



Campaña de Divulgación

*Para el proyecto mejoramiento de calidad de vida
para personas de la tercera edad
del departamento de Sacatepéquez*



Facultad de Arquitectura



Universidad de San Carlos



Escuela de Diseño Gráfico

Universidad de san carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura

Escuela de diseño Gráfico

Coordinador de la Escuela de Diseño Gráfico
Arquitecto Manolo Arriola

JUNTA DIRECTIVA FACUTAD DE ARQUITECTURA

DECANO: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

VOCAL 1: Arq. Sergio Mahomed Estrada Ruiz

VOCAL 2: Arq. Efrain de Jesús Amaya Caravantes

VOCAL 3: Arq. Carlos Enrique Martini Herrera

VOCAL 4: Br. Carlos Alberto Mancilla Estrada

VOCAL 5: Secretaria Liliam Rosana Santizo Alva

SECRETARIO: Arq. Alejandro Muñoz Calderón

TRIBUNAL EXAMINADOR

Decano arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo

Secretario Arquitecto Alejandro Muñoz calderón

Licenciada Claudia Leal

Licenciada Lourdes Pérez

Arquitecto Salvador Gálvez

ASESORES DE PROYECTO

Licenciada Claudia Leal

Licenciada Lourdes Perez

*Campaña de divulgación, para el proyecto mejoramiento de calidad de vida
para personas de la tercera edad
del departamento de Sacatepéquez*

Agradecimientos

A Dios por la oportunidad de permitirme luchar para alcanzar esta meta , y de rodearme de personas que impulsaron ese entusiasmo que si a veces mermaba solo era para continuar con más fuerza.

A mi MA, la persona más importante de mi vida, que hizo posible y es para ella este logro, que nunca hubiera podido alcanzar sin sus infinitos y sabios consejos, porque vos sos la razon de mi existir. gracias por siempre.

A mis hermanos nena y Ramoncito, por estar siempre en mi corazón y ser esa luz que motivó mi esfuerzo.

A mis mejores amigos, Rubén, Paola, Douglas y Mariana por el apoyo incondicional durante esta maravillosa etapa de nuestra vida gracias...

A asociación MEYAH por todo el apoyo brindado durante la realización del proyecto, a todos sus integrantes por su hospitalidad y amabilidad, en especial a tí Naydú esperando que todos los proyectos venideros sean llenos de bendiciones para que alcances el éxito que te mereces

A mis maestros y asesores Licenciada Claudia Leal, Licenceada Lourdes Pérez y Arquitecto Salvador Gálvez, por su guía y orientación encaminando este proyecto a un destino exitoso.

A las personas de la tercera edad por sus consejos llenos de sabiduría , en especial A Don Florencio Martinez por su amable colaboración al prestar su imagen para la idea de la campaña de divulgación.



Campaña de divulgación, para el proyecto mejoramiento de calidad de vida para personas de la tercera edad del departamento de Sacatepéquez.

Proyecto realizado en el municipio de san Miguel Dueñas del departamento de Sacatepequez del mes de Julio al mes de Noviembre del año 2008.





La sabiduría de las personas de la tercera edad debe ser aprovechada para el progreso de la sociedad



Capítulo 1

Presentación

La tercera edad en el departamento de Sacatepéquez no es diferente a la del resto del mundo, siendo una etapa difícil de asimilar tanto en lo anímico y en lo físico.

Es por eso que Asociación MEYAH tiene la intención de disminuir este padecimiento al colaborar con un proyecto que mejore la calidad de vida de estas personas.

Con esta propuesta se pretende apoyar a estas personas para que puedan seguir siendo útiles, productivas y puedan contar con un trabajo digno.

Por tanto el primer paso a seguir es dar a conocer el proyecto a través de una campaña de divulgación y para crear la idea de esta se recabarán datos, relatos personales del grupo objetivo que quedaron documentados para su análisis, logrando con

esto, una base fundamental para poder conceptualizar con certeza la idea creativa pretendida para el proyecto.

A continuación se detallan aspectos y pasos a seguir que dan como resultado una vía que soluciona visualmente un problema.

Antecedentes

Asociación MEYAH, es una entidad nueva no lucrativa, que cuenta con varios proyectos de ayuda social en el área rural, dentro de estos se encuentra el de Mejoramiento de Calidad de Vida en Personas de la Tercera Edad que tiene como objetivo el mejorar la vida de estas personas. Para lograrlo se hace necesario que pongan en práctica sus conocimientos a través de talleres en los que puedan compartir su sabiduría a jóvenes que quieran aprender, esto podría generar en las personas de la tercera edad entusiasmo y fortaleza para que sigan siendo parte de la sociedad activa.

Para que el proyecto empiece a funcionar se necesita que la comunidad conozca del proyecto, y es aquí donde surge la necesidad de realizar un material de divulgación que logre estimular a las personas de la tercera edad a integrarse al

proyecto de Mejoramiento de Calidad de Vida para Personas de la Tercera Edad en el departamento de Sacatepéquez. Con lo cual Asociación MEYAH espera mejorar la calidad de vida de estas personas.

Perfil del cliente

·Nombre: Asociación Meyah Guatemala

·Dirección: Calle principal, Estancia San Miguel 2-35, Apartamento 6, zona 1 San MiguelDueñas, Sacatepéquez, Guatemala.

Asociación MEYAH GUATEMALA es una entidad Privada de carácter Civil, no lucrativa, apolítica, con patrimonio y gobierno propio, no religiosa, de desarrollo y servicio a la comunidad, con capacidad de adquirir derechos y contraer obligaciones, con el propósito de mejorar la calidad de vida del guatemalteco, enfocados especialmente en el adulto mayor.

VISION:

Convertir a Meyah Guatemala en una Asociación Civil líder a nivel Nacional, en el desarrollo de proyectos socio-económicos y culturales, estableciendo las bases para generar cambios a corto y mediano plazo.

OBJETIVOS:

o Apoyar a través de medios adecuados el desenvolvimiento propio del guatemalteco enfocando especial interés al adulto mayor.

o Crear grupos de apoyo específicos para determinar las prioridades del adulto mayor en áreas geográficas específicas de la república.

o Sensibilizar por medio de programas estructurados, la importancia del adulto mayor en la sociedad

.o Dirigir la ayuda a personas de la tercera edad que carecen de apoyo del Estado o iniciativa privada.

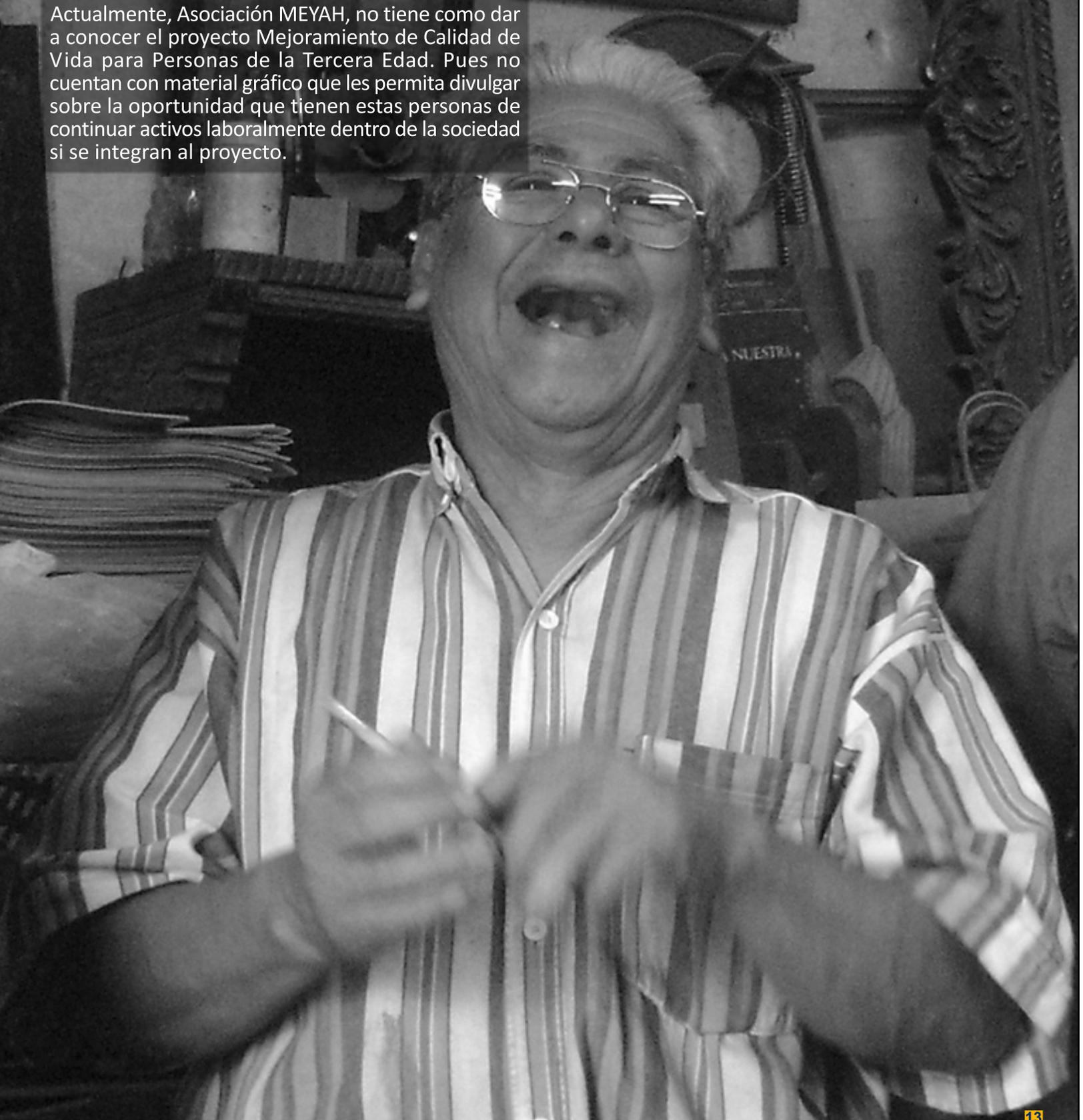
o Desarrollar programas de salud, por medio de campañas médicas, educativas, así como prevención de enfermedades para las personas de la tercera edad.



SAN MIGUEL DUEÑAS

Problema

Actualmente, Asociación MEYAH, no tiene como dar a conocer el proyecto Mejoramiento de Calidad de Vida para Personas de la Tercera Edad. Pues no cuentan con material gráfico que les permita divulgar sobre la oportunidad que tienen estas personas de continuar activos laboralmente dentro de la sociedad si se integran al proyecto.



Justificación

El departamento de Sacatepéquez cuenta con 16,707 personas de la tercera edad, quienes se dedican a trabajos artesanales como la carpintería, zapatería, peletería, talabartería, herrería, labores domésticas como la jardinería, agricultores, mecánica, y también están los que ya se han jubilado.¹



Es importante que las personas de la tercera edad se mantengan dentro de la fuerza laboral, ya que se reduce la pobreza y la tasa de dependencia; involucrar a estas personas al proyecto les daría la oportunidad de generar un ingreso económico, logrando con esto mejorar la calidad de vida de las mismas,

sintiéndose útiles dentro de la sociedad.

Para poder desarrollar el proyecto, es necesario darlo a conocer en el departamento de Sacatepéquez, esperando en un futuro poderlo plantear a nivel nacional, para esto se hace necesario generar material gráfico que

refleje la intención de la asociación de integrar a las personas de la tercera edad al proyecto, con lo que se pretende fortalecer el ánimo de las mismas.

Para hacer realidad este proyecto, se cuenta con ayuda financiera nacional e internacional.



¹ INE. Censo de población VI y de habitación 2002

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una campaña de divulgación, para dar a conocer el proyecto de Mejoramiento de Calidad de Vida para Personas de la Tercera Edad en el departamento de Sacatepéquez dirigido a personas de 60 años en adelante.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Diseñar material gráfico impreso que contenga información sobre el proyecto e invite a las personas de la tercera edad a participar en el mismo.

Como parte de la campaña, crear anuncios publicitarios para ser pautados en prensa, dando a conocer el proyecto.

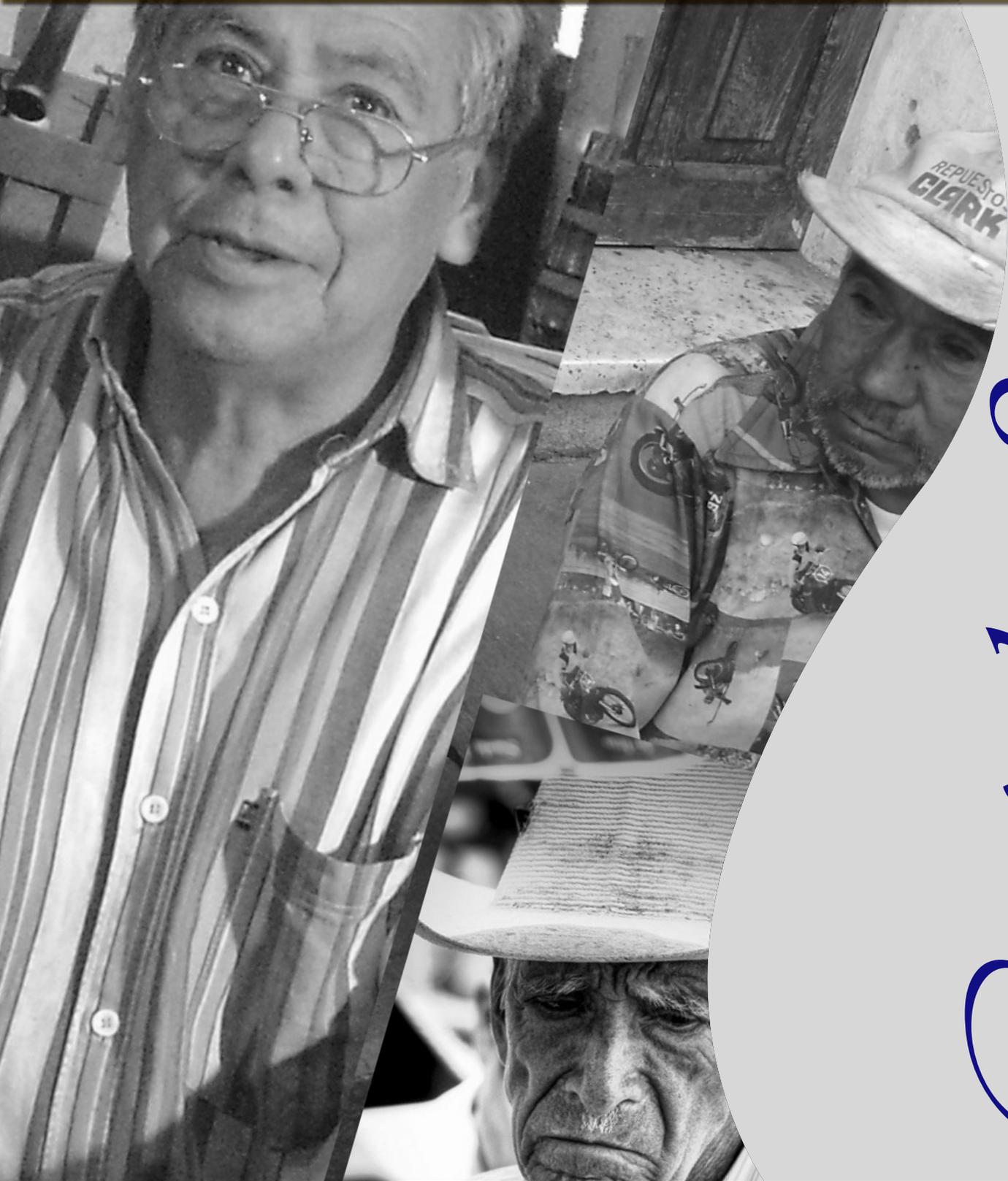
Realizar material promocional para posicionar la imagen de la campaña en el departamento de Sacatepéquez.





"El miedo no es señal de cobardía. Es él el que nos da la posibilidad de reaccionar con bravura y dignidad ante las situaciones de la vida."

Coelho, Paulo, Maktub pag.61 editorial grijalbo colombia 1994.



Capítulo 2

Las personas de la tercera edad (60 años sean hombres o mujeres se encuentran apartados del plano laboral y familiar, ya sea por condiciones físicas o por las limitantes en el plano cultural, una gran parte de estas personas no lograron alcanzar un nivel académico, a esto se agrega la poca remuneración que reciben por parte del gobierno respecto a su pensión, mencionando que no todos cuentan con la oportunidad de recibir este beneficio, trayendo como consecuencia una baja autoestima dentro de la población de la tercera edad.

Debe mencionarse que esta situación se presenta en estas personas con más frecuencia si son de un nivel socioeconómico bajo o medio ya sean ladinos o indígenas, no obstante estas adversidades las personas de la tercera edad son de notable fortaleza con una nobleza

que se desborda por estar siempre dispuestos a colaborar no importando cual sea la dificultad son personas que pueden dejar un legado de enseñanza para la sociedad. ¹

1 Kalish R., Cosano J.M., La vejez: Perspectivas sobre el desarrollo humano, pags. 179, 180. 1982.



" La gloria de los jóvenes es su fuerza, y la hermosura de los ancianos es su vejez."

Proverbios 20:29 edición Reyna Valera, pag 569, E.E.U.U. 1960



Marco Conceptual

Dimensión Conceptual

VEJEZ:

Se suele decir que envejece el cuerpo más no el alma, esto se encierra dentro de un marco que abarca la parte psicológica, biológica y social, que normalmente no van paralelamente y por eso la mención anterior, a veces se ven obligados a vivir apartados del plano social al perder algunas facultades mas no su

sabiduría y conocimientos que perdurara por siempre y es acá donde la oportunidad continua latente para seguir participando dentro de la sociedad. ²

² Ortiz Dr. T., *psicología de la vejez* pags.91,92,2000

SOLEDAD:

A esto puede llevar el rechazo y la apatía de la sociedad hacia estas personas, es un estado donde la ya no participación social tanto familiar como laboral provoca un aislamiento sin justificación. ³

³ es.wikipedia.org/wiki/Soledad (sentimiento)

ABANDONO:

Hacer referencia a este término, puede ser tanto personal como social, esto se puede derivar de un estado emocional por la misma vejez, que a la vez puede resultar en una depresión que lo aparte del contacto social. ⁴

⁴ R. García-Pelayo ediciones Larousse, 1995



OPORTUNIDAD:

Para las personas de la tercera edad, esta referencia se hace necesaria para seguir siendo participativos dentro de la sociedad y los haga seguir sintiéndose útiles, lo que al mismo tiempo los estará llenando de vida. ⁵

CALIDAD DE VIDA:

Es el entorno donde se desenvuelve una persona, que normalmente deberá ir orientada a tener una vida plena, donde reciba estímulos de positivismo que lo hagan desenvolverse satisfactoriamente. ⁶

LA TRISTEZA:

Emoción infaltable provocada por diversas razones, pero por lo tanto lo importante es que sin esta no habría contraparte y que es la felicidad. ⁷

⁵ <http://www.wordreference.com/definicion/oportunidad>

⁶ <http://es.wikipedia.org/Calidaddevida>

⁷ H.Bayona, Fenomenología de algunos síntomas de la tristeza, pag.228, 2007

Dimensión Ética

DIEMENSIÓN ÉTICA

Los adultos mayores son personas que tienen muy arraigadas sus costumbres, que conservan mucho sus tradiciones, demostrando con esto que llevan una vida muy correcta y ordenada.

Respeto

Es el reconocimiento de que algo o alguien tiene valor. Se lo puede definir como la base del sustento de la moral y la ética. ⁸

Sabiduría

Conocimiento profundo que se adquiere a través del estudio o de la experiencia, esta es una de las mejores fortalezas de las personas de la tercera edad. ⁹

⁸ Escamés S., *Tolerancia y respeto en las sociedades modernas*, pag 229, 2008.

⁹ R.A. Academia Española, pag. 1165, 1970

¹⁰ R.A. Academia Española, pag. 374, 1970

Costumbre

Las personas de la tercera edad suelen cuidar tanto los que haceres cotidianos como las fechas importantes debe decirse entoces que son personas netamente costumbristas.¹⁰



Dimensión Funcional



VOLANTE

Un volante bien diseñado puede contener una gran cantidad de información y ser fácil de distribuir a mano o por periódico. Así que el elemento clave en el diseño es la creatividad usada en los titulares, la distribución del texto, y el papel. ¹¹

Proyecto gráfico JUNKABAL, Arreaga D. M., pag.15, 1996

AFICHE

Es una publicación que generalmente se utiliza para promocionar un producto o un evento, su dimensión varía de acuerdo a su utilización. ¹²

VALLA

Soporte plano sobre el que se fijan carteles publicitarios. Las vallas se han convertido en parte habitual del paisaje urbano e interurbano presentando anuncios o mensajes publicitarios. ¹³

11 Proyecto gráfico JUNKABAL, Arreaga D. M., pag.15, 1996

12 Contreras F.C. Romera, diseño gráfico, creatividad y comunicación, 79, 2001

ANUNCIOS EN PRENSA

Medio muy segmentado por su naturaleza: existen artículos para niños, jóvenes, mujeres, profesionales, etc. Se trata de un medio leído por personas que gustan de información por lo que la publicidad puede ser más extensa y precisa. ¹⁴

13 Metodos del diseño publicidad exterior publicidad publicidad transito de vallas publicitarias, Rabe Arq B. pag.6

14 Rabe Arq B., Anuncios de prensa, 1990

Dimensión Estética

LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO GRÁFICO

La finalidad de toda composición gráfica es transmitir un mensaje concreto. Para ello, el diseñador se vale de dos herramientas principales: las imágenes y los textos.

Las imágenes aportan un aspecto visual muy importante a toda composición. Estos son capaces de transmitir por sí solos un mensaje de forma adecuada.

Sin embargo, el medio de transmisión de ideas por excelencia es la palabra escrita. La esencia del buen diseño gráfico consiste en comunicar ideas por medio de la palabra escrita, combinada a menudo con dibujos o con fotografías la composición final. ¹⁵

EL COLOR

El color es el elemento más importante cuando se trata de decorar. El círculo cromático es una valiosa herramienta que le facilitará el trabajo. Hay miles de combinaciones de colores posibles, pero puede usar esta información básica para crear la que más se adecue a su casa y a su gusto. No deje que los pasos necesarios para elegir colores le impidan escoger una combinación o un diseño determinados. Elija siempre los colores que más le gusten y quedará satisfecho del resultado. ¹⁶

¹⁵ *Tipografía macro y microestética información general* W.Kunz, editores Gustavo Gili, 1ra. edición, 2003.

¹⁶ Küppers H. editores Gustavo Gili, 1ra. edición, España 2005

DIAGRAMACIÓN

Resuelve la organización de las páginas de acuerdo con las normas ya establecidas por el diseñador en el manual de diseño. Es posible que el mismo diseñador también pueda encargarse de la diagramación, pero las responsabilidades son distintas. Un buen diagramador es el que respeta esas normas, precisamente su creatividad radica en la capacidad para ofrecer múltiples posibilidades de presentación bajo una norma establecida. ¹⁷

FOTOGRAFÍA

Una buena composición logra transmitir un mensaje aún cuando esta no incluya ningún tipo de texto, de esta depende la proyección que se pueda tener en el mercado.

Material didáctico de fotografía de figura humana, C.G. Tarragó, 1998. ¹⁸

¹⁷ Pérez L. *Diseño y desarrollo de una presentación digital e interactiva sobre el uso de la retícula*, pags. 11, 12, 13, 14, Guatemala 2006.

¹⁸ Tarragó G., *Material didáctico para el tema fotografía de figura humana*, pag. 4, Guatemala noviembre 1998.

Concepto Creativo

Enfoque de diseño para la Campaña

COMPARTAR TU SABIDURIA

Darles el lugar que les corresponden a la personas de la tercera edad es el objetivo que tiene Asociación MEYAH a través de su proyecto y para impulsar esta idea necesita de una campaña de divulgación, donde se reflejen todos esos conocimientos adquiridos durante la vida, es aquí donde se define que el concepto a utilizar sea el de personas **útiles y capaces** y es aquí donde surge la idea de enfocar la campaña donde **compartan su sabiduría** a jóvenes, logrando de esta manera resaltar su imagen ante la sociedad.

Método de diseño

Utilizando el método de caja de cristal se logra la recolección y obtención de información, el análisis e investigación logran extraer elementos claves para poder definir un concepto que permita ser identificado con facilidad por el grupo objetivo.

Al haber comprendido y analizado los datos recabados se podrá seguir un plan que permita obtener distintas variables para conseguir criterios que logren resultados positivos, así mismo las estrategias darán la pauta para seguir una línea dirigida a una misma idea.

A esto debe agregarse la técnica de observación que permitirá visualizar con precisión la idea más clara para la campaña. ¹⁹

19 Tortola J.R. Métodos del diseño para diseñadores gráficos, 2da edición Guatemala 2000.

Estrategias de comunicación

Para hacer llegar con eficacia el mensaje al grupo objetivo es necesario utilizar los siguientes medios de comunicación:

Rótulos fijos, volantes, afiches, unífoliares, media Pág. de prensa, inserto en prensa, cintillo de prensa y valla.

Utilizar piezas promocionales, esto con el fin de personalizar el alcance del mensaje, estas son:

calendario, reloj, botones, accesorio para lentes (cinta), que portarán la imagen de la campaña.

Las piezas utilizadas son las que más se ajustan al alcance, gusto e ideas de las personas del departamento de Sacatepéquez que tengan de 60 años en adelante.



Capítulo 3

Síntesis

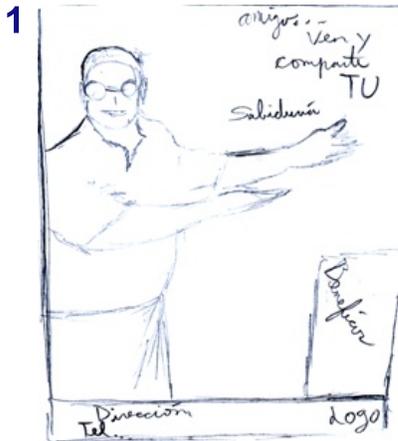
proceso de diseño
pre-bocetos
bocetos

Bocetaje

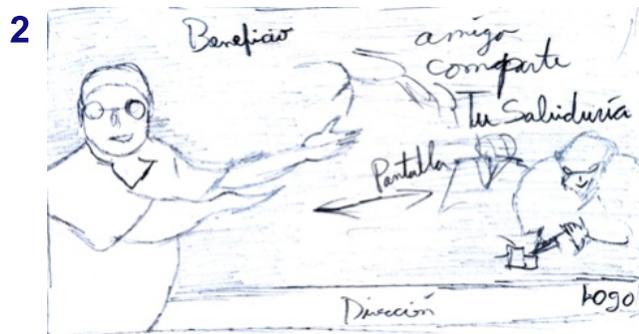
Pre-Bocetos

Primer nivel de graficación

En el primer pre-boceto se visualizan rápidamente los elementos que pueden utilizarse según la información obtenida hasta el momento. Los elementos sugeridos son: una persona de la tercera edad que estará invitando a las personas de la tercera edad a COMPARTIR SU SABIDURÍA y de esa forma poder integrarse al proyecto.



Segundo pre-boceto, utilizando los mismos elementos únicamente eliminando la palabra VEN para visualizar desde otra perspectiva la idea.



Bocetos

Primer nivel de graficación

En el primer boceto se utiliza el color verde para proyectar esperanza, así como personas que están captando el mensaje para lograr persuasión de interés en el pueblo.

La segunda propuesta con colores más vivos como el amarillo que evoca luz y fuerza a la idea, para darle el realce que necesita proyectar la asociación a las personas de la tercera edad, y un color de contraste como el azul para resaltar la escritura que llevará el mensaje. Un segundo plano donde hay una acción de una persona de la tercera edad compartiendo sus conocimientos a los jóvenes esto para crear y mostrar las intenciones que tiene la asociación de llevar a cabo con el proyecto.



Jerarquización y selección

La imagen fotográfica será representada por una persona de la tercera edad con una proyección jovial e invitacional para convocar a las personas de 60 años en adelante a integrarse al proyecto. Para el concepto creativo la idea es COMPARTE TU SABIDURÍA seleccionada para representar el mensaje que se quiere transmitir, al ser compacta, amigable y denotando una de las mejores cualidades de estas personas, la hace fuerte y precisa para ser captada por el grupo objetivo, la imagen de fondo o de acción de apoyo muestra a una persona de la tercera edad compartiendo sus conocimientos a jóvenes entusiastas esto con el fin de mostrar un ejemplo de lo que se pretende llevar a cabo dentro del proyecto.

Evaluación

Después de pasar por el proceso de evaluación del cliente, asesores de diseño y grupo objetivo se define la última propuesta del



boceto final para la realización de la idea y así poner en práctica los elementos sugeridos..

Boceto final

Fundamentación

A continuación se destacan los elementos ordenados y compuestos estratégicamente para su buen funcionamiento y al haber tomado una decisión sobre la pieza, se elaboraron las implementaciones icónicas, lingüísticas y cromáticas para lograr transmitir de una manera efectiva y dinámica el mensaje.

Códigos Lingüísticos

**Amigo...
Comparte
Tu
Sabiduría**

El mensaje principal "Amigo Comparte Tu Sabiduría" es dinámico y de inmediata legibilidad, sobresaliendo en tamaño del resto del texto, y para su fácil lectura se usó tipografía ARIAL Bold, es sencilla y clara sin ningún tipo de serif, se usó debido a que el grupo objetivo en algunos casos puede presentar limitaciones al leer por problemas con la vista, cabe resaltar que cada palabra empieza con mayúscula para darle la importancia que tiene cada una de estas.

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST
UVWXYZ1234567890**

El texto complementario es Arial para mantener la fácil lectura del mensaje y está ubicado sobre cintillos para lograr que el contenido de este resalte.

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST
UVWXYZ1234567890

Imagen



Don Florencio Martínez

Se utiliza la imagen de una persona de la tercera edad, que muestra una actitud dinámica y positiva, logrando reflejar el sentir por la invitación que se les hace a estas personas de participar del proyecto. Se hace énfasis en la vestimenta de la persona para que resalte.

La expresión hace que estas personas se identifiquen inmediatamente tanto con la imagen como con el mensaje.

La fotografía en segundo plano corresponde a una acción donde una persona de la tercera edad esta compartiendo su sabiduría con jóvenes en un ambiente de taller carpintero esto con el fin de respaldar la idea de la invitación que hace el modelo de la tercera edad a la acción paralela siendo la misma persona que aparece en la foto del segundo plano.

Códigos Icónicos



Podigos Promáticos

Para lograr capturar de manera rápida y efectiva la atención del grupo objetivo, se utilizaron colores que se identificaran y fueran bien acogidos por este, los colores elegidos fueron.

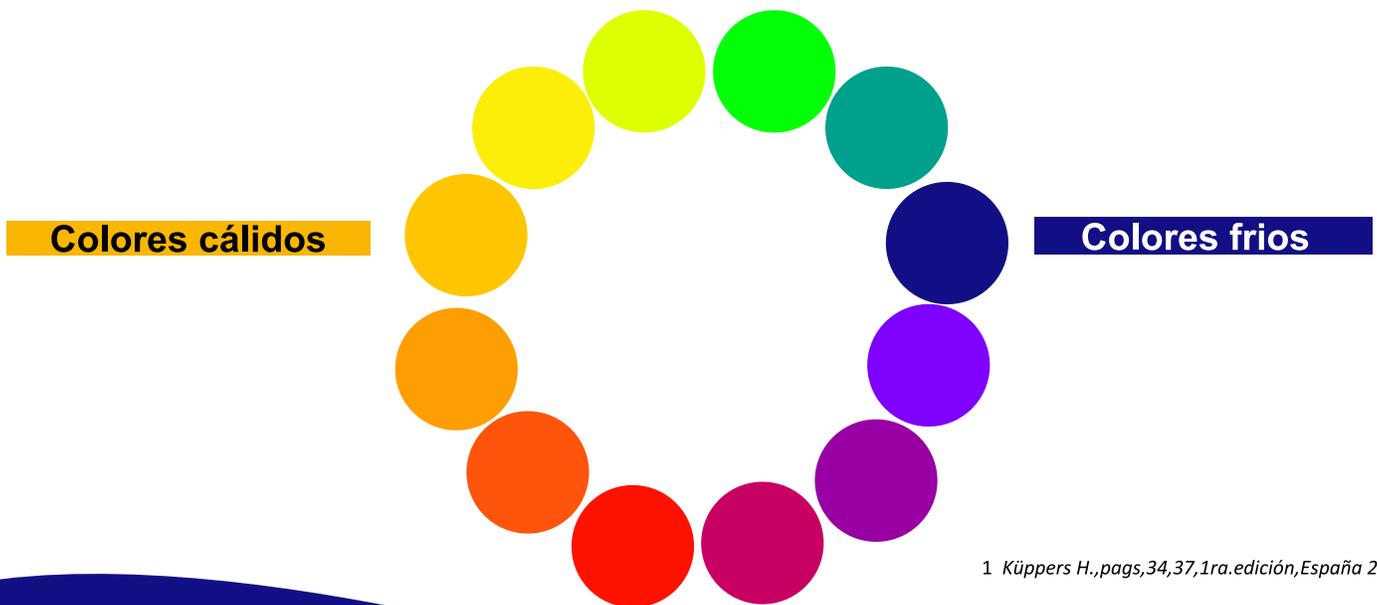
El Azul un color frío y relajante, situado en la parte derecha del círculo cromático, crea una sensación de calma logrando con esto que estas personas confíen en el mensaje que se les envía.

El Amarillo por evocar luz, un termino importante dentro del grupo objetivo, también es un color cálido y acogedor, transmitiendo una sensación de unidad y fuerza.

Estos colores a su vez contrastan de una manera agradable al ojo logrando impactar de una manera rapida, con esto destaca inmediatamente dentro del campo visual, situación favorable dentro del mercado competitivo. ¹

EL CIRCULO CROMÁTICO

El círculo cromático permite identificar las distintas familias de colores y la relación que existe entre ellas.



Azul

Pantone 2746 C
C 100 M 98 Y 5 K 3

Amarillo

Pantone
C 5 M 35 Y 100 K 0

¹ Küppers H.,pags,34,37,1ra.edición,España 2005

Propuesta Gráfica Final

Material Impreso Divulgativo

El material impreso que se utilizará para la campaña de divulgación se destaca por representar de una manera dinámica la idea que tiene Asociación MEYAH del proyecto, esto se logra a través de composiciones fotográficas que representan dinamismo, entusiasmo e interacción entre jóvenes y un adulto mayor que comparte sus conocimientos, reforzando esta idea por el texto principal y tema de la campaña "Amigo comparte tu sabiduría", en la composición cromática el contraste es llamativo al ojo del grupo objetivo reforzando la idea, así mismo los textos complementarios han sido colocados estratégicamente para que cumplan con su función de informar.



VOLANTE

Descripción:

Esta pieza incluye toda la información necesaria para informar del proyecto de Asociación MEYAH, así como una fotografía que muestra la participación de jóvenes en una actividad donde reciben conocimientos de un adulto mayor.

El material a utilizar será **COUCHÉ** calibre 60, en un tamaño de **5.5" X 8.5"** (media carta) y una técnica de impresión litográfico.



MEDIA PAGINA DE PRENSA

Descripción:

Los anuncios de prensa serán difundidos en el medio escrito de mayor circulación a nivel departamental que es "Nuestro Diario", esta pieza gráfica incluye la variante de la composición en la fotografía de segundo plano, esto para darle variedad a la publicación.

Esta pieza será publicada en **3X8** modulos.

RÓTULO

Descripción:

Estos serán colocados en los parques al lado de las bancas, siendo este uno de los lugares más visitados por las personas de la tercera edad.

El formato a imprimir debe tener una medida de **18"X 12"** en **vinil adhesivo, técnica de impresión digital vinílico.**



VALLA

Descripción:

Este medio permitirá extender el mensaje con efectividad a todo el departamento de Sacatepéquez colocándose en la entrada principal de cada municipio.

El formato a imprimir debe tener una medida de **4 mts X 2 mts.** en **vinil adhesivo** y su técnica de impresión es digital vinílico.





UNIFOLIAR

Descripción:

Estos deberán ser colocados en los comercios donde el grupo objetivo realice frecuentemente más sus compras.

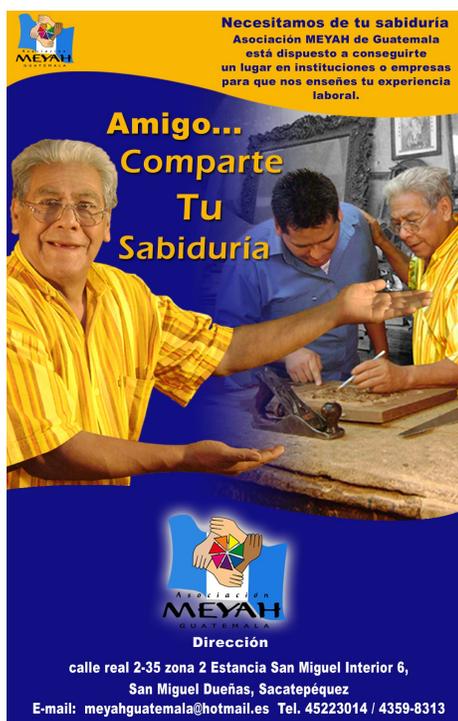
El formato a imprimir debe ser de **8.5" X 3.66"** en papel couché calibre 80, técnica de impresión litografía.

AFICHE

Descripción:

Para hacer llegar con éxito el mensaje estos deberán ser colocados en los lugares más concurridos por las personas de la tercera edad como las iglesias, bingos y bancos.

El formato a imprimir debe ser **11" X 17"** impreso en **texcote 12 con barniz UV**, con la **técnica de litografía**.



EXPOBANNER

Recomendaciones:

Se deben utilizar como material de apoyo en las presentaciones tanto para los clientes como para el grupo objetivo de Asociación MEYAH.

El formato a imprimir debe ser 1.80 mts. X 70 cm. y la técnica debe ser digital vinilica.

Necesitamos de tu sabiduría
Asociación MEYAH de Guatemala
está dispuesto a conseguirte
un lugar en instituciones o empresas
para que nos enseñes tu experiencia
laboral.

**Amigo...
Comparte
Tu
Sabiduría**

Dirección
calle real 2-35 zona 2 Estancia San Miguel Interior 6,
San Miguel Dueñas, Sacatepéquez
E-mail: meyahguatemala@hotmail.es Tel. 45223014 / 4359-8313

Cintillo de prensa

Recomendaciones:

Utilizar cintillos en paginas de periódicos, el medio sugerido es Nuestro Diario.

El formato a imprimir debe ser 6 x 1 módulos.

**Amigo...
Comparte
Tu
Sabiduría**

Necesitamos de tu sabiduría
Asociación MEYAH de Guatemala
está dispuesto a conseguirte un lugar
en instituciones o empresas
para que nos enseñes tu experiencia
laboral.

Dirección calle real 2-35 zona 2 Estancia San Miguel Interior 6 San Miguel Dueñas, Sacatepéquez
E-mail: meyahguatemala@hotmail.es Tel. 45223014 / 4359-8313

Promocionales

Estos funcionarán como material de apoyo, siendo escogidos por su apego o identidad con el grupo objetivo haciendo llegar el mensaje de una manera más personalizada, logrando con esto mayor eficacia al transmitir el mensaje.

CALENDARIO



Recomendaciones:

Es una pieza de que suele ser indispensable en cualquier hogar lo que permite que el mensaje este siempre presente.

El formato a imprimir debe ser 13" X 17" en texcote 12 , técnica a imprimir litografía.

RELOJ ELECTÓNICO

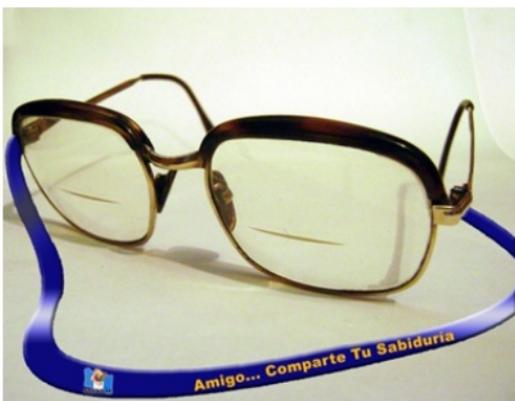


Recomendaciones:
Una pieza fundamental y que siempre va estar presente en cualquier parte de la casa con lo cual se logra retentiva de la campaña.

El formato a imprimir es de 8.5" X 5.5".

técnica de impresión digital y en adhesivo.

ACCESORIO PARA LENTES



Recomendaciones:

Este es un accesorio fundamental para las personas de la tercera edad ya que la mayoría utiliza lentes, este se vuelve una pieza muy atractiva y funcional para llevar el mensaje.

Técnica de impresión en material sintético.

BOTÓN



Recomendaciones:

Esta pieza porta la imagen de la campaña, siendo un accesorio decorativo que promueve y ayuda a impulsar el proyecto.

Formato a imprimir 2.25", Técnica de impresión digital.



*" Bienaventurado el hombre que halla la sabiduría
y que obtiene la inteligencia".*

Proverbios 20:29 edición Reyna Valera, pag 569, E.E.U.U. 1960

flora[®]
plantas y jardines

SAN MIGUEL DUEÑAS

800M REN

Capítulo 4

Validación

COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS

Fue necesario desglosar la pieza gráfica y así extraer todo los elementos necesarios, códigos lingüísticos, icónicos, tipográficos y recorridos visuales para la realización de las preguntas que servirán para validar la efectividad de la propuesta.

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para esta etapa se utilizó el instrumento de la encuesta con preguntas cerradas, logrando de esta manera obtener el mejor grado de precisión de comprensión respecto a la efectividad de la pieza validada. Esta encuesta ha sido validada con un focus group de 33 personas siendo esta la forma más apropiada de convivir con las personas encuestadas, lo que dejó distintas opiniones agregadas a lo respondido de forma cerrada, esto puede ser utilizado a la hora de validar un producto, servicio, concepto o idea. ERNEST DICHTER origino la idea de tener una terapia de grupo para productos y su proceso que posteriormente fue lo que se convirtió en FOCUS GROUP. ¹

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Se utilizó la encuesta con preguntas cerradas, esta consta de encabezado con la descripción de la facultad de arquitectura y la escuela de diseño gráfico identificado por los logos de diseño gráfico y la Universidad de San Carlos de Guatemala. Seguidamente por el cuestionario que consta de 12

preguntas cerradas y redactadas con la más clara redacción para que se apegue al entendimiento y comprensión del grupo objetivo. ²

PERFÍL DEL INFORMANTE

Son personas comprendidas de los 60 años en adelante siendo estos jubilados y trabajadores informales, dentro de este rango se encontraron algunas variantes como que algunos no saben leer o escribir. Cabe destacar que para esto se hacía necesaria la buena implementación del concepto creativo con una idea visual que hablara por sí sola y creara expectativa inmediata para posicionarse sobre la mente de ellos logrando de esta manera que no queden excluidos de recibir el mensaje.

ESTRATEGIA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Fueron consultados y reunidos como Focus Group La asociación de Jubilados Municipales de la ciudad de Guatemala, en total 33 personas el día sábado 4 de octubre de 2008 a partir de las 8:00 am a 10:15 am, estos fueron asistiendo en grupos de 4 a 7 respectivamente. Al terminar cada persona también emitía su opinión tanto de la campaña como del proyecto.

¹ Gonzales M.J. metodología de la investigación: técnicas de recolección de datos, pag. 123, España 1997.

² Gonzales M.J. metodología de la investigación: técnicas de recolección de datos, pag. 134, España 1997.

Clasificación y ordenamiento de la información

Se ha logrado contabilizar el resultado positivo y negativo de la información haciendo el conteo total de las encuestas

Presentación de resultados

1 ¿al observar el anuncio entiende de que se trata?

Resultado

El 82% de las personas de la tercera edad hombres y mujeres entrevistadas contesto positivamente, y manifestando atracción hacia el material mostrado.

El 18% manifestó dificultades para captar rápidamente la idea de los materiales mostrados.



Interpretación

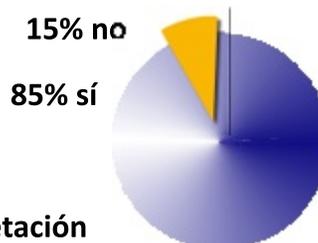
Siendo el grupo objetivo personas con distintas características y limitaciones debida a que algunos saben leer y escribir y otros no, debe mencionarse que el saldo positivo se debe a la buena interpretación y expresión de las imágenes tanto graficas como fotográficas.

2 ¿Entiende el mensaje del anuncio?

Resultado

El 85% de las personas descifro el mensaje con claridad y rapidez, esto da la certeza no solo de persuasión fácil para la comprensión necesitadas además para que los medios a utilizar funcionen con efectividad.

El 15% experimento alguna dificultad al entender debido a que no saben leer o a la limitada interpretación hacia algunas palabras.



Interpretación

Al mostrar interés por el mensaje, garantiza que el grupo objetivo se involucre con la idea o bien participe positivamente de la propuesta.

3 ¿Le parece la letra utilizada en el anuncio?

Resultado

91% de las personas comprendió y le agrado el tipo de letra, esto porque se les facilita al no tener ningún serif y tener un tamaño de agradable legibilidad.

9% de las personas no comprendía o no le parecía la letra al no saber leer o escribir esto se torna comprensible al haber en el grupo objetivo esta peculiaridad.



Interpretación

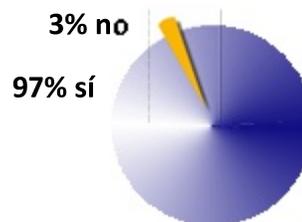
La situación de que haya personas que sepan y no leer dentro del grupo objetivo es lo que hizo oportuno y necesario realizar una reflexión a la hora de proyectar fotográficamente el mensaje a través de una persona de la tercera edad que invita y a la vez comparte su sabiduría con jóvenes, esto ayuda totalmente a que el mensaje se transmita en una vía visual directa con las personas que no saben leer al tiempo de reforzar fuertemente el mensaje.

4 ¿Le gustan los colores usados en el anuncio?

Resultado

Esta respuesta fue de las más significativas con un 97%, ya que refleja la fuerza y el impulso que provocan estos colores en estas personas, con sentimientos reflejados como LUZ, FUERZA, UNIDAD, expresiones que fortalecen el involucramiento del concepto.

Solo un 3% tenía un gusto distinto respecto a su preferencia de los colores que a la vez de igual manera no le decían mucho.



Interpretación

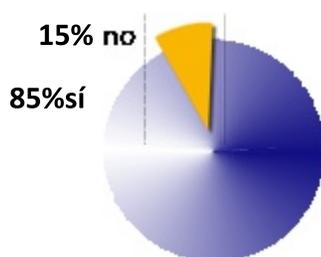
El estudio hecho con anterioridad dieron como resultado una buena aplicación de los colores para que estos sean identificados con respuesta positiva por el grupo objetivo.

5 ¿se identifica con la persona que aparece de amarillo?

Resultado

85% de las personas lograron identificarse con la persona de la tercera edad que aparece en la pieza gráfica esto es sumamente significativo, porque da como resultado un reflejo personal que hace que estas personas tengan una buena aceptación del mensaje.

El otro 15% se perdía un poco tratando de interpretar el concepto.



Interpretación

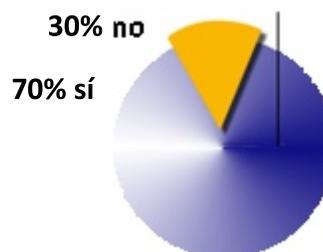
El usar a una persona de la tercera edad fortalece la idea y el concepto utilizado, esto invita a las personas de la tercera edad a ser más participativas para asumir un rol más importante dentro de la sociedad laboral.

6 ¿entiende que es sabiduría?

Resultado

70% de las personas comprenden el término sabiduría, esto influye grandemente a que la propuesta del mensaje cumpla su objetivo de fortalecer la imagen de las personas de la tercera edad.

30% por su limitante de saber leer, deberá preguntar de qué se trata, pero el objetivo de capturar su atención está concretado al identificarse con la persona de la tercera edad que aparece en la pieza gráfica.



Interpretación

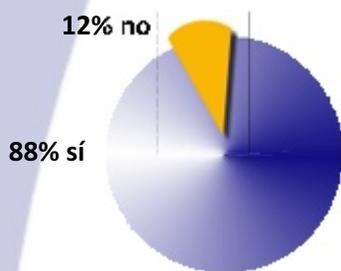
Es una palabra indispensable para fortalecer el autoestima de estas personas así como la percepción que se debe tener de ellos.

7 ¿Sabe que es compartir?

Resultado

El 88% comprende el concepto de esta palabra, esto porque se identifican plenamente con ella.

12% experimenta la misma dificultad al no poder leer, pero al serles transmitida se muestran muy dispuestos al hecho que está palabra significa.



Interpretación

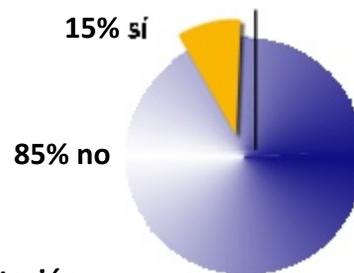
Esta palabra es muy simbólica para estas personas por el hecho de que los hace sentirse útiles, punto y aparte es que ellos siempre están dispuestos y son personas muy bondadosas.

8 ¿Se le dificultan las letras más pequeñas del anuncio?

Resultado

15% pudo leer las letras más pequeñas esta son las correspondiente a la Dirección del lugar.

Pero el 85% no alcanzó ya sea en su totalidad o cierta parte.



Interpretación

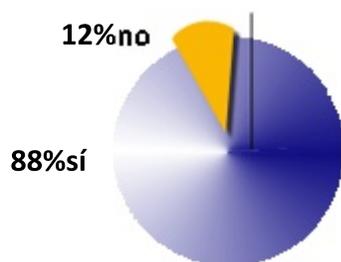
Debido a que el área es algo reducida para colocar los datos de la dirección se debe implementar el hecho de agrandar los mismos lo más que se pueda y aun más la palabra DIRECCIÓN, esto con el fin de que se concentren y la ubiquen rápidamente dentro de la pieza gráfica y puedan detenerse a leerla con detenimiento.

9¿Le interesaría participar en el programa?

Resultado

88% de las personas se mostraron entusiastas de participar, con esto se puede decir que el mensaje es aceptado, logrando su cometido de divulgación.

12% se mostro pasivo ante una situación que podría ser desconocida hasta cierto punto, por ser innovadora y al sentirse un poco intimidados por el gobierno de dejarlos sin su pensión si se dedican a trabajar, sin saber que está es una entidad particular y no los perjudicaría.



Interpretación

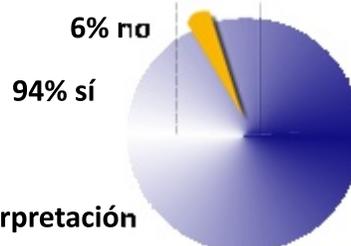
Al ser el mensaje directo, claro y sencillo logra que las personas de la tercera edad centren su atención y lo acepten de una manera rápida, por lo que al despertarles el interés deseado se logra divulgar el mensaje de una manera efectiva.

10¿Cree que el anuncio logra la función de informarles e invitarlos a participar en el programa?

Resultado

94% de los entrevistados respondió favorablemente, con esto se consigue transmitirles de una manera clara la idea tanto en colores con los que se identifiquen y se sientan cómodos, como con los textos claros y puntuales para su fácil entendimiento y así lograr un recorrido visual claro y correcto.

6% no logro comprender el mensaje debido siempre a la imposibilidad de poder leer, pero la inquietud creada deja abierta la posibilidad para que ellos cuestionen y pregunten de qué se trata la idea.



Interpretación

Con esto queda claro que sin importar limitaciones como el no saber leer, escribir o no tener una vista muy aguda, todos tenemos derecho a la información y de alguna manera siempre existirán los medios, ya sean colores, formas, expresiones corporales o textos con lo que el mensaje pueda alcanzar su cometido de informar y dar a conocer a cualquier grupo objetivo una idea o propuesta.

Síntesis

Los resultados han sido positivos, consiguiendo más del 80% de estos efectivos al momento de captar el mensaje, y en contraparte las modificaciones sugeridas o observadas por el grupo objetivo son implementadas para un mejor entendimiento del mensaje de este.



Capítulo 5

Pieza gráfica

Presupuesto y cantidad

Estrategia

Volante



El formato a imprimir debe ser 8.5 x 5.5

Impreso a full color

En papel bond 80grs

Cantidad 50,000 volantes

Costo Q5,231 total

Para lograr un alcance efectivo se utilizarán volantes con entrega únicamente a personas de la tercera edad así como inserto en periódicos.

Valla



El formato a imprimir debe ser 4 mts x 2 mts

Impreso a full color

En vinil adhesivo

Cantidad 1 en cada entrada de los principales

Municipios del dept. de Sacatepéquez

Costo Q696.00 c/u

Este medio permitirá extender el mensaje con efectividad a todo el departamento de Sacatepéquez colocándose en la entrada principal de cada municipio.

Expobanner



El formato a imprimir debe ser 1.80mts x 70 cm

Impreso a full color

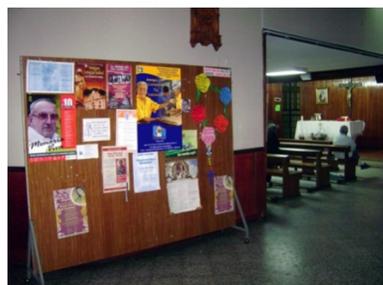
En vinil

Cantidad 2 para colocarlas en los laterales

Costo Q85.60 c/u

Se deben utilizar como material de apoyo en las presentaciones de asociación MEYAH.

Afiche



El formato a imprimir debe ser 11" x 17"

Impreso a full color

En tex cote 12 con barniz

Cantidad 1000 afiches

Costo Q2,180.00 total

Los afiches se deben colocar en los lugares más concurridos por las personas de la tercera edad como las iglesias, bingos, bancos, para que se informen con efectividad.

Pieza gráfica

Presupuesto y cantidad

Estrategia

media pagina de prensa



El formato a imprimir debe ser 3x8 modulos
Impreso a full color
Posición interiores
Costo Q18,576.00 una publicación

Se deben utilizar medias paginas de periódicos colocadas en las secciones mas leidas por el grupo objetivo, el medio sugerido es Nuestro Diario por ser el de mas cobertura a nivel departamental. Sugiriendo publicar los días más precisos de este medio como lo son lunes y jueves.

cintillo de prensa



El formato a imprimir debe ser 6x1 módulos
Impreso a full color
Posición interiores
costo Q 4,725.00

Utilizar cintillos en paginas de periódicos, el medio sugerido es Nuestro Diario.

unifoliar



El formato a imprimir debe ser 8.5"x 3.66"
Impreso a full color
Posición tiro en couche 80
Cantidad 5000
Costo Q2,610.00

Los Unifoliales se distribuirán en las tiendas y Lugares donde efectúe con mas frecuencia Sus compras el grupo objetivo.

rótulos



El formato a imprimir debe ser 18"x 12"
Impreso a full color
En vinil adhesivo
Q50.00 c/u
Cantidad 100 distribuidos en los parques o Lugares a convenir
Estructura Metálica: a nivel de las bancas
Tamaño 1.20mts x 12"
Costo Q75.00 c/u
Total Q125.00 cada rótulo

Estos serán colocados en los parques al lado de las bancas, siendo este uno de los lugares más visitados por las personas de la tercera edad

Estrategia

Se utilizarán piezas de apoyo para acercar con más eficacia el mensaje al grupo objetivo, al utilizar medios alternativos con los que estas personas más se identifican

Pieza gráfica

Presupuesto

calendario



Calendario formato a imprimir debe ser 13"x 17" En textcote 12

Impreso a full color

Cantidad 500

Costo Q9.00.00 c/u

Costo Q4,500,00



Accesorio para lentes

Impreso full color

Cantidad 500

Costo Q7.00.00

Costo Q 3,500.00

Técnica de impresión, material sintético



Reloj electrónico

Impreso a full color

Cantidad 500

Costo Q10.00.00 c/u

Costo Q5,000.00

formato a imprimir 8.5" X 5.5", Técnica digital en adhesivo



Botones

Impreso full color

Cantidad 500

Costo Q9.00.00 c/u

Costo Q 4,500.00

Formato a imprimir 2.25", Técnica de impresión digital

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

-La experiencia vivida a través de la creación de un material gráfico que servirá para la campaña de divulgación del proyecto de Mejoramiento de Calidad de Vida para Personas de la Tercera Edad del departamento de Sacatepequez propuesto por Asociación MEYAH Guatemala, es de incalculable valor, tanto para el diseñador gráfico como para la sociedad al abrir nuevas posibilidades a temas normalmente olvidados, que al momento de profundizarlos se crean nuevas vías de desarrollo para un pueblo o país, siendo este el caso de las personas de 60 años en adelante que pueden seguir aportando mucha sabiduría y conocimiento si no se les aparta o discrimina dentro de la sociedad.

-Tener en cuenta que el diseñador grafico no debe excluir uno de los aspectos más importantes y que es el convivir con el grupo objetivo, esto le dará un plano real y único del problema al poder sentir y palpar las verdaderas carencias de este, sobre todo si es un problema social que no se resuelve con una simple ilustración, hay que sentir lo que ellos padecen para poder proyectar y visualizar lo que verdaderamente necesitan en la idea que se quiera plantear.

-La pieza gráfica diseñada tiene la finalidad de proyectar a las personas de la tercera edad con fortaleza y

entusiasmo, siendo esta una idea en donde ellos vean reflejada su capacidad y sabiduría, esto para mostrarles el lugar que se merecen tener dentro de la sociedad.

Recomendaciones

-Una idea visual transmitida por medio de una pieza gráfica solo puede llegar a ser exitosa si se siguen los procedimientos correctos, logrando así posicionar la imagen de la campaña a través de los medios publicitarios elegidos.

-Seguir los lineamientos propuestos para la campaña y poder alcanzar de esta manera los objetivos que la asociación sa ha previsto llevar a cabo.

Libros

- Anuncios de prensa, Arq Byron Rabe. Guatemala 13 de noviembre de 1990.
- Contreras F.C. Romera, diseño gráfico, creatividad y comunicación, 79, 2001
- Curso metodos del diseño publicidad exterior publicidad de transito vallas publicitarias, Arq. Byron Rabe. pag 6
- Diccionario de la lengua española decimonovena edición. Real academia española. pags. 2, 1139, 1165, 374. España 1970.
- Desarrollo de la creatividad por medio de la expresión gráfica, Juan Rodolfo Mendéz López, pags. 25, 26. Guatemala Noviembre de 2000.
- Diseño y desarrollo de una presentación digital didáctica e interactiva sobre el uso de la réticula, Lourdes Eugenia Pérez Estrada. pags. 11, 12, 13, 14. Guatemala Abril de 2006.
- Editorial Everest. 1ra edición, diccionario cumbre de la lengua española. La Coruña: España.
- Escamés S., Tolerancia y respeto en las sociedades modernas, pag 229, 2008.
- Gonzales M.J. metodología de la investigación: técnicas de recolección de datos, pags. 123, 134, España 1997.
- H. Bayona, Fenomenología de algunos síntomas de la tristeza. pag. 228, 2007
- INE. Censo de población VI y de habitación 2002
- Kalish R., Cosano J.M., La vejez: Perspectivas sobre el desarrollo humano, pags. 179, 180. 1982.
- Küppers H., pags. 34, 37, 1ra. edición, España 2005
- Material didáctico visual para el tema Fotografía de figura humana, Carlos German Tarragó Hoenes. Guatemala noviembre de 1998.
- Metodos del diseño publicidad exterior publicidad publicidad transito de vallas publicitarias, Rabe Arq B. pag. 6
- Obras de ediciones Larousse en lengua española y diccionarios bilingües, Ramón García-Pelayo y gross. España 1995.
- Ortiz Dr. T., psicología de la vejez pags. 91, 92, 2000
- Proyecto gráfico JUNKABAL, Arreaga D. M., pag. 15, 1996
- Proyecto gráfico del centro de formación profesional para la mujer JUNKABAL, Dina Marisela Arreaga Escobar, pag. 15 Guatemala Noviembre 1996.
- R. García-Pelayo ediciones Larousse, 1995
- Rabe Arq B., Anuncios de prensa, 1990
- R.A. Academia Española, pag. 374, 1970
- Tarragó G., Material didáctico para el tema fotografía de figura humana, pag. 4, Guatemala noviembre 1998.
- Tipografía macro y microestética información general W. Kunz, editores Gustavo gili, 1ra. edición, 2003.
- Tortola J.R. Metodos del diseño para diseñadores gráficos, 2da edición Guatemala 2000.
- Coelho, Paulo, Maktub pag. 61 editorial grijalbo

El Aprendizaje para toda la vida para estudiantes de la tercera edad. Wolff, Laurence

Wikipedia, la enciclopedia libre, unifoliar (en línea) extraído 24 de septiembre, de 2008 de <http://www.google.com.gt/search?hl=es&q=que+es+un+unifoliar&lr=>

Wikipedia, la enciclopedia libre, afiche (en línea) extraído 24 de septiembre, de 2008 de http://www.inc-design.net/glosarios/glosario_p.html

Wikipedia, la enciclopedia libre, prensa (en línea) extraído 24 de septiembre, de 2008 de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/publicidadconcepto>

wikipedia, la enciclopedia libre. costumbre (en línea) extraído 9 de Septiembre, de 2008 de <http://www.wordreference.com/definicion/costumbre>

Wikipedia, la enciclopedia libre. respeto (en línea) extraído 9 de Septiembre, de 2008 de <http://definicion.de/respeto/>

Wikipedia, la enciclopedia libre, sabiduría (en línea) extraído 9 de septiembre, de 2008 de <http://es.wiktionary.org/wiki/sabidurÃ->

*Wikipedia, la enciclopedia libre, abandono (en línea) extraído 12 de septiembre, de 2008 de <http://es.wikipedia.org/wiki/Abandono>
es.wikipedia.org/wiki/Soledad (sentimiento)*

<http://www.wordreference.com/definicion/oportunidad>

Glosario

BOCETO

Del italiano bozzetto, es el esquema o proyecto en que se bosqueja cualquier obra. Se trata de un apunte general previo a la ejecución.

Conocido como (layout en inglés) es un dibujo esquemático que no incluye detalles ni terminaciones. Su objetivo es representar ideas o conceptos sin preocuparse por la estética. Por eso generalmente se realiza en papel sin la ayuda de instrumentos de dibujo auxiliares. ¹

COMPARTIR

Compartir es dar, es una acción que nos reúne y unifica lo cual se traduce en bienestar, tanto para nosotros, como para aquellos que elegimos que estén a nuestro lado. ²

DIAGRAMACIÓN

También llamada maquetación, es un oficio que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas. ³

ENCUESTA

Es una investigación o acopio de datos precisos obtenidos mediante consulta, cuestionarios o interrogatorio, referentes a estado de opinión, costumbres, nivel económico o cualquier otro aspecto de actividad humana. ⁴

FOCUS GROUP

Una entrevista en grupo es una oportunidad única de experimentar "el mercado" directamente. La mayoría de los estudios de investigación de mercado reduce las personas en números y porcentajes en un informe; pero en una entrevista en grupo las personas están allí en cuerpo y alma. Por esta razón, la entrevista en grupo proporciona una oportunidad especial de obtener un cuadro del comportamiento y actitudes, persona por persona, en vez de patrones agregados que son el resultado de la generalidad de los estudios en gran escala. ⁵

SABIDURÍA

Es una habilidad que se desarrolla con la aplicación de la inteligencia en la experiencia, obteniendo conclusiones que nos dan un mayor entendimiento, que a su vez nos capacitan para reflexionar, sacando conclusiones que nos dan discernimiento de la verdad, lo bueno y lo malo. La sabiduría y la moral se interrelacionan dando como resultado un individuo que actúa con buen juicio. Algunas veces se toma el concepto de *sabiduría* como una forma especialmente bien desarrollada de sentido común. ⁶

TEXTO

Es todo lo que se dice en el cuerpo de la obra manuscrita o impresa, a diferencia de las portadas y los índices. ⁷

VALIDACIÓN

Forma de confirmar la acción de un hecho o circunstancia. ⁸

¹ W. Wucius *Fundamentos del diseño*, pag 54 1ra. edición 1995

² <http://viviendosanos.com/2008/03/cuando-compartir-tiene-un-significado-muy-especial.htm>

³ Brockmann J., *Sistemas de retículas un manual para diseñadores gráficos*, pag 29, 1982.

⁴ Gonzales M.J. *metodología de la investigación: técnicas de recolección de datos*, pag. 123, España 1997.

⁵ Gonzales M.J. *metodología de la investigación: técnicas de recolección de datos*, pag. 123, España 1997.

⁶ [http://es.wikipedia.org/wiki/Sabidur%C3%ADa_\(filosof%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Sabidur%C3%ADa_(filosof%C3%ADa))

⁷ Kunz W., *Tipografía: macro y microestética*, pag 83, 2003.

⁸ Gonzales M.J. *metodología de la investigación: técnicas de recolección de*

Anejos



A continuación fotografías de la experiencia vivida durante la realización del proyecto como la recolección de datos, la oficina que amablemente otorgaron en asociación MEYAH, las pláticas con personas de la tercera edad y las reuniones con la junta directiva.

Sacatepéquez

San Miguel Dueñas





Encuesta

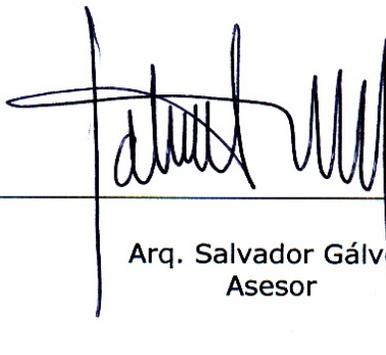
- | | |
|--|-------|
| 1. ¿ Al observar el anuncio entiende de que se trata ? | si no |
| 2. ¿ Entiende el mensaje del anuncio ? | si no |
| 3. ¿ Le parece la letra utilizada en el anuncio ? | si no |
| 4. ¿ Le gustan los colores usados en el anuncio ? | si no |
| 5. ¿ Se identifica con la persona que aparece de amarillo ? | si no |
| 6. ¿ Entiende que es sabiduría ? | si no |
| 7. ¿ Sabe que es compartir ? | si no |
| 8. ¿ Se le dificultan leer las letras más pequeñas del anuncio ? | si no |
| 9. ¿ Le interesaría participar del programa ? | si no |
| 10. ¿ Cree que el anuncio logra la función de informarles e Invitarlos a participar en el programa ? | si no |

Imprímase

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO



Licda. Lourdes Pérez
Asesor



Arq. Salvador Gálvez
Asesor



Fabián Antonio Castañeda
Sustentante