

Campana Publicitaria

para el Grupo de Investigaci3n e
Incidencia para la Seguridad Alimentaria
-GIISAN-

Andrea Noemi Ju3rez Marroqu3n • Carn3 200511264 • Guatemala, junio 2010

bservatorio
Derecho a la Alimentaci3n



Presentado por Andrea Noemi Ju3rez Marroqu3n,
para optar al t3tulo de Licenciada en Diseo Grfico,
egresada de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos

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

Nómina de Autoridades
Junta Directiva de Arquitectura:

Decano: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Vocal 1: Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz
Vocal 2: Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes
Vocal 3: Arq. Carlos Enrique Martini Herrera
Vocal 4: Maestra Sharon Yanira Alonso Lozano
Vocal 5: Br. Juan Diego Alvarado Castro
Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Directora de Escuela de Diseño Gráfico:

Licda. Emperatriz Pérez

Tribunal Examinador:

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Lic. Victor Manuel Pacheco Palma
Lic. Luis Urizar
Licda. Mayra López López

Asesores de Proyecto:

Lic. Victor Manuel Pacheco Palma
Lic. Luis Urizar
Licda. Mayra López López

Andrea Noemi Juárez Marroquín
Carné 200511264
Guatemala, Junio de 2010

PRESENTADO POR ANDREA NOEMI JUÁREZ MORROQUÍN



PROYECTO REALIZADO EN LOS DEPARTAMENTOS DE
CHIQUIMULA Y TOTONICAPÁN
EN EL PERIODO DE JULIO DE 2009 A JUNIO DE 2010

Campaña Publicitaria

Fotografía [Andrea Juárez] Guatemala














Para el Grupo de Investigación
e Incidencia para la Seguridad
Alimentaria ·GIISAN·



Fotografía [Andrea Juárez] Maíz

ÍNDICE

	7	AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS		
	9	PRESENTACIÓN		
	10	CAPÍTULO I: Introducción		
		Antecedentes	11	
		Problema	12	
		Justificación	13	
		Objetivos de diseño	15	
	16	CAPÍTULO II: Perfil de la organización que demanda el servicio y público destinatario		
		Perfil de la organización y el servicio que brinda	17	
		Grupo objetivo	21	
	24	CAPÍTULO III: Conceptos de Diseño y bocetos		
		Conceptos fundamentales	25	
		Concepto Creativo	30	
		Proceso de desarrollo de los bocetos y decisiones de diseño	32	
		Argumentos de los elementos gráficos de Diseño	37	
	38	CAPÍTULO IV: Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final		
		Comprobación de eficacia	31	
		Propuesta gráfica final y fundamentación	46	
	56	CONCLUSIONES		
		Conclusiones	60	
		Recomendaciones	61	
	62	LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA		
	68	BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS		
	66	GLOSARIO		
	72	ANEXOS		



Fotografía [Andrea Juárez] Güicoy

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA

A Dios:

Por haberme dado una vida maravillosa, por escuchar mis alegrías, locuras, tristezas y algunos problemas, por jamás abandonarme ni juzgarme.

A la Virgen María:

Por guiarme en un buen camino para algún día llegar a ser una profesional y poder ayudar a la población con mis servicios.

A mis padres Hugo y Dora Juárez:

Por ser los mejores padres del mundo, por haber cuidado de mí, aconsejarme, darme la mejor educación, por crear la mujer que soy, brindarme amor y apoyo en todo momento. En pocas palabras por haberme dado todo.

A mis hermanas Celia y Fernanda Juárez:

Por ser mis confidentes, por acompañarme en las desveladas de todos estos años de mi carrera. Gracias por toda su ayuda, espero haber sido para ustedes un buen ejemplo a seguir.

A Marco Tulio Rosas:

Por su amor, por todo el soporte y comprensión, por ser una de las persona que me entiende, pero sobre todo, gracias por creer en mí.

A mis amigos:

De la infancia, del colegio y mis colegas de la Universidad, especialmente las VIP; muchá, gracias por compartir momentos únicos, por estar siempre conmigo cuando los necesité.

A la Universidad San Carlos de Guatemala:
Por permitirme ser una san carlista, por haberme convertido en toda una profesional.

A mis Asesores de proyecto,

Licenciados Víctor Pacheco, Luis Urizar y Licda. Mayra López:

Por haberme ayudado y guiado de la mejor manera en mi proyecto de graduación, les agradezco su tiempo y dedicación.



Fotografía [Andrea Juárez] Chiquimula

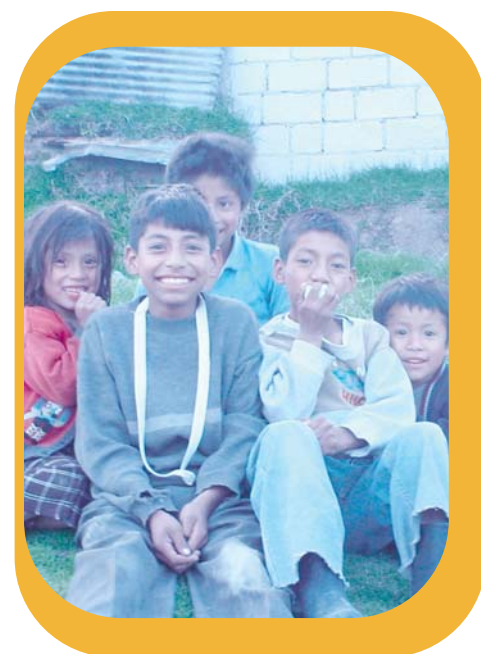
PRESENTACIÓN

La desnutrición existe cuando el cuerpo no está recibiendo los nutrientes suficientes en su organismo, este problema se encuentra sobre todo en las áreas rurales y pueblos indígenas. Esto se debe a que la población no posee educación ni los recursos adecuados para tener una mejor vida.

GISAN es una organización que lucha contra el hambre, por ello busca la realización de estrategias para poder educar a la población y de esta forma pueda prevenir los problemas alimentarios. Esta organización posee un proyecto llamado Observatorio Derecho a la Alimentación (Observatorio D-SAN) el cual busca disminuir los problemas nutricionales de los departamentos de Chiquimula y Totonicapán para luego ampliarse hacia la demás población guatemalteca.

Sin embargo esta organización necesita apoyo monetario y humano, por ello se realizó el presente proyecto que se desarrolla una campaña publicitaria para informar acerca de las causas y la magnitud que el pueblo guatemalteco sufre por la desnutrición.

Esta campaña pretende obtener donaciones, equipo, voluntarios, cualquier tipo de ayuda que el grupo objetivo esté dispuesto a donar para brindar un derecho a la alimentación a quienes lo necesitan.



Fotografía [Andrea Juárez]

CAPÍTULO I

- Introducción
- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Problema
- 1.3 Justificación
- 1.4 Objetivos de Diseño

Fotografía [Andrea Juárez] Tomate

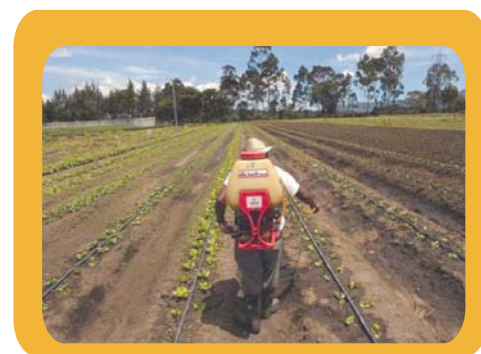
El Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GIISAN- es una organización que lucha contra la pobreza y el hambre, creando un antecedente que pueda ser replicado y extendido a todos los departamentos del país afectados por problemas de la misma naturaleza, por lo cual crearon un proyecto llamado Observatorio Derecho a la Alimentación (Observatorio D-SAN), que desarrolla sus actividades con mayor profundidad en los departamentos pilotos (Chiquimula y Totonicapán) debido a sus altos índices de inseguridad alimentaria, y se proyecta a toda la República de Guatemala.

Mediante esta acción, se pretende que se reconozca e introduzca de manera efectiva el Derecho a la Alimentación, como un Derecho Humano fundamental, de acuerdo a las recomendaciones existentes en muchos documentos del derecho internacional.

En el mediano y largo plazo, la organización pretende contribuir a la creación de las condiciones necesarias para que el Estado tome las medidas necesarias para la lucha contra la desnutrición y la pobreza, con la participación de las poblaciones.

La misión del Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GIISAN- es aportar criterios e instrumentos técnicos para efectuar un mejor análisis y uso de la información en la Seguridad Alimentaria Nutricional -SAN- de Guatemala.

La organización necesita una campaña publicitaria que informe de forma visual a la población y esta auxilie a los afectados a una educación hacia la alimentación y derecho alimentario.



Fuente -GIISAN-



Fotografía [Andrea Juárez]

1.1 Antecedentes



1.2 Problema

En Guatemala y en las aldeas de algunos departamentos se padece un atraso en su desarrollo corporal debido a la pobreza y la desnutrición provocada por el consumo de una dieta mal balanceada, que a su vez produce problemas digestivos.

La población afectada carece de información sobre los problemas de nutrición, mala alimentación y los derechos de la alimentación. No existen programas de capacitación clara y acertada en este tema. Existen problemas comunicacionales, ya que no se posee la suficiente información requerida.

Además estos departamentos carecen condiciones para acceder a los satisfactores básicos, entre ellos a la alimentación y la salud, lo que le limita no sólo el acceso a los nutrientes necesarios, sino también a tener un inapreciable aprovechamiento biológico de los nutrientes ingeridos.

El problema también reside en la falta de un material adecuado que informe a la población no afectada la necesidad de una alimentación, para que sensibilice y cree un cambio de conducta en ellos, y así ofrecer una ayuda hacia la organización.

Es por eso que se desarrollará el proyecto: Diseño de campaña publicitaria del Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-, proyecto de investigación comunicacional realizado en la ciudad de Guatemala, en el periodo de Julio 2,009 a Julio del 2,010.



Fotografía [Laura Diéguez]

1.3 Justificación

Magnitud

En Guatemala, 49.3 por ciento de los niños menores de 5 años padece desnutrición crónica. En el caso de los niños indígenas menores de 5 años, la cifra es de 69.5 por ciento.

Los departamentos que presentaron mayor porcentaje de desnutrición crónica en niños en edad escolar son Totonicapán, 73.24 por ciento; Sololá, 73.17 por ciento; Quiché, 64.79 por ciento; y Huehuetenango, 63.39 por ciento.

De 332 municipios, 118 están catalogados con porcentajes de prevalencia de desnutrición crónica por arriba del 59 por ciento, en edades de 6 a 9 años, y 15 de estos municipios tienen más del 80 por ciento.

Las regiones más afectadas son noroccidente, norte, suroccidente, central, nororiente y, por último, la región metropolitana.

A ello se debe sumar la desnutrición de las mujeres que repercute en el bajo peso de los bebés al nacer. La agencia especializada de la Organización de las Naciones Unidas señala que más del 25 por ciento de las madres han padecido este mal de modo crónico y 22.1 por ciento de las gestantes sufren de anemia.

En cuanto a pobreza se puede observar una situación más uniforme entre los municipios de Chiquimula, siendo en todo caso el índice uno de los más altos a nivel nacional con un 73.73 por ciento. Podría decirse que la población desnutrida del departamento de Chiquimula es de 143.166 personas, esto según el Sistema Nacional de Seguridad Alimentaria Nutricional -SINASAN- de Guatemala.

Fotografía [Laura Diéguez]



Trascendencia

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) reveló que Guatemala es el país con más alta tasa de desnutrición crónica en Latinoamérica y el sexto a nivel mundial, como también continúa siendo el país con los índices más altos de desnutrición en Centroamérica, según estudios de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

El 49 por ciento de los niños sufren de desnutrición crónica y anemia nutricional que afecta al 26 por ciento de los niños entre 1-5 años en Guatemala, lo cual demuestra que ocupa el peor puesto en materia de inseguridad alimentaria en la región, dijo Enrique de Loma, coordinador del Programa Especial de Seguridad Alimentaria (PESA) en Centroamérica. Esto se debe a que el 56 por ciento de la población guatemalteca vive en la pobreza, 15,7 por ciento de la cual es indigente, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística.

Vulnerabilidad

Como estrategia para disminuir la desnutrición en Guatemala y Chiquimula, se trabajará en una campaña publicitaria sobre el Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-, para ser presentada ante los funcionarios públicos, entidades gubernamentales, privadas e internacionales y algunas asociaciones, a fin de lograr apoyo para creaciones de centros de nutrición donde se suministren capacitación y ayuda para las comunidades más necesitadas.

Factibilidad

El Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN- cuenta con los recursos suficientes para lanzar la campaña publicitaria.

También se pretende buscar patrocinadores o alianzas con otras entidades y organizaciones para ser respaldados de alguna manera y dar marcha a este proyecto.



Fotografía [Laura Diéguez]



Fotografía [Laura Diéguez]

1.4 Objetivos de Diseño

OBJETIVOS GENERALES

Diseñar una campaña publicitaria del Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desarrollar material impreso publicitario para informar de forma visual para motivar al grupo objetivo a brindar su ayuda a la organización.

Realizar material audiovisual para motivar a las entidades gubernamentales, privadas e internacionales, asociaciones y fundaciones a que contribuyan para la organización Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-, e invitar a los jóvenes a que se unan como voluntarios, ya que con su aporte se podrá disminuir el problema de la desnutrición en los departamentos pilotos.

Diseñar la imagen corporativa para la organización Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-, para que tenga un impacto visual en la sociedad y se dé a conocer.



Fotografía [Andrea Juárez]

CAPÍTULO II

- 2.1 Perfil de la Organización
- 2.2 Grupo Objetivo

Fotografía [Andrea Juárez] Mazorca

Nombre de la organización:

Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GIISAN-, y Observatorio del Derecho a la Alimentación -Observatorio D-SAN-.

Teléfono: 22328011

Dirección: GIISAN está ubicado en 7 av. Y 12 calle, Edificio Etisa, oficina 10 sótano (pendiente de confirmación) y el Proyecto del Observatorio está ubicado en la 2a calle 4-55 zona 1.

Tipo de institución: Organización de la sociedad civil, no lucrativa, con fines políticos no partidistas.

Representante Institucional: Suceli Girón, Coordinadora de Incidencia y Cabildeo.

Misión: Aportar criterios e instrumentos técnicos para efectuar un mejor análisis y uso de la información en la Seguridad Alimentaria Nutricional de Guatemala.

Objetivo General: El objetivo del Observatorio Derecho a la Alimentación es contribuir a mejorar el ejercicio del Derecho a la Alimentación en Guatemala, y el objetivo principal de GIISAN es efectuar en forma eficaz y eficiente un análisis, consulta y consenso de la información en SAN, para la toma de decisiones en este campo, tanto de las instituciones de gobierno como de la sociedad civil y cooperación internacional, todo ello en la búsqueda de soluciones integrales a la inseguridad alimentaria nutricional.

Objetivo Específico: Apoyar la implementación de la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PNSAN) para la realización progresiva del Derecho a la alimentación en Guatemala.



Fotografía [Andrea Juárez]

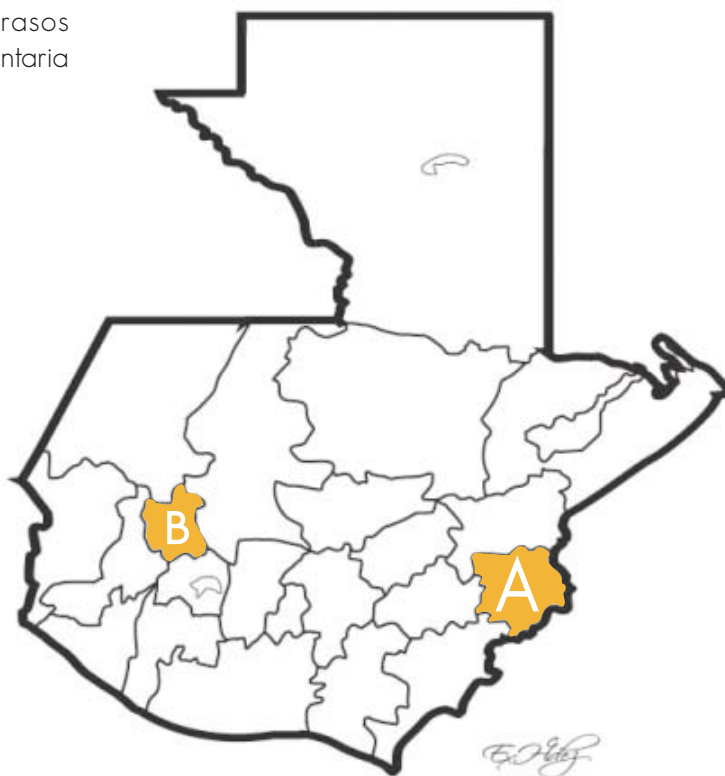
2.1 Perfil de la Organización

Características generales de la población que atiende:

Las acciones de monitoreo, fiscalización e incidencia impulsadas por el proyecto para la aplicación de la Política de SAN , beneficiarán en el largo plazo a los 2,8 millones de personas desnutridas en todo el territorio de Guatemala; este grupo está conformado en su mayoría por grupos étnicos de origen Maya y con residencia en el área rural.

Entre los grupos destinatarios de este proyecto, está contemplado el nivel central y la población desnutrida y, en situación de vulnerabilidad alimentaria, 2 departamentos, elegidos como piloto en el marco de esta propuesta: los departamentos de Chiquimula y Totonicapán, dos áreas geográficas pertenecientes a regiones distintas del país, que evidencian atrasos significativos en cuanto a inseguridad alimentaria de su población.

Guatemala



Fuente: miblogchapin.wordpress.com/.../ guatemalablancoynegro

A

Chiquimula



- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| 1. Chiquimula | 7. San José La Arada |
| 2. Jocotán | 8. San Jacinto |
| 3. Camotán | 9. Ipala |
| 4. Esquipulas | 10. Quetzaltepeque |
| 5. Olopa | 11. Concepcion Las Minas |
| 6. San Juan La Ermita | |

Fuente: miblogchapin.wordpress.com/.../chiquimula

B

Totonicapán



1. Santa Lucía La Reforma
2. San Bartolo
3. Momostenango
4. Santa María Chiquimula
5. San Francisco El Alto
6. Totonicapán
7. San Cristóbal Totonicapán
8. San Andrés Xecul

Fuente: miblogchapin.wordpress.com/.../totonicapan

Chiquimula se ubica entre los departamentos de "Vulnerabilidad Alta", al evidenciarse que el 47.68% padece algún tipo de atraso en su desarrollo corporal. En cuanto a pobreza, en Chiquimula se observan dicotomías que manifiestan la fuerte desigualdad que vive su población, especialmente entre los ladinos y la población indígena chortí (83% de pobreza entre los chortí, contra el 56% del promedio departamental). En cambio, el departamento de Totonicapán se destaca por ser considerado el departamento con mayor vulnerabilidad alimentaria del país ("Muy Alta"): el 73.24% de su población infantil sufre retrasos de crecimiento, mientras que la media nacional es del 48.8%. En cuanto a pobreza se puede observar una situación más uniforme que en Chiquimula entre sus municipios, siendo en todo caso el índice uno de los más altos a nivel nacional (73.73%). Debido a estas características, Totonicapán y Chiquimula se han convertido en referentes para evidenciar el desarrollo de las políticas alimentarias. La población desnutrida de los departamentos de Chiquimula (143.166) y Totonicapán (273.648) suma 416.814 personas.

Público con quien se relaciona la institución:

- Personas que estén afectadas con la desnutrición en Guatemala
- Procedencia: El 100% son guatemaltecos o guatemaltecas. La mayoría nació en el departamento de Guatemala.
- Ubicación geográfica: Ciudad de Guatemala
- Estado Civil: En su mayoría son niños y niñas menores de 5 años, niños en edad escolar, mujeres embarazadas.
- Distribución por sexo: femenino y masculino.
- Nivel de escolaridad: Primaria.
- Idioma: español, Ch'orti', Q'eqchi', K'iche', Kaqchiquel.
- Características Socioeconómicas: Clase social Baja
- Religión: cristiano, católico, protestante, maya.
- Personalidad: Autoestima baja, piensa a corto plazo, depresivos.
- Actitudes: Fatiga, deficiencias en el organismo, retraso mental.



Fotografía [Laura Diéguez]

2.2 Grupo Objetivo

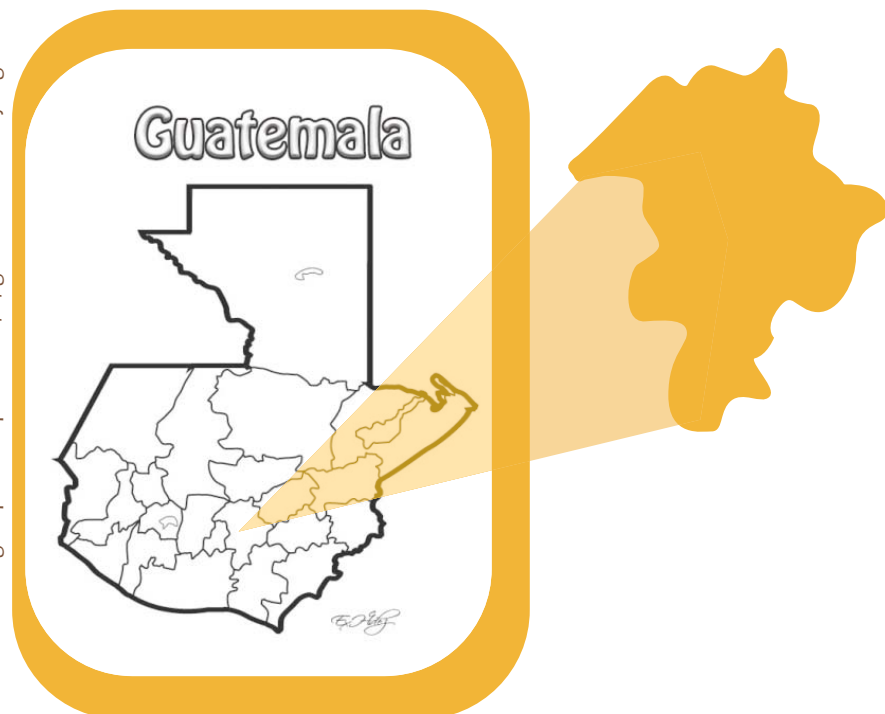
El grupo objetivo primario está conformado por todas las autoridades superiores, entidades gubernamentales, privadas e internacionales, asociaciones lucrativas y no lucrativas y fundaciones que colaboren por medio de donaciones.

El grupo objetivo secundario está conformado por jóvenes que se sientan motivados a unirse como voluntarios, a fin de contribuir con la asociación.

Perfil Geográfico

- Región: Ciudad de Guatemala.
- Tamaño del área: 228 km .
- Población:
Existen 11,237,196 de habitantes en Guatemala, 5,496,839 hombres y 5,740,357 mujeres, según el Instituto Nacional de Estadística, Dirección de Censo y Encuestas del año 2002.
- Densidad: urbana.
- Clima: templado y cálido.

Fuente: miblogchapin.wordpress.com/.../guatemalablancoynegro



Perfil Demográfico:

Edad: Comprendido entre 20 a 25 años de edad.

Sexo: Masculino y Femenino.

Nacionalidad: Guatemaltecos (as) y extranjeros.

Ciclo de vida Familiar: Jóvenes solteros, casados y divorciados.

Clase Social: Nivel socioeconómico medio y medio alto.

Educación: Secundaria terminada, Técnico terminado, Licenciatura terminada.

Religión: Cristiano, Católico, Evangélico.

JÓVENES VOLUNTARIOS



Fotografía [Andrea Juárez]

Perfil Psicográfico

- Personalidad: toman sus decisiones con mucho conocimiento, autoestima alta, autocontrol, perseverancia, triunfadores, investigadores, voluntarios y colaboradores.
- Actitudes: trabajadores, solidaridad, responsabilidad, capacidad de interactuar, disciplina, compromiso de trabajo, tolerancia y cooperación, administración, donan a las organizaciones.
- Clase social: nivel socioeconómico medio alto y alto.
- Estilo de vida: Son personas triunfadoras, integradas, victoriosas, les gusta cooperar con la sociedad, uso del tiempo, energía y el dinero de manera eficiente.

ENTIDADES GUBERNAMENTALES, PRIVADAS E INTERNACIONALES ASOCIACIONES Y FUNDACIONES



Fotografía [Andrea Juárez]

Fuente www.scep.gob.gt/.../congreso



CAPÍTULO III

- 3.1 Conceptos fundamentales
- 3.2 Concepto creativo
- 3.3 Proceso de desarrollo de bocetaje y decisiones de diseño

Fotografía [Andrea Juárez] Papa



Alimentación

Es una de las principales preocupaciones del ser humano, ya que de esta dependerá en gran medida que el ser humano lleve una vida saludable. Esta debe ser balanceada, no hay que ingerir un solo grupo de comidas, ni tampoco, exagerar en un tipo de alimento. Una buena alimentación dará energía; esta reparará y regulará el proceso del metabolismo, también es esencial en la etapa de crecimiento para tener un buen funcionamiento en el organismo.

Alimento es cualquier sustancia natural o sintética que contenga uno o varios de los principios que la química cataloga como hidratos de carbono, grasas, proteínas, vitaminas y sales orgánicas. Se define como alimento a cualquier sustancia que introducida en la sangre, nutre, repara el desgaste y da energía y calor al organismo, sin perjudicarlo ni provocarle pérdida de su actividad funcional. (monografias.com /trabajos/definición de alimento).

Según el texto La desnutrición Crónica: El enemigo silencioso, la Seguridad Alimentaria Nutricional se da cuando en un país todas las personas gozan, en forma oportuna y permanente, de acceso físico, económico y social a los alimentos que necesiten, en cantidad y calidad.

Desnutrición

Significa que el cuerpo de una persona no está recibiendo los nutrientes suficientes en su organismo. Esto puede ser por el consumo de una dieta inadecuada o mal balanceada, por trastornos digestivos, problemas de digestión, esto también suele pasar por no tener los recursos monetarios y no contar la disponibilidad de poder obtener los alimentos adecuados. Existe desnutrición en gran parte de la población guatemalteca, sobre todo en las áreas rurales y pueblos indígenas, sobre todo en los niños y mujeres embarazadas, este desorden alimenticio puede causar la muerte.

Es un estado patológico provocado por la falta de ingesta o absorción por estados de exceso de gasto metabólico. Puede ser primaria que también puede ser llamada desnutrición leve, o desnutrición secundaria, la cual si llega a estar muy grave puede llegar a ser otra patología como el cáncer o tuberculosis. Significa que el cuerpo de una persona no está obteniendo los nutrientes suficientes. Esta condición puede resultar del consumo de una dieta insuficiente o mal balanceada, por trastornos digestivos, problemas de absorción u otras condiciones médicas. Esta enfermedad puede traer consecuencias para el enfermo, ya que por la falta de alimento puede padecer de otras enfermedades como la anorexia, anemia entre otras, este problema puede tener solución si se desea solo con la voluntad del paciente. (wikipedia.org:Desnutrición)

Según la UNICEF, la desnutrición es la principal causa de muertes en pequeños en países. La prevención es una prioridad de la Salud.

De acuerdo con Beatriz Quedaños (2002: 5) la desnutrición infantil es la enfermedad nutricional más importante en los países en desarrollo debido a su alta prevalencia y asociación con altas tasas de morbilidad y mortalidad infantil. Entre los factores que influyen en el problema de la desnutrición infantil se encuentra la baja escolaridad de la madre, el nivel socioeconómico familiar, el acceso y la utilización de servicios de salud, la disponibilidad y acceso a alimentos, servicios básicos de salud.

Benjamín Burton (1996:241) señala que la malnutrición es un estado de imperfecta capacidad funcional o de deficiencia en la integridad estructural y/o del desarrollo, producido por una discrepancia entre el suministro de nutrientes esenciales y la demanda biológica específica de los mismos por parte de los tejidos corporales.



Fotografía [Laura Diéguez]

Vitaminas

Son necesarios para el organismo, estas ayudan a tener más energía y no padecer enfermedades en la vida. Algunas frutas y verduras contienen vitaminas que es posible preparar con suplementos bajo en grasa siendo estos saludables para nuestro cuerpo. Son compuestos orgánicos que se encuentran en pequeñas cantidades en muchos alimentos. Son indispensables para la vida, necesarias para que el cuerpo funcione debidamente y que normalmente no pueden ser fabricadas o sintetizadas internamente. Si bien se encuentran en los alimentos, es en pequeñas cantidades, por lo que es recomendable obtenerlas en suplementos dietéticos o por vía tópica. (megustacuidarme.es: diccionario-estético)

Proteínas

Son sustancias que se encuentran en muchas partes del cuerpo que le ayuda a resistir las enfermedades. Son componentes indispensables y normales de toda célula viviente.

Por otro lado, Marie Turcios (2006:13) menciona que la función de las proteínas es más práctica que energética, es decir son imprescindibles para construir y reparar tejidos.

3.1 Concepto referido a la propuesta

Diseño Gráfico

Es una forma de expresar por medio de ilustraciones, fotografías o imágenes algún mensaje. El campo del diseño es amplio como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. El diseño gráfico no significa crear un dibujo, es algo más que un boceto, es crear ideas por medio de conceptos, aunque para poder conseguir poder comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y tener la imaginación, la experiencia, el buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada.

Es una profesión cuya actividad industrial está dirigida a idear y proyectar mensajes visuales, contemplando diversas necesidades que varían según el caso: estilísticas, informativas, identificadoras, vocativas, de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, de innovación, entre otros.
(wikipedia.org:Diseñografico)

Por otra parte, Alan Suann (1990:11) señala que, La base del diseño gráfico es la conjunción de diversos elementos en una misma área con objeto de lograr una interacción que transmitirá un mensaje dentro de un contexto determinado. El mensaje puede comunicarse e incluso modificarse mediante una cuidadosa manipulación visual de los elementos que van a ser utilizados dentro del área del diseño. Estos elementos son: palabras, fotografías, ilustraciones, imágenes, gráficas, color, blanco y negro.



Fuente: <http://www.alta-resolucion.net/index.php>

La Publicidad

Significa divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, clientes. Tiene como fin el poder convencer, por medio de la comunicación de ideas, palabras e imágenes, al consumidor de comprar un producto o utilizar un servicio y no la competencia directa del mismo.

Los medios de comunicación son quienes transmiten la mayoría de la publicidad existente.

Es una técnica de masiva, destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción, generalmente compulsiva.

Es un proceso de comunicación controlado a través de los medios de comunicación que da a conocer un producto o un servicio con la finalidad de informar o influir en su compra o aceptación. (wikipedia.org:Publicidad)

Alan Suann define el diseño de imagen corporativa como el manejo explícito de la forma que se perciben las actividades de una compañía. También señala que los membretes deben idearse para ocupar el encabezamiento de una hoja de papel, permitiendo que el resto de la hoja contenga un mensaje. Además, menciona que en las tarjetas de presentación es habitual que estas se atengan al estilo, el color y la imagen establecida en la creación de los membretes, los tamaños se ajustan a restricciones tales como los tamaños de los bolsillos y de las carteras.

La Tipografía

Son usadas a diario, por ejemplo cuando se hace un trabajo escrito con una computadora y se selecciona el tipo de letra que se empleará, cuando se consulta un libro o se hojea una revista o el periódico y se nota distintas letras, pues ellas son las tipografías.

La tipografía lo que busca principalmente es ser funcional, comunicar, transmitir, aunque sea experimental no deja de comunicar.

Es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso (ya sea sobre un stablecen entre ellos. (wikipedia.org:Tipografia)



Fotografía [Andrea Juárez]



Ilustración [Andrea Juárez]

Story Board

También es llamado como guión gráfico, es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, pre visualizar una o seguir la estructura de una antes de realizarse o filmarse.

Está constituido por una serie de imágenes que llevan el texto en la parte inferior, su finalidad es narrar visualmente el desarrollo de la película televisiva, cuáles serán las escenas centrales y cuáles los diálogos más significativos. Curso de Diseño Gráfico, Educar Cultural Recreativa (2005:41).



Fuente: illustrations.greghigh.com/storyboard_design.html

Spot

Es un anuncio donde un mensaje destinado da a conocer un producto, suceso o similar al público. Actualmente los anuncios están relacionados con un propósito persuasivo y están encauzados a la promoción de artículos, productos y servicios. El mayor ámbito de actuación de los anuncios son los medios de comunicación, especialmente los audiovisuales, por tener un efecto más fuerte sobre el espectador.

También puede decirse que es un soporte visual, auditivo o audiovisual de breve duración que transmite un mensaje que se limita a un hecho básico o a una idea, generalmente de carácter publicitario.

Un anuncio televisivo es el medio ideal para la difusión de mensajes publicitarios, ya que puede combinar imágenes en movimiento con sonidos y músicas atractivas para el espectador.



Ilustración [Andrea Juárez]

3.2 Concepto Creativo

Para la Campaña Publicitaria para el Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-, se crearon varias ideas para llegar a un concepto creativo:

- Vivimos en un mundo donde necesitamos juventud
- ¿Se puede vivir sin comida? No, no se puede
- ¿Se puede combatir la desnutrición en Guatemala?
Sí, sí se puede
- Necesitamos un giro, un nuevo comienzo, una nueva Guatemala
- Con poco puedes hacer mucho
- Ayúdanos a evitarlo
- Tú decides su futuro
- Ellos tienen derecho a la alimentación
- Haz algo, todavía podemos cambiar dándole vida a nuestros hermanos
- ¿Qué pensarán los niños cuando tiras la comida?
- Es momento de tomar acción y dejar de quejarse
- En una Guatemala donde las personas pasan hambre y mueren de desnutrición severa cada año.
- Nace una esperanza, tenemos que lograr que gobernantes y grandes empresas dejen de mirar hacia otro lado.
- Los niños y niñas merecen un presente y un futuro de oportunidades
- El hambre se los está llevando. Dale una vida.



Sintetizando las ideas expuestas en las dimensiones anteriores, se llegó a definir un concepto más específico en base a las características que mejor definen a la organización -GISAN- :

DERECHO ALIMENTARIO

Este término es una idea simple y clara, expresa con fuerza la promesa de combatir el hambre a cambio del derecho a una vida. El mensaje que se transmite a las fundaciones y entidades interesadas para ayudar o ser voluntarios.

En la dimensión estética del concepto es simplemente informar los hechos con base en fotografías de diferentes géneros transmitiendo soledad y desesperación, para lo cual se utiliza color negro y verde con tipografía clara y sencilla.

Este concepto es el más adecuado al contexto y al grupo objetivo, da una solución a los problemas que plantea la organización donde el grupo afectado tenga el privilegio de una vida saludable, tener derecho a comer, **TENER DERECHO ALIMENTARIO.**



Fotografía [Laura Diéguez]

Proceso de Bocetaje

Para la realización de la Campaña Publicitaria para el Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN- se realizó un proceso de bocetaje en las piezas gráficas que se fue detallando cada vez más en cada uno de estos procesos hasta llegar a un resultado funcional y deseado.

Esta campaña seleccionó cuidadosamente piezas publicitarias atractivas y eficaces destinadas a diferentes puntos claves de la ciudad de Guatemala para transmitir el mensaje de una forma visual e interactiva.

Se tomó en cuenta los fundamentos teóricos y conceptuales para hacer funcional la campaña, este proceso de diseño llamará la atención a todas las entidades gubernamentales, privadas e internacionales como también asociaciones y fundaciones, incitándolos a donar e invitando a los jóvenes a ser parte de la asociación como voluntarios.

Se estudió el color que se iba a utilizar, ya que es un fenómeno muy expresivo en todas sus tonalidades y gamas. Esto tiene un papel predominante en el diseño de las piezas por ser perceptible y producir sensaciones para ser recordadas por sus llamativos colores.

También se tomó en cuenta el tamaño y uso de la tipografía para que el mensaje a transmitir sea claro.

Además se agregó una serie de fotografías escogidas minuciosamente para ser posicionadas en la mente del grupo objetivo.

Para que la campaña sea recordada se crearon varios slogans, de los que se escogió uno para todas las piezas publicitarias.

Todos estos elementos serán utilizados en todas y cada una de las piezas gráficas publicitarias para que mantenga una línea de diseño.

3.3 Proceso de desarrollo de Bocetaje

1er Proceso

Bocetos a Lápiz

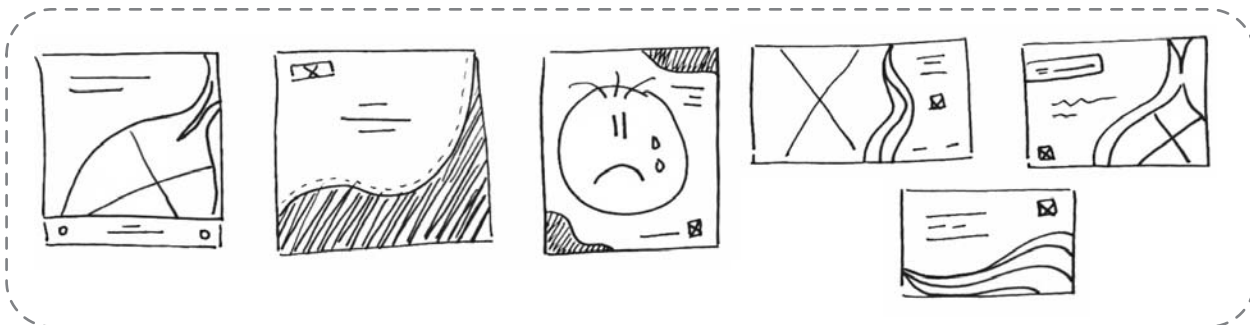


Imagen Corporativa

Los primeros bocetos de la papelería fueron realizados en base a los colores del logotipo de la asociación, como también se tomó en cuenta la utilización vectores de formas curvas para que mantuviera unidad con el logotipo, ya que este es conformado por una mazorca.

Piezas Gráficas

Las primeras propuestas para las piezas gráficas impresas fueron realizadas con fotografías de referencias, para tomar una idea de cómo va tomando forma cada pieza. Se emplean frases simuladas para indicar donde irá la información.



2do Proceso

Imagen Corporativa

Se empleó otro tipo de diseño más formal, con menos utilización de formas curvas y colores más verdes. Esta vez se empleó el logotipo en diferentes esquinas, este iba cambiando de dirección en las diferentes piezas de papelería.

Piezas Gráficas

Después de tener como base el tipo de fotografía que se requiere, se colocan fotos ya tomadas para la campaña, se propuso de igual manera, un fondo limpio y sencillo, con una imagen más sólida y con un toque más de color.



3er Proceso

Imagen Corporativa

En los siguientes bocetos se llegó a la conclusión donde la mazorca que era utilizada en las esquinas daba un aspecto informal, por lo tanto se creó una mazorca de forma abstracta donde el color verde bajó de tonalidad, haciéndose más suave.

Piezas Gráficas

Ya en el tercer nivel de bocetaje, se retiró las franjas y cuadros sólidos utilizando colores más difuminados. Se empleó el mismo diseño abstracto de las hojas de la mazorca en cada pieza. Se coloca la información necesaria para poder comunicarse con la asociación.



4to Proceso

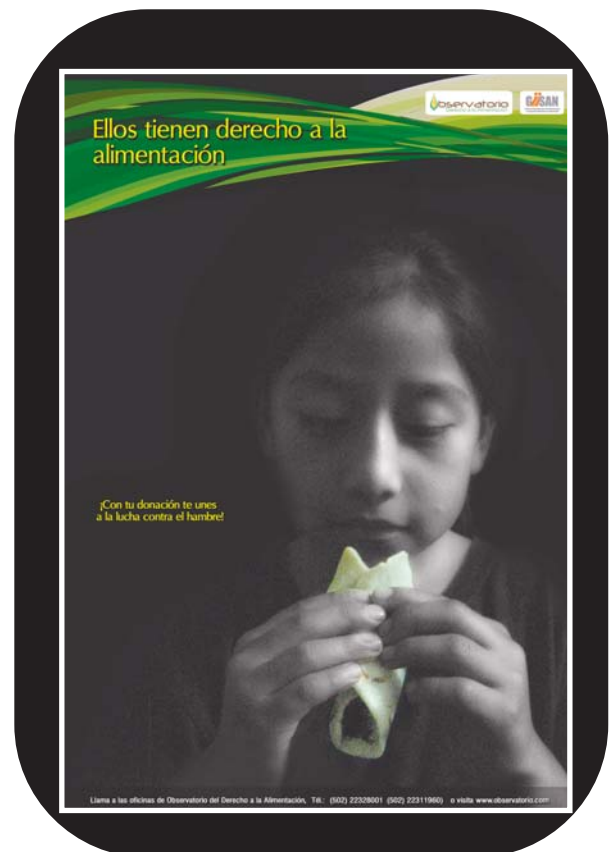
Imagen Corporativa

Se propuso bajarle un poco más de tonalidad al verde, creando un tipo de lente. Las formas de las hojas abstractas de la mazorca van en diferentes direcciones en cada una de las piezas de la papelería, se jugó con la posición para que connotara movimiento.



Piezas Gráficas

Después de todo el proceso de diseño que se empleó para las piezas publicitarias, se realizaron cambios en las imágenes y el tipo de color. Se propuso otro tipo de fotografía, ya que la que se estaba utilizando era demasiado fuerte para la sociedad. Por lo tanto se realizó una serie de sesión fotográfica escogiendo imágenes de acuerdo al nuevo slogan "ELLOS TIENEN DERECHO A LA ALIMENTACIÓN". En cuanto al color se trabajó con colores más oscuros para dar aspecto más serio.



Argumentos de los Elementos Gráficos de Diseño

Luego de trabajar el proceso de bocetaje, se definieron los siguientes criterios de diseño que se emplearon en cada pieza gráfica:

Habrán dos tipos de fotografías, donde se muestra a dos personajes: un niño y una niña. Este tipo de imagen es menos fuerte pero de igual impacto, ya que las actitudes que muestran los personajes serán las que motivarán al grupo objetivo a ayudar donando.

El slogan "ELLOS TIENEN DERECHO A LA ALIMENTACIÓN" será colocado como primer texto en tamaño más grande del resto de información, se trabajará de este modo para dar más importancia al mensaje. Este será de color verde para que llame la atención y será diagramado en fondo oscuro para que el mensaje sea claro y legible sin ninguna dificultad.

La información estará de color blanco para contrastar con el fondo y será situado en la parte inferior del diseño.

El diseño abstracto de las hojas de mazorca será un elemento esencial de todas las piezas para que mantenga unidad en toda la campaña.

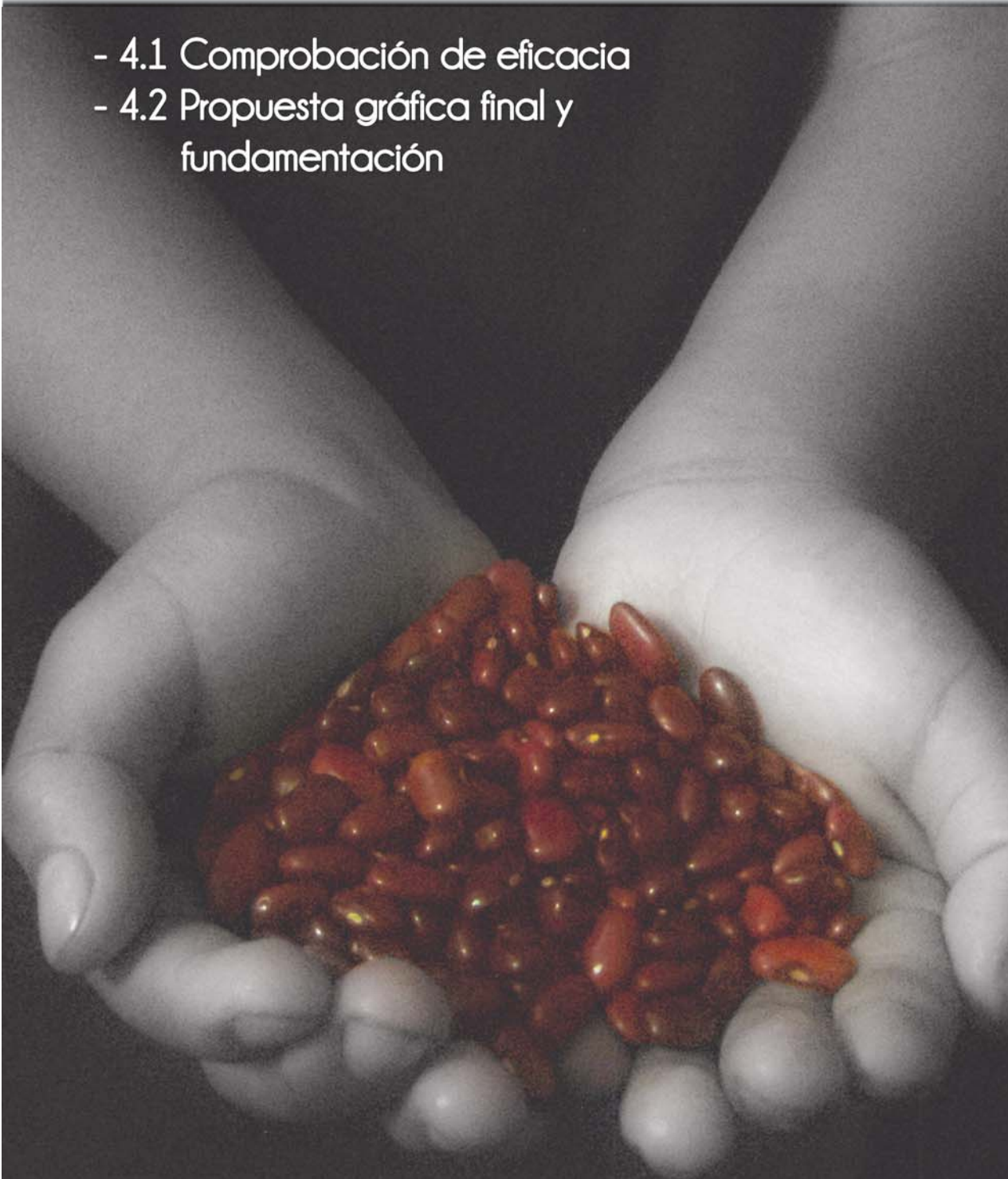
El logotipo GISAN y del Observatorio Derecho a la Alimentación serán colocados en dos lados, la esquina superior derecha y en la parte inferior. Estos logos irán en un tamaño menor.



CAPÍTULO IV

- 4.1 Comprobación de eficacia
- 4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

Fotografía [Andrea Juárez] Frijol



Dentro de la metodología para conocer la opinión del público objetivo se utilizará la técnica de estudio llamada Focus Group, la cual consiste en reunir un grupo pequeño de gente 5 - 10 personas e indagar acerca de la percepción que tienen de la campaña, esto con el fin de obtener la mayor cantidad de información posible.

La técnica utilizada para comprobar la validez de la campaña será utilizada por medio de las encuestas hacia 3 diferentes grupos objetivos:

- El donante
- El voluntario
- Grupo de creativos

La encuesta es un método de investigación compatible con el empleo de varias técnicas e instrumentos de recolección de datos. Las ventajas de este método para comprobar las hipótesis es la posibilidad de generalizar, a partir de las muestras. Además tienen gran margen de validez en grupos y sociedades o en grupos sociales en que cada individuo cuenta como cualquier otro. Esta técnica tiene gran versatilidad en cuanto a número de preguntas, las cuales deben ser claras y precisas, es una forma rápida de conocer la opinión del grupo objetivo.

Según Lazarsfeld la encuesta se considera como un método para indicar que el investigador no se guía por sus propias suposiciones y observaciones, sino prefiere dejarse guiar por las opiniones, actitudes o preferencias del público para lograr ciertos conocimientos. Es un método que permite explorar sistemáticamente lo que otras personas saben, sienten, profesan o creen.

Se elaboraron diferentes encuestas para los 3 diferentes grupos objetivos. En cada una se redactaron las preguntas de acuerdo a las características de cada grupo de encuestador, ya que con esto se quiere llegar a un mejor resultado.

4.1 Comprobación de eficacia

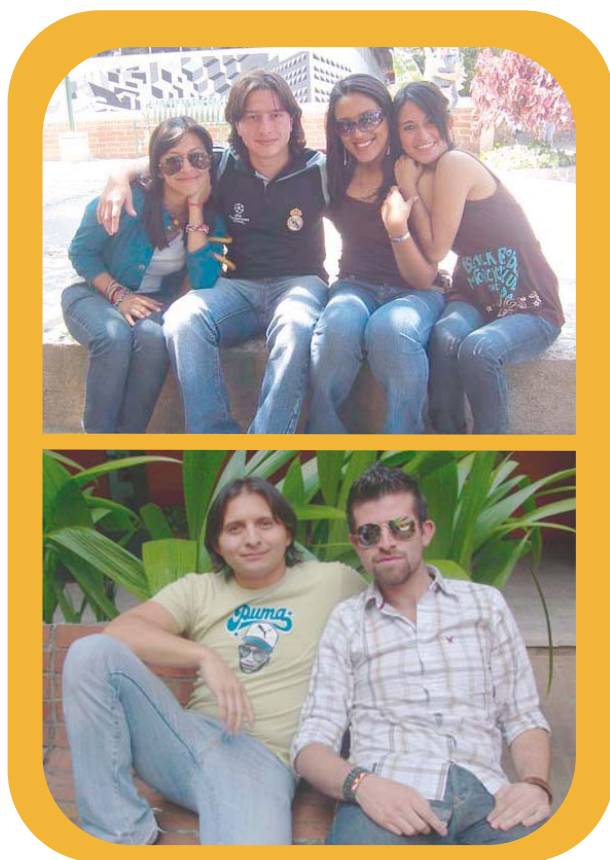
Perfil del Informante

La idea de aplicar una encuesta al grupo objetivo es obtener datos precisos, para esto se encuestó a las siguientes personas:

5 entidades gubernamentales y privadas, organizaciones y fundaciones, autoridades superiores que poseen altos recursos que ayudan con sus donaciones a diferentes organizaciones necesitadas. Son residentes de la ciudad capital, de nivel socioeconómico alto.



10 Diseñadores gráficos, estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala de 20 a 25 años, residentes de la ciudad capital, con nivel socioeconómico medio.



10 Jóvenes de 18 a 25 años de edad, residentes de la ciudad capital, de nivel socioeconómico medio, medio alto.



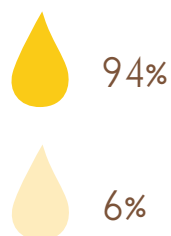
Fotografía [Andrea Juárez]

Resultados Obtenidos

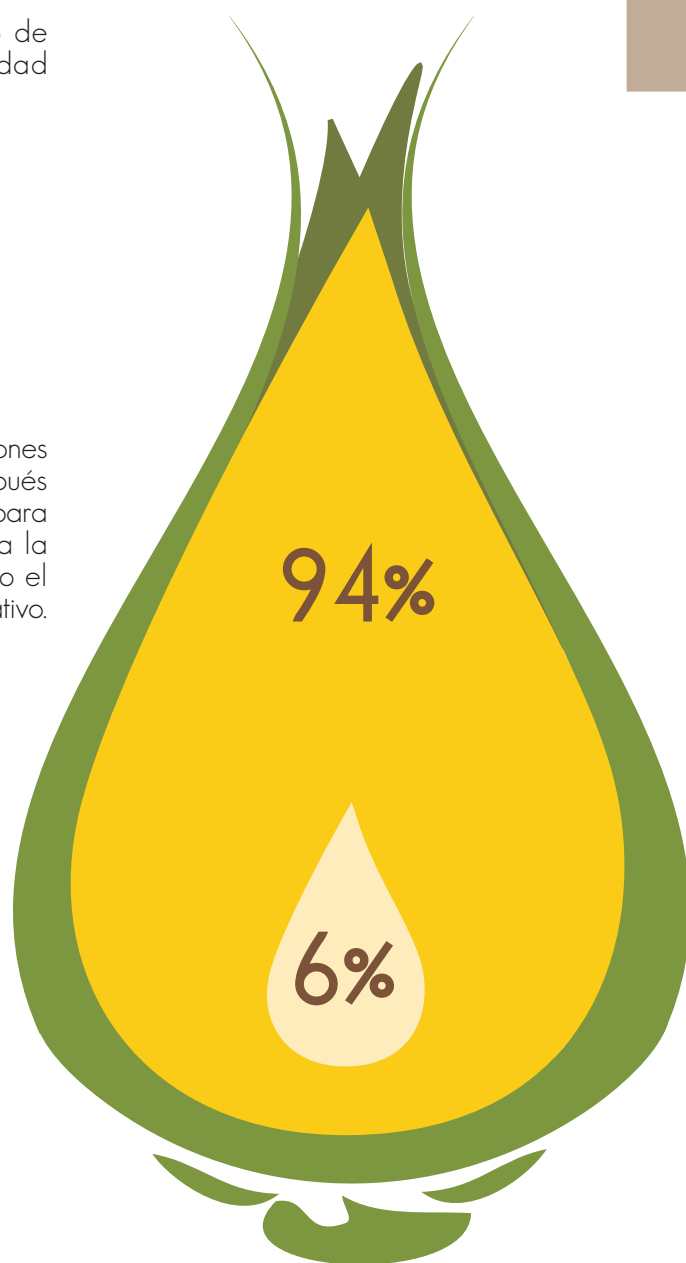
De las encuestas elaboradas a los 3 diferentes tipos de grupos, estos fueron los resultados:

RESULTADO DE ENTIDADES GUBERNAMENTALES Y PRIVADAS, ASOCIACIONES Y FUNDACIONES

¿Estaría dispuesto a donar para el Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-?

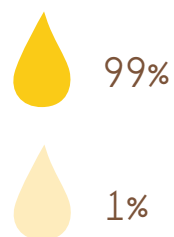


El 94% de las entidades, asociaciones y fundaciones entrevistadas aceptó el tomar una acción después de la presentación de la campaña publicitaria para el Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-. Sin embargo el 6% no se sintió seguro para poder hacer un donativo.

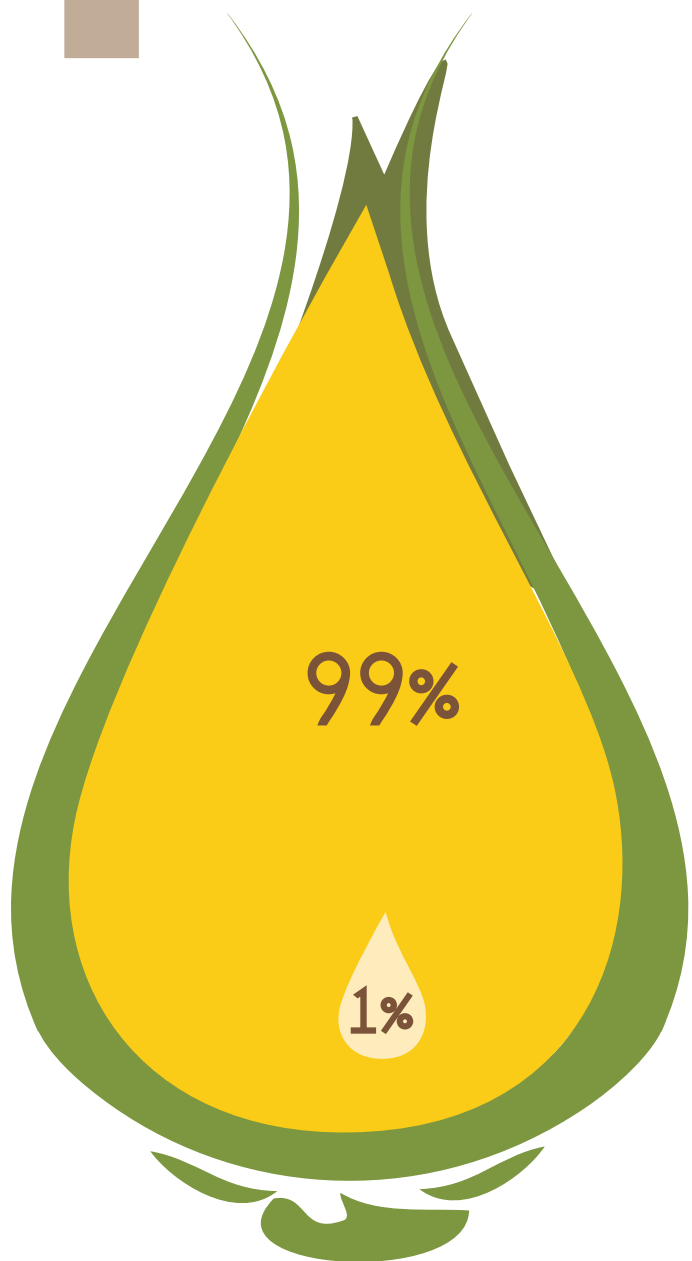


RESULTADO DE JÓVENES

¿Estaría dispuesto a unirse con el Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN- como voluntario y ayudar en alguna actividad de esta asociación?

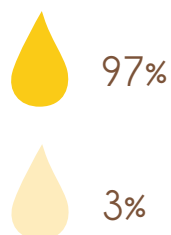


Al 99% de los jóvenes entrevistados le llamó la atención la campaña publicitaria y consideró que estaría dispuesto a unirse como voluntario. Por otro lado, el 1% de los jóvenes no le interesó unirse al Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-. Esto se debió a que el grupo de entrevistados era de una edad menor a 20 años, por lo que solo se trabajará con voluntarios que sean mayores de esa edad.

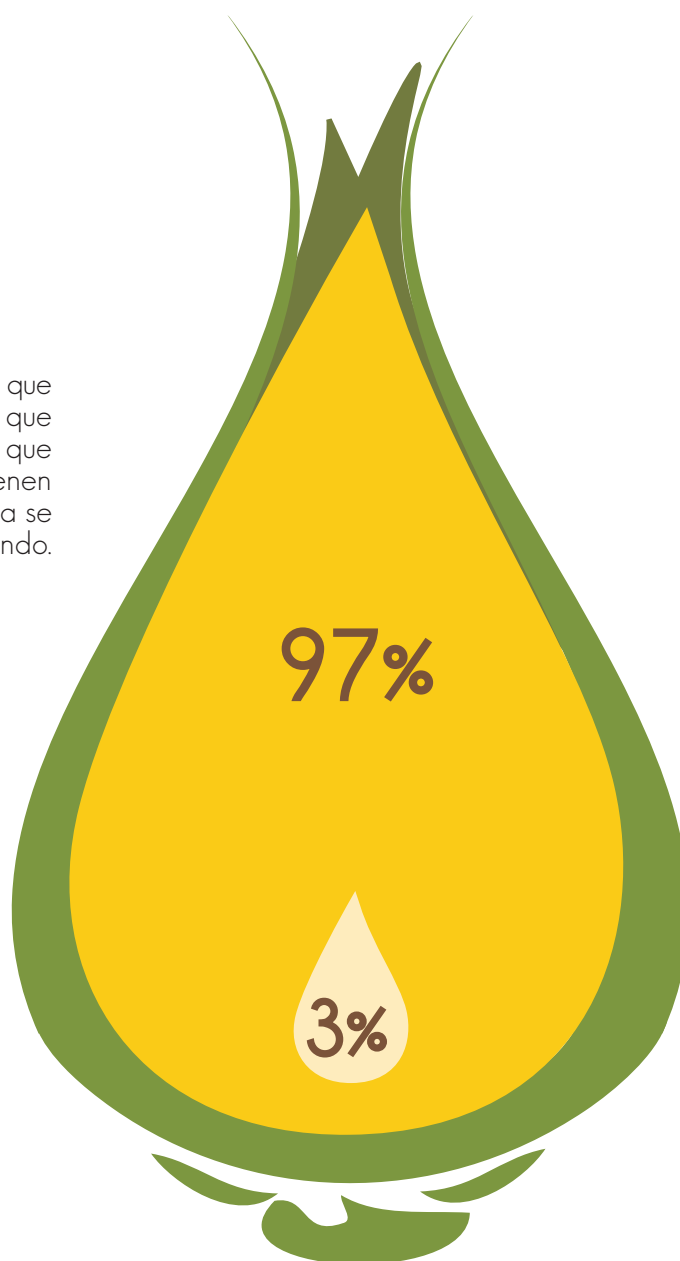


RESULTADO DE GRUPO CREATIVO

Después de haber observado toda la campaña publicitaria, ¿Cree que son atractivas las piezas con los elementos de color, tipografía y fotografías para llegar a un mensaje claro?



El 97% de las personas entrevistadas consideró que las piezas presentadas son atractivas, por lo que el mensaje es completamente claro. Mientras que el otro 3% opinó que algunos titulares no tienen buena legibilidad. Para solucionar el problema se buscó más contraste en la tipografía y el fondo.



Resultados

ANÁLISIS

Las personas entrevistadas en los 3 grupos comprendieron con claridad el mensaje: demostrar que los niños también exigen un derecho alimentario, e invitarlos a que hicieran un donativo para combatir la desnutrición.

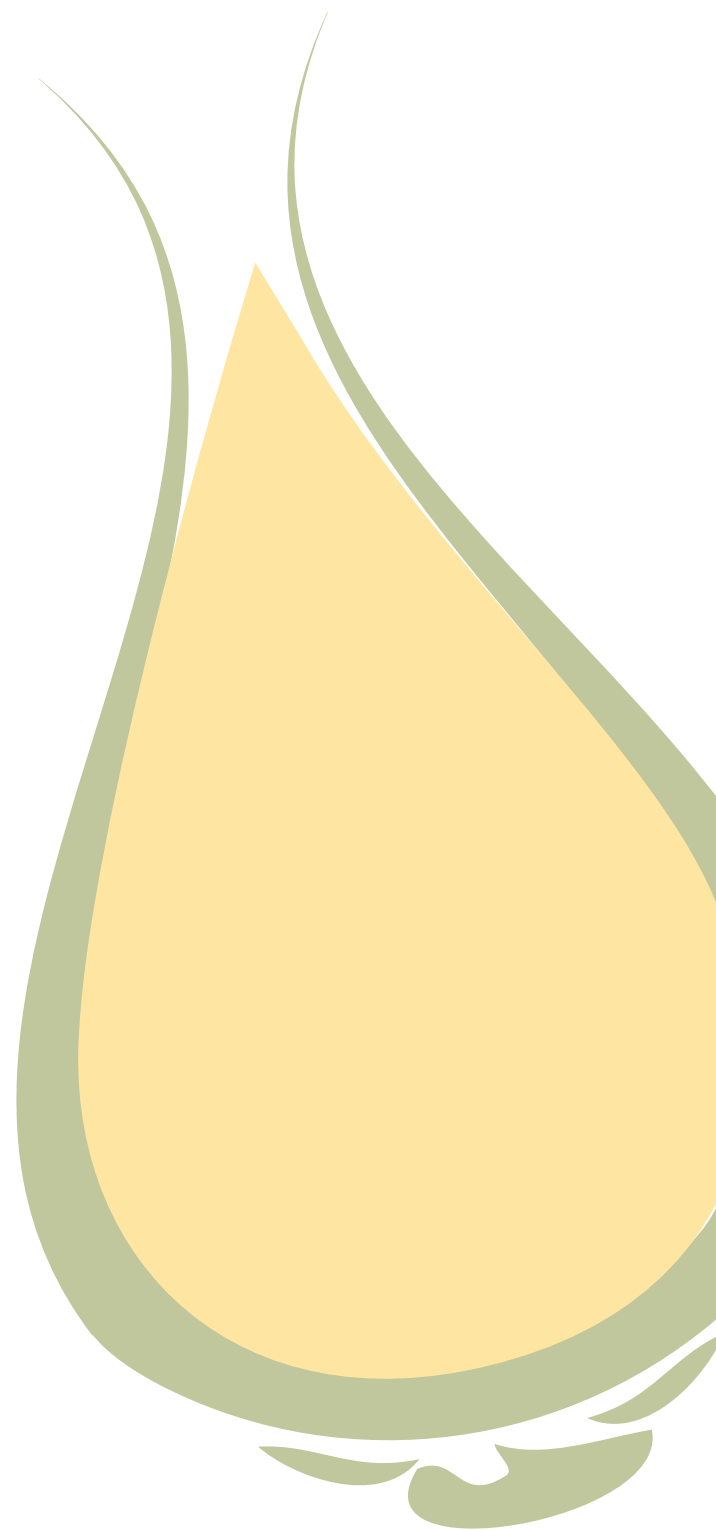
Se consideró que las piezas eran atractivas y les llamaba la atención por las fotografías y colores que presentan las piezas.

Todas las personas afirmaron que sí tomarían una acción después de ver las piezas, ya sea haciendo una donación o involucrándose como voluntario para ayudar de alguna forma al Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-

Los resultados de las encuestas permiten concluir que las piezas gráficas, interactivas y publicitarias que se diseñaron para este proyecto cumplen con todos los objetivos de la Campaña de esta organización.

El grupo de GISAN sugirió que se utilizaran fotografías menos fuertes y no mostrar tanto el cuerpo de los niños al descubierto, ya que puede ser afectado y mal visto por los demás.

El grupo de diseñadores y creativos propuso que se utilizaran contrastes en la tipografía y el fondo del diseño para que el mensaje sea visible.



4.2 Propuesta Gráfica Final y fundamentación

Fundamentación de las piezas gráficas

Imagen Corporativa

Se diseñó toda la papelería para el grupo GISAN con base en los colores del logotipo. Su diseño es formal y limpio. Todas las piezas poseen en varios puntos las hojas abstractas de la mazorca para que de esta forma sea reconocida la organización en el medio.

Anuncio de prensa

Este es un medio muy directo, que llegará además de al grupo objetivo en sí, a todos los que quieran ayudar con pequeñas donaciones. El anuncio de prensa tiene un buen tiempo de exposición y el medio permite poner toda la información necesaria en la pieza. Se diseñó con fondo negro para representar la tristeza de los niños desnutridos.

Mupi

Es un medio de comunicación publicitario privilegiado, debido a su ubicación y exclusividad, lo que lo hace capaz de atraer la atención del público objetivo, en un mundo saturado de información. Este realiza un impacto visual muy atrevido. Una de las ventajas de este medio es la cobertura del mercado durante las 24 horas, la asociación y unificación gráfica y visual. El diseño de los mupis será variado por medio de dos fotografías: uno será representado por una niña y el otro por un niño. El diseño es igual que el anuncio de prensa para reflejar las muertes que ha habido por el problema de la desnutrición

Volante

Este tipo de material tienen un costo de reproducción relativamente bajo, en relación a los demás medios. Además tienen el mayor tiempo de exposición, ya que las personas pueden tomarlo, y de interesarles, tomarse todo el tiempo que deseen para leerlo detenidamente. Además de ser el único medio entregado personalmente al grupo objetivo.

Spot de T.V.

Es un medio que no pasa desapercibido y puede llegar a interesar a personas que no sean precisamente parte del grupo objetivo. El mensaje siempre está trabajando para motivar e invitar a la población. El spot será publicado en canales nacionales, este tendrá una duración de 30seg. En él se presentará un pequeño mensaje donde motive a las personas a donar, muestra una serie de fotos de la población que ha sido afectada por este problema.

Imagen Corporativa

Tarjeta de presentación



Hoja Membretada



Carné




Tiro

Retiro



Carpeta

Tiro



Observatorio Derecho a la Alimentación

Observatorio
Derecho a la Alimentación

GIZAN
GRUPO DE INVESTIGACIÓN E INCIDENCIA PARA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

2da calle 2-55 zona 1
guatemala, centro américa
TELÉFONO 22328011

“ Para un pueblo hambriento e inactivo, la única forma en la que Dios puede aparecer es en la de comida y trabajo. ”
moses ángeles asturias

GIZAN Observatorio

Retiro



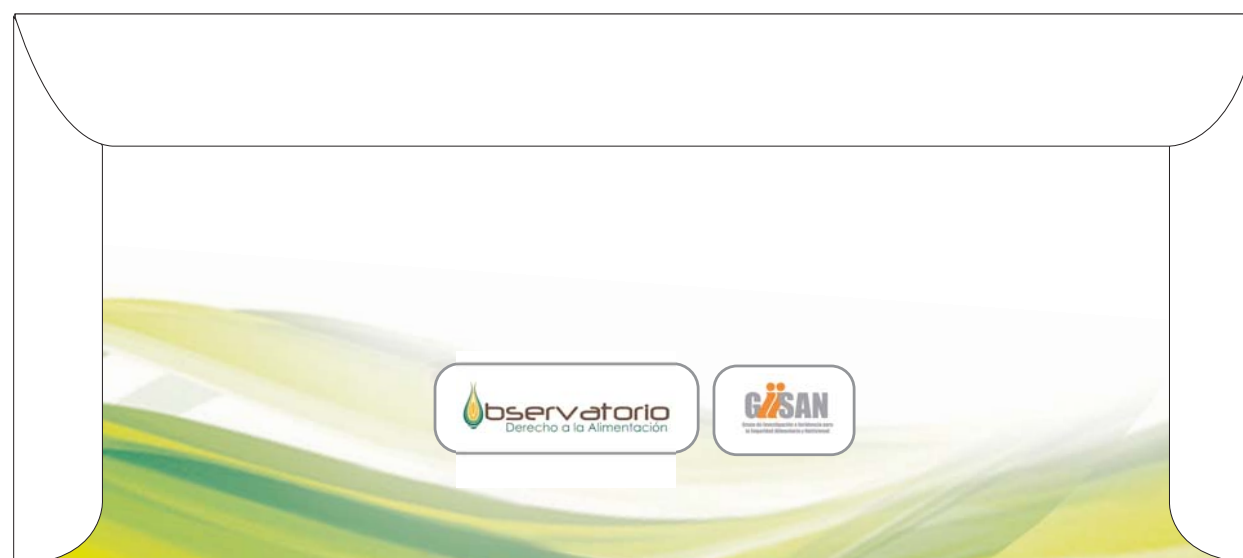
Decorative graphic with green and yellow diagonal stripes and a pair of worn-out shoes on straw.

Sobre

Tiro

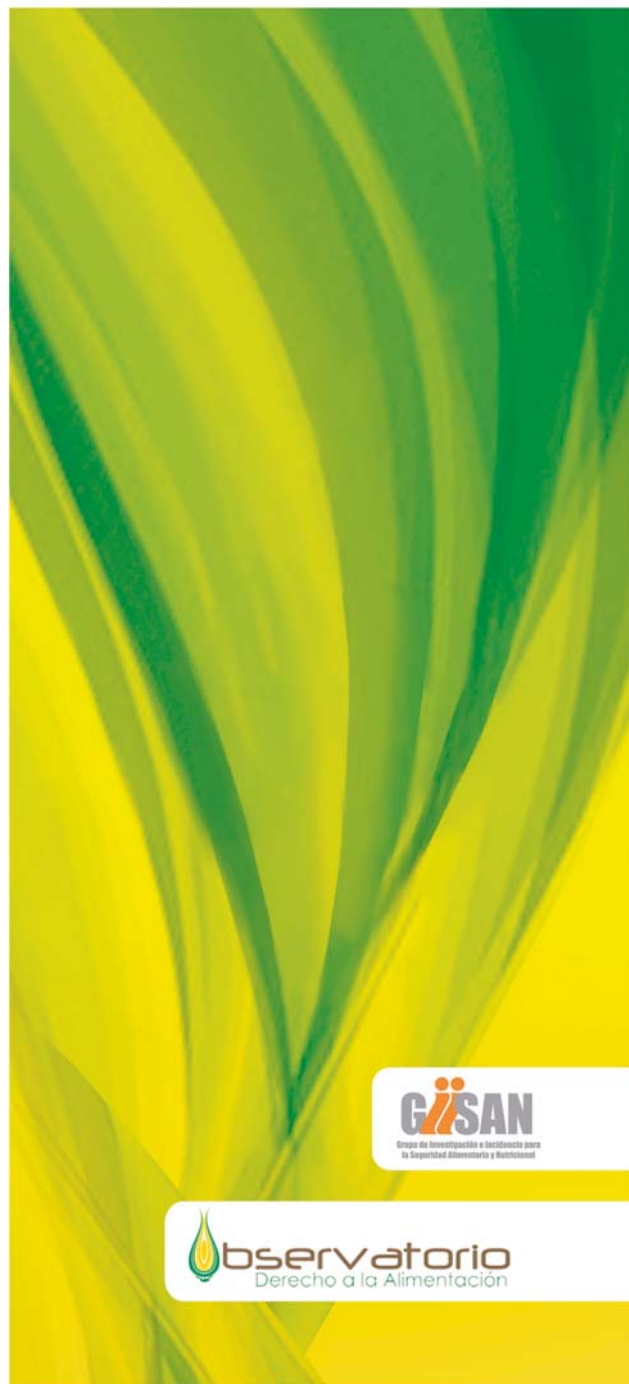


Retiro



Block de notas

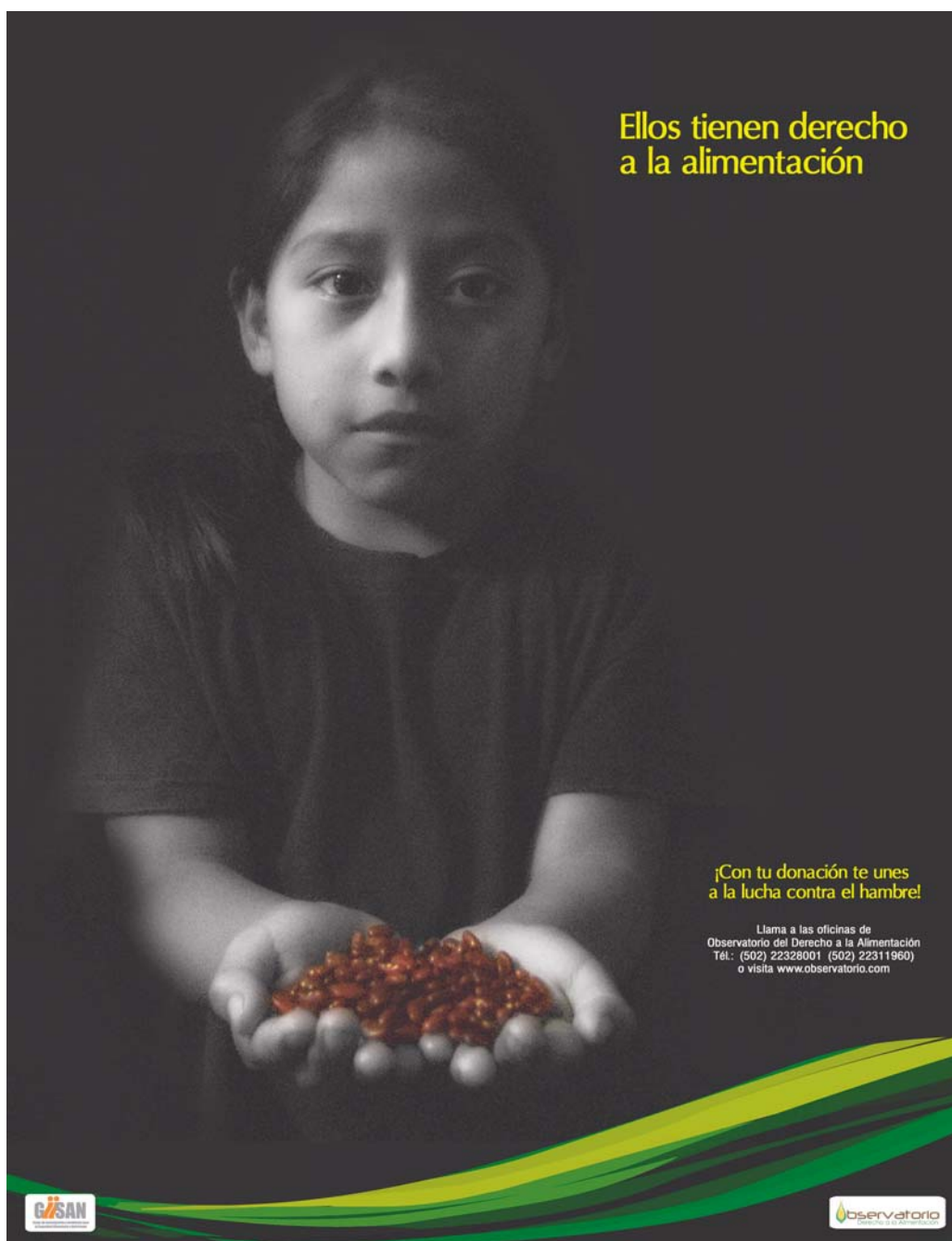
Portada



Páginas interiores





Anuncio de prensa



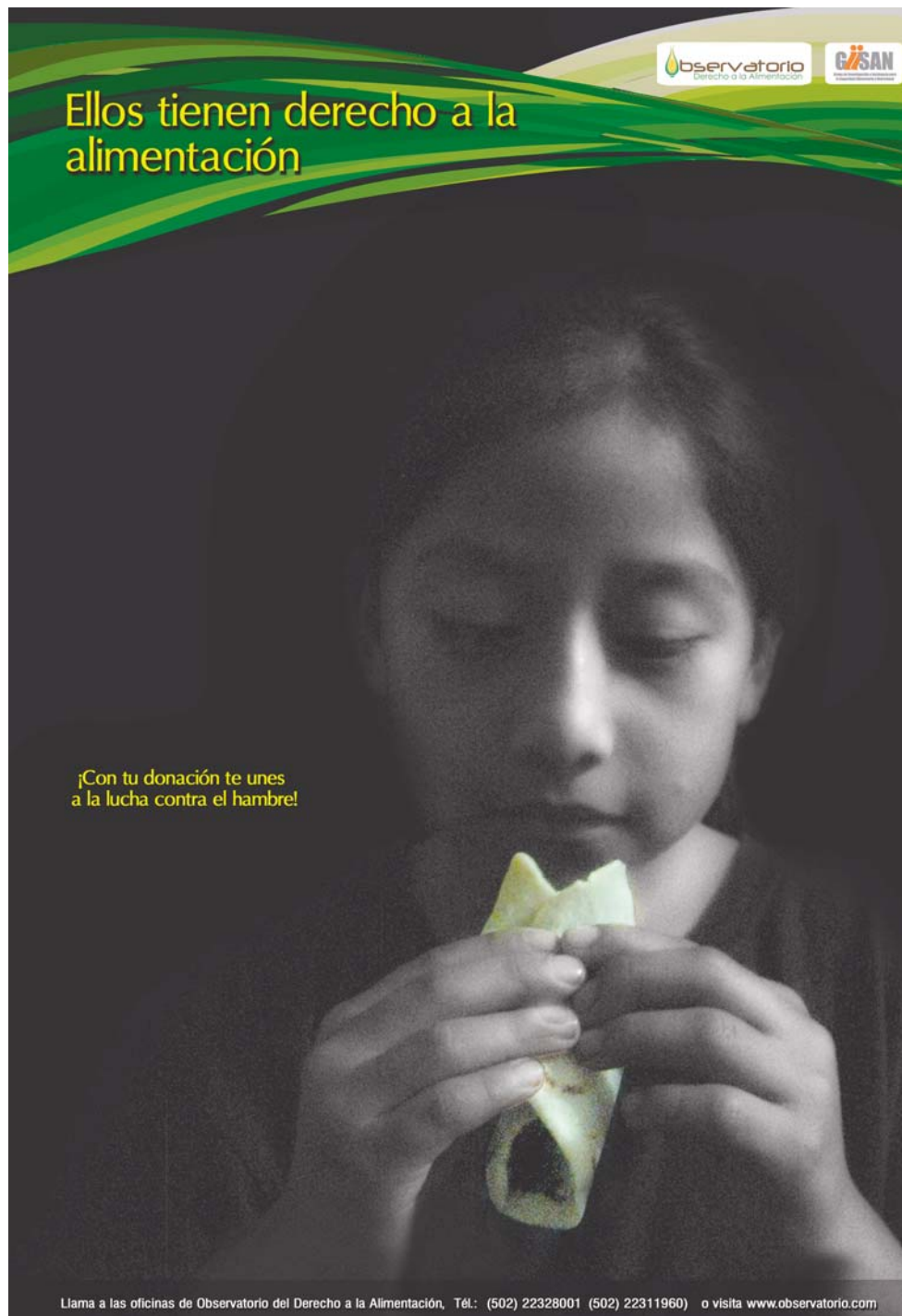
Ellos tienen derecho
a la alimentación

¡Con tu donación te unes
a la lucha contra el hambre!

Llama a las oficinas de
Observatorio del Derecho a la Alimentación
Tél: (502) 22328001 (502) 22311960
o visita www.observatorio.com



1 Mupi



Ellos tienen derecho a la alimentación

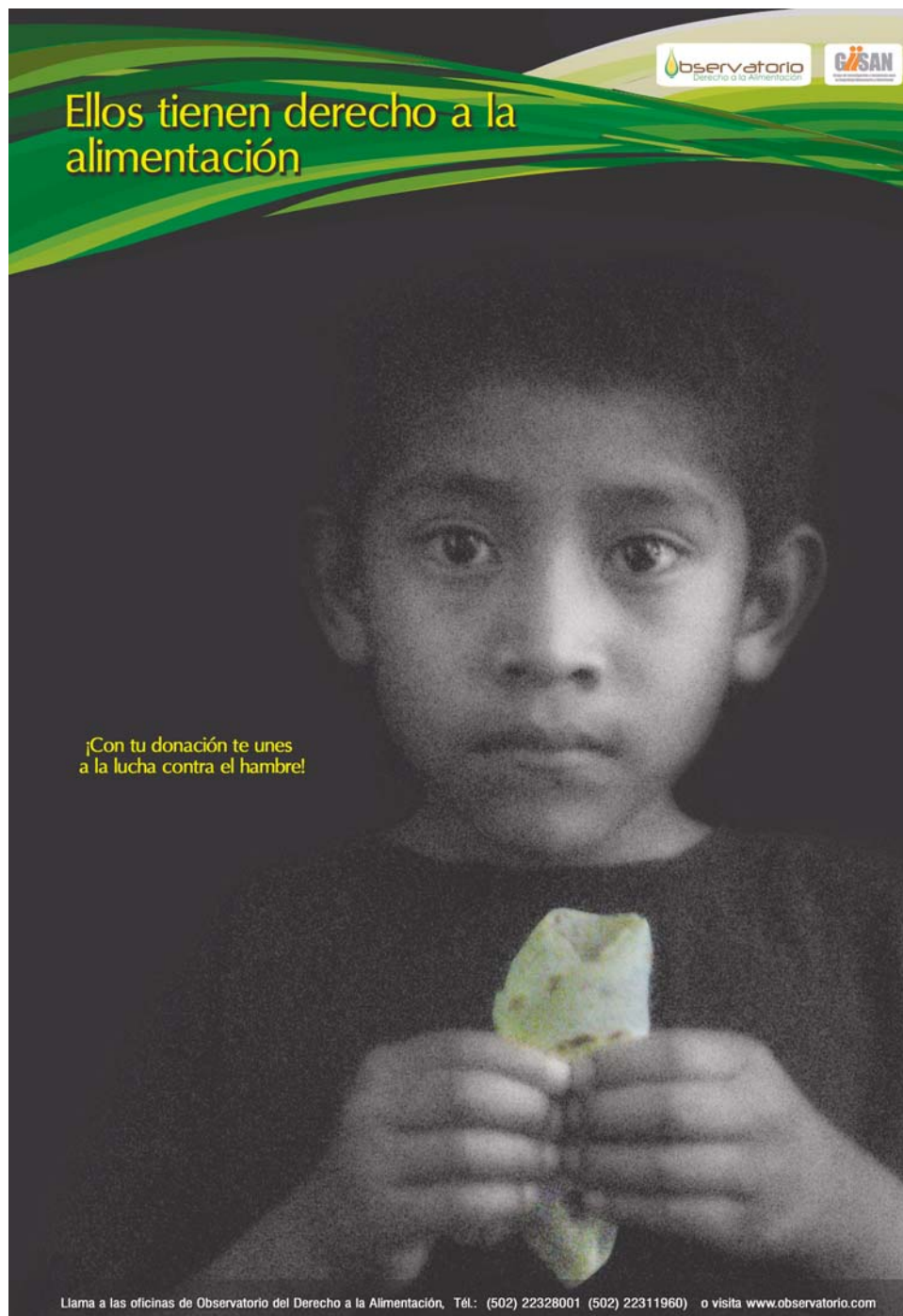
¡Con tu donación te unes a la lucha contra el hambre!

Llama a las oficinas de Observatorio del Derecho a la Alimentación, Tél.: (502) 22328001 (502) 22311960 o visita www.observatorio.com

observatorio
Derecho a la Alimentación

GISAN
Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria

2 Mupi



Ellos tienen derecho a la alimentación

¡Con tu donación te unes a la lucha contra el hambre!

observatorio
Derecho a la Alimentación

GISAN

Llama a las oficinas de Observatorio del Derecho a la Alimentación, Tél.: (502) 22328001 (502) 22311960 o visita www.observatorio.com

Volante



GISAN
Observatorio del Derecho a la Alimentación

Llama a las oficinas de Observatorio del Derecho a la Alimentación Tél.: (502) 22328001 (502) 22311960 o visita www.observatorio.com

Observatorio
Derecho a la Alimentación

Ellos tienen derecho a la alimentación

¡Con tu donación te unes a la lucha contra el hambre!


Volante interactivo



Ellos tienen derecho a la alimentación

¡Con tu donación
te unes a la
lucha contra el hambre!

Llama a las oficinas de
Observatorio del Derecho a la Alimentación
Tél.: (502) 22328001 (502) 22311960
o visita www.observatorio.com

Spot de Televisión

¿TE QUEJAS POR COSAS
INSIGNIFICANTES QUE
TE PASAN EN LA VIDA?



¿TODAVÍA TE
SIGUES QUEJANDO?

Este programa está
a cargo de



56

!HAZ TU DONACIÓN!



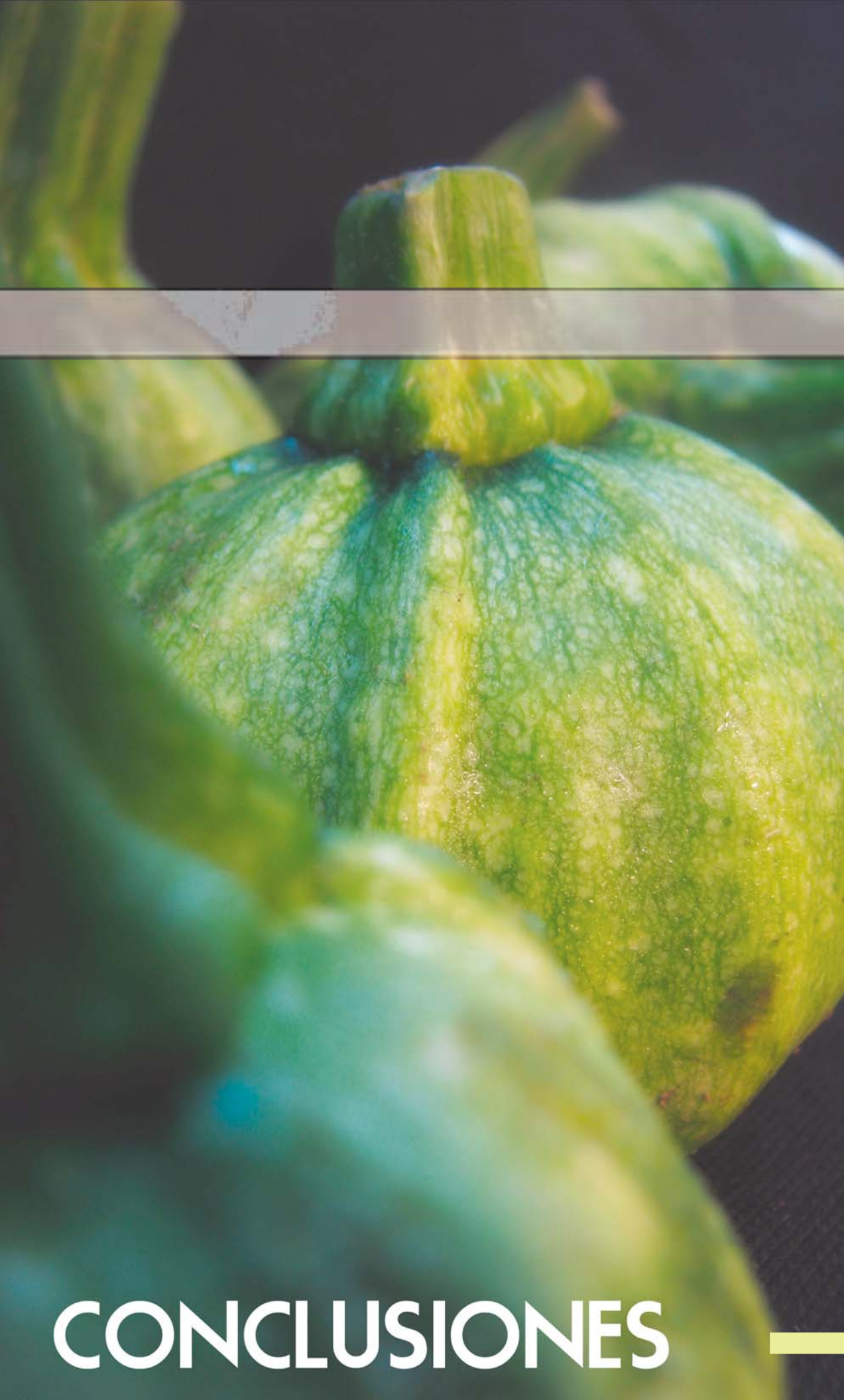
Sesión Fotográfica






Fotos Finales





Fotografía [Andrea Juárez] Güicoy

CONCLUSIONES



Se diseñó una Campaña Publicitaria para el Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GIISAN- la cual da a conocer a la población guatemalteca el grado de desnutrición que existe en algunas aldeas de Chimaltenango y Totonicapán.

Se diseñó toda la imagen corporativa de GIISAN para darse a conocer y tener un impacto visual hacia la población y quedar posicionada en la mente de el grupo objetivo.

Se elaboró material publicitario impreso con el fin de que este sea publicado en diferentes tipos de medios masivos, algunos serán colocados en las calles más transitadas por peatones, y otro material será repartido en los lugares más poblados por el grupo objetivo.

Para completar la campaña publicitaria se desarrolló material interactivo donde muestra un anuncio de televisión que será transmitido en canal nacional para llegar a varios hogares de la ciudad capital.



Conclusiones



Todas las piezas deben ser reproducidas en su versión full color para que tengan un mayor impacto en el grupo objetivo.

La reproducción de la imagen corporativa puede variar según el tipo del diseño del papel que se desea.

El mupi deberá ser colocado en la zona 10, área exclusiva de oficinas, hoteles, restaurantes, centros comerciales y comercios en general, donde se combina un ambiente corporativo, y se encuentran personas internacionales y una vibrante vida nocturna. Como también puede ser colocado en la Roosevelt y zona 14. Es necesario instalarlo en estas áreas, ya que son lugares que brinda un medio de comunicación publicitaria privilegiado, debido a su ubicación y exclusividad, lo que lo hace capaz de atraer la atención del público objetivo, en un mundo saturado de información.

Los volantes deberán ser difundidos en áreas transitables, parques, afuera de las iglesias, plazas, colonias, donde se encuentren jóvenes activos para poder invitarlos a que se unan como voluntarios.

El anuncio de prensa debe ser publicado los días lunes para que tenga un mayor auge y sea recibido por mayor población, durante la cobertura de 24 horas.

El spot de televisión tiene que ser transmitido por los canales nacionales durante cada cierto tiempo. Este puede variar las imágenes sin que cambie la estructura de su diseño.

Recomendaciones





Fotografía [Andrea Juárez] Niño

LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

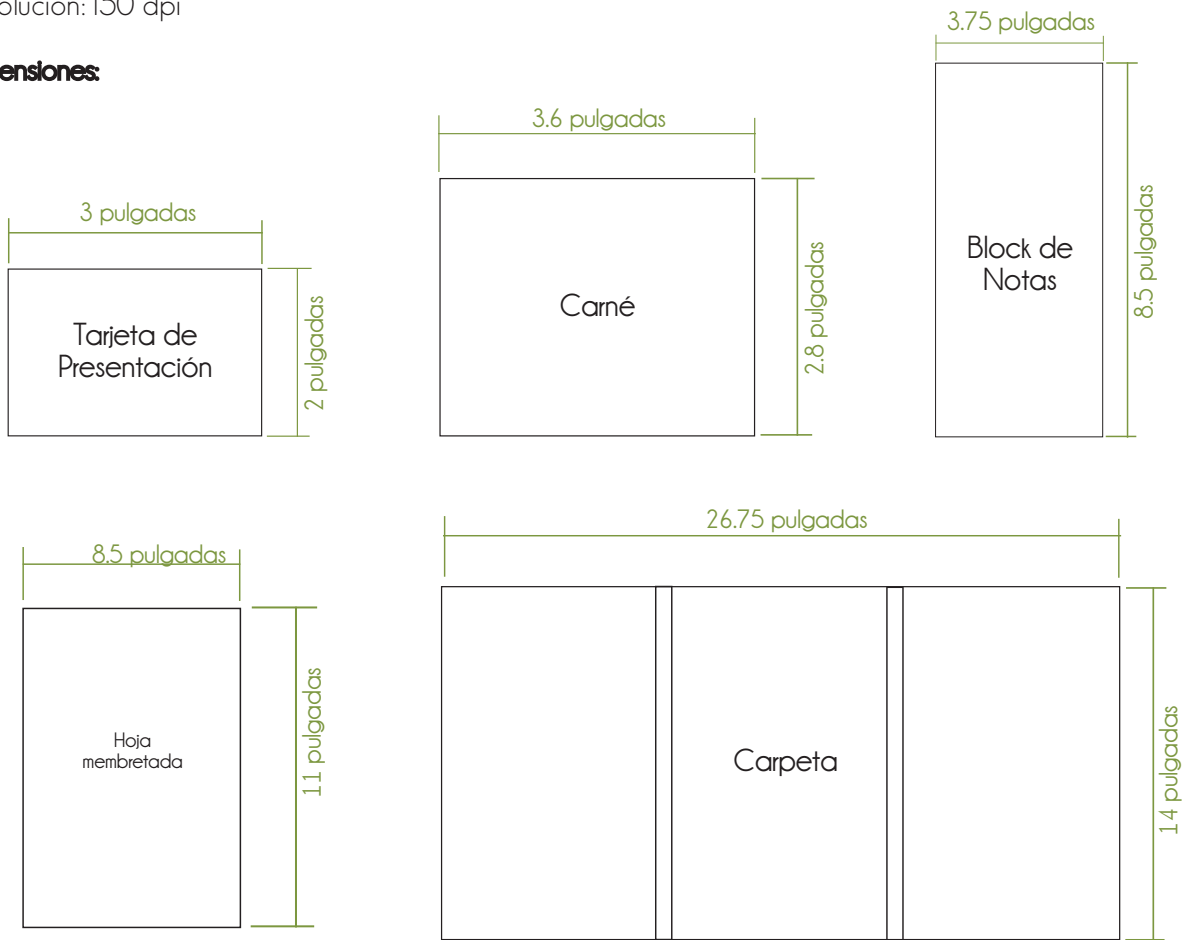
Las medidas y especificaciones en cuanto a modo de color y resolución de las piezas de la campaña son las siguientes:

Papelería

Modo de color: CMYK

Resolución: 150 dpi

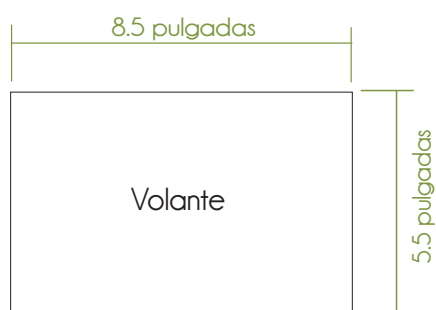
Dimensiones:



Volante

Tamaño: 8.5 x 5.5 plg
Modo de color: CMYK
Resolución: 266 dpi

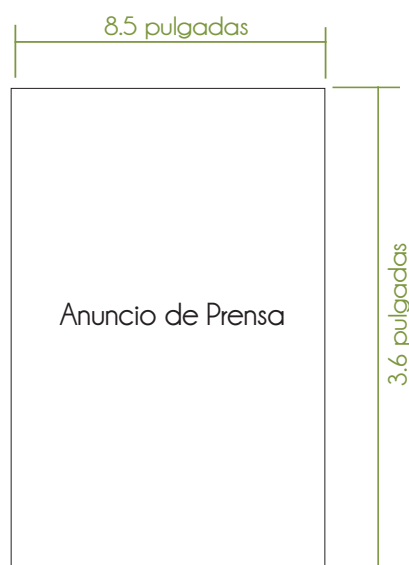
Dimnsiones:



Anuncio de prensa

Tamaño: 8.5x11 plg
Modo de color: CMYK
Resolución: 200 dpi

Dimnsiones:



Mupi

Tamaño: 1.21x1.76 m
Modo de color: CMYK
Resolución: 300 dpi
Artes digitales en CD o Zip, en escala final del cartel.
Artes en PSD (Photoshop) sin layers editables
Formato: TIFF
El arte debe de ser entregado para su impresión con 10 días de anticipación al inicio de catorcena

Dimensiones:



Spot

Formato: AVI
Resolución: 480px 720 px

Tipografía

La tipografía utilizada en los titulares de las piezas y en el slogan es:

GeosansLight

Tipografía sólida y moderna que le da peso al titular sin volverlo aburrido.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz - 1234567890

La tipografía auxiliar es KRCMTZ por sus formas redondas y por sus características: sencilla, clara y sin remates.

01234567890ABCDEFGHIJKLMN0PQRSTUVWXYZ - 1234567890

Otro elemento importante que se utilizó es la paleta de colores: CMYK, RGB, Lab y HSB. Color

Color

Naranja



C: 2	R: 250
M: 19	G: 207
Y: 98	B: 6
K: 0	

Se le asocia con el sol brillante y el trópico. Representa la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Fue utilizado en la mazorca que tiene el logotipo.

Verde Claro



C: 19	R: 206
M: 0	G: 255
Y: 100	B: 0
K: 0	

El verde es el color de la naturaleza por excelencia. representa crecimiento, exuberancia. Se utilizó en las hojas que tiene la mazorca en el logotipo.

Verde Oscuro



C: 60	R: 102
M: 29	G: 181
Y: 100	B: 0
K: 0	

El verde oscuro se relaciona con la ambición. Sin embargo, también se puede utilizar para promover siembras y la ecología. Fue utilizado por ser un color institucional de GISAN.

Cafe



C: 65	R: 90
M: 79	G: 53
Y: 100	B: 0
K: 0	

Este color fue utilizado para representar la tierra, los cultivos que realiza el grupo de GISAN.

Negro



C: 0	R: 0
M: 0	G: 0
Y: 0	B: 0
K: 0	

El negro representa muerte, duelo, tristeza. Este color fue utilizado para representar la muerte constante que han sufrido los niños afectados por la desnutrición como también refleja que la población está de duelo por estas muertes.

Presupuesto

La cotización de los costos para la impresión de la papelería es la siguiente:

COTIZACION

Nombre del trabajo: Hoja membretada Fecha: 8-Jun-10 Código: **Aamer-001**
 Nombre de la empresa: Dimensión:
 Asociación: Andina Pumas Teléfono: Fin.
 Mandado: JUAN BAUTISTA SAGASTUME

Por favor, leer las siguientes especificaciones y precios:

DESCRIPCION: Hoja membretada

Tamaño original (estándar): 8.5 x 11
PAPEL: Bond 80
Encuadración: Ninguno
TINTAS:
 Tiro: Dos colores
 Retiro: Ninguno

Diagramación y artes: El cliente proporciona artes finales digitalizados

OTROS:

PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE IMPRESION:

Cantidad		
1,000	Q741.00	0.74

TIEMPO DE ENTREGA: A Consultar
FORMA DE PAGO: 30% Anticipo y 70% contra entrega

COTIZACION

Nombre del trabajo: Sobres membretados Fecha: 8-Jun-10 Código: **Aamer-001(2)**
 Nombre de la empresa: Dimensión:
 Asociación: Andina Pumas Teléfono: Fin.
 Mandado: JUAN BAUTISTA SAGASTUME

Por favor, leer las siguientes especificaciones y precios:

DESCRIPCION: Sobres membretados

Tamaño original (estándar): Oficio
PAPEL: Bond 80
Encuadración: Troquelado, cisado, doblado y pagado
TINTAS:
 Tiro: Dos colores
 Retiro: Ninguno

Diagramación y artes: El cliente proporciona artes finales digitalizados

OTROS:

PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE IMPRESION:

Cantidad		
1,000	Q1,260.00	1.26

TIEMPO DE ENTREGA: A Consultar
FORMA DE PAGO: 30% Anticipo y 70% contra entrega

COTIZACION

Nombre del trabajo: Tarjetas de presentación Fecha: 8-Jun-10 Código: **Aamer-001(3)**
 Nombre de la empresa: Dimensión:
 Asociación: Andina Pumas Teléfono: Fin.
 Mandado: JUAN BAUTISTA SAGASTUME

Por favor, leer las siguientes especificaciones y precios:

DESCRIPCION: Tarjetas de presentación

Tamaño original (estándar): 3.5 x 2.25
PAPEL: Cartulina Opalva
Encuadración: Ninguno
TINTAS:
 Tiro: Dos colores
 Retiro: Ninguno

Diagramación y artes: El cliente proporciona artes finales digitalizados

OTROS:

PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE IMPRESION:

Cantidad		
1,000	Q791.00	0.79

TIEMPO DE ENTREGA: A Consultar
FORMA DE PAGO: 30% Anticipo y 70% contra entrega

COTIZACION

Nombre del trabajo: Volantes Fecha: 8-Jun-10 Código: **Aamer-001(4)**
 Nombre de la empresa: Dimensión:
 Asociación: Andina Pumas Teléfono: Fin.
 Mandado: JUAN BAUTISTA SAGASTUME

Por favor, leer las siguientes especificaciones y precios:

DESCRIPCION: Volantes

Tamaño original (estándar): 8.25 x 5.25
PAPEL: Bond 80
Encuadración: Ninguno
TINTAS:
 Tiro: Full color
 Retiro: Ninguno

Diagramación y artes: El cliente proporciona artes finales digitalizados

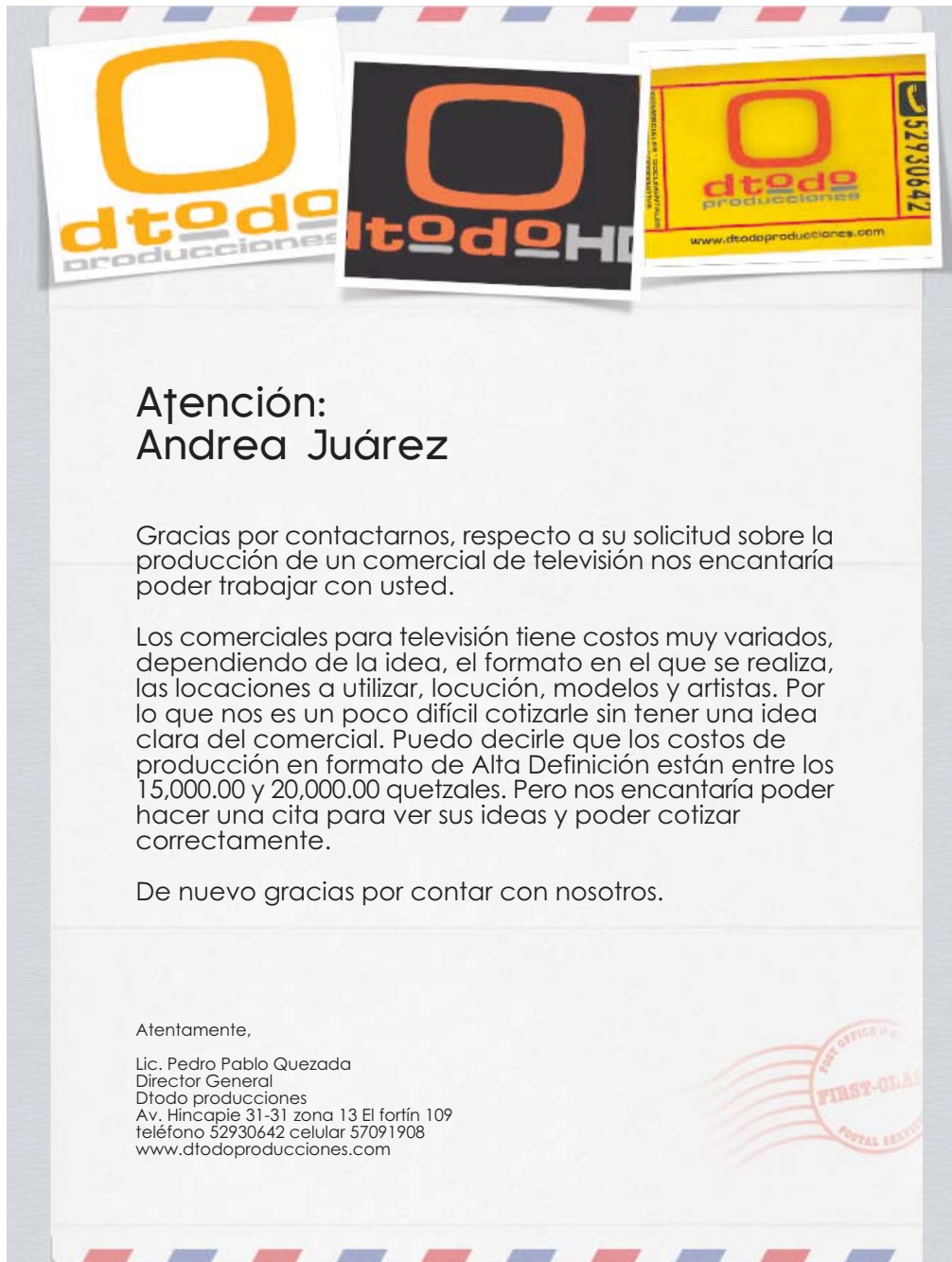
OTROS:

PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE IMPRESION:

Cantidad		
1,000	Q1,150.00	1.15

TIEMPO DE ENTREGA: A Consultar
FORMA DE PAGO: 30% Anticipo y 70% contra entrega

Presupuesto para spot de televisión





Fotografía [Andrea Juárez] Niños

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Turcios Mary. 2006. La importancia de la elaboración de alimentos nutritivos en las empresas que brindan el servicio de alimentos y bebidas.

Reymon Lalanne. 1946. La alimentación humana. (Surco). Española: Surco.

Fox Brian, Cameron Alan. 1998. Ciencia de los alimentos, nutrición y salud (Editorial limusa S.A) México: grupo noriega de editores

Abarez Guillermo, Morales Sara. 1996. La nutrición un enfoque bioquímico (editorial limusa S.A) México: grupo noriega editores

Gili Gustavo. 2005. Imagen corporativa, teoría y practica de la identificación institucional (Editorial Gustavo gili) Barcelona

Creatividad y Publicidad, miguel baños ediciones del laberinto, S.L, impreso en España 2001

Caballero B. 1997 Nutrición en situaciones especiales en: O'donnel A, Bengoa J, Torún B. Nutrición y alimentación del niño en los primeros 6 años de vida. Washington D.G:OPS:355-422.

Cameron M, Hoflander Y. 1993. Manual para alimentos de infantes y niños pequeños. México D.G. Oxford University Press: 32-44.

Gamero H, Arita M, Bulux J, Solomons N. 1996. Patrón dietético e ingesta de nutrientes de niños. Preescolares de 3 aldeas rurales del departamento de Santa Rosa, Guatemala, Archivos latinoamericanos de nutrición. 1996; 46 (1) 22-26.

Lechtig A. 1993. Micronutrientes y Salud: Estrategia de UNICEF para la década de los noventa en América Latina y el Caribe. En: Tercer taller regional sobre deficiencia de vitamina A y otros micronutrientes en América latina y el Caribe. Recife, Brasil. Agosto 23-27. 1993. Recife: Vital (informe N. IN-14)

U Alarcón, J y Adrino F. Diferencias Urbano-rurales en la ingesta de alimentos de familias pobres de Guatemala. Archivos latinoamericanos de Nutrición 1991, 1991; 41 (3): 13-23.

Flores M, Sogandares L, Guía para evaluación de la dieta de preescolar en la consulta ambulatoria. Guatemala, INCAP; 1973 (INCAP E-670).

Menchú MT et . Efecto del nivel socioeconómico de la familia, sobre dieta del preescolar archivos latinoamericanos de Nutrición 1973; 23:305-324.

Ortiz AJ. 1995. Incidencia de la mortalidad infantil por peso específico al nacer en la región metropolitana de Guatemala, durante 1993. México: Instituto Nacional de Salud Publica. Tesis de Magister en Salud Reproductiva.

Flores M, Sogandares L, Guía para evaluación de la dieta de preescolar en la consulta ambulatoria. Guatemala, INCAP; 1973 (INCAP E-670).

Menchú MT et . Efecto del nivel socioeconómico de la familia, sobre dieta del preescolar archivos latinoamericanos de Nutrición 1973; 23:305-324.

U Alarcón, J y Adrino F. Diferencias Urbano-rurales en la ingesta de alimentos de familias pobres de Guatemala. Archivos latinoamericanos de Nutrición 1991, 1991; 41 (3): 13-23.

Flores M, Sogandares L, Guía para evaluación de la dieta de preescolar en la consulta ambulatoria. Guatemala, INCAP; 1973 (INCAP E-670).

Menchú MT et . Efecto del nivel socioeconómico de la familia, sobre dieta del preescolar archivos latinoamericanos de Nutrición 1973; 23:305-324

Tesis PDF

Ortiz AJ. 1995. Incidencia de la mortalidad infantil por peso específico al nacer en la región metropolitana de Guatemala, durante 1993. México:

Instituto Nacional de Salud Publica. Tesis de Magister en Salud Reproductiva.

Cristina Pineda. 2004. Construye Vidas Sanas Material Gráfico para el Programa de Nutrición Infantil en Casa Alianza. Guatemala: Universidad del Istmo, Facultad de Arquitectura y Diseño

Jinny Couderc. 2007. Campaña de Información Nutricional dirigida a jóvenes adultos, para mejorar sus hábitos alimenticios. Guatemala: Universidad del Istmo, Facultad de Arquitectura y Diseño

Páginas de Internet:

<http://es.wikipedia.org/wiki/desnutricion>

<http://megustacuidarme.es/blog/2008/12/26/diccionario-estetico-iii/>

http://es.wikipedia.org/wiki/dise%C3%B1o_blogr%C3%A1fico

<http://es.wikipedia.org/wiki/publicidad>

<http://www.fdc.org.co/glosario/glosario9.html>

<http://uchospitals.edu/online-library/content=S0345>

<http://uchicagokidshospital.org.online-library/content=S05058>

<http://monografias.com/trabajos11/campu/campus.html?monosearch>

<http://monografias.com/trabajos7/imco/imco.shtml>

<http://misrespuestas.com/que-es-multimedia.html>

<http://anuncios-radio.com/web/articulos/como-hace-un-anuncio-html>

<http://ucm.es/info/evce/virtescunf/e04anpre.html>

http://es.wikipedia.org/wiki/plano_cinematogr%C3%A1fico

<http://alegsa.com.ar/dic/animacion.php>

<http://es.wikipedia.org/wiki/color>

<http://es.wikipedia.org/wiki/desnutricion>



GLOSARIO



Fotografía [Andrea Juárez] Paisaje



Análisis de la casualidad de la desnutrición infantil

Se usará el marco conceptual propuesto por UNICEF en 1990 (Estrategias para mejorar la nutrición de los niños y mujeres en los países en desarrollo). Donde se puede concluir que la desnutrición y muerte son el resultado de una larga **secuencia** de acontecimientos cuyas causas inmediatas son la alimentación insuficiente y la enfermedad, los que a su vez lleva implícita las causas subyacentes de inseguridad alimentaria y nutricional.

TESIS: Análisis de la tendencia de factores de riesgo, asociados con desnutrición infantil en Guatemala, Alfa Beatriz Quedaños flores

Animación

Conjunto de gráficos o imágenes, que a una determinada velocidad, crean la ilusión de movimiento. Entre los formatos de animación se encuentran el GIF, el SWF que es en animación flash.

<http://www.alegsa.com.ar/Dic/animacion>

Anuncios en prensa

Medio muy segmentado por su naturaleza: existen de 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.

<http://www.ucm.es/info/evce/virtescunf/e04anpre.htm>

Anuncios en radio

Desplazada en relevancia por la televisión, mantiene un público que por necesidades concretas o preferencias subjetivas escuchan el medio fielmente.

<http://www.anuncios-radio.com/web/articulos/como-hacer-un-buen-anuncio.html>



Campaña de bien público

Al igual que la institucional, aspira a sumar puntos a la imagen de la marca de la empresa, pero con un matiz más caritativo. Algunos autores también la denominan como filantrópica. Como en la institucional, se trata de una estrategia a largo plazo. Sirve para recaudar fondos y colaborar con una causa justa, de contenido humano. La empresa incrementa de esta manera su prestigio social. Suelen ser campañas de gran contenido ético en las que se destaca la ausencia de fines lucrativos. Para mostrar esto, se suele optar por campañas emocionales y de gran alcance, con una alta frecuencia en los medios, que requieren normalmente de una gran



inversión económica. Sus funciones suelen ser prevenir, educar, concienciar o cambiar hábitos de la sociedad.

<http://www.monografias.com/trabajos1/campu/campus.html>.

Carbohidratos

Son compuestos que contienen carbono, hidrógeno y oxígeno, los dos últimos en igual proporciones que en el agua. Son de origen vegetal.

La nutrición un enfoque bioquímico. Dr. Guillermo Álvarez Llera, Dra. Sara Morales López 1996 Editorial Limusa S.A. Sexta edición, Hecho en México.

Color

Es la percepción visual generada por señales nerviosas que los fotoreceptores de la retina del ojo envían al cerebro con la captación de



determinadas longitudes de onda del espectro electromagnético.

<http://wikipedia.org/wiki/color>

Comunicación

La publicidad, las entidades corporativas, la publicación de libros y revistas, el envase, las promociones, el cine, la televisión y las gráficas por computadora, la señalización; el objetivo común de todos estos medios es comunicar algo a cierta audiencia, o un público determinado.

Simon Jennings, Guía del diseño gráfico para profesionales, (pág. 64) Editorial Trillas, México, enero 1995, primera edición.



Diagramación

La diagramación es el manejo de l espacio, donde se las relaciones entre las diferentes partes de un conjunto

(folletos, papelería, revistas etc.)
<http://www.monografias.com/trabajos7/imco/imco.shtml>

Dieta

Se acepta como sinónimo de , que alude al conjunto y cantidades de los alimentos o mezclas de alimentos que se consumen habitualmente, aunque también puede hacer referencia al régimen que, en determinadas circunstancias, realizan personas sanas, enfermas o convalecientes en el comer y beber.

Popularmente, y en el caso de los humanos, la dieta se asocia erróneamente a la práctica de restringir la ingesta de para obtener sólo los y la energía necesaria, y así conseguir o mantener cierto .

<http://www.uchospitals.edu/online-library/content-S0345>

Disponibilidad de alimentos

Se refiere a la cantidad y variedad de alimentos que cuenta un país, región, comunidad o individuo.

Libro: desnutrición crónica: el enemigo silencioso, año 2007 primera edición.

Desarrollo de una campaña para Televisión

Los equipos creativos a menudo usan la nemotecnia el cual es el mecanismo que dispara la memoria.

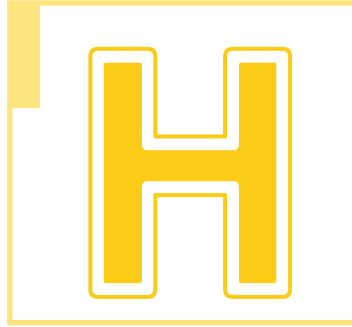
biblioteca Salvat de grandes temas, la televisión, (pág. 105). Salvat Editores, S.A. Barcelona, España, 1973. 1era edición Manuel Salvat.



Edición de videos:

La tecnología del video es el área más avanzada en las gráficas para televisión. La ventaja del video es que ofrece una reproducción instantánea de lo que se filma, con el video, se tiene una reproducción inmediata que le permite al diseñador ver los resultados de su trabajo y hacer los ajustes necesarios.

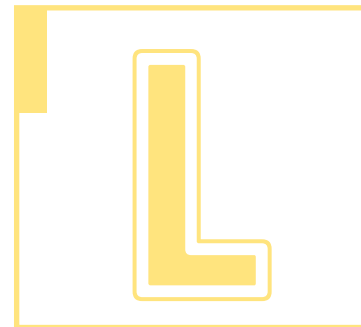
Simon Jennings, Guía del diseño gráfico para profesionales, (pág. 157). Editorial Trillas, Mexico, enero 1995, primera edición.



Hierro

La carencia de hierro está generalizada, afectando en primer lugar a las mujeres en edad fértil y niños pequeños.

TESIS: Conocimientos actitudes y practicas de madres sobre alimentos ricos en vitaminas A y hierro, Edna Ruth Calderón Vega, Marzo 1998, Guatemala, Facultad de Ciencias y Químicas y farmacia.



Logotipos

A la capacidad identificadora del nombre como sigue puramente verbal, su versión visual, básicamente gráfica establece del nombre de marca.

La imagen corporativa, teoría y practica de la identificación institucional, editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona 2005, 3ra edición. Pág. 45.



Metabolismo

Es el conjunto de reacciones y procesos físico-químicos que ocurren en una célula y en el organismo. Estos complejos procesos interrelacionados son la base de la a nivel molecular, y permiten las diversas actividades de las células: crecer, reproducirse, mantener sus estructuras, responder a estímulos, etc. Es la energía requerida para mantener los procesos vitales en situaciones de reposo.

<http://www.uchicagokishospital.org/online-library/content+S05058>



Publicidad en televisión

La televisión es el medio más adecuado para vender los llamados productos de consumo masivo, es decir los que se fabrican en grandes series, la televisión constituye el instrumento sustitutivo del vendedor a domicilio más adecuado que tiene a su disposición el comercio para la venta personal.

Biblioteca Salvat de grandes temas, la televisión, Salvat Editores, S.A. Barcelona, España, 1973. (Pag 64) 1era edición Manuel Salvat.



Video

Sinónimo de imagen en las emisiones de televisión.

Biblioteca Salvat de grandes temas, la televisión, Salvat Editores, S.A. (Pág. 142) Barcelona, España, 1973. 1era edición Manuel Salvat.



ANEXOS

Fotografías



Encuesta a Diseñadores Gráficos

Observatorio
Derecho a la Alimentación

A continuación se le presentan una serie de preguntas, responder según su punto de vista.

1. ¿Le llama la atención al observar todo el diseño de la campaña publicitaria?

Si	No
----	----
2. ¿Al ver las piezas publicitarias, entiende el mensaje?

Si	No
----	----
3. ¿Son atractivas las piezas?

Si	No
----	----
4. ¿Cree que el color es adecuado a las piezas?


Si	No
----	----
5. ¿Cree que la tipografía es legible de acuerdo al tema?

Si	No
----	----
6. ¿Cree que las fotografías son adecuadas al tema?

Si	No
----	----

Nombre: _____
Edad: _____

Encuesta a Entidades



A continuación se le presentan una serie de preguntas, responder según su punto de vista.

1. ¿Conoce el problema de la desnutrición que esta pasando Guatemala?
Si No

2. ¿Usted sabe sobre el Derecho a la Alimentación?
Si No

3. ¿Le llama la atención al observar todo el diseño de la campaña publicitaria?
Si No


4. ¿Al ver las piezas publicitarias, entiende el mensaje?
Si No

5. ¿Usted estaría dispuesto a donar para el Grupo de Investigación e Incidencia de Seguridad Alimentaria -GISAN-?
Si No

6. ¿De que forma ayudaría?
Si No

Nombre: _____
Edad: _____

Encuesta a Voluntarios



A continuación se le presentan una serie de preguntas, responder según su punto de vista.

1. ¿Conoce el problema de la desnutrición que esta pasando Guatemala?
Si No

2. ¿Usted sabe sobre el Derecho a la Alimentación?
Si No

3. ¿Le llama la atención al observar todo el diseño de la campaña publicitaria?
Si No

4. ¿Al ver las piezas publicitarias, entiende el mensaje?
Si No

5. ¿Al conocer la campaña publicitaria usted estaría dispuesto a unirse como voluntario para el Grupo de Investigación e Incidencia de Seguridad Alimentaria -GISAN-?
Si No

6. Si a usted le motiva unirse como voluntario para este grupo, ¿por qué lo haría?
Si No

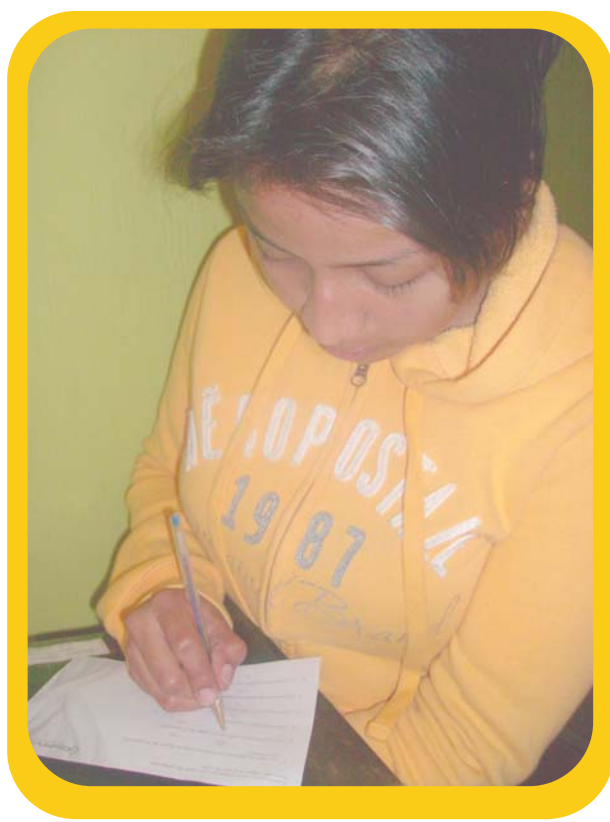
Nombre: _____
Edad: _____

VALIDACIÓN

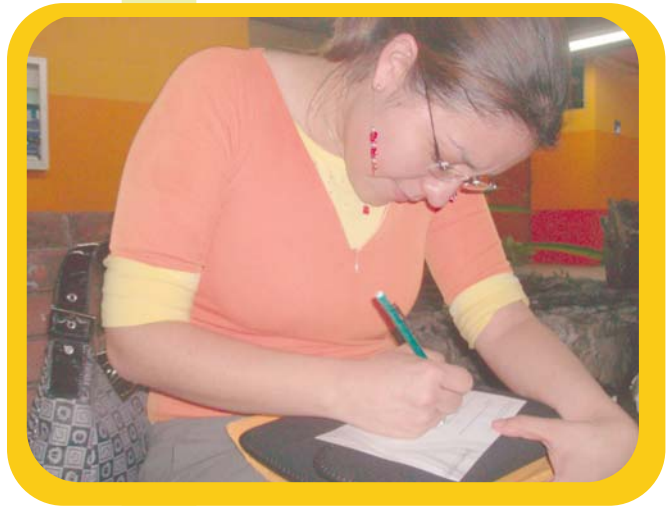
Entrevista a Entidad Privada



Entrevista a Jóvenes



Entrevista a Diseñador Gráfico



IMPRÍMASE




Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano Facultad de Arquitectura



Lic. Víctor Pacheco
Asesor Principal



Andrea Noemi Juárez Marroquin
Sustentante



“ Para un pueblo hambriento e inactivo, la única forma en la que Dios puede aparecer es en la comida y trabajo. ”

Miguel Ángel Asturias.

Campaña Publicitaria para el Grupo de Investigación e Incidencia para la Seguridad Alimentaria -GISAN-



Andrea Noemi Juárez Marroquín
Carné 200511264
Guatemala, junio 2010

