

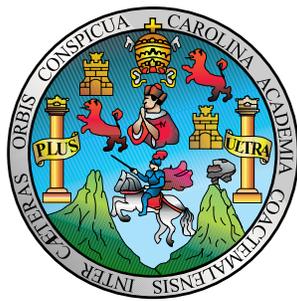


CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA DETECCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER CERVICAL EN MUJERES GUATEMALTECAS

Presentado por
María José Valdés Toledo

Para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico con Especialidad en Publicidad,
egresada de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Guatemala, 2010.





CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA DETECCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER CERVICAL EN MUJERES GUATEMALTECAS

Presentado por
María José Valdés Toledo

Para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico con Especialidad en Publicidad,
egresada de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.





CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA DETECCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER CERVICAL EN MUJERES GUATEMALTECAS

María José Valdés Toledo

ÍNDICE

Nómina de Autoridades	8
Agradecimientos	9
Dedicatoria	10
Presentación	11
CAPÍTULO 1	13
Introducción	15
Antecedentes	16
Problema	17
Justificación	18
Objetivos	
General	20
Específicos	21
CAPÍTULO 2	22
Organización	25
Programas	26
Visión	26
Misión	27
Valores	27
FODA	28
Grupo Objetivo	30
Perfil del Grupo Objetivo	30
Sobre el Contexto	32
Caracterización de la Audiencia	33



CAPÍTULO 3	35
Dimensión Conceptual	36
Dimensión Ética	38
Dimensión Funcional	40
Dimensión Estética	42
CAPÍTULO 4	45
Estrategias de Comunicación	46
Objetivo de Comunicación	47
Canales de Comunicación	48
Duración de la Campaña	49
Recomendaciones	49
CAPÍTULO 5	51
Concepto Creativo	53
Etapa de Bocetaje	54
Etapa 1	54
Etapa 2	56
Etapa 3	58
Etapa 4	59
Propuesta Preliminar	60
Etapa 5	61
CAPÍTULO 6	63
Validación	64
Técnicas	65
Validación Grupo Objetivo	66
Validación Diseñadores Gráficos	69
Validación Expertos en el tema/ Cliente	70



CAPÍTULO 7 71

Fundamentación	73
Propuesta Final	77
Plan de Medios	84

CAPÍTULO 8 87

Conclusiones	88
Recomendaciones	89
Bibliografía	90
Glosario	91

ANEXOS 9 97

Cotización	98
Validaciones	
Grupo Objetivo	99
Diseñadores Gráficos	100
Expertos en el tema/ Cliente	101
Validación Expertos en el tema/ Cliente	102
Presentación Final con el Cliente	103
Cronograma de Actividades	104





Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

NÓMINA DE AUTORIDADES

DECANO

Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo

VOCAL I

Arquitecto Sergio Mohamed Estrada Ruíz

VOCAL II

Arquitecto Efraín de Jesús Amaya Caravantes

VOCAL III

Arquitecto Carlos Enrique Martini Herrera

VOCAL IV

Maestra Sharon Yanira Alonzo Lozano

VOCAL V

Br. Juan Diego Alvarado Castro

SECRETARIO

Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón

TRIBUNAL EXAMINADOR

Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo

Licenciado José Francisco Chang Meneses

Licenciada Claudia Anabella Leal Rivera

Licenciado Victor Manuel Pacheco Palma

Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón

AGRADECIMIENTO

A DIOS

Por colmar mi vida de bendiciones. Porque me has hecho caer y levantarme de nuevo, una y otra vez. Me has extendido tu mano para levantarme y me das una palmada para seguir adelante. Porque en mi oscuridad has sido mi luz. Porque en los buenos y malos momentos eres el amigo que nunca falla. Porque todo me lo has dado y todo me lo has quitado. Porque a pesar de los momentos de incertidumbre y de fracaso siempre has estado junto a mí. Y porque a pesar de todo eres el único que desde cualquier lugar puede verme, escucharme e impulsarme a seguir adelante.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Por ser mi casa de estudios y por ser la formadora de mi ser como profesional.

A LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Por mi formación profesional acompañada de valores éticos.

A MIS CATEDRÁTICOS

Por compartir sus sabios conocimientos y apoyarme durante mi desarrollo tanto personal como profesional, además de impulsarme constantemente a alcanzar nuevas metas.

A ASOCIACIÓN ALAS DE GUATEMALA

Por brindarme su apoyo y tiempo para realizar este proyecto, especialmente a Lucky Guzmán, por haberse tomado la molestia de enseñarme lo que aprendí y por haberme abierto las puertas de dicha institución.

A MIS AMIGOS

Gustavo, Pablo y Edwin, por sacarme de apuros en los momentos que más lo necesité.

¡Gracias!

DEDICATORIA

A MIS PADRES

Porque son la base de mi fortaleza como persona. Porque me han hecho crecer bajo buenos valores y en unión familiar. Porque en los buenos y malos momentos siempre han estado conmigo y nunca me han desamparado. Porque gracias al esfuerzo suyo de toda una vida, hoy puedo decirles GRACIAS y dedicarles este nuevo logro en mi vida profesional. Hoy estoy haciendo un gran sueño realidad y mi éxito es su éxito, porque sin su ayuda, su apoyo, tiempo y su amor no sería nada. Gracias papá y mamá son todo en mi vida.

A MIS FAMILIARES Y AMIGOS

A mis hermanos Patty y Julio, porque en los buenos momentos y a pesar de las peleas y discusiones siempre están junto a mí y me brindan un abrazo, un hombro para llorar o simplemente un buen consejo.

A mis sobrinos José, Erick y Sergio, porque con su inocencia tan pura han sido las estrellas que iluminan mis noches oscuras y llenan mi vida de felicidad con sus ocurrencias.

A mis abuelitos, porque siempre han estado a mi lado.

A mis familias, Valdés Toledo 1 y Valdés Toledo 2, gracias por apoyarme incondicionalmente.

A Ronald Ortiz Hernández, por ser una luz de vida en mi camino.

A mis amigos, Cristina, Silvia, David, Juancho, Elvira, Maricela, Lucía, Luisa y Mariana, por compartir estos años de amistad que nos unieron en esta carrera.

A Federico José De León Bocaletti, por su amistad incondicional y acompañarme en el transcurso de este sueño de principio a fin.

PRESENTACIÓN

El informe de Proyecto de Graduación que se le presenta a continuación fue desarrollado en el municipio de Antigua Guatemala, departamento de Sacatepéquez, en la institución Asociación ALAS de Guatemala, elaborado en el período de agosto a noviembre del año 2009, con el apoyo y el respaldo de la Facultad de Arquitectura y la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En este proyecto se presenta una propuesta gráfica que da solución a los problemas y necesidades que la institución Asociación ALAS de Guatemala presenta en la actualidad y que de una manera positiva busca darle solución, logrando con esto captar y mantener la atención del grupo objetivo, así como alcanzar las metas que han sido trazadas a lo largo del proceso de desarrollo del proyecto.

En la presentación de los elementos de diseño manejados en la propuesta que se hace del material gráfico, se hace mención de la importancia y de la contribución positiva que este tiene en el desarrollo de las metas como institución, logrando con esto crear una cultura con mayor información basada en la temática de la “Detección Temprana de Cáncer Cervical en Mujeres Guatemaltecas”, como también beneficiar a las familias de escasos recursos de nuestro país.



CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA DETECCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER CERVICAL EN MUJERES GUATEMALTECAS



CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

PROBLEMA

JUSTIFICACIÓN

OBJETIVOS





INTRODUCCIÓN

El presente informe contiene el proceso de desarrollo de una Campaña Publicitaria Informativa para la *Detección Temprana de Cáncer Cervical en Mujeres Guatemaltecas*; la cual se realiza conjuntamente con Asociación ALAS de Guatemala, ubicada en el municipio de Antigua Guatemala, departamento de Sacatepéquez, Guatemala. Dicha institución se encarga de brindar Educación Sexual Reproductiva a familias guatemaltecas de escasos recursos económicos de nuestro país.

La Campaña Publicitaria está dirigida a mujeres indígenas y ladinas de escasos recursos económicos, comprendidas entre las edades de 18 a 50 años o más, de la región central de la República de Guatemala, que comprende los departamentos de Sacatepéquez, Chimaltenango y Escuintla.

Se realizó un estudio de la problemática de Cáncer Cervical y se encontró una necesidad de comunicación, ya que debido a la falta de información que las mujeres tienen acerca del tema, se buscó una solución a través de diseño y de comunicación visual para atraer mujeres para que prevengan enfermedades a tiempo; además de posicionar en la mente del grupo objetivo el nombre de la institución Asociación ALAS de Guatemala, debido a que la mayoría de personas no tiene conocimiento de los servicios que ésta presta al público.

Para finalizar se presenta la solución que se le dió al problema, y se muestran las piezas gráficas que fueron diseñadas y desarrolladas durante el período de dicho proyecto.

ANTECEDENTES

ALAS inició su trabajo en Guatemala en 1999, con su fundadora Sue Patterson, ex funcionaria jubilada del Servicio Exterior de EE.UU.

Asociación ALAS de Guatemala es una institución no lucrativa, dedicada a brindar ayuda social a familias de escasos recursos de áreas rurales e indígenas en Guatemala, permitiéndoles así mejorar su salud reproductiva y calidad de vida, brindándoles información, recursos económicos y accesos a servicios de salud reproductiva.

ALAS se asoció con otras organizaciones no lucrativas en Guatemala para subvencionar los costos de los métodos de planificación familiar para familias guatemaltecas que no podían costearlo. Su programación se expandió rápidamente para incluir educación en salud reproductiva, detección y tratamiento de cáncer cervical y multiplicadores juveniles para adolescentes.

En 2001, ALAS quedó legalmente constituida como una Organización No Lucrativa 501(c)(3) en los E.E.U.U. y en 2003 quedó constituida como una Asociación Civil en Guatemala.

PROBLEMA

Uno de los principales problemas que plantea la Asociación ALAS de Guatemala es la falta de información que se tiene en las áreas rurales e indígenas de Guatemala acerca del tema: *Detección Temprana del Cáncer Cervical en las Mujeres Guatemaltecas.*

Por tal razón se ha visto en la necesidad de crear un lazo de comunicación entre la institución y el público al que ésta se está dirigiendo. En este caso son mujeres de áreas rurales e indígenas de Guatemala, que se ven en la necesidad de mejorar su vida sexual y reproductiva.

El fin primordial es brindarles la ayuda necesaria para que se puedan informar del tema, además de detectar el cáncer a tiempo y apoyarlas con ayuda de fundaciones, organizaciones y personas que envían aportes económicos desde el extranjero.

Un dato importante del INCAN

“El cáncer cervical es responsable de más del 16% de todas las muertes relacionadas con cáncer en mujeres guatemaltecas (en comparación con el 4% de cáncer mamario) y es responsable de casi 60% de los casos de cáncer femenino”.

JUSTIFICACIÓN

magnitud

El programa de Detección y Tratamiento de Cáncer Cervical brinda su servicio a la región central de la república de Guatemala, comprendida por los siguientes departamentos: Sacatepéquez, Chimaltenango y Escuintla.

En determinadas ocasiones se abren clínicas en los departamentos de Sololá y Santa Rosa.

Cada año se llevan a cabo entre 4,000 y 4,500 pruebas de detección de Cáncer Cervical, sirviendo a esta cantidad de mujeres ladinas e indígenas de escasos recursos.

vulnerabilidad

Debido a que Asociación ALAS de Guatemala es una institución no lucrativa, que se dedica a informar y brindar ayuda a mujeres y familias de escasos recursos, se considera que es indispensable el aporte del diseño gráfico en la institución a través del desarrollo de piezas gráficas como: afiches, foliares, volantes, vinílicos y otro material de apoyo para jornadas médicas; ya que el servicio y ayuda económica que brinda se dirige fundamentalmente a personas de escasos recursos o que cuentan con un mínimo de educación y este material debe ser de fácil comprensión en la transmisión de información que se hará llegar a los beneficiarios de los programas de educación reproductiva que ALAS ofrece.



trascendencia

El programa de Detección y Tratamiento de Cáncer Cervical necesita hacer uso de implementos gráficos en las actividades del programa y de materiales impresos para promoción de actividades como charlas y jornadas médicas.

Se cree de vital importancia el generar materiales gráficos informativos, debido a que ha sido positiva y notoria la comprensión que las mujeres han tenido al momento de visualizar materiales gráficos con imágenes y abstracciones de las temáticas que abarca el cáncer cervical; además de lograr captar la atención de las mismas con material de apoyo simple con una adecuada diagramación.

Es necesario aumentar la conciencia de las mujeres guatemaltecas en relación al Cáncer Cervical para que ellas mismas busquen el beneficio del servicio que ofrece ALAS a través de piezas gráficas para reducir el número de casos de Cáncer Cervical Invasivo y el número de las mujeres que mueren por dicha enfermedad.

factibilidad

ALAS cuenta con recursos económicos para cada uno de los programas con los que trabaja y que son enviados desde el extranjero específicamente para la realización de materiales impresos y audiovisuales. Además el programa de Cáncer Cervical ha establecido un costo mínimo en las pruebas y análisis que se les hacen a las mujeres. Este ingreso que se obtiene de los servicios médicos que ALAS ofrece son utilizados también para llevar a cabo todo el material que sea necesario para informar a la población con la que se está tratando el problema.

Además de la ayuda que ALAS recibe del extranjero, se están realizando en la actualidad gestiones en busca de nuevas alianzas con otras instituciones para poder llevar a cabo la realización de mayor cantidad y calidad de material gráfico y audiovisual para hacer llegar a todos los departamentos con los que trabaja e informar a los participantes.



OBJETIVOS

general

Realizar una campaña publicitaria informativa que incentive a las mujeres indígenas y ladinas de escasos recursos económicos de los departamentos de Sacatepéquez, Chimaltenango y Escuintla, a participar en los programas de Educación Reproductiva y Prevención del Cáncer Cervical, además de los servicios sociales y médicos que Asociación ALAS de Guatemala tiene a su disposición.



específicos

Dar a conocer a Alas entre las mujeres de escasos recursos económicos como una institución que se preocupa por el cuidado reproductivo de la mujer y los riesgos de contraer cáncer.

Ofrecer los servicios que ALAS tiene a la disposición para la Prevención del Cáncer Cervical.

Generar material de apoyo para distribuir en las jornadas médicas que ALAS realiza.



CAPÍTULO 2

ORGANIZACIÓN

Programas

Visión

Misión

Valores

FODA

GRUPO OBJETIVO

Perfil del G.O.

Sobre el contexto

Caracterización de

la audiencia



Asociación ALAS de Guatemala

Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva.





ORGANIZACIÓN

Nombre Jurídico Completo:

Asociación ALAS de Guatemala.

Slogan:

Fortaleciendo Familias a
través de Salud Reproductiva.

Naturaleza Jurídica:

Asociación Privada, no gubernamental,
sin fines de lucro.

Dirección del Domicilio Social:

9a Calle Poniente,
Residenciales El Rosario Casa No. 3.

Municipio:

Antigua Guatemala

Departamento:

Sacatepéquez, Guatemala

Teléfono / Fax:

011 (502) 7832-5130 / 7832-5163

Página Web:

www.wingsguate.org

programas

Dentro de los servicios que ALAS ofrece a la sociedad guatemalteca, se encuentran los siguientes:

- * Programa de ALAS para Hombres*
- * Programa de ALAS para Jóvenes*
- * Programa de Cáncer Cervical*
- * Programa de Incidencia Política*
- * Programa de Micro Créditos*
- * Programa de Planificación Familiar*

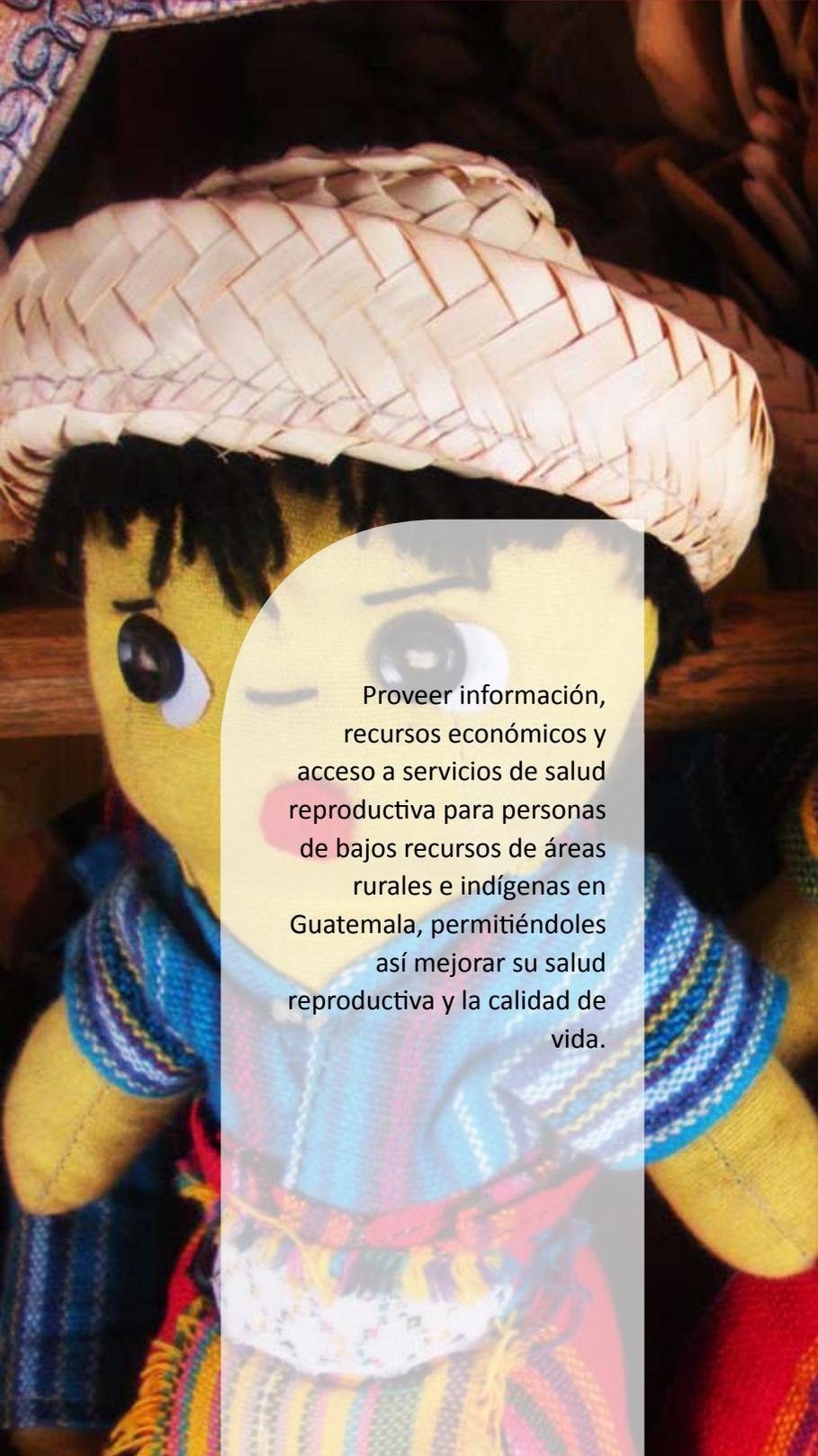
visión

Visualizar una Guatemala donde cada persona en edad reproductiva o cercana a ella, tenga los conocimientos adecuados y un completo acceso a los servicios de salud reproductiva y planificación familiar.

Libertad de utilizar métodos de planificación familiar, sin ningún tipo de represión religiosa o cultural y de forma segura y saludable.

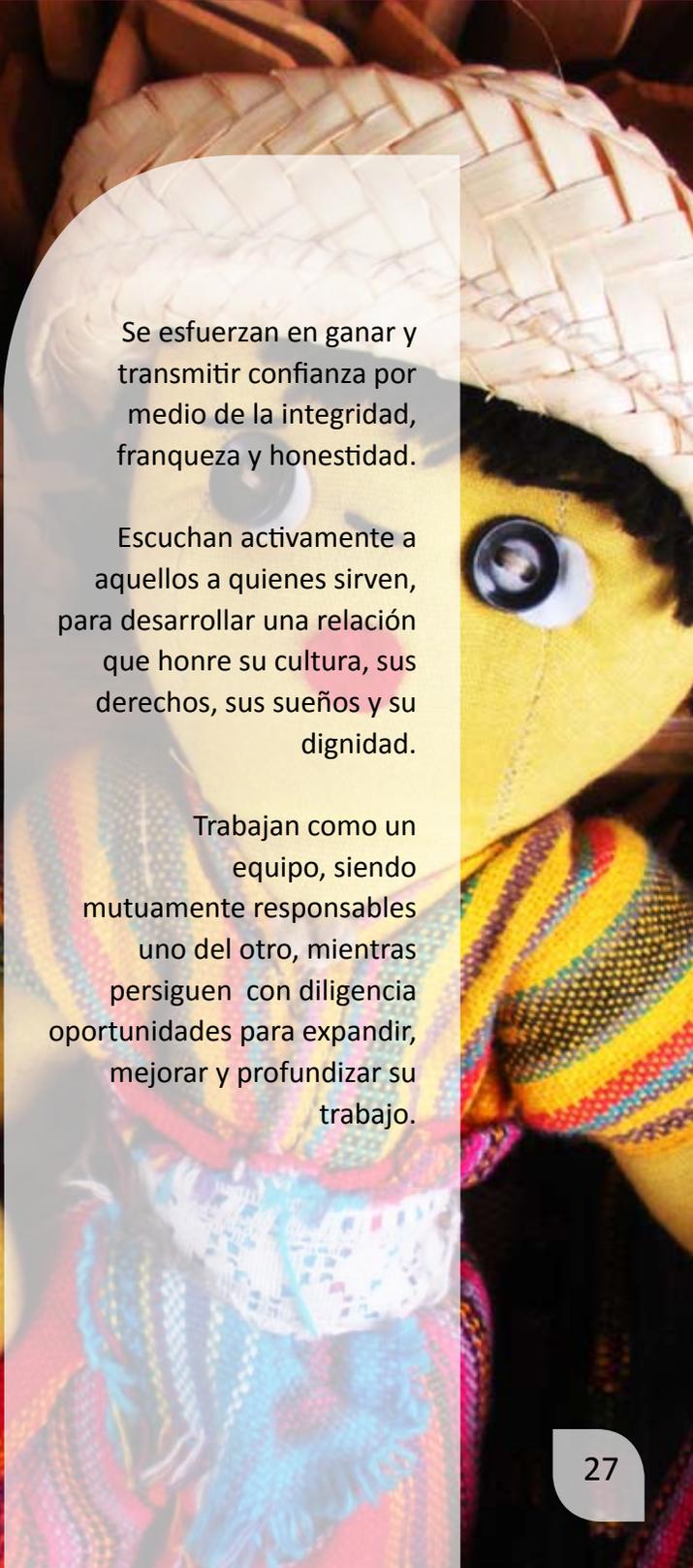
Discutir abierta y cómodamente asuntos reproductivos con las familias.

misión



Proveer información, recursos económicos y acceso a servicios de salud reproductiva para personas de bajos recursos de áreas rurales e indígenas en Guatemala, permitiéndoles así mejorar su salud reproductiva y la calidad de vida.

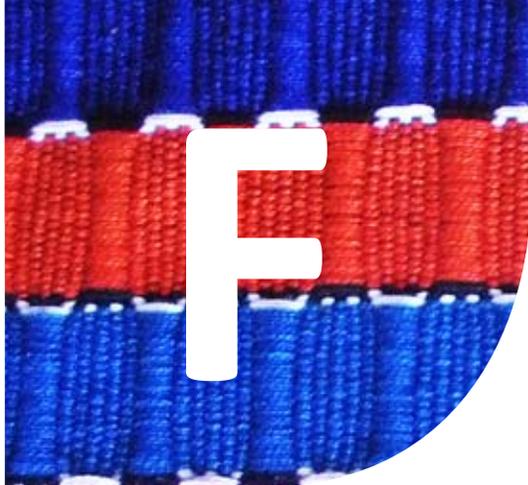
valores



Se esfuerzan en ganar y transmitir confianza por medio de la integridad, franqueza y honestidad.

Escuchan activamente a aquellos a quienes sirven, para desarrollar una relación que honre su cultura, sus derechos, sus sueños y su dignidad.

Trabajan como un equipo, siendo mutuamente responsables uno del otro, mientras persiguen con diligencia oportunidades para expandir, mejorar y profundizar su trabajo.



FOTALEZAS

ALAS es una ONG, creada en Guatemala para brindar educación y servicios de salud sexual y reproductiva a familias guatemaltecas de escasos recursos.

ALAS provee capacitación sobre salud sexual y reproductiva a instituciones locales e internacionales que trabajan en Guatemala para que estos repliquen la información con las personas con quienes trabajan, con la finalidad de no duplicar esfuerzos.

ALAS está muy bien acreditada y cuenta con el apoyo de otras instituciones internacionales que se encuentran trabajando en el país.

La mayoría de sus recursos económicos son utilizados en sus proyectos y programas.

Desde su fundación se ha tenido fidelidad con la temática que maneja la institución.

Cuenta con servicio y apoyo de voluntarios extranjeros, que están dispuestos a colaborar dentro del desarrollo de la institución.



OPORTUNIDADES

La buena reputación de ALAS puede ser utilizada para incentivar y obtener una mejor recaudación local (recursos guatemaltecos).

En la actualidad el estado está considerando implementar la técnica de inspección visual (prueba rápida) para la detección temprana del cáncer cervical.

Puede descentralizar el servicio que ofrece a los guatemaltecos y crear sedes en comunidades estratégicas, para que puedan ser cubiertas sus necesidades en su totalidad.

La combinación de opiniones y culturas puede acercar a más personas para que puedan conocer y finalmente apoyar a la institución brindando ayuda social de diferentes maneras.



DEBILIDADES

La institución brinda ayuda social a determinada área del país, no cubriendo así la totalidad del mismo.

La recaudación económica de instituciones y de personas individuales guatemaltecas es mínima.

El nombre de la institución ALAS no es reconocido comercialmente, por lo tanto necesita promoción tanto local como internacionalmente.



AMENAZAS

El ambiente económico internacional actual puede afectar la recaudación de fondos para ALAS, debido a que las aportaciones provienen en su mayoría del extranjero.

El cambio en las políticas de cada gobierno afecta el seguimiento del trabajo realizado por ALAS en coordinación con los representantes de salud y educación, debido a los diferentes ideales que cada uno maneja.



GRUPO OBJETIVO

perfil

Género / Edad

Mujeres. Comprendidas de 18 a los 50 años o más.

Estado Civil

Solteras, casadas, divorciadas, separadas, viudas.

Grupo Étnico

Indígenas y ladinas.

Escolaridad

Nivel primario, nivel medio, nivel diversificado y en pocos casos ninguno.

Ocupaciones

Madres estudiantes, amas de casa, mujeres trabajadoras.

Nivel Socioeconómico

Clase media, media baja y baja (de escasos recursos económicos).

perfil

Región

Central de la República de Guatemala.

Departamentos

Sacatepéquez, Chimaltenango y Escuintla.

demográfico

geográfico



perfil psicográfico

Las mujeres que comprenden este segmento, en su mayoría son mujeres de las áreas rurales de la región central del país. Mujeres que cuentan con un mínimo de educación, como: primaria, algunas secundaria y en pocos casos una educación superior; así mismo se encuentra una minoría que no sabe leer y escribir. La mayoría de las veces, su vida cotidiana es muy simple, su práctica y educación sexual puede ser poca, debido a la falta de educación. Por la misma razón desconocen mucho del tema y de cómo cuidarse para tener mayor longevidad y salud en su vida sexual reproductiva.

Para las mujeres con falta de educación, es de mal gusto tocar temas como lo son los sexuales o cuidado de la mujer. Esto hace difícil el acercamiento y comprensión del mismo debido a la incomodidad que en ellas puede causar.

sobre el contexto

CONTEXTO

El contexto bajo el cual se desarrolla la problemática de tratamiento de Cáncer Cervical en mujeres guatemaltecas, es afectado por varias situaciones, entre ellas se encuentra que una de las principales causas está constituida por los escasos recursos que las mujeres cuentan, luego la falta de información que estas tienen acerca del tema y posteriormente los lugares de donde proviene el grupo objetivo.

El grupo objetivo al que se pretende hacer llegar el mensaje, está conformado por mujeres del área central de la República de Guatemala, comprendida por los departamentos de Sacatepéquez, Chimaltenango y Escuintla. Estos son departamentos del área central y están uno contiguo al otro, pero a la vez manejan diferentes creencias y criterios de la problemática debido a la ubicación que cada uno tiene y la diferencia de vida social de sus habitantes.

Los criterios de sociedad, familia, religión, costumbres y creencias también varían en cada departamento; haciendo un poco difícil la transmisión de la información a las mujeres, debido a que hay que tener un cuidado especial al momento de informarles, para que de esta manera no se vean afectadas ninguna de sus creencias. Además de regirse por las costumbres que practica su sociedad, la pareja con la que comparten una vida sexual juega un papel muy importante dentro de la toma de decisiones, debido a que muchas veces influye el machismo de los hombres sobre las decisiones que respectan a la sexualidad de su pareja.

El machismo también juega un papel importante dentro de lo que abarca este tema, ya que muchas veces la pareja de la mujer no está dispuesta a colaborar para tener una mejor educación y comprensión de los cuidados que ésta debe tener.

La religión y los valores morales que cada comunidad practica son importantes dentro de la vida de estas mujeres, por la influencia que estos ejercen en su actuar ante la sociedad.

cómo se caracteriza la audiencia

CARACTERIZACIÓN DE LA AUDIENCIA

Las características generalizadas con las que cuenta el grupo objetivo son similares, mas no las mismas, ya que son diferentes ideologías y circunstancias sociales las que se manejan para cada área del país.

La mayor parte de las mujeres a las que se les ofrece este servicio nunca han recibido información alguna sobre el tema, ya sea por falta de educación, por la influencia social, por creencias o políticas religiosas; además de esto, muchas veces por la intervención que tienen sus parejas en el tema o por el simple machismo que se maneja en una sociedad de poca cultura y donde la ideología de varones dominantes es la que sobresale.

Otro factor es el miedo. Miedo que tienen las mujeres de practicarse dichos chequeos, ya que para muchas de ellas es la primera vez que reciben la información o la primera vez que se hacen un examen. La incertidumbre de cómo practicarse los exámenes y los resultados que estos puedan tener, causan este tipo de reacción en ellas.





CAPÍTULO 3

***DIMENSIÓN
CONCEPTUAL***

***DIMENSIÓN
ÉTICA***

***DIMENSIÓN
FUNCIONAL***

***DIMENSIÓN
ESTÉTICA***

DIMENSIÓN CONCEPTUAL

En el desarrollo de la campaña informativa publicitaria de la Asociación ALAS de Guatemala fue necesario recopilar conceptos y factores que fueran indispensables y sobresalientes y que abarcaran los temas de mayor necesidad que busca cubrir la institución, para llegar de mejor manera al segmento establecido, al que se dirige el mensaje.

Los conceptos más sobresalientes con los que se trabajó fueron: mujer, salud, tiempo y bienestar.

Bienestar

Bienestar social se le llama al conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de la persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dé lugar a la tranquilidad y satisfacción humana.

(Wikipedia.com: Bienestar)

Cuidado

Atención o protección que se da a alguien o a algo, interés o precaución que se pone al hacer algo.

(Diccionario.sensagent.com:

Cuidado)

Educación

Proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no sólo se produce a través de la palabra: está presente en todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes.

(Wikipedia.com: Educación)

Mujer

Del latín mulier, una mujer es una persona del sexo femenino. Se trata de un término que se utiliza en contraste a hombre o varón, conceptos que nombran a los seres humanos de sexo masculino.

El uso más específico de la palabra mujer está vinculado a la persona del sexo femenino que ya ha llegado a la pubertad o a la edad adulta. Por lo tanto, la niña se convierte en mujer, según los parámetros culturales, a partir de su primera menstruación.

(Definición.de: Mujer)

Prevención

Es evitar un problema o daño antes de su aparición. La prevención se concibe en la actualidad como un abordaje que incluye todas las disciplinas y los diferentes sectores de la sociedad. El fin está claro, debe haber una articulación del conocimiento interdisciplinario. Ahora el enfoque más que dirigido a factores de riesgo se enfatiza en el fortalecimiento de factores de desarrollo en un proyecto de vida.

(monografias.com: Prevención)

Tiempo

El tiempo es la magnitud física que mide la duración o separación de acontecimientos sujetos a cambio. (...) Es la magnitud que permite ordenar los sucesos en secuencias, estableciendo un pasado, un presente y un futuro, y da lugar al principio de causalidad, uno de los axiomas del método científico.

(es.wikipedia.org: Tiempo)

DIMENSIÓN ÉTICA

La dimensión ética comprende los valores éticos y morales que, como institución y como diseñadores, se pretenden abarcar y cuidar en la sociedad durante la trasmisión del mensaje y así brindar una sana y adecuada comunicación para buscar una respuesta positiva por parte del grupo objetivo.

Un concepto ético que es cuidado con mucha sutileza dentro de una sociedad es la familia, y por lo tanto cualquier otro aspecto que gire alrededor de ella.



Familia

La familia es la comunidad donde se enseñan los valores y el adecuado uso de la libertad desde la infancia. Las relaciones personales y la estabilidad familiar son los fundamentos de la libertad, de la seguridad, de la fraternidad en el seno de la sociedad. Es por esto que en la familia se inicia la vida social.

Es en la familia donde se enseñan los primeros valores; valores que serán sustento para la vida en sociedad y a lo largo de la vida de la persona.

(Cristianos.com: Familia)

(Prensalibre.com: Familia)

Responsabilidad

Es la imputación o calificación que recibe una persona por sus acciones desde el punto de vista de una teoría ética o de valores morales particulares.

(Wikipedia.org: Responsabilidad)

Unión familiar

Es el diálogo y convivencia entre los miembros de la familia.

(Edumexico.net: Unión familiar)

Salud

Es el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de infecciones o enfermedades, según la definición de la Organización Mundial de la Salud realizada en su constitución de 1946.

(Wikipedia.org: Salud)

DIMENSIÓN FUNCIONAL

Para hacer eficiente cada uno de los conceptos mencionados anteriormente, es necesario hacerlos funcionar con un enlace que comunique cada uno de ellos y los lleve al receptor, haciéndolo por medio de la comunicación gráfica que abarca los siguientes conceptos.

Arte

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

(Bonta, Farber, 1994:161)

Campaña

Es un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo y resolver algún problema crucial.

(Universidad Centroamericana.

Taller de Campañas de Comunicación, 2005)

Campaña publicitaria

Es un esfuerzo publicitario compuesto de más de una pieza o de más de un medio. [...] Por lo general, las piezas que componen una campaña tiene cierta sinergia entre sí, constituyen una misma idea o estrategia general y/o desarrollan un sentido más amplio a través del conjunto que no se ve cubierto por una sola de las piezas tomada individualmente.

(Bonta, Farber, 1994:129)



Comunicación

Es poner en contacto al emisor del mensaje con el receptor del mensaje. La posibilidad de comunicar es una característica de la buena publicidad, pero no de toda publicidad.

(Bonta, Farber, 1994:113)

Concepto Creativo

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

(Bonta, Farber, 1994:131)

Promoción

Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

(Federcitrus.org: Promoción)

Propaganda

Es el uso de técnicas de publicidad aplicadas a fines políticos. Se origina en la expresión propagar, que significa difundir.

(Bonta, Farber, 1994:113)

Cartel

El cartel es un medio de comunicación directo y rápido que emplea la combinación de imágenes y textos breves. De acuerdo con el contenido de los mensajes, los carteles pueden ser educativos, informativos, comerciales o culturales.

(Santillana, Diálogos Comunicación y Lenguaje 6, 2005:231)

Publicidad

Es hacer público un mensaje sobre algo o alguien.

Dar publicidad es lo opuesto a mantener un secreto; el discurso que hay detrás de toda publicidad motiva a la gente a adherir a algo conocido por todos, algo público.

(Bonta, Farber, 1994:113)

Rótulo

Todo letrero, escritura, impreso, emblema, pintura, dibujo u otro cuyo propósito sea llamar la atención sobre algún producto o actividad que se ofrezca o se elabore en el mismo sitio donde el rótulo está ubicado.

(Histórico.gaceta.go.cr: Rótulo)

DIMENSIÓN ESTÉTICA

La adecuada utilización de elementos gráficos dentro de las composiciones de diseño, como uso de formas, texturas y tamaños, ayudará a la propuesta gráfica de diseño y la hará atractiva.

Las fotografías, imágenes o dibujos son indispensables dentro de una comunicación, ya que ésta permite unir directamente al receptor con el producto que se le está ofreciendo. Así mismo se logra hacer que la marca pueda permanecer en la mente del consumidor.

Anomalías

Son alteraciones drásticas en un entorno perceptivo. Todas las anomalías tienen la propiedad de llamar la atención de manera rápida y perentoria sobre sí mismas. Por ello se usan en comunicación visual para dirigir la mirada de los espectadores.

(educa.madrid.org: Anomalías)

Composición

La forma en la que se ordenan los objetos vistos dentro del encuadre.

(es.wikipedia.org: Composición)

Estilo

Modo de expresión básico y distintivo.

(mujeresdeempresa.com: Estilo)



Forma

La palabra forma hace referencia a la figura espacial de las cosas.

(es.wikipedia.org: Forma)

Jerarquía

Es uno de los medios más usuales para estructurar un mensaje. Mostrando qué partes son más importantes para el lector o espectador, éste se orienta en la comunicación.

(educa.madrid.org: Jerarquía)

Tamaño

El tamaño depende de la relación y comparación entre una forma y otra. Así, pueden establecerse formas de mayor tamaño, si se compara con otra de tamaño menor.

(es.wikipedia.org: Tamaño)

Textura

Textura es la propiedad que tienen las superficies externas de los objetos así como las sensaciones que causan, que son captadas por el sentido del tacto. La textura es a veces descrita como la capacidad de sentir sensaciones no táctiles (o sea que no se captan por las manos).

(es.wikipedia.org: Textura)

Retículas

Las retículas son divisiones teóricas estables de la superficie de un impreso, que se utilizan para estructurar los contenidos del mismo.

Las retículas más comunes se forman a base de columnas, márgenes y espacios horizontales, previstos para titulares, secciones u otros elementos del diseño.

(educa.madrid.org: Retículas)





CAPÍTULO 4

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

***Objetivos de la
Comunicación***

***Canales de
Comunicación***

***Duración de la
Campaña***

Recomendaciones



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Objetivos de la Comunicación

Regenerar el enlace de comunicación existente entre la institución y el grupo objetivo, brindándoles una mejor calidad en la información que se les proporciona, como en el propio material físico que reciben en sus manos.

Informar a través de medios gráficos por difusión de exhibición y difusión directa al grupo objetivo.

Capturar la atención del grupo objetivo, principalmente con los medios gráficos de difusión directa, ya que este es el momento en el que se puede hacer efectivo el trabajo gráfico y se puede incentivar a la participación en los programas que la institución ofrece.

Posicionar a la institución en la mente del grupo objetivo, a través del material gráfico que se creó durante el desarrollo del presente proyecto.

Canales de Comunicación

PIEZA	MEDIO DE DIFUSIÓN	TAMAÑO	SOPORTE	COLOR
Serie de Afiches	Difusión de Exhibición	11" X 17"	Texcote	Full Color
Unifoliar Programa de Cáncer Cervical	Difusión Directa	3.5" X 8.5"	Couché calibre 100	
Unifoliar Información general de la institución		4" X 12.5"	Couché calibre 100	
Foliar/plegable				
Lona Vinílica	Difusión de Exhibición	50 X 100 cm	Lona Vinílica	

Duración de la Campaña

Se planea llevar a cabo la campaña publicitaria durante un período de 2 años, a partir de julio de 2010 a junio de 2012.

Según como se plasme la necesidad del grupo objetivo, esta será utilizada en un mayor tiempo o será readecuada a las necesidades del mismo.

Recomendaciones

Se recomienda que la campaña sea utilizada de forma constante y de manera uniforme durante los 2 años de duración.

Se recomienda que se reacomoden los afiches y material publicitario de la institución según la frecuencia de visita por área durante el año, siempre y cuando sea necesario.

Verificar periódicamente que haya existencia del material gráfico y que éste sea distribuido de una manera adecuada.





CAPÍTULO 5

**CONCEPTO
CREATIVO**

**ETAPA DE
BOCETAJE**
Etapas 1,2,3 y 4

**PROPUESTA
PRELIMINAR**
Epata 5



CONCEPTO CREATIVO

CONCEPTO CREATIVO

Para llegar a la creación de un concepto de diseño, fue necesario hacer una lluvia de ideas con conceptos, frases e ideas que identificaran al grupo objetivo con la idea de proteger su salud reproductiva. Después de la lluvia de ideas se comenzaron a relacionar las palabras y frases para tratar de formar analogías o comparaciones entre unas y otras.

Concepto:

Tiempo a través de la historia personal de cada mujer.

Creatividad de la Campaña:

Se desarrolló a través de fotografías de mujeres reales, que posan con una actitud positiva. Lo que se pretende es transmitir la

idea de que todas las mujeres con historias similares, comunes y corrientes, están ligadas por un lazo común, siendo éste la salud y protección sexual.

Comunicar y concientizar a las mujeres de que se deben cuidar y hacerse sus chequeos de Papanicolaou o dicho de otra manera, un examen de Prueba Rápida para la detección temprana o tratamiento del Cáncer Cervical.

El tiempo se relaciona con el tiempo que las mujeres se han tomado para chequearse, hacerse sus exámenes y positivamente determinar que están sanas, a través de fotografías que cuentan una experiencia que gira alrededor de la temática de cáncer de cérvix.



ETAPA DE BOCETAJE

1 brainstorm

1a Etapa

Al inicio de la etapa de bocetaje, se tomaron ideas iniciales de conceptos y temáticas que se podrían tratar dentro de las propuestas gráficas. Para llegar a un objetivo fue necesario llevar a cabo una lluvia de ideas con conceptos y palabras claves que ayudarían a resolver el problema.

Brainstorming

* Cosas relacionadas en las mujeres

- * Salud ✓
 - Belleza
 - Amor
 - fragilidad
 - timidez
- * proteccion ✓
 - Sabiduria
 - experiencia
 - * educacion
 - paciencia
 - fuerza
 - * responsabilidad ✓
 - felicidad
 - fortaleza
 - tiempo

importante resaltar a las Mujeres

Ideas para frases

- Mujeres sanas, familias felices.
- Mujeres sanas, familias seguras
- 5 minutos pueden cambiar una vida.
- 5 minutos hacen la diferencia.
- Tu fortaleza hace cambios en tu vida.
- Una prueba rápida, hace la diferencia
- Una mujer sana, es una mujer con vida.
- Mujer sana, mujer con vida.

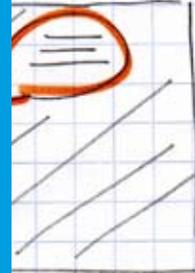
CONCEPTO. VIDA.

No le quites tiempo a tu vida
Date la oportunidad de seguir viviendo
tu vida depende de ti
La vida esta en tus manos.

TIEMPO

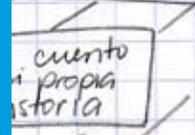
En 5 min cambia tu vida
5 min puede cambiar tu vida.
Marca tu destino. Prueba Rapida

imagenes y textos para las mujeres a historia a traves de fotos



Para historias:

- Me hice la prueba.
- 5 minutos han cambiado mi vida
- Me hice la prueba y cambio mi vida.



- Yo soy una mujer feliz y fuerte.

Hazte las pruebas.

- Salud + Responsabilidad = felicidad.

Hazte la pruebas.

Informate! hazte la pruebas.

- Tu vida sin salud, ~~protegete~~ hazte el examen

- Las Mujeres unidas son capaces de hacer muchas cosas, unidas contra el cancer. ~~protegete.~~

- No dejes que te sorprenda hazte el examen.

- Unidas x ti, unidas x mi todas contra el cancer.

2

bocetos

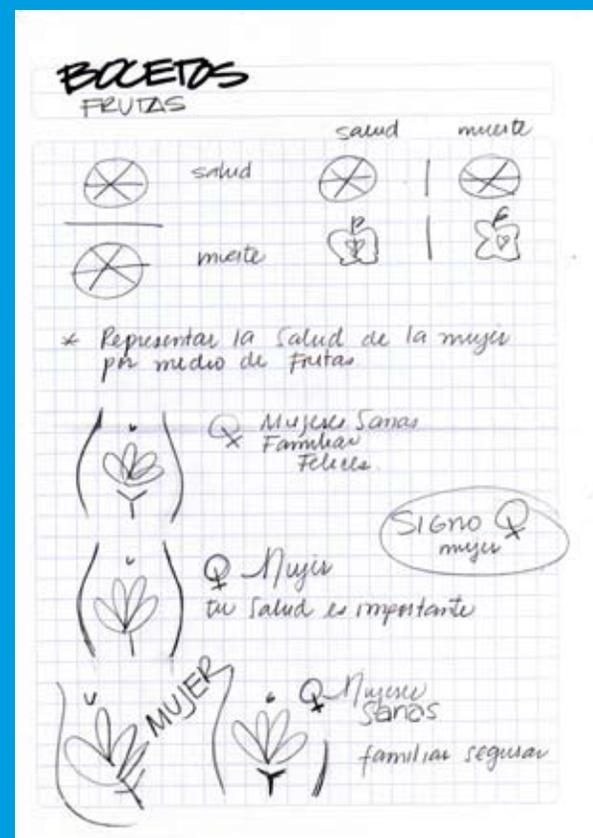
2a Etapa

Durante el proceso de desarrollo de la etapa de bocetaje, se realizó una primera propuesta de diseño, que consistía en hacer una analogía entre el cuidado que debe tener una mujer en cuanto a su salud sexual reproductiva y el cuidado que se le da a las frutas, en cuanto a su frescura.

Esto se realizó haciendo una comparación con frutas, de una manera que puedan expresar la salud y el mal cuidado que estas pueden tener.

Este cuidado se traduce en 5 minutos que pueden hacer la diferencia en una vida.

Además de esto se utilizaron colores que fueran armónicos (rojo institucional, naranja y fucsia) en los textos y un detalle decorativo.





5 minutos cambian tu vida

hazte una Prueba Rápida

ACAS Fortaleciendo Familias a través de Salud Reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
No. Calle Pinaros, Boulevard de Reforma Calle No. 2, Santiago Comalteca, Santiago Peten, G.
Teléfono: 811 2020 7950 ext.: 7950-0000
www.whygpn.org

5 minutos cambian tu vida

hazte una Prueba Rápida

ACAS Fortaleciendo Familias a través de Salud Reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
No. Calle Pinaros, Boulevard de Reforma Calle No. 2, Santiago Comalteca, Santiago Peten, G.
Teléfono: 811 2020 7950 ext.: 7950-0000
www.whygpn.org

Tú tiempo hace la diferencia

prácticate una Prueba Rápida

ACAS Fortaleciendo Familias a través de Salud Reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
No. Calle Pinaros, Boulevard de Reforma Calle No. 2, Santiago Comalteca, Santiago Peten, G.
Teléfono: 811 2020 7950 ext.: 7950-0000
www.whygpn.org

Tú tiempo hace la diferencia

prácticate el Papá Nicolaou

ACAS Fortaleciendo Familias a través de Salud Reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
No. Calle Pinaros, Boulevard de Reforma Calle No. 2, Santiago Comalteca, Santiago Peten, G.
Teléfono: 811 2020 7950 ext.: 7950-0000
www.whygpn.org

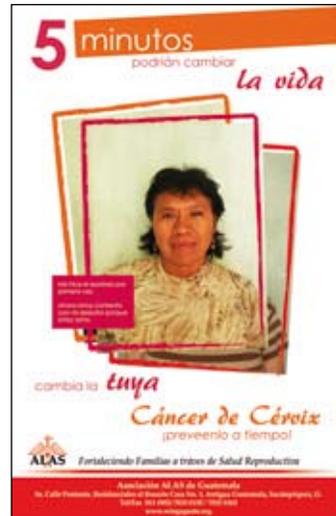
3

3a Etapa

Después de realizar un breve estudio de cómo analizaría el grupo objetivo la analogía entre el cuidado de una fruta y una mujer, se llegó a la conclusión de que el nivel académico del grupo objetivo no es lo suficientemente completo para entender un mensaje con estas características, por lo tanto fue necesario cambiar la idea fundamental por algo real y comprensible.

Manejando siempre el concepto de tiempo y de los 5 minutos que una mujer puede invertir en hacerse el examen, se pretendía conectar el mensaje:

“5 minutos podrían cambiar una vida” y además mostrar la imagen de una mujer contando una vivencia propia de su salud sexual reproductiva.



PROPUESTA PRELIMINAR

5

5a Etapa

Se continuó trabajando el concepto de tiempo con la frase:

“Todas tenemos una historia que contar...” .

Se modificaron las fotografías y se colocaron en marcos de fotos instantáneas para que dieran la sensación de ser fotos reales. Además de ello se modificó completamente el diseño de la presentación, para convertirlo en un diseño institucional que ayudara a identificarla con facilidad, también se corrigieron las frases de cierre del mensaje.

DISEÑO preliminar

Todas
tenemos una HISTORIA que contar...

¡yo cuido...

¡estoy sana!

me hice la prueba de cáncer

¡fui mi mejor decisión

soy una mujer feliz

Cáncer de Cérvix
¡prevengámoslo a tiempo!

ALAS Fortaleciendo Familias a través de Salud Reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
9a. Calle Poniente, Residenciales el Rosario Casa No. 3, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, G.
Tel/Fax: 011 (502) 7832-5130 / 7832-5163
www.winguate.org

Todas
tenemos una HISTORIA que contar...

¡yo cuido...

¡estoy sana!

me hice la prueba de cáncer

¡fui mi mejor decisión

soy una mujer feliz

Cáncer de Cérvix
¡prevengámoslo a tiempo!

ALAS Fortaleciendo Familias a través de Salud Reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
9a. Calle Poniente, Residenciales el Rosario Casa No. 3, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, G.
Tel/Fax: 011 (502) 7832-5130 / 7832-5163
www.winguate.org



CAPÍTULO 6

VALIDACIÓN

TÉCNICAS

**VALIDACIÓN
GRUPO OBJETIVO**

**VALIDACIÓN
DISEÑADORES**

**VALIDACIÓN
EXPERTOS /
CLIENTE**



VALIDACIÓN

Para validar la propuesta gráfica y el concepto de diseño de la *Campaña Informativa para la Detección Temprana de Cáncer Cervical en Mujeres Guatemaltecas*, se utilizaron tres técnicas básicas de recolección de datos.

Las técnicas utilizadas fueron las siguientes:

Observación, Grupo Focal y la Entrevista.

Estas tres técnicas de validación fueron llevados a cabo con tres grupos distintos de personas, los cuales tienen relación directa con el proyecto presentado.

Estos grupos fueron los siguientes:

1. Grupo Objetivo
2. Diseñadores Gráficos y
3. Especialistas en el Tema o Cliente

técnicas

observación

Es el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que se necesitan para resolver un problema de investigación. Es percibir activamente la realidad exterior con el propósito de obtener los datos que previamente han sido definidos de interés para la investigación.

www.monografias.com

grupo focal

Es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada por los investigadores, a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular. Se trata de una entrevista grupal en la que todos los entrevistados se encuentran juntos en un mismo momento, dando sus opiniones y conversando entre sí sobre el producto en cuestión.

www.misrespuestas.com

entrevista

Consiste en una interacción entre dos personas, en la cual el investigador formula determinadas preguntas relativas al tema en investigación, mientras que el investigado proporciona verbalmente o por escrito la información que le es solicitada.

www.monografias.com

VALIDACIÓN

grupo objetivo

Validación Grupo Objetivo

Para la realización de la validación con el grupo objetivo, se reunieron en dos ocasiones a pequeños grupos de mujeres, a las cuales se les presentó el material gráfico y se les expuso el uso que a éste se le daría y como debería de beneficiarlas para el cuidado de su salud sexual reproductiva.

Posteriormente se les explicó que era necesario tomar en cuenta sus opiniones para poder mejorar y tener conocimiento de cuáles eran las expectativas que tenían para mejorar la comunicación del mensaje.

Para finalizar se les encuestó y se les preguntó acerca de aspectos básicos sobre lo que ellas podían comprender a través de estos mensajes.

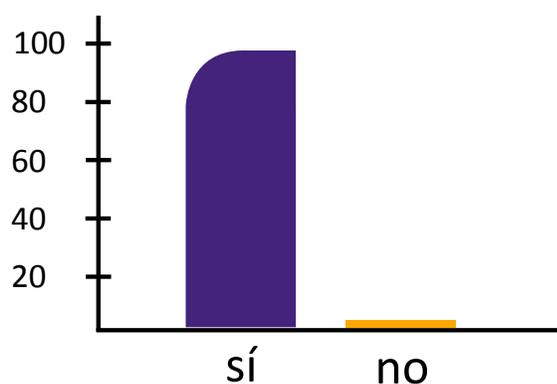
A continuación se presentan los resultados obtenidos.



grupo objetivo

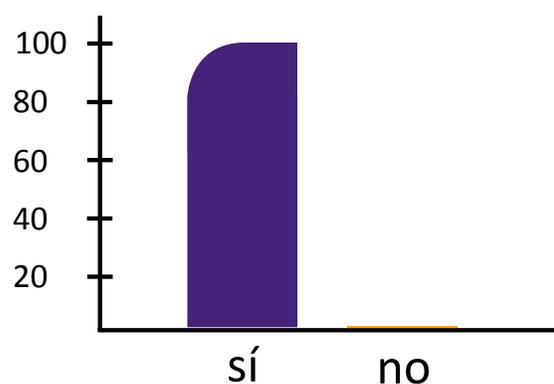
RESULTADOS

1. ¿Puede leer con claridad el mensaje?



El 98% de las mujeres encuestadas dijo que podía leer el mensaje con completa claridad, mientras el otro 2% dijo que había tenido dificultad al leerlo.

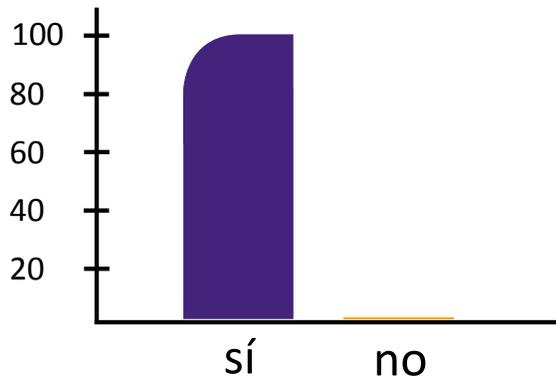
2. ¿Comprende el mensaje?



El 100% de las mujeres encuestadas dijo que sí comprendía el mensaje porque era directo y simple.

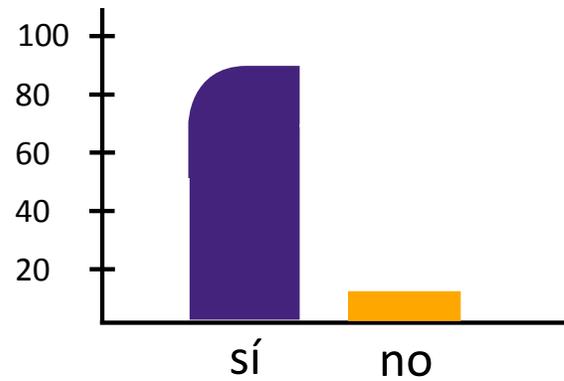
Además se identificaron con la frase de la campaña, porque efectivamente les transmitía experiencias vividas de otras mujeres.

3. ¿Le llaman la atención las imágenes?



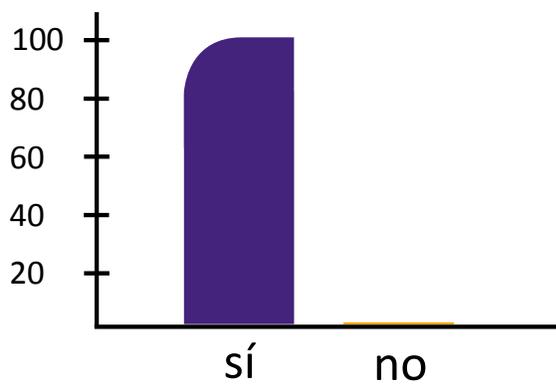
El 100% de las mujeres encuestadas dijo que las imágenes de mujeres le llamaban completamente la atención y que a la vez les infundía seguridad.

4. ¿Comprende el significado de las fotografías?



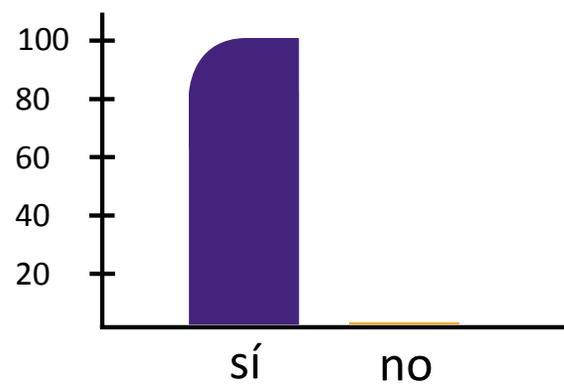
El 90% de las mujeres dijo que sí comprendía las imágenes y que en ellas se mostraba a mujeres que se habían practicado una prueba rápida. El otro 10% dijo que creía que eran simplemente mujeres que estaban felices.

5. ¿Es positiva la actitud que muestran las mujeres en las imágenes?



El 100% de las mujeres encuestadas dijo que las imágenes de mujeres demostraban efectivamente una actitud positiva y que a la vez las incentivaban a realizarse una prueba rápida.

6. ¿Cree que es necesario informar a las mujeres sobre el tema de Cáncer de Cérvix?



El 100% del grupo objetivo dijo que sí es necesario informar a las mujeres acerca del tema, para que estas puedan estar prevenidas o incluso tratarse a tiempo.

VALIDACIÓN diseñadores

Validación Diseñadores Gráficos

La validación se llevó a cabo dentro del campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, reuniendo a grupos de profesionales en el diseño gráfico para que brindaran un aporte o comentario sobre la Campaña Informativa para la Detección Temprana de Cáncer Cervical en Mujeres Guatemaltecas, que se está presentando en este proyecto.

Para hacer efectiva la validación, se hizo uso de encuestas, en las cuales se le exponen a los profesionales cuestiones que abarcan puramente conceptos y técnicas de diseño. Estas encuestas fueron trasladadas a 10 diseñadores gráficos, entre ellos estudiantes y licenciados en diseño gráfico, así como también catedráticos que imparten materias en el área profesional de dicha carrera.

Dentro de los comentarios y aportaciones que dieron, mencionaron el uso de algunos elementos de diseño femeninos y la utilización y visualización de las fotografías, además del efectivo uso del color institucional dentro del diseño. Para concluir hicieron mención de la efectividad de los mensajes positivos para la realización de la campaña.

VALIDACIÓN expertos/cliente

Validación Expertos en el Tema

La validación con los expertos en el tema de Cáncer Cervical fue llevada a cabo dentro de la institución, donde se reunió un grupo de diez personas, entre las cuales se encontraban expertos que manejan dicho tema y personas que apoyan a esta misma causa.

En la reunión, se les expuso el material gráfico y posteriormente se hizo uso de encuestas, para que pudieran expresar su simpatía o comentarios con respecto a la funcionalidad del mismo.

Al momento de concluir con la presentación, se plasmó por parte de los participantes que el material gráfico serviría de mucho apoyo para la institución, y que se esperaba una total aceptación por parte del grupo objetivo. Así mismo se hicieron algunas observaciones, como: el cambio de algunos mensajes de textos en el material, el implemento de fotografías con mujeres indígenas y cambios en posiciones de elementos gráficos.

CAPÍTULO 7

FUNDAMENTACIÓN

**PROPUESTA
FINAL**

**PLAN DE
MEDIOS**

Todas

tenemos una HISTORIA que contar...



Cáncer de Cérvix

¡Prevenámoslo a tiempo!

¡Infórmate, Participa, Promueve!
Programas de Salud Reproductiva

Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva



Asociación ALAS de Guatemala
9a. Calle Poniente, Residenciales el Rosario Casa No. 3, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, G.
Tel/Fax 011 (502) 7832-5130 / 7832-5163
www.wingsgate.org

FUNDAMENTACIÓN



Luego de realizada la validación con el grupo objetivo, los diseñadores gráficos y los expertos en el tema, se procedió a realizar algunos de los cambios pertinentes posteriores a la presentación.

Algunos de los cambios que se realizaron fueron: cambio de elementos de diseño y modificación de algunas fotografías, según el concepto de diseño que es tiempo y que cada mujer tiene una historia que contar a través de imágenes con frases que cuentan historias para incentivar a las mujeres indígenas y ladinas de Guatemala.

Con las frases de cierre se pretende informar, participar y promover el cuidado de las mujeres como también ofrecer los programas de salud reproductiva.

Fundamentación

Concepto:

Tiempo a través de la historia personal de cada mujer.

Titular:

Todas tenemos una historia que contar...

Subtitular:

Cáncer de Cérvix. ¡Prevenámoslo a tiempo!

Cáncer de Cérvix. ¡Se puede tratar a tiempo!

Cáncer de Cérvix. ¡Hazte el examen!

Frases de cierre:

¡Infórmate, Participa, Promueve! Programas de salud reproductiva.

Participa en nuestros programas de salud reproductiva.

¡Infórmate, Participa, Promueve!

Elementos de diseño:

Fotografías instantáneas de mujeres que cuentan una historia positiva de una experiencia vivida.

Elementos con formas femeninas que sirven de apoyo al material, para transmitir una idea de feminidad.



Cintillo:

En el cintillo se encuentra especificada la información de la institución, así como su logotipo.

Color:

Dentro del diseño del material gráfico se hizo uso del color institucional, que es Rojo, para lograr plasmar a la institución dentro de la mente del grupo objetivo.

A demás del color rojo institucional, se utilizó el rojo en sus diferentes tonalidades para diseñar áreas de divisiones dentro del diseño del foliar plegadizo.

Tipografía:

Para desarrollar las frases de la propuesta gráfica se utilizaron dos tipografías.

PALATINO LINOTYPE REGULAR E ITALICA.

Familia tipográfica egipcia. Tipografía que utiliza la institución en su imagen corporativa, su slogan y su logotipo.

Se utilizó esta tipografía para el contenido del cintillo informativo.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

AR BERKLEY.

Familia tipográfica caligráfica. Es una tipografía caligráfica, suelta y femenina.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890





PROPUESTA
Final de
Diseño

Todas

tenemos una HISTORIA que contar...



Cáncer de Cérvix

¡Se puede tratar a tiempo!

¡Participa en nuestros Programas de Salud Reproductiva!



ALAS Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala

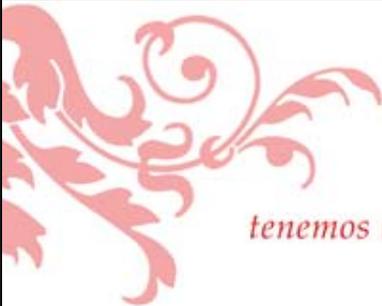
9a. Calle Poniente, Residenciales el Rosario Casa No. 3, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, G.

Tel/Fax 011 (502) 7832-5130 / 7832-5163

www.wingsguate.org

Afiche

Serie de Afiches
Litografía con Barniz UV
11" X 17"
Texcote
Full Color



Todas

tenemos una HISTORIA que contar...



¡Estoy sana!

Me hice la prueba de Cáncer.

Fué mi mejor decisión.

Soy una mujer feliz.

Ahora estoy tranquila.

¡Yo cuido mi salud.

Cáncer de Cérvix

¡Hazte el examen!

¡Infórmate, Participa, Promueve!

Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva



Asociación ALAS de Guatemala
 9a. Calle Poniente, Residenciales el Rosario Casa No. 3, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, G.
 Tel/Fax 011 (502) 7832-5130 / 7832-5163
www.wingsguate.org

Afiche

Serie de Afiches
 Litografía con Barniz UV
 11" X 17"
 Texcote
 Full Color

Cáncer de Cérvix
¡Infórmate, Participa, Promueve!
Programas de Salud Reproductiva






¿Qué es el Cáncer de Cérvix?
Es el crecimiento anormal de las células en el cérvix o cuello del útero.
Sin tratamiento puede haber consecuencias muy graves como:
1. Tener en la necesidad de una operación.
2. Incluso llegar a la muerte.
Se puede detectar por medio de un examen ginecológico o una Prueba Rápida.

¿Qué es un examen Ginecológico?
Un médico o una enfermera revisa la parte externa o vagina de la mujer.
¿Qué es la Prueba Rápida?
Es un examen rápido y simple. No es doloroso pero puede causar incomodidad.
Un médico o una enfermera observa al cérvix a simple vista con la aplicación de ácido acético (vinagre). El resultado de la prueba, se entrega en el mismo momento.

¿Cómo prevenir el Cáncer de Cérvix?

1. Demorar el inicio de las relaciones sexuales.
2. Tener una sola pareja y conocer su estado sexual.
3. Usar condón cada vez que tenga relaciones sexuales.
4. Espaciar y planificar los embarazos.
5. Hacerse la Prueba Rápida cada 3 años o por lo menos cada 5 años.
6. Seguir el tratamiento completo que le receten en la clínica.
7. Hacerse los exámenes que se le indiquen.

RECOMENDACION
Es muy importante que las mujeres entre 25 a 50 años se hagan la Prueba Rápida cada 3 años o máximo cada 5 años, para poder detectar cualquier cambio que pueda causar el Cáncer de Cérvix.

ALAS
"Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva"
Tel/Fax: 011 (042) 7832-5130 / 7832-5143
www.wingsgate.org

Cáncer de Cérvix






Factores de Riesgo

FACTOR 1
Tener una infección de transmisión sexual (ITS), especialmente el Virus de Papiloma Humano (VPH).
Esta es una de las principales causas del Cáncer de Cérvix.

FACTOR 2
El inicio de relaciones sexuales a muy temprana edad.

FACTOR 3
Tener muchas parejas o una pareja que tiene muchas parejas.

FACTOR 4
Tener muchos hijos en periodos de tiempo muy cortos.
Se recomienda tener un espaciamiento de 3 a 4 años entre cada embarazo.

ALAS

Foliar/plegable

Foliar/plegable
Litografía
4" X 12.5"
Couché calibre 100
Full Color

¡exámenes!
para la detección y tratamiento de

Cáncer de Cérvix



Para nosotros,
tu salud es importante



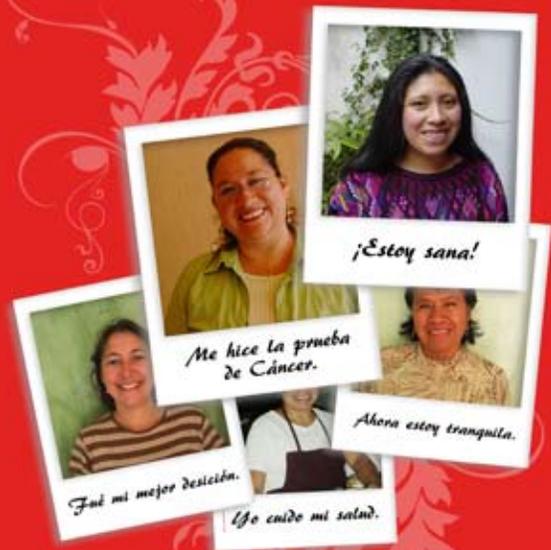
¡Infórmate, Participa, Promueve!

Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
9a. Calle Poniente, Residenciales el Rosario Casa No. 3, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, G.
Tel/Fax: 011 (502) 7832-5130 / 7832-5163
www.winguate.org

¡exámenes!
para la detección y tratamiento de

Cáncer de Cérvix



Para nosotros,
tu salud es importante



¡Infórmate, Participa, Promueve!

Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
9a. Calle Poniente, Residenciales el Rosario Casa No. 3, Antigua Guatemala, Sacatepéquez, G.
Tel/Fax: 011 (502) 7832-5130 / 7832-5163
www.winguate.org

Lona Vinílica

Lona Vinílica
Impresión digital plotter
50 Cm. X 100 Cm.
Lona Vinílica
Full Color

*Para nosotros,
Tu salud
es Importante*



ALAS

Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
9a. Calle Poniente
Residenciales el Rosario Casa No. 3
Antigua Guatemala, Sacatepéquez, G.
Tel/Fax 011 (502) 7832-5130 / 7832-5163
www.wingsguate.org



¿Qué hacemos en ALAS?

Somos una institución No Lucrativa que provee información de acceso a Servicios de Salud Reproductiva, Métodos Anticonceptivos, así como el Financiamiento para personas de bajos recursos, de áreas rurales e indígenas en Guatemala, permitiéndoles así mejorar su salud reproductiva y la calidad de sus vidas.

Para asegurar que ALAS no duplica sus servicios, trabajamos estrechamente con diferentes organizaciones tales como: APROFAN, el Ministerio de Salud y el Ministerio de Educación, COCODES y Promotores de Salud Voluntarios.

En ALAS manejamos el programa de Detección y Tratamiento de Cáncer Cervical, que es uno de los más importantes dentro de la institución.

Realizamos pruebas de detección de Cáncer Cervical a miles de mujeres anualmente.

En el año 2006, el 30% de mujeres encuestadas, reportaron ser su primera experiencia en esta clase de servicio de salud reproductiva. En ALAS podemos proveer tratamiento inmediato para más del 50% de los casos que lo requieran, además nos aseguramos que los tratamientos avanzados estén disponibles para quienes lo necesitan.

¿Qué programas ofrece ALAS?

Dentro de los programas que maneja ALAS, se encuentran los siguientes:

- Programa de Alas para Hombres
- Programa de Alas para Jóvenes
- Programa de Detección y Tratamiento de Cáncer Cervical
- Programa de Incidencia Política
- Programa de Micro Créditos
- Programa de Planificación Familiar

¿Cómo manejamos nuestros fondos?

Utilizamos nuestros fondos de una manera eficiente y conscientemente.

El 80% de los fondos, están destinados para los programas y las personas que más necesitan de nuestros servicios.

Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva

Unifoliar

Unifoliar Tiro/Retiro
Programa de Cáncer Cervical
Litografía
3.5" X 8.5"
Couché calibre 100
Full Color

*Para nosotros,
Tu familia
es Importante*




Fortaleciendo familias a través de salud reproductiva

Asociación ALAS de Guatemala
9a. Calle Poniente
Residenciales el Rosario Casa No. 3
Antigua Guatemala, Sacatepéquez, G.
Tel/Fax 011 (502) 7832-5130 / 7832-5163
www.wingsguate.org



¿Qué hacemos en ALAS?

Somos una institución No Lucrativa que provee información de acceso a Servicios de Salud Reproductiva, Métodos Anticonceptivos, así como el Financiamiento para personas de bajos recursos, de áreas rurales e indígenas en Guatemala, permitiéndoles así mejorar su salud reproductiva y la calidad de sus vidas.

Para asegurar que ALAS no duplique sus servicios, trabajamos estrechamente con diferentes organizaciones tales como: APROFAN, el Ministerio de Salud y el Ministerio de Educación, COCODES y Promotores de Salud Voluntarios.

¿Qué programas ofrece ALAS?

Dentro de los programas que maneja ALAS, se encuentran los siguientes:

- Programa de Alas para Hombres
- Programa de Alas para Jóvenes
- Programa de Cáncer Cervical
- Programa de Incidencia Política
- Programa de Micro Créditos
- Programa de Planificación Familiar

¿Cómo manejamos nuestros fondos?

Utilizamos nuestros fondos de una manera eficiente y conscientemente.

El 80% de los fondos, están destinados para los programas y las personas que más necesitan de nuestros servicios.



Unifoliar

Unifoliar Tiro/Retiro
Información general de la institución.

Litografía
3.5" X 8.5"

Couché calibre 100
Full Color

PLAN de medios

1 Especificaciones Técnicas y de Reproducción

PIEZA	REPRODUCCIÓN	TAMAÑO	SOPORTE	COLOR
Afiche	Litografía con Barniz UV	11" X 17"	Texcote	Full Color
Unifoliar Programa de Cáncer Cervical	Litografía	3.5" X 8.5"	Couché calibre 100	
Unifoliar Información general de la institución				
Foliar/plegable	Litografía	4" X 12.5"	Couché calibre 100	
Lona Vinílica	Impresión digital plotter	50 X 100 cm	Lona Vinílica	

2

Formas y Medios de Distribución

PIEZA	MEDIO	DISTRIBUCIÓN		
		QUIÉN	DURACIÓN	CÓMO/LUGAR
Afiche	Material impreso.	Será distribuido por el personal de ALAS que realiza las jornadas médicas.	Será utilizado de julio 2010 a junio de 2012 y será cambiado eventualmente, cuando así sea necesario.	El material se usará en cada una de las jornadas médicas y centros de salud. Se colocarán en lugares destinados previo a una jornada médica que vaya a realizar la institución.
Unifoliar Programa de Cáncer Cervical Unifoliar Información general de la institución			Su uso es permanente, debido a que la información es utilizada constantemente durante cada jornada médica que se realiza.	El material es entregado específicamente a cada participante de las jornadas médicas. Se entregará en conferencias y en las oficinas centrales de la institución.
Foliar/plegable				El material es entregado específicamente a cada participante de las jornadas médicas.
Lona Vinílica	Material impreso, de traslado constante.	Será un material utilizado por el personal de ALAS que realiza las jornadas médicas.	Su uso es permanente, debido a que este es transportado de un lugar a otro durante cada jornada médica realizada en las diferentes localidades.	El material será utilizado en las jornadas médicas y será colocado en el punto de reunión donde se realizarán los exámenes.

3

Presupuesto de Reproducción del Material

PIEZA	MEDIO REPROD.	TAMAÑO	COLOR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Afiche	Litografía con Barniz UV	11" X 17"	Full Color	500	Q. 3.85	Q. 1,925.00	
				1000	Q. 2.29	Q. 2,295.00	
				2500	Q. 1.50	Q. 3,750.00	
Unifoliar Programa de Cáncer Cervical	Litografía	3.5" X 8.5"		500	Q. 2.65	Q. 1,325.00	
				1000	Q. 1.50	Q. 1,500.00	
				2500	Q. 0.84	Q. 2,100.00	
Unifoliar Información general de la institución							
Foliar/plegable	Litografía	4" X 12.5"		500	Q. 2.72	Q.1,360.00	
				1000	Q. 1.65	Q.1,650.00	
				2500	Q. 0.87	Q. 2,185.00	
Lona Vinílica	Impresión digital plotter	50 X 100 Cm.		15	Q. 115.00	Q. 1,725.00	



CAPÍTULO 8

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

GLOSARIO

CONCLUSIONES

Fue positiva la creación de la Campaña para informar sobre el tema de Cáncer de Cérvix a mujeres guatemaltecas, así como también dar a conocer a la institución y los servicios sociales que presta a la comunidad guatemalteca, debiendo tomar en cuenta que el segmento de mujeres comprendidas entre las edades de 18 a 50 años o más, necesita de un trato especial, debido a que es un segmento vulnerable a la temática de “Sexualidad de la Mujer” por ser un grupo objetivo de escasos recursos y con una educación mínima.

Durante el desarrollo del ejercicio y estudio del segmento de mujeres que abarca el grupo objetivo, fue evidente la aceptación y buen uso que se le da al material gráfico con un tamaño pequeño o de bolsillo que fue diseñado para poder ser trasladado de un lugar a otro y que a la vez contuviera la información

primordial para comunicar la temática de Cáncer Cervical (Folios plegables).

Con el material gráfico que se desarrolló en la campaña se logrará apoyar a las jornadas médicas que realiza ALAS para mejorar la comunicación y transmisión de la información.

En la realización de las encuestas y la observación que se llevó a cabo a 80 mujeres de las áreas rurales, indígenas y ladinas de los departamentos de Sacatepéquez, Chimaltenango y Escuintla, censadas en el mes de octubre de 2009, se obtuvo un resultado positivo en cuanto a la aceptación de las imágenes de mujeres que fueron plasmadas en el material de la campaña y que fue trasladada a otras mujeres expresando positivismo y alcanzando los objetivos.

RECOMENDACIONES

Uno de los principales objetivos que se pretendía alcanzar al inicio de la CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA DETECCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER CERVICAL EN MUJERES GUATEMALTECAS” era el de llegar a la mente del público y especialmente al grupo objetivo, por tal razón es necesario que se dé seguimiento a la campaña sobre la temática de Cáncer Cervical en mujeres guatemaltecas, y a la vez que se tenga presente hacer mención de la institución dentro de la publicidad, para que con ello se logre persuadir al público y mantener a la asociación posicionada en su mente como una institución que brinda servicios para las familias guatemaltecas.

El seguimiento que se le dará a la publicidad debe ser estudiado constantemente, ya que las necesidades y características del grupo objetivo cambian constantemente con el paso de los años.

Para lograr una mayor efectividad en cuanto a los medios visuales, físicos y gráficos que han sido diseñados e implementados en el desarrollo de este proyecto, es recomendable que se siga con coherencia y en el tiempo estipulado, para que se logre obtener un resultado satisfactorio en el período de 2 años.

Para finalizar, hay que tener en cuenta que sin la publicidad y propaganda, la institución no logrará posicionarse dentro del mercado de competencia o en este caso en el mercado no lucrativo, que busca como fin primordial el beneficio de las familias guatemaltecas.

BIBLIOGRAFÍA

Díaz Reina, Juan Joaquín (1977) Cáncer de cérvix uterino: revisión de 360 casos tratados en el Instituto Nacional de Cancerología 197(Tesis Médico Cirujano) Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Medicina, Guatemala.

Pérez Lourdes Eugenia (2006). Uso de la Retícula (Tesis Diseño Gráfico, Proyecto de Graduación, Licenciatura, Diseño Gráfico) Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, Guatemala.

Díaz Rubio, Eduardo (1992) Cáncer de Ovario.(3ª. edición).Madrid: Libros de año.

Greg, Anderson (2002) ¿Qué hacer frente al cáncer?: las 50 cosas esenciales (1ª.edición). Colombia:Planeta.

Sherr, Lorraine (1992) Agonía, muerte y duelo. México: El manual moderno.

Cristianos.com [Familia].- [En línea] disponible en <http://cristianos.com> [Consultado el 10 de noviembre de 2009]

Cristianos.com [Familia].- [En línea] disponible en <http://cristianos.com> [Consultado el 10 de noviembre de 2009]

Definición.de [Mujer].- [En línea] disponible en <http://definicion.de/mujer/> [Consultado el 9 de noviembre de 2009]

Diccionario.sensagent.com [Cuidado].- [En línea] disponible en <http://diccionario.sensagent.com/cuidado/es-es/> [Consultado el 12 de noviembre de 2009]

Edumexico.net [Unión familiar].- [En línea] disponible en www.edumexico.net/Familia/VALORES [Consultado el 3 de noviembre de 2009]

Esmas.com [Cáncer cervical síntomas y signos].-[En línea] disponible en <http://www.esmas.com/salud/enfermedades/cronicas/390262.html> [Consultado el 4 de agosto de 2009]

Es.wikipedia.org[Cáncer cervical].-[En línea] disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%A1ncer_cervical [Consultado el 4 de agosto de 2009]

Familydoctor.org[Papanicolaou].- [En línea] disponible en <http://centroprocrea.com/papanicolaou.html> [Consultado el 6 de agosto de 2009]

Federcitrus.org [Promoción].- [En línea] disponible en www.federcitrus.org/promocion [Consultado el 3 de noviembre de 2009]

Fotonostra.com [Volante].- [En línea] disponible en www.fotonostra.com/VOLANTE [Consultado el 5 de noviembre de 2009]

Ginecologosdeguatemala.com[DetECCIÓN del cáncer cervical].- [En línea] disponible en <http://www.ginecologosdeguatemala.com/cgi-bin/noticias/print.pl?article=12> [Consultado el 4 de agosto de 2009]

Ginecologosdeguatemala.com[Quién está en riesgo].-[En línea] disponible en <http://www.ginecologosdeguatemala.com/cgi-bin/noticias/print.pl?article=12> [Consultado el 4 de agosto de 2009]

Historico.gaceta.go.cr [Rótulo].- [En línea] disponible en www.historico.gaceta.go.cr [Consultado el 5 de noviembre de 2009]

Kidshealth.org[Qué es el cáncer].- [En línea] disponible en http://kidshealth.org/kid/en_español/enfermadades/cancer_esp.html [Consultado el 4 de agosto de 2009]

Prensalibre.com [Familia].- [En línea] disponibles en www.prensalibre.com [Consultado el 10 de noviembre de 2009]

Msd.com [Cómo se detecta el cáncer de cérvix].-[En línea] disponible en <http://www.msd.com.ar/msdar/patients/cancer/cancercervicouterino.html> [Consultado el 6 de agosto de 2009]

Un.org [La mujer y salud].-[En línea] disponible en <http://www.un.org/spanish/conferences/Beijing/fs3.htm> [Consultado el 12 de octubre de 2009]

Wikipedia.com [Bienestar Social].- [En línea] disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Bienestar_social [Consultado el 10 de noviembre de 2009]

Wikipedia.org [Responsabilidad].- [En línea] disponible en <http://es.wikipedia.org> [Consultado el 3 de noviembre de 2009]

Wikipedia.org [Salud].-[En línea] disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad> [Consultado el 3 de noviembre de 2009]



GLOSARIO

A

Anomalías

Son alteraciones drásticas en un entorno perceptivo. Todas las anomalías tienen la propiedad de llamar la atención de manera rápida y perentoria sobre sí mismas. Por ello se usan en comunicación visual para dirigir la mirada de los espectadores.

Arte

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

B

Boceto

Un boceto, también llamado esbozo o borrador, es un dibujo realizado de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objetos. Es un dibujo hecho a mano alzada, utilizando lápiz, papel y goma de borrar, realizado generalmente sin instrumentos de dibujo auxiliares.

C

Campaña publicitaria

Es un esfuerzo publicitario compuesto de más de una pieza o de más de un medio.[...]Por lo general, las piezas que componen una campaña tienen cierta sinergia entre sí, constituyen una misma idea o estrategia general y/o desarrollan un sentido más amplio a través del conjunto, que no se ve cubierto por una sola de las piezas tomada individualmente.

Campaña

Es un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo y resolver algún problema crucial.

Cáncer

El cáncer es un conjunto de enfermedades en las cuales el organismo produce un exceso de células malignas (conocidas como cancerígenas o cancerosas), con crecimiento y división más allá de los límites normales (invasión del tejido circundante y, a veces, metástasis).



Cartel

El cartel es un medio de comunicación directo y rápido que emplea la combinación de imágenes y textos breves. De acuerdo con el contenido de los mensajes, los carteles pueden ser educativos, informativos, comerciales o culturales.

Cáncer de cérvix

El cáncer cervical o carcinoma del cuello uterino incluye las neoplasias malignas que se desarrollan en la porción fibromuscular inferior del útero que se proyecta dentro de la vagina. El cáncer cervical o de cérvix uterino es el segundo tipo de cáncer más común en mujeres, y en países en vías de desarrollo es el más frecuente.

Es el crecimiento anormal de las células en el cérvix. Sin tratamiento puede haber consecuencias muy graves como: la necesidad de una operación o incluso llegar a la muerte. Se puede detectar por medio de un examen ginecológico o una Prueba Rápida.

Código

Para teoría de la comunicación, es el conjunto que pueda ser entendido por el emisor y el receptor.

El código es usado en texto, como por ejemplo, la lengua española o castellano.

Composición

La forma en la que se ordenan los objetos vistos dentro del encuadre.

Comunicación

Es poner en contacto al emisor del mensaje con el receptor del mensaje. La posibilidad de comunicar es una característica de la buena publicidad, pero no de toda publicidad.

Concepto Creativo

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

Conceptualización

Elaboración detallada y organizada de un concepto a partir de datos concretos o reales.

Cuello Uterino

Cuello uterino o cérvix uterino es la porción fibromuscular inferior del útero que se proyecta dentro de la vagina, y es un componente anatómico exclusivo de la hembra de los mamíferos. Esta apertura o hueco deja que salga la sangre del útero durante la menstruación (período). También deja que entren los espermatozoides al útero y a las trompas de Falopio.



Diagramación

Es la forma de distribuir sobre una página todo el material publicable del que dispone un periódico, revista, etc. Se incluyen las fotografías, texto y publicidad. La diagramación debe facilitar la lectura, para ello ha de presentar de forma equilibrada en la página los blancos, grises y negros. Los blancos son los márgenes y las medianillas; los grises, los textos; y los negros, los titulares y las fotografías.



Estilo

Modo de expresión básico y distintivo.

Examen ginecológico

Un médico o una enfermera revisan

la parte externa e interna de la vagina.

Examen Médico

Es el chequeo o control que se le hace a una persona, ya sea parcial o general de su cuerpo y su salud, para verificar que se encuentra en óptimas condiciones o bien para prevenir o tratar una enfermedad.



Familia

La familia es la comunidad donde se enseñan los valores y el adecuado uso de la libertad desde la infancia. Las relaciones personales y la estabilidad familiar son los fundamentos de la libertad, de la seguridad, de la fraternidad en el seno de la sociedad. Es por esto que en la familia se inicia la vida social.

Forma

La palabra forma hace referencia a la figura espacial de las cosas.

Formato

Forma y tamaño de un impreso, libro, etc.

Fotografía

Es el proceso de capturar imágenes y almacenarlas en un medio de material sensible a la luz.



Grupo Objetivo

En el mundo de la publicidad, los términos mercado objetivo, público objetivo, grupo objetivo y mercado meta, así como los anglicismos target y target market, designan al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio. Tiene directa relación con el marketing y el merchandising.

El target o mercado objetivo es el segmento del mercado al que está dirigido un bien, ya sea producto o servicio. Generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas.



Hipótesis

Una hipótesis es una proposición cuya veracidad se asume sólo provisionalmente, como solución tentativa para un problema dado o con algún otro propósito investigador.



INCAN

Instituto Nacional Contra el Cáncer Guatemala.



Jerarquía

Las partes que son más importantes para el lector o espectador, éste se orienta en la comunicación.



Layout

Modelo de diagramación sobre el cual se va a trabajar. Ayuda a organizar y distribuir el contenido que se diagrama en relación al espacio que se quiere ocupar.

Línea

Sucesión infinita de puntos en el espacio. Estas pueden aportar dinamismo y prolongarse en distintas direcciones para construir un elemento básico de construcción.



Mujer

Es el ser humano de sexo femenino, en contraste con el masculino, que es el varón.



Objetivo

Expresión de un deseo mediante acciones concretas para conseguirlo.



Papanicolau

El médico o enfermera inserta suavemente un espéculo vaginal lubricado (es un instrumento que mantiene abierta la vagina). El médico examina las paredes de su vagina para ver si existe inflamación, alguna lesión o infección. Se toma una muestra de su cérvix utilizando un pequeño cepillo o hisopo.

Perfil

Es un conjunto de características que tiene una persona, elemento, animal, etc.

Presupuesto

Estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período determinado.

Promoción

Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

Propaganda

Es el uso de técnicas de publicidad aplicadas a fines políticos. Se origina en la expresión propagar, que significa difundir.

Prueba rápida

Es un examen rápido y simple. No es doloroso pero puede causar incomodidad. Un médico o una enfermera observa el cérvix a simple vista con la aplicación de ácido acético (vinagre).

Publicidad

Es hacer público un mensaje sobre algo o alguien.



Responsabilidad

Es la imputación o calificación que recibe una persona por sus acciones desde el punto de vista de una teoría ética o de valores morales particulares.

Reproducción

Es un proceso biológico que permite la creación de nuevos organismos, siendo una característica común de todas las formas de vida conocidas.

Reproducción Sexual

Es la intervención de dos individuos, siendo de sexos diferentes. Los descendientes producidos como resultado de este proceso biológico,

serán fruto de la combinación del ADN de ambos progenitores y, por tanto, serán genéticamente distintos a ellos

Retículas

Las retículas son divisiones teóricas estables de la superficie de un impreso, que se utilizan para estructurar los contenidos del mismo. Las retículas más comunes se forman a base de columnas, márgenes y espacios horizontales, previstos para titulares, secciones u otros elementos del diseño.

Rótulo

Todo letrero, escritura, impreso, emblema, pintura, dibujo u otro cuyo propósito sea llamar la atención sobre algún producto o actividad que se ofrezca o se elabore en el mismo sitio donde el rótulo está ubicado.



Salud

Es el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de infecciones o enfermedades, según la definición de la Organización Mundial de la Salud realizada en su constitución de 1946.

Sexualidad

La sexualidad es el conjunto de condiciones anatómicas, fisiológicas

y psicológico-afectivas que caracterizan cada sexo. También es el conjunto de fenómenos emocionales y de conducta relacionados con el sexo, que marcan de manera decisiva al ser humano en todas las fases de su desarrollo.



Tamaño

El tamaño depende de la relación y comparación entre una forma y otra. Así, pueden establecerse formas de mayor tamaño, si se compara con otra de tamaño menor.

Textura

Textura es la propiedad que tienen las superficies externas de los objetos, así como las sensaciones que causan, que son captadas por el sentido del tacto. La textura es a veces descrita como la capacidad de sentir sensaciones no táctiles (o sea que no se captan por las manos).

Tipografía

Es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos impresos.

**Vagina**

Es la región externa del aparato reproductor femenino. Es un conducto fibromuscular elástico, parte de los órganos genitales internos de la mujer.

Validar

Es el proceso de comprobar la precisión de los datos; conjunto de reglas que se pueden aplicar a un control para especificar el tipo y el intervalo de datos que los usuarios pueden utilizar.

Volante

Es el término con el que se denomina a aquellos folletos de pequeñas dimensiones y gramajes reducidos y que se utilizan para transmitir información publicitaria sobre productos y servicios de una empresa.

ANEXOS

9

COTIZACIÓN

ENCUESTA
Grupo Objetivo
Diseñadores G.
Cliente

VALIDACIÓN

PRESENTACIÓN
FINAL

CRONOGRAMA

Cotización



5a. Calle Oriente No.16
La Antigua Guatemala
Tels. 7832-5994 7832-3101 FAX 7832-3679
E-mail: copiafiel@gmail.com
E-mail: info@copiafiel.com

COTIZACION
0000-3000194

Fecha:	23/10/2009	
Cliente:	ASOCIACION ALAS	
Dirección:	E-mail:	Teléfono:

Cantidad	DESCRIPCION	Valor
500	Afiches impresos a full color 11 * 17 en texcote c-12	Q1,925.00
1,000	Afiches impresos a full color 11 * 17 en texcote c-12	Q2,295.00
2,500	Afiches impresos a full color 11 * 17 en texcote c-12	Q3,750.00
500	Tentafoliales impresos a full color en papel cauche c-100 de 4 * 12.5	Q1,380.00
1,000	Tentafoliales impresos a full color en papel cauche c-100 de 4 * 12.5	Q1,650.00
2,500	Tentafoliales impresos a full color en papel cauche c-100 de 4 * 12.5	Q2,485.00
500	Tentafoliales impresos a full color en papel cuache c-100 de 3.5 * 8.5	Q1,325.00
1,000	Tentafoliales impresos a full color en papel cuache c-100 de 3.5 * 8.5	Q1,500.00
2,500	Tentafoliales impresos a full color en papel cuache c-100 de 3.5 * 8.5	Q2,100.00
1	Lona vinilica de .50 * 1	Q115.00
TOTAL		Q18,525.00

Los precios de los productos de la presente cotización tiene una validéz de 20 días hábiles a partir de la presente fecha y estan sujetos a cambio sin previo aviso.
La forma de pago es 50% de anticipo y el saldo contra entrega.

Copia Fiel

Autorizado Cliente

Instrumento de Validación para el Grupo Objetivo



Arquitectura



diseño gráfico
U S A C

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Licenciatura de Diseño Gráfico
Énfasis Creativo, Especialidad Publicidad

Nombre del Proyecto

“CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA DETECCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER CERVICAL EN MUJERES GUATEMALTECAS”.

Responda a continuación las siguientes cuestiones, según lo que haya observado con el materia que se le ha presentado.

VALIDACIÓN Grupo Objetivo

1. ¿Puede leer con claridad el mensaje?

SI

NO

2. ¿Comprende el mensaje?

SI

NO

3. ¿Le llama la atención las imágenes?

SI

NO

4. ¿Comprende el significado de las fotografías?

SI

NO

5. ¿Es positiva la actitud que muestran las mujeres en las imágenes?

SI

NO

6. ¿Cree que es necesario informar a las mujeres sobre el tema de Cáncer de Cérvix?

SI

NO

Instrumento de Validación para Diseñadores Gráficos



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Licenciatura de Diseño Gráfico
Énfasis Creativo, Especialidad Publicidad

Nombre del Proyecto

“CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA DETECCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER CERVICAL EN MUJERES GUATEMALTECAS”.

Responda a continuación las siguientes cuestiones, según lo que haya observado con el materia que se le ha presentado.

VALIDACIÓN Diseñadores Gráficos

1. ¿Comprende el mensaje que se desea transmitir?

SI

NO

2. ¿Considera que las fotografías en el material gráfico reflejan el concepto de diseño?

SI

NO

3. ¿Cree usted que la composición de los elementos de diseño están colocados de una manera armónica?

SI

NO

4. ¿Relaciona el color rojo con el rojo institucional?

SI

NO

5. ¿Considera que la tipografía es dinámica y femenina?

SI

NO

6. ¿Considera que el material tiene demasiados textos?

SI

NO

7. ¿Cree que el mensaje refleja positivismo para el grupo objetivo?

SI

NO

OBSERVACIONES:

Instrumento de Validación para Expertos en el tema / Cliente



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Licenciatura de Diseño Gráfico
Énfasis Creativo, Especialidad Publicidad

Nombre del Proyecto

“CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA DETECCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER CERVICAL EN MUJERES GUATEMALTECAS”.

Responda a continuación las siguientes cuestiones, según lo que haya observado con el materia que se le ha presentado.

VALIDACIÓN
Especialistas en el Tema

1. ¿Puede leer con claridad el mensaje?

SI

NO

2. ¿Comprende el mensaje?

SI

NO

3. ¿Le llama la atención las imágenes?

SI

NO

4. ¿Comprende el significado de las fotografías?

SI

NO

5. ¿Relaciona el color rojo con el rojo institucional de ALAS?

SI

NO

6. ¿Considera que el diseño del material es femenino?

SI

NO

7. ¿Le incentiva el mensaje de forma positiva para cuidar su salud?

SI

NO

8. ¿Cree que es necesario informar a las mujeres sobre el tema de Cáncer de Cérvix?

SI

NO

Validación con los Expertos en el tema / Cliente



Presentación de Propuesta Gráfica con los Expertos en el tema / Cliente



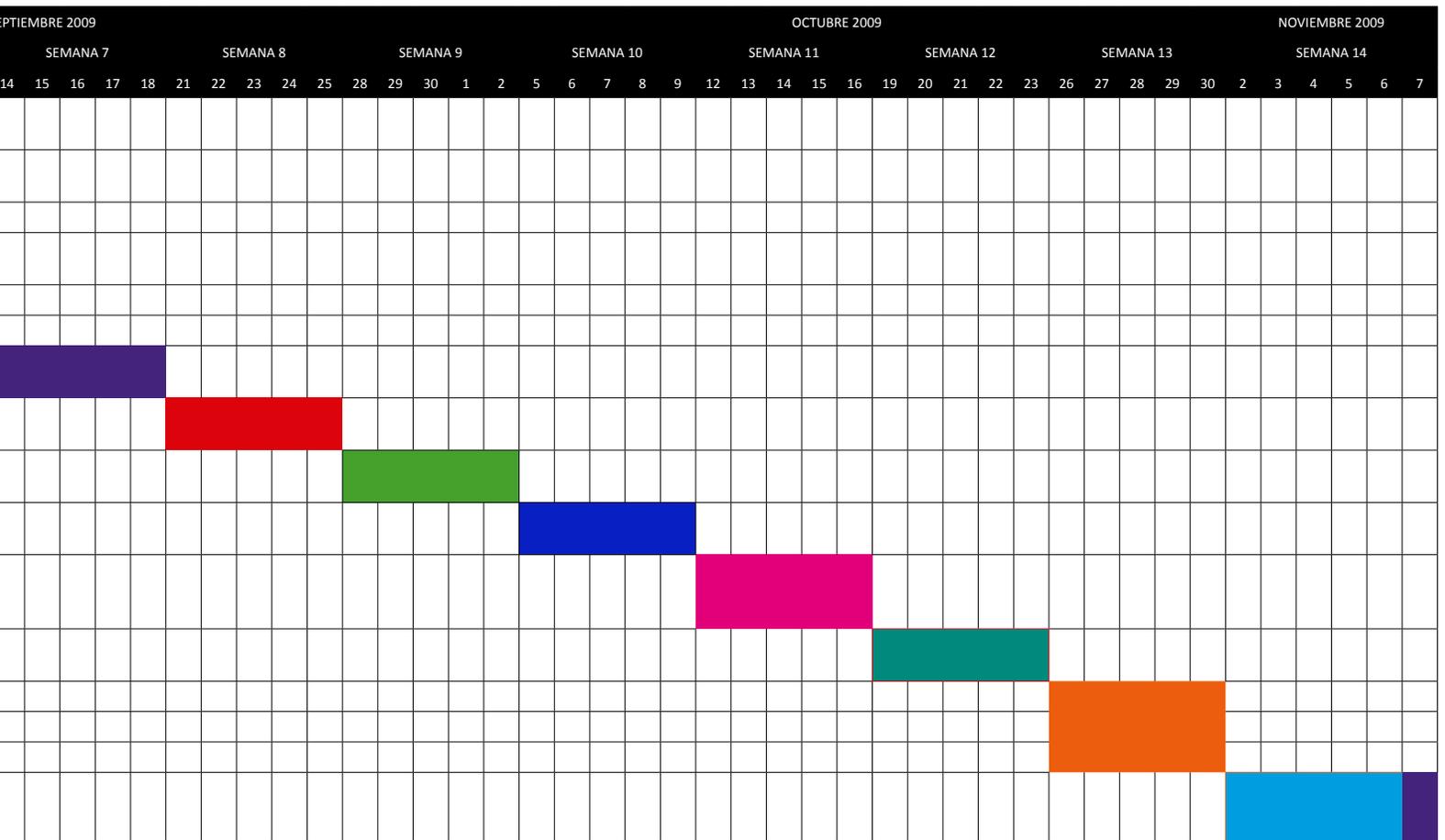


Fotografía: María José Valdés

No.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROYECTO DE GRADUACIÓN 2009	AGOSTO 2009																															
		SEMANA 1					SEMANA 2					SEMANA 3					SEMANA 4					SEMANA 5					SEMANA 6						
		3	4	5	6	7	10	11	12	13	14	17	18	19	20	21	24	25	26	27	28	31	1	2	3	4	7	8	9	10	11		
1	Análisis de la situación encontrada en la institución. Planteamiento de problema y tema a tratar.	█																															
2	Recopilación de datos proporcionados por ALAS. Establecimiento de tema. Cáncer de Cérvix.						█																										
3	1a visita con jornada médica. Estudio del G.O											█																					
4	2a visita jornada médica. Estudio de G.O. Toma de fotografías. Inicio de proceso de bocetaje.																█																
5	Proceso de 1a propuesta gráfica.																					█											
6	Bocetaje de 1a propuesta.																										█						
7	Realización de concepto creativo. Toma de fotografías para material y propuesta digital.																																
8	Presentación de 1a propuesta a la institución. Modificaciones para una 2a propuesta.																																
9	Rediseño para una 2a propuesta de diseño. Toma de nuevas fotografías para material gráfico.																																
10	Cambios de redacción 3a propuesta. Redacción de posibles validaciones.																																
11	Presetación y corrección. Entrega de 3a propuesta a la institución. Corrección de encuestas de validación.																																
12	Corrección de información del material gráfico. Validación con institución y grupo objetivo.																																
13	Validación con profesionales.																																
14	Presentación final con la institución.																																
15	Proceso de redacción para informe final.																																
16	Redacción para informe final. Entrega final de informe de Proyecto de Graduación.																																



CRONOGRAMA de actividades







IMPRÍMASE

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO FACULTAD DE ARQUITECTURA

Lic. José Francisco Chang Meneses
ASESOR METODOLÓGICO

María José Valdés Toledo
SUSTENTANTE

Guatemala, noviembre de 2010.



Presentado por
María José Valdés Toledo
200511241

Guatemala, Noviembre de 2010.



Guatemala, 2010.



arquitectura



diseño gráfico
U S A C