectores totales de una publicación que han leído.

Lectores de una publicación, Media de - Issue Readership (average) Número medio de lectores que leen una

publicación. A partir de esta cifra se fijan las tarifas publicitarias.

Lectores ocasionales – Pass-On Readership Número real de personas que lee una publicación el cual puede ser superior al de lectores abonados y al de ejemplares vendidos.

Lectores por ejemplar – Readers per Copy Número de lectores totales que leen una publicación.

Lectores secundarios – Secondary Readership Lectores de una publicación pero que no están suscritos a ella ni lo compran.

Lectores terciarios – Tertiary Readership Lectores de una publicación que no la compran, ni la reciben de alguien conocido, sino que acceden a ella por otro método.

F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Lectores, Confianza en los – Reader Confidence Estimación de la respuesta que tendrá por parte del público.

Lectores, Interés de los – Reader Interest Nivel de conocimiento de los lectores de las actividades de la publicación.

Logotipo – Logotype Emblema o símbolo de una compañía o marca. Sinónimo de logo.

Manual – Manual Documento el cual tiene las instrucciones del producto.

Manual de ventas – Sales Manual Documento en el cual muestra las características de un producto para una posterior venta.

Marketing estratégico Filosofía que enfatiza la correcta identificación de las oportunidades de mercado como la base para la planeación de marketing y el crecimiento del negocio, a diferencia del marketing que enfatiza las necesidades y deseos del consumidor, el marketing estratégico enfatiza a los consumidores y los competidores.

Símbolo Grafismo cuyo objetivo publicitario es recordar una marca o un mensaje.

Subtitulares Estos pueden presentarse dependiendo de la naturaleza del texto, en varias categorías y su tratamiento particular va a depender de su importancia jerárquica. Puede haber casos de subtitulares con diferentes categorías que dependerán de la estructura del contenido del material.



F u n d a c i ó n

Margarita Tejada



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

En títulos, subtítulos y texto no es recomendable mezclar tipos de letras parecidas.

Tamaño Describe las proporciones de cualquier pieza publicitaria en largo, ancho y alto. Curiosamente también se aplica para referirse a la longitud de un spot que no se mide en metros sino en segundos.

Texto Escrito publicitario que se utiliza para escribir en el propio anuncio gráfico o para locución de un spot o de una cuña. En publicidad se distingue mucho entre titulares y textos, ya que van próximos, pero no es lo mismo.

Titular Texto principal que encabeza una pieza publicitaria y que normalmente trasmite una parte clave del mensaje. También puede decirse que el titular es el texto que encabeza una información de prensa.

Venta personal Es la venta mediante el contacto directo con el cliente, este contacto puede ser cara a cara, telefónico o por correspondencia personalizada. Es una forma cara de venta porque involucra capacitar y administrar a la fuerza de ventas, pero el vendedor puede adaptar su presentación de ventas dependiendo del cliente que esté tratando.

Ventaja competitiva Característica única de una compañía o producto que la hace ser superior a la competencia.

F u n d a c i ó n

Margarita Tejeda



Con tu granito de arena... ...construyes mi futuro

Anexos

Programa De Diseño Gráfico
Facultad De Arquitectura
Universidad De San Carlos De Guatemala



COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO QUE CONFORMAN LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN PARA DAR A CONOCER A LA FUNDACIÓN MARGARITA TEJADA PARA SÍNDROME DE DOWN. DESARROLLO DURANTE EL PERIODO DE JULIO A NOVIEMBRE DEL 2005

Instrucciones: *Observe detenidamente las piezas que se te darán y después responde a las preguntas correspondientes, marca con una X los círculos y contesta las preguntas abiertas.*

Dirección de casa: _____

Teléfono: _____

¿Qué edad tienes? _____

Sexo: Femenino Masculino

1. ¿Crees que los textos que se han empleado en las piezas de diseño son legibles?

Si No ¿Por qué? _____

2. Consideras que la publicación de la campaña de divulgación para la fundación Margarita Tejada, ayudará a promover o recaudar fondos para la fundación?

Si No ¿Por qué? _____

3. Crees que el tamaño de la tetra de las piezas gráficas, es el adecuado para las mismas?

Si No ¿Por qué? _____

4. ¿Crees que las imágenes usadas en las piezas gráficas tienen relación con el mensaje?

Si No ¿Por qué? _____

5. ¿Te gustan las imágenes que se emplearon en las piezas?

Si No ¿Por qué? _____

6. ¿Crees que los colores que se utilizaron en las piezas gráficas son llamativas?

Si No ¿Por qué? _____

7. ¿Los mensajes empleados en cada una de las piezas te motivan a ayudar a la fundación?

Si No ¿Por qué? _____

8. ¿Consideras que las imágenes de las piezas gráficas tienen relación con el mensaje?

Si No ¿Por qué? _____

PARA USO DEL ENCUESTADOR ÚNICAMENTE

No escribas nada aquí

Fecha _____

Hora _____

Lugar _____

Observaciones: _____

Fundación

Margarita Tejada

