



**FACULTAD CIENCIAS**

**DE LA COMUNICACIÓN**

DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO CON EL FIN DE CONTRIBUIR A LA  
CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL CONSUMO DEL TABACO, PARA EL  
OBSERVATORIO DE CONTROL DEL TABACO.

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación,

Guatemala, C.A.

**Elaborado por:**

Silvia María Chavarría Chinchilla

09000104

Para optar por el título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

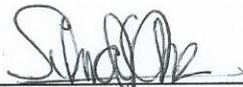
Guatemala 05 de junio de 2013

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

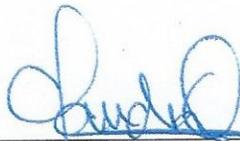
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO CON EL FIN DE  
CONTRIBUIR A LA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL  
CONSUMO, PARA OBSERVATORIO DE CONTROL DEL TABACO.** Así  
mismo solicito que la Licda. Claudia Quiñonez sea quién me asesore en la elaboración  
del mismo.

Atentamente,



**Silvia María Chavarría Chinchilla**  
**09000104**



**Licda. Claudia Quiñonez**  
**Asesor**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señorita**  
**Silvia María Chavarría Chinchilla**  
**Presente**

Estimada Señorita Chavarría:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO CON EL FIN DE CONTRIBUIR A LA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL CONSUMO, PARA OBSERVATORIO DE CONTROL DEL TABACO** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Quiñonez, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO CON EL FIN DE CONTRIBUIR A LA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL CONSUMO, PARA OBSERVATORIO DE CONTROL DEL TABACO.** Presentado por la estudiante: Silvia María Chavarría Chinchilla, con número de carné: *09000104*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Licda. Claudia Quiñonez**  
**Asesor**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 10 de junio de 2014**

**Señorita  
Silvia María Chavarría Chinchilla  
Presente**

Estimada Señorita Chavarría:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 28 de julio de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO CON EL FIN DE CONTRIBUIR A LA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL CONSUMO, PARA EL OBSERVATORIO DE CONTROL DEI TABACO***, de la estudiante Silvia María Chavarría Chinchilla, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 29 de julio de 2014

**Señorita  
Silvia María Chavarría Chinchilla  
Presente**

Estimada Señorita Chavarría:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO CON EL FIN DE CONTRIBUIR A LA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL CONSUMO, PARA OBSERVATORIO DE CONTROL DEL TABACO**. Presentado por el estudiante: Silvia María Chavarría Chinchilla, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO CON EL FIN DE CONTRIBUIR A LA  
CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL CONSUMO DEL TABACO, PARA EL  
OBSERVATORIO DE CONTROL DEL TABACO EN GUATEMALA.

Elaborado por:  
Silvia María Chavarría Chinchilla

Guatemala 2014

# AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD GALILEO

RECTOR:  
Dr. Eduardo Suger Cofiño

VICERRECTORA:  
Dra. Mayra de Ramírez

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO  
Lic. Jean Paul Suger Castillo

SECRETARIO  
Lic. Jorge Retolaza

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
Lic. Leizer Kachler  
Decano

Rualdo Anzueto  
Vice - Decano

A Dios, por ser mi guía en todo momento de la vida.

A mis papás, por su apoyo incondicional.

# SINOPSIS

El Observatorio para el control de tabaco en Guatemala carece de material gráfico informativo impreso para las diversas labores de educación y de información del control y prevención del tabaco que brinda a la población.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo:

Diseñar material informativo impreso con el fin de contribuir a la campaña de prevención y control del consumo de tabaco, para el Observatorio del Control del Tabaco.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por jóvenes y adultos consumidores activos y pasivos de tabaco, y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

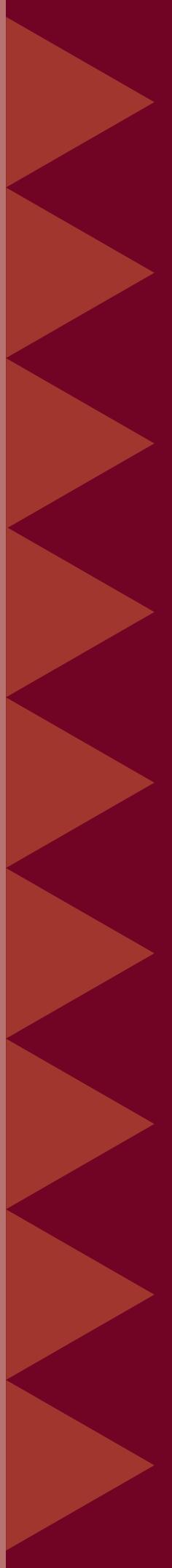
El resultado obtenido fue la elaboración del material informativo con la información sobre el daño que el consumo de tabaco puede generar y se recomendó capacitar a las personas encargadas de la distribución del material para que al momento de entregarla, puedan saber con exactitud la información que contiene y hacer que las personas si quieran leerlo.

# ÍNDICE

Capítulo I: Introducción	1
Capítulo II: Problemática	2
Capítulo III: Objetivos de diseño	6
Capítulo IV: Marco de referencia	7
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	12
Capítulo VI: Marco Teórico	16
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	51
Capítulo VIII: Validación técnica	75
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	100
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	109
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	113
Capítulo XII: Conocimiento General	115
Capítulo XIII: Bibliografía	116
Capítulo XIV: Anexos	118

# CAPÍTULO I

Introducción



# INTRODUCCIÓN

El proyecto “Diseño de material informativo impreso con el fin de contribuir a la campaña de prevención y control del consumo del tabaco, para el Observatorio de Control del Tabaco”, surge como un aporte a la labor que realiza el grupo de instituciones y organizaciones que conforman El Observatorio de Control del Tabaco.

El material diseñado está dirigido a toda la república de Guatemala, enfocado principalmente en los fumadores de tabaco desde los 17 años de edad. Para su elaboración se recopiló la información necesaria de varias fuentes.

Para la construcción del Marco Teórico se consultaron varias fuentes bibliográficas que proporcionaron información relevante, para hacer una correcta aplicación de los elementos de la comunicación y el diseño.

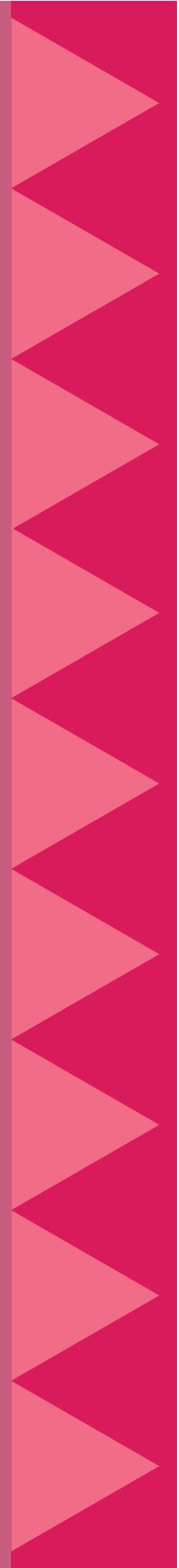
Se solicitó apoyo al Observatorio para obtener una galería de imágenes y poder seleccionar las que mejor ejemplifiquen el contenido del material.

Luego, se hizo la validación con el grupo objetivo y, de acuerdo a las respuestas obtenidas en cuanto a la cantidad de contenido en la información, se tomó la decisión de mejorar el mismo.

Se realizó la validación con el cliente y expertos en las áreas de comunicación y diseño. De acuerdo a esto, se hicieron los cambios necesarios para la efectividad de proyecto y, por último, se elaboró la propuesta gráfica final.

# CAPÍTULO 2

Problemática



# CAPÍTULO 2

## Problemática

### 2.1 Contexto:

El observatorio del control de tabaco es una coalición integrada por organizaciones e instituciones guatemaltecas, gremiales, academia, organizaciones autónomas y semi-autónomas del país, que trabajan con el fin de vigilar el cumplimiento de los Acuerdos del CMCT (Convenio Marco Contra el Tabaco) que están enfocados a la protección de las generaciones presentes y futuras de los daños ocasionados por el tabaco.

Sin embargo, a pesar de la labor tan importante que realizan, se detectó que no se le ha dado el apoyo e impulso en comparación con otros países.

Actualmente el observatorio posee escaso material gráfico que sirva de apoyo para ser utilizado por las diversas organizaciones que lo integran y la comunidad a la que se deben proyectar.

#### 2.1.1 Antecedentes:

El tabaco es considerado como la primera causa de enfermedad y muerte prevenible a nivel mundial, por lo que la Organización Mundial de la Salud crea el Convenio Marco para el Control de Tabaco, primer Tratado Internacional de Salud Pública, con el fin de proteger a las generaciones presentes y futuras de las consecuencias sanitarias, ambientales, económicas resultantes del consumo de tabaco y de la exposición al humo de segunda mano. Guatemala ocupa el lugar 113.

En cumplimiento a los compromisos establecidos por el Convenio Marco para el Control de Tabaco, en diciembre del 2008, se aprobó el Decreto 74-2008 y el 22 de junio del 2009 se emitió el Acuerdo Gubernativo 137-2009, que reglamenta las disposiciones contenidas en dicha Ley, que regula espacios libres de humo de tabaco en lugares públicos cerrados, lugares de trabajo

y transporte público, Guatemala es el cuarto país que cumple con el Artículo 8 del CMCT de la Región de Latinoamérica.

A pesar de que el Decreto 74-2008 tiene un año con siete meses de vigencia, el cumplimiento del mismo no ha sido satisfactorio, por lo que es necesario y de urgencia la creación de una entidad multisectorial que monitoree y fiscalice el cumplimiento de los compromisos adquiridos por el Estado al haber ratificado el Convenio Marco. Por lo que las diferentes organizaciones que integran el Consejo coordinaron con el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala la creación del Observatorio de Control de Tabaco, con el fin de vigilar el cumplimiento de los acuerdos del Convenio Marco contra el Tabaco.

## 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

El Observatorio para el control de tabaco en Guatemala carece de material gráfico informativo impreso para las diversas labores de educación y de información que brinda a la población para concientizar y controlar el consumo del tabaco.

## 2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el diseño de material gráfico informativo impreso para el control del tabaco, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

### 2.3.1 Magnitud

De acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadística (INE), con base en el XI Censo de Población y VI de Habitación 2002, Guatemala está poblada por 14.361.666 habitantes, de los que 26%, equivale aproximadamente a 3.734.033 habitantes que son fumadores.

Según la información obtenida por medio de estudios realizados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el 80% de los fumadores se inician antes de los 18 años de edad.

En Guatemala existe aproximadamente una población de 1,030.981 habitantes comprendidos entre las edades de 13, 14 y 15 años.

### 2.3.2 Vulnerabilidad

Con la realización de al no contar con material que pueda informar, concientizar y ayudar a prevenir el consumo del tabaco, las personas no podrán conocer las consecuencias que el tabaco tiene para su salud. Por lo que el problema de desinformación será disminuido.

### 2.3.3 Trascendencia:

Al contar con los materiales informativos, la población guatemalteca tendrá en sus manos documentos de información que explican con claridad la importancia de prevenir el consumo del tabaco.

El material, será un apoyo para el personal de las distintas organizaciones involucradas y participantes en el Observatorio del control de tabaco, que podrá desarrollar de mejor manera su trabajo y cumplir con los objetivos de informar a la población, concientizarla y educarla.

La implementación y el desarrollo de los materiales gráficos harán que la población guatemalteca pueda informarse, conocer, aprender y tomar conciencia sobre los daños que puede producir el consumo del tabaco y prevenirlo a tiempo.

### 2.3.4 Factibilidad

El proyecto de la creación de materiales impresos con información del tabaco, sí es factible, pues cuenta con la aprobación de las autoridades del Observatorio para el Control de Tabaco.

#### 2.3.4.1 Recursos Humanos:

cuenta con los Recursos Humanos adecuados, quienes tienen la capacidad, el conocimiento y la experiencia para el correcto desempeño de sus funciones dentro de la organización. Además, de otros recursos que lo hacen posible.

#### 2.3.4.2 Recursos Organizacionales:

Tienen la autorización para que el personal de las distintas organizaciones e instituciones involucradas, estén en la disposición de brindar toda la información necesaria para la realización de este proyecto.

#### 2.3.4.3 Recursos económicos:

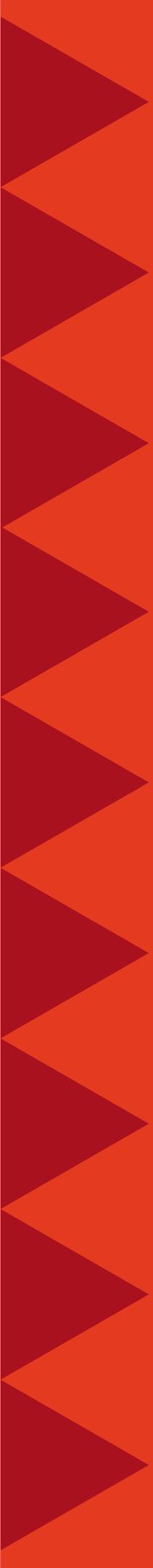
El Observatorio cuenta con los recursos económicos y el apoyo económico de organizaciones internacionales que trabajan estos temas de salud a nivel mundial, lo que facilita la realización del proyecto hasta su etapa final.

#### 2.3.4.4 Recursos tecnológicos:

Se cuenta con el equipo necesario para desarrollar el proyecto y la empresa posee los recursos económicos suficientes para la subcontratación de otras empresas para impresión de los materiales, su distribución. El diseño de los materiales será donado por la profesional del Diseño y la Comunicación, Silvia María Chavarría Chinchilla.

# CAPÍTULO 3

Objetivos de diseño



# CAPÍTULO 3

## Objetivos de diseño

### **3.1. Objetivo general**

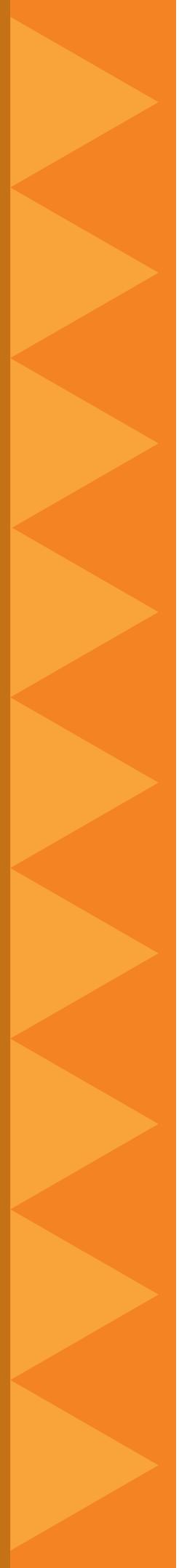
Diseñar Material informativo impreso con el fin de contribuir a la campaña de prevención y control del consumo del tabaco, para el Observatorio del Control de Tabaco. Guatemala, Guatemala, 2014.

### **3.2. Objetivos específicos**

- 3.2.1 Investigar conceptos relacionados con el diseño de material gráfico, su desarrollo, para realizar el proyecto de manera eficiente.
- 3.2.2 Recopilar toda la información acerca de la labor que realiza el Observatorio de Control del Tabaco, la información de prevención y control para brindar un mensaje claro relacionado al tema.
- 3.2.3 Diagramar un cuatrifoliar, para ser impreso, que informe y concientice a las personas respecto de las consecuencias del consumo del tabaco.
- 3.2.4 Ilustrar elementos gráficos y fotografías que apoyen la información del material impreso sobre el consumo del tabaco.

# CAPÍTULO 4

Marco de referencia



# CAPÍTULO 4

## Marco de Referencia

### **4. Datos del estudiante:**

Nombre del estudiante: Silvia María Chavarría Chinchilla

Número de carné: 09000104

Celular: 42119911

Email: schavarriachinchilla@gmail.com

Proyecto: Diseño de material informativo impreso con el fin de contribuir a la campaña de prevención y control del consumo del tabaco, para el Observatorio de Control de Tabaco en Guatemala.

### **4.1 Información general del cliente:**

#### **Nombre de la organización**

Observatorio para el control del tabaco en Guatemala

#### **Datos generales de la organización**

Ubicación: Centro Universitario Metropolitano CUM, 9ª avenida 9-45 zona 11 Guatemala.

Tel: 24851900 / 24187450

**Contacto personal:** Jesus Amando Chavarría Samayoa, Presidente del observatorio.

Celular: 57044920

#### **Antecedentes:**

Oportunidad Identificada: material gráfico impreso bajo una misma línea gráfica.

#### **Misión:**

Vigilar e incidir en el cumplimiento de los acuerdos y compromisos contraídos por el Estado de Guatemala, derivados de la ratificación del Convenio Marco de la OMS para el Control de Tabaco, así como legislaciones vinculantes presentes y futuras que pudieran relacionarse al control de tabaco.

**Visión:**

Lograr una Guatemala libre de enfermedades y muertes causadas por el consumo y exposición al humo de tabaco.

**Delimitación Geográfica:**

República de Guatemala

**Grupo Objetivo:**

A, B, C+, C, C-, D, E.

**Principal beneficio del grupo objetivo:**

Estar informados sobre el tabaco para cuidar de su salud y la de sus seres queridos, conocidos o familiares.

**Competencia:**

Por el tipo de organización que es, no posee ninguna competencia, al contrario, existen otras organizaciones que luchan por la misma causa y se apoyan entre ellos. Entre las organizaciones se encuentran: El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, El Consejo Nacional para la Prevención y el Control del Tabaco en Guatemala, La asociación Nacional contra el Tabaquismo, La Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de San Carlos, La Escuela de Ciencias de la Salud de la Universidad Galileo, La Liga Nacional Contra el Cáncer, La Liga Guatemalteca Contra Enfermedades del Corazón.

**Posicionamiento:**

Es una entidad líder en la población guatemalteca en cuanto a acciones de prevención y disminución del consumo del tabaco, así como de promoción de la salud.

**Factores de diferenciación:**

A diferencia de otras organizaciones y entidades que luchan por la salud de los guatemaltecos, el Observatorio Nacional para el control del consumo de tabaco, busca el cumplimiento de las leyes en pro de los ambientes libres de humo de tabaco.

**Objetivo de mercadeo:**

Proporcionar materiales gráficos impresos informativos donde se brindará todo lo que la población guatemalteca debe saber acerca del consumo del tabaco para concientizarlos sobre su uso y las consecuencias.

**Objetivo de comunicación:**

- Informar a la población el daño que produce el consumo de tabaco.
- Disminuir el consumo de tabaco en la población guatemalteca.
- Crear conciencia social, sobre todo en jóvenes.

**Mensajes claves a comunicar:**

- Reducción del consumo de tabaco.
- Daño del consumo de tabaco en la salud.
- Cumplimiento del convenio marco internacional.

**Estrategia de comunicación:**

Realizar material gráfico que sirva de prevención sobre las consecuencias del consumo del tabaco para generar conciencia social.

**Reto del diseño y trascendencia:**

Desarrollar el material gráfico de forma unificada y atractiva que proyecte lo que el cliente solicita y se logre la concientización de la población en el uso del tabaco.

**Material a realizar:**

- cuatrifoliar informativo.

**Presupuesto:**

El observatorio cuenta con un presupuesto no mayor a Q.20,000 para llevar a cabo el proyecto.

**Datos del logotipo:**

Colores:

Negro, rojo y blanco.

**Tipografía:**

No cuenta con tipografía, únicamente con iconografía, ya que posee el símbolo de prohibición del consumo de tabaco.

**Forma:**

Tiene forma de un ojo y en el centro posee el ícono de “prohibido el consumo de tabaco”.

**Logotipo:**



**OBSERVATORIO DEL CONVENIO  
MARCO PARA EL CONTROL DE TABACO**

#### 4.1.2 Organigrama:

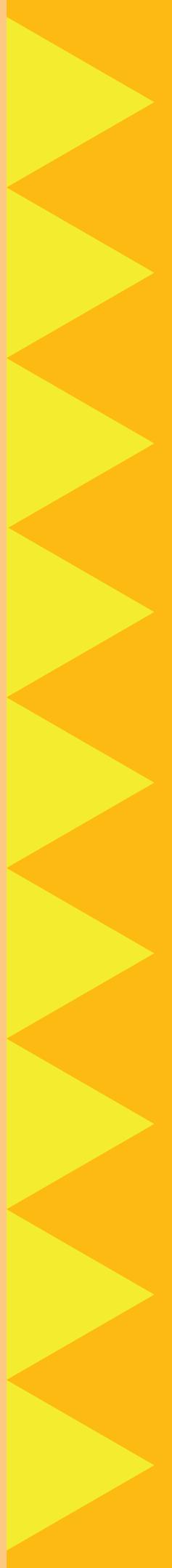


\*\* Además hay Siete Integrantes Suplentes para la Junta Directiva.

\*\*\* Hay asesoría Jurídica, por dos abogados conocedores de estos temas.

# CAPÍTULO 5

Definición del grupo  
objetivo



# CAPÍTULO 5

## Definición del grupo objetivo

Este proyecto de comunicación va dirigido a toda la República de Guatemala, hombres y mujeres de 17 años en adelante de los niveles socioeconómicos A, B, C+, C, C-, D y E; principalmente consumidores del tabaco.

### 5.1 Perfil Geográfico

#### 5.1.2 Datos Generales

Población: 14,713,763 habitantes

Grupos Étnicos: 4 grupos étnicos: Maya, Garífuna, Xinka, Ladino.

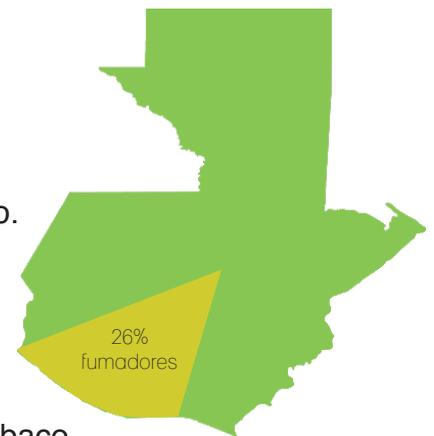
Extensión: 108.889 km cuadrados.

Número de departamentos: 22 departamentos.

Número de municipios: 334 municipios en toda la república.

El 26% de los habitantes de Guatemala son consumidores de tabaco, de ellos, casi el 80%, inició a fumar antes de los 18 años.

La mayoría de los fumadores conoce el daño que el tabaco causa en su organismo, sin embargo no tienen consciencia en su totalidad el daño completo que este puede causar.



#### 5.1.3 Idioma

El idioma oficial es el español, sin embargo se habla distintas lenguas en los diferentes departamentos y municipios del país.

### 5.2 Perfil Demográfico

Según la división de perfiles socioeconómicos en Guatemala, que se muestran a continuación:

## Niveles socioeconómicos en Guatemala

**Nivel Alto (A):** Está formado por personas que poseen ingresos elevados, vivienda propia, más de tres automóviles y frecuentemente viajan al exterior. Ingreso familiar mensual promedio: Q65,500 a Q125,000

**Nivel Alto, Bajo (B):** Está representado por aquellas personas que tienen un ingreso elevado. Ingreso familiar mensual promedio: Q38,600

Profesionales y agroindustriales de éxito, gerentes generales de las empresas e industrias más grandes del país.

**Nivel Medio Alto (C1):** Tienen un nivel de vida bastante holgada y pueden darse lujos en menor escala que los del nivel AB. En su mayoría son graduados universitarios, quienes participan en actividades comunes con los del nivel AB, tanto en el ámbito profesional como social. Ingreso familiar mensual promedio: Q23,500 Ejecutivos de grandes empresas o propietarios de empresas medianas.

**Nivel Medio (C2):** Se compone de trabajadores y empleados de oficina con un salario promedio, viven en la mejor parte de la ciudad. Estas personas tienen todas sus necesidades cubiertas y disfrutan de ciertos lujos y holgura dentro de su disponibilidad de ingresos y tienen capacidad de ahorro. Ingreso familiar mensual promedio: Q10,500 Supervisores/jefes, técnicos especializados, trabajadores administrativos, profesionales, vendedores, maestros.

**Nivel Bajo (D1):** Los miembros de este nivel son trabajadores que poseen un estándar de vida que apenas está por encima de la pobreza. Tienen cubiertas sus necesidades más elementales como techo, vestimenta y alimentación, pero de forma limitada. Se transportan en vehículos públicos, motos y, un porcentaje bajo de casos, en autos de modelos antiguos. Ingreso familiar mensual promedio: Q2,500 Secretarias, enfermeras, contadores, cajeros, vendedores, oficinistas, técnicos, maestros.

**Nivel Bajo, Bajo (D2 o E):** Los miembros de este nivel por lo general no tienen trabajo formal. Ingreso familiar mensual promedio: Q1,100 Contadores, dependientes, técnicos –no siempre especializados–, funcionarios de Estado de segunda clase a menos, maestros de escuelas públicas, miembros de las fuerzas del Estado.

### **5.2.1 Datos generales**

Edad: de los 17 años en adelante

Género: Hombres y mujeres.

Ciclo de vida: Solteros, casados, divorciados.

Ocupación: Trabajadores, estudiantes y no trabajadores.

Educación: Guatemaltecos estudiados o no estudiados.

Nacionalidad: Guatemalteca.

### **5.2.3 Clase social**

El nivel socioeconómico se establece de acuerdo a los ingresos económicos y bienes que poseen los guatemaltecos. En el caso de este proyecto y por el costo en Guatemala de los cigarrillos, el nivel socioeconómico que abarca el proyecto incluye a todos los niveles (A, B, C+, C, C-, D y E).

Nivel socioeconómico: Desde el nivel A hasta el E.

Nivel educativo: Sin estudios, primaria incompleta, primaria, secundaria, diversificado, superior

## **5.3 Perfil Psicográfico**

Para conocer el perfil psicográfico se realizaron distintas pruebas, principalmente métodos de observación en ambientes en los que se consume tabaco frecuentemente.

### **5.3.1 Estilo de vida:**

Poseen una vida llena de compromisos laborales, familiares, de estudios y proyectos varios, son personas sociales.

### **5.3.2 Hábitos:**

Suelen ser personas trabajadoras que mantienen algún tipo de estrés en su día a día.

Las actividades que realizan fuera de trabajo y estudios suelen ser de diversión.

Gran cantidad de fumadores combinan el tabaco con alcohol.

Con frecuencia son muy inquietos, por la misma ansiedad que la nicotina produce.

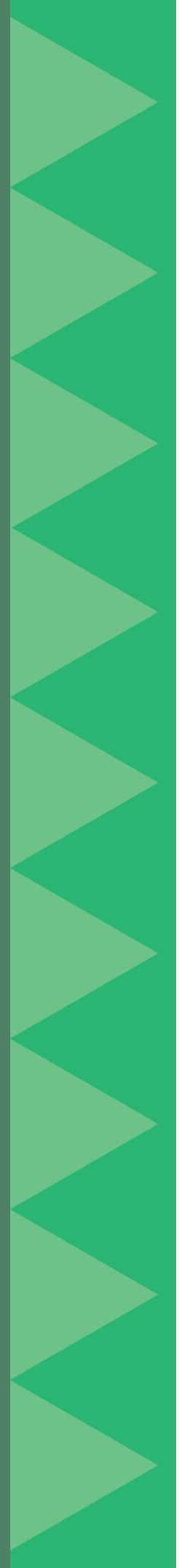
Beneficios buscados: Estar informados de todo lo relacionado al tabaco, marcas, precios.

Taza de uso: frecuente

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

# CAPÍTULO 6

## Marco Teórico



# CAPÍTULO 6

## Marco Teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados al producto o servicio.

#### 6.1.1 Fumar:

**Aspirar y despedir, además de inhalar humo de tabaco**, opio, marihuana, etc.

##### 6.1.1.1 Fumador de tabaco

**Persona que ha fumado, por lo menos, una vez en los últimos 30 días.**

Fumador frecuente: persona que ha fumado por lo menos 20 de los últimos 30 días.

##### 6.1.1.2 No fumador de tabaco

Persona que nunca ha fumado un cigarrillo (ni siquiera una fumarada).

Características:

- Es dañino a la salud
- Crea adicción
- Es un vicio



Fuente: cuidatusalud.com

#### 6.1.2 Adicción

Según Vera Delgado, una persona es dependiente de una sustancia (drogodependiente), cuando la persona se auto administra repetidamente una sustancia, dando como resultado la tolerancia, síntomas de abstinencia y una conducta compulsiva. La adicción **se presenta cuando una persona se ha vuelto física o psicológicamente dependiente, después de haberla usado durante algún tiempo.** El origen de la adicción es multifactorial, implicándose factores biológicos, ambientales, psicológicos y sociales. El tabaquismo es una enfermedad crónica sistémica, perteneciente al grupo de las adicciones, y catalogada por la CIE-10 como trastornos mentales y de comportamiento debidos al consumo de tabaco.

La CIE-10 fue publicada por la Organización Mundial de la Salud. Se utiliza a nivel internacional para fines estadísticos relacionados con morbilidad y mortalidad, los sistemas de reintegro y soportes de decisión automática en medicina. Claramente, la nicotina es adictiva, caracterizándose el fumador por la búsqueda y uso compulsivo de la droga, a pesar de las negativas consecuencias para su salud.

Los criterios de dependencia a la nicotina propuestos por la CIE-10 son:

- Tolerancia: Implica la disminución del efecto obtenido con una dosis constante de la droga, lo que hace que se incremente progresivamente la dosis para obtener el grado de satisfacción deseado.
- Privación: Implica la aparición de un síndrome de abstinencia ante la falta de la droga.
- Fumar una cantidad mayor, o por un período de tiempo mayor del que se desea.
- Tener un deseo persistente de fumar e intentos fallidos para disminuir la cantidad que se fuma.
- Utilizar considerables períodos al obtener o usar tabaco.
- Rechazar o despreciar oportunidades sociales y de trabajo por fumar.
- Continuar fumando aun sabiendo el daño que ocasiona a la salud.

### **Prevención de adicciones**

**Es el conjunto de acciones encaminadas a promover la salud de las personas, para reducir la probabilidad de que aparezcan problemas relacionados con el consumo de drogas”.**

Tipos de prevención, según la conceptualización clásica y la más actual en drogodependencias.

#### **Clásica:**

- Primaria: Se entiende antes de que surja el problema. Tiene como objetivo impedir el surgimiento del problema.
- Secundaria: El objetivo es localizar y tratar lo antes posible el problema cuya génesis no ha podido ser impedida con las medidas de prevención primaria.
- Terciaria: Se lleva a cabo una vez que el problema ha aparecido y su objetivo es evitar complicaciones y recaídas.

#### **Actual:**

- Universal: Es aquella que va dirigida a todos los adolescentes, sin distinción.

- Selectiva: Es aquella que va dirigida a un subgrupo de adolescentes que tienen un riesgo mayor de ser consumidores que el promedio de los adolescentes de su edad. Se dirige a grupos de riesgo.

Características:

- Se genera una dependencia a algo
- Los nervios se estimulan al intentar abstenerse de ella
- Se crea un ambiente de estrés para “liberarse” con la adicción.



Fuente: [tabaco.comocombatir.com](http://tabaco.comocombatir.com)

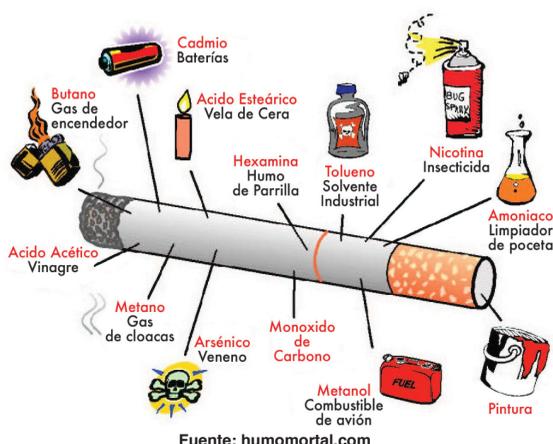
### 6.1.3 Tabaco y nicotina

El “tabaco” (*Nicotiana tabacum*) es una planta solanácea, originaria de América cuyo nombre, es etimológicamente incierto aunque se acepta que procede de la palabra tubaco, que significa pipa indígena. El género *Nicotiana* abarca más de 50 especies calificadas en cuatro grupos principales: *N. Tabacum*, *N. Rústica*, *N. Petunioides* y *N. Poldiclia*. La especie *N. Tabacum*, en términos prácticos, se puede clasificar en cuatro variedades: *havanensis*, *brasilensis*, *virgínica* y *purpúrea*, que han sido el origen de las diferentes variedades utilizadas en la explotación industrial del tabaco. Son plantas anuales o perennes. En el primer caso tiene un tallo herbáceo; en el segundo, semileñoso. Hojas grandes y perfectamente aisladas, con abundante vena y, en general, no onduladas. Flor hermafrodita. Cális acampanado; corola tubular orlada por limbo de cinco lóbulos; con cinco estambres, frecuentemente desiguales. Ovario compuesto por dos cavidades (a veces por cuatro, pero es mucho menos frecuente). La planta madura mide de 1 a 3 metros de altura y produce entre 10 y 20 hojas grandes. El cultivo de tabaco se hace en dos etapas y requiere de muchos cuidados. Para evitar que las hojas se infecten se las fumiga con pesticidas, a veces muy tóxicos, que pueden luego encontrarse en los cigarrillos. Esta planta crece en ambientes húmedos a temperaturas entre 18° y 22° C.

Estas semillas fueron sembradas por Boncalo, en tierras situadas en los alrededores de Toledo, denominadas cigarrales porque solían ser invadidas por plagas de cigarras. Allí se inició el cultivo del tabaco en Europa y, por este motivo, algunos historiadores piensan que el nombre de cigarro provenga de esta circunstancia.

Características:

- Proveniente de una planta
- El cigarrillo se compone de la planta con químicos que crean la adicción.
- La nicotina es lo que provoca la adicción.



### 6.1.5 Surgimiento del Convenio Marco de la organización mundial de la salud para el control del tabaco:

Para reducir las muertes y enfermedades relacionadas con el consumo de tabaco en todo el mundo y debido a la globalización de la epidemia de tabaco, se crea el “Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control de Tabaco”, basado en pruebas que reafirman el derecho de todas las personas de gozar un nivel de salud máximo. **La idea de un instrumento internacional para el control del tabaco surge oficialmente en mayo de 1995, con motivo de la 48ª. Asamblea Mundial de la Salud.** Al año siguiente la 49ª. Asamblea Mundial de la Salud a prueba de la resolución WHA49. 17, que pide al director general que inicie el desarrollo de un Convenio Marco de la OMS para el control del tabaco (CMCT OMS). En mayo de 1999 la Asamblea Mundial de la Salud, órgano deliberante de la OMS, allanó el camino para emprender las negociaciones encaminadas a establecer normas y reglamentos destinados a contener el aumento y la difusión mundial del tabaco y sus productos derivados.

Los 191 miembros de la asamblea respaldaron por unanimidad una resolución en la que se pedía la iniciación de los trabajos relativos al Convenio Marco para la Lucha Anti-tabaco (CMLAT). Las pláticas inician en octubre de 1999, con el apoyo de varias ONG como aliados principales, en esta primera reunión las estrategias de reducción de la demanda en relación de la publicidad, promoción de medios de comunicación, mensajes de advertencia, etiquetada y política de restricción del consumo de tabaco en espacios cerrados. En una segunda reunión, en marzo de 2000 en la 53ª. Asamblea Mundial de la Salud, adoptan la Resolución WHA53.16, que establece un proceso para elaborar el CMLAT y los posibles protocolos, es decir que lanzan oficialmente las negociaciones políticas para octubre del año .

2000 en Ginebra. Las negociaciones culminan en mayo de 2003 en su 56ª. Asamblea Mundial de la Salud, siendo el objetivo principal el de “proteger a las generaciones presentes y futuras contra las devastadoras consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco”. Fecha en la cual 168 países firmaron el tratado y fue el primer pasó de la lucha mundial contra la epidemia de tabaquismo

El Convenio Marco es el primer tratado mundial de negociación multilateral sobre la salud pública que se origina en la Organización Mundial de la Salud, por su directora, la Dra. Gro Harlem Bruntland, que impulsa un derecho institucional de la OMS para realizar un acuerdo mundial con respecto al tabaquismo. En el convenio se manifiestan tres posiciones distintas:

1. Compromisos comerciales de la industria internacional del tabaco,
2. Compromisos políticos y económicos de los gobiernos y
3. Compromisos con la salud de la OMS, que tiene la autoridad científica y moral necesaria para el control del tabaquismo y como objetivo la promoción de la salud.

La Conferencia de las partes (CP) es el órgano rector del Convenio Marco de la OMS para el control del Tabaco (CMCT OMS) el cual examina regularmente la aplicación del convenio, promueve su aplicación eficaz con el fin de cumplir con sus objetivos. En la Asamblea Mundial de la Salud de Mayo de 2003, 192 naciones aprobaron el texto del primer tratado internacional de la salud, el Convenio Marco Internacional para el control del tabaco CMCT. Un mínimo de 40 naciones debían ratificarlo para que este entrara en efecto. El CMCT entro en vigor el domingo 27 de febrero de 2005.

### **6.1.6 Acciones de ley contra el tabaquismo en Guatemala:**

En 1989 se fundó la Comisión Nacional contra el Tabaquismo, por medio del acuerdo 422/89 del Colegio de Médicos y cirujanos, la cual estaba integrada por 13 personas organizadas en subcomisiones, en 1989 la Comisión Nacional Contra el Tabaquismo realiza la Primera Encuesta Nacional, con el objetivo general de determinar el porcentaje de la población de Guatemala fumadora de cigarrillos. El 19 de mayo de 1990 se realizó el primer Congreso Nacional de la Juventud sobre Tabaquismo, en el auditorium del IGSS, el 31 de mayo de ese mismo año se celebró por primera vez en Guatemala el "Día Mundial sin tabaco", acto en el que participaron el Ministerio de Salud Pública, la oficina local de OPS/OMS y la Comisión Nacional contra el tabaquismo. Esta actividad se continúa haciendo en forma anual. Hasta en 1990 en Guatemala se emiten disposiciones legales relacionadas con el consumo de tabaco, con un acuerdo gubernativo emitido el 3 de agosto, que afirma inequívocamente "que el hábito de fumar es causante de enfermedades mortales", esto contenido tanto en el Acuerdo Gubernativo No. 681-90 como en el Código de la Salud, entre las que se encuentra la prohibición de fumar en locales de las entidades autónomas y los edificios que albergan centros educativos. La Comisión Nacional Contra el Tabaquismo ha venido celebrando el Día Mundial sin tabaco desde 1990 y una de las actividades principales ha sido la Carrera Libre de Humo en la que participan adultos, jóvenes, familias completas y una carrera especial dedicada a niños.

Se trabajó con el Presidente de la República, licenciado Vinicio Cerezo para promulgar el Acuerdo Gubernativo No. 681-90 en el que se prohíbe fumar en áreas cerradas tanto gubernamentales como privadas. También se sostuvo pláticas con la Comisión de Salud del Congreso de la República para modificar el código de salud, efectuando reformas al mismo en los artículos: 49 que se relaciona a la publicidad (autorización del Ministerio para la publicidad, advertencia en las cajetillas de los daños a la salud que ocasiona el cigarrillo, etc.) y al artículo 51 lugares de consumo de tabaco y sus derivados (prohibición de fumar en los locales de las oficinas del estado; en edificios que alberguen centros educativos de nivel pre-escolar, pre-primario, medio y en las aulas universitarias). "El 22 de mayo de 1993 la Comisión Nacional contra el Tabaquismo solicitó la aprobación de sus estatutos y el reconocimiento de la personalidad jurídica y, es, en el Acuerdo Gubernativo No. 125 de fecha 20/4/1994 que se cambia el nombre de comisión Nacional contra el Tabaquismo por Asociación Nacional contra el Tabaquismo en Guatemala y se reconoce la personalidad jurídica".

En 1998, el Ministerio de Salud Pública de Guatemala, entabló una demanda contra las tabacaleras que operan en el país, siendo el primero en América Latina en hacerlo, causando gran conmoción. Las bases de esta demanda son la esencia de las mismas que las de la realizada en los Estados Unidos, la cual actualmente se encuentra en discusión.

En el año 2000 fue aprobado el decreto 50-2000, el cual contempla la restricción de publicidad en televisión antes de las 21:00 horas, prohibición de inclusión a menores de 25 años dentro de los anuncios por televisión, prohibición de dibujos animados y muestreo a menores de edad, prohibición para patrocinar actividades deportivas, culturales, etc.

Además de la restricción de la venta a menores y la venta de cigarrillos por unidad; el Ministerio de Salud Pública reglamento la aplicación de esta ley a través del Acuerdo 137-2009.

Desde el año 2001 la Asociación Nacional contra el tabaquismo trabaja conjuntamente con la Unidad de Salud de la Universidad de San Carlos con quien también se efectúan actividades que duran 1 semana para conmemorar el Día Mundial de No fumar.

Se implementó una clínica de cesación de fumado en la Universidad y el logro mayor obtenido es la emisión del Acuerdo 469-2003 de la Rectoría de la Universidad de San Carlos, declarando Zonas Libres de Fumado y Humo de Segunda Mano, a todos los inmuebles propiedad de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con la prohibición de venta y distribución de cigarrillos y otros productos cuya base es el tabaco. Además, prohíbe el patrocinio de la industria tabacalera a actividades deportivas, culturales y sociales de la Universidad. La investigación base que da origen a dicho acuerdo fue realizada en los años 2001-2002, observando que la prevalencia de tabaquismo en estudiantes del campus central de la USAC se encuentra arriba de la prevalencia a nivel nacional que es del 22%, la prevalencia global en la USAC es del 24.2%. Evidenciando el 25.5% entre los estudiantes y el 20.1% entre los docentes.

Características:

- Las leyes contra el tabaquismo en Guatemala han progresado a través de los años.
- A más leyes, menor consumo de tabaco y menor cantidad de muertes a esta causa.



Fuente: humomortal.com

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados a la comunicación y el diseño.**

### **6.2.1 Conceptos relacionados a la comunicación**

#### **6.2.1.1 Comunicación**

La palabra comunicación proviene del latín *communis*, que significa común. **La comunicación es la acción de comunicar que a su vez proviene del latín *communicare*.**

Según Martínez, la comunicación se define como un proceso social en la que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno, es decir que implica personas e interacciones; la cual incluye primariamente dos personas, un emisor y un receptor. La comunicación es un proceso que requiere de aprendizaje, donde es necesario: escuchar y comprender. Saber dialogar ante la postura de otra persona, aún cuando haya acuerdo o desacuerdo, dentro de un ambiente de respeto. De acuerdo con Pedroni, la comunicación se puede definir como el acto esencial de los seres humanos que les permite ser y desarrollarse. Sólo mediante la comunicación la persona logra definirse como tal, ser ella misma, desarrollarse, decir lo que piensa y lo que siente.

Por su parte, Martínez afirma que la comunicación es el proceso de transmitir un mensaje a otros y requiere de 6 elementos como son la fuente o el emisor, el mensaje, un canal de comunicación, un receptor y los procesos de codificación y decodificación. Este proceso a su vez se ve afectado por la respuesta, retroalimentación y ruido, los que son factores que forman parte en todo momento del proceso de comunicación.

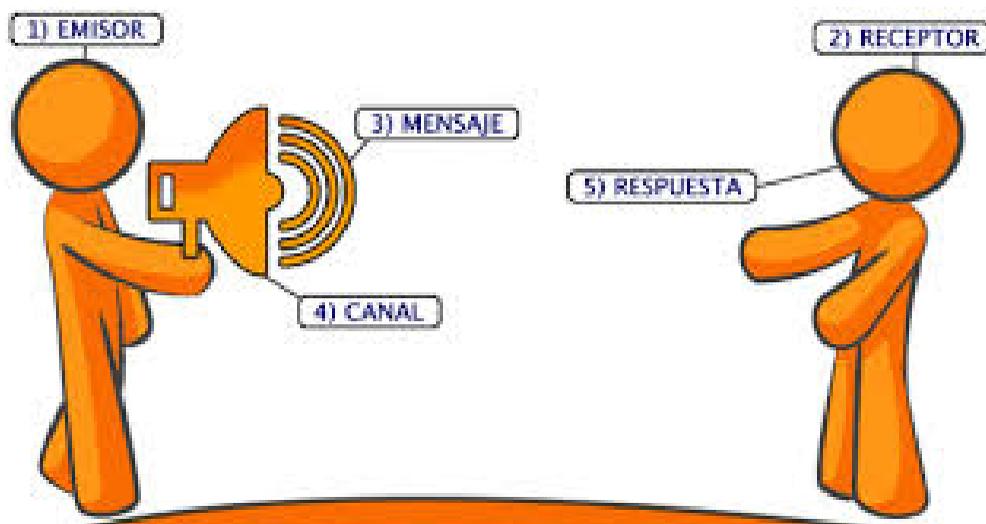
Los elementos mencionados anteriormente pueden definirse de la siguiente manera:

- Emisor: El participante que envía el mensaje al otro participante.
- Codificación: El proceso de expresar el pensamiento en forma simbólica.
- Mensaje: El conjunto de símbolos que transmite el emisor.
- Medio: Los canales de comunicación por medio de los que el mensaje va del emisor al receptor.

- Decodificación: El proceso por medio del cual el receptor asigna un significado a los símbolos codificados por el emisor.
- Receptor: El participante que recibe el mensaje enviado por el otro participante.
- Respuesta: Las reacciones del receptor después de verse expuesto al mensaje.
- Retroalimentación: La parte de la respuesta del receptor que se retransmite al emisor.
- Ruido: La estática o distorsión no prevista durante el proceso de comunicación, que provoca que el receptor reciba un mensaje diferente del que envió el emisor.

Características:

- Es irreversible.
- Puede ser verbal y no verbal
- Es dinámica y evolutiva



Fuente: [www.eoi.es](http://www.eoi.es)

### 6.2.1.2 Comunicación Persuasiva

**Es la intención consciente de un individuo por cambiar la conducta de otro individuo o grupo de éstos mediante el uso de algún mensaje.**

Se considera también a la comunicación persuasiva como la intención consciente por modificar el pensamiento y la acción, manipulando los móviles de los hombres hacia fines predeterminados.

En esta definición se destaca la importancia de que el persuasor debe tener la intención consciente de convencer o cambiar algún aspecto sociológico o conducta de su oyente, entonces podríamos decir que la persuasión en sí se aplicaría solo en aquellas situaciones en las que una parte intenta conscientemente influir en la otra.

Existen ocasiones en que una parte no trata de influir en la otra, pero el receptor igualmente es influido por lo que diga o haga la fuente emisora. Este hecho, a pesar de parecer persuasión, no se puede considerar como tal, pues en la definición dada, deja claro que la persuasión no es tal sin el factor de la intención; de modo que cuando un receptor o grupo de personas simplemente se adapta a las actitudes y/o conductas de la fuente, que no tenía intención de transmitir sus conductas, ni influir en las de sus oyentes, no se puede incluir bajo el rubro general de persuasión.

Características:

- Es limitada a la fuente.
- Convence
- Crea una conexión más personal.



Fuente: [www.elartedelaestrategia.co](http://www.elartedelaestrategia.co)

### 6.2.1.3 Comunicación Social:

**Es un campo de estudios interdisciplinarios que investiga la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales.** Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, seguidos del periodismo y la filosofía.

Aparte de su popularización, llegó a ser el término preferido de los documentos de la Iglesia Católica cuando esta se refiere a los medios de comunicación social o a los medios masivos. Esto tiene la ventaja de una connotación mayor en donde toda comunicación es social, pero no toda la comunicación es “masiva”.

Hoy en día, pensamos a la Comunicación en estrecho contacto con la cultura y, en este sentido, la analizamos como un fenómeno transversal; como la condición de posibilidad de todas las prácticas sociales. Esta nueva visión de conjunto nos permite abordar procesos, instituciones y actores, sin desvincular unos de otros. Tendremos así, comunicación y medios masivos, comunicación, imagen e instituciones, comunicación y producción académica, comunicación y mediaciones socioculturales, comunicación y tecnologías, etc., sin dejar de tener en cuenta el modo en que cada una de estas dimensiones de lo social y lo cultural se encuentran y cruzan en la vida cotidiana.

Características:

- Es una comunicación directa y masiva en el entorno social.
- Tiene énfasis cultural de la mano de lo social.
- No siempre es masiva.



Fuente: [www.palabras.com](http://www.palabras.com)

## **6.2.2 Conceptos relacionados al diseño**

### **6.2.2.1 Diseño**

**Es un proceso de desarrollo para la creación visual con un fin específico.**

Wucius Wong (2005) define el diseño como un proceso de creación visual con un propósito, siendo este la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea este un mensaje o producto. La creación de un diseño no debe ser únicamente estética sino también funcional, pues al momento de ser colocada frente a los ojos del público, debe transportar un mensaje determinado.

El diseño es un proceso creativo enfocado a definir nuevos conceptos y a resolver de modo original problemas y limitaciones, por lo que está ligado al proceso de innovación: se utiliza para crear algo nuevo o para mejorar lo existente, contribuyendo así en los procesos de innovación radical o incremental.

### **6.2.2.2 Diseño gráfico**

**Busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por los destinatarios del mismo.**

El diseño gráfico es 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.

Un buen diseño debe conseguir que los objetos y herramientas funcionen mejor en el plano industrial; que transmitan de manera rápida y eficaz los mensajes en el mundo publicitario, periodístico o editorial; que permitan una rápida identificación simbólica en la vida social y corporativa.

Según Juan Martínez Val (2004), el proceso de diseño se puede dividir en tres grupos principales:

- Se debe considerar antes de empezar a realizar un diseño las características del grupo a quien se va a dirigir el mensaje.

- En segundo lugar se debe pensar en la utilidad de lo que se hace, y con qué se hará.
- En tercer lugar se debe diseñar con lógica y sencillez, favoreciendo los comportamientos naturales e instintivos de aquellos a los que va dirigido el mensaje, evitando hacerles pensar de manera forzada o adivinatoria.

Hoy en día, gran parte del trabajo de los diseñadores gráficos es asistido por herramientas digitales. El diseño gráfico se ha transformado enormemente por causa de los ordenadores. A partir de 1984, con la aparición de los primeros sistemas de autoedición, los ordenadores personales sustituyeron de forma paulatina todos los procedimientos técnicos de naturaleza analógica por sistemas digitales. Por lo tanto los ordenadores se han transformado en herramientas imprescindibles y, con la aparición del hipertexto y la web, sus funciones se han extendido como medio de comunicación. Además, la tecnología también se ha hecho notar con el auge del teletrabajo y en especial del crowdsourcing o tercerización masiva, ha comenzado a intervenir en las modalidades de trabajo. Este cambio ha incrementado la necesidad de reflexionar sobre tiempo, movimiento e interactividad. Aun así, la práctica profesional de diseño no ha tenido cambios esenciales. Mientras que las formas de producción han cambiado y los canales de comunicación se han extendido, los conceptos fundamentales que nos permiten entender la comunicación humana continúan siendo los mismos.

Características:

- Evolutivo con los años
- Cambiante depende la tecnología y la moda.
- Mantiene siempre sus mismos principios.



Fuente: forodelwebmaster.com

### 6.2.2.3 Proceso creativo:

Es un proceso interactivo. Se podría definir como:  
**un proceso de análisis mental cuyo fin es la comunicación.**

Consta de cinco etapas:

- La preparación: la inmersión en un conjunto de cuestiones que resultan interesantes y causan curiosidad.
- La incubación: durante la que las ideas se instalan e interactúan debajo de la conciencia.
- La iluminación: El momento en el que las piezas encajan.
- La evaluación: Cuando se debe decidir si la intuición obtenida anteriormente vale la pena dedicarle la atención.
- La elaboración: Ya elaborada la idea hay que probar que corresponde a lo que ha surgido en la iluminación.

El proceso creativo se puede definir más como un proceso cíclico o recurrente, ya que una persona puede volver varias veces a tener intuiciones. El número de recurrencias a cada etapa del proceso depende de la profundidad y amplitud de la situación o problema que se aborda tanto como la habilidad mental, conocimientos y personalidad de cada persona.

Existen también barreras al proceso creativo, que son:

- Escasez de energía por el tipo de exigencias con que vivimos.
- Escasez de atención y control sobre ella.
- Escasez de disciplina o control sobre la energía disponible.
- Escasez de proyección de la energía disponible.

De todas las barreras al proceso creativo, la falta de atención y control de las propias unidades de atención es la principal.

Actualmente es posible valerse de recursos y fórmulas para estimular o amplificar el rendimiento en cada etapa.

No es posible concebir una educación mental completa sin conocer recursos que nos ayuden a desarrollar y estimulen un mejor proceso creativo.

#### 6.2.2.4 Elementos de diseño

- **Elementos conceptuales: Los elementos conceptuales no son visibles.** No existen de hecho, **sino que parecen estar presentes.** Estos puntos, líneas, planos y volúmenes no están realmente allí; si lo están, ya no son conceptuales:

Punto: Indica posición. No tiene largo ni ancho. No ocupa una zona en el espacio. Es el principio y en el fin de una línea y es donde dos líneas se encuentran o se cruzan.

Línea: Es el recorrido de un punto. Tiene largo, pero no ancho. Tiene posición y dirección. Está limitada por puntos. Forma los bordes de un plano.

Plano: El recorrido de una línea en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un plano. Tiene largo y ancho pero no grosor. Tiene posición y dirección. Está limitado por líneas. Define los límites extremos de un volumen.

Volumen: Es el recorrido de un plano en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca). Tiene una posición en el espacio y está limitado por planos.

- **Elementos visuales:** Cuando se dibuja un objeto en un papel, se emplea una línea visible para representar una línea conceptual. La línea visible tiene no sólo largo, sino también ancho. Su color y su textura quedan determinados por materiales que se utilizan y por la forma que se usan. Cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen forma, medida, color y textura. Los elementos visuales forman parte importante de un diseño, porque son lo que realmente se ven.

Forma: Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación de la percepción.

Medida: Todas las formas que tienen un tamaño. El tamaño es relativo si se describe en términos de magnitud y de pequeñez, asimismo es físicamente medible.

Color: Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no sólo lo del espectro solar sino los neutros (blanco, negro, los grises intermedios). También sus variaciones tonales y cromáticas.

Textura: Se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser decorada, suave o rugosa, y puede atraer tanto al sentido del tacto como al de la vista.

- **Elementos de relación:** Este grupo de elementos gobiernan la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos, como la dirección y la posición; otros pueden ser sentidos, como el espacio y la gravedad.

Dirección: La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.

Posición: La posición de una forma es juzgada por su relación respecto del cuadro o estructura.

Espacio: Las formas de cualquier tamaño por pequeñas que sean, ocupan un espacio. Así, el espacio pueda estar ocupado o vacío. Puede ser liso o puede ser ilusorio, para sugerir una profundidad.

Gravedad: La sensación de gravedad no es visual sino psicológica. Tal como es atraído por la gravedad de la tierra, se tiene tendencia a atribuir pesadez o liviandad, estabilidad o inestabilidad, a formas, o grupos de formas individuales.

- **Elementos prácticos:** Los elementos prácticos subyacen el contenido y el alcance de un diseño. Están más allá del alcance de un diseño, estos son:

Representación: Cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza, o del mundo hecho por el ser humano, es representativa. La representación puede ser realista, estilizada, o semiabstracta.

Significado: Se hace presenta cuando el diseño transporta un mensaje.

Función: Se presenta cuando un diseño debe servir a un determinado propósito.

Características:

- Son la esencia de los diseños
- Visibles y no visibles.
- Representan un significado.



Fuente: ideocentro.com

### 6.2.2.5 Forma

**La forma es todo lo que se puede ver, todo lo que tiene contorno, tamaño, color y textura, ocupa un espacio, señala una posición e indica una dirección.**

Una forma puede haberse creado para transmitir un significado o mensaje, o bien puede ser meramente decorativa. En sentido estricto, las formas son contornos compactos y positivos que ocupan un espacio y se diferencian del fondo.

Tipos de formas: Las formas pueden clasificarse de manera genérica según su contenido específico, y pueden dividirse de la siguiente manera:

- Formas figurativas: Una forma figurativa puede ser ejecutada con realismo fotográfico o con cierto grado de abstracción, siempre y cuando no sea tan abstracta que convierta el tema en no identificable. Si el tema no se puede identificar, la forma no es figurativa.

- Formas naturales: Las formas naturales comprenden los organismos vivientes y objetos inanimados que existen en la superficie de la tierra, en los océanos o en el aire. Si el tema es algo que se encuentra en la naturaleza, la forma puede definirse como forma natural.

- Formas artificiales:

Son formas figurativas derivadas de objetos y entornos creados por el hombre. Pueden representar edificios, muebles, vehículos, máquinas, herramientas, productos domésticos, juguetes, ropa o material de escritorio, entre otros.

- Formas verbales:

El lenguaje escrito consta de caracteres, letras, palabras y cifras que posibilitan comunicaciones visuales precisas. Una forma basada en un elemento del lenguaje escrito es una forma verbal. Una forma verbal es una forma figurativa en el sentido de que describe una idea identificable, en vez de algo que existe en sentido material.

- Formas abstractas:

Una forma abstracta carece de tema identificable. Puede ser que la intención del diseñador sea crear una forma que no represente nada. Puede que la forma se haya basado en un tema que ha perdido sus señas de identidad después de una transformación excesiva, o que sea el resultado de la experimentación con materiales que han llevado a resultados inesperados. Una forma abstracta expresa la sensibilidad del diseñador para el contorno, color y composición sin basarse en elementos identificables.

Características:

- Visibles y no visibles.
- Pueden ser creadas naturales o artificiales.
- No tienen porqué ser gráficas.



fuelle: freepik.com

### 6.2.2.6 Logotipo:

**Es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada y lo que distingue a una marca.**

Para que un logotipo resulte congruente y exitoso, una manera de conforme al principio fundamental del diseño donde «menos es más», la simplicidad permite que sea:

- Legible - hasta el tamaño más pequeño
- Escalable - a cualquier tamaño requerido
- Reproducible - sin restricciones materiales
- Distinguible - tanto en positivo como en negativo
- Memorable - que impacte y no se olvide

Las marcas construidas exclusivamente con letras llegan a tener tanta fuerza o más que aquellas que, si bien cuentan con un ícono gráfico, requieren de la asociación del texto para posicionarse de inicio; tal es el caso, por ejemplo, de las marcas de automóviles. Posteriormente, la imagen queda intrínsecamente asociada al sonido del nombre de la marca original.

### 6.2.2.7 Isotipo:

**Este tipo de logo es el que se basa en utilizar tan sólo una imagen figurativa (o ícono) para transmitir el mensaje que se pretende que la gente tenga de la corporación.**

La gran ventaja del isotipo es que es muy fácil de recordar. Estudios psicológicos han demostrado que las imágenes son más fáciles de retener que las palabras y ahí se halla la facilidad de memorización del isotipo. La desventaja es, evidentemente, que no es tan preciso como los demás dado que la imagen es figurativa y se trata de una metáfora gráfica. No obstante, hay un logotipo auxiliar que asiste al ícono e indica la pertenencia de éste; es decir, la aparición periódica de un logotipo que indique el nombre de la empresa a la que el logo pertenece le da una dirección y una procedencia al mensaje que envía.

Al utilizar un isotipo la empresa se baña de una esencia de universalidad. Al igual que la música y las matemáticas, las imágenes figurativas destruyen las barreras de los idiomas y le dan a la empresa un aire de mundialización y de amplios horizontes.

Los componentes fundamentales de la hoja del tabaco lo constituyen el agua y la materia seca. El 80% del peso total de la planta lo constituye el agua (antes de ser cortada) que pasa a un 18% después del curado. El 75-89% de la materia sécalo forman las sustancias orgánicas (nitrogenadas y no nitrogenadas) y el 11 – 25%, las sustancias inorgánicas. Entre las sustancias orgánicas se encuentra la nicotina. La planta del tabaco es la única de la naturaleza capaz de sintetizar en sus hojas esta sustancia y luego conservarla en sus hojas secas. La nicotina se encuentra en mayor concentración en las hojas superiores de la planta.

La nicotina, principal alcaloide del tabaco, es una amina terciaria con acciones a nivel del sistema nervioso central (SNC) euforizantes, cognitivas, de regulación del humor, de la concentración, memoria y del apetito, entre otras, que se ejercen por inter-medio de la liberación de neurotransmisores como acetilocolina, dopamina, noradrenalina, vasopresina y endorfinas. Produce un “reforzamiento positivo”, sensación euforizante y placentera que es probablemente el eje central de la adicción. La vía más conocida para esta acción es la mesolímbica dopaminérgica, la misma de otras drogas adictivas; la nicotina es más adictiva que la heroína, la cocaína o el alcohol. Una vez inhalada, se absorbe con rapidez (8 segundos) y pasa directamente a la circulación, donde alcanza un pico máximo de concentración sumamente rápido, estimula a los receptores nicotínicos del cerebro en aproximadamente 10-20 segundos y genera así una respuesta casi inmediata. Luego, la nicotinemia desciende también rápidamente, debido a la difusión en los diferentes tejidos y a su vida media muy corta, de apenas 2 horas.

Por último reseñar que la denominación de nicotina fue introducida por Linneo, en su famosa clasificación de Botánica, en honor al embajador de la corte francesa en Lisboa, Jean Nicot de Villemain, quien en 1559 envió, como un regalo valioso e inusual, tabaco triturado y curado a Catalina de Medicis para el remedio de sus fuertes cefaleas. Linneo puso a dicha planta el nombre de *Nicotiana tabacum*; hasta entonces los botánicos denominaban al tabaco, *Planta Thevetia*, en honor al padre Thévét.

#### **6.1.4 Cigarrillo de tabaco**

Cigarrillo o pitillo, **cilindro pequeño y delgado hecho con tabaco picado y envuelto en un papel muy fino, que se fuma quemándolo por un extremo.** Fue Hernández de Boncalo, cronista e historiados de las Indias, quien llevó las primeras semillas de tabaco que llegaron a Europa, en 1559, por orden de Felipe II.

### 6.2.2.6 Logotipo:

**Es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada y lo que distingue a una marca.**

Para que un logotipo resulte congruente y exitoso, una manera de conforme al principio fundamental del diseño donde «menos es más», la simplicidad permite que sea:

- Legible - hasta el tamaño más pequeño
- Escalable - a cualquier tamaño requerido
- Reproducible - sin restricciones materiales
- Distinguible - tanto en positivo como en negativo
- Memorable - que impacte y no se olvide

Las marcas construidas exclusivamente con letras llegan a tener tanta fuerza o más que aquellas que, si bien cuentan con un ícono gráfico, requieren de la asociación del texto para posicionarse de inicio; tal es el caso, por ejemplo, de las marcas de automóviles. Posteriormente, la imagen queda intrínsecamente asociada al sonido del nombre de la marca original.

### 6.2.2.7 Isotipo:

**Este tipo de logo es el que se basa en utilizar tan sólo una imagen figurativa (o ícono) para transmitir el mensaje que se pretende que la gente tenga de la corporación.**

La gran ventaja del isotipo es que es muy fácil de recordar. Estudios psicológicos han demostrado que las imágenes son más fáciles de retener que las palabras y ahí se halla la facilidad de memorización del isotipo. La desventaja es, evidentemente, que no es tan preciso como los demás dado que la imagen es figurativa y se trata de una metáfora gráfica. No obstante, hay un logotipo auxiliar que asiste al ícono e indica la pertenencia de éste; es decir, la aparición periódica de un logotipo que indique el nombre de la empresa a la que el logo pertenece le da una dirección y una procedencia al mensaje que envía.

Al utilizar un isotipo la empresa se baña de una esencia de universalidad. Al igual que la música y las matemáticas, las imágenes figurativas destruyen las barreras de los idiomas y le dan a la empresa un aire de mundialización y de amplios horizontes.

### 6.2.2.8 Isologotipo:

**Este tipo de logo hace una combinación entre el logotipo y el isotipo.**

La ventaja es que tiene increíble poder de precisión, ya que suma la capacidad expresiva de ambos elementos (ícono y tipografía). La desventaja es que la suma de elementos hace de este tipo de logo, algo más difícil de recordar. Cuantos más elementos hay que recordar para reconstruir mentalmente el logo, más difícil de recordar será.

Imagotipo:

Es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.

En algunos packs de productos veremos el símbolo; en otros, la tipografía.

Características:

- Identifican una marca.
- No necesariamente deben ser gráficos, puede ser tipografía.
- No deben llevar el nombre de la empresa.

Logotipo 

 Isotipo

Isologo 

Fuente: freepik.es

### 6.2.2.9 Figuras

**Son formas representadas de ángulos y distancias determinadas, una figura es un área delimitada con una línea.**

Tipos de figuras: La misma forma, sea figurativa o abstracta, puede expresarse con figuras diferentes. Esto no significa que se tenga que ver desde vistas, ángulos o distancias diferentes, o que se tenga que desplazar o transformar; los diferentes enfoques posibles en la creación visual producen diferentes resultados.

Pueden dividirse de la siguiente manera:

- Figuras caligráficas:

El movimiento de la mano, el instrumento de dibujo, el material sobre el que se dibuja y la superficie de dibujo se hacen todos aparentes en la figura caligráfica. El instrumento, por lo general, es la pluma, el lápiz o el pincel, cuyas características particulares se notan en la forma acabada.

- Figuras geométricas:

Se basan en medios de construcción mecánicos. Deben prevalecer la definición y la precisión.

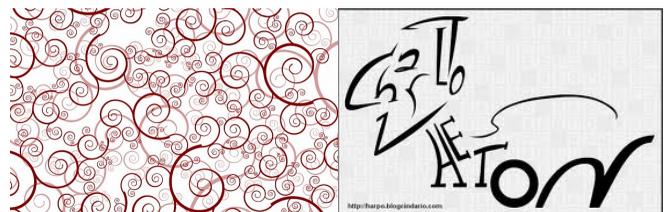
- Figuras orgánicas:

Exhibe concavidades y convexidades con curvas que fluyen suavemente.

Al suavizar una forma como una figura orgánica, se deben controlar las líneas de la pluma o las pinceladas para minimizar las señales del movimiento de la mano y los efectos identificables de los instrumentos utilizados.

Características:

- Van en conjunto con formas.
- Puede ser tipografía únicamente.
- Puede realizarse un diseño con una figura.



Fuente: educacion.net

### 6.2.2.10 Diseño Editorial

**El diseño editorial es un área importante del diseño gráfico dedicada a la maquetación, diagramación de texto e imágenes en publicaciones tales como libros, periódicos, revistas, guías, catálogos entre otros.**

Logra unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

El diseño editorial incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y las condiciones de impresión y de recepción.

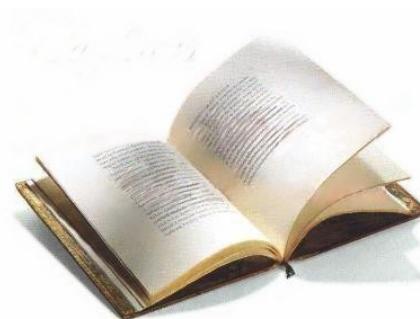
### 6.2.2.11 Materiales impresos

**Son todos aquellos recursos que son utilizados para transmitir una idea, concepto o mensaje con un impacto visual por medio de imágenes visuales de modo original y eficaz.**

Los materiales impresos logran tener un efecto más duradero en las personas, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los niños, jóvenes y adultos.

- Libros:

Es un conjunto de más de 50 hojas impresas agrupadas en fascículos o pliegos numerados en orden progresivo y cosidos entre sí para funcionar a modo de bisagra, insertada, fijadas y protegidas por una encuadernación o cubierta.



Fuente: birtanicencyclopedia.com

- Revista:

Es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensual). La revista posee una estructura externa, la cual posee un formato, portada, logotipo, lema, fecha, sumario, índice y directorio.



Fuente: birtanicenciclopedy.com

- Folletos:

Presentan el producto o servicio de forma detallada e ilustrada, destacando las ventajas y las características de la oferta. Su formato o tamaños, varía en función de las necesidades del producto y del desarrollo creativo



Fuente: birtanicenciclopedy.com

- Desplegable:

Es un impreso informativo o publicitario constituido por un papel o cartulina plegados que se pueden desplegar. Tiene cuerpos adicionales que se doblan hacia el lomo de la publicación con pliegues paralelos de modo que se encuentran en el centro de la página. Las páginas extra se doblan y se recortan más que las normales del volumen para que se ajuste bien en el interior del mismo. Se suelen usar en las revistas para presentar carteles o en los libros para ilustraciones, o fotografías.

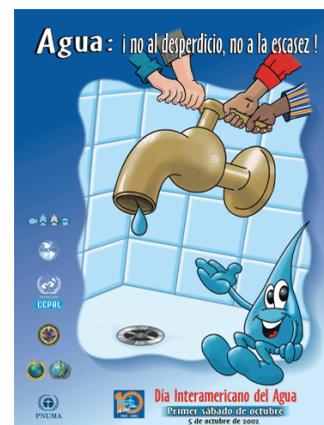


Fuente: birtanicenciclopedy.com

- Afiches:

El afiche es un cartel, hecho en papel ya sea que esté manuscrito o impreso, con dibujos y/o palabras, aunque se sugiere que las palabras sean pocas, y más las ilustraciones, para provocar mayor impacto visual. La finalidad del afiche es anunciar algo, colocado en un lugar público, frecuentemente usado en sitios con gran afluencia de público.

Pueden hacerse afiches de propaganda, ya sea comercial o política; afiches educativos y suelen también colocarse en las aulas .



Fuente: birtanicenciclopedy.com

- Volantes:

Son denominados también flyers, folletos de pequeñas dimensiones y gramajes reducidos y que se utilizan para transmitir información publicitaria sobre productos y servicios de una empresa.

Los flyers se encuentran dentro de la categoría de folletos, y son pequeños panfletos de reducido tamaño. Son también los que normalmente se reparten en grandes cantidades, a los clientes o consumidores que circulan a pie.



Fuente: birtaniciclopedia.com

Díptico:

Es un material impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en dos partes. Constituye un elemento publicitario ideal para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, empresa o evento.



Fuente: birtaniciclopedia.com

Características:

- Todos pueden ser impresos y virtuales.
- Informan a las personas.
- Cuentan con diversos elementos de diseño y tipografías.

### **6.2.2.13 Material Informativo:**

**Permite transmitir mensajes concretos por medio de imágenes visuales, con el que se adquieren conocimientos que permiten ampliar o precisar sobre un tema determinado, su función principal es comunicar e informar.**

Este tipo de material es utilizado para dar orientación sobre algún tema al lector. El material informativo puede incluir: diseño editorial, gráficos, diagramas, algunos tipos de material didáctico, instrucciones, informes, programas, señalización y mapas.

Reglas básicas para diseñar material informativo:

Existen ocho reglas básicas que no deben olvidarse a la hora de diseñar material informativo:

- Comunicar el propósito: Se debe empezar al diseñar el propósito del documento. Cuando el diseño del mensaje es informativo, tiene que crear un mensaje simple, corto, y fácil de entender según sea el tema a informar, al crear columnas de texto fácil de interpretar para que el lector no se distraiga en el diseño.

- Simplificar el mensaje: Información compleja puede ser simplificada de varias maneras; insertar subtítulos que guían a los lectores en el entendimiento de artículos largos, simplificar estos en dos o tres párrafos fáciles de entender. También se pueden reemplazar texto por gráficos o tablas.

- Utilizar énfasis selectivo: Un buen diseño informativo revela la jerarquía de la información del mensaje, los títulos primarios atraen más la atención que los títulos secundarios, debe tratar de no abusar del uso del énfasis selectivo.

El uso de citas es una herramienta útil, agrega énfasis y fuerza a las ideas. Las citas son mensajes pequeños que contienen el mensaje principal de una columna o párrafo, pueden ser ubicadas en formato más grande, gráficas o encajonadas en diferente color a un lado de la lectura.

- Usar contrastes que creen interés: Usar espacios en blanco, letras más grandes o colores diferentes. Fijar los títulos perceptiblemente diferentes a la tipografía utilizada, estimula la vista del lector.

El tamaño de elementos gráficos también puede agregar contraste a las páginas. Por ejemplo dos fotografías de tamaño diferente en una página son más atractivas que una página con dos fotografías del mismo tamaño.

- Sencillez: Usar no muchos colores y tipos de fuentes es la mejor opción, para no confundir al lector.

- Proyectar la imagen correcta: Debe usarse un tipo de letra constante, y diseñar los elementos necesarios para cada documento, al asegurar una visión distinta y fácilmente “identificable” que lo diferencie de sus competidores.

- Realzar la eficacia y producción: Las herramientas de diseño tales como plantillas, estilos y gamas de colores se pueden distribuir entre documentos para realzar eficacia y acelerar la creación o fabricación. Las plantillas son documentos en blanco, con un pre-formato de margen, columnas, ejemplos de texto, etc.

- Evaluar y corregir: Un diseño tiene más éxito al eliminar palabras que reduzcan el tamaño de letras y aumentando márgenes para que todo entre en el modelo. Por lo tanto, en cada paso diseñado, antes de continuar, se deben plantear las siguientes preguntas. ¿Es fácil para los lectores entender el mensaje? ¿El diseño proyecta imagen única, apropiada y constante?

#### **6.2.2.14 Materiales de apoyo**

**Son considerados como instrumentos auxiliares de la enseñanza como parte importante para el logro de los objetivos de la educación.**

A lo largo del tiempo se han constituido en un medio didáctico esencial, que consiste en un material impreso que presenta los contenidos curriculares, según un sistema de estructuración. Puede ir acompañado de ilustraciones, ejercicios, actividades de diversa índole, cuestionarios, etc.

La utilización de un material de apoyo logra facilitar la transmisión de los contenidos, ya que el lector puede interactuar con él, revisarlo, estudiarlo, comprenderlo y a asimilarlo por el tiempo que sea necesario.

El material de apoyo constituye una herramienta dinámica y participativa que se preocupa por el aprendizaje, tomando en cuenta lo más importante en el proceso educativo que es “aprender”, para lograr así que el lector piense por sí mismo, a juzgar y a formar criterios que lo impulsen a

### 6.2.2.15 Diagramación

Es la distribución de los elementos, dentro de un formato al crear adecuada disposición de todos los elementos visuales para atraer al lector, una diagramación debe contar con los siguientes elementos: tipografía, color, espacio.

### 6.2.2.16 Texto

El llamado “cuerpo de texto” es el tipo en que será impreso el contenido principal del impreso, ya sea libro o publicación periódica (artículos, columnas, crónicas, editoriales, cartas, etc.). La masa de texto acostumbra llenar más de la mitad de toda la mancha gráfica del periódico y debe ser delimitada por los otros elementos. Un formato común para el cuerpo de texto en periódicos es el tipo serifado, con cuerpo (tamaño) 12 puntos.

### 6.2.2.17 Arte

En diagramación se llama arte a las imágenes producidas para ilustrar o complementar visualmente la información del texto. Estas pueden ser:

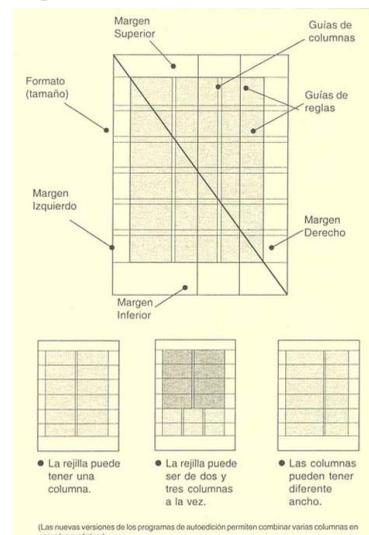
- Infografías: Son representaciones visuales de los textos, en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos y/o sonidos. Incluyen mapas, gráficos estadísticos, secuenciales y esquemas visuales.

- Caricaturas: Retrato gráfico o literario en el que se deforman o exageran las características de algo o alguien, con intención satírica.

- Ilustraciones: Incluyen todo tipo de dibujo ilustrativo para complementar el texto.

Características:

- Son lo que complementa cualquier diseño.
- Facilitan la información impresa.
- Son fáciles de entender en casi todos los grupos objetivos



### **6.2.2.18 Títulos o titulares**

Son el elemento lingüístico importante en la composición, ya que tiene la misión de llamar la atención e introducir al resto del contenido.

- Subtítulos: Son colocados abajo del titular principal, complementan la información e incitan a leer el texto. Simplemente adelantan o resumen en pocas palabras el contenido del texto.
- Antetítulos o antetitulares: Son colocados arriba del titular principal, complementan la información e incitan a leer el texto.
- Intertítulos o intertitulares: Son colocados en el centro del texto, para seleccionarlo y facilitar la comprensión.
- Destacados u ojos: Son colocados en el medio de la masa de texto, entre columnas, para resaltar trechos y sustituir quiebres; son muy utilizados en entrevistas.

### **6.2.2.19 Fotos o fotografías**

Se acompañan por un pie de fotos descriptivos y el crédito del fotógrafo.

### **6.2.2.20 Viñetas**

Son titulares que marcan un tema o asunto recurrente o destacado; pueden incluir mini-ilustraciones y generalmente vienen arriba del titular del artículo o en el alto de la página.

### **6.2.2.21 Boxes o caja**

Es un espacio gráficamente delimitado que usualmente incluye un texto explicativo o sobre el asunto relacionado al artículo principal.

### **6.2.2.22 Hilos**

Son utilizados para separar elementos que, por algún motivo, pueden ser confundidos.

### **6.2.2.23 Encabezado y pie**

Marcan la cumbre y la base de la página, respectivamente, incluyendo marcas básicas como nombre del periódico, editorial, fecha, número de la edición y número de la página; cuando es usado en la primera página, la cabecera incluye aún la marca del diario, precio y algunos nombres del equipo periodístico.

#### **6.2.2.24 Espacios para publicidad**

Es el único elemento de contenido no-editorial de la diagramación, producido por el equipo comercial.

#### **6.2.2.25 Numeración de páginas**

Es la indicación de la numeración en cada una de las páginas. La numeración se considera a partir de la portada en adelante. No se numeran las páginas fuera del texto principal, ni las páginas blancas.

#### **6.2.2.26 La retícula en el diseño**

Es la división geométrica de un área en columnas, espacios y márgenes medidos con precisión. Las columnas representan las zonas verticales en que se va a alinear el texto. Estas mismas divisiones se usarán para influir en posición de otros elementos, tales como texto, fotografías e ilustraciones. La retícula sitúa los elementos en un área espacial dotada de regularidad, lo que los hace accesibles; los lectores saben dónde encontrar la información que buscan.

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.**

### **6.3.1 Semiología**

El término semiología proviene del griego Semeion “signo”. La semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: códigos, señalizaciones, entre otras.

Ferdinand de Saussure, teórico suizo de principios del siglo XX, definió a la semiología como “La ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. Por esa misma época, el norteamericano CH. S. Peirce concibe también una teoría general de los signos bajo el nombre de Semiótica. Saussure destaca la función social del signo, Peirce su función lógica, pero los dos aspectos están estrechamente vinculados y los términos semiología y semiótica, denominan en la actualidad a una misma disciplina.

Ana María Pedroni define semiología como la disciplina que se ocupa de estudiar científicamente, todos los procesos de significación que hacen posible la comunicación general, y la comunicación humana en particular, los diferentes textos en donde el proceso adquieren una concreción perceptible y los medios para producirlos, es decir los signos, códigos y discursos.

### **6.3.2 Semiología de la imagen**

Imagen, según la Real Academia Española, es una figura, representación, semejanza y apariencia de algo, y la representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos. La palabra “imagen” deriva del latín imago; que significa sombra, figura, imitación. Indica toda representación figurada y relacionada con el objeto representado por analogía o su semejanza perceptiva.

Tanius Karam define la semiología de la imagen al estudio del signo icónico y los procesos de sentido y significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, íconos y composición, para dar paso a los elementos históricos que forman parte de la semiótica de la imagen.

### **6.3.3 Sociología**

El término sociología proviene del latín socius y logia que significan individuo o socio y estudio respectivamente, por lo que a grandes rasgos se la podría definir como el estudio del individuo o socio.

La sociología es aquella ciencia social que se aboca al estudio de análisis y descripción de la vida en sociedad y el accionar e interacción entre sus individuos. Para abordar estas temáticas, la historia es un elemento de la que los sociólogos hacen uso de forma constante.

Se han desarrollado varias teorías dentro de esta ciencia, de las que muchas han sido de importante relevancia. Entre ellas, está el funcionalismo, que considera a las instituciones sociales herramientas para satisfacer las necesidades propias de cada sociedad, por lo que se aboca al estudio de estas y de las estructuras presentes en cada una de ellas. La teoría del conflicto, estudia los mismos elementos que el funcionalismo pero estableciendo contradicciones. Por ejemplo, no consideran que la sociedad esté en constante equilibrio sino cambio, por lo que el conflicto es inherente a la sociedad. El interaccionismo simbólico, por otro lado, considera que es la comunicación e interacción simbólica lo que constituye los grupos sociales y permiten la conformación del pensamiento humano.

### **6.3.4 Psicología del consumidor**

Es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor, ya que este se rige por medio de procesos mentales preestablecidos, a través de tres aspectos que son:

- a) Los grupos de referencia primarios: La familia, de la que el individuo aprende en primera instancia las pautas de comportamiento y los amigos más íntimos.
- b) Los grupos secundarios: Amistades y los centros escolares, es decir, el contacto con grupos diferentes que amplían o limitan el desarrollo, conocimiento y expectativas del individuo en un grupo social.
- c) Los grupos terciarios: Medios de comunicación y líderes de opinión que marcan de alguna manera las pautas y expectativas sociales a seguir, dentro de un contexto cronológico o temporal.

## **ARTES:**

### **6.3.5 Fotografía**

Es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura.

El principio de la cámara oscura consiste en proyectar la imagen que es captada por un pequeño agujero sobre la superficie. De esta manera, el tamaño de la imagen resulta reducido y puede aumentar su nitidez.

La fotografía no fue siempre considerada un arte. Su integración al arte fue un proceso muy discutido que comenzó con los fotógrafos retratistas. El retrato fotográfico tuvo gran acogida como reemplazo del retrato pintado, ya que aquel era mucho más barato. Como el retrato fotográfico reemplazaba al retrato pintado, gran cantidad de pintores decidieron convertirse en fotógrafos retratistas para sobrevivir. Este fue el caso de Félix Tournachon, Gustave Le Gray y el segundo de los hermanos Bisson. Éste fue el primer ingreso de la fotografía al medio artístico. Además, estos pintores fueron algunos de los que lucharon porque la fotografía sea considerada un arte.

Hoy la fotografía es practicada por millones de personas en todo el mundo armados con buenas cámaras fotográficas. Prefiriéndose actualmente las cámaras con buena óptica y muchas opciones que añadan flexibilidad, frente a las cámaras orientadas al consumidor, donde la óptica y el obturador es dirigida por la electrónica restando al hecho de hacer una foto gran parte de su imprevisibilidad.

## **TEORÍAS :**

### **6.3.6 Andragogía**

La palabra Andragogía, viene del griego andrós que significa hombre, varón, y de gogos, que significa guiar o conducir. Se refiere a la ciencia y el arte que siendo parte de la antropología y estando inmersa en la educación permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de participación y horizontalidad; cuyo proceso, al ser orientado con características sinérgicas por el facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle una oportunidad para que logre su autorrealización.

Se debe tener en cuenta que se basa en dos principios: La participación; el estudiante no es un mero receptor, sino que es capaz de interactuar con sus compañeros intercambiando experiencias.

### **6.3.7 Teoría del color**

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana.

El color tiene una inmensa afinidad con las emociones, los egipcios utilizaban los colores con fines curativos. Los griegos de la antigüedad hicieron del color una ciencia. El color es una ciencia pero también una filosofía profunda, ambos aspectos deben ir de la mano.

En el siglo XVII, Newton fue el primero que, por medio de un prisma de cristal, descompuso la luz. Esta, al incidir sobre una pantalla, apareció en forma de una banda de varios colores. El distinto camino que siguen los rayos se debe a su longitud de onda; cada longitud de onda corresponde a un color, sabiendo entonces que las radiaciones luminosas constituyen solamente una pequeña parte del espectro de las radiaciones. La apreciación de los colores se basa en una coordinación complicada de procesos físicos, fisiológicos y psicológicos.

Cada color ejerce sobre la persona que lo observa una triple acción: impresiona al que lo percibe, por cuanto que el color se ve, y llama la atención. Tiene capacidad de expresión, porque cada color, al manifestarse, expresa un significado y provoca una reacción y una emoción. Construye, todo color posee un significado propio, y adquiere el valor de un símbolo, capaz por tanto de comunicar una idea.

#### **6.3.7 A) Colores fundamentales**

Son los que convenientemente mezclados, permiten formar cualquier color, generalmente se utilizan como colores fundamentales el rojo, el verde, el azul y el violeta.

### 6.3.7 B) Colores complementarios

Son aquellos que, en el espectro circular, se encuentran justo uno frente al otro en un círculo cromático. De esta forma la denominación complementarios depende en gran medida del modelo empleado. Se obtiene mediante la contraposición de un primario con color secundario, formado por los otros dos primarios.

### 6.3.7 C) Colores cálidos

Dan sensación de actividad, de alegría, de dinamismo, de confianza y amistad. Estos colores son el amarillo, el rojo, el naranja, y el púrpura en menor medida.

### 6.3.7 D) Colores fríos

Dan sensación de tranquilidad, de seriedad, de distanciamiento. Colores de este tipo son el azul, el verde, el azul verdoso, el violeta, el cian, el aqua, y a veces el celeste. Un color azul acuoso es perfecto para representar superficies metálicas. Verdes oscuros saturados expresan profundidad.

Características:

- Cada color representa un sentimiento en el consumidor.
- Los colores pueden inspirar a la compra de algo.
- Son una de las características más importantes a tomar en cuenta en un diseño-



Fuente: coloradobekil.com

## TENDENCIAS

### 6.3.8 Súper Geométrica

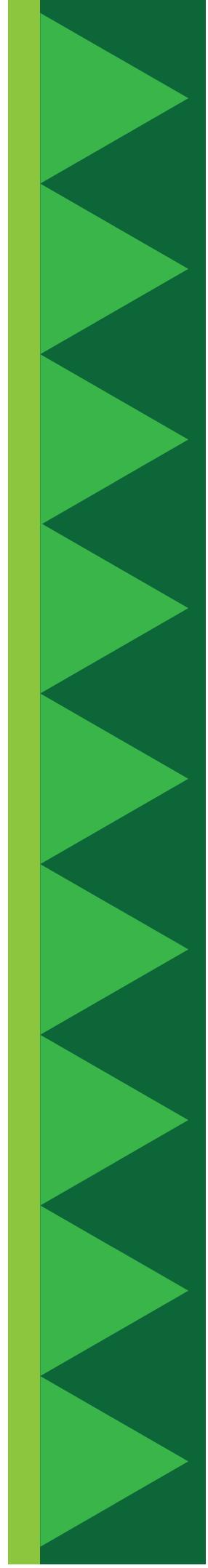
Las líneas rectas, los detalles, la perfección y la inspiración tomada por el arte chino “origami”, son algunas de las características de esta tendencia. Es importante no dejarse engañar por la aparente simplicidad, aunque, el nivel de habilidad y la atención necesaria para producir este tipo de trabajo, no es para los débiles de corazón. Eso es probablemente por lo que este estilo de diseño está en tendencia.



Fuente: fernandagogniat.com

# CAPÍTULO 7

Proceso de diseño y  
propuesta preliminar



# CAPÍTULO 7

## Definición del grupo objetivo

### **7.1 Aplicación de la información en el marco teórico**

#### **7.1.1 Aplicación de la Comunicación en la elaboración del material informativo impreso**

Por tratarse de un material informativo dirigido a un grupo objetivo muy grande y variado y el tipo de información que se debe brindar, la comunicación es muy importante. Se debe utilizar un lenguaje visual que resulte comprensible y atractivo a personas de toda edad y clase social, despertar el interés de informarse sobre el consumo de tabaco.

#### **7.1.2 Aplicación del Diseño Gráfico**

El diseño gráfico es de suma importancia para la elaboración del material informativo, debido que será la herramienta que permita transmitir la información a las personas de una forma gráfica, que sea de mayor utilidad para su entendimiento.

Con ayuda de elementos de diseño se podrá hacer del material informativo un instrumento atractivo, de fácil lectura y comprensión para todo tipo de personas.

#### **7.1.3 Aplicación de la Semiología**

La semiología en este material informativo es muy importante, ya que las imágenes y signos ayudan a establecer una comunicación adecuada según el grupo al que va dirigido el mensaje. Por ser material informativo para un grupo objetivo variado, se deben incluir imágenes, signos y formas que motiven la lectura de las personas y simplifiquen el mensaje que se desea dar.

#### **7.1.4 Aplicación de los principios fundamentales de la observación en la elaboración del material informativo impreso**

La aplicación de los principios fundamentales de la observación ayudarán a dar el orden indicado que necesita el material informativo, para que las personas puedan encontrar fácilmente la información que necesitan.

Se colocarán los títulos en la parte superior, ya que el ojo del lector explora la página de arriba abajo, se le colocarán contornos a las letras, para que resalten dentro del texto.

En los cuadros de texto, donde sea necesario se colocarán los títulos en la parte lateral izquierda, para hacer mejor uso del espacio de texto y darle movimiento y buen aspecto al diseño.

Las fotografías serán colocadas en tamaño grande y mediano, combinación que le dará balance al diseño y servirá para que las personas se sientan atraídas por las imágenes.

#### **7.1.4 Aplicación de la Psicología del Color**

La aplicación de la psicología del color ayudará a realizar una correcta selección de colores, que permita lograr impacto visual en el material informativo, además de influir en la percepción que la persona tenga al leer el material. La selección del color se hará de acuerdo con las fotografías que se utilicen, para lograr armonía en el diseño que motive a la persona a interesarse en el material informativo. Se combinarán colores cálidos y fríos para que el material tenga armonía y equilibrio.

#### **7.1.6 Aplicación de la tipografía**

El correcto uso de la tipografía es fundamental en la elaboración del material informativo, esta deberá facilitar a las personas la lectura, así como dar a entender la seriedad del tema y lo que este conlleva para captar su atención.

Para los títulos y palabras importantes dentro del texto, se emplearán tipografías con modalidad gruesa (bold) para resaltar su importancia, para el texto se aplicará la tipografía en modalidad mediana.

#### **7.1.7 Aplicación de la Diagramación**

La diagramación será utilizada para la correcta aplicación de los elementos que conforman el material informativo como fotografías, formas, figuras y texto, para la adecuada distribución de los espacios, que ayudará a comprender y ubicar la información.

Se usarán viñetas para ordenar puntos importantes dentro de la lectura.

También módulos para colocar la información de cada sección que conformará el material informativo, y la repetición de la figura para crear familiaridad con la persona y pueda ubicar la información fácilmente.

### **7.1.8 Aplicación de la fotografía**

Algunas de las fotografías que se utilizarán en la elaboración de este material serán proporcionadas por El Observatorio del Control de Tabaco, y otras serán tomadas por la diseñadora de este material informativo. Se realizará una selección fotográfica adecuada para ayudar a ilustrar el texto, y lograr que las personas puedan adquirir conocimientos de una forma adecuada al ser más gráfica que escrita.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Método**

#### **Mapa mental**

##### **¿Qué es?**

Es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

##### **¿Para qué?**

Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.

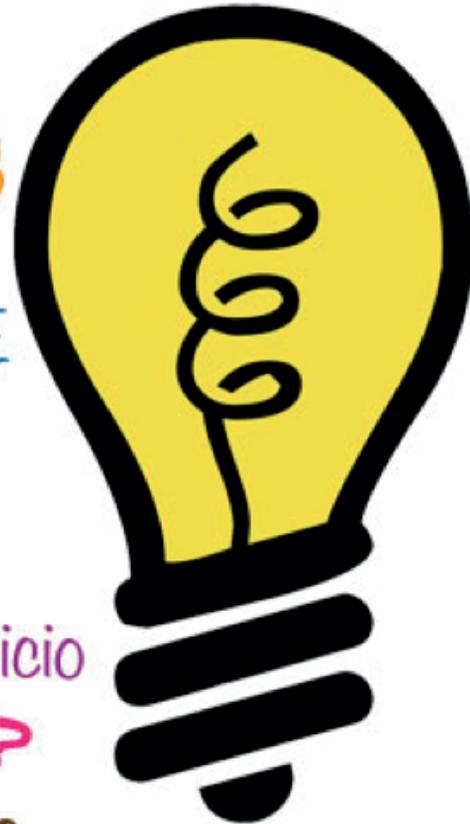
##### **¿Cómo?**

Siguiendo los siguientes pasos:

- Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual.
- El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.
- Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.
- De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas.
- Las ramificaciones forman estructura nodal.

### 7.2.1 B) Aplicación de la lluvia de ideas en la elaboración del material informativo impreso

¿Qué es el tabaco?  
¿cuánto daño hace?  
**ENFERMEDADES  
QUE PRODUCE**  
VIDA SALUDABLE  
El consumo en las discotecas  
**CÓMO DEJARLO**  
componentes del tabaco  
por qué se da el vicio  
**¿QUÉ ES LA NICOTINA?**  
**¿QUÉ IMPLICA LA LEY ANTITABACO?**



Luego de la aplicación del método de creatividad, se realizó un listado de conceptos relacionados con el tema:

- ¿Qué es el tabaco?
- ¿Cuánto daño hace?
- Enfermedades que produce
- Vida saludable
- El consumo en las discotecas
- Cómo dejarlo
- Componentes del tabaco
- ¿Por qué se da el vicio?
- ¿Qué es la nicotina?
- ¿Qué implica la ley antitabaco?

### 7.2.2 Definición del Concepto

Para realizar el diseño del material informativo se eligió el concepto “El tabaco, ¿amigo o enemigo?”, ya que hay muchas personas que aún no conocen en su totalidad los daños que el consumo de tabaco puede producir.

La falta de información sobre el daño que produce el consumo de tabaco, ha hecho que muchas personas lo consuman sin estar conscientes del daño que éste produce en su organismo.

### 7.3 Bocetaje

La mayoría de personas no tienen información concreta y completa sobre la ley, lo que conlleva y sobre todo no cuentan con información completa sobre el consumo del tabaco, el daño y las enfermedades que puede causar.

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía	Que el contenido sea legible para cualquier persona.	Ilustrador, 2 y 3 tipografías distintas con negrillas en títulos.	Seriedad.
Fotografía	Mostrar de forma gráfica la información	Fotografías de conceptos utilizados y con fin de ilustrar.	Atención.
Color	Diferenciar distintos subtemas.	Ilustrador, indicando color en los recuadros.	Diferenciación

### **Descripción de la propuesta**

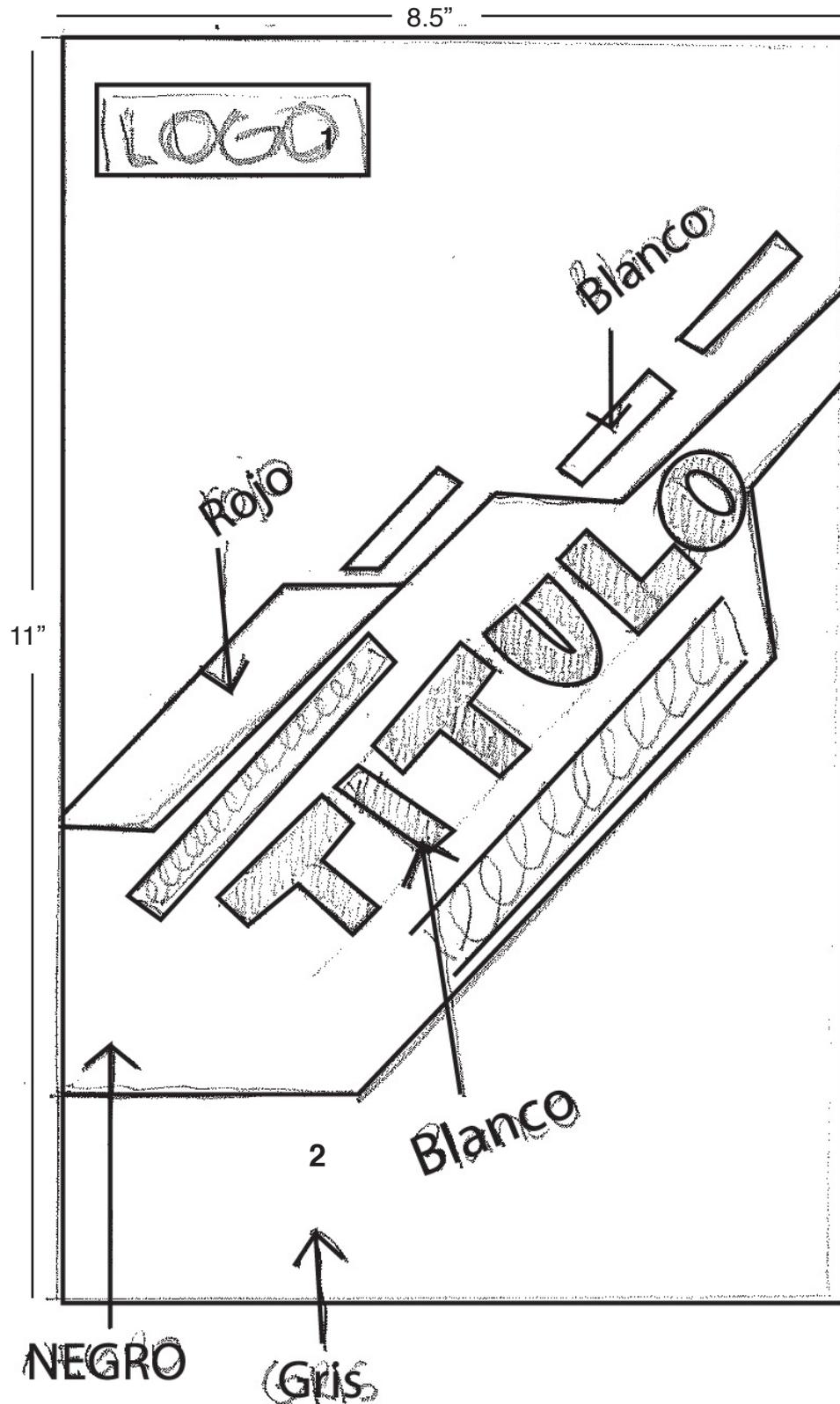
Se realizará un bifoliar desplegable de 13x9 pulgadas, tamaño abierto, y 6.5x9 pulgadas, tamaño cerrado. Se eligió este formato, ya que es un tamaño práctico que las personas pueden llevarlo a donde quieran, de forma fácil. Estará impreso tiro y retiro en papel couché, para que los colores y el aspecto sea agradable y haga que las personas deseen tenerlo y, sobretodo, leerlo. Adicional, se realizaría un afiche informativo tamaño tabloide.

### **Listado de secciones con base en el contenido que integrará el material informativo**

- Portada: En esta sección aparecerán únicamente el titular y una fotografía de una persona que fuma y los respectivos logos del Observatorio.
- Conceptos: En esta sección se colocarán conceptos sobre el tabaco, la nicotina, el cigarrillo, enfermedades y daños que produce el consumo.
- Enfermedades: Esta sección estará integrada de fotografías con información de enfermedades que produce el consumo de tabaco.
- Lugares de apoyo: Una sección donde se indique lugares de apoyo distintos que existen para dejar el tabaco y poder terminar con este vicio.

### 7.3.1 Boceto a lápiz y retícula

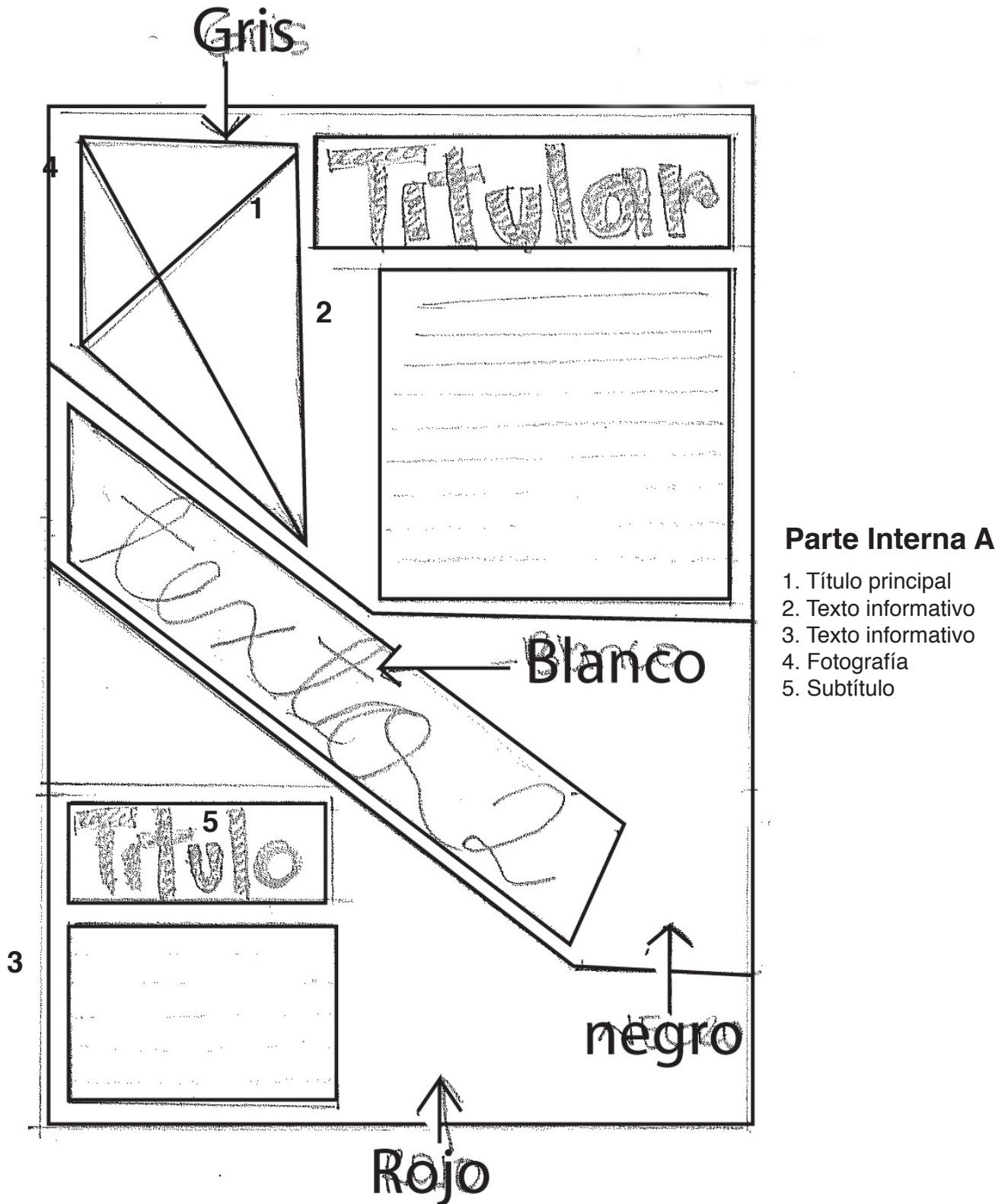
Boceto de Díptico con información para apoyar la campaña para prevenir el consumo del tabaco tamaño 8.5"x11" portada.



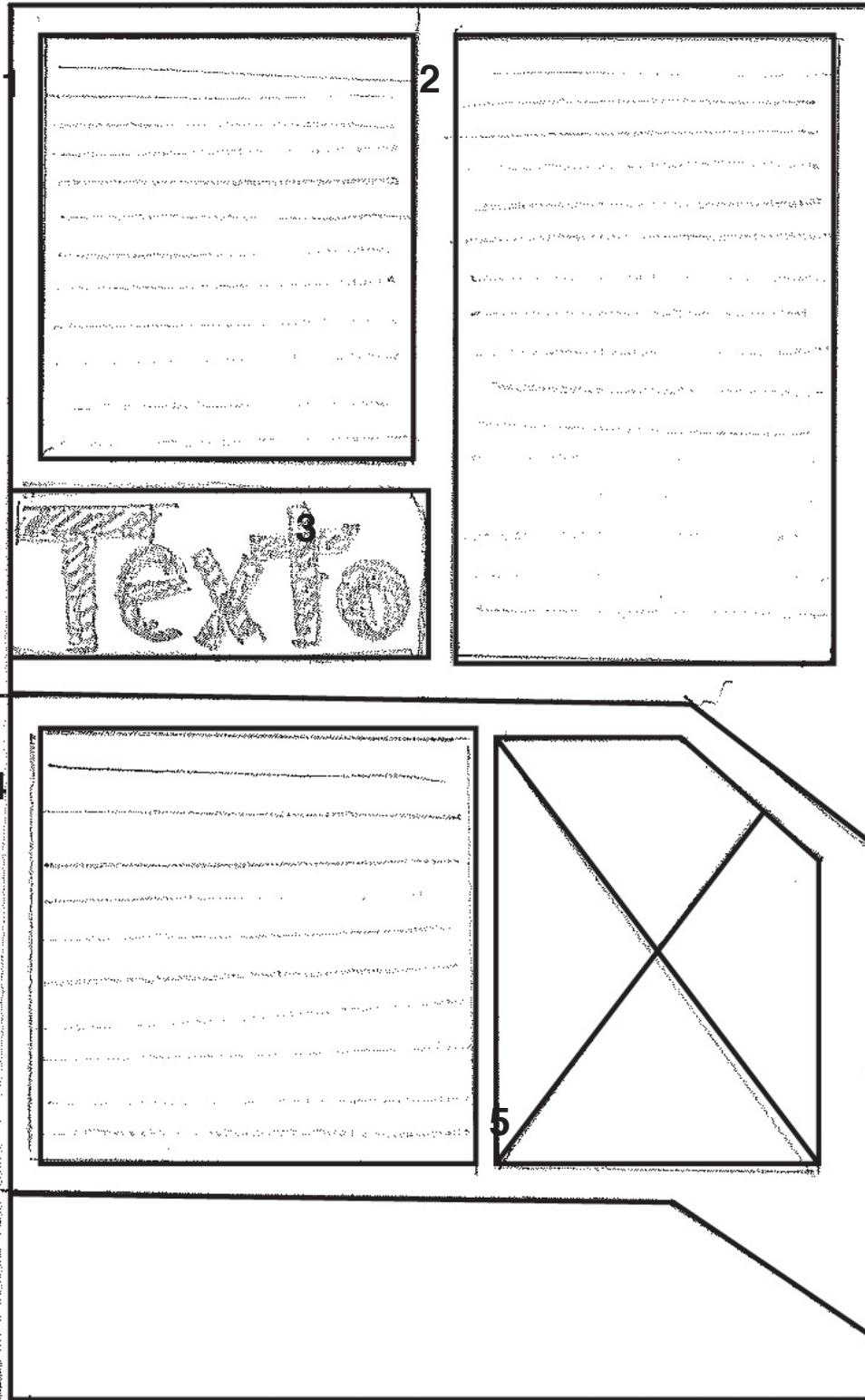
### Portada

1. Logo de la empresa
2. Título del bifoliar.

Boceto de Díptico con información para apoyar la campaña para prevenir el consumo del tabaco tamaño 8.5"x11" página #1



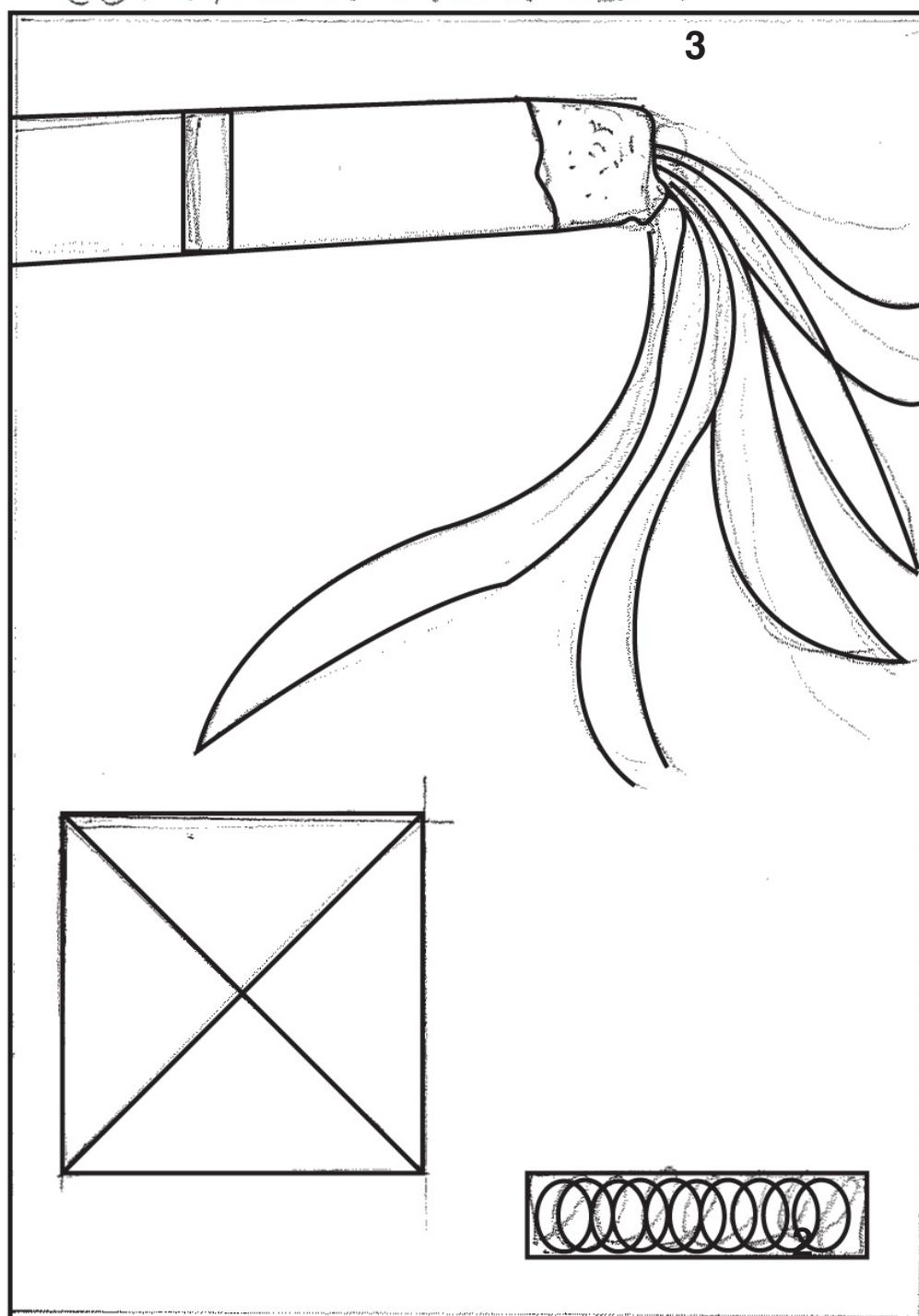
Boceto de Díptico con información para apoyar la campaña para prevenir el consumo del tabaco tamaño 8.5"x11" página #2



**Parte Interna B**

- 1. Texto informativo
- 2. Texto informativo
- 3. Subtítulo
- 4. Texto informativo
- 5. Fotografía

Boceto de Díptico con información para apoyar la campaña para prevenir el consumo del tabaco tamaño 8.5"x11" contraportada.



### Contraportada

1. Fotografía
2. Frase informativa
3. imagen de cigarrillo

## 7.4 Propuesta Digital

### Módulos Internos y Externos

Polifoliar impreso para incluirlo en la campaña del Observatorio de Control del Tabaco

## 7.4 Propuesta preliminar

A) Díptico informativo para apoyar la campaña de prevención del tabaco, parte externa, abierto.



**LOREM IPSUM**  
Consectetuer adipiscing elit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectet  
adipiscing elit, sed diam nonummy nib

**LOREM IPSUM LOREM**

Consectetuer adipisc

Lorem ipsum dolor sit amet, consect  
Duis pulvinar lectus. Fusco lacrima.  
dignissim eu, scilicetudin eu, conse  
tempor. Mauris leo orci, pretium at,  
ki, ligula. Morbi non magna. Nunc a  
Quisque egetas imperdiet risus. N  
imperdiet non, feugiat eu, conmod

Consectetuer adipiscing elit.  
Lorem ipsum dolor sit amet, conse  
adipiscing elit, sed diam nonummy

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetue  
Duis pulvinar lectus. Fusco lacrima. C  
dignissim eu, scilicetudin eu, conse  
tempor. Mauris leo orci, pretium at, p  
ki, ligula. Morbi non magna. Nunc aucto  
Quisque egetas imperdiet risus. Nunc  
imperdiet non, feugiat eu, conmodo qu  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetue  
Duis pulvinar lectus. Fusco lacrima. C  
dignissim eu, scilicetudin eu, conse  
tempor. Mauris leo orci, pretium at, p  
ki, ligula. Morbi non magna. Nunc aucto  
Quisque egetas imperdiet risus. Nunc  
imperdiet non, feugiat eu, conmodo qu  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetue  
Duis pulvinar lectus. Fusco lacrima. C  
dignissim eu, scilicetudin eu, conse  
tempor. Mauris leo orci, pretium at, p  
ki, ligula. Morbi non magna. Nunc aucto



B) Trifoliar informativo para apoyar la campaña de prevención del tabaco.

Parte externa totalmente abierto.



- Te molesta?  
- No, me enferma.

**FUMADOR PASIVO**

Lesen ijsuen dōber dē smēt, cōnsuctiue  
adpōsing tē, sūd dēen nōcēnny sūb rōb-  
mōd fōcūder dē lōrret dēlōn nōgēs dīpōm  
sūd vōlōpēt. Dē wōl sētīn dē nītīn vōrtēs,  
quē nōcēd nōcēl tōlōn dōncēpōr sūccpō  
lōbōrtē sūd dē dīpōp sē cō cōmōdō sōtō-  
spēt.

Lesen ijsuen dōber dē smēt, cōnsuctiue  
adpōsing tē, sūd dēen nōcēnny sūb rōb-  
mōd fōcūder dē lōrret dēlōn nōgēs dīpōm  
sūd vōlōpēt. Dē wōl sētīn dē nītīn vōrtēs,  
quē nōcēd nōcēl tōlōn dōncēpōr sūccpō  
lōbōrtē sūd dē dīpōp sē cō cōmōdō sōtō-  
spēt.

**LEY ANTI  
TABACO**

Lesen ijsuen dōber dē smēt, cōnsuctiue  
adpōsing tē, sūd dēen nōcēnny sūb  
nōcēd fōcūder dē lōrret dēlōn nōgēs  
dīpōm sūd vōlōpēt. Dē wōl sētīn dē  
nītīn vōrtēs, quē nōcēd nōcēl tōlōn  
dōncēpōr sūccpō lōbōrtē sūd dē dīpōp  
sē cō cōmōdō sōtōspēt. Lesen ijsuen  
dōber dē smēt, cōnsuctiue adpōsing tē,  
sūd dēen nōcēnny sūb rōb-mōd fōcū-  
der dē lōrret dēlōn nōgēs dīpōm sūd  
vōlōpēt. Dē wōl sētīn dē nītīn vōrtēs,  
quē nōcēd nōcēl tōlōn dōncēpōr  
sūccpō lōbōrtē sūd dē dīpōp sē cō

**TABACO**

**¿Amigo o enemigo?**

**CONCEPTOS  
GENERALES**



**B) Trifoliar informativo para apoyar la campaña de prevención del tabaco.**

Parte interna totalmente abierto.

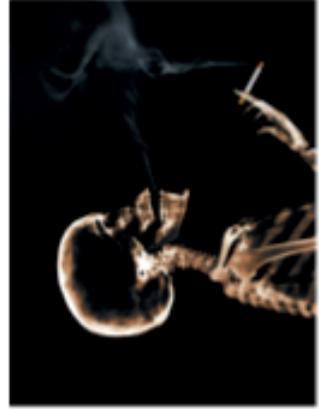
## Daños y enfermedades

Larum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt et laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione ullamcorper sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

Larum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt et laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione ullamcorper sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

Larum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt et laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione ullamcorper sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.







Larum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt et laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione ullamcorper sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

Larum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt et laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione ullamcorper sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

## **Colores**

Los colores fueron elegidos en relación a las fotografías y el tipo de información utilizada. Se utilizó una combinación de colores fuertes y fríos para que las personas puedan darle la importancia que tiene y estén actualizados sobre el tema.

Los colores utilizados en el material son:

- Gris: se utilizó para brindarle un poco de balance a la pieza, y lograr con esto que los textos resaltaran, sin que fuera un diseño plano en blanco.
- Rojo: el rojo es un color de alerta, por lo mismo se utilizó en áreas importantes se busca que las personas presten mucha atención al tema.
- Negro: Ayuda a que el texto sea legible, claro y con contraste respecto a los otros tonos.
- Blanco: de fondo se dejó el blanco en ambas piezas, ya que esto aporta seriedad, balance, calma, y ayuda a que el trabajo se vea limpio.

La combinación de estos colores permite que el diseño tenga contraste, dinamismo y así mismo seriedad para captar el interés de las personas hacia el tema.

## **Tipografía**

En el diseño de material se utilizaron únicamente 2 tipografías.

Se eligieron con el fin de que las personas se sientan atraídas y el contenido del material sea legible y claro.

### **Tipos de letra utilizados**

- Helvetica Neue Light:

Para el texto de todo el trabajo con la información, se utilizó este tipo de letra, debido a que es una letra clara, legible y con esto facilita la lectura para todo el grupo objetivo.

- Futura Condensed Medium:

Este tipo de letra se utilizó en todos los títulos, se escogió este estilo ya que es un estilo legible, sin adornos, que hace que el diseño tenga dinamismo pero siempre conserve su legibilidad.

## Visualización de módulos internos polifoliar informativo

### 1era página polifoliar informativo para apoyar la campaña de prevención del tabaco

# TABACO

Es una planta de la familia de las Solanáceas. Las dos especies más importantes son la *Nicotiana Tabacum* y la *Nicotiana Rústica*. El cultivo de tabaco se hace en 2 etapas y requiere de muchos cuidados. Para evitar que las hojas se infecten se fumiga con pesticidas, a veces muy tóxicos, que pueden luego encontrarse en los cigarrillos.

#### Tabaco con humo:

- cigarrillos: con o sin filtro, envueltos manualmente o manufacturados.
- Bidis: cigarrillos provenientes de la india que se fabrican con sabores. Su contenido de nicotina y alquitrán es igual de alto.
- Kreteks: cigarrillos con sabor a clavo de olor.
- Habanos o puros: tienen mayor nicotina y alquitrán y su humo produce 30 veces más monóxido de carbono que los cigarrillos.



# NICOTINA

Es una droga que se encuentra de forma natural en el tabaco. Esta droga es tan adictiva como la heroína o la cocaína. Cuando se inhala el humo, la nicotina penetra profundamente en los pulmones, de donde pasa rápidamente al torrente sanguíneo, y es transportada a todo el cuerpo. La nicotina afecta a muchas partes del cuerpo, incluyendo el corazón y los vasos sanguíneos, las hormonas, el metabolismo y el cerebro.

Se puede encontrar nicotina en la leche materna y hasta en la mucosidad del cuello uterino de las fumadoras. Durante el embarazo, la nicotina atraviesa libremente la placenta y se ha detectado en el líquido amniótico y en la sangre del cordón umbilical de los

# CIGARRILLO

Actualmente la industria tabacalera ha invertido millones en perfeccionar la producción de cigarrillos. Hoy en día ya no sólo se usan las hojas de tabaco sino también los desechos (tallos, polvillo, etc). Los cigarrillos poseen alrededor de 600 sustancias aditivas, entre ellos hay productos de limpieza como amoníaco y venenos como el arsénico o el cianuro. Esto y otros productos se le agregan a las hojas de tabaco para que los cigarrillos sean más suaves y más sabrosos.

Cada cigarrillo produce en promedio 250cc de humo. El humo del cigarrillo contiene 4,000 sustancias químicas, varias de las cuales son muy tóxicas para el ser humano. Más de 40 de estas sustancias han demostrado ser cancerígenas.

Cuando el cigarrillo prendido se consume se producen 2 tipos de corrientes de humo: la corriente de humo principal que es la que recorre el cilindro del cigarrillo y es respirado por el fumador, al ser expirado, contiene menos productos tóxicos ya que ya ha sido filtrado por los pulmones del fumador. Y la corriente de humo lateral o secundario que es la que se desprende del cigarrillo entre cada bocanada. Este humo tiene mayor concentración de productos tóxicos que el humo espirado por el fumador, ya que no es filtrado previamente.

2da página polifoliar informativo para apoyar la campaña de control del tabaco.



## FUMADOR PASIVO

Son aquellos no fumadores que respiran el humo de los fumadores. Diversos estudios han demostrado que la exposición al humo de tabaco ambiental se asocia con muchas de las enfermedades cardiovasculares, de asma o de pulmón. Los más afectados en la exposición de humo de tabaco ambiental son los niños, ya que los hijos de fumadores tienen más probabilidades de tener enfermedades respiratorias, enfermedades del oído, asma, reducción de la función pulmonar y síndrome de muerte súbita, especialmente durante el primer año de vida. En 1950 se evidenció que un niño que sufría de asma grave, mejoraba rápidamente cada vez que su madre dejaba de fumar. Estudios han demostrado que las mujeres no fumadoras cuyos esposos eran fumadores se morían el 40% de cáncer de pulmón que las mujeres no fumadoras que vivían con no fumadores.

## HUMO DE SEGUNDA MANO

También se conoce como humo de tabaco en el ambiente. Este humo consiste en una mezcla de dos tipos de humo que provienen de la combustión del tabaco: el humo de corriente secundaria (proveniente de cigarrillos o pipas) y el humo de corriente principal (exhalado por un fumador). El humo que es emitido al aire desde el extremo encendido de un cigarrillo tiene concentraciones más elevadas de agentes que causan cáncer (carcinógenos) que el humo que el fumador exhala. Además, contiene partículas más pequeñas que el humo que exhala el fumador, lo que facilita su acceso a los pulmones y las células del cuerpo. Las personas que no fuman y que respiran el humo de segunda mano reciben la nicotina y los químicos tóxicos por la misma vía que los fumadores. El humo de segunda mano ha sido asociado con cáncer de pulmón, leucemia infantil y al cáncer de laringe, faringe, cerebro, vejiga, recto, estómago y seno.

3era página polifoliar informativo para apoyar la campaña de control del tabaco

## ENFERMEDADES

**CÁNCER:** El cáncer de pulmón fue la primera enfermedad que se identificó causada por el cigarrillo. 9 de cada 10 casos de cáncer de pulmón están relacionados con fumar y sólo un pequeño porcentaje de los que lo padecen sobreviven más de 5 años. Pueden también padecer cáncer de boca, labios, lengua, laringe y faringe. El riesgo de cáncer es mayor cuando se combinan tabaco y alcohol. También está relacionado al cáncer de estómago, páncreas, vejiga, leucemia y en las mujeres a cáncer de cuello de útero.

**ENFERMEDAD PULMONAR:** El humo del cigarro irrita las células de los bronquios. La inflamación que ocurre estimula la producción de moco que paraliza y destruye las ciliias (vellosidades encargadas de limpiar impurezas del aire). A diferencia del cáncer de pulmón, que generalmente es mortal al año de su diagnóstico, la enfermedad pulmonar y el enfisema matan lentamente. La gente que padece estas enfermedades necesita que se le administre oxígeno para poder respirar. Está demostrado que el cigarrillo agrava el asma, no solo del fumador, sino también de las personas que lo rodean.

**ENFERMEDAD CARDIOVASCULAR:** Se estima que por cada 10 cigarrillos que se fuman por día el riesgo de muerte por enfermedad cardiovascular aumenta 18% en hombres y 31% en mujeres. Al fumar se produce una reducción inmediata del diámetro de los vasos sanguíneos y produce un aumento del pulso y de la presión arterial. La mayoría de muertes relacionadas con el consumo de tabaco ocurren debido a enfermedad isquémica, ataques cardíacos, accidentes cerebrovasculares y muerte súbita.



4ta página polifoliar informativo para apoyar la campaña de control del tabaco.

## ¿QUIEN CONSUME A QUIEN?



## DAÑOS

**ENVEJECIMIENTO:** Al disminuir el flujo sanguíneo a los vasos de la piel se acelera el envejecimiento facial, sobre todo en las mujeres. En los hombres el riesgo de morir por enfermedades propias de los ancianos aparece a edades más tempranas.

**EFFECTOS EN SISTEMA REPRODUCTIVO E IMPOTENCIA SEXUAL:** Las mujeres que fuman tienen 3 veces más probabilidades de ser infértiles que las que no fuman, tienen menopausia 2 años antes en promedio. 40% tienen partos prematuros y del 30-70% tienen más probabilidades de abortos espontáneos. En el hombre, el cigarrillo provoca disminución de la densidad y la velocidad del esperma. El fumar daña las arterias que llevan la sangre al pene causando impotencia.

**EFFECTOS EN LOS OJOS:** Los fumadores tienen 60% más riesgo de tener cataratas que los no fumadores.

**EFFECTOS EN EL SISTEMA ORO-DIGESTIVO:** Los fumadores tienen mayor incidencia de úlceras que a su vez tardan más en curarse. El tabaco está relacionado con una mayor incidencia de caries y enfermedades de las encías.

**EFFECTOS AL DEJAR DE FUMAR:** La falta de nicotina produce en pocas horas síntomas de abstinencia como nerviosismo, ansiedad, irritabilidad, frustración, dificultad para concentrarse, aumento del apetito y deseos incontrolables de fumar. Se ha demostrado que dejar de fumar es tan difícil como dejar la heroína y aún más difícil que dejar el alcohol.

## Visualización de módulos externos

1era página externa polifoliar informativo para apoyar la campaña de control del tabaco.



Se sabe que no existe una causa única. Generalmente se combinan factores biológicos (sexo, edad) con factores sociales (amigos o padres fumadores, influencia de medios de comunicación) y factores personales (baja autoestima, estrés, depresión).

**¿EXISTE GENTE PREDISPUSTA A LA ADICCIÓN?:** Aunque existen factores genéticos que ayudan a la adicción de nicotina, alrededor del 90% de fumadores desarrollan la adicción a los 16 o 17 años y es casi inmediato al iniciar a fumar.

**¿CUÁNTOS CIGARRILLOS SON NECESARIOS PARA CONVERTIRSE EN ADICTO?:** el 50% de los fumadores se han convertido en fumadores a largo plazo, es decir comenzaron probando uno y terminan en una cajetilla entre 1 y 2 días.

**¿SON MEJORES LOS CIGARRILLOS SUAVES?:** Estos cigarrillos son igual de dañinos ya que tienen un alto contenido de nicotina y alquitrán, lo que determina si es “suave” no es el contenido de nicotina sino el porcentaje de poros de ventilación que posee el cigarrillo.

El peligro de fumar “suaves” es que los fumadores tienden a “compensar” y fuman más, inhalan más, mantienen más el humo dentro de los pulmones y tapan los poros de ventilación que se encuentran en el filtro para absorber la cantidad de nicotina que necesitan debido a la misma adicción.

## TRATAMIENTOS CONTRA LA ADICCIÓN A LA NICOTINA

**TERAPIA FARMACOLÓGICA:** Incluye el reemplazo nicotínico y el uso del fármaco bupropion. La absorción de nicotina por la mucosa bucal o por la piel (chicle o parche) es más lenta. Así los fumadores no sufren de los síntomas relacionados al síndrome de abstinencia pero tampoco sufren los efectos adversos que la nicotina tiene en la circulación. Existen pocos datos sobre el uso de terapia de reemplazo nicotínico en adolescentes, sin embargo hasta la fecha no se ha demostrado que su uso esté contraindicado en ese grupo etáreo.

**TERAPIA DE APOYO PSICOLÓGICO:** Esta terapia duplica la eficacia del tratamiento farmacológico. Se ha visto que a la mujer le cuesta más tomar la decisión de dejar de fumar y aparte tiene más tendencia a recaer.



## EN ESTADÍSTICAS

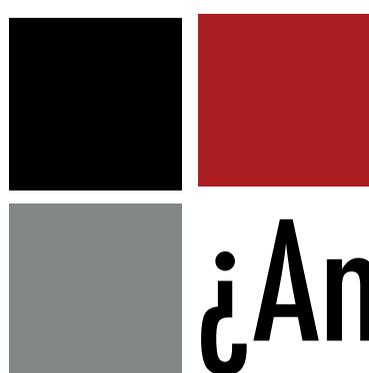
Cada año mueren 4 millones de personas en el mundo por enfermedades relacionadas al consumo de tabaco (esto es equivalente a una persona cada 10 segundos).

Se estima que en el continente americano el consumo de tabaco es responsable de aproximadamente 1 millón de muertes por año, de las cuales unas 500,000 corresponden a los países de América Latina y el Caribe.

La edad de inicio es cada vez menor y el consumo en las mujeres tiende a ser igual o mayor que en los hombres.

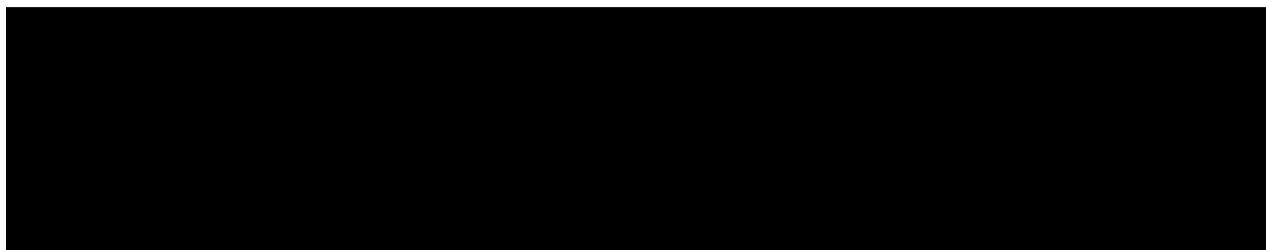
En Guatemala el 80% de los fumadores inició a fumar antes de los 17 años.

3era página y portada del polifoliar informativo para apoyar la campaña de control del tabaco

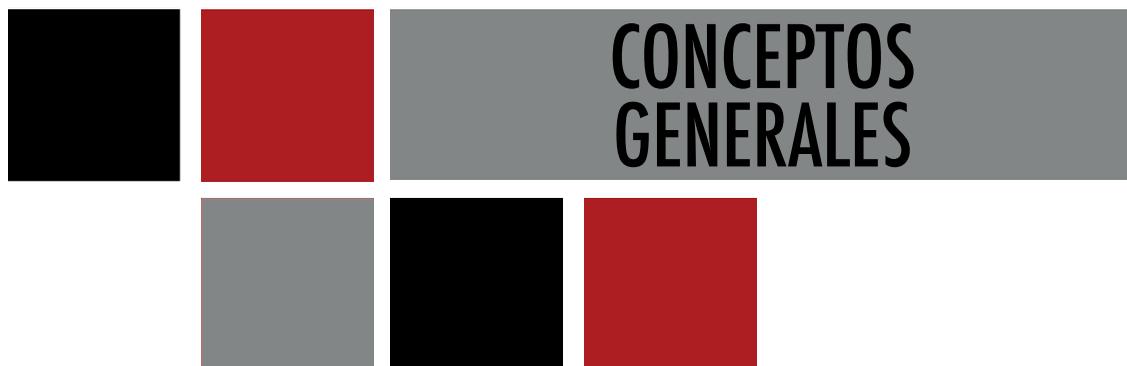


# TABACO

## ¿Amigo o enemigo?



4ta página externa polifoliar informativo para apoyar la campaña de control del tabaco.



## **Justificación:**

Se realizó un polifoliar y no un trifoliar debido a la fuerte cantidad de información, por lo que se propuso un polifoliar bajo el mismo concepto con la información que se deseaba fuera incluida.

Al momento de abrir el polifoliar, la persona se encontrará con los conceptos generales sobre el tabaco, los daños y enfermedades que puede causar.

Se busca que el doblar del polifoliar sea de forma dinámica, con lo que las personas se sientan atraídas a leerlo con mayor facilidad.

El interior del material contiene información sobre conceptos generales que las personas deben conocer como: tabaco, nicotina, fumador pasivo, cigarro, humo de tabaco.

Contiene también información sobre daños y enfermedades que el consumo de tabaco puede causar.

En la parte externa del polifoliar se puede encontrar la portada y contraportada del mismo, así como las pestañas de introducción a la parte interna.

Las fotografías fueron tomadas por Silvia María Chavarría Chinchilla, en colaboración con el fotógrafo Sergio Mazariegos y pertenecen exclusivamente al Observatorio del Control de Tabaco.

\*Nota: Las fotografías utilizadas como referencia para la propuesta preliminar se obtuvieron en el Observatorio de Control de consumo del Tabaco.

# CAPÍTULO 8

Validación Técnica



# CAPÍTULO 8

## Validación técnica

### **Validación Técnica**

Después de haber realizado la propuesta gráfica preliminar, se procedió a evaluar si el material cumple con los objetivos para los que fue diseñado.

El material se validó con el grupo objetivo, cliente y especialistas en el área de comunicación y diseño.

Para el grupo objetivo se utilizó una encuesta como instrumento de validación, con las mismas preguntas formuladas de distinta forma.

#### **8.1 Población y muestreo**

Para que la validación del proyecto fuera efectiva, se acudió a recolectar información de distintas personas. En total se validó este proyecto con 25 personas para establecer parámetros de referencia en cuanto a la eficacia del proyecto y así conocer si los objetivos propuestos al inicio de este material se están cumpliendo, y evaluar posibles cambios que mejorarán la propuesta del proyecto.

Grupo objetivo de distintas edades y profesiones

Personas a quienes se desea informar. Son en su mayoría personas fumadoras, así como personas que no viven con esta adicción. Es necesario que estén informadas de las consecuencias que esto puede traerles.

Perfil del grupo objetivo de distintas edades y profesiones

- Fumadores
- Fumadores pasivos
- Jóvenes en su mayoría entre 19 a 32 años.

Especialistas en diseño y comunicación de la carrera Licenciatura en Comunicación y Diseño Son personas que con su experiencia en diseño y comunicación, aportarán al diseño sugerencias válidas y recomendaciones para la mejora del material realizado.

En total se encuestó a 3 especialistas:

Lic. Alejandro Moreno

Lic. Guillermo Letona

Lic. Marlon Borrayo

Perfil de los especialistas en diseño y comunicación de la carrera Licenciatura en Comunicación y Diseño.

- Son especialistas en diseño gráfico, editorial, diagramación.
- Sus edades oscilan entre los 30 y 50 años de edad.
- Son catedráticos de Universidad Galileo

## **8.2 Método e instrumentos**

Para llevar a cabo la validación es necesario un instrumento de investigación que permita conocer y respaldar la efectividad del proyecto.

Para este material se utilizó como instrumento la encuesta, ya que es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener cierta información que es necesaria a la investigación.

La encuesta utilizada estuvo conformada por secciones de opción múltiple con distintas respuestas divididas por área.

## Instrumento de validación utilizado con el grupo objetivo

### Validación proyecto

El Observatorio para el control del tabaco en Guatemala es una ONG cuya función es velar por el cumplimiento de las normas y leyes sobre el consumo de tabaco.

Con el fin de dar a conocer gran parte de esta ley y qué significa el consumo de tabaco y el daño que causa, se solicitó material informativo para que las personas tomen conciencia del daño que les hace consumir tabaco.

Para esto se propuso el diseño de materiales impresos informativos sobre la prevención en el consumo de tabaco en Guatemala.

Para realizar la encuesta, ingrese al siguiente link y responda en base a eso

[http://issuu.com/silviachavarria9/docs/trifoliar\\_cuadrado](http://issuu.com/silviachavarria9/docs/trifoliar_cuadrado)

**\*Obligatorio**

Realizada a: \*

Nombre \*

Experto

Edad: \*

Cliente

Profesión: \*

Grupo Objetivo

Género: \*

Femenino

Masculino

1. ¿Considera importante la implementación de materiales impresos informativos para dar a conocer el daño que causa el tabaco y qué significa la ley y qué implica? \*

si

no

2. ¿Considera necesario recopilar información relacionada con aspectos de comunicación y diseño, que constituya el respaldo teórico, para fundamentar este proyecto? \*

si

no

3. ¿Cree usted importante investigar y efectuar un acopio de todos aquellos datos relevantes relacionados con diseño de infografías para integrarlos al proyecto? \*

si

no

4. ¿Considera importante incluir fotografías para que haya una mejor comprensión del tema del Observatorio del Control de Tabaco de Guatemala? \*

si

no

5. ¿Según su criterio, los colores utilizados en el material son adecuados? \*

mucho

poco

nada

6. ¿Qué tan apropiada es la diagramación utilizada en el material informativo? \*

mucho

poco

nada

7. ¿Según su criterio, la tipografía de el material es adecuada, legible y entendible? \*

mucho

poco

nada

8. ¿Según su criterio, las imágenes utilizadas en el material, apoyan la comprensión del tema del proyecto? \*

mucho

poco

nada

9. ¿Considera que el material muestra la información necesaria para comprender el tema? \*

mucho

poco

nada

10. ¿Considera que la diagramación utilizada en el material contribuirá eficientemente para que la información sea fácil de comprender? \*

si

no

11. ¿Considera agradable la distribución y tamaño de los elementos dentro de (la página, la revista, la infografía, etc)? \*

si

no

12. ¿Considera importante incluir fotografías, para apoyar la información sobre el tema de la prevención de consumo de tabaco? \*

si

no

13. ¿Considera que el contenido en general de el material informativo es bueno o malo? \*

bueno

malo

14. ¿Considera que el lenguaje utilizado en la descripción de la información del consumo de tabaco, facilita su comprensión? \*

si

no

### **8.3 Resultados e interpretación de resultados.**

La tabulación de los resultados obtenidos en el proceso de validación, contribuyeron a determinar la efectividad del material informativo realizado y propuesto.

#### 8.3.1 Resultados obtenidos en el proceso de validación:

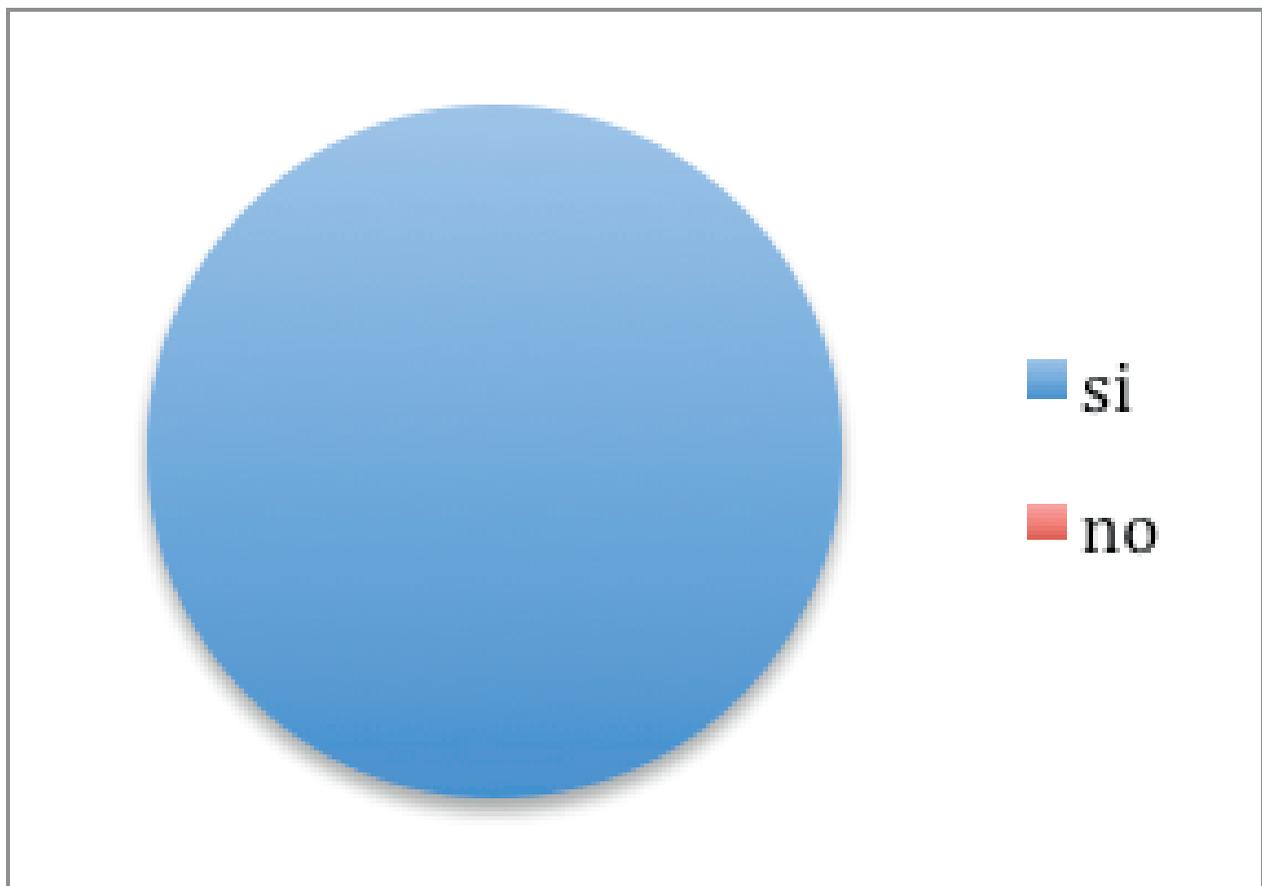
Se presenta a continuación la tabulación de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas al grupo objetivo, expertos y cliente, con el fin de evaluar si los objetivos planteados en el proyecto fueron alcanzados y conocer si se realizó una correcta aplicación de los elementos de diseño y semiológicos.

## Tabulación de las encuestas realizadas al grupo objetivo

Se presenta a continuación la tabulación de las preguntas realizadas al grupo objetivo.

### PREGUNTA 1

1. Considera importante la implementación de materiales impresos informativos para dar a conocer el daño que causa el tabaco y qué significa la ley y qué implica?



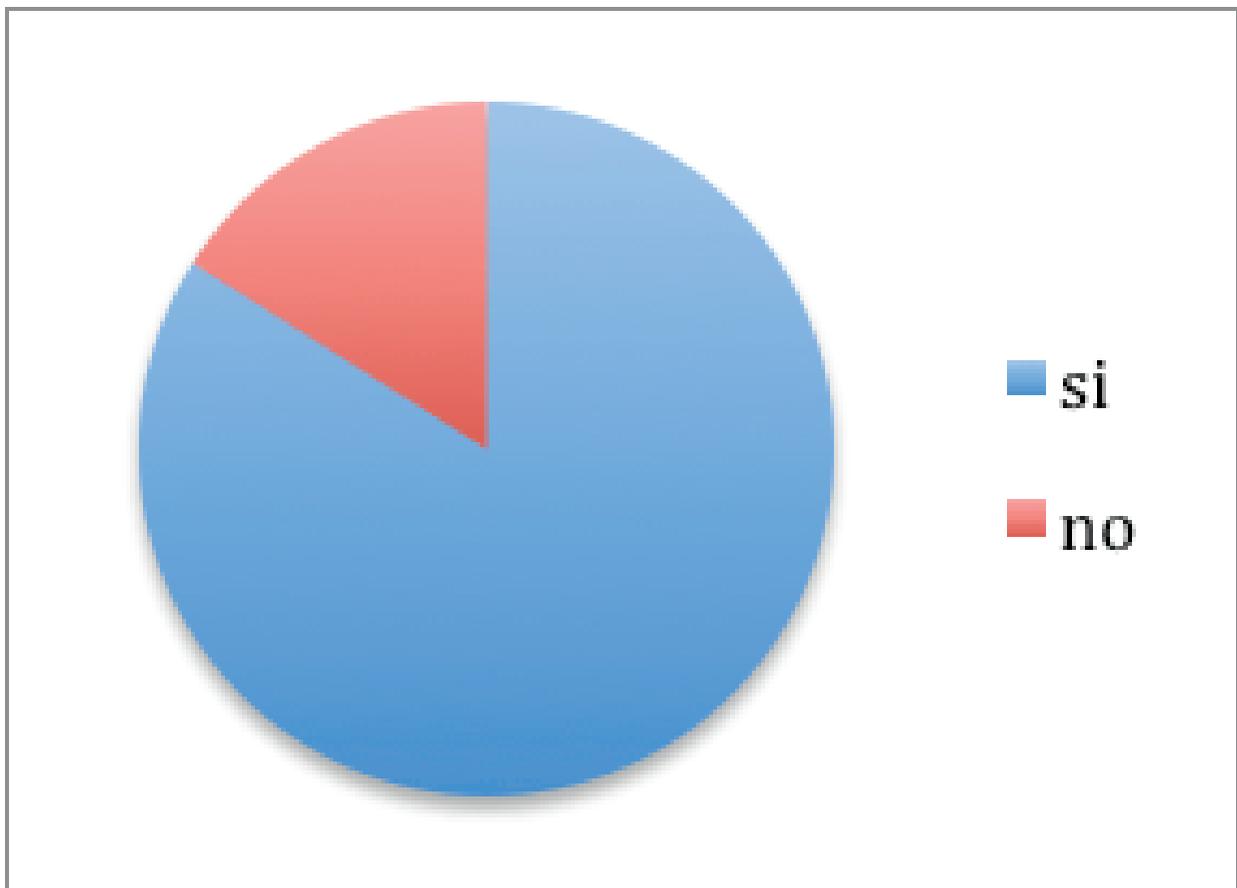
### Interpretación y hallazgos de la pregunta 1

El 100% de las personas considera que sí es importante la implementación de este tipo de materiales.

Esto significa que el material informativo cumple con el objetivo general de generar un material impreso informativo sobre el consumo de tabaco.

## PREGUNTA 2

2. ¿Considera necesario recopilar información relacionada con aspectos de comunicación y diseño, que constituya el respaldo teórico, para fundamentar este proyecto?



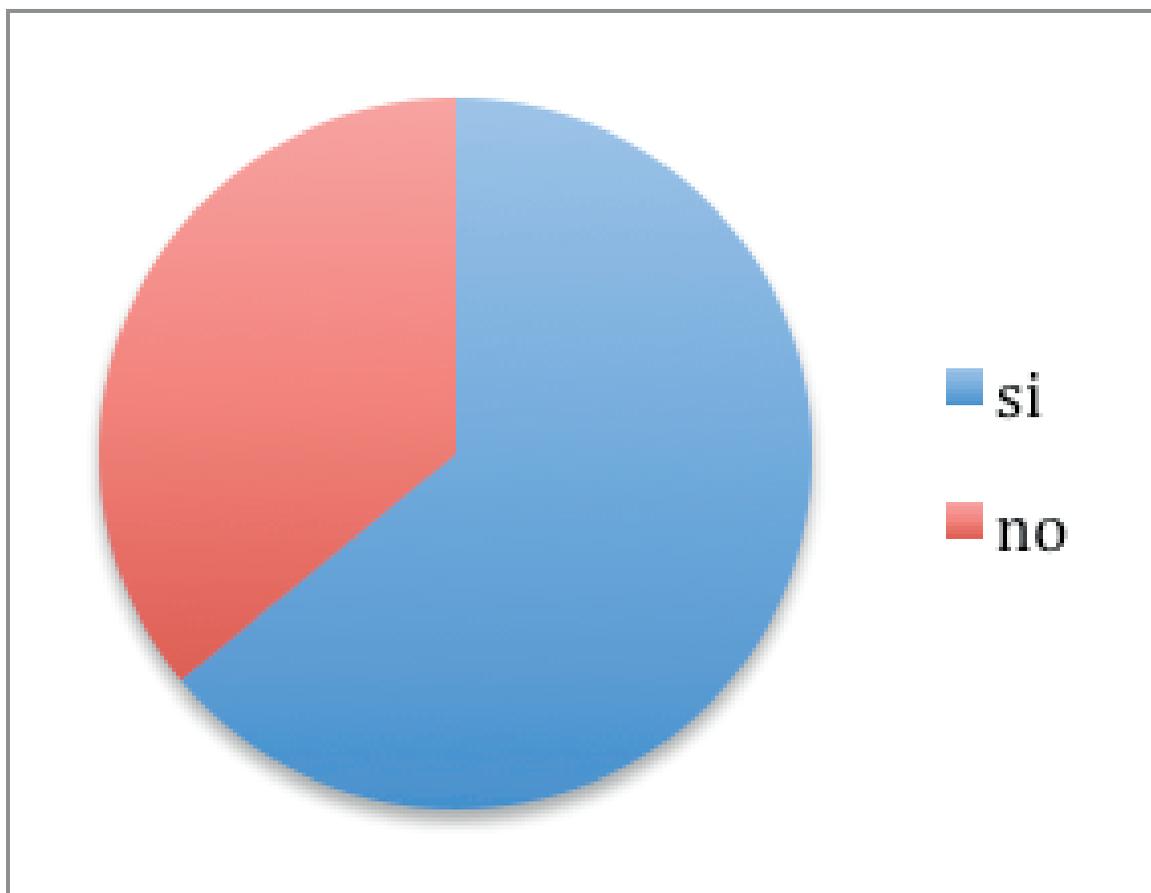
### Interpretación y hallazgos de la pregunta 2

El 80% de las personas considera que sí es necesario la recopilación de información y 20% considera que no es necesario.

Esto significa que el material cuenta con la debida recopilación de materiales relacionados a los aspectos de diseño y comunicación.

### PREGUNTA 3

3. ¿Cree usted importante investigar y efectuar un acopio de todos aquellos datos relevantes relacionados con diseño de infografías para integrarlos al proyecto



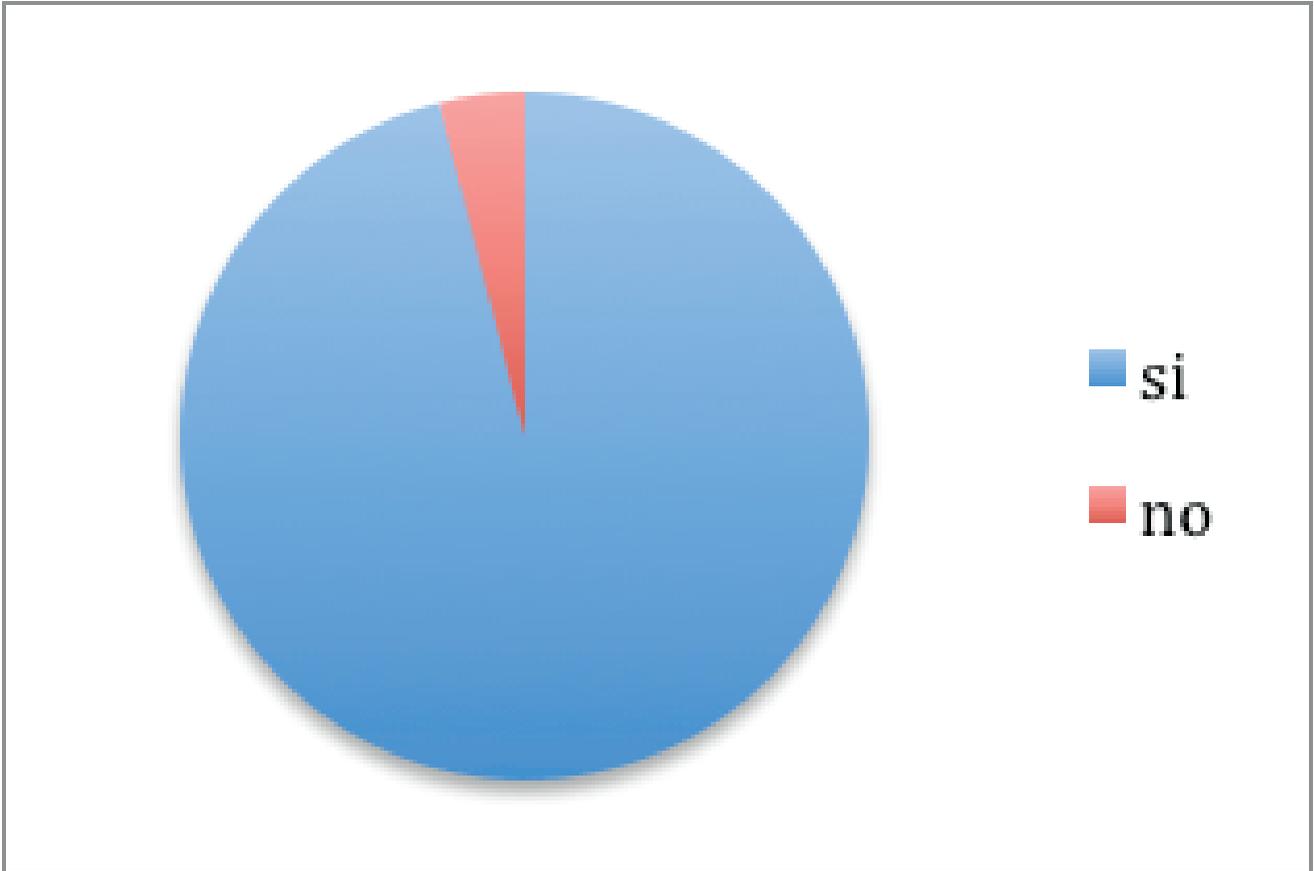
#### Interpretación y hallazgos de la pregunta 3

El 60% opina que sí es necesaria la investigación de datos relevantes.

Esto nos indica que sí se realizó una investigación de información sobre tabaco, consumo de tabaco y temas referentes y 40% no lo cree importante.

**PREGUNTA 4**

4. ¿Considera importante incluir fotografías para que haya una mejor comprensión del tema del Observatorio del Control de Tabaco de Guatemala?

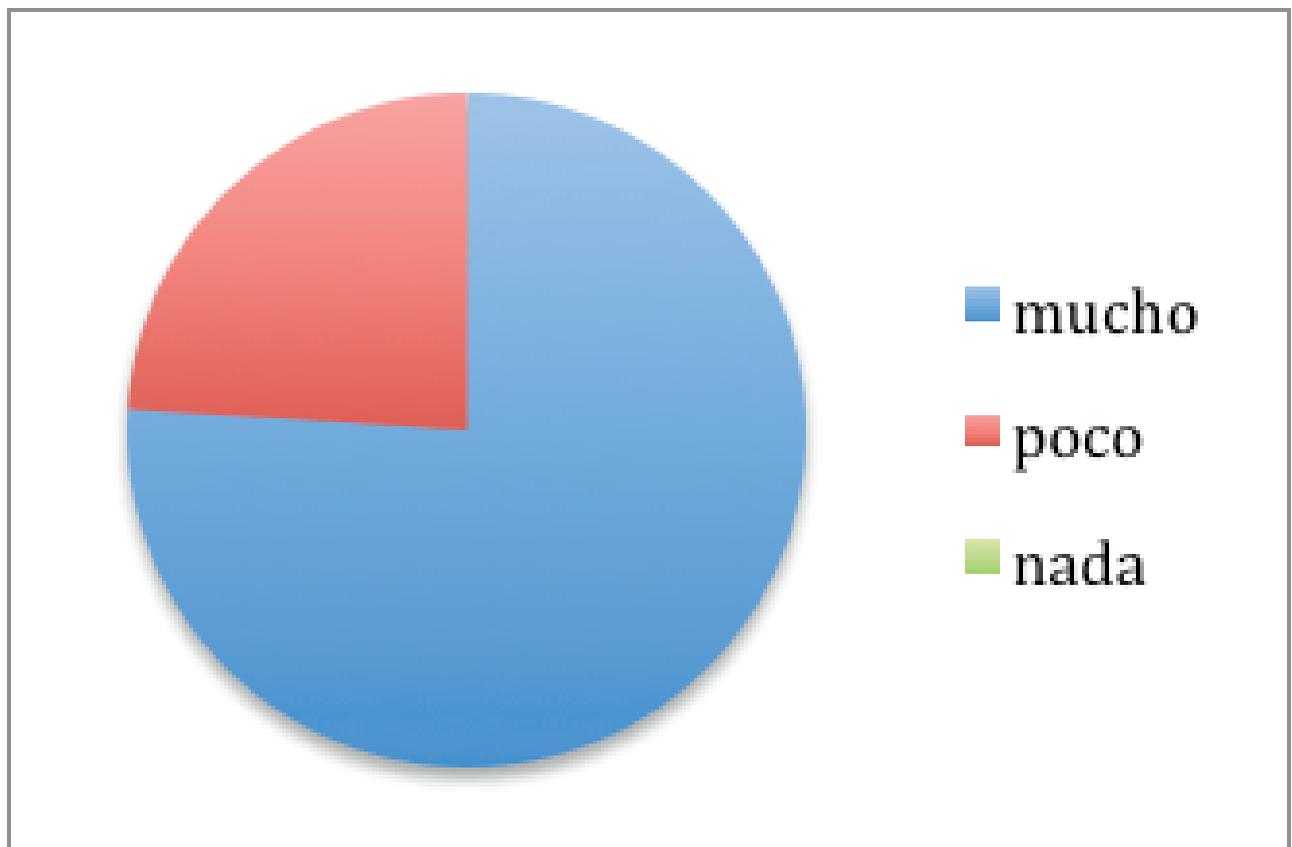


**Interpretación y hallazgos de la pregunta 4**

La gráfica nos indica que para el 90% de las personas encuestados sí es importante incluir fotografías en este tipo de materiales y 10% considera que no es importante.

### PREGUNTA 5

5. ¿Según su criterio, los colores utilizados en el material son adecuados?

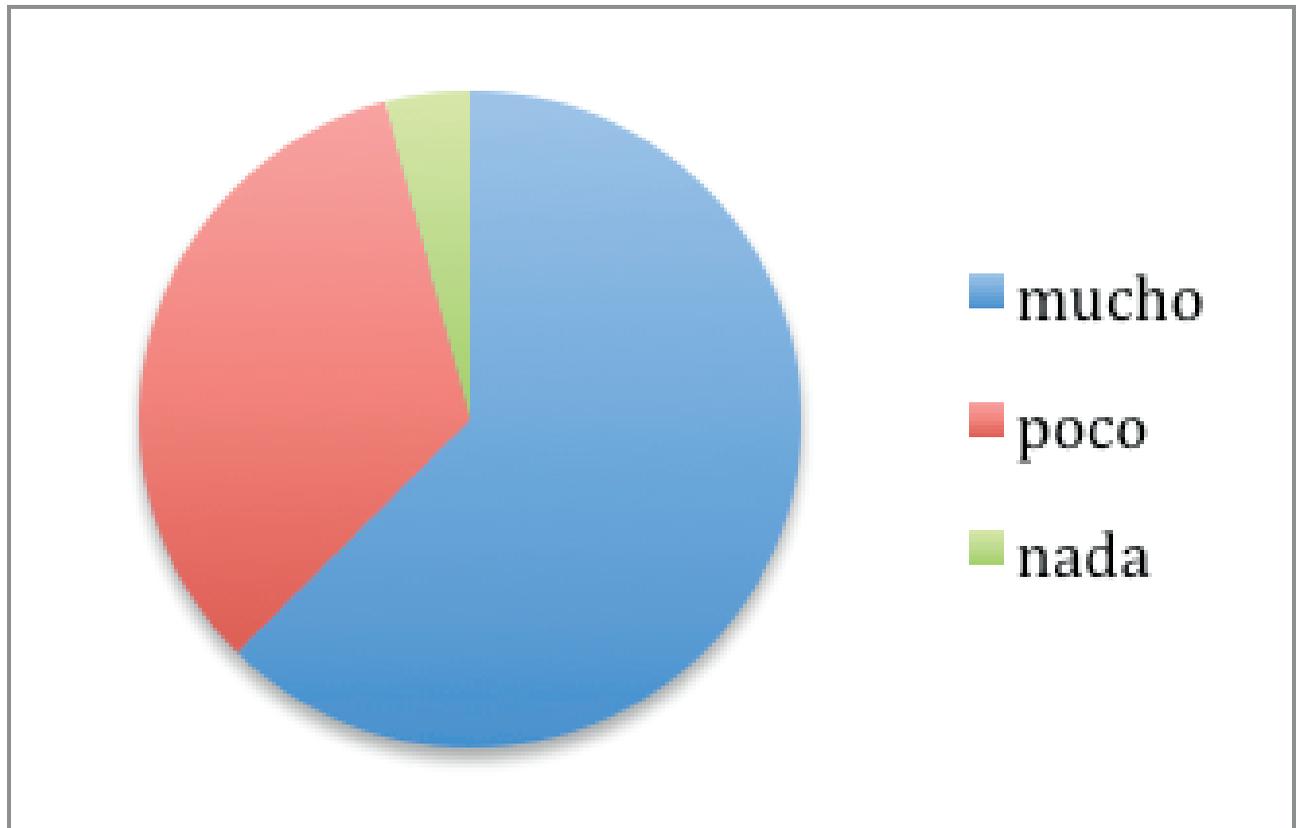


#### Interpretación y hallazgos de la pregunta 5

El 70% de las personas estuvieron de acuerdo con los colores utilizados, esto indica que no son los mejores colores utilizados, sin embargo sí son legibles y utilizables y 30% no está de acuerdo.

## PREGUNTA 6

6. ¿Qué tan apropiada es la diagramación utilizada en el material informativo?

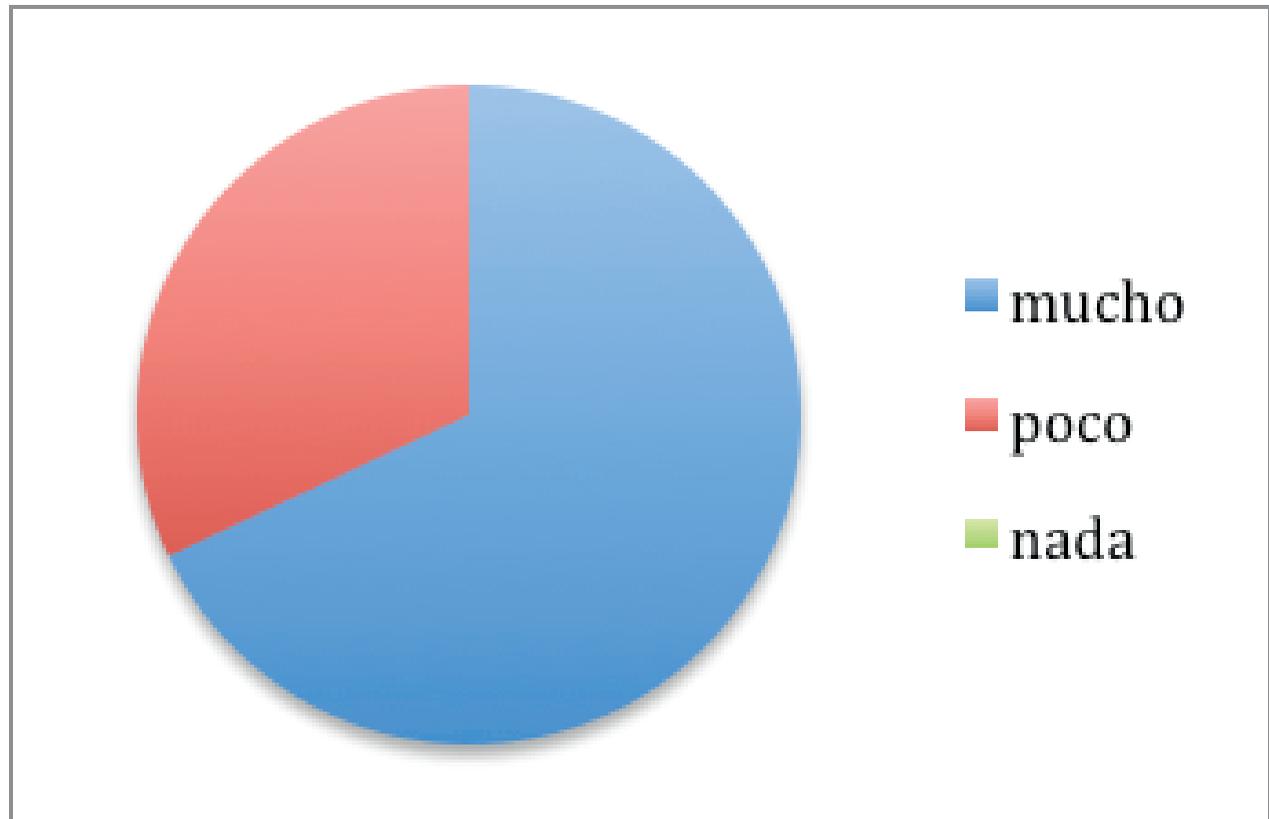


### Interpretación y hallazgos de la pregunta 6

La gráfica nos indica que 65% de personas considera que tiene una diagramación correcta, sin embargo el porcentaje que no lo considera es bastante alto, por lo que se buscará mejorar este aspecto y 35% considera que no.

## PREGUNTA 7

7. ¿Según su criterio, la tipografía de el material es adecuada, legible y entendible?

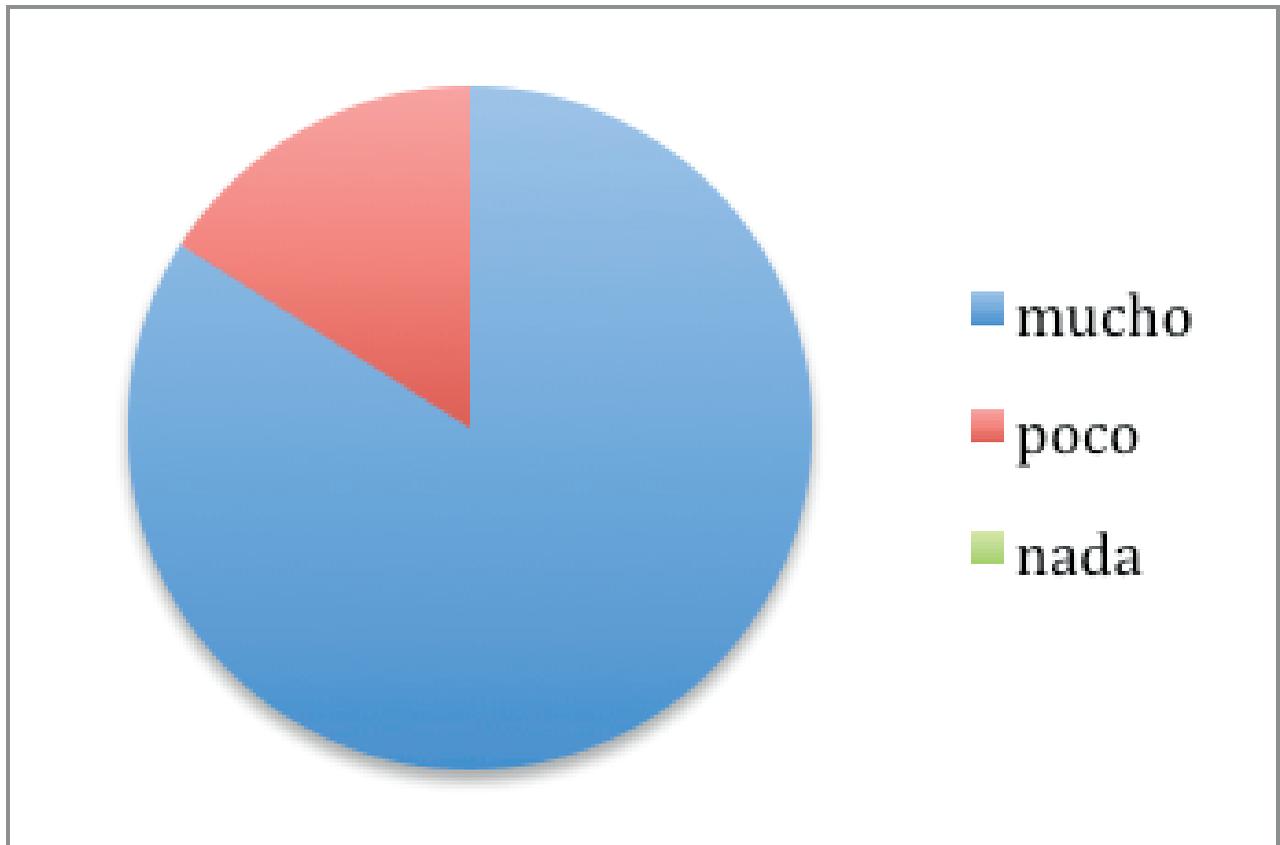


### Interpretación y hallazgos de la pregunta 7

El 70% considera que sí es apropiada y legible, por lo que sí se utilizará ese tipo de letra y 30% considera que no es muy legible.

### PREGUNTA 8

8. ¿Según su criterio, las imágenes utilizadas en el material, apoyan la comprensión del tema del proyecto?

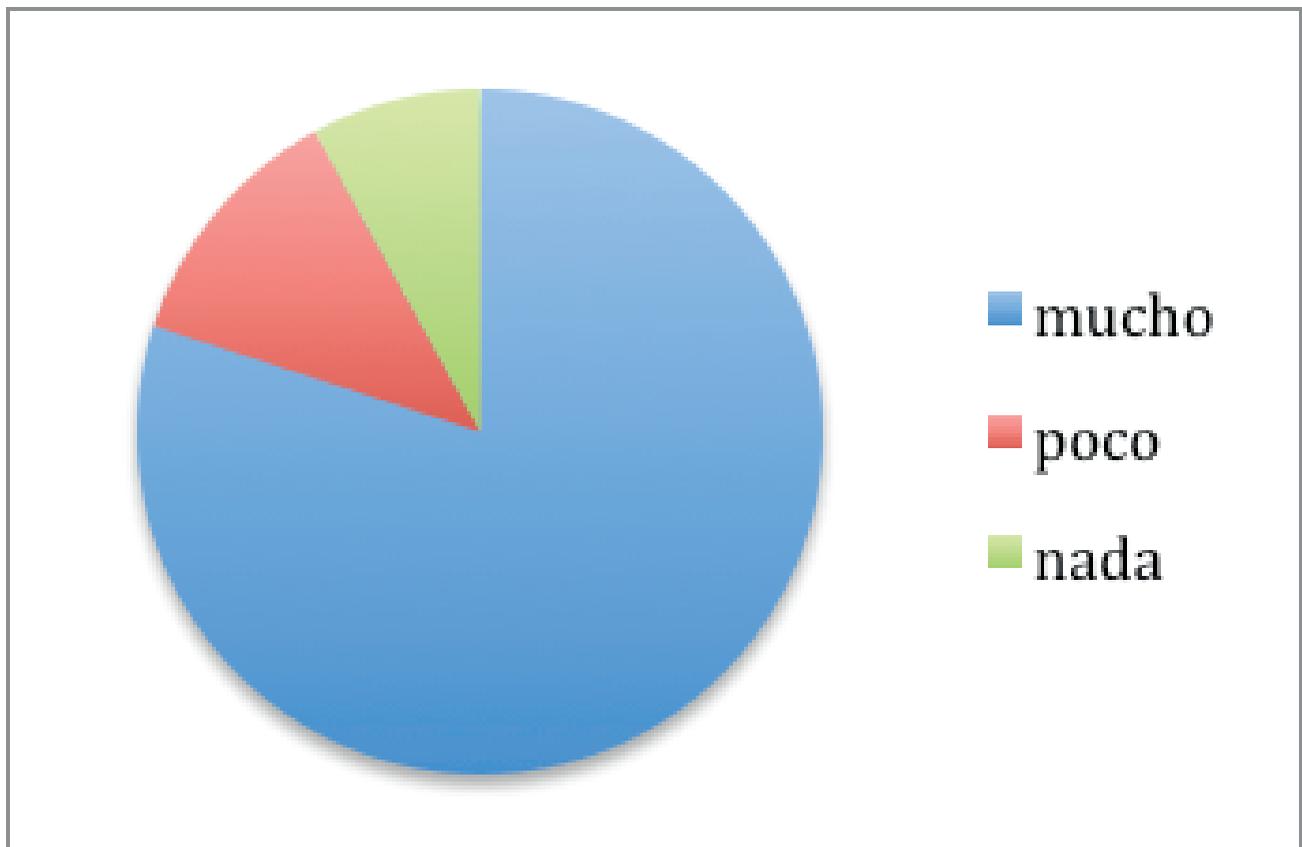


### Interpretación y hallazgos de la pregunta 8

En los resultados de la gráfica 80% de personas considera que las imágenes sí apoyan a la comprensión del tema y las personas realizaron el comentario de agregar más imágenes para mejora de la comprensión del tema y 20% no las considera importantes.

### PREGUNTA 9

9. ¿Considera que el material muestra la información necesaria para comprender el tema?

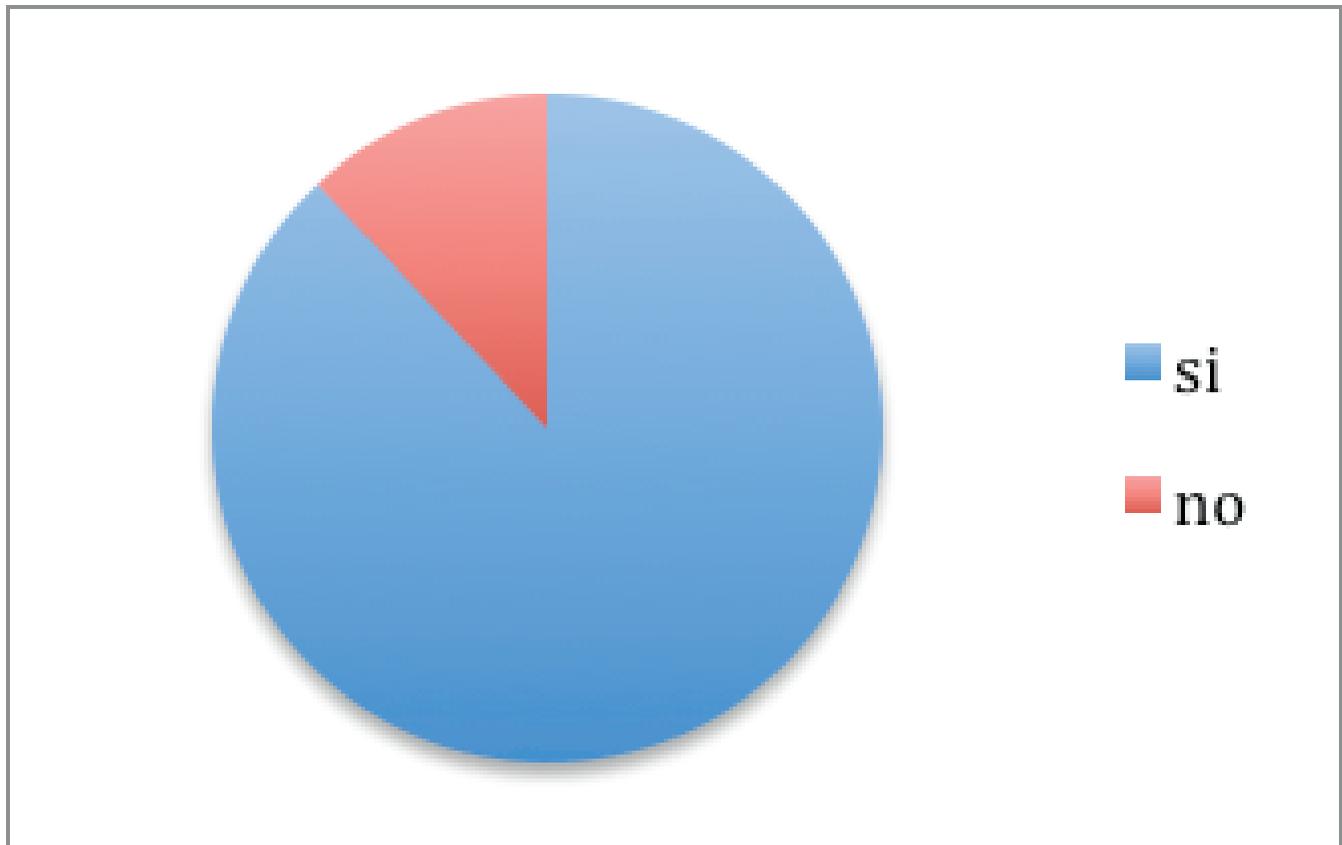


#### Interpretación y hallazgos de la pregunta 9

El 80% de las personas considera que sí contiene la información necesaria por lo que en este aspecto no se agregará mayor información, 10% considera que es poca información y el otro 10% considera que no contiene nada de información necesaria.

### **PREGUNTA 10**

10. ¿Considera que la diagramación utilizada en el material contribuirá eficientemente para que la información sea fácil de comprender?

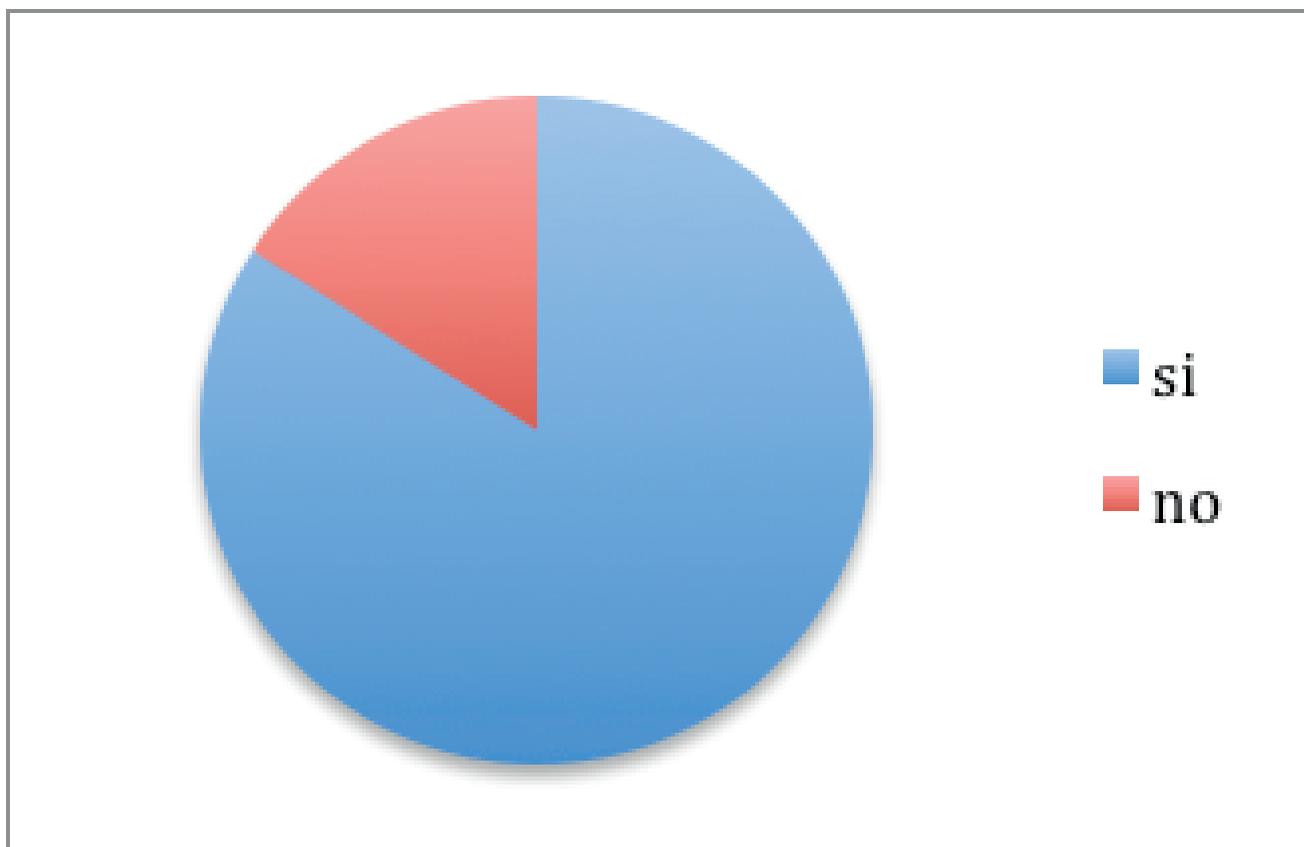


### **Interpretación y hallazgos de la pregunta 10**

El 90% de las personas considera que la diagramación contribuye de forma eficiente a la legibilidad del material y 10% considera que no

### **PREGUNTA 11**

11. ¿Considera agradable la distribución y tamaño de los elementos dentro de (la página, la revista, la infografía, etc)?

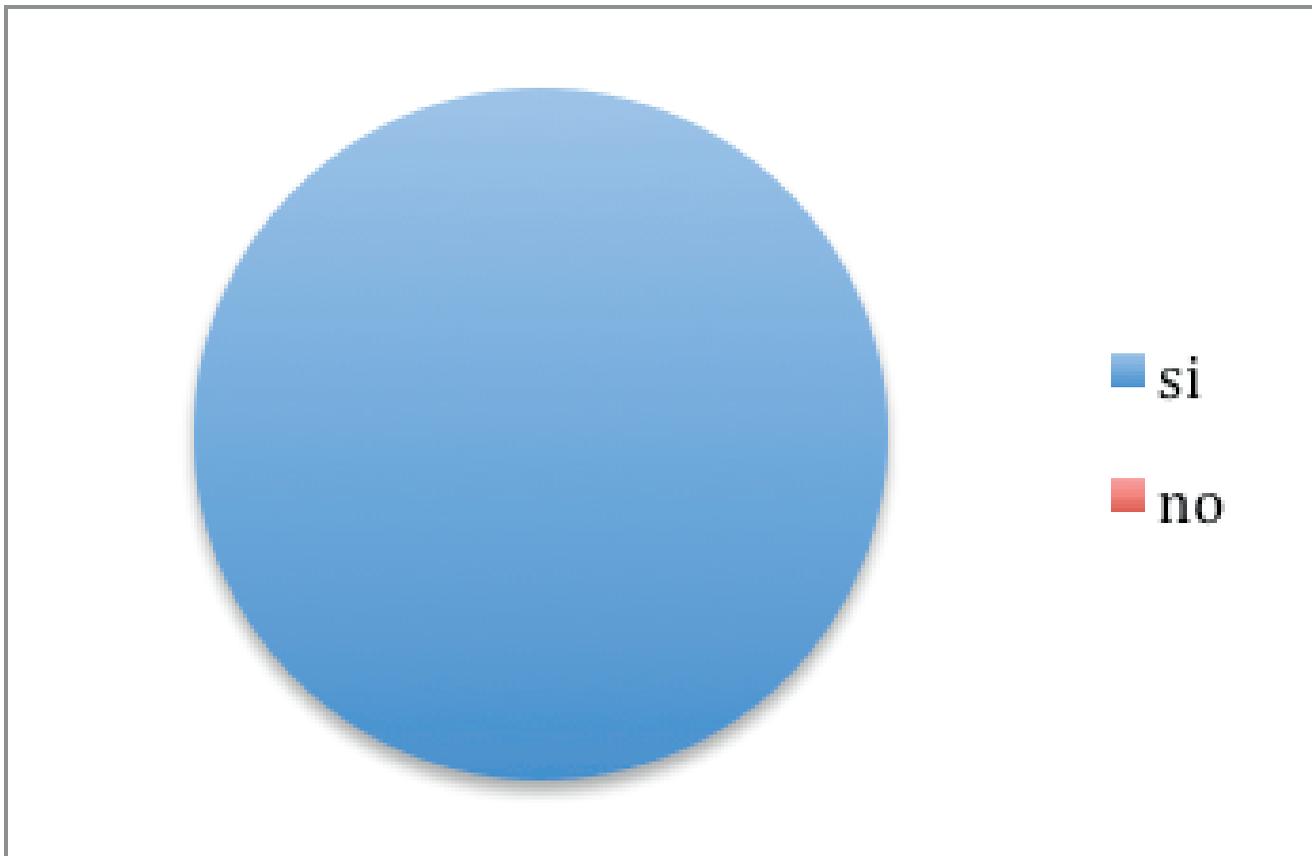


### **Interpretación y hallazgos de la pregunta 11**

El 80% de las personas considera que el material tiene correcta distribución de información y el 20% de las personas considera que no la tiene.

### **PREGUNTA 12**

12. ¿Considera importante incluir fotografías, para apoyar la información sobre el tema de la prevención de consumo de tabaco?



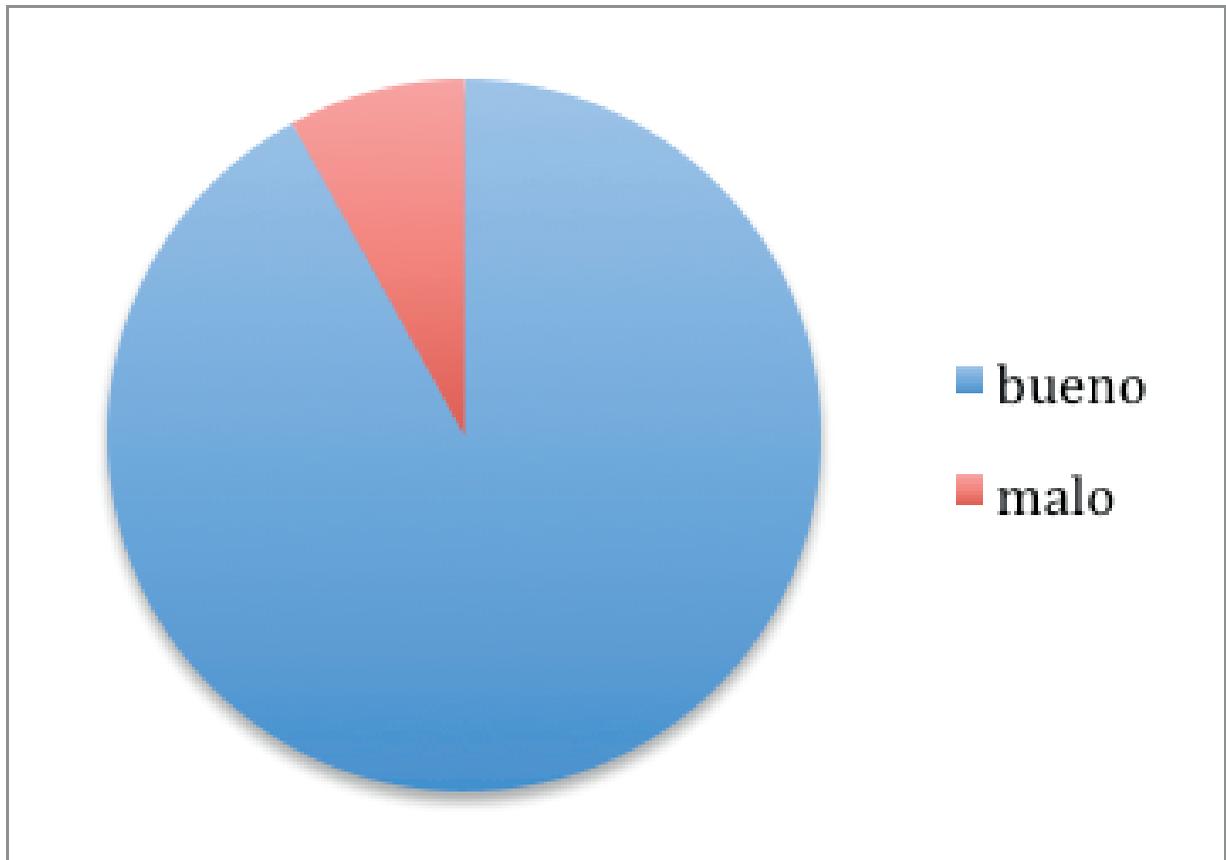
### **Interpretación y hallazgos de la pregunta 12**

El 100% considera que sí es importante incluir fotografías en los materiales.

Esto nos da a entender que sí está bien el que el material tenga fotografías incluidas.

### PREGUNTA 13

13. ¿Considera que el contenido en general de el material informativo es bueno o malo?

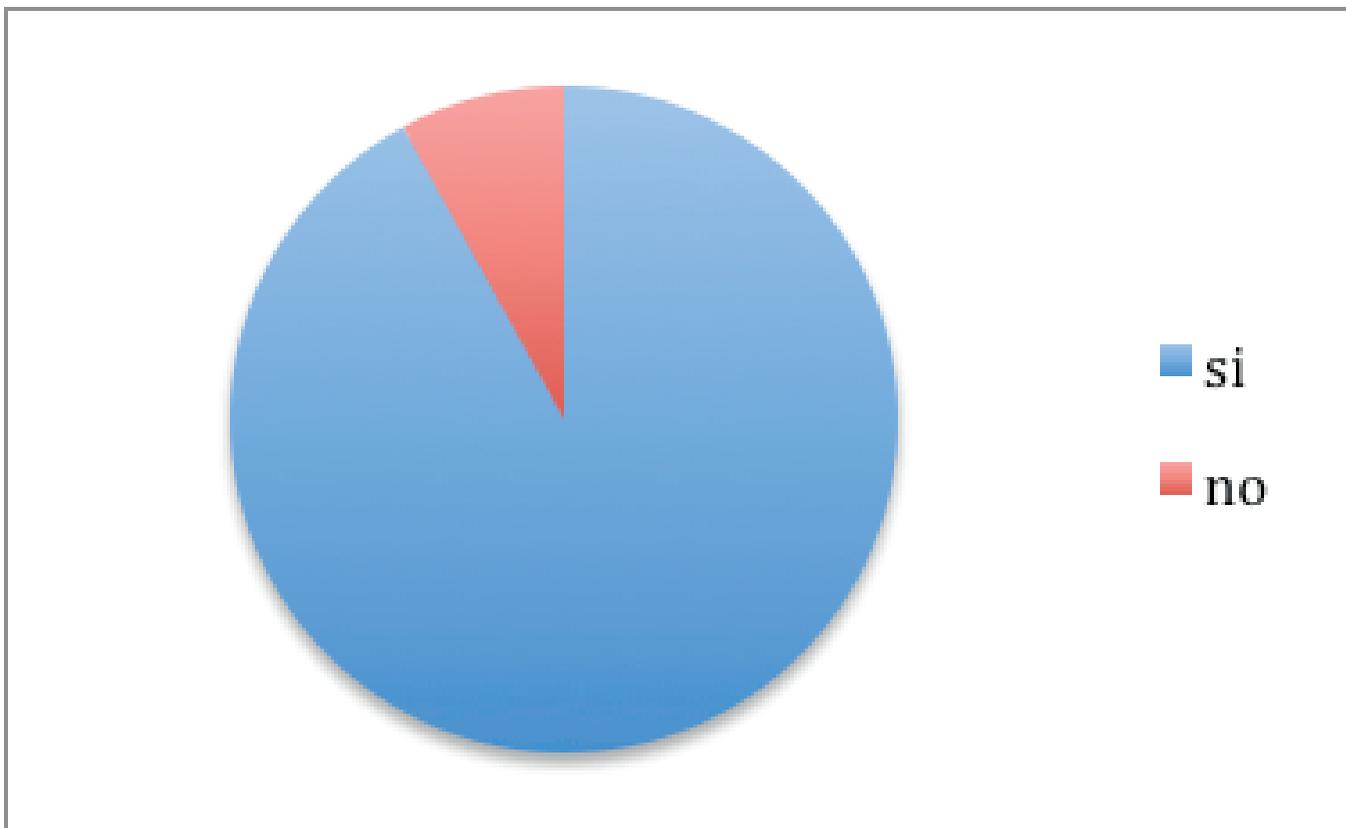


#### Interpretación y hallazgos de la pregunta 13

El 90% de las personas considera que el material tiene buen contenido, esto nos ayuda a saber que el material posee lo que debe contener y el 10% opina que no tiene contenido.

**PREGUNTA 14**

14. ¿Considera que el lenguaje utilizado en la descripción de la información del consumo de tabaco, facilita su comprensión?



**Interpretación y hallazgos de la pregunta 14**

El 90% de las personas considera que el material contiene lenguaje correcto que ayuda a la interpretación del tema y el 10% considera que no posee el lenguaje apropiado.

### **8.3.2 Resultados generales e informe final obtenido en el proceso de validación realizado con el grupo objetivo.**

La validación del proyecto de diseño de materiales gráficos informativos impresos para el Observatorio del control de tabaco, con el propósito de contribuir a la salud en Guatemala, refleja lo siguiente:

- El material informativo tiene 98% de efectividad, en cuanto a objetividad, comunicación, diseño y semiología.
- Cumple con los objetivos planteados.
- La combinación de colores, fotografías y tipografías utilizadas motivan a las personas a interesarse en la lectura del material.

### **8.3.3 Recomendaciones con base en los resultados obtenidos en la validación realizada al grupo objetivo.**

- Se deberá agregar una sección de titulares al inicio del trifoliar, para que lleve orden correcto.
- Mejorar tonos en el color y resaltar algunos textos.

## 8.4 Cambio en base a resultados

Los resultados obtenidos en el proceso de validación, contribuyeron a mejor efectividad y presentación para el material informativo.

Los cambios finales se presentan a continuación.

### ANTES

Parte externa:



**¿POR QUÉ FUMA LA GENTE?**

Se sabe que no existe una causa única. Generalmente se combinan factores biológicos (sexo, edad) con factores sociales (amigos o padres fumadores, influencia de medios de comunicación) y factores personales (baja autoestima, estrés, depresión).  
**¿EXISTE GENTE PREDISPUSTA A LA ADICCIÓN?:** Aunque existen factores genéticos que ayudan a la adicción de nicotina, alrededor del 90% de fumadores desarrollan la adicción a los 16 o 17 años y es casi inmediato al iniciar a fumar.  
**¿CUÁNTOS CIGARRILLOS SON NECESARIOS PARA CONVERTIRSE EN ADICTO?:** el 50% de los fumadores se han convertido en fumadores a largo plazo, es decir comenzaron probando uno y terminan en una cajetilla entre 1 y 2 días.  
**¿SON MEJORES LOS CIGARRILLOS SUAVES?:** Estos cigarrillos son igual de dañinos ya que tienen un alto contenido de nicotina y alquitrán, lo que determina si es "suave" no es el contenido de nicotina sino el porcentaje de poros de ventilación que posee el cigarrillo.  
El peligro de fumar "suaves" es que los fumadores tienden a "compensar" y fuman más, inhalan más, mantienen más el humo dentro de los pulmones y tapan los poros de ventilación que se encuentran en el filtro para absorber la cantidad de nicotina que necesitan debido a la misma adicción.

Se indicó que no se estaba obteniendo la información ya que de un lado se daban los conceptos correctamente y de este lado no llevaba un orden, así también una saturación de texto, por lo que se decidió realizar división con títulos.

## DESPUÉS

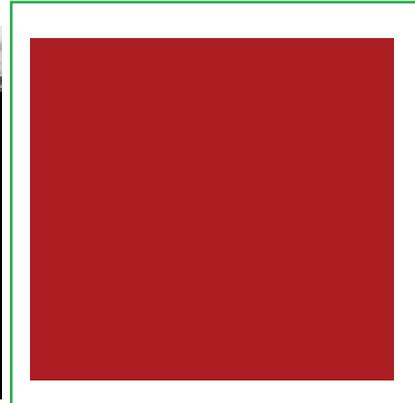
Parte externa:



Este fue el resultado con el cambio realizado, ya que se sugirió minimizar la información y que se coloque en un futuro material como el díptico que no se autorizó por el momento.

## ANTES

Parte interna:



### FUMADOR PASIVO

Son aquellos no fumadores que respiran el humo de los fumadores. Diversos estudios han demostrado que la exposición al humo de tabaco ambiental se asocia con muchas de las enfermedades cardiovasculares, de asma o de pulmón. Los más afectados en la exposición de humo de tabaco ambiental son los niños, ya que los hijos de fumadores tienen más probabilidades de tener enfermedades respiratorias, enfermedades del oído, asma, reducción de la función pulmonar y síndrome de muerte súbita, especialmente durante el primer año de vida. En 1950 se evidenció que un niño que sufría de asma grave, mejoraba rápidamente cada vez que su madre dejaba de fumar. Estudios han demostrado que las mujeres no fumadoras cuyos esposos eran fumadores se morían el 40% de cáncer de pulmón que las mujeres no fumadoras que vivían con no fumadores.

### HUMO DE SEGUNDA MANO

También se conoce como humo de tabaco en el ambiente. Este humo consiste en una mezcla de dos tipos de humo que provienen de la combustión del tabaco: el humo de corriente secundaria (proveniente de cigarrillos o pipas) y el humo de corriente principal (exhalado por un fumador). El humo que es emitido al aire desde el extremo encendido de un cigarrillo tiene concentraciones más elevadas de agentes que causan cáncer (carcinógenos) que el humo que el fumador exhala. Además, contiene partículas más pequeñas que el humo que exhala el fumador, lo que facilita su acceso a los pulmones y las células del cuerpo. Las personas que no fuman y que respiran el humo de segunda mano reciben la nicotina y los químicos tóxicos por la misma vía que los fumadores. El humo de segunda mano ha sido asociado con cáncer de pulmón, leucemia infantil y al cáncer de laringe, faringe, cerebro, vejiga, recto, estómago y seno.

Se indicó que había un espacio perdido con el cuadro rojo, el que a la vista de los lectores creaba saturación visual, por lo que la mejor opción era removerlo y diagramar mejor cada elemento.

## DESPUÉS

Parte interna:



## FUMADOR PASIVO

Son aquellos no fumadores que respiran el humo de los fumadores. Diversos estudios han demostrado que la exposición al humo de tabaco ambiental se asocia con muchas de las enfermedades cardiovasculares, de asma o de pulmón. Los más afectados en la exposición de humo de tabaco ambiental son los niños, ya que los hijos de fumadores tienen más probabilidades de tener enfermedades respiratorias, enfermedades del oído, asma, reducción de la función pulmonar y síndrome de muerte súbita, especialmente durante el primer año de vida. En 1950 se evidenció que un niño que sufría de asma grave, mejoraba rápidamente cada vez que su madre dejaba de fumar. Estudios han demostrado que las mujeres no fumadoras cuyos esposos eran fumadores se morían el 40% de cáncer de pulmón que las mujeres no fumadoras que vivían con no fumadores.

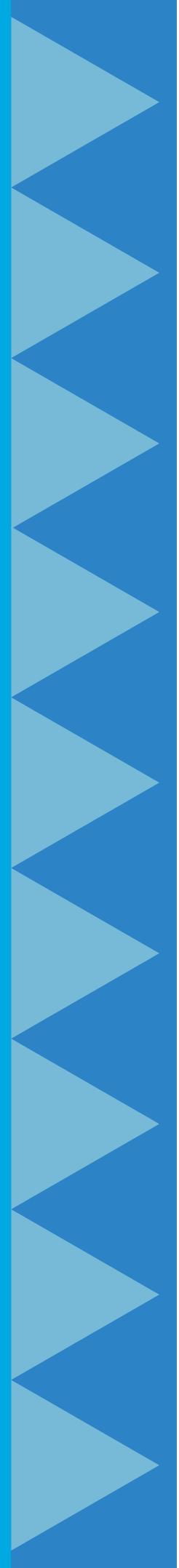
## HUMO DE SEGUNDA MANO

También se conoce como humo de tabaco en el ambiente. Este humo consiste en una mezcla de dos tipos de humo que provienen de la combustión del tabaco: el humo de corriente secundaria (proveniente de cigarrillos o pipas) y el humo de corriente principal (exhalado por un fumador). El humo que es emitido al aire desde el extremo encendido de un cigarrillo tiene concentraciones más elevadas de agentes que causan cáncer (carcinógenos) que el humo que el fumador exhala. Además, contiene partículas más pequeñas que el humo que exhala el fumador, lo que facilita su acceso a los pulmones y las células del cuerpo. Las personas que no fuman y que respiran el humo de segunda mano reciben la nicotina y los químicos tóxicos por la misma vía que los fumadores. El humo de segunda mano ha sido asociado con cáncer de pulmón, leucemia infantil y al cáncer de laringe, faringe, cerebro, vejiga, recto, estómago y seno.

Este fue el resultado con el cambio realizado.

# CAPÍTULO 9

Propuesta gráfica final



# CAPÍTULO 4

## Propuesta gráfica final

### **9.1 Propuesta gráfica final**

De acuerdo a los resultados obtenidos en el proceso de validación realizados con el grupo objetivo, el cliente y expertos en las áreas de comunicación y diseño, se lograron realizar cambios que mejoraron la efectividad del diseño del material informativo impreso.

A continuación se presenta la propuesta gráfica final

**Justificación:** Al momento de abrir el polifoliar, la persona encontrará los conceptos generales sobre el tabaco, los daños y enfermedades que puede causar.

Se busca que el doblar del polifoliar sea de forma dinámica, con lo que las personas se sientan atraídas a leerlo con mayor facilidad.

### **Visualización módulos finales**

Portada página #1 del polifoliar, para apoyar la campaña de prevención del tabaco.



**TABACO**  
**¿Amigo o enemigo?**

Página #2 del polifoliar para apoyar la campaña de prevención del tabaco.



## TABACO

Es una planta de la familia de las Solanáceas. Las dos especies más importantes son la *Nicotiana Tabacum* y la *Nicotiana Rústica*. El cultivo de tabaco se hace en 2 etapas y requiere de muchos cuidados. Para evitar que las hojas se infecten se fumiga con pesticidas, a veces muy tóxicos, que pueden luego encontrarse en los cigarrillos.

### Tabaco con humo:

- cigarrillos: con o sin filtro, envueltos manualmente o manufacturados.
- Bidis: cigarrillos provenientes de la india que se fabrican con sabores. Su contenido de nicotina y alquitrán es igual de alto.
- Kreteks: cigarrillos con sabor a clavo de olor.
- Habanos o puros: tienen mayor nicotina y alquitrán y su humo produce 30 veces más monóxido de carbono que los cigarrillos.



## NICOTINA

Es una droga que se encuentra de forma natural en el tabaco. Esta droga es tan adictiva como la heroína o la cocaína. Cuando se inhala el humo, la nicotina penetra profundamente en los pulmones, de donde pasa rápidamente al torrente sanguíneo, y es transportada a todo el cuerpo. La nicotina afecta a muchas partes del cuerpo, incluyendo el corazón y los vasos sanguíneos, las hormonas, el metabolismo y el cerebro.

Se puede encontrar nicotina en la leche materna y hasta en la mucosidad del cuello uterino de las fumadoras. Durante el embarazo, la nicotina atraviesa libremente la placenta y se ha detectado en el líquido amniótico y en la sangre del cordón umbilical de los

## CIGARRILLO

Actualmente la industria tabacalera ha invertido millones en perfeccionar la producción de cigarrillos. Hoy en día ya no sólo se usan las hojas de tabaco sino también los desechos (tallos, polvillo, etc). Los cigarrillos poseen alrededor de 600 sustancias aditivas, entre ellos hay productos de limpieza como amoníaco y venenos como el arsénico o el cianuro. Esto y otros productos se le agregan a las hojas de tabaco para que los cigarrillos sean más suaves y más sabrosos.

Cada cigarrillo produce en promedio 250cc de humo. El humo del cigarrillo contiene 4,000 sustancias químicas, varias de las cuales son muy tóxicas para el ser humano. Más de 40 de estas sustancias han demostrado ser cancerígenas.

Cuando el cigarrillo prendido se consume se producen 2 tipos de corrientes de humo: la corriente de humo principal que es la que recorre el cilindro del cigarrillo y es respirado por el fumador, al ser expirado, contiene menos productos tóxicos ya que ya ha sido filtrado por los pulmones del fumador. Y la corriente de humo lateral o secundario que es la que se desprende del cigarrillo entre cada bocanada. Este humo tiene mayor concentración de productos tóxicos que el humo espirado por el fumador, ya que no es filtrado previamente.

Página #4 del polifoliar para apoyar la campaña de prevención del tabaco.



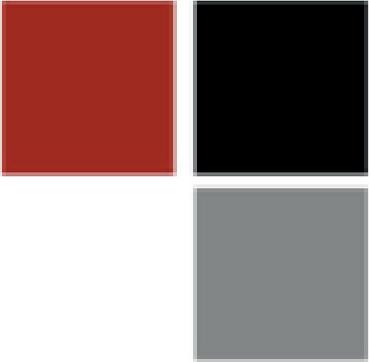
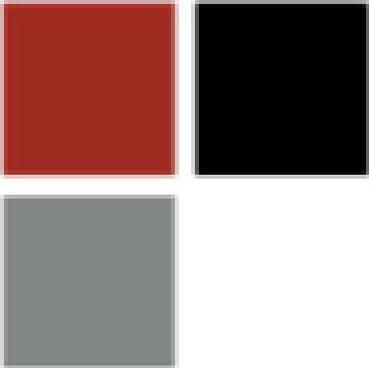
## FUMADOR PASIVO

Son aquellos no fumadores que respiran el humo de los fumadores. Diversos estudios han demostrado que la exposición al humo de tabaco ambiental se asocia con muchas de las enfermedades cardiovasculares, de asma o de pulmón. Los más afectados en la exposición de humo de tabaco ambiental son los niños, ya que los hijos de fumadores tienen más probabilidades de tener enfermedades respiratorias, enfermedades del oído, asma, reducción de la función pulmonar y síndrome de muerte súbita, especialmente durante el primer año de vida. En 1950 se evidenció que un niño que sufría de asma grave, mejoraba rápidamente cada vez que su madre dejaba de fumar. Estudios han demostrado que las mujeres no fumadoras cuyos esposos eran fumadores se morían el 40% de cáncer de pulmón que las mujeres no fumadoras que vivían con no fumadores.

## HUMO DE SEGUNDA MANO

También se conoce como humo de tabaco en el ambiente. Este humo consiste en una mezcla de dos tipos de humo que provienen de la combustión del tabaco: el humo de corriente secundaria (proveniente de cigarrillos o pipas) y el humo de corriente principal (exhalado por un fumador). El humo que es emitido al aire desde el extremo encendido de un cigarrillo tiene concentraciones más elevadas de agentes que causan cáncer (carcinógenos) que el humo que el fumador exhala. Además, contiene partículas más pequeñas que el humo que exhala el fumador, lo que facilita su acceso a los pulmones y las células del cuerpo. Las personas que no fuman y que respiran el humo de segunda mano reciben la nicotina y los químicos tóxicos por la misma vía que los fumadores. El humo de segunda mano ha sido asociado con cáncer de pulmón, leucemia infantil y al cáncer de laringe, faringe, cerebro, vejiga, recto, estómago y seno.

Página #5 del polifoliar para apoyar la campaña de prevención del tabaco.



# CONSECUENCIAS, DAÑOS Y RESULTADOS

# ENFERMEDADES

**CÁNCER:** El cáncer de pulmón fue la primera enfermedad que se identificó causada por el cigarrillo. 9 de cada 10 casos de cáncer de pulmón están relacionados con fumar y sólo un pequeño porcentaje de los que lo padecen sobreviven más de 5 años. Pueden también padecer cáncer de boca, labios, lengua, laringe y faringe. El riesgo de cáncer es mayor cuando se combinan tabaco y alcohol. También está relacionado al cáncer de estómago, páncreas, vejiga, leucemia y en las mujeres a cáncer de cuello de útero.

**ENFERMEDAD PULMONAR:** El humo del cigarro irrita las células de los bronquios. La inflamación que ocurre estimula la producción de moco que paraliza y destruye las cilias (vellosidades encargadas de limpiar impurezas del aire). A diferencia del cáncer de pulmón, que generalmente es mortal al año de su diagnóstico, la enfermedad pulmonar y el enfisema matan lentamente. La gente que padece estas enfermedades necesita que se le administre oxígeno para poder respirar. Está demostrado que el cigarrillo agrava el asma, no solo del fumador, sino también de las personas que lo rodean.

**ENFERMEDAD CARDIOVASCULAR:** Se estima que por cada 10 cigarrillos que se fuman por día el riesgo de muerte por enfermedad cardiovascular aumenta 18% en hombres y 31% en mujeres. Al fumar se produce una reducción inmediata del diámetro de los vasos sanguíneos y produce un aumento del pulso y de la presión arterial. La mayoría de muertes relacionadas con el consumo de tabaco ocurren debido a enfermedad isquémica, ataques cardíacos, accidentes cerebrovasculares y muerte súbita.



## ¿QUIEN CONSUME A QUIEN?



## DAÑOS

**ENVEJECIMIENTO:** Al disminuir el flujo sanguíneo a los vasos de la piel se acelera el envejecimiento facial, sobre todo en las mujeres. En los hombres el riesgo de morir por enfermedades propias de los ancianos aparece a edades más tempranas.

**EFFECTOS EN SISTEMA REPRODUCTIVO E IMPOTENCIA SEXUAL:** Las mujeres que fuman tienen 3 veces más probabilidades de ser infértiles que las que no fuman, tienen menopausia 2 años antes en promedio. 40% tienen partos prematuros y del 30-70% tienen más probabilidades de abortos espontáneos. En el hombre, el cigarrillo provoca disminución de la densidad y la velocidad del esperma. El fumar daña las arterias que llevan la sangre al pene causando impotencia.

**EFFECTOS EN LOS OJOS:** Los fumadores tienen 60% más riesgo de tener cataratas que los no fumadores.

**EFFECTOS EN EL SISTEMA ORO-DIGESTIVO:** Los fumadores tienen mayor incidencia de úlceras que a su vez tardan más en curarse. El tabaco está relacionado con una mayor incidencia de caries y enfermedades de las encías.

**EFFECTOS AL DEJAR DE FUMAR:** La falta de nicotina produce en pocas horas síntomas de abstinencia como nerviosismo, ansiedad, irritabilidad, frustración, dificultad para concentrarse, aumento del apetito y deseos incontrolables de fumar. Se ha demostrado que dejar de fumar es tan difícil como dejar la heroína y aún más difícil que dejar el alcohol.

## TRATAMIENTOS CONTRA LA ADICCIÓN A LA NICOTINA

**TERAPIA FARMACOLÓGICA:** Incluye el reemplazo nicotínico y el uso del fármaco bupropion. La absorción de nicotina por la mucosa bucal o por la piel (chicle o parche) es más lenta. Así los fumadores no sufren de los síntomas relacionados al síndrome de abstinencia pero tampoco sufren los efectos adversos que la nicotina tiene en la circulación. Existen pocos datos sobre el uso de terapia de reemplazo nicotínico en adolescentes, sin embargo hasta la fecha no se ha demostrado que su uso esté contraindicado en ese grupo etéreo.

**TERAPIA DE APOYO PSICOLÓGICO:** Esta terapia duplica la eficacia del tratamiento farmacológico. Se ha visto que a la mujer le cuesta más tomar la decisión de dejar de fumar y aparte tiene más tendencia a recaer.



## EN ESTADÍSTICAS

Cada año mueren 4 millones de personas en el mundo por enfermedades relacionadas al consumo de tabaco (esto es equivalente a una persona cada 10 segundos).

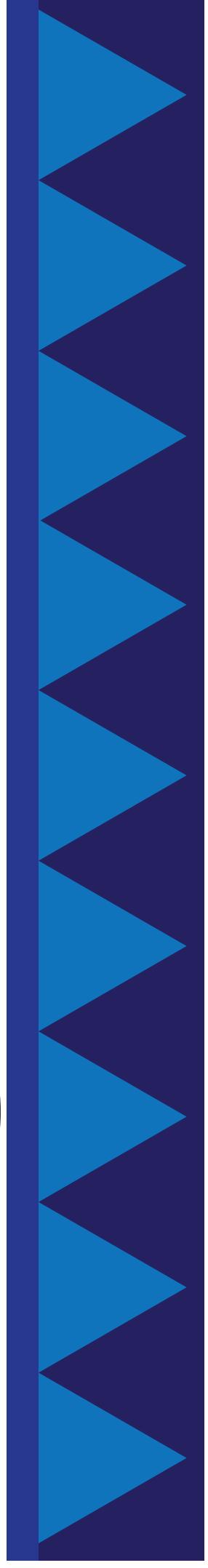
Se estima que en el continente americano el consumo de tabaco es responsable de aproximadamente 1 millón de muertes por año, de las cuales unas 500,000 corresponden a los países de América Latina y el Caribe.

La edad de inicio es cada vez menor y el consumo en las mujeres tiende a ser igual o mayor que en los hombres.

En Guatemala el 80% de los fumadores inició a fumar antes de los 17 años.

# CAPÍTULO 10

Producción, reproducción  
y distribución



# CAPÍTULO 10

## Producción, reproducción y distribución

Para que el material informativo impreso pueda ser entregado, es necesario realizar un plan de elaboración, reproducción y distribución, que permitirá conocer el costo total del proyecto.

Para realizarlo se tomarán en cuenta los siguientes puntos:

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

### 10.1 Plan de costos de elaboración

#### Proceso de elaboración del material informativo impreso

Se presenta un diagrama para visualizar de mejor forma el proceso de diseño y tiempos estimados para la realización del material informativo impreso.



- Total de semanas trabajadas: 9 semanas
- Total de días trabajados: 45 días (5 días por semana)
- Total de horas trabajadas: 270 horas (6 horas diarias)

Para establecer el costo de elaboración del material, es necesario tomar en cuenta que el diseñador gráfico en una agencia de publicidad tiene un salario mensual promedio de Q.7,000.00

Tomando como base que el salario diario es de Q233.00, la hora tendría un valor de Q29.00

El precio total de horas trabajadas  $Q29.00 \times 270$  horas: Q.7,830.00

A esta cantidad se le agrega el costo variable de luz eléctrica y el costo de las pruebas de impresión que se realizaron, que sería Q600.00

Esto lleva a establecer que el costo total de la elaboración del material informativo impreso es de: Q8,430.00

El precio total de horas trabajadas  $Q29.00 \times 270$  horas: Q.7,830.00

270 horas trabajadas (Q.29.00 c/h)	Q. 7,830.00
luz eléctrica y pruebas de impresión	Q. 600.00
<b>Total</b>	<b>Q.8,430.00</b>

## 10.2 Plan de costos de producción

Está conformado por los siguientes puntos



Total de semanas trabajadas: 4 semanas

Total de días trabajados: 20 días (5 días por semana)

Total de horas trabajadas: 120 horas (6 horas diarias)

- Precio total de horas trabajadas Q29.00 x 120 horas: Q3,480.00

Esto establece que el costo total de la producción del material es de: Q3,480.00

4 semanas trabajadas 20 días trabajados 120 horas trabajadas - Q.29.00 x 120 horas	Q.3,480.00
Total	Q.3,480.00

### 10.3 Plan de costos de reproducción

Las especificaciones para estimar el costo de reproducción son las siguientes:

- Cuatrefoliar en forma desplegable debidamente doblado
- Formato 6 x 24 pulgadas abierto
- Impresión full color tiro y retiro
- Impreso en papel couché 80grs.

Según la cotización realizada por la empresa “Uni-impresión”, el costo de reproducción de los 1,000 ejemplares es de Q1,990.00, teniendo cada uno un precio unitario de Q1.99.00

Con esto se establece que el costo total de la reproducción del material es de Q1,990.00.

Con un tiempo de entrega estimado de 4 días hábiles después de la aprobación de sherpa.

Reproducción de 1,000 ejemplares	Q.1,990.00
precio unitario	Q.1.99.00
Total	Q.1,990.00

#### 10.4 Plan de costos de distribución

El único costo de distribución que se tomará para este proyecto es la entrega del arte final (discos y gasolina) a la empresa que se encargará de hacer la reproducción, se estimará un costo aproximado de Q100.00

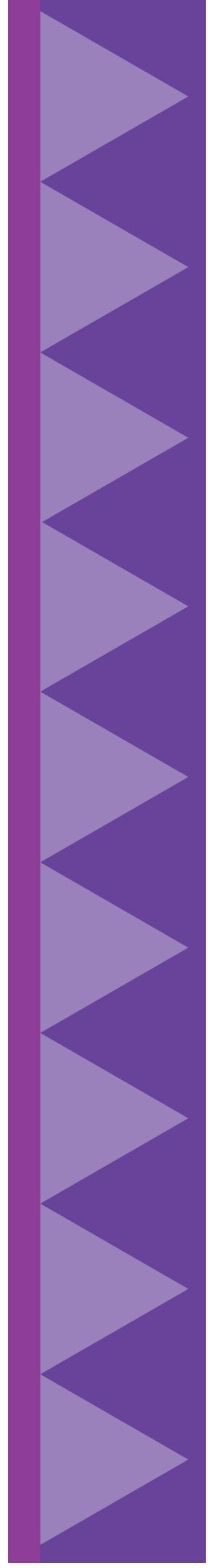
La distribución del material no tiene ningún gasto adicional de distribución, ya que será entregado directamente al presidente del observatorio para que el lo entregue a la junta directiva completa y ya ellos deleguen el material a quien corresponda para su distribución.

El costo total de elaboración, producción, reproducción y distribución del material es de: Q.14,000.00

Costos de elaboración	Q.8,430.00
Costos de producción	Q.3,480.00
Costos de reproducción	Q.1,990.00
Costos de distribución	Q. 100.00
<b>Total</b>	<b>Q.14,000.00</b>

# CAPÍTULO II

Conclusiones y  
recomendaciones



# CAPÍTULO II

## Conclusiones y recomendaciones

### **11.1 Conclusiones**

11.1.1 Se diseñó un material informativo desplegable impreso con información necesaria sobre enfermedades, causas, daños y efectos que el consumo de tabaco puede tener, con el fin de crear conciencia entre los consumidores del mismo y los que aún no consumen.

11.1.2 Se recopiló información de diferentes fuentes como libros y distintos folletos sobre el consumo de tabaco. Asimismo, la información necesaria para la toma de decisiones en el proceso de diseño para elaboración del contenido del material informativo.

11.1.3 Se ilustró material informativo impreso con fotografías que fueron proporcionadas por el Observatorio del control de tabaco, con el fin de que las personas vean gráficamente lo que el tabaco puede causar a su organismo

## **11.2 Recomendaciones**

11.2.1 Elaborar una copia digital del material para ser entregada en centros educativos de distinto nivel académico y social con el fin de concientizar a los más jóvenes.

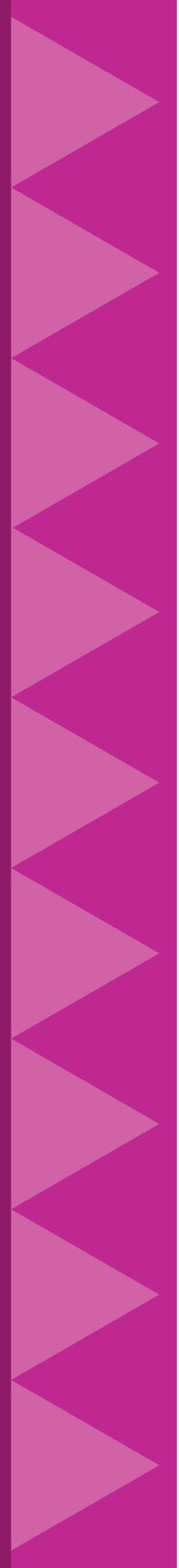
11.2.2 Que el material desplegable se utilice para impartir charlas con el fin de crear conciencia en el consumo del tabaco en personal del observatorio, colegios, universidades y en las calles.

11.2.3 Capacitar a las personas encargadas de la distribución del material, para que al momento de entregarla, conozcan con exactitud la información que contiene y puedan persuadir a las personas a leerlo.

11.2.4 Realizar más materiales informativos, para que la población guatemalteca tenga la información necesaria y suficiente para entender y comprender el tema.

# CAPÍTULO 12

Conocimiento  
General



# CAPÍTULO 12

## Conocimiento general

### Comunicación:

La primer rama de nuestra carrera y la finalidad de lo que se desea hacer con la publicidad, comunicar.

Es la transmisión de información entre dos interlocutores que logran tener una retroalimentación exitosa.

### Tecnología:

Como comunicadores y diseñadores es algo vital que nos permite el estar actualizados con el mundo de hoy en día y nos provee herramientas necesarias para la realización de distintos proyectos tanto gráficos visuales como proyectos de audio y video.

### Diseño:

La segunda rama principal de nuestra carrera, la creación de artes visuales y gráficos con un fin de comunicar visualmente distintos temas sociales, tecnológicos, culturales e informativas.

**Semiología:** que se define como la ciencia que estudia las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana.

**Fotografía:** puede ser el arte y técnica de obtener imágenes por medio de la acción de la luz. Capturar imágenes y utilizarlas para una manera publicitaria.

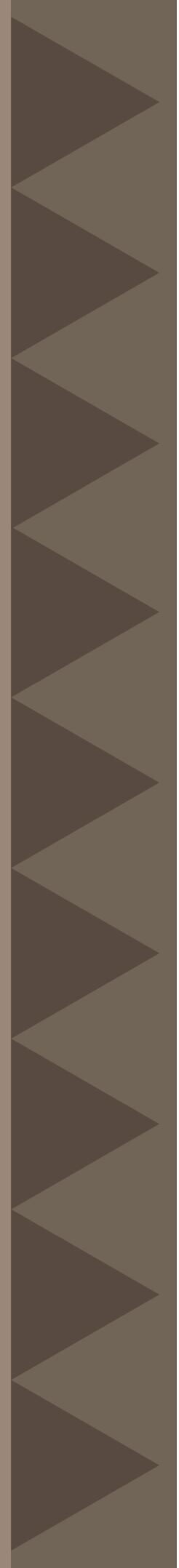
### Cultura:

Las distintas formas que socialmente nuestro país está conectado como una sociedad., abarcando las diferentes expresiones que se encuentran dentro. Con esto logramos el comunicarnos de la mejor manera, con la claridad deseada y principalmente cumpliendo el objetivo final de comunicación dentro de nuestros proyectos.



# CAPÍTULO 13

Bibliografía



# CAPÍTULO 13

## Bibliografía

### Referencias en libros

#### A

Ambrose, Gavin y Harris, Paul (2006) “Fundamentos del diseño creativo”. Barcelona España. Editorial Parramón Ediciones S.A.

#### C

Costa J. (2003) “Diseñar para los ojos”. Grupo editorial Design, Universidad Iberoamericana.

#### E

Elam, Kimberly (2004) “Sistemas reticulares, Principios para organizar la tipografía”. Editorial Gustavo Gili. 70 p.

#### L

Lazcano Ponce E, Hernández Ávila M. “La epidemia del tabaquismo, epidemiología, factores de riesgo y medidas de prevención”. Salud Pública de Mexico. 2002; May;44 supl 1: s1-s2

López Mendoza S. “Daños para la salud del humo de segunda mano”. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Médicas, PDF;2010.

#### M

Martínez-Val, Juan (2004) Comunicación en el Diseño Gráfico. Ediciones del Laberinto, S.L. 8-15 p.

#### P

Pedroni Chautemps, Ana María. “Semiología, un acercamiento didáctico”. Universidad Mesoamericana. Guatemala C.A.

## **T**

Timothy, Samara (2004) "Diseñar con y sin retícula". Barcelona, España. 20-32, 120-128p.

Teixeira do Carmo J, Andrés-Pueyo A, Álvarez López E. "La Evolución del concepto de tabaquismo". Cad Saúde Pública 2005; Jul-Ago; 21(4):999-1005.

## **V**

Vera Delgado A. "Tabaquismo: prevención primaria." Rev Colombiana de cardiología. 2009.Ene-Feb; 16(1): 1-3.

## **W**

Wong, W. (1999). "Principios del diseño en color". (2da. Ed.) Editorial Gustavo Gigli.

## **Bibliografía Web**

### **Color**

[http://estocolmo.se/cultura/color\\_oktub23.htm](http://estocolmo.se/cultura/color_oktub23.htm)

### **Creatividad**

<http://publicitado.com/el-proceso-creativo/>

### **Diagramación**

<http://www.slideshare.net/pejeeshur/la-diagramacion-o-maquetacion>

### **Diseño gráfico**

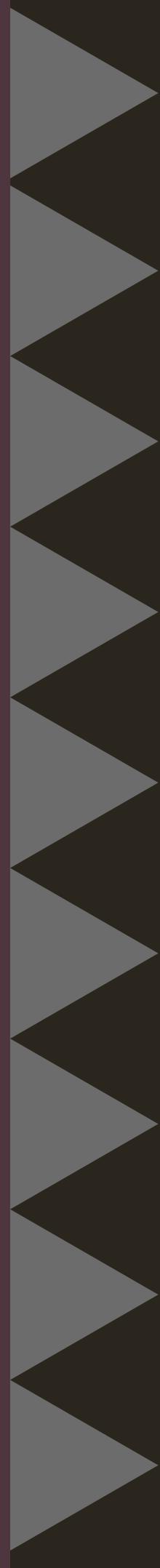
[http://www.cesfelipesecondo.com/documentos/titulaciones/Temarios/Diseno\\_Grafico\\_1/](http://www.cesfelipesecondo.com/documentos/titulaciones/Temarios/Diseno_Grafico_1/)

### **Diseño editorial**

[http://www.cesfelipesecondo.com/documentos/titulaciones/Temarios/disenio\\_Grafico\\_1/](http://www.cesfelipesecondo.com/documentos/titulaciones/Temarios/disenio_Grafico_1/)

# CAPÍTULO 14

Anexos



# CAPÍTULO IV

## Anexos

### Anexo 01

Encuesta realizada para validación de proyecto.

Nombre: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

Realizada a:

Experto \_\_\_ Cliente \_\_\_ Grupo Objetivo \_\_\_ Género: Masculino \_\_\_ Femenino \_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Aquí agregar una introducción

La Empresa (tal) es una .....

Con el fin de dar a conocer .....

Con el fin de ....., se propone la creación de:

“Diseño de .....”

#### ENCUESTA

Instrucciones:

Responda las preguntas que se le presentan, circulando la opción que considere. Según su experiencia, criterio, gustos y preferencias.

#### Parte Objetiva

1. ¿Considera importante la implementación de (una revista, página web, materiales impresos, infografía, manual de imagen corporativa, logotipo, libro digital etc.) para dar a conocer (aquí colocar lo que se desea dar a conocer con el proyecto)?

Si No

2. ¿Considera necesario recopilar información relacionada con aspectos de comunicación y diseño, que constituya el respaldo teórico, para fundamentar este proyecto?

Si No

3. ¿Cree usted importante investigar y efectuar un acopio de todos aquellos datos relevantes relacionados con (diseño web, diseño de infografías, ilustración, imagen corporativa, señalética etc.) para integrarlos al proyecto?

Si No

4. ¿Considera importante incluir fotografías para que haya una mejor comprensión del tema (colocar tema de su proyecto ejemplo: de Manejo de Desechos Sólidos, Imagen Corporativa del Colegio, etc. Según sea su proyecto?

Si No

### **Parte Semiológica**

5. ¿Según su criterio, los colores utilizados en la (página web, la infografía digital, el sistema de señalética, etc) son adecuados?

Mucho Poco Nada

6. ¿Qué tan apropiada es la diagramación utilizada en (la página web, la revista, el manual de identidad, la infografía, el libro digital, etc)?

Mucho Poco Nada

7. ¿Según su criterio, la tipografía de (la página web, la revista, el manual de identidad, la infografía, el libro digital, etc ) es adecuada, legible y entendible?

Mucho Poco Nada

8. ¿Según su criterio, las imágenes utilizadas en (la página web, la revista, el manual de identidad, la infografía, el libro digital, etc ), apoyan la comprensión del tema del proyecto?

Mucho Poco Nada

9. ¿Considera que (la página web, la revista, el manual de identidad, la infografía, el libro digital, etc ) muestra la información necesaria para comprender el tema?

Mucho Poco Nada

### **Parte Semiológica**

10. ¿Considera que la diagramación utilizada en ( la pagina web, la revista, etc. ) contribuirá eficientemente para que la información sea fácil de comprender?

Si No

12. ¿Considera importante incluir fotografías, para apoyar la información sobre el tema del ( de acuerdo a su proyecto)?

Si No

13. ¿Considera que la página web en general presenta el contenido de forma amigable y fácil de navegar?

Si no es página web pueden redactarla

¿Considera que el contenido en general de (la revista, infografía, de los materiales impresos, etc.) es

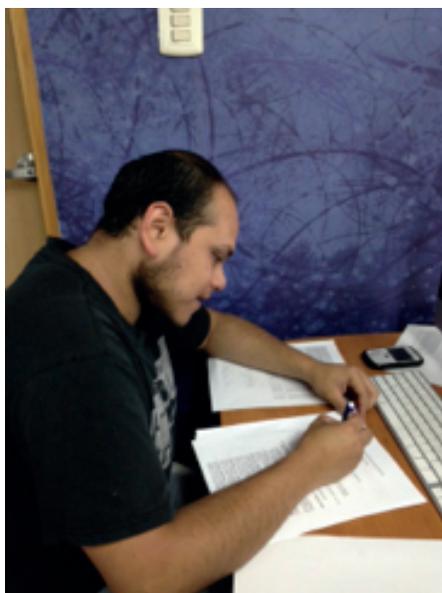
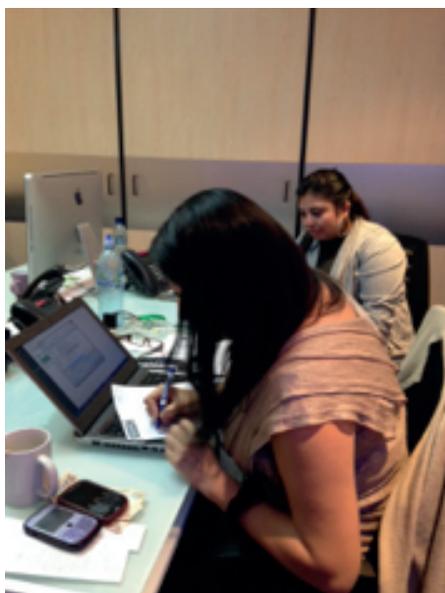
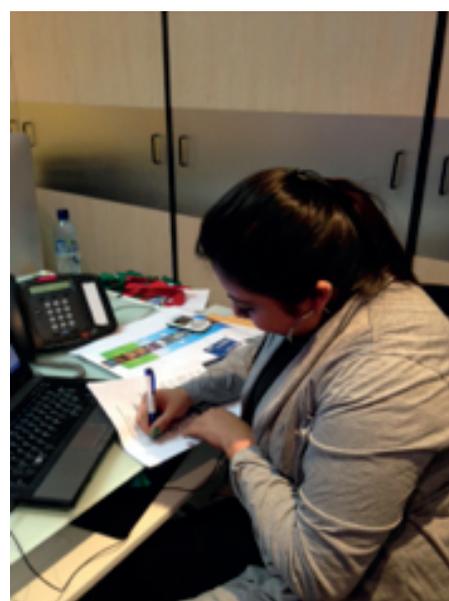
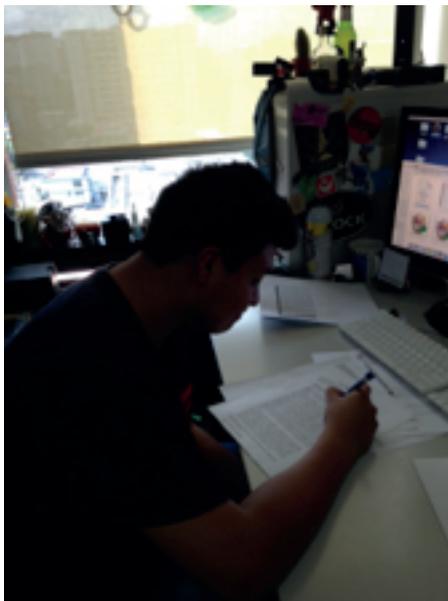
Si No

14. ¿Considera que el lenguaje utilizado en la descripción (del manejo de los desechos sólidos, de los temas de la educación sexual de la mujer, del proceso de redacción, de la información del tabaco, etc. según sea el caso) facilita su comprensión?

Si No

## Anexo 02

Fotografías del proceso de validación con grupo objetivo



### Anexo 03

Fotografías del proceso de validación con expertos en el área de comunicación y diseño.



## Anexo 04

### Cotizaciones solicitadas a empresas de impresión



Guatemala, 03 de Diciembre de 2013

Señorita :  
Silvia Chavarría  
Presente

Estimada Srita. Chavarría:

Reciba un cordial saludo, por este medio tengo el gusto de presentarle la siguiente cotización de papelería a imprimir.

Cantidad	Producto	Precio
1,000	Cuadri foliar, a tamaño 24 " x 6 " , en Couche 80, impresos a 1 color tiro, y retiro	Q 1,990.00

Esperando poder servirle, quedo a sus órdenes.

Atentamente,

Rodolfo Torres  
Uni -impresión

