



**UNIVERSIDAD
DON VASCO, A.C.**

Incorporada a la
Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela de Diseño Gráfico

**Campaña de Concientización
para el programa MECED del DIF**

Tesis Profesional que para obtener el Título de
Licenciado en Diseño Gráfico presenta:

Enrique Villanueva Orozco

1998

Uruapan, Mich. Junio 1998

258328

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL


Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



3

DEDICATORIA

A mis padres Enrique  y Genoveva.

A mis hermanos Abigaíl, Pepín y Alejandro.

A mis sobrinos Rocío, Elaine, Jazmín y Raúl Enrique.

A mis cuñados Mello y Raúl.

Por brindarme su cariño y apoyo para cumplir una de mis metas.



5

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la satisfacción de culminar mi carrera.
Al DIF Municipal, por las facilidades prestadas para realizar este trabajo.
A Peli, al Arq. Javier y Rebeca por compartir sus conocimientos conmigo.
A todos mis maestros.
A Tere y Amparo, por su ayuda incondicional.
A Raúl por el apoyo que siempre me brindó.
A Mello por su comprensión.
A mi tío Onésimo, quien es como mi padre.
A los niños Roselia, Esmeralda, Marichuy, Laura, Rafa, Miguel, Maribel, Manuel,
del programa MECED por su valiosa cooperación.



CAPITULO 3

Aportación

| | | | |
|---|-----|--------------------------------|-----|
| INTRODUCCION | 81 | ANUNCIO DE PRENSA | 106 |
| DESARROLLO DEL PROYECTO | 83 | ANUNCIOS DE BARDA | 107 |
| LLUVIA DE IDEAS | 85 | PAPELERIA | 109 |
| LOGOTIPO | 86 | SPOT DE RADIO | 111 |
| Matriz Geométrica | 88 | ORIGINALES MECANICOS | 112 |
| Matriz Gráfica | 89 | Cartel | |
| Estudio Cromático | 90 | Tríptico | |
| SLOGAN | 91 | Anuncio de Prensa | |
| RETICULA Y FORMATO DE LOS CARTELES | 92 | Papelería | |
| SIGNIFICADO DE COLORES | 93 | PRESUPUESTOS | 124 |
| TIPOGRAFIA | 94 | CONCLUSIONES | 125 |
| PROCESO DE DISEÑO PARA LOS CARTELES | 96 | ENLISTADO DE FOTOGRAFIAS | 126 |
| CARTELES | 102 | BIBLIOGRAFIA | 127 |
| TRIPTICOS | 104 | | |

9

INDICE GENERAL



PRIMERA PARTE

INTRODUCCION 13

PROBLEMATICA Y OBJETIVOS 15

CAPITULO 1

Análisis y Estudio de la niñez Desamparada.

LA NIÑEZ

Generalidades 19

a) Delimitación de la Etapa Infantil

b) Desarrollo Físico

c) Desarrollo Emotivo Social

d) Desarrollo Cognocitivo

LA NIÑEZ EN MEXICO 23

a) Análisis Valorativo

b) La Niñez en Uruapan

c) Población Infantil en Uruapan

d) Promedio de Niños por Familia

e) Inscripción Escolar de la Población Infantil

f) La Sociedad y la Familia

g) Conclusiones

LOS NIÑOS DE Y EN LA CALLE 29

a) ¿ Quiénes son ?

b) Enfoque Psicosocial

c) Factores de Influencia Directa

d) Consecuencias Socioculturales

ASOCIACIONES PROTECTORAS DE LA NIÑEZ 31

a) La UNICEF

b) Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia
DIF

c) Hogares Providencia

d) Grupo CYEN México (Cultura y Educación para Niños)

e) La Gran Familia de Zamora

EL DIF 35

Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia

a) Antecedentes

b) Función

c) La presencia Nacional y Estatal

d) Estructura Organizacional

e) Planes y Programas de Acción Social

f) Situación Actual del DIF Uruapan

PROGRAMA M.E.C.E.D 41

Menores en Circunstancias Especialmente Dificiles

a) Presentación

b) Origen y Ubicación

c) Recursos

d) Plan de acción

e) El MECED en Uruapan

f) Actividades de Difusión



CAPITULO 2

El Diseño Gráfico y la Campaña



HISTORIA DEL DISEÑO GRAFICO 49

- a) Concepto
- b) Historia
- c) Función del Diseño Gráfico en Acciones Sociales
- d) Metodología del Diseño Gráfico
- e) Campo de Acción del Diseñador Gráfico

CAMPAÑA 53
Tipos de Campaña

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACION55

- a) Aspectos a Considerar para su Planeación
- b) Medios de Transmisión Social

MEDIOS UTILIZADOS POR LA CAMPAÑA 57

- a) El Cartel
- b) Folleto
- c) El Periódico
- d) Correo Directo
- e) Calcomanía
- f) El Espectacular
- g) La Televisión
- h) La Radio

COMPOSICION65

- a) Retícula
- b) Equilibrio
- c) Ritmo
- d) Contraste
- e) Armonía

ELEMENTOS DEL DISEÑO67

- a) Color
- b) Tipografía
- c) Fotografía
- d) Ilustración

TECNICAS DE IMPRESION71

- a) El Offset
- b) La Serigrafía

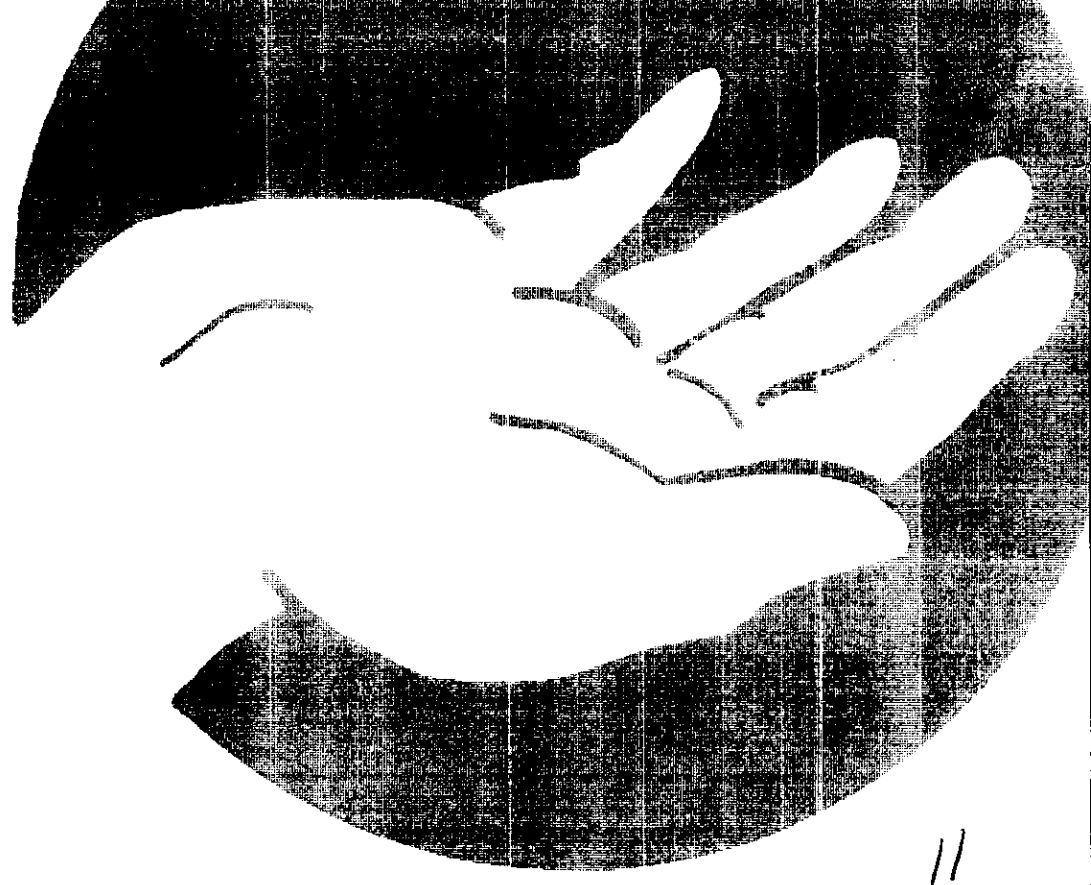
CONCLUSIONES75



CAPITULO 3

Aportación

| | | | |
|---|-----|--------------------------------|-----|
| INTRODUCCION | 81 | ANUNCIO DE PRENSA | 106 |
| DESARROLLO DEL PROYECTO | 83 | ANUNCIOS DE BARDA | 107 |
| LLUVIA DE IDEAS | 85 | PAPELERIA | 109 |
| LOGOTIPO | 86 | SPOT DE RADIO | 111 |
| Matriz Geométrica | 88 | ORIGINALES MECANICOS | 112 |
| Matriz Gráfica | 89 | Cartel | |
| Estudio Cromático | 90 | Tríptico | |
| SLOGAN | 91 | Anuncio de Prensa | |
| RETICULA Y FORMATO DE LOS CARTELES | 92 | Papelería | |
| SIGNIFICADO DE COLORES | 93 | PRESUPUESTOS | 124 |
| TIPOGRAFIA | 94 | CONCLUSIONES | 125 |
| PROCESO DE DISEÑO PARA LOS CARTELES | 96 | ENLISTADO DE FOTOGRAFIAS | 126 |
| CARTELES | 102 | BIBLIOGRAFIA | 127 |
| TRIPTICOS | 104 | | |



Primera Parte

Introducción



El Diseño Gráfico ha hecho grandes aportaciones en favor del desarrollo social, como campañas de concientización sobre problemas que afectan a la comunidad; entre ellos la ecología, las guerras, la salud y la niñez desamparada. Es aquí donde se ubica mi objeto de estudio, los niños en la calle, que ocupan el primer lugar en mi investigación para tratar de solucionar el problema en favor de estos niños que viven en circunstancias difíciles.

Una campaña de concientización es mi propuesta para resolverlo, para lo cual se requirió de una investigación sobre la problemática de este fenómeno y su principal afectado que es el niño, además de su desarrollo físico, cognitivo, emotivo y social, también del valor que tiene a nivel nacional y municipal, de la inscripción escolar en Uruapan, de la cantidad de hijos por familia, de quién es el niño de la calle, los factores psicosociales que influyen directamente y de las consecuencias socioculturales del fenómeno. También hablo de las principales asociaciones que buscan ayudar a los niños que se encuentran en dichas circunstancias que sin ellas la vida de estos niños sería más difícil.

Pretendo que este trabajo logre en las personas que lo vean una reacción positiva y valoren la magnitud de tal problema para que se integren de alguna forma a trabajar en su solución.

Problemática y objetivos



La diferencia palpable entre el desarrollo del campo y la ciudad que se ha propiciado en México ha provocado una inmigración a las zonas urbanas, esto lejos de favorecer las condiciones de vida ha sido causa de asentamientos irregulares en los márgenes de las ciudades, llamados cinturones de miseria; además es preciso considerar la falta de empleo, propiciando que la gente salga a luchar por obtener el alimento vital para su familia no importando el cómo conseguirlo.

La presencia de menores de edad desempeñando un trabajo que le permita recibir ingresos económicos es cada vez más frecuente, como también menores que por alguna causa no están integrados a una vida familiar y que en pleno abandono desarrollan un estado de sobrevivencia de manera independiente. Tan sólo con recorrer las calles de la ciudad lo podemos observar de manera común.

Es así como surge el fenómeno de los niños de y en la calle, que al ser desamparados se han visto obligados a buscar un

medio para sobrevivir y solucionar los problemas que a una edad tan temprana ya enfrentan. En su mayoría estos infantes son maltratados por sus padres; viven en colonias marginadas que no cuentan con los servicios básicos indispensables; su situación económica es bastante precaria con un alto índice de ausentismo y deserción escolar; presentan conductas depresivas, agresivas e individualistas a causa de haberse desarrollado en un ambiente familiar hostil y poco propicio.

He aquí que los principales afectados son los niños, en consecuencia también la sociedad, porque de las condiciones en que ellos se desarrollen depende el futuro de ésta. Aunque se puede afirmar que éste no es un fenómeno desconocido, parece que no se ha puesto empeño en asumir ningún compromiso de cooperación y la responsabilidad es relegada a otros, quienes en realidad son una minoría de la población. De esta manera es como se conjugan los esfuerzos del DIF estatal, patronato MECED (Menores En Circuns-

tancias Especialmente Dificiles) y los ocho sistemas municipales donde opera el programa para llevar a cabo una encuesta en noviembre de 1995, donde los datos obtenidos concluyen que los niños prefieren salir a la calle para no estar en su casa y contribuir al gasto familiar, lo cual demuestra la existencia de problemas familiares.





La sociedad debe estar consciente de las consecuencias originadas por este fenómeno. Es una situación deprimente el hecho de ver a los niños en la calle en condiciones infrahumanas con un constante incremento en la deserción escolar y por tanto se registra un alto índice de analfabetismo propiciando en su mayoría conductas antisociales como el pandillerismo, la drogadicción, etc. y en consecuencia se provoca el abuso infantil, el maltrato y la desnutrición infantil entre otros problemas o efectos negativos, se desarrolla entonces una sociedad con padecimientos de identidad y dignidad humana. En busca de una solución a este problema social se han creado instituciones como el DIF encargadas de la asistencia social, como lo es la salud, la alimentación, etc. por lo tanto, la atención al infante es parte de su objetivo.

Para ayudarlos a tener un desarrollo integral, están llevando a cabo uno de sus programas llamado MECED, el cual se encuentra en su fase inicial hace un año.

Con este programa se pretende disminuir el problema y un buen comienzo será concientizando a la población y en particular a los padres de los niños, ya que la mayoría de éstos sí los tienen. Es preciso dar a conocer los derechos del niño y es deber de la sociedad respetarlos.

Para lograrlo se pretende realizar una campaña de concientización que de a conocer el programa MECED, por medios adecuados que estimulen mediante acciones concretas la participación comunitaria. Todo esto se hace necesario porque la manera en que el DIF envía información en relación a sus programas carece de estructuras y diseño, no cumpliendo su objetivo.

De toda esta labor resultará una sociedad consciente de que los niños son la base y futuro de la misma. Por tal motivo se les debe ayudar a estos menores a vivir con dignidad.



La Niñez



Generalidades

El presente siglo pertenece a los ciudadanos del año 2000 “Los niños”, todo ha empezado a girar en torno a sus necesidades y derechos.

Es gratificante que se le esté dando la importancia necesaria a la niñez, considerando sus derechos e identificando con interés sus necesidades.

Analizando las diferentes épocas, es posible visualizar que hoy por hoy el interés que se ha otorgado a la niñez sobrepasa grandemente el de épocas anteriores, en donde al niño se le consideraba: adulto pequeño, pizarra en blanco, propiedades de la sociedad con la obligación de adoptar las conductas que ésta les señalará. Así mismo se le consideraba como un ser que poseía una maldad innata, causada por el pecado original de Adán, a consecuencia de esto surgieron restricciones que a una edad temprana exigían al niño controlar sus impulsos, obteniendo de él un compor-

tamiento moral exagerado, de esta manera si violaban las restricciones, los castigos impuestos eran despiadados y no promovían en ningún momento el raciocinio del infante.

Más tarde surgió el pensamiento de Jean Jacques Rousseau (1762) quien postuló a la niñez como estado de bondad. Rousseau mencionaba que los niños deben ser respetados tal y como son, y la educación debe inclinar su labor hacia la satisfacción de sus necesidades.

Ciertamente esta postura ocasionó controversia, pero contribuyó a acrecentar el respeto por el infante y sus cualidades; nulificándose así la idea de que el niño es propiedad de la sociedad.

El niño necesita ser educado con respecto así mismo, ya que de no ser así, muy difícilmente descubrirán sus valores personales, tornándose su infancia en una etapa triste y desafortunada, que aunque debido a las diversas problemáticas que

presenta nuestra sociedad la edad en que culmina la infancia ha variado. Las experiencias y conocimientos que los niños adquieran durante ésta etapa serán determinantes en su vida futura.





a) Delimitación de la Etapa Infantil

El desarrollo del niño comprende varias etapas y se le ha clasificado de acuerdo a diferentes criterios, siendo el de Piaget uno de los más profundos, quien clasifica el desarrollo así.

1. *Inteligencia sensorio-motriz:* alcanza desde el nacimiento hasta los dos años. Es anterior al lenguaje y al pensamiento propiamente dicho.

2. *Período preoperatorio:* se desarrolla entre los dos y los seis años.

3. *Período de las operaciones concretas:* abarca desde los siete a los once-doce años.

4. *Período de las operaciones formales:* comprende entre los doce y los quince-dieciséis años.

De acuerdo a este proyecto las etapas de seis a once años son las que interesan ya que la mayoría de los niños de la calle oscilan en esta edad. Aquí aprende varias cosas del mundo que lo rodea, independizándose de sus padres poco a poco.

En él se va generando un gran sentido de responsabilidad sobre temas que particularmente le son de gran interés. Es así que busca formar grupos muy unidos, como pandillas y clubes.

En este período conoce la cultura de su sociedad a través de la escuela.

El niño de esta etapa adquiere un sentido individualista reflejado en el deseo de tomar sus propias decisiones y en la impaciencia cuando se le dice lo que debe hacer.

Inscribirse en un club es una forma de mostrar su capacidad para efectuar cosas independientes de los adultos.

Su responsabilidad la manifiesta en juegos competitivos o de habilidad.

Al final de este período piensa en términos de causa y efecto, así como en los fundamentos de las relaciones humanas.

Cuando no está realizando trabajos escolares o del hogar su mente fantasea con aventuras fenomenales, identifica como héroe al personaje de las historietas, de la televisión o de un libro que siempre triunfa.

Ese deseo de ser el héroe y ser independiente, irrita a los padres, que los consideran un ser indisciplinado imponiéndoles castigos, esto lejos de ayudarlo perjudica pues para él no hay peor cosa que no sea respetado como ser independiente.

Es necesario reafirmar que cada niño tiene un modelo de desarrollo individual único y exclusivo, diferenciándose así en cada etapa de su desarrollo.



Capítulo 1

17

Análisis y Estudio de la Niñez Desamparada





b) Desarrollo Físico

Así como en cada etapa del desarrollo del niño las estructuras mentales sufren diversas transformaciones, todo individuo presenta en su cuerpo cambios en la estatura, peso, capacidad sensorial, habilidades motrices, desarrollo del cerebro y todos los aspectos relacionados con la salud. Esto en conjunto influye notablemente en la personalidad y en el intelecto marcándose así las diferencias entre los seres humanos.

En la etapa infantil las características físicas se diferencian a las de la adolescencia, así como la forma en que se adquieren los conocimientos. En la niñez, el conocimiento llega a través de los sentidos y de la actividad motriz actuando en armonía lo físico con lo mental. Más tarde, llegan los cambios físicos y hormonales de la pubertad los cuales afectan dramáticamente el concepto que se tiene de sí mismo.

Cambios físicos y de conducta en los niños.

c) Desarrollo Emotivo y Social

Está integrado por la forma de ser individual para relacionarnos y entendernos con las demás personas, incluyendo nuestros sentimientos.

Nuestra forma de ser afecta los aspectos físicos y cognoscitivos de nuestra sociedad.

Este desarrollo empieza en la infancia y depende de como se vaya relacionando con su medio que en última instancia es el que determina la personalidad.

Es común ver la enorme gama de diferencias individuales de conducta, características y motivaciones en los niños, algunos son activos, extrovertidos, independientes, curiosos, exploradores, tímidos; cada infante muestra una personalidad única, con diferentes formas de pensar, sentir o relacionarse con los demás y ser respetable.



d) Desarrollo Cognoscitivo

El juicio sobre el desarrollo cognoscitivo del niño debe integrarse a la visión global de éste, como ser que siente, desea y planea, entenderlo como alguien que pertenece a un núcleo familiar, en el cual surge una serie de problemas que el niño también tiene que solucionar.

Este se presenta a través de los cambios en las habilidades, actividades y organización mental del niño.

Conforme los niños crecen gran parte de sus habilidades pueden caracterizarse como desarrollo intelectual, esa variedad de destrezas como el aprendizaje, lenguaje, memoria, raciocinio y el pensamiento son aptitudes o capacidades cambiantes con el paso del tiempo, y tienen una relación estrecha con los aspectos motores-emocionales del individuo.

Niños ayudando en actividades familiares.

La cognición genera actividades mentales como conocer y comprender, pero también de anticipación, como plantear como anticipar y escoger. Si el niño tiene capacidad para un género específico de conocimiento, pueden intervenir otros factores e influenciar la dirección del pensamiento.



La Niñez en México



a) Análisis Valorativo

Durante siglos, México ha mostrado una especial preocupación por el niño. En la época prehispánica los pueblos indígenas manifestaron su amor y preocupación por el futuro de los infantes a través de cantos y ritos, para transmitirles las experiencias y conocimientos de los adultos con el fin de mejorar sus condiciones de vida en la sociedad de su tiempo. Tal vez en la actualidad sus ritos nos puedan parecer crueles y bárbaros, pero juzgándolos en su ambiente histórico son sólo muestras de amor y de belleza.

Con la conquista el hombre europeo llegó con un concepto diferente del mundo y de la vida pero no tan extremo como para aniquilar el amor del indígena hacia el niño; su pensamiento evangélico en relación a éste fue aceptado por las culturas precolombinas.



Niña indígena aprendiendo un oficio.

En México como en otros países la cultura es determinante en el desarrollo del niño, en este país se le enseña primordialmente a ser independientes y valerse por sí mismo. Dependiendo del medio donde se desarrollen (campo o ciudad) varía su forma de ser, mientras en la ciudad se le trata de explicar sucesos y situaciones, en el campo muchas veces se les oculta, creando tabúes. Estas influencias, aunadas con otras provocan diferentes conductas en los niños.

Como realidad presente la niñez es símbolo de porvenir por lo que debe ser objeto de cuidados y preocupaciones, se debe dar el mejor ejemplo de cada individuo en el hogar, en la vida de relación, dentro y fuera de las aulas, en los puestos públicos y en las actividades particulares, en la ciudad y en el campo, conscientes de que en todo momento los actos y las palabras frente a ellos habrán de proyectarse en el futuro.



b) La Niñez en Uruapan

El niño es parte integral en una familia dentro de la sociedad porque necesita de ella para satisfacer sus necesidades físicas, psíquicas y sociales.

A la niñez en la ciudad de Uruapan se le está dando una mayor importancia en estos últimos años, sólo que tiene un problema en común con otras ciudades, los niños en la calle, que han aumentado considerablemente, antes se encontraban éstos esporádicamente y ahora se ven en varios lugares.

Algo característico en Uruapan es que son pocos los niños atrapados por la urbe con su constante proceso de desarrollo, todavía se pueden ver algunos niños que no se drogan, que sólo piden dinero para comer y subsistir, esto quiere decir que el porcentaje de drogadicción y delincuencia es muy bajo en comparación con otras ciudades, lo que indica que se está a tiempo de rescatarlos proporcionándoles medios para un buen desarrollo, brindándoles la

oportunidad de asistir a la escuela, de integrarse a un trabajo donde se les remunere económicamente; el niño uruapense se caracteriza por su interés y empeño en el trabajo, lo cual lo diferencia de niños que habitan en otras ciudades, los cuales no aceptan trabajar, sólo viven de delinquir y a expensas de los demás.

En Uruapan existen organismos preocupados por los niños, entre los que destacan el DIF y el Grupo CYEN. Dichos organismos mencionan que es precisamente de los niños que depende el desarrollo de la sociedad, es por eso que se han preocupado por buscar programas que contribuyen a favorecer aspectos de educación, salud y prepararlos para que aprendan un oficio que les permita salir adelante y en un futuro se conviertan en personas útiles a la sociedad.



Niñas en avenida Lázaro Cárdenas.

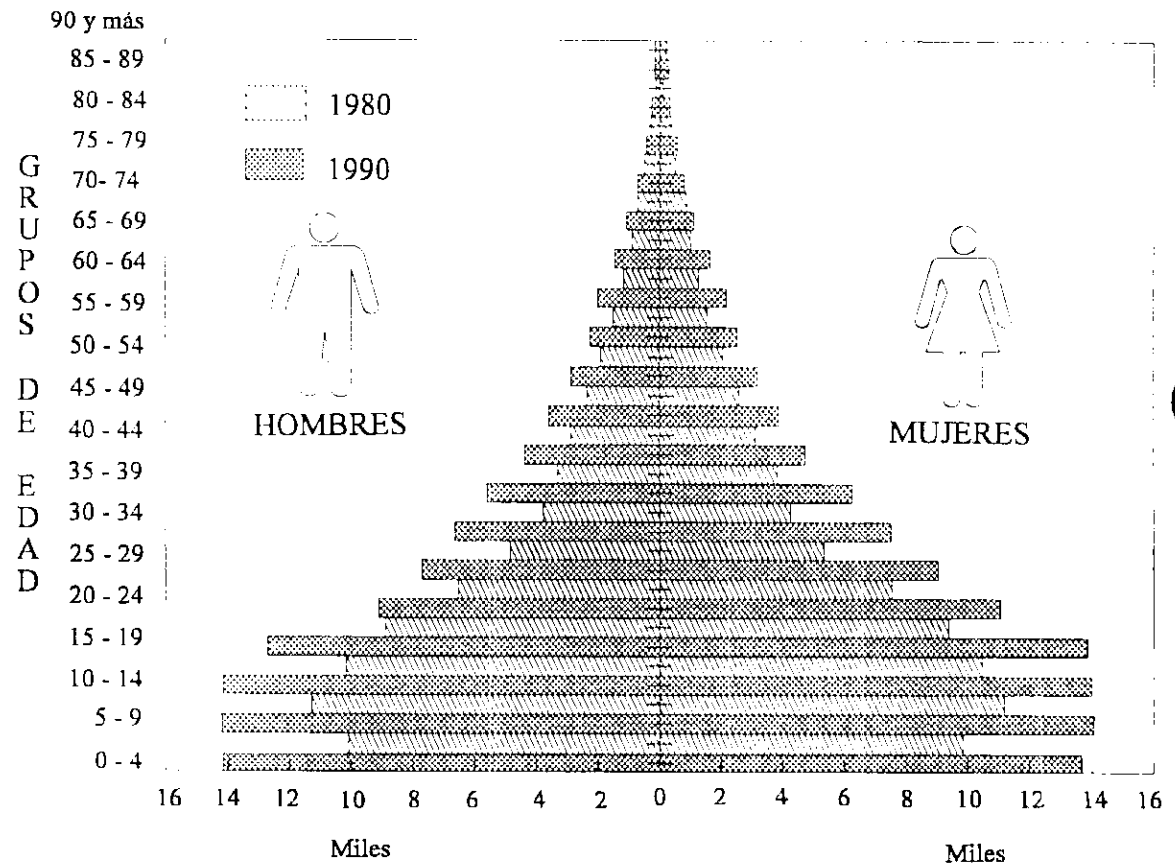


c) Población Infantil en Uruapan

El conocer la cantidad de población infantil que existe en Uruapan, es importante para saber de las carencias y necesidades que se tienen que resolver, si hay escuelas, parques de recreo, etc. necesarios para su desarrollo integral. Según los datos del INEGI la población con edades de 5 a 14 años es de 56 mil habitantes aproximadamente, lo que nos hace pensar que en nuestra ciudad existen muchos niños y que algunos de ese porcentaje no están siendo tomados en cuenta para recibir beneficios que le ayuden en su desarrollo integral de ahí que se vea un gran número de menores deambulando por las calles. Es aquí donde los gobernantes deben tomar cartas en el asunto.

A continuación se muestra una gráfica realizada por el INEGI con el censo poblacional de Uruapan 1990.

POBLACION TOTAL POR SEXO SEGÚN GRUPO QUINQUENAL DE EDAD 1980 - 1990





d) Promedio de Niños por Familia

La natalidad es un aspecto que ha cobrado importancia en el municipio de Uruapan, ésta es de 196 429 niños nacidos vivos de 77 676 mujeres durante el lapso de 1980 a 1990, dato arrojado por el censo de la población realizado por el INEGI en 1993-94. Así se puede determinar que el número de hijos por familia es de 2 a 3 en la clase media, contrastando con el de la clase baja que son de 4 a 7. Este dato es aproximado y marca el notable crecimiento en nuestro municipio, estos niños demandan bienes y servicios, los cuales a veces no se ofrecen de manera total para satisfacer sus necesidades, educación, habitación, seguridad, etc., favoreciendo el aumento de menores que trabajan para ayudar con el gasto familiar.



Familia de clase media.

e) Inscripción Escolar de la Población Infantil

Sabemos que la educación es básica para la vida de todo ser humano, abre una gran variedad de opciones lo cual se logra con una buena educación, iniciando con pasos firmes y seguros desde preescolar.

Hoy en día debido a la crisis económica y a la falta de oportunidad, la educación de los niños se ha dejado en segundo término y tiene como objetivo primordial trabajar para satisfacer las necesidades básicas.

Según datos del censo realizado por el INEGI hay 45 328 niños aproximadamente que no asisten a la escuela, incluyendo preescolar y primaria, abarcando edades de 5 a 4 años. Dicho fenómeno es preocupante porque la cifra de los que no asisten a la escuela es de 27 726. Entonces se debe preguntar ¿Qué hacen esos niños?, ¿Por qué no asisten a la escuela?



f) La Sociedad y la Familia

Sólo cuando se considere a la familia como la célula de la sociedad y se reconozca en ella la labor trascendente de aumentar aptitudes propicias para el aprendizaje del diálogo, la convivencia y el cariño; se podrá llevar a cabo una educación significativamente socializadora donde se favorezca la adaptación de los niños (hijos) a la sociedad en los aspectos positivos que ésta tenga y el rechazo de los inconvenientes para su desarrollo personal.

Una sociedad justa y humana protege a la familia, en cambio una sociedad material e inhumana tiende a atacarla considerándola a veces como una lacra, claro está, si se quiere una sociedad realmente humana tienen que cambiarse los hábitos y virtudes de la vida social porque éstos surgen y se aprenden en el núcleo familiar. Una sociedad que valora a la persona por lo que produce, fomenta el egoísmo, frente a esto se debe dar el valor al individuo como ser espiritual y original y no tratarlo como

objeto material.

Si se observa a la familia en una sociedad, ésta es blanco de un gran número de contradicciones sociales, creando formas condicionadas por las necesidades y las exigencias que la sobrevivencia plantea.

La acción ejercida por la sociedad en la vida familiar en estos días es más fuerte que nunca, contrariamente el comportamiento básico de la familia determina la actitud de los hijos dentro de la sociedad.

Sólo que el desarrollo desigual de los servicios que ésta presta a través de sus instituciones en muchos casos no es suficiente, obligando a las familias a que cumplan con funciones que deberían ser resueltas por la sociedad, sólo que estas funciones no son alternativas, más bien corresponden a estrategias de supervivencia no de vivir plena y satisfactoriamente.

Sin lugar a dudas se puede decir que la generación actual de niños de 0 a 15 años son hijos de la crisis económica. Las familias de clase baja se ven obligadas a enrrolar

a todos sus miembros en la búsqueda del soporte económico, entrando en dicha actividad desde las mujeres hasta los niños de tierna edad. Gran parte de éstos que trabajan de día permanecen con sus familiares, lo cual habla de manipulación por parte de los adultos, como consecuencia de la urgente necesidad para satisfacer las carencias más apremiantes.

La familia, célula de la sociedad.





g) Conclusiones

Las cifras presentadas acerca de la población infantil deben considerarse, porque es más alto el porcentaje de los niños que no asisten a la escuela que los que sí estudian. Estos niños al no tener quien les oriente o ayude más tarde presentarán conductas antisociales marcándolos como lacras o seres indeseables. Es urgente la participación ciudadana como apoyo a las instituciones encargadas de la asistencia social para que puedan ayudar a los menores preparándolos para un futuro menos incierto. También es necesario orientar a los padres sobre el control de la natalidad, el cual es alto aún más en la clase baja donde se encuentra un promedio de 4 a 7 hijos por familia, esto sólo aumenta la población y en consecuencia demanda de más servicios, los cuales al no ser suficiente obligan a los padres a buscar los medios para satisfacer sus necesidades, descuidando a los menores y éstos, al sentirse solos buscan identificarse con alguien, empezando a for-

Niños que no asisten a la escuela.

mar grupos de amigos como son las pandillas, debido a esto es que se debe apoyar a los infantes, preocuparse por sus necesidades para que tengan un desarrollo integral completo y así se conviertan en seres útiles a la sociedad.



El control de la natalidad es muy importante.



Los Niños de y en la Calle



a) ¿Quiénes son?

Los niños de la calle son los que se encuentran separados totalmente de su familia y subsistiendo en la calle, la cual es su medio de vida y en donde realizan actividades de subempleo y como limpiaparabrisas, tragafuegos, vendiendo chicles, etc. Los niños en la calle son aquellos que desempeñan igualmente actividades de subempleo, pero que no ha roto lazos familiares. Son niños que tratan de obtener algún ingreso para sobrevivir o ayudar económicamente a sus familiares en algunos casos y en otros se dedican a actividades antisociales como robo, prostitución, drogadicción, etc. El niño de la calle no tiene libertad en ella, él está anclado y ahí sobrevive.

b) Enfoque Psicosocial

No se pretende alarmar ni señalar al adulto como un ser hostil o violento, culpable de toda la crueldad ejercida sobre la infancia, lo que sí se debe denunciar, desde

el punto de vista psicológico es la miseria y la degradación a que están expuestos los pequeños. Es necesario conocer el reverso de la moneda, " la otra infancia" donde el amor y la seguridad se ven sustituidos por el desprecio y el maltrato.

Los niños de la calle son una verdad lacerante en donde gobierno y sociedad están implicados, el comportamiento que el menor callejero muestra no es más que una reacción de como es tratado, se defiende y lucha contra la sociedad, la cual lo relega a un segundo término creando en él sentimientos de rebeldía y frustración. Psicológicamente el niño tiene hambre de justicia, las conductas que presenta son debidas al maltrato, quiere recibir los beneficios del desarrollo nacional que tan lejos de su alcance se encuentran.

Niño realizando el trabajo de limpiaparabrisas.





c) Factores de Influencia Directa

En México particularmente hablando, las condiciones de desarrollo acarrearán para la mayoría una vida de miseria, bajos ingresos, déficit de vivienda, etc. Toda la sociedad se ve afectada directa o indirectamente por la situación económica nacional. Es por eso que las familias de escasos recursos son las más azotadas viéndose obligados a trabajar a su máxima capacidad e imponiendo a sus hijos a trabajar, pedir o mendigar en las calles.

Otros factores influyentes en el aumento de niños callejeros son:

- Hijos de prostitutas
- Padres analfabetos
- Padres alcohólicos
- Los padrastros y madrastras

Estos pequeños argumentan que salen a trabajar para ayudar con el gasto familiar, otros salen obligados por sus papás y otros para conseguir dinero y satisfacer por sí mismos necesidades apremiantes. Muchas veces cuando el niño regresa a su

casa sin dinero es golpeado, obligándolo a que lo consiga como sea, incitándolo así al robo, todo recae en los padres o padrastros, ellos son los que descuidan y obligan a los menores a ser delincuentes a una edad temprana, aumentando considerablemente el porcentaje de los niños callejeros.

d) Consecuencias Socioculturales

Los niños de la calle, al desarrollarse en un medio ambiente hostil y lleno de carencias, con una sociedad que los rechaza provocan graves trastornos en su mente débil, cambiando su conducta, transformándolos en seres inadaptados, dedicados a realizar actividades antisociales, no asisten a la escuela, algunos no saben leer y los que sí lo hacen sólo son revistas que no les dejan ningún conocimiento útil, usan juegos de video los cuales lejos de aportarles algo les quita el tiempo, trata de imitar a las personas populares de sus barrios, todo esto aumenta el índice de analfabetismo y un bajo nivel cultural.



Asociaciones Protectoras de la Niñez



La enorme cantidad de niños desamparados en nuestro país ha sido preocupante por lo que se han creado grupos o asociaciones protectoras de la niñez, cuya función es la de otorgar alimento, educación, salud y un hogar donde vivir dignamente, además de brindarles cariño y comprensión, pues estos niños son el futuro de nuestra sociedad.

Dentro de las instituciones preocupadas por la protección al infante se encuentran:

a) La UNICEF

Es la única organización del sistema de las naciones unidas dedicada exclusivamente al bienestar de la infancia. Fue creada en 1946 con la finalidad de prestar auxilio a los niños víctimas de la 2ª. Guerra Mundial. Actualmente tiene la misma finalidad prestando socorro rápido de emergencia cada vez que se producen desastres, sólo que con el paso de los años el fondo ha centrado su atención en satisfacer necesi-

dades apremiantes de millones de niños desvalidos en todos los países en vías de desarrollo.

La UNICEF está consagrada a los niños del mundo, los cuales no gozan de sus derechos básicos como nutrición, atención médica y educación adecuada.



UNICEF

b) El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia DIF

Es un organismo público descentralizado y sus objetivos son la promoción y prestación de servicios en el campo de la asistencia social. Esta institución articula la política asistencial del gobierno y de los grupos de ciudadanos, constituyendo un factor estratégico de la política social de México.

Las actividades que realiza este organismo alcanzan las comunidades indígenas, campesinas, y urbanas marginadas, donde la atención especial se brinda a los menores de doce años, adolescentes, mujeres embarazadas o en un período de lactancia, ancianos en situación de desventaja, discapacitados y niños en condiciones desfavorables.



c) Hogares Providencia

Los Hogares Providencia fueron fundados por el padre Alejandro García Durán en Puebla, iniciando con un edificio escolar llamado Calasanz, donde él era director. El objetivo de Hogares Providencia es ayudar a los niños desprotegidos, los cuales no cuentan con apoyo de nadie, menores callejeros, delincuentes, drogadictos, víctimas de la sociedad.

Cuenta con un patronato que organiza eventos para recaudar fondos, además reciben donaciones en dinero o especie de gente benefactora.

El Padre Chinchachoma, como lo llaman sus hijos divide el hogar en etapas:

1- *Hogar cero*: es cuando los menores o adolescentes se encuentran en la calle, con sus vicios y manías.

2- *Hogar uno*: en esta etapa entran los niños que se encuentran en el proceso de desintoxicación y adaptación.

3- *Hogar dos*: aquí están los niños que han superado sus vicios y se han adaptado a vivir en armonía.

El Padre Chinchachoma con sus hijos.





d) *Grupo CYEN México*
Cultura y Educación para
Niños

Este grupo nació en 1992 en la Universidad Don Vasco de Uruapan, Michoacán, dentro del Colegio de Ciencias y Humanidades C.C.H., como inquietud de alumnos y maestros para promover la cultura y la educación a los niños desprotegidos velando por sus derechos. Es una asociación civil cuyos recursos económicos los reciben de gente benefactora; cuentan con asociaciones en Guadalajara, Monterrey, San Antonio Texas y Morelia, éstas están integradas por ex-alumnos del colegio que ahora tienen una carrera como Trabajo Social, Planificación Agropecuaria, Maestros que dan clases en el CETIS 27 y en el Colegio Salesiano. Dentro de sus actividades imparten talleres como teatro, pintura, música, salud, educación, electrónica y carpintería, todo esto apoyado con becas que son otorgadas por los benefactores de la sociedad.



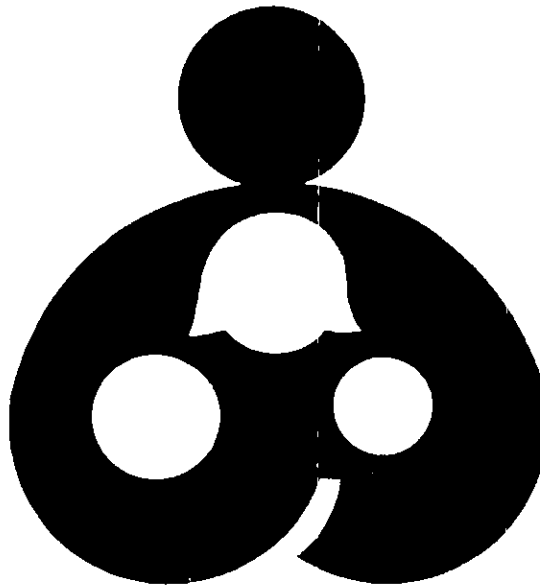


e) *La Gran Familia de Zamora*

Es una institución encargada principalmente de cuidar y educar niños que han sido despojados de su hogar, y carecen de alimentación, estabilidad social y amor familiar. Esta institución nació como una casualidad cuando Rosa Verduzco tenía 14 años en 1950, tiempo en el que ella era presidenta de una comisión escolar encargada de obras sociales. Un día un seminarista le encargó el cuidado de un niño abandonado por un circo, cuando trató de llevarlo a un orfanatorio se dió cuenta que en Zamora no existía ninguno. Esto fue lo que la llevó a trabajar con empeño para poder adquirir una propiedad y construir su propia casa-hogar.

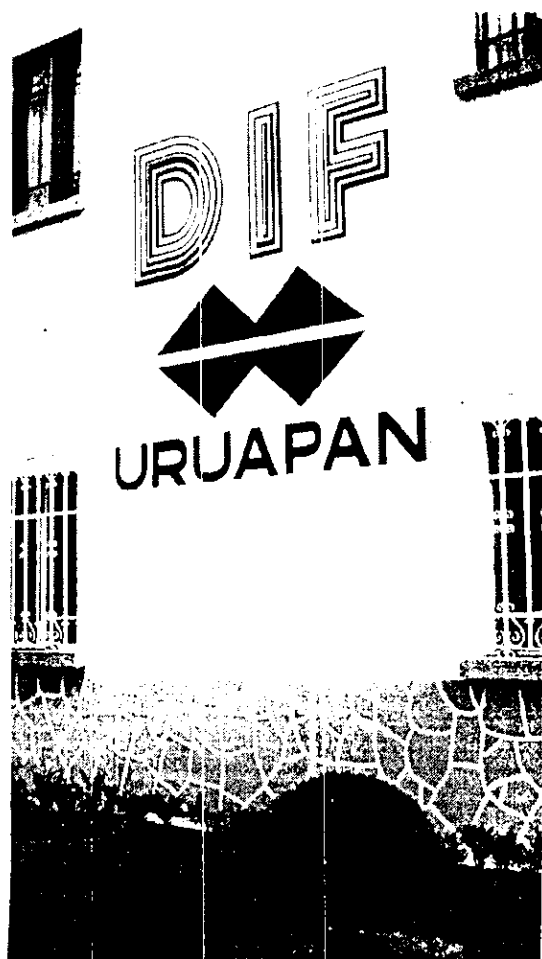
Hoy en día La Gran Familia aloja a casi cuatrocientos niños y Rosa Verduzco se encarga de su alimentación, de su salud, educación y una cosa que es esencial: les da cariño necesario para formar personas útiles a la sociedad.

La gran FAMILIA



El DIF

Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia



a) Antecedentes

El DIF es una institución modelo a seguir, tiene un amplio concepto en lo que se refiere a la asistencia social, cuyos principios se apoyan de la fraternidad y convivencia, producto de una constante evolución a través de los años, única en su dimensión y alcances.

La evolución de la asistencia social en México ha acompañado al proceso para la consolidación de la nacionalidad, donde los diversos esfuerzos de participación y de cambio tienen como meta alcanzar el desarrollo con justicia social.

La asistencia social tiene sus raíces desde la época prehispánica, donde los aztecas desarrollaron conceptos asistenciales que cubrían las necesidades del individuo desde su nacimiento hasta su muerte.

Después del movimiento de Independencia, Valentin Gómez Fariás intenta establecer un sistema para ayudar a personas necesitadas, pero se consolidó hasta el último momento de la Reforma, cuando Benito Juárez era Presidente en 1861. Éste encomienda la beneficencia pública al gobierno del Distrito Federal.

A partir de la Revolución empieza la participación activa del Estado en tareas de beneficencia, utilizando recursos públicos para resolver el problema de la marginación. Este proceso alcanza un alto grado muy importante en 1977, con la reorganización del aparato administrativo de la asistencia social con el surgimiento del DIF.

En 1982 el DIF se integra al sector salud, y en 1983 se promulga la ley general de salud consagrándose como garantía constitucional de protección a la salud. En 1986 se dictó la ley sobre el sistema nacional de asistencia social, asignándole al DIF la promoción de ésta, colocándola a la cabeza del subsector de asistencia social.

El DIF a la cabeza en asistencia social.



b) *Función*

La función del DIF es planificar y coordinar las acciones asistenciales que en forma paralela deben seguirse a nivel estatal y municipal, cubriendo toda la asistencia social así como la salud, vivienda, alimentación, educación, ayuda jurídica, familiar y comunitaria. Además posee la capacidad de proveer los elementos que la comunidad en grupo o como individuo requieran para tener un buen desarrollo, brindando la oportunidad de participar consciente y activamente en su proceso de crecimiento individual o colectivo.

36

c) *La Presencia Nacional y Estatal*

A nivel nacional existe una sola institución encargada de proveer integralmente los recursos que la población desamparada requiere, esta institución es el DIF y es dirigida por la primera dama del país, es decir, la esposa del presidente de la República.

Para prestar un mejor servicio a la comunidad el DIF tiene varias dependencias; cuenta con 32 instituciones estatales, y en cada una de ellas una por municipio, Michoacán posee 113 DIF municipales, entre ellos el de Uruapan, cada uno tiene el mismo objetivo que el nacional y son dirigidos por las esposas de los Presidentes Municipales, en el caso de los Estatales son legislados por las esposas de los Gobernadores.



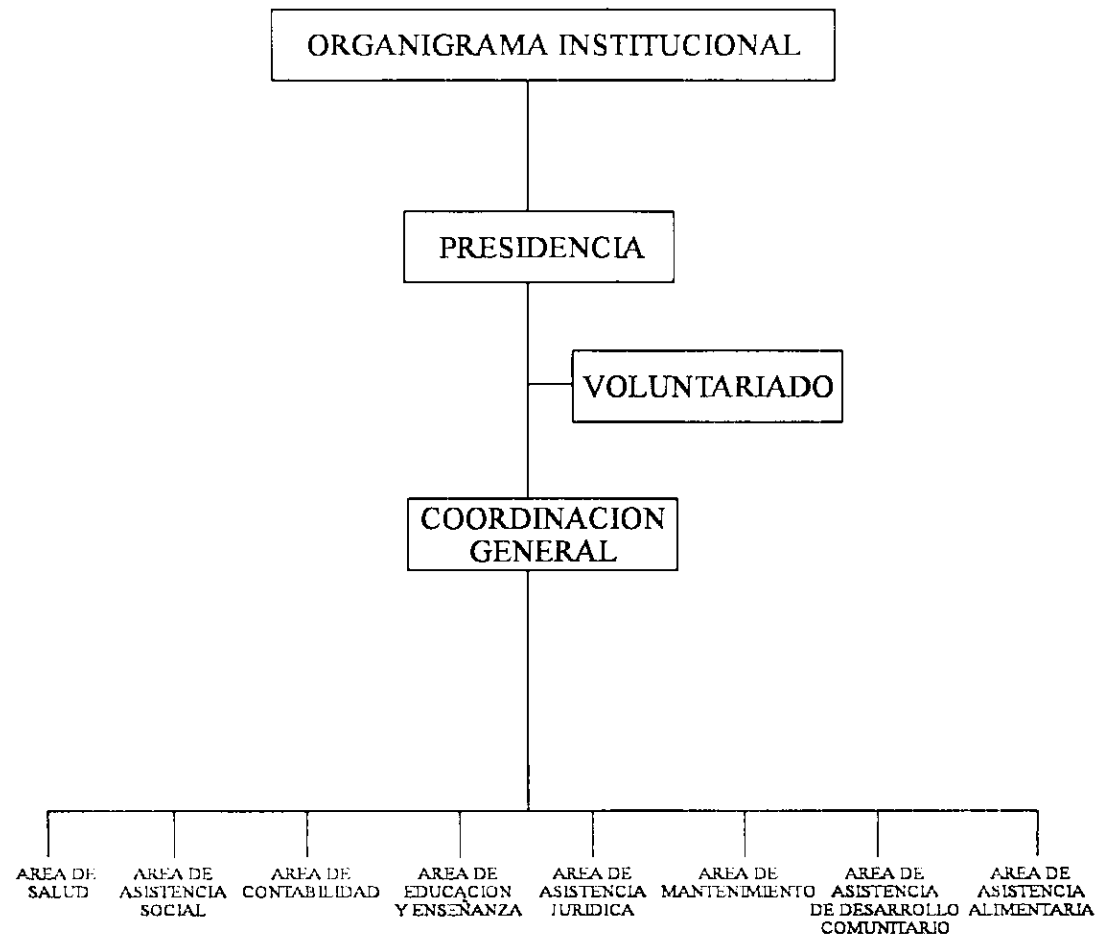


d) Estructura Organizacional

El DIF es un medio eficiente en la ejecución de las actividades asistenciales encausadas a la comunidad y ésta es el elemento dinámico dentro del proceso de cambio que se origine en el Municipio, sus gobernantes e instituciones.

El organigrama del DIF está estructurado en función de las áreas de intervención que abarca la institución, dicha organización permite un incremento en la calidad del servicio prestado, la optimización de recursos, la evaluación por programa, por departamento y de la institución como un todo.

Organigrama del DIF Uruapan.





Descripción del Organigrama:

a) Presidencia: la persona a cargo es la cabeza del DIF y lo representa ante organismos públicos y privados, promulgando las directrices que darán particularidad a la institución en el municipio de Uruapan, Michoacán. El encargado debe promover la asistencia social local de manera integral, participando en los eventos que coadyuven al cumplimiento de los objetivos institucionales, además de participar en los procesos de planeación, ejecución, evaluación, para una intervención objetiva y operativa en la realidad social, concreta de Uruapan.

b) Coordinación General: es la disposición armónica, funcional y ordenada de los esfuerzos de un grupo para unificar las acciones con el propósito de lograr un objetivo común.

c) Voluntariado: es el grupo de damas que prestan voluntariamente sus servicios en apoyo a las actividades de carácter asistencial que realiza el DIF rea-

Voluntaria brindando asistencia.

lizando eventos sociales, recreativos y culturales para la comunidad, además pueden representar a la titular de la institución en eventos especiales.

d) Areas de intervención: estas áreas cubren todas las actividades realizadas por el DIF. Su distribución brinda una funcionalidad en la programación, ejecución y evaluación logrando un resultado más eficaz, objetivo y operativo del programa. Todo esto dentro de una planeación integral de la asistencia social en el desarrollo de la comunidad.

- Area de salud
- Area de asistencia social
- Area de educación y enseñanza
- Area de asistencia alimentaria
- Area de asistencia jurídica
- Area de desarrollo comunitario
- Area de contabilidad



e) Planes y Programas de Acción Social

Si las directrices generales de la asistencia social gubernamental las dicta el plan nacional de desarrollo, se hace indispensable la proyección de programas locales para dar sentido a la institución dentro de una realidad concreta y singular. Esta proyección se refiere al hecho de brindar a la comunidad lo que requiere, logrando una cobertura integral en las actividades asistenciales.

A continuación se presentan los programas desarrollados por el DIF para el bien de la comunidad:

DN-1

Es la Promoción del Desarrollo Familiar y Comunitario.

DN-4

Brinda protección y asistencia a poblaciones en desamparo.

DN-5

Otorga asistencia a minusválidos.

Discapitado, programa DN5

D.I.A.

Es el desarrollo integral del adolescente.

M.E.C.E.D.

Asistir a los menores en circunstancias especialmente difíciles.



Voluntarias del programa MECED.





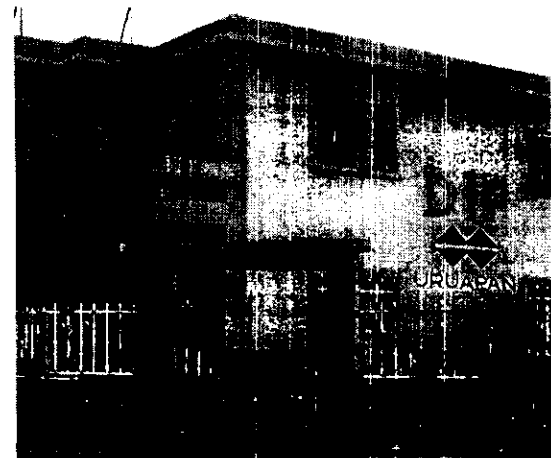
f) Situación actual del DIF Uruapan

El DIF en el municipio de Uruapan se encuentra en un momento de máxima actividad, porque la actual administración gubernamental está brindando el apoyo necesario para llevar a cabo varias actividades, programas y asistencia social a toda la comunidad, además de contar con el patrocinio de algunas personas y empresas benefactoras preocupadas por ayudar al desamparado.

Gracias a todo esto es que el DIF puede responder a la comunidad demandante de servicios, sin faltar los pequeños tropiezos causados por gente sin escrúpulos que en vez de ayudar cierran las puertas, no permitiendo a veces que el DIF cristalice alguno de sus objetivos, esto no ha podido hacerlo flaquear, al contrario, les inyecta fuerza para seguir adelante y con la ayuda de la sociedad seguirá asistiendo a la comunidad.



Presidenta del DIF y voluntarias.



El Programa M.E.C.E.D. *(Menores en Circunstancias Especialmente Dificiles)*



a) Presentación

Ante la creciente y aguda problemática de los niños callejeros, se ha originado que organismos internacionales y nacionales impulsaran una serie de acciones para el trabajo con estos menores, es así como el sistema nacional para el desarrollo integral de la familia y la UNICEF realizan un convenio para atender a los niños que por diferentes circunstancias se ven obligados a desempeñar actividades de subempleo en la calle, exponiendo su vida. Debido a los graves riesgos y peligros a que están expuestos surge el programa M.E.C.E.D., que se realiza a nivel nacional y en las poblaciones mas importantes de México, como en el Estado de Michoacán operando en Morelia, Apatzingán, Zitácuaro, Tacámbaro, Sahuayo, La Piedad, Zacapu y Uruapan.



*Izq. Sup. Patronato MECED.
Izq. Inf. y der. Niños integrados al programa.*





b) Origen y Ubicación

El programa M.E.C.E.D. nació en abril de 1983, cuando el sistema nacional para el desarrollo integral de la familia "DIF", el cual se encarga de la asistencia social en México y la UNICEF establecen un acuerdo para atender a los niños de la calle. Ese mismo años se efectuó una reunión en Chapala, Jalisco, en donde varios sistemas estatales DIF presentan trabajos en relación a a los niños callejeros, es aquí donde por concenso se decide denominar al niño como "menor en situación extraordinaria".

En 1986 se efectuó la segunda reunión denominada Chapala II cuyo objetivo fue unificar criterios sobre las acciones indebidas con los menores. Debido a la necesidad de conjuntar experiencias y organizar acciones en los estados de la República que necesitan operar el programa por instrucciones del doctor Leobardo C. Ruiz Pérez, Director General del Sistema Nacional DIF, se forma en noviembre

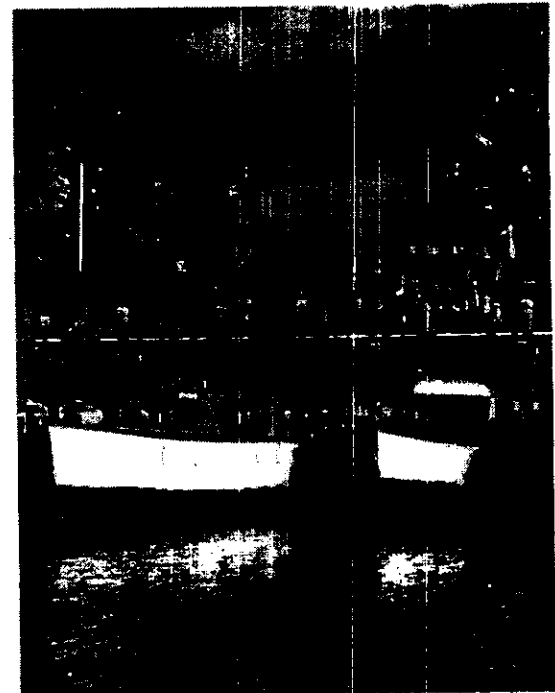
de 1986 el comité técnico del M.E.C.E.D., integrándolo personal multidisciplinario del sistema, directores de casas-hogar para niños y niñas, investigadores del Instituto Nacional de Salud Mental, personal técnico de las direcciones de promoción y desarrollo social, programas estatales, asistencia jurídica, unidad de promoción voluntaria y un oficial de proyectos de UNICEF. Este comité será el encargado de apoyar y organizar las acciones del programa apegándose a las normas legales que rigen a la institución, a su experiencia en el área de asistencia social y especialmente en el trato y atención a menores.

c) Recursos

El DIF, a través de la dirección responsable de la operación del programa M.E.C.E.D., proporciona los recursos necesarios para su adecuada aplicación. La operación del programa se fundamenta en los lineamientos de operación proporcionados por el DIF, en esta institución recae

toda la responsabilidad de que el programa cumpla su cometido y deben otorgar todos los recursos que se requieran para su total cumplimiento.

Chapala, Jalisco.

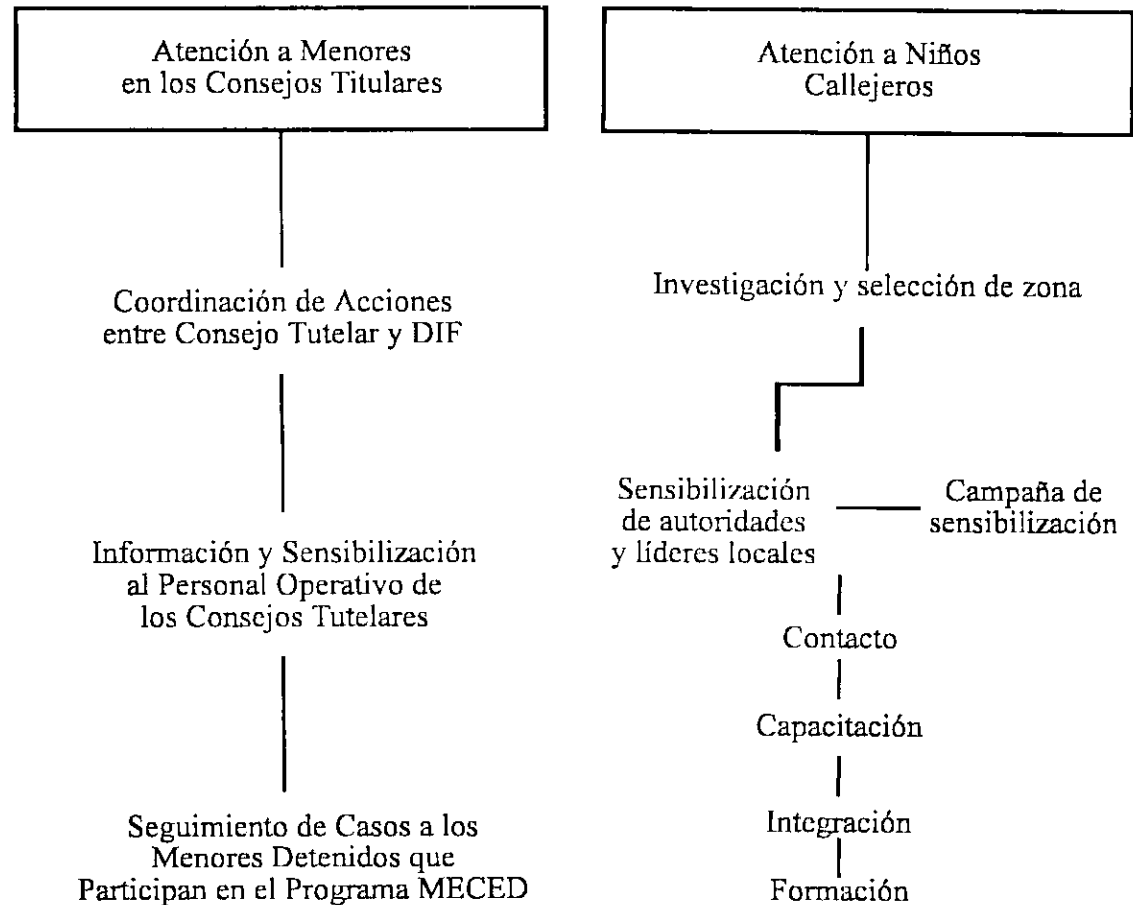




d) Plan de Acción

Una vez seleccionado y teniendo el personal idóneo contratado para que ocupe los puestos de coordinador y educador de calle, de acuerdo al perfil establecido, se procederá a la aplicación del programa. Los procedimientos contemplan tres vertientes, cada una con sus respectivas etapas:

Educador y gráficos del programa MECED





Prevención en
Zonas Expulsoras

Trabajo con las Familias
de los Menores
Locales Captados

Trabajo con los
Habitantes de las
Zonas Expulsoras

Trabajo en Escuelas

Coordinación para el
Trabajo en Zonas Expulsoras
de otros Estados

44



La capacitación al menor callejero es indispensable.



Niños trabajadores en el Parque.

e) El M.E.C.E.D. en Uruapan

Se incorpora a Uruapan en 1994 iniciando con una coordinadora y un educador de calle, en este tiempo se han llevado a cabo actividades culturales, educativas, deportivas, recreativas y cívicas.

En la 2a. Jornada de los Menores Trabajadores de la Calle en el Estado, la cual se realizó en Morelia, los niños de Uruapan obtuvieron el primer lugar en fútbol y segundo lugar en el concurso de carteles, premiando al ganador del cartel con un viaje a San Luis Potosí para asistir al primer festival internacional de creatividad. Así mismo se han realizado festejos como el día del niño, día de la madre, posada, reyes, día de la amistad, otorgándoles regalos y despensas.

También se efectúa una campaña de cortes de pelo a todos los menores, apoyados por los centros de capacitación del DIF, se practicó una cirugía del labio leporino, se reglamentó el trabajo de los menores en el Parque.



Festejo del día del Niño.



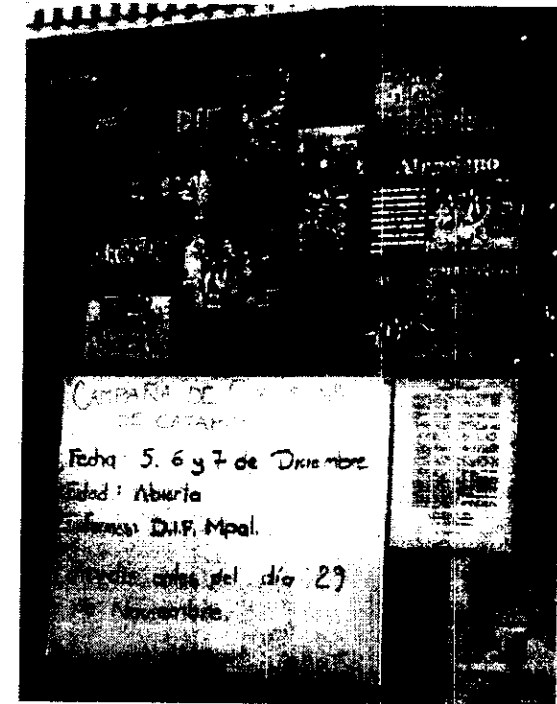
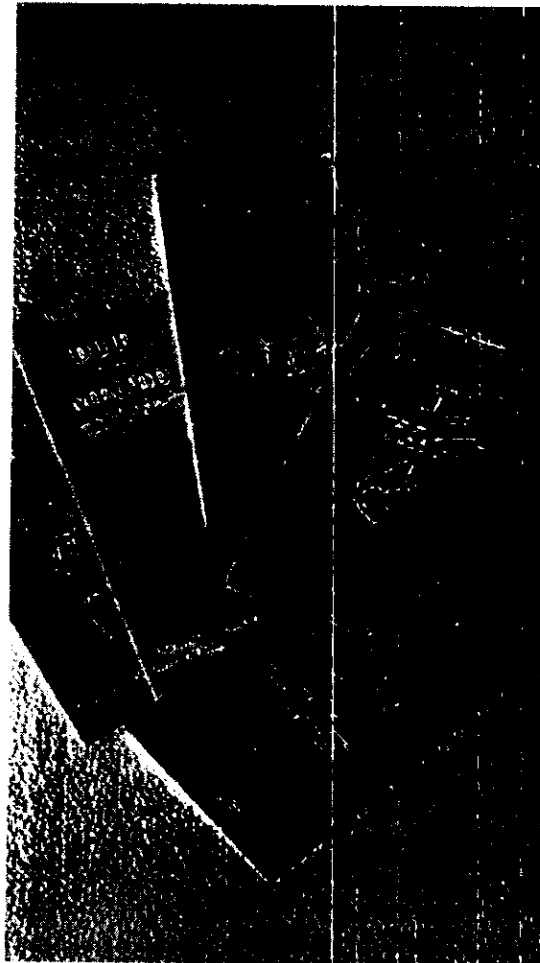
f) Actividades de Difusión

Como el programa es prácticamente nuevo en Uruapan, el mayor tiempo se ha dedicado para organizarse y atender las demandas apremiantes de los niños desamparados.

Para su difusión sólo se han realizado visitas a la estación de televisión local promoviéndolo a manera de invitación, también se realizó un spot de radio el cual se transmitió muy pocos días, las coordinadoras han hecho folletos con plumines fotocopiándolos para su distribución porque cuentan con muy poco material de apoyo del sistema nacional, además de no funcionar. Es por ello que se ven obligados a realizar su propio material sin contar con la asesoría de una persona capacitada en el área y consecuentemente su difusión es deficiente.

46

Folletos actuales de información del programa MECED.



Carteles de campañas nacionales que contrastan con las cartulinas empleadas por el DIF Uruapan.

Capítulo 2

47

El Diseño Gráfico y la Campaña



Historia del Diseño Gráfico

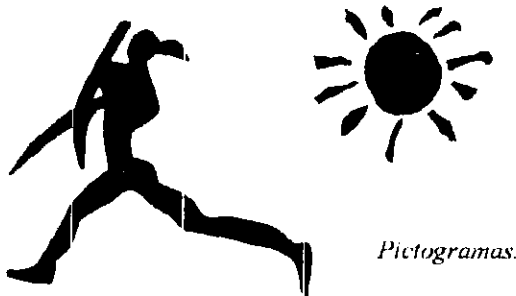


a) Concepto:

Es la disciplina donde se crean, se combinan y organizan elementos visuales como color, imágenes y texto para comunicar un mensaje.

b) Historia

El Diseño Gráfico ha existido desde siempre, cuando el hombre en un principio necesitaba transmitir acontecimientos de su época y los plasmaba en las cavernas por medio de pictogramas, éstas eran manifestaciones gráficas de comunicación que fueron evolucionando y perfeccionándose con el paso del tiempo.

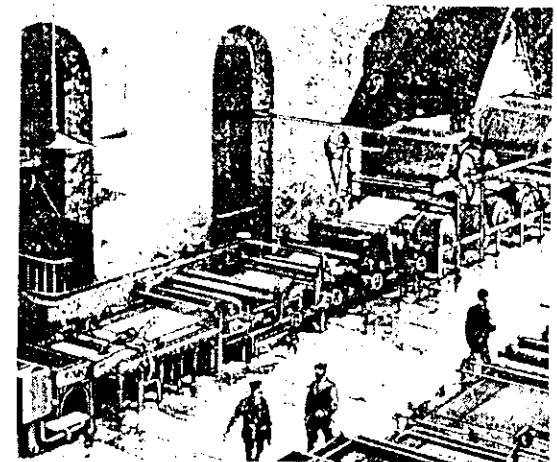


Pictogramas.

Los pueblos de Mesopotamia son los que empezaron a idear sistemas de comunicación más efectivos, siendo los Egipcios y Sumerios los creadores de un sistema más elaborado llamado jeroglíficos. Los Fenicios crean el primer alfabeto, naciendo así una forma más común de comunicación entre las civilizaciones, las cuales siguieron modificando su forma de expresión a través de los tiempos.

Con la creación de la prensa, Gutenberg aportó medios para que la comunicación gráfica avanzara a pasos gigantados, apareciendo libros bellamente decorados con motivos ornamentales utilizados en márgenes y capitulares.

En el siglo XIX con la revolución industrial nació la necesidad de vender productos, la competencia en su máxima expresión, lo cual generó una publicidad masiva, creando así diseñadores especialistas para cubrir las necesidades de las compañías industriales.





En este mismo siglo aparece el ahora llamado padre del Diseño moderno William Morris (1834-1896) el cual se preocupó por la calidad artesanal, sus ideas se extendieron a la impresión y producción de libros, mobiliario, papel tapiz y telas. En 1884 fundó la prensa Kelmscott como un intento de mejorar el diseño y la impresión de libros.

El Diseño Gráfico tuvo grandes influencias de los movimientos artísticos a través del tiempo como es el caso del Art Nouveau (1895) estilísticamente sus orígenes están en los diseños de Morris. Las características de esta corriente son las curvas flotantes como olas o tallos de flores. Fue un estilo gráfico que se aplicó a una gran variedad de objetos.

La Bauhaus influyó notablemente en el Diseño Gráfico y éste continuó evolucionando a través de nuevas ideas y técnicas en Arquitectura, Industria, Ingeniería, tecnología y comercio.

A mediados del siglo XIX se integró en las áreas de empaque, presentación y

publicidad, además se establece como una profesión.

Otro nombre importante en el Diseño Gráfico fue el de Henri Toulouse Lautrec, quien fue un gran pintor, pero su aportación al Diseño fueron sus carteles aplicándoles texto e ilustración que producían un tremendo impacto visual. Entendía que los carteles eran una forma de comunicación con otras personas.



Al igual que en Europa también en Estados Unidos la creación artística se había desplazado y empezaban a surgir otros estilos de Diseño. Aquí se siguió un estilo más intuitivo y pragmático, menos formal que en Europa, lo que importaba era la originalidad. Aparece la escuela Norteamericana de Expresionismo Gráfico donde los artistas combinan collage, fotomontaje, caligrafía, símbolos y otros elementos. Todo esto creó una conciencia más universal del Diseño.

Actualmente, los sistemas de impresión gráfica por ordenador y los modernos medios visuales constituyen un novedoso lenguaje, el cual todavía tiene muchas posibilidades que explotarle y el trabajo del diseñador gráfico será tan desafiante en el futuro como lo ha sido en el pasado.

Cartel de Toulouse-Lautrec.



c) Función del Diseño Gráfico en Acciones Sociales



ISSSTE
BIENESTAR
SOCIAL

La función de la disciplina en acciones sociales se deja ver cuando una institución o grupo busca comunicar algún tipo de mensaje a la sociedad para su beneficio y dichas instituciones se apoyan en el diseño gráfico para estructurar la información empleando los medios idóneos para lograr su objetivo: de acuerdo al público a quien se dirige, buscar los elementos gráficos,

colores, frases, textos, ilustraciones, etc.

Así como el Diseño Gráfico funciona en estos casos, también puede colaborar en tratar de resolver problemas sociales, aportando técnicas y herramientas especiales a cada tipo para transmitir mensajes efectivos por el medio adecuado.

En esta forma es como la disciplina contribuye en acciones sociales a través de diferentes medios, como en este caso en una campaña de concientización.

d) Metodología del Diseño Gráfico

La experiencia y la práctica en las diferentes áreas del Diseño, confirma que éste es considerado como un medio para solucionar problemas apoyado en un proceso que confirmará la solución apropiada.

Antes de empezar a diseñar se debe analizar lo siguiente:

- Identificar o definir el problema con el cliente: esto es que se debe conocer el problema y saber de lo que se trata.

- Recabar información: una vez que se conoce el problema obtener toda la información necesaria acerca del mismo.

- Organizar y analizar la información: darle orden y analizar muy a fondo dicha información.

- Plantear objetivos: es decir, cuales serán los objetivos al solucionar el problema, es la meta a donde se pretende llegar.

- Presupuesto: es una lista de los precios del proyecto y de materiales.

- Teniendo esto muy bien delimitado se procede a diseñar, guiándose por los siguientes pasos:

- Previsualización o bocetos preliminares: aquí entra la lluvia de ideas o bocetos previos.

- Anteproyecto o bocetos refinados: una vez elegido algunos se afinan para dar mayor presentación.

- Retroalimentación con el cliente, para afinar y decidir: es mostrarlos al cliente para recibir su opinión y analizarla afinando los detalles y decidir.



- **Producción de originales:** se efectúa la producción de originales para el trabajo elegido.

- **Implementación:** es la aplicación del diseño en todas sus opciones.

- **Evaluación:** esto es medir los resultados para comprobar se se alcanzaron los objetivos o hacer alguna corrección.

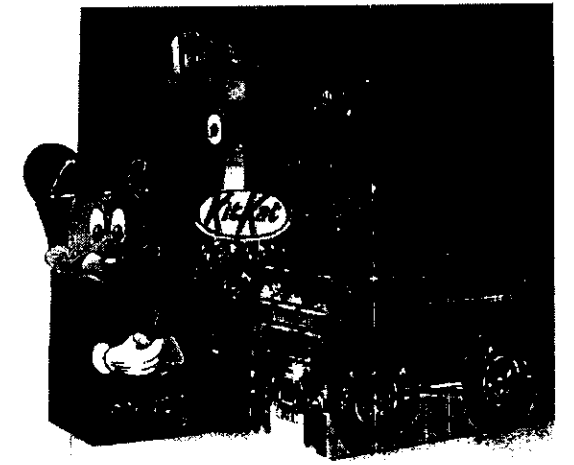
Este es el proceso a seguir para la realización de cualquier diseño encaminado a solucionar un problema de comunicación gráfica.



e) *Campo de Acción del Diseñador Gráfico*

El diseñador gráfico posee un cúmulo de conocimientos con los cuales puede desarrollarse en una diversidad de campos relacionados con el diseño, aportando soluciones creativas y eficaces. Es por eso que las áreas que conforman generalmente a la disciplina permiten al diseñador enfrentar cualquier problema, dentro de las cuales se encuentran la ilustración, el diseño editorial, la fotografía, tipografía, señalización, imagen corporativa, promoción, envases y embalajes, diseño textil, material didáctico, cine y televisión, entre otras que conforman el Diseño Gráfico y manifiestan una característica que no se puede dejar pasar, condicionando la funcionalidad de la disciplina y se refiere a la identificación de la imagen propuesta.

La contribución del diseñador es enorme en la solución de problemas de comunicación en forma gráfica y efectiva.



Campaña



Del latín *campaña*; de *campus*, campo. Conjunto de esfuerzos que se aplican a conseguir un fin.

Existen diferentes tipos de campañas todas tienen el mismo fundamento y emplean los mismos elementos, lo único que varía es el tema específico y las metas u objetivos que se deseen alcanzar.

Aquí se presenta los tipos de campaña que existen:

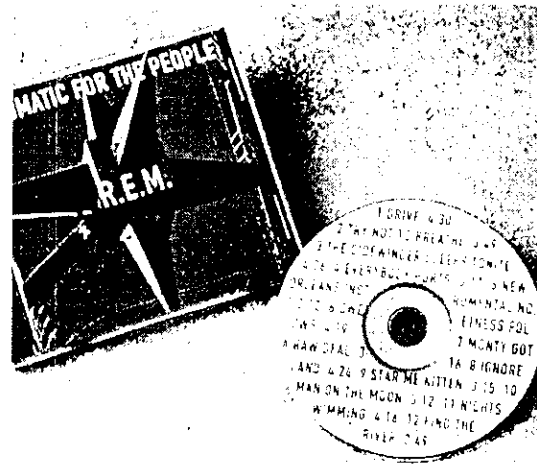
Campaña Publicitaria. Es una acción que se concerta y se realiza con mucho cuidado, donde también existen una serie de anuncios relacionados entre sí, que giran en torno de un tema específico para cumplir el objetivo del anunciante. Su propósito es vender algo.

Campaña de Promoción. Es un conjunto preparado y coordinado de actividades de promoción que giran en torno de un tema específico para lograr un fin determinado.

La promoción es todo lo que un comerciante elabora para informar sobre un producto o servicio que le ayude a venderlo.

Los elementos de la promoción son: la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas y la relaciones públicas.

La propaganda, según Edmundo González Llaca "Es un conjunto de métodos basados principalmente en las áreas de la comunicación, la psicología cultural y su objetivo es influir en un grupo social para que adopte una conducta determinada.





Aquí es donde se ubican las siguientes campañas:

Campaña Electoral. Se caracteriza por lapsos breves y su fin es dar a conocer a la persona que se propone elegir, así como sus propuestas y soluciones, va dirigido a toda la sociedad.

Campaña de Guerra. Su fin es fortificar lo positivo de la causa y engrandecer el espíritu de combate.

Campaña de Agitación. Su objetivo es crear alteración, transtorno y cambio en relación a algún tema o idea.

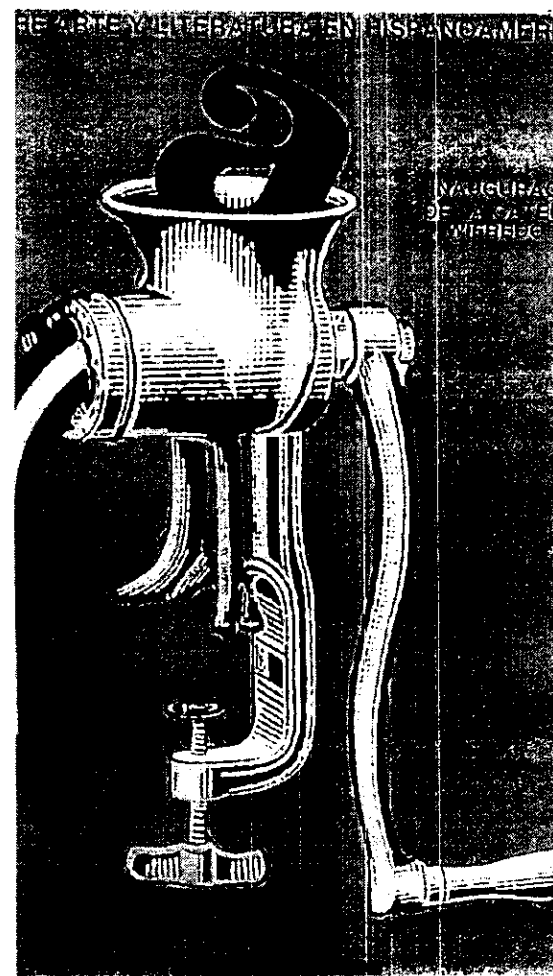
Campaña Religiosa. Su objetivo es divulgar la fe de cada religión y dar a conocer sus bases.

Campaña Cultural. Su fin es dar a conocer las culturas y sus manifestaciones.

Campaña Ecológica. Su propósito es concientizar a la sociedad sobre el daño que se le hace a la naturaleza y en consecuencia al hombre, pretendiendo detener o evitar la destrucción.

Cartel para campaña cultural.

Campaña de Instituciones Benéficas. Su función es dar a conocer los problemas que existen con las personas atendidas por dichas instituciones, generalmente los llamados son a cooperar en la solución de los problemas. Dentro de este concepto entra la campaña de concientización.



Campaña de Concientización



Su propósito es dar a conocer generalmente un problema social, buscando la cooperación de la gente para solucionarlo.

Su característica es que usa los mismos elementos de una campaña publicitaria y una de promoción, y éstas son:

- Las tácticas de venta.
- Los medios de promoción.
- Estudio de la población.
- Estructura del mensaje

Sólo varía su sentido y objetivo, por que no busca el lucro vendiendo ideas o productos, en ésta se da a conocer un problema con los medios usados en una campaña, buscando respuestas y acciones de la gente.

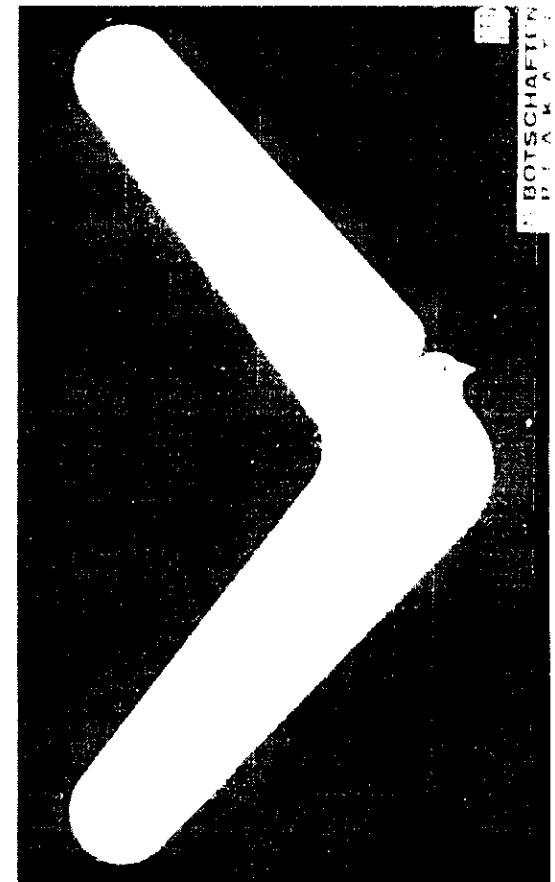
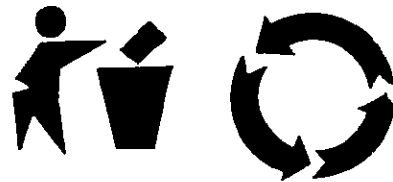
a) Aspectos a considerar para su planeación.

Para realizar la campaña de concientización se utilizan los principios básicos de la propaganda, así como la planeación de como llegará el mensaje al público y por qué medio.

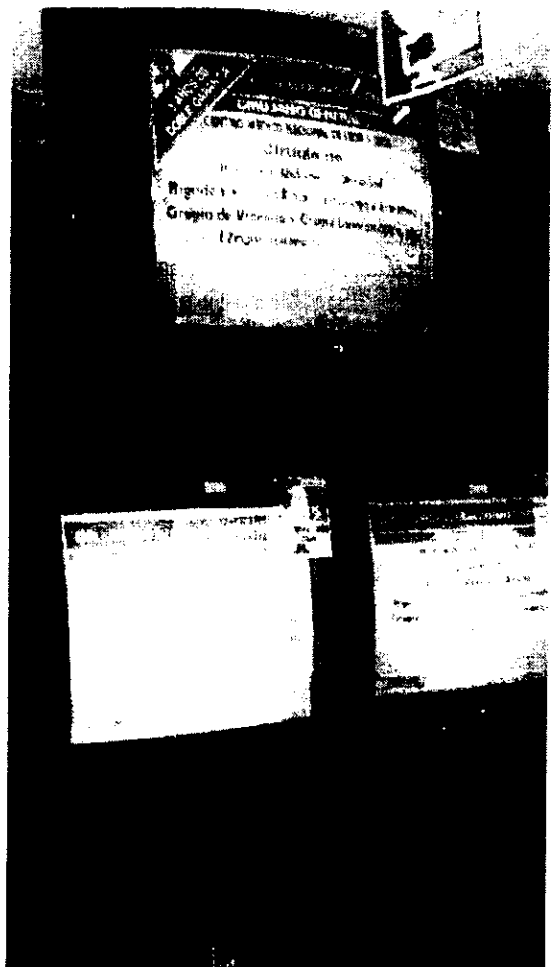
- Es muy importante considerar:
- El mensaje.
- El medio o canal de transmisión.
- El objetivo o meta.
- El público a quien se enviará la información
- Determinar que tipo de estímulo se utilizará (Físico, Sociológico).
- Considerar la respuesta del público receptor.

b) Medios de Transmisión Social.

El medio o canal de transmisión, es un aspecto que se debe considerar como fundamental, porque del medio de difusión dependerá el éxito de la campaña. Los medios masivos más importantes son la televisión, la radio y la prensa.



Cartel para campaña de concientización.



El medio o canal de transmisión es fundamental en una campaña.

Medios Utilizados por la Campaña



a) El Cartel.

El origen de los medios de comunicación en nuestra era es el cartel, cuya función principal radica en enviar un mensaje al espectador con el objetivo de provocar en él una reacción determinada. Es un grito pegado en la pared.

Características.

- Una característica particular del cartel es la sencillez, es capaz de llamar la atención e informar de un sólo vistazo.
- Debe ser legible, porque su lectura se realiza a distancia y con rapidez.
- Debe tener un impacto inmediato para que la gente lo vea.
- Requiere de un profundo conocimiento del uso del color y sus efectos.
- Sus técnicas son muy particulares.
- La redacción es importante, pues la información no debe exceder de cinco o seis palabras.
- Se elaboran generalmente con brocha de aire y fotografía.

Tipos de Carteles.

Los carteles se consideran de varios tipos, dependiendo su función.

Cartel Comercial: es el que sirve como un medio publicitario para la venta y distribución de productos y servicios.

Cartel Decorativo: este cumple también la función de informar, pero tiene más decoración o diseño agradable.

Cartel Social: este tipo de cartel anuncia la publicidad de eventos políticos, culturales, sociales y deportivos. Dentro de éste se encuentran:

- *Tipo educativo.* Sus temas están relacionados con aspectos de enseñanza y normas de conducta.

- *Tipo cultural.* Estos son los que promueven actividades artísticas y manifestaciones culturales.

- *Tipo político.* Son los que hacen propaganda sobre valores políticos de grupos e individuos.

Cartel Social





La fuerza de comunicación de un cartel sólo se puede obtener mediante el uso vigoroso del color, aplicándolo con simplicidad en la forma. Las síntesis de las formas y volúmenes de la ilustración ubicada en una buena composición con encuadre, sin lujo de detalle, iluminada por pocos pero agresivos colores, forman la anatomía de un cartel.

Cuando un cartel está bien diseñado deja en el espectador una imagen duradera.

58

Formato

El formato es un elemento fundamental a la hora de diseñar cualquier tipo de material de prensa, y se decide de acuerdo al uso que se le dará a dicho material.

En el caso del cartel el formato es el tamaño de éste expresado en centímetros y las consideraciones a tomar en cuenta son los lugares en que deberá colocarse y el público a que estará destinado. Dependiendo de esto los carteles se dividen en dos grupos.

Los que su destino será el exterior y para el público en general, cuentan con poca información para su rápida lectura y se elaboran en diversos tamaños que van desde 70 cm por 1 metro los más grandes, hasta 40 x 60 cm aproximadamente los más chicos.

El segundo grupo lo conforman los carteles de tamaños menores de 40 x 60 cm, éstos son para colocarse en interiores, escaparates y en mostradores. Están destinados a un público más especializado porque tienen un interés específico y además pueden verlos con más calma, por lo cual pueden contener más información.

b) Folleto.

Del italiano foglietto, y éste del latín folium, hoja.

Se trata de un pequeño libro con pocas hojas que describe un servicio o mercancía resaltando algunos de sus detalles. Los folletos son muy utilizados en la rama de publicidad porque son muy prácti-

cos, económicos, y se puede jugar con la composición de sus elementos por la gran variedad de formatos que existen, entre ellos el apaisado, retrato y cuadrado como los más comunes. Un folleto también necesita diseño en su elaboración y mucha creatividad para llamar la atención de quien lo recibe mediante fotografías, colores, tipografías, formatos y papeles, porque un folleto se debe presentar con calidad, pues su propósito es impresionar al lector.

Se pueden encontrar en forma de díptico, tríptico, como libro o con un formato especial.





c) El Periódico

Del latín periodicus, relativo al período, o que lo incluye.

Su función es transmitir información al público acerca de sucesos locales, nacionales y extranjeros. También es de opinión porque procesa y evalúa, sugiriendo interpretaciones de los diversos fenómenos y valores.

Hay periódicos de carácter general que contienen diversas secciones de interés para públicos diferentes; los hay especializados, los que sólo publican noticias y artículos sobre un tema determinado; algunos periódicos se dirigen a cierta clase socio-económica, otros toman en cuenta el nivel intelectual de sus lectores; existen publicaciones diarias, semanales o quincenales y pueden ser matutinos o vespertinos.

Es el medio tradicional del género prensa y se produce en forma más rápida y económica, se imprime en máquinas rotativas y sobre papeles especiales, en dos medidas clásicas: estándar y tabloide.

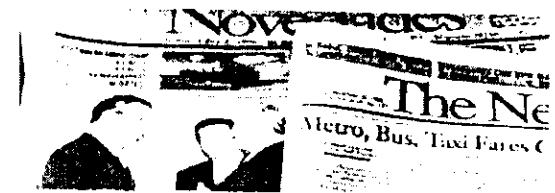
El estándar se compone de ocho columnas y el tabloide de cinco. El periódico ofrece grandes espacios para cualquier tipo de información, su mensaje lo da por escrito y es accesible a personas con un mínimo de cultura.

Características.

Dentro de los medios de comunicación el periódico se distingue por lo siguiente:

- Tiene capacidad de llegar a los más diversos públicos.
- Es el medio impreso que se distribuye con mayor rapidez.
- Es un medio informativo y formativo.
- Su precio es bajo, al alcance de todas las clases sociales.
- Se puede adquirir por suscripción.
- Tiene diversas capacidades de alcance.
- Satisface muchas necesidades al lector.
- Acepta todas las ideologías
- Aunque es un medio efímero, su contenido puede fácilmente archivarse.

- Abundan sus lectores asiduos y permanentes.
- Su circulación es generalmente certificada.
- Los costos publicitarios en periódicos son los más bajos.
- Es un medio selectivo.



Reafirma Zedillo su Credibilidad en la Justicia

El Sol de Morelia

La Juventud Renova su fe Católica

... es la Esperanza de un Mundo Mejor, Advirtió Monseñor Alberto Suárez Inda





d) Correo Directo

Es aquel que se envía a toda la población sin que ésta lo haya solicitado. Este medio es altamente utilizado por la publicidad, pues cualquier anuncio que se manda a los clientes por correo es publicidad de correo directo, como son: tarjetas postales, volantes, folletos y catálogos.

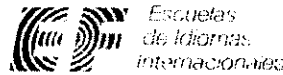
Hoy en día se gastan millones de pesos en correo directo, se clasifica junto con los periódicos como uno de los más importantes medios de publicidad, utilizado por todo tipo de anunciantes grandes o pequeños, quienes pueden seleccionar consumidores y áreas geográficas a las cuales quieran llegar.

El correo directo es un procedimiento de venta de bienes y servicios a través de anuncios. El comprador los adquiere como resultado directo de la lectura del anuncio.

Características

Los anunciantes consideran que el correo directo es efectivo porque:

- Tiene un toque personal.
- Puede dirigirse a un público o área selectos.
- Facilita comprobar los resultados.
- Puede elaborarse de muchas formas.



Escuelas de Idiomas Internacionales

Directo por correo
para países
de todo el mundo
Estados Unidos
Canadá
Inglaterra
Irlanda
Australia
Italia
Francia
Alemania





e) Calcomanía

Del francés *décalcomanie*; de *décalquer*, calcar, y *manie*, manía.

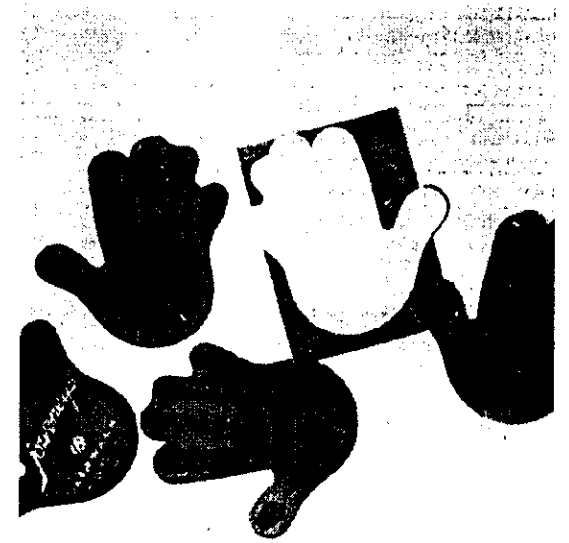
Procedimiento que consiste en pasar figuras de un papel engomado a objetos diversos. Puede ser el medio impreso más versátil.

La calcomanía empezó como un elemento decorativo y se ha convertido en un excelente medio publicitario, por su facilidad de distribución y aplicación, ya que se adhiere a cualquier superficie plana o de volumen irregular, lisa o rugosa. Se puede observar aplicadas en el interior de transportes públicos, escaparates, artículos promocionales de plástico, vidrio y madera, automóviles, juguetes, prendas de vestir y artículos deportivos. Generalmente existen tres tipos de calcomanía, la húmeda, la seca y a vitrificable.

Características.

- Es un medio muy versátil.
- Se puede aplicar en cualquier superficie.

- Por su impresión serigráfica permite pequeños tirajes en varios tamaños.
- Se utiliza generalmente en todo tipo de campañas.
- Posee alta resistencia a la luz, la intemperie y a la fricción.





62

f) *El Espectacular*

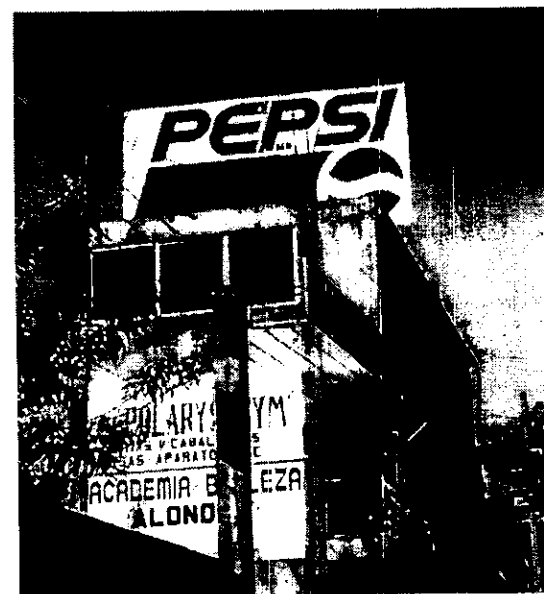
El Cartel pese a su comprobada eficacia ha sufrido modificaciones, generando nuevos medios de publicidad. El más importante sin lugar a duda es el anuncio espectacular, el cual nació debido a la necesidad de los comunicadores, los cuales querían que su cartel se viera con más facilidad desde distintos puntos y a gran distancia, empezando a usar los muros ciegos de los edificios, pintando en ellos o colocando grandes carteles de lámina o papel.

Con el paso del tiempo siguieron ideando la forma de que su cartel sobresaliera de todos, lo cual los llevó a ubicarlos en las azoteas, a las salidas y entradas de una ciudad o cualquier espacio visto por una gran mayoría de gente, los que aceptaron rápidamente este tipo de anuncio.

El éxito motivó a los ambiciosos comunicadores, quienes poco a poco han ido buscando elementos para agregar fuerza a sus mensajes al grado de mecanizarlos

e introducir en su elaboración el cine y la electrónica.

Una de las técnicas modernas consiste en imprimir de forma computarizada lienzos y telas plásticas translúcidas con tintas de alto poder tintórico y resistentes a la intemperie.



El espectacular, medio eficaz de publicidad.



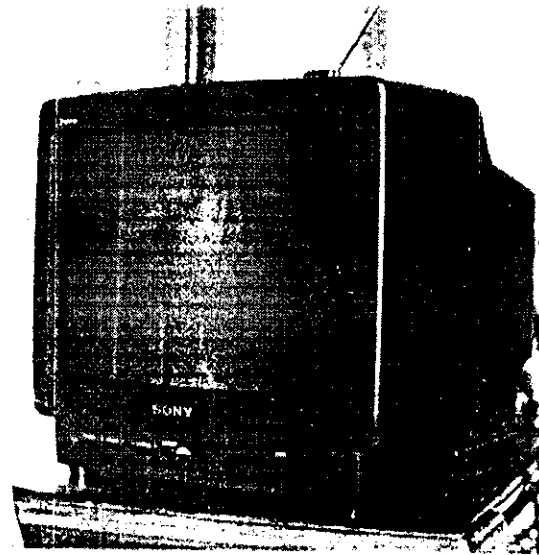
Características.

- Es un cartel de gran dimensión.
- Es colocado en estructuras sobre azoteas o en muros ciegos.
- Tiene un impacto visual enorme.
- Comunica e informa de manera rápida y sencilla.
- Contiene un máximo de once palabras.
- Puede leerse a gran distancia y manejando un automóvil.
- Poseen mayor resistencia a la intemperie.

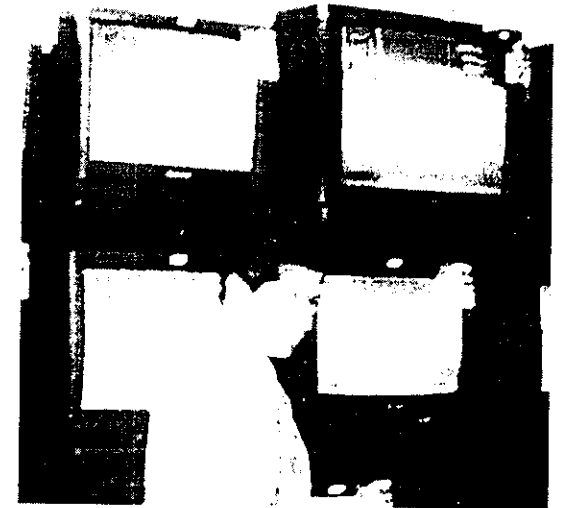
g) La Televisión.

Transmisión de imágenes a distancia, valiéndose de ondas electromagnéticas. Es uno de los medios de comunicación más completo, pues conjuga la imagen, sonido, iluminación, efectos, escenografía, etc. Además tiene un alcance y un poder extraordinarios captando la total participación del público. Su utilización puede ser

muy positiva, pero también peligrosa al ser manejada por intereses que quiten la libertad a los espectadores. Es un medio creativo y flexible de costo elevado pero que confiere prestigio a los anunciantes. Pero el mensaje es perecedero y se olvida con rapidez.

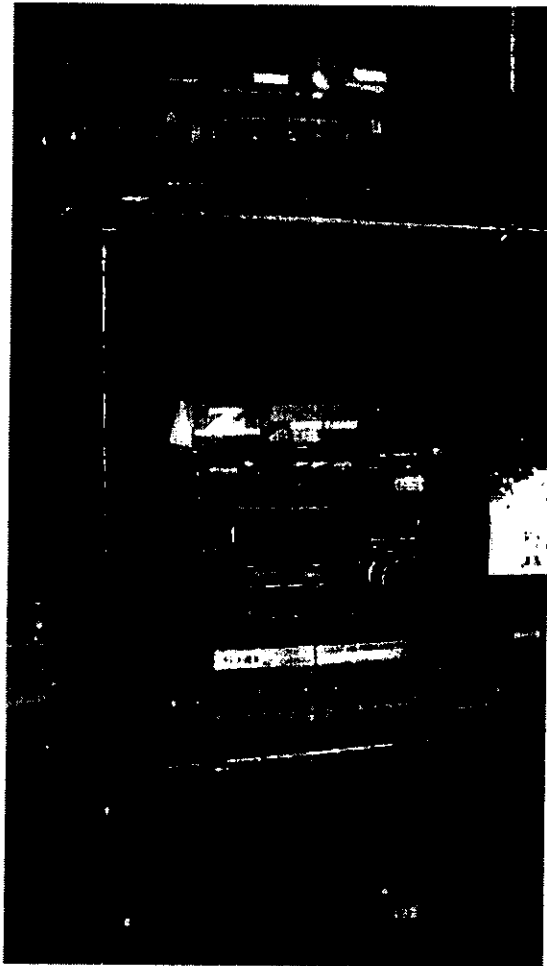


La televisión capta toda la atención del público.



Características.

- Es imagen y sonido transmitido con ondas electromagnéticas.
- Tiene grandes ventajas sobre otros medios.
- Coordina diversas formas de expresión.
- La difusión de un mensaje es simultánea.



h) La Radio.

Sistema de comunicación a distancia por medio de ondas electromagnéticas. Es uno de los medios de comunicación de más amplia difusión, que dependiendo de la potencia emisora llega a todo el territorio nacional, o en su defecto de difusión local, además en muchos sectores es la única fuente de información.

Características.

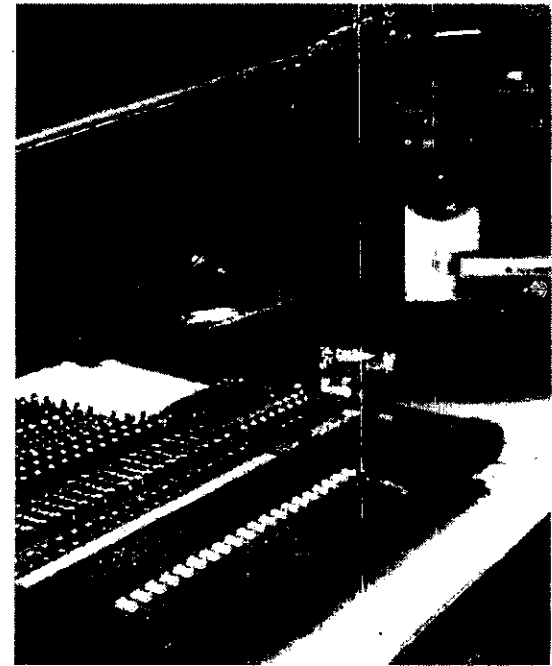
- Es un medio de audición individual.
- Cumple con la función de fondo sonoro, esto quiere decir que mientras se escucha la radio puede estar realizando otras actividades.
- Establece una comunicación que se realiza de modo personal y directo.
- No exige al radioescucha que lea un texto.

La radio prolonga el ambiente familiar de los oyentes y los transporta hasta el micrófono, en que el locutor hace las veces de centro de unión, de eje comunicador.



Para McLuhan, la radio es "el tambor de la tribu, capaz de transformar a la sociedad en una cámara de resonancia, en un eco de su propio sonido".

Cabina de grabación radiofónica.



Composición



Es la disposición de los elementos de diseño dentro del área de trabajo. Entre ellos se encuentran:

a) La Retícula

Esta es utilizada por tipógrafos, diseñadores gráficos y fotógrafos, la cual les permite ser consistentes en su diagramación. En la división en rejilla de la superficie y espacios el diseñador puede ordenar las fotografías, los textos o ilustraciones de una manera armónica y funcional. Debe recordarse que una retícula es solo para facilitar el trabajo, no debe considerarse como una imposición en el diseño.

b) Equilibrio

Armonía y correspondencia, o contrapeso e igualdad entre cosas diversas. Existe equilibrio cuando los elementos son colocados con un sentido de contrapeso o equilibrio, es decir, los pesos de los elementos se contrarrestan para que parezcan

estar fijos al sitio donde están colocados. La manera más fácil de plantearlo es pensar en él como en una igualdad de oposición. Esto significa que se tiene un eje o punto central en el campo alrededor del cual las fuerzas opuestas están en equilibrio. Partiendo de este concepto, se generan tres tipos de equilibrio:

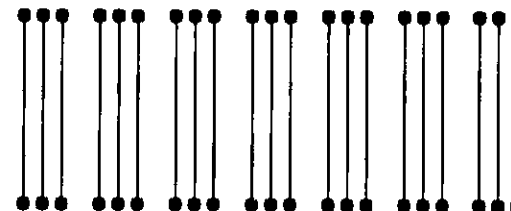
Equilibrio axial. Es el control de atracciones opuestas por medio de un eje central explícito, vertical, horizontal o ambos.

Equilibrio radial. Es el control de atracciones opuestas por rotación alrededor de un punto central, el que puede ser un área positiva del esquema o un espacio vacío.

Equilibrio oculto. Es el control de atracciones opuestas por medio de una igualdad sentida entre las partes del campo, no utiliza ejes explícitos ni puntos centrales, sin embargo un centro de gravedad que se sienta resulta esencial.

c) Ritmo

Es una armoniosa sucesión de notas musicales y elementos lineales y formativos, que se producen al combinar acertadamente pausas e intensidades, en repetición ordenada o por sucesión organizada de elementos.



d) Contraste

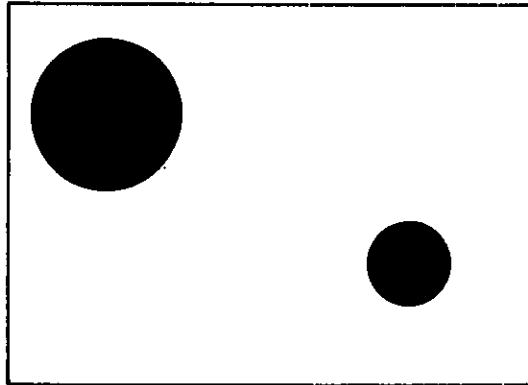
Son las diferencias bien marcadas entre elementos del mismo código. Existe cuando una forma está rodeada de un espacio en blanco, cuando una línea recta cruza con una curva, si una forma es mucho mayor que otra, cuando coexisten direcciones verticales y horizontales.



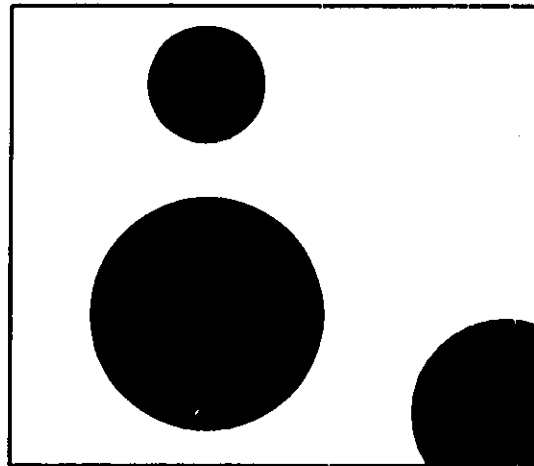
En fin, el contraste es sólo una clase de comparación por la cual las diferencias se hacen claras. Existen diferentes tipos de contraste respecto a cada uno de los elementos visuales y de relación:

- De figura (rectilínea/curvilínea, simetría/asimetría).
- De tamaño (grande/pequeño, largo/corto).
- De color (luminoso/oscurο, cálido/frío).
- De textura (suave/rugoso, opaco/satinado).
- De dirección (vertical/horizontal).
- De posición (arriba/abajo, izquierda/derecha).
- De espacio (ocupado/vacío, positivo/negativo).
- De gravedad (estable/inestable, ligero/pesado).

Contraste por gravedad.



Contraste por tamaño.



e) Armonía

Es el ajustamiento o combinación de unas cosas con otras para lograr una obra agradable.

La armonía es esencial en el sentido en que todos los elementos de una composición se deben adaptar recíprocamente de manera que formen un todo unificado. Todo ser humano por naturaleza, busca el orden y reducir la incertidumbre en el medio que lo rodea, por eso para un diseñador gráfico, esta característica es muy importante en su campo de acción, pues la utiliza con diferentes elementos de la composición, como: armonía del color, tipográfica, de elementos y formas, en ello estriba la importancia del campo de diseño.

Si se emplea en un cartel, se busca que sus elementos armonicen para que produzca el efecto deseado y así en cada medio de comunicación se cuida que todo lo que contenga armonice entre sí, sea agradable y funcione en el medio empleado.

Elementos del Diseño

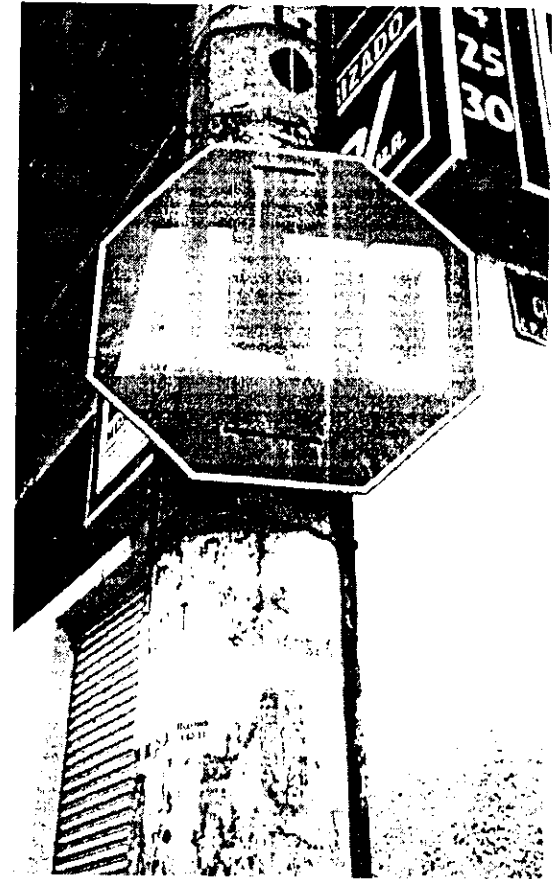
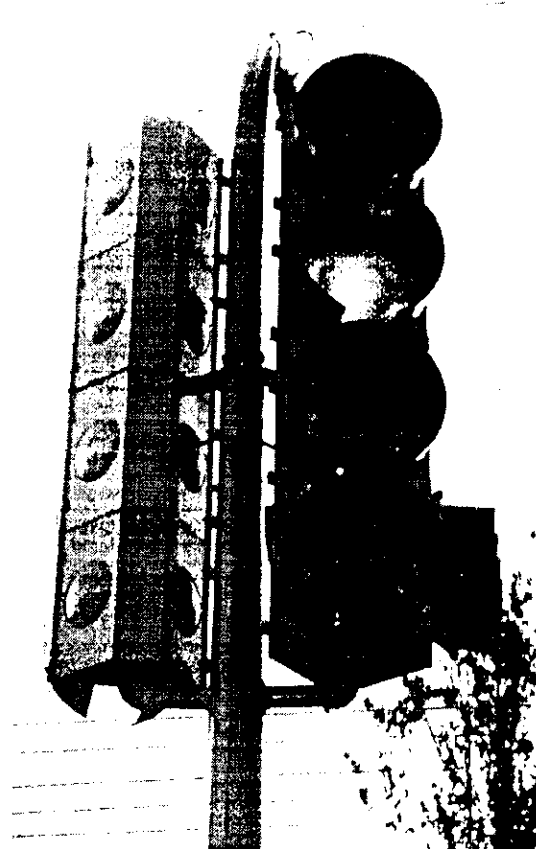


Son los que utiliza un diseñador gráfico para elaborar trabajos estéticos, pregnantes y efectivos.

a) Color.

Este elemento se debe analizar con sumo cuidado, ya que el color elegido constituye una influencia primordial en el modo de comunicar una idea, además se debe estar consciente que no todos los colores son apropiados para un determinado diseño o proyecto. Un ejemplo común, el verde puede ser violento y emocionante, indica adelante en el semáforo, se relaciona con la envidia, la enfermedad y la decadencia. Pero por otra parte puede significar calma, paz y está muy relacionado con la naturaleza y la vida saludable. Con este ejemplo se puede dar una idea de hasta donde el color refuerza el mensaje y lo esencial que es para el diseño.

El color tiene propiedades simbólicas que se reconocen fácilmente, en todos los campos, desde la medicina natural a la científica y desde la política a los deportes.



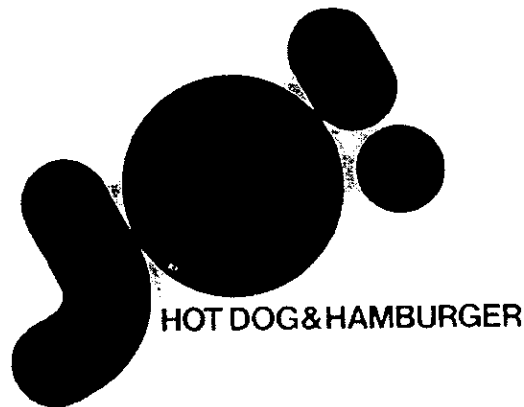


b) Tipografía

El entender y apreciar la tipografía es esencial para que un diseñador se comunique con efectividad.

Las formas de las letras son tan poderosas y emocionantes, que pueden hacer figuras y crear color por lo que se debe aprender a manejarlas con confianza. Una buena tipografía debe ser individual y creativa.

68



Existen miles de tipos para escoger dependiendo de lo que se vaya a crear, algunos sirven para el texto, otros sólo funcionan para encabezados decorativos, además todos ellos se dividen en dos grupos principales y son los caracteres con serif o patines, que son pequeños trazos cruzados y colas, y los caracteres sin serif o lisos, que no tienen ningún tipo de remate. Con estas características la tipografía ofrece una infinidad de opciones que el diseñador puede utilizar para transmitir determinadas sensaciones, provocar reacciones, impactar o crear trabajos muy agradables.

Las cuestiones que comúnmente surgen son ¿qué tamaño elegir?, ¿qué peso?, ¿con serif o sin él?. Pero un buen diseñador es capaz de escoger adecuadamente la que se adapte a sus necesidades de entre miles de tipos, aunque ésta cantidad hace más difícil la elección. El arte de elegir el tipo y peso perfecto dependerá del empleo que se le dará, jugando con las características de los diferentes tipos para crear cosas intere-

santes, impactantes y agradables.

El lenguaje tipográfico es la comunicación visual a través de tipos, opera con ideas o conceptos que se producen ensamblando una forma abstracta en una estructura, adquiriendo así un significado. Con el tiempo se han desarrollado una serie de convenciones acerca de como usar las palabras individuales y los textos, pero no respetando dichas convenciones y con un buen estudio del lenguaje se pueden lograr muchos efectos como escribir nombres propios sin inicial mayúscula, los párrafos pueden empezar con una versalita, las letras pueden colocarse hacia atrás, cabeza abajo sin que la frase deje de comunicar su significado. El leer de izquierda a derecha no es algo inviolable; las palabras se pueden leer verticales, de abajo hacia arriba, en algunos casos hacia atrás. Más, para que cualquier recurso gráfico que se utilice tenga éxito, se debe estar consciente de las propiedades inherentes al lenguaje mismo.



c) La Fotografía.

La fotografía es una herramienta a la que el diseñador gráfico recurre constantemente, para realizar una gran cantidad de trabajos referentes a publicidad y edición, porque evoca muy bien los lugares, personas o productos que se quieren dar a conocer. La fotografía tiene presencia y autoridad. Una fotografía enriquece visualmente un artículo dependiendo el tratamiento que le de el fotógrafo según las especificaciones del diseñador, pues es éste el que decide qué tipo de foto va a emplear. Existen tres clases de fotografías:

Fotografía Creativa. Esta es la que el diseñador crea de acuerdo a los requerimientos de su mensaje o producto.

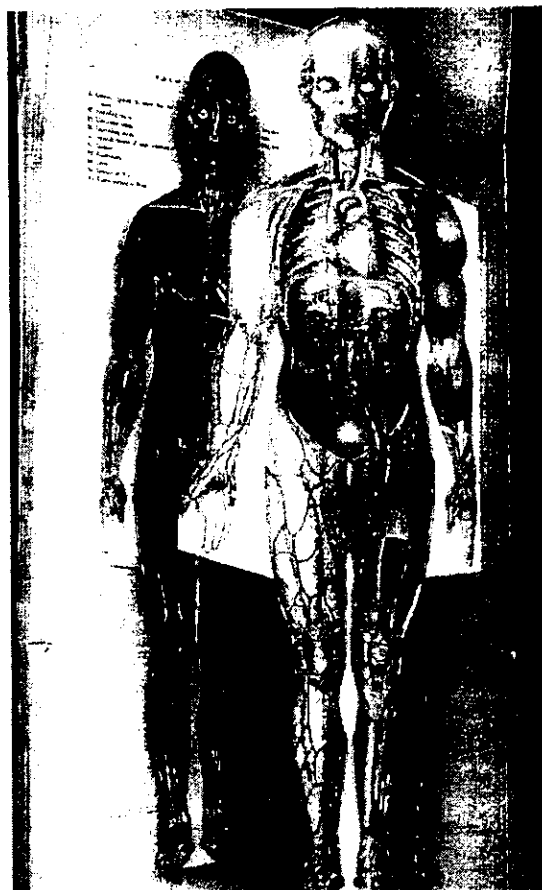
Fotografía de Campo. Este tipo de foto es la que se toma a personas u objetos tal como están en su medio, sin alterarlo.

Fotografía de Banco. Es la foto de archivo a la cual el diseñador puede tener acceso pagando los derechos correspondientes.





d) Ilustración.



Es otra técnica muy utilizada en el Diseño Gráfico por su enorme versatilidad, permite crear imágenes gráficas de acuerdo a las necesidades requeridas.

La ilustración tiene tres funciones principales, y se pueden describir como adornar, informar y comentar, es probable que las ilustraciones cumplan con un poco de cada función. Sirve para crear o ilustrar cosas irreales que no se pueden fotografiar o hacer cambios a las fotografías para transformarlas o agregar elementos que no se pueden hacer por medio de la fotografía.

Quienes usan la ilustración para comentar o informar pueden considerar la decoración como un aberración, pero su preocupación por la distribución, composición y la selección de colores brindan efectos decorativos.

La ilustración se realiza por medio de diferentes técnicas como el carboncillo, grafito, pasteles, acuarela y gouache, a veces éstas se utilizan combinadas para cumplir con el objetivo deseado.



La ilustración es una excelente opción.

Técnicas de Impresión



Es importante conocer los medios de impresión para poder reproducir el trabajo elaborado, cual es el adecuado, el mejor o el más económico. Dentro de las técnicas de impresión se encuentran:

a) *El Offset.*

Es un proceso planográfico, basado en el principio de la repelencia de la grasa y el agua.

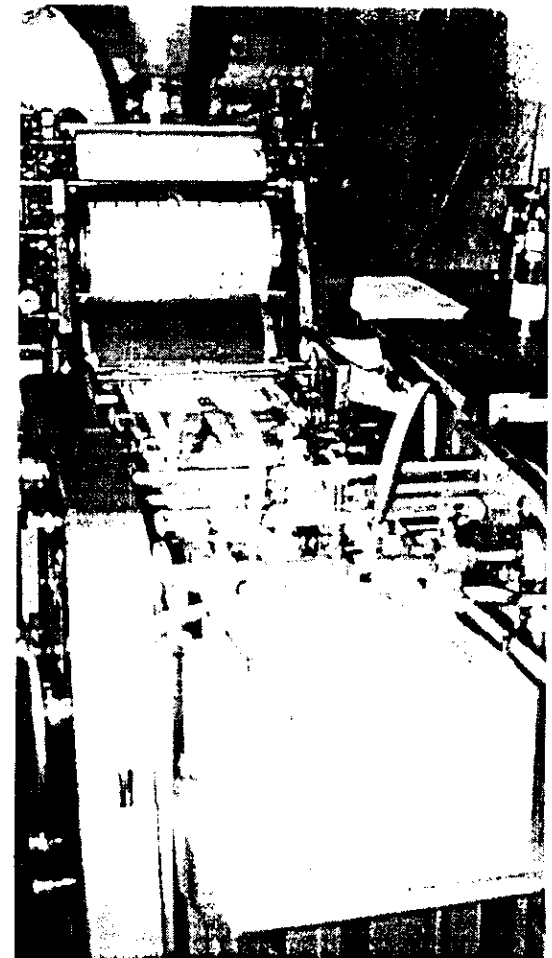
Las zonas a imprimir son receptoras a la tinta y las que no se imprimen la rechazan manteniéndose húmedas. A la superficie de impresión se le pasan unos rodillos con agua los que humedecen las zonas sin imagen después se pasan los rodillos de entintar que depositan la tinta sobre las zonas con imagen, el resto de la plancha húmeda la repele.

Acto seguido el cilindro que lleva la plancha hace contacto con otro cilindro forrado de goma el cual recibe la impresión al revés y éste transfiere la imagen al papel quedando la impresión derecha. Por esto se

le llama offset (colocado aparte) ya que el papel nunca entra en contacto con la plancha.

La prensa funciona como una rotativa, imprimiendo una hoja por vuelta, consta de tres cilindros: el de la plancha, la superficie de goma y el de impresión, usa rollos de papel continuo.

El offset cuenta con grandes ventajas por las cuales es muy utilizado, su velocidad lo hace apto para grandes tirajes, algunas máquinas llegan a imprimir hasta 20,000 ejemplares por hora. Además puede imprimirse en varios tipos de papel, partiendo de los más finos a los de poca calidad, logrando en éstos últimos una finura de reproducción muy aceptable. Otra característica es que la conservación de los contratipos es menos engorrosa que la del plomo tipográfico, por lo que resulta un método de impresión más barato.



Máquina offset.



En el offset encontramos dos tipos de máquinas que están comprendidas en el sistema rotativo y son:

La máquina de pliegos: la más simple de una sola tinta, tiene los tradicionales tres cilindros, un diámetro reducido y provista de un sistema automático en la excentración de los cilindros, su velocidad máxima es de 3, 500 y 5, 000 pliegos por hora, con marcador automático y sistema de salida de pila. Existe en formatos de 45 x 56 cm a 130 x 190 cm. Existen los modelos de retiración que imprimen simultáneamente dos caras del papel: las de dos tintas y las de cuatro colores, ésta última tiene una velocidad que oscila entre 5, 800 y 7, 000 pliegos por hora, tiene una amplia gama de formatos que van de 50 x 66 cm a 109 x 160 cm.

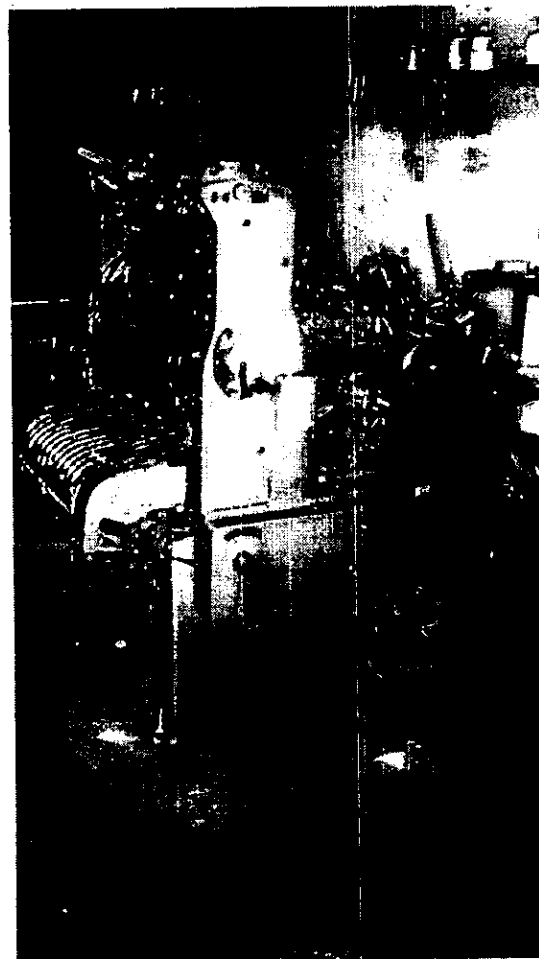
La rotativa de bobinas: son capaces de pasar un papel con un ancho de 90 y 180 cm, se fabrican dos tipos y son:

Rotativas planetarias: que cuentan con dos cilindros de gran diámetro, uno

para el lado blanco y otro para retiración, sus mantillas varían de una a cinco para cada lado y su diseño facilita el registro de colores.

Rotativas de línea: provistas de elementos estándar de dos mantillas en contrapresión, como colores a tirar por uno y otro lado. Por su potencia se utilizan en tiradas de periódicos de varios colores, su velocidad oscila entre 12, 000 y 20, 000 revoluciones por hora dando impresiones de alta calidad.

Todas esas características las debe conocer un diseñador para que las pueda emplear en sus trabajos, además necesita saber los formatos que las máquinas pueden imprimir, las calidades que las tintas ofrecen, los papeles adecuados y el costo en comparación de otros sistemas de impresión.



Máquina de pliegos.



b) La Serigrafía.

Es un proceso de impresión sumamente práctico y versátil, pudiéndose realizar en talleres caseros por el poco equipo que se utiliza, entre ellos una malla de seda sintética y un rasero.

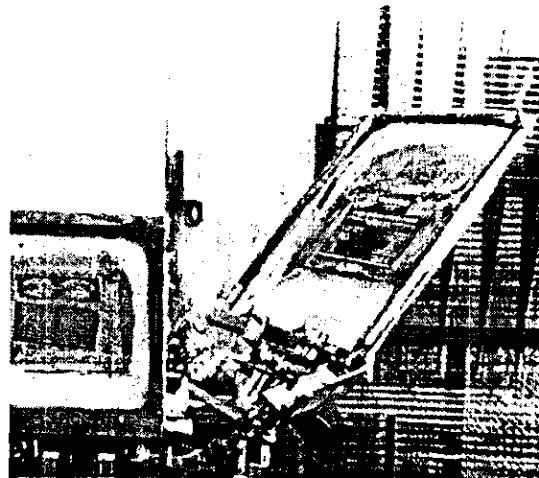
Los estenciles se hacen fotográficamente del original o también se realizan a mano con tinta negra para pasarlos a la malla, ésta se cubre con una película sensible a la luz y se ubica el original, el área negra impide el paso de luz, y de este modo se plasma la imagen a la malla, la tinta se aplica muy espesamente, cualidad utilizada para imprimir colores claros sobre superficies oscuras.

Actualmente la tecnología permite una alta velocidad en la impresión de pantalla, pero todavía tiende a ser un proceso manual usado para pequeñas impresiones.

Este proceso no es apto para medios tonos finos, líneas de 0.5 mm y letras de 9 puntos o trazo fino. Las ventajas de la serigrafía es la versatilidad ya que se puede

imprimir en superficies como madera, vidrio, metal, plástico y telas. Además, mientras que en otros métodos de impresión se utiliza el papel brillante para mejores resultados, en serigrafía pueden aplicarse tintas brillantes en papeles mate.

Este sistema es apropiado para trabajos artesanales, se puede imprimir con facilidad y rapidez de 25 a 500 ejemplares. La calidad que ofrecen las tintas serigráficas es otra característica por la que es empleada con mayor frecuencia.



Conclusiones



El desarrollo de un trabajo de tesis permite que los profesionistas empleemos los conocimientos que adquirimos en un proceso de aprendizaje a lo largo de una carrera y los apliquemos en una aportación que beneficie a la sociedad.

Terminar este trabajo me brindó una gran satisfacción por el empeño que deposité en él.

El Diseño Gráfico me brindó los medios y elementos como la ilustración, la fotografía, el color, el lenguaje tipográfico, los cuales se utilizan en este trabajo de una forma agradable y funcional.

El bienestar social es un área que siempre me ha interesado y participar en este proyecto fue gratificante, ya que el problema de los niños callejeros requiere de mucha participación de la sociedad y mi aportación puede ser de mucha utilidad.

Para llevar a la práctica este trabajo es imprescindible la participación de psicólogos, trabajadores sociales y pedagogos, recomendando que la aplicación de la propuesta se lleve a cabo en el tiempo establecido y reiniciando una nueva etapa siempre que sea necesario.

Cuando esta campaña se inicie auguro un beneficio enorme para estos niños y una actitud positiva de la sociedad.



Segunda Parte

Capitulo 3

79

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Aportación



INTRODUCCIÓN



Para llevar a cabo esta Campaña de Concientización fue necesario conocer la realidad de los niños en la calle y el objetivo del M.E.C.E.D. como programa del DIF, y como diseñador estudiar a la sociedad para proponer los medios de comunicación efectivos, al igual que los elementos de diseño: tipografía, color, fotografía, para ilustrar esta campaña.

Cada medio de comunicación fue elegido cuidadosamente después de un profundo estudio.

DESARROLLO DEL PROYECTO



En nuestra sociedad los medios de comunicación masiva juegan un papel muy importante cuando de informar o persuadir se trata. Todo esto fue tomado en cuenta y analizado desde el punto de vista de diseñador gráfico para la campaña que estoy proponiendo, cuyo objetivo es el de concientizar a la sociedad, mostrarles la realidad de los niños en la calle y de que cooperen en ayudarlos.

Para lograr dicho objetivo, conociendo las características de la población y en base a la investigación que he realizado llegué a concluir que los medios adecuados a la región para que la campaña sea efectiva se necesitan: un logotipo, dos carteles, un tríptico, dos anuncios de barda, un anuncio de prensa, un spot de radio y papelería.

Esta campaña de concientización servirá como apoyo al programa M.E.C.E.D. (Menores en Circunstancias Especialmente Difíciles) que el DIF

está desarrollando y va dirigida a las personas de clase media alta y alta, porque es de ellos de quien se espera mayor cooperación, no obstante, como es una campaña atraerá la atención de toda la sociedad como resultado.

Los gastos ocasionados por esta campaña los absorberá el DIF, apoyándose también con donaciones.

Después de haber realizado la primera parte de la tesis, investigando y conociendo a fondo el problema, presentaré mi aportación o solución gráfica que considero la más apropiada.



LLUVIA DE IDEAS



La base para todo diseño es conocer la función que desempeñará.

Este es el proceso seguido para llegar a una imagen final que hablará por sí misma y dará el concepto deseado, que en este caso es la protección al menor.



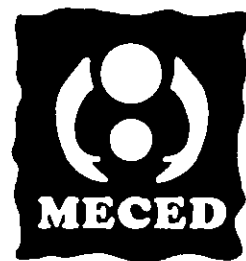
LOGOTIPO



El problema de los niños en la calle es un fenómeno social, es por ello que el DIF ha desarrollado un programa para ayudar a estos menores. El primer paso es crearles un logotipo que los identifique y unifique la campaña de concientización. La finalidad de este programa es la de proteger al infante, lo cual busco transmitir en estos símbolos.

Las manos son una parte del cuerpo que expresa ese sentido y se utiliza como elemento principal, con un grado de estilización distinto para cada uno.

86





Al final se eligió esta propuesta en la cual se aprecia la silueta de una persona adulta extendiendo sus brazos en señal de protección al niño, representado por el círculo pequeño, todo en vista superior. La estilización sigue la figura del círculo porque su organicidad connota seguridad, suavidad, sentido de protección y eso es precisamente lo que se pretende.





Matriz Geométrica

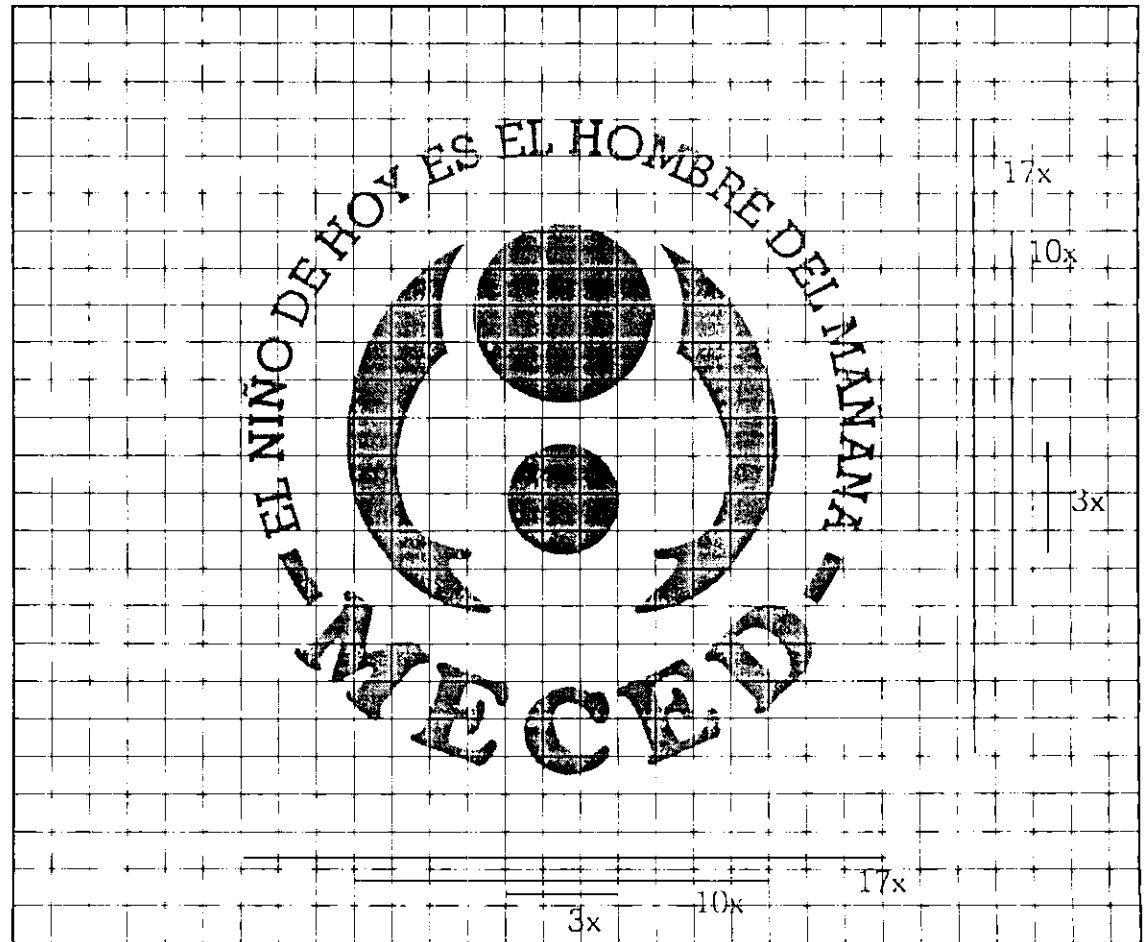
Esta es muy importante porque es de gran utilidad, muestra el trazo de cada una de las líneas y curvas del logotipo para lograr una óptima reproducción.





Matriz Gráfica

Nos facilita la reproducción, ampliación o reducción del logotipo sin que este sufra modificaciones en su proporción.





Estudio Cromático

El color elegido es el azul marino Pantone 295 porque este color nos connota seguridad y protección, lo cual refuerza al logotipo en su función primordial.



SLOGAN



La palabra **Ayúdame** es un grito que el niño hace y se complementa con las frases utilizadas en los carteles, los anuncios de barda, el tríptico y el spot de radio, generando el mensaje que concientizará a la sociedad sobre el problema que estos niños tienen.

Ayúdame

a vivir con más
dignidad mi infancia

dame una
oportunidad

91

Yo también quiero
ir a la escuela

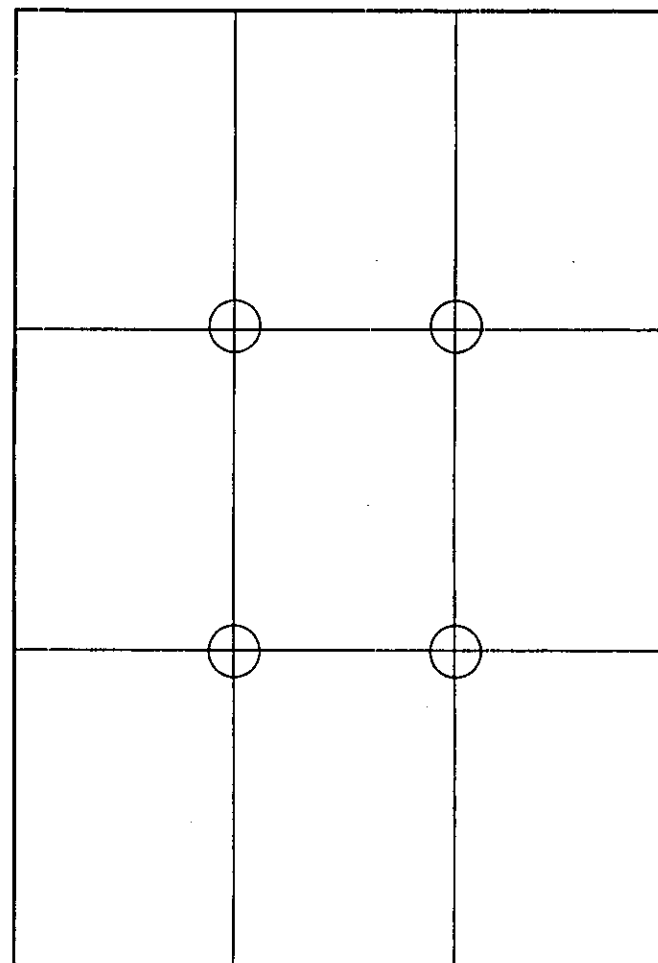
La desintegración
familiar puede
arrojarme a la calle

RETÍCULA Y FORMATO DE LOS CARTELES



La retícula utilizada es sencilla, pero permite jugar con los elementos gráficos para que el espectador obtenga la información de forma ordenada. Se utilizó la ley de los tercios para destacar los elementos importantes con que se llamará la atención del público.

Los carteles tienen un formato vertical de 65 x 45 cm. Este es un tamaño apropiado por el lugar donde se colocarán además de aprovechar el papel al máximo.



SIGNIFICADO DE COLORES



El color es un elemento importante y por eso se debe analizar a fondo de acuerdo al uso que se le dará.

En esta campaña se utilizan el verde pastel, cuyo significado es la esperanza; el azul pastel significa seguridad y tranquilidad, y juntos estos dos colores representan la melancolía y la tristeza que los niños experimentan al estar en la calle, además estas tonalidades pastel indican que se está hablando de niños.

El color magenta se escogió por su fuerza para representar un grito o una llamada de atención, se había pensado en el rojo pero este color indica peligro y no era el caso. El rojo es el color institucional en el logotipo del DIF.

Estos colores nos servirán para unificar toda la campaña y permiten el uso alterno en sus aplicaciones, como por ejemplo, el fondo en un cartel es azul y en otro verde.

| | |
|---------------------|-------------------------------|
| Azul Pantone 298 | 60% Cyan 37% Magenta |
| Verde Pantone 338 | 60% Cyan 60% Amarillo |
| Magenta Pantone 226 | 100% Magenta 60% Amarillo |
| Rojo Pantone 185 | 100% Magenta 100% Amarillo |

En el tríptico se bajó la intensidad del verde del fondo para lograr una mayor legibilidad, quedando 40% Cyan y 40% Amarillo.

Pantone 298

Pantone 226

Pantone 338

Pantone 185



TIPOGRAFÍA



Por los diferentes medios utilizados en la campaña se escogieron varias familias tipográficas para dar personalidad a cada medio.

Para la palabra Ayúdame e información de los carteles se utilizó la WEISACH BOLD. Para las frases la KIDS, esta tipografía parece escrita por niños, por esta razón se escogió. En el logotipo se utiliza la CUPERTINO para la palabra MECED y para el slogan la GEO SLAB 703 BOLD. Para la información del tríptico se eligió la SOUVENIR por su legibilidad en textos.

Weissach Bold

A B C D E F G H
I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W
X Y Z

a b c d e f g h i j
k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Kids

A B C D E F G H
I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W
X Y Z

a b c d e f g h i
j k l m n ñ o p q
r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



Cupertino

**A B C D E F G
H I J K L M N
Ñ O P Q R S T
U V W X Y Z**

**a b c d e f g h i
j k l m n ñ o p
q r s t u v w x
y z**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

GeoSlab703

Bold

**A B C D E F G H
I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W
X Y Z**

**a b c d e f g h i j
k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Souvenir

A B C D E F G H
I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W
X Y Z

a b c d e f g h i j k
l m n ñ o p q r s t
u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

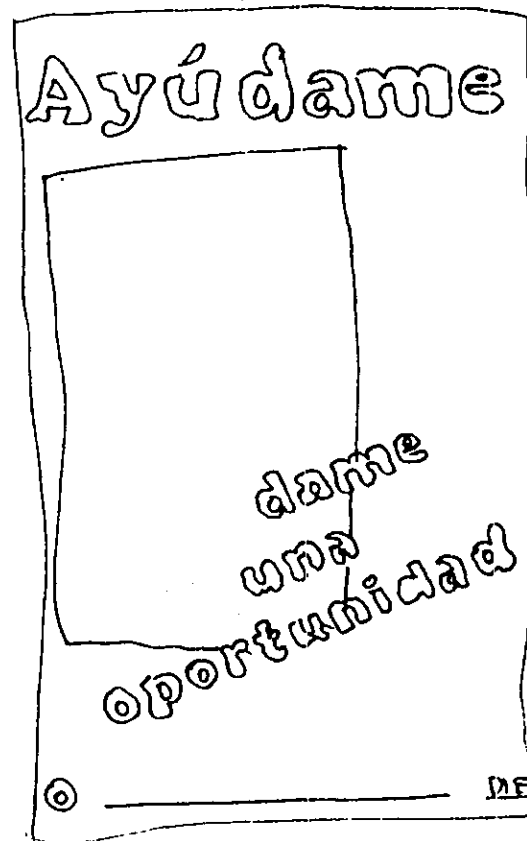
PROCESO DE DISEÑO PARA LOS CARTELES



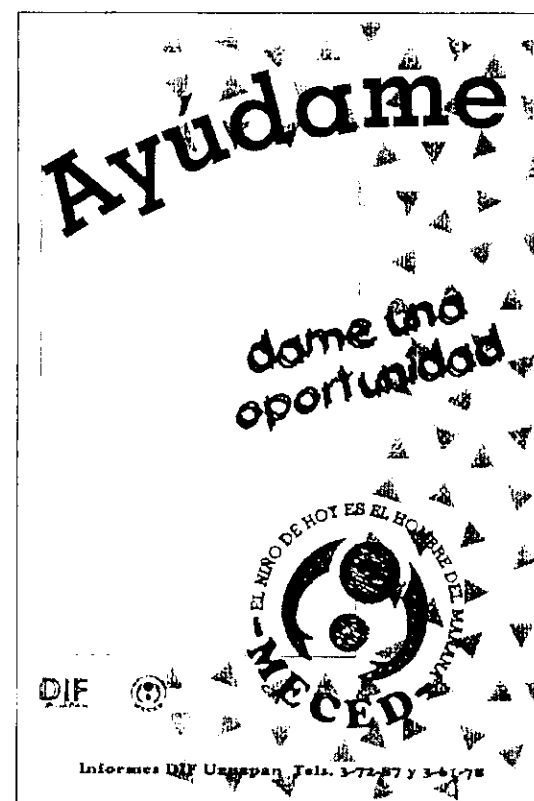
Una vez definido el Logotipo, el siguiente paso es diseñar el Cartel, en éste se debe emplear el Slogan elegido con las frases.

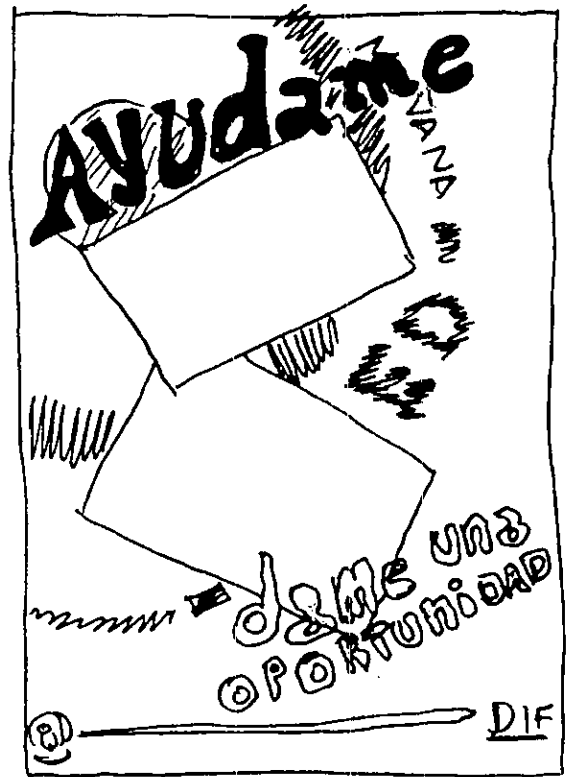
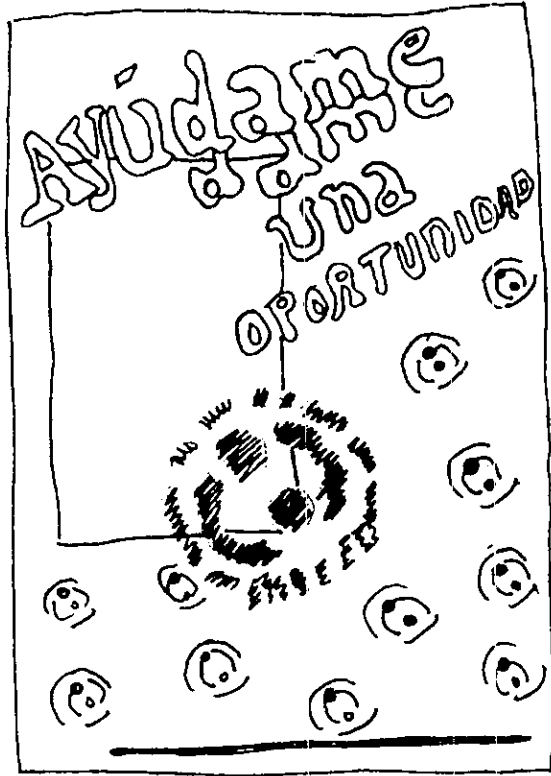
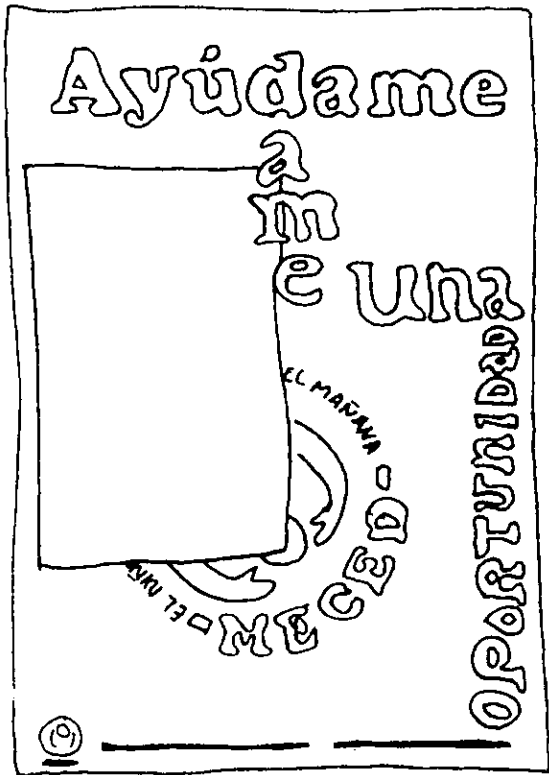
La idea principal es mostrar modernidad, impacto, pregnancia, funcionalidad y dinamismo porque debe llamar la atención del público para cumplir el objetivo.

En estos bocetos se puede apreciar el desarrollo que se siguió, aparece la palabra ayúdame y la frase con una ligera inclinación dejando ver el lugar donde se ubicarán las fotos, pero todavía no cumplía con el objetivo.



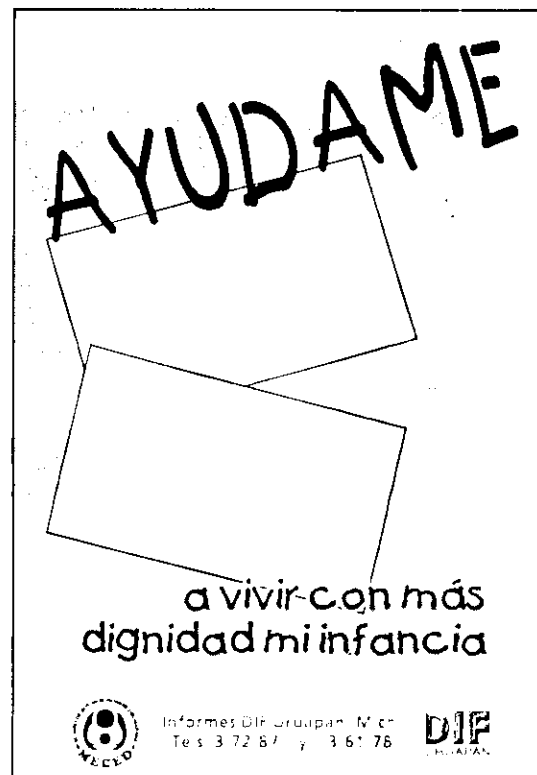
En estos bocetos se emplean fondos usando el Logotipo para que las personas se familiaricen con él, además de usar el triángulo para crear ese dinamismo, se empezó a jugar con el Slogan dándole diferentes inclinaciones y así se fue puliendo hasta llegar a la idea principal que se buscaba.







Estas otras ideas preliminares ya afinadas muestran claramente un concepto más definido, pero el problema lo presenta la tipografía y se procedió a buscar la adecuada, empezando con una fuente que parece escrita por niños, lo cual funcionó para la frase, pero no para la palabra ayúdame, porque ésta era un grito y necesitaba esa fuerza.





Finalmente quedó la fuente Weisach Bold para la palabra Ayúdame, puesto que su trazo connota fuerza y se le dió una pequeña inclinación.

100

Ayúdame

a vivir con más dignidad mi infancia

Informes DIF Uruapan, Mich.
Tels. 3-72-87 y 3-61-78

DIF
URUAPAN

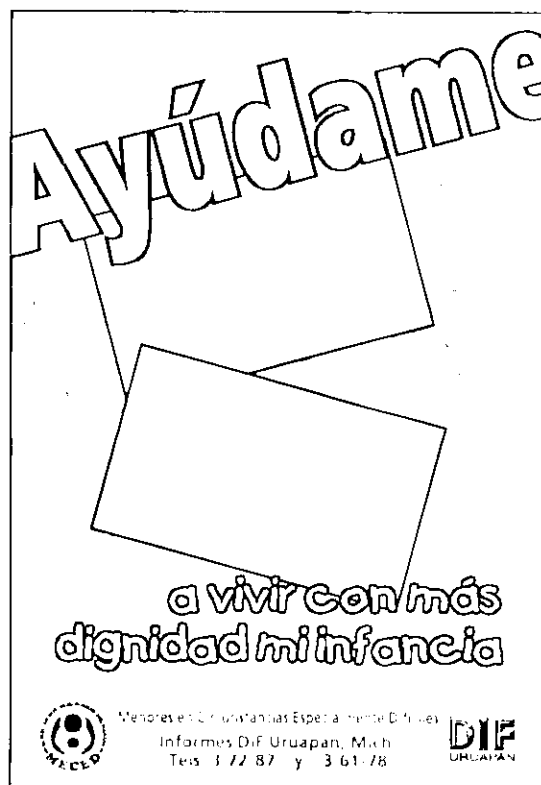
Ayúdame

dame una oportunidad

Informes DIF Uruapan, Mich.
Tels. 3-72-87 y 3-61-78

DIF
URUAPAN

Estas son las dos ideas finales que cumplen con las especificaciones.



Los otros medios de Comunicación, como el Tríptico, Anuncios de Borda, Anuncio de Prensa, están diseñados en base a la idea principal del Cartel.

CARTELES



Este medio se utiliza por ser básico para cualquier campaña promocional o de concientización social, además de estar presente en nuestro entorno visual..

Se proponen dos carteles con la finalidad de dar variedad utilizando más frases, fotografías y jugar con los colores, para que el resultado sea más atractivo para las personas sin perder unificación.

102

En el fondo se aprecia el logotipo del MECED en forma de sello, esto es para darlo a conocer y el lector lo asocie con el resto de los medios y darle mayor impacto visual, en uno se aprecia una sola foto y en el otro dos, inclinadas para dar más dinamismo, donde están realizando sus actividades cotidianas que refuerzan las frases, "dame una oportunidad" y "a vivir con más dignidad mi infancia", las cuales están con tipografía que parece escrita por niños.

La palabra **Ayúdame** es más grande, con una ligera inclinación y rebasando los márgenes para dar la sensación de que es un grito saliendo del cartel.

Tanto las fotos como las frases y la palabra **Ayúdame** tienen un filete blanco para dar mayor legibilidad evitando se mimeticen con el fondo.



TRÍPTICO

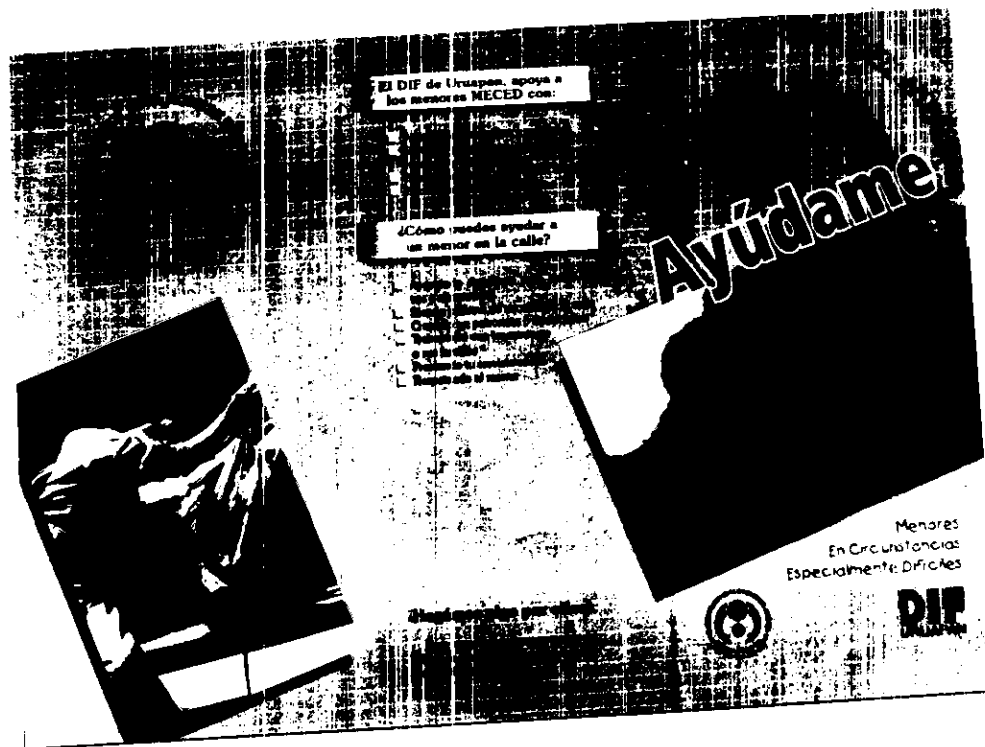


El tríptico tiene un formato oficio que nos permite una mejor composición de los bloques de texto y utilizar varias fotografías, lo cual lo hace práctico y funcional además de aprovechar al máximo el pliego de papel.

En la portada se observa el estilo del cartel para conservar la unidad de la campaña, el uso de fotografía para ilustrar las actividades que los niños desempeñan en la calle y las placas remarcadas con la información del programa. Se utilizan los mismos colores: verde, azul, magenta y rojo.

104

La retícula empleada está dividida en tres columnas para dar mejor distribución del texto y gráficos. Para la información se utiliza la tipografía SOUVENIR en altas y bajas con un interlineado de 12/15.



ANUNCIO DE PRENSA




El periódico es uno de los medios de mayor circulación y alcance, por eso se decidió usarlo en esta campaña, además de que la gente a quien está dirigida lo lee con frecuencia.

El anuncio sigue el estilo de la campaña, se utiliza la fotografía, el logotipo de fondo y la palabra Ayúdame. La información del MECED tiene el estilo del tríptico, se hace énfasis en la frase Tú puedes ayudar, aumentando el tamaño. Este anuncio va tramado en blanco y negro por los requerimientos del sistema de reproducción del periódico.

106

En la parte inferior aparece el logotipo del MECED y del DIF con los teléfonos donde se pueden informar sobre el programa.





Es un programa que desarrolla el DIF Uruapan y su propósito es atender a los menores en circunstancias especialmente difíciles, que por diferentes factores socio-familiares, económicos, culturales y a las condiciones de vida adversas realizan alguna actividad de subempleo en la calle, donde dichos niños se exponen a los accidentes viales, delincuencia, drogadicción, prostitución, homosexualismo y al abuso físico o emocional.

Tú puedes ayudar!

- Aportando donativos para becas educativas.
- Apadrinando a un niño.
- Participando en la creación de un Patronato.
- Prestando tu servicio social.

Informes DIF Uruapan, Mich.
Tels. 3 72 84 y 3 61 78



ANUNCIOS DE BARDA



Este medio es efectivo y económico, muy utilizado en campañas, principalmente políticas.

Se proponen dos anuncios de barda, para un mejor aprovechamiento de las frases, tienen el estilo de toda la campaña, a excepción de las fotografías que no pueden utilizarse y se sustituyeron por estilizaciones de personas en actitudes que refuerzan el mensaje, como es la pareja de espaldas, con un niño de fondo, en posición de desintegración. Se conserva el color y la tipografía utilizada en la campaña. El formato es horizontal de 3 x 5mt. o en su defecto adaptarlo a la barda elegida.

Ayúdame

EL NIÑO DE HOY ES EL HOMBRE DE MAÑANA
MECED

La desintegración familiar puede arrojarme a la calle

Menores en Circunstancias Especialmente Dificiles
Informes DIF Uruapan, Mich. Tels. 3-72-87 y 3-61-78

DIF



Ayúdame

Yo también quiero
ir a la escuela



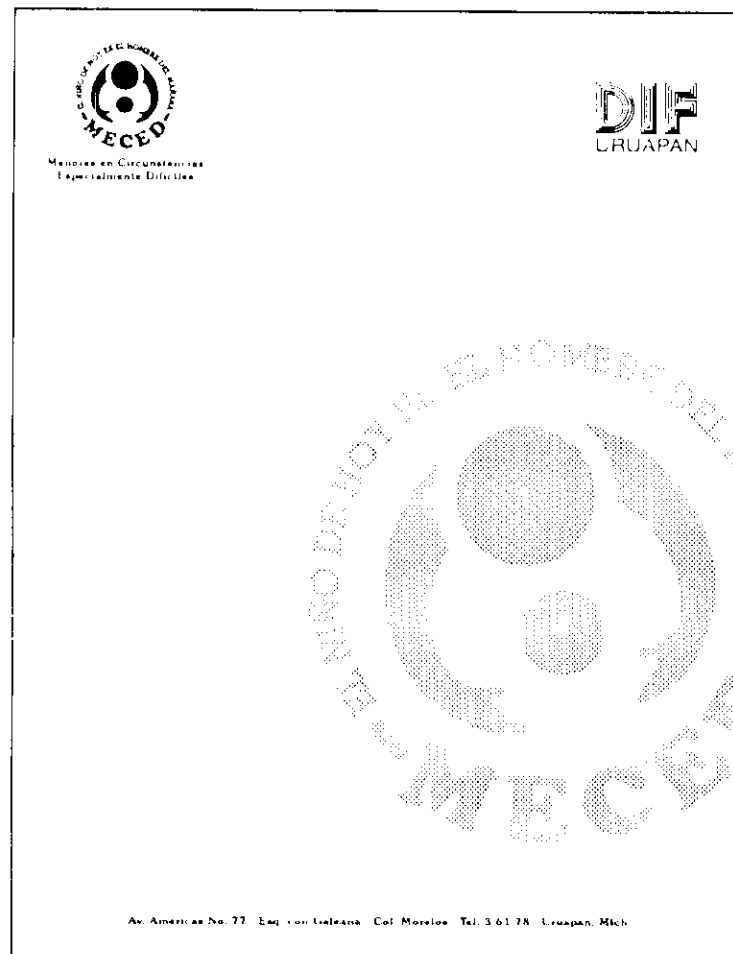
PAPELERÍA



Se consideró la papelería como indispensable para la campaña porque se enviarán cartas a las diversas empresas, solicitando apoyo para el programa, las cuales deben ir en papel membretado. Se proponen tarjeta de presentación, sobre y hoja membretados como básicos para este propósito.

En la hoja membretada se emplea el logotipo del MECED en plasta y tramado como fondo para lograr que la gente lo identifique y se familiarice con él, también se utiliza el logotipo del DIF para indicar que el MECED forma parte del él y añadiendo la información correspondiente.

28 cm




21.5 cm



El sobre membretado guarda el mismo estilo de la hoja, al igual que la tarjeta de presentación, pero en ésta no se utiliza el logotipo del MECED tramado, para evitar que se vea saturada.


9 cm

5 cm



L.T.S. Elvira Pérez P.
Coordinadora


Menores en Circunstancias
Especialmente Dificiles




Av. Américas No. 77 Col. Morelos Tel. 3 61 78 Uruapan, Mich.

110


10.5 cm



Menores en Circunstancias
Especialmente Dificiles



Av. Américas No. 77 Col. Morelos Tel. 3 61 78 Uruapan, Mich.



24 cm

SPOT DE RADIO



La radio es uno de los medios de comunicación masiva más importantes, porque abarca todo tipo de público, debido a esta característica se propone el spot de radio para dar a conocer el MECED e informar cómo la sociedad puede apoyar en la solución del problema. Se utiliza música que va de acuerdo a lo que se está hablando, mezclando risas y gritos de niños, finalizando con la frase "Ayúdame a vivir con más dignidad mi infancia" expresada por una niña, con esto se pretende llamar la atención del público y mantener la unificación de la campaña de concientización.

| TIEMPO | MUSICA | FX | CONTENIDO |
|--------|--|-------------------------|---|
| 40" | <p>I'll you be there. Michael Jackson.</p> <p>El mundo que soñé, Laura Paussini.</p> | Voces y risas de niños. | <p>El MECED, programa desarrollado por el DIF Uruapan, cuyo propósito es ayudar al menor en circunstancias especialmente difíciles te invita a que participes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -aportando donativos para becas educativas y alimenticias. -apadrinando un niño. -participando en la creación de algún patronato o fideicomiso. -prestando tu servicio social. <p>TU PUEDES AYUDAR. recuerda que "el niño de hoy es el hombre del mañana". Informes en el DIF Uruapan, a los teléfonos 37287 y 36178.</p> <p>AYUDAME A VIVIR CON MÁS DIGNIDAD MI INFANCIA. (voz de niña).</p> |

ORIGINALES MECÁNICOS



El impresor y su experiencia son determinantes para un buen trabajo de reproducción, pero gran parte de su éxito se debe a unos originales mecánicos de calidad, los cuales son básicos para lograr la buena impresión y acabado de los trabajos, por tal motivo su preparación debe ser cuidadosa y precisa, sin dejar de especificar cada paso al impresor.

112

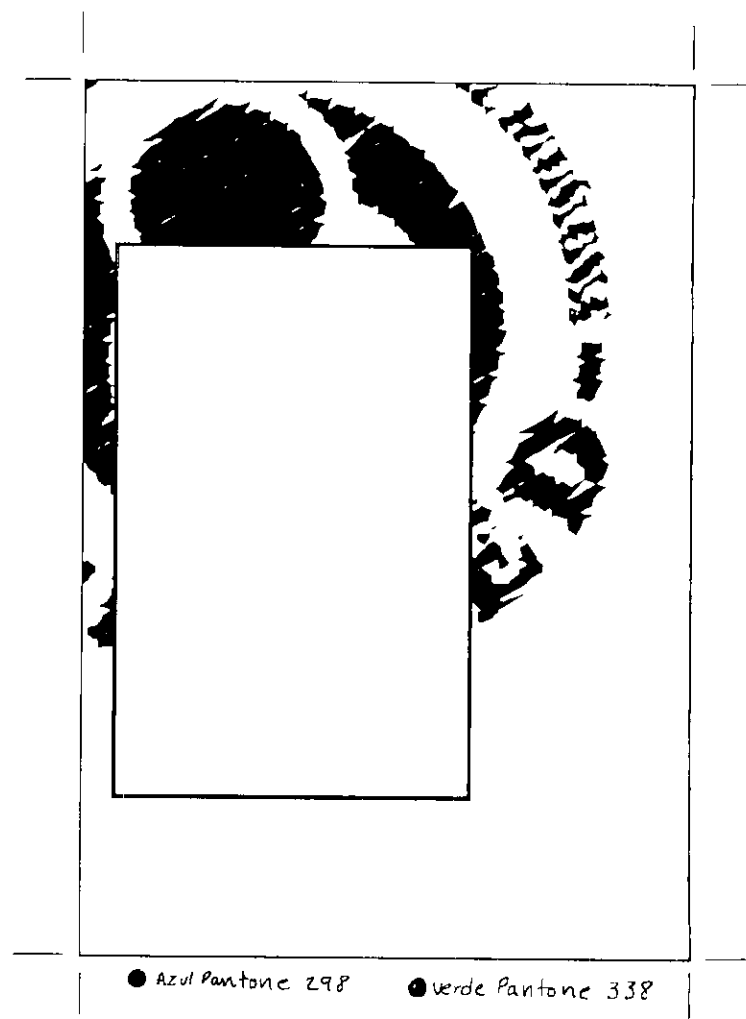
Para cada medio de comunicación impreso se requieren diferentes originales, pero todos se separan de acuerdo al número de tintas que éstos tengan.

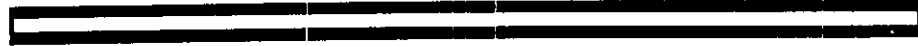
En las páginas siguientes se muestran los originales utilizados en esta campaña.



Cartel

Se separa el original en dos partes, en uno se indica el fondo y se deja espacio para las fotos con el filete blanco que llevan, y se incluye el logotipo MECED. La segunda contiene la frase y la palabra ayúdame con la información e indicaciones necesarias. La camisa se utiliza para indicar el color.





114

Ayúdame

dame una oportunidad



Menores en Circunstancias Especialmente Dífíciles
Informes DIF Uruapan, Mich.
Tels. 3-72-87 y 3-61-78

DIF
URUAPAN

● Magenta Pantone 226 ● Rojo Pantone 195

2º



● verde Pantone 339 ● Azul Pantone 298



El segundo cartel tiene las mismas partes con sus respectivas indicaciones.

2º

Ayúdame

a vivir con más
dignidad mi infancia



Menores en Circunstancias Especialmente Difíciles
Informes DIF Uruapan, Mich
Tels 3 72-87 y 3-61-78

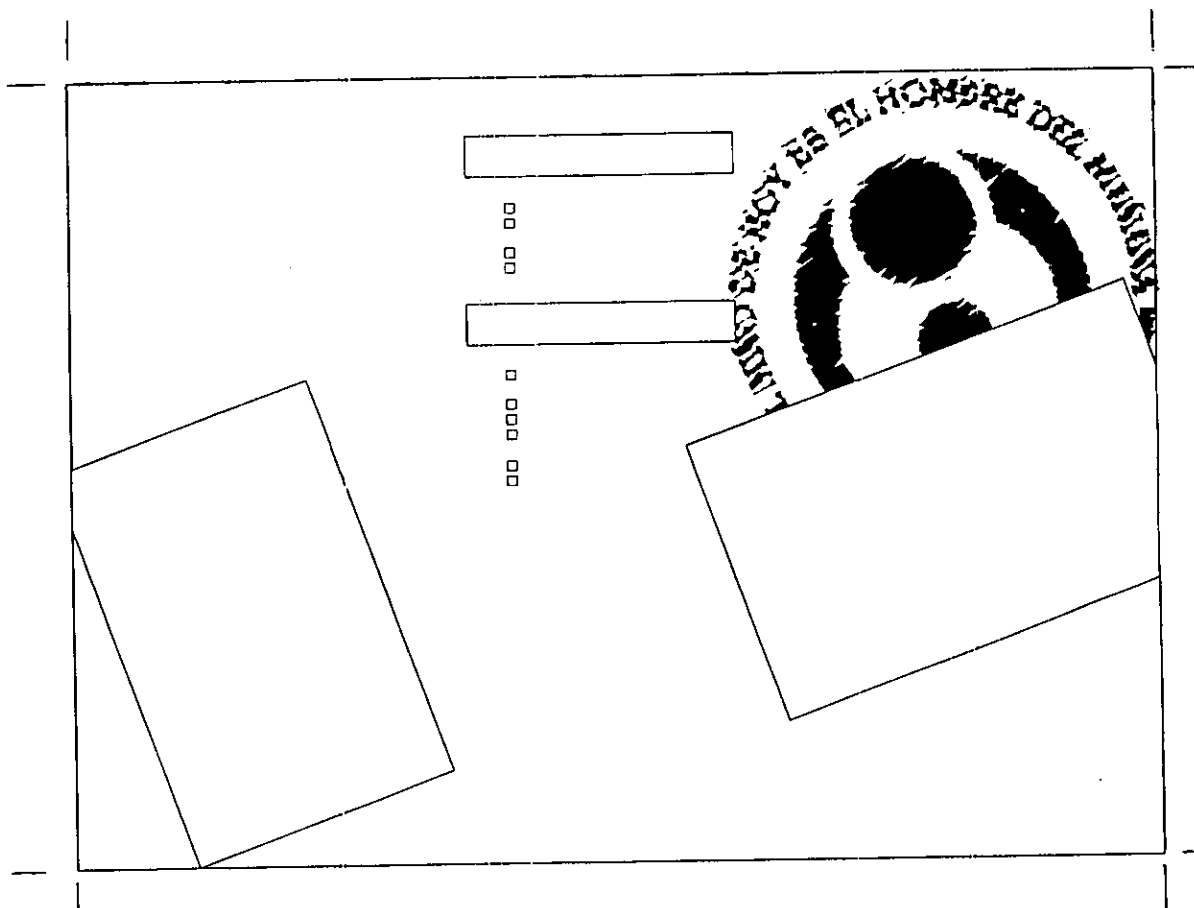
DIF
URUAPAN

● Magenta Pantone 226 ● Rojo Pantone 185



Tríptico

Para el frente se emplean dos partes. En el fondo se marcan los espacios para las fotos, además de las plecas y los gráficos que van calados. En la segunda se indica el filete de las fotos, las plecas, los logotipos y la tipografía, y una camisa para indicar el color.





El DIF de Uruapan, apoya a los menores MECED con:

- Becas para material escolar
- Becas para el pago de los recibos de agua y luz
- Becas educativas
- Becas alimentarias

¿Cómo puedes ayudar a un menor en la calle?

- Apoyando donando para becas escolares y alimentarias
- Donando papiros de un metro de la calle
- Donando un patrullero o helicóptero
- Investigando con los menores su identidad
- Trabajando la seriedad social
- Invitando a jugar

Ayúdame

¡Hagámos algo por ellos!

Para mayores informes o de al DIF de la Ciudad de Uruapan o llama a los teléfonos 3 72 87 y 1 62 78

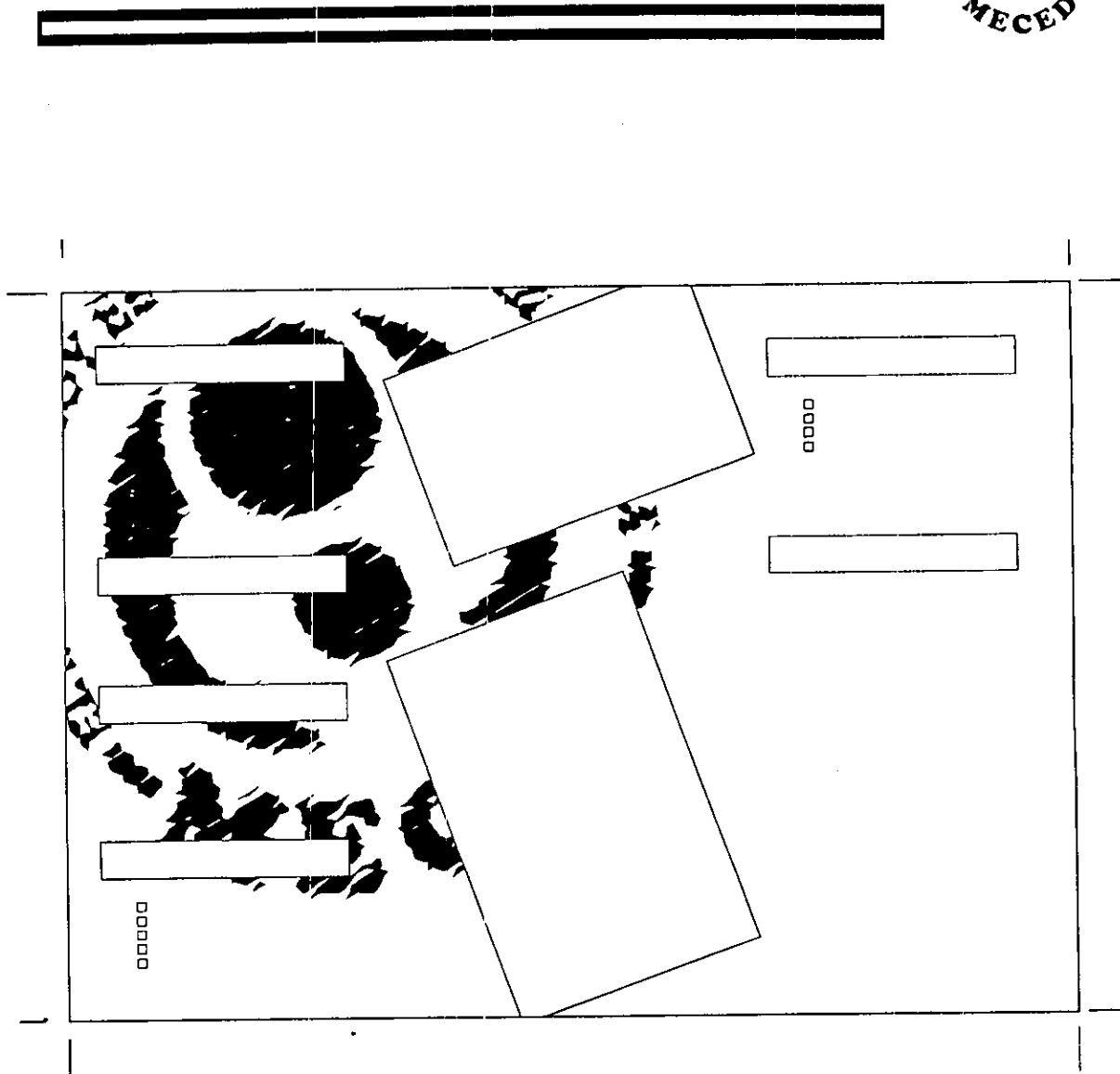


Menores
En Circunstancias
Especialmente Difíciles

DIF
URUAPAN



Para la vuelta se dividen en dos partes. En el fondo se indica el logotipo con las placas y gráficos que van calados, además del espacio para las fotografías.



En la segunda se indican los filetes de las fotografías, plectras y la tipografía, incluye una camisa para indicar el color.

¿Qué es MECED?

Es un programa que se lleva a cabo en las ciudades más importantes del país y que desarrolla EIP de manera integral, propiciando el desarrollo de niños que por factores sociofamiliares, económicos, culturales y otros, no les permite acceder a la escuela que se ven privados de una adecuada educación en la casa para obtener un beneficio estremo.

¿Cuál es su objetivo central?

Es prevenir el abandono del menor de su núcleo familiar, así como prevenir cambios en las condiciones de vida de menor, evitando

¿Qué actividades realiza el niño de y en la calle?

Se dan a conocer actividades periódicas a las que se les llama "días" y acompañarán a las actividades diarias, como: payaso, autóvata, baloncesto, etc. Se les enseñan a lavarse y a quitarse los zapatos.

Los riesgos que corre el menor en la calle son

- A. Alzamiento
- B. Delincuencia
- C. Desagregación
- D. Presencia de enfermedades
- E. Accidentes de tránsito

¿Quiénes trabajan con los menores?

- A. Los padres de niños
- B. Niños
- C. MECED
- D. Todos los anteriores

El programa se lleva a cabo a través de una red de voluntarios y técnicos involucrados en el trabajo social.

¿Cómo funciona el programa?

**Primera vertiente
Atención a niños en la calle**

Al ser un programa de atención y de prevención de los niños en la calle, se realizan actividades de tipo "días" como: payaso, autóvata, baloncesto, etc. Se les enseñan a lavarse y a quitarse los zapatos.

**Segunda vertiente
Atención a familias**

En esta vertiente se atiende al menor y a través de un equipo de trabajo en las zonas rurales se les atiende en la escuela de niños a la que pertenecen, para que se les enseñen a lavarse y a quitarse los zapatos.

**Tercera vertiente
Coordinación en el consejo**


Se realiza un trabajo de coordinación con los padres de los niños que pertenecen a las zonas rurales, para que se les enseñen a lavarse y a quitarse los zapatos.



Anuncio de Prensa

Se utiliza un solo original, armado a tamaño real, con todos los gráficos e información, incluyendo la fotografía; no requiere separación por ser a una sola tinta.

120




Ayúdame
EL MECED

Es un programa que desarrolla el DIF Uruapan y su propósito es atender a los menores en circunstancias especialmente difíciles, que por diferentes factores socio-familiares, económicos, culturales y a las condiciones de vida adversas realizan alguna actividad de subempleo en la calle, donde dichos niños se exponen a los accidentes viales, delincuencia, drogadicción, prostitución, homosexualismo y al abuso físico o emocional.

Tú puedes ayudar!

- Aportando donativos para becas educativas.
- Apadrinando a un niño.
- Participando en la creación de un Patronato.
- Prestando tu servicio social.

 Informes DIF Uruapan, Mich.
Tels. 3 72 84 y 3 61 78

DIF
URUAPAN



Papelería

Para la hoja membretada, el sobre y la tarjeta de presentación se requiere de un original para cada uno, porque las tintas no se tocan.





Menores en Circunstancias
Especialmente Dificiles

DIF
URUAPAN

Av. Américas No. 77 Col. Morelos Tel. 3 61 78 Uruapan, Mich.



122

● Azul Pantone 295

Trama al 10%

● Rojo Pantone 185



L.T.S. Elvira Pérez P.
Coordinadora

**Menores en Circunstancias
Especialmente Dificiles**

DIF
URUAPAN

Av. Américas No. 77 Col. Morelos Tel. 3 61 78 Uruapan, Mich.

● Azul Pantone 295

Reducir 100%

● Rojo Pantone 185

PRESUPUESTOS



El costo de reproducción para los medios de comunicación que se emplearán en esta campaña son los siguientes:

Cartel

En lustrolito blanco de 66.5 kg.
500 unidades \$3,168.00
1000 unidades \$3,675.00
1500 unidades \$4,171.00

124 Tríptico

En lustrolito blanco de 66.5 kg.
1000 unidades \$4,351.00
2000 unidades \$4,590.00
3000 unidades \$5,090.00

Anuncio de Prensa

12 x 18 cm.
\$756.00 diarios más IVA
Cada 8 días 15% de descuento.
Cada 3 días 20% de descuento.

Spot de Radio

40"
Radio Moderna \$32.20 cada uno.
Radio Festival \$18.00 cada uno más IVA.
\$150.00 por la producción.

Anuncio de Barda

\$15.00 por metro.

Papelería

Hojas membretadas bond blanco 36 kg.
500 \$221.00
1000 \$296.00
2000 \$462.00

Sobres membretados bond blanco 67 kg.
500 \$364.00
1000 \$581.00

Tarjetas de Presentación en opalina

| | |
|-----|----------|
| 100 | \$417.00 |
| 200 | \$452.00 |
| 500 | \$551.00 |

Este presupuesto se realizó en Julio de 1997, por lo que puede aumentar posteriormente.

CONCLUSIONES



Terminada la campaña de concientización se concluye que el trabajo del Diseñador Gráfico es esencial dentro de la comunicación e interpretación gráfica, sirviendo a las necesidades sociales, políticas, culturales y deportivas de una comunidad. Generalmente la falta de información es la que no permite la solución de problemas, pero el hecho de enviar información con medios equivocados resulta contraproducente.

Es por eso que para tratar de solucionar el problema de los niños de la calle se debe informar a la sociedad con los medios efectivos para cumplir con el objetivo fijado. Con esta campaña no se pretende solucionarlo, pero sí es seguro que los niños en la calle disminuirán considerablemente después de la realización de esta campaña.

ENLISTADO DE FOTOGRAFÍAS



- Página 32 **"La Porción Olvidada de la Niñez"** *García Durán Alejandro.*
- Página 34 Tesis **"Diseño de la Revista la Gran Familia"** *García Gutiérrez Jesús .*
- Página 49 Superior Derecha **"Revista Origina"**, Inferior Derecha **"Biblioteca del Diseño Gráfico tomo I"**.
- Página 50 **"Biblioteca del Diseño Gráfico tomo I"**.
- Página 52 Inferior Izquierda **"La Creación de Bocetos Gráficos"** *Swan Alan G.G*, Superior e Inferior Derecha **"Biblioteca del Diseño Gráfico tomo 2"**.
- Página 53 Inferior Derecha *Lipson-Alport-Glass & Associates*, Superior Derecha *Estudio de Diseño B.E.P Design Group*, Inferior Izquierda *Anton Corbijn*, **"Packaging"** G.G.
- Página 54 *Pérez Ñiko, Antonio* **"Tercera Bienal Internacional del Cartel"**.
- Página 55 *Lex Drewinski* **"Segunda Bienal Internacional del Cartel"**.
- Página 57 *Illan Claven, Francisco* **"Segunda Bienal Internacional del Cartel"**.
- Página 60 Folleto Informativo **"Escuela de Idiomas Internacionales"**.
- Página 69 Derecha *MoldArt Diseño Industrial*, Izquierda *Medina Mora Laura*, **"Revista a! # 24"** May-Jun. 1996.
- Página 70 Derecha e Izquierda **"Biblioteca del Diseño Gráfico Ilustración 2"**

BIBLIOGRAFÍA



- **Revista del Consejo Nacional Técnico de la Educación** No. 21, Luis Alvarez Barret.
- **Niños privados de un Medio Familiar Normal**, ONU Humanitas 1982.
- **ISTMO Revista del pensamiento actual** No. 201, Bogdan L. Ivan.
- **Antología psicológica del Desarrollo Infantil**, C.C.H. UNAM.
- **Revista Trabajo Social** No. 15, Nora Westrup Velasco 1983.
- **Cuaderno Estadístico Municipal**, INEGI 1993.
- **Manual de Psicología Infantil** Vol. I, Bárbara M. Newman, ECYT. S.A.
- **Revista Acción Crítica** No. 20, Dora Ugarte y María Cecilia Tobón 1986.
- **Psicología del Desarrollo de la Infancia a la Adolescencia**, Diana E. Papalia, Mc Grawhill 1993.
- **Trabajo Social, el niño y su familia**, tesis Trabajo Social.
- **Crecimiento y Desarrollo del niño**, Ernest Watson.
- **Desarrollo de la personalidad en el niño**, Mussen Paul Henry.
- **Lineamientos para la organización y operación del programa MECED**, Boletín del DIF Nacional 1987.
- **La porción olvidada de la niñez mexicana**, Alejandro García Durán.
- **Revista Encuentro Emprendedor** No. 6, Anzola Rojas Sérvulo.
- **Tesis Diseño de la revista la Gran Familia**, García Gutiérrez Jesús.
- **Revista Universitaria UNIVA** no. 25, Ago-Dic 1996, Francisco J. Valadez Toscano.
- **El Cotidiano** No. 63 Jul-Ago 1994.
- **Revista Intercontinental de Psicología y Educación** No. 1, Mónica Permuy López.
- **Haga usted mismo su Diseño Gráfico**, Hermann Blume.
- **Introducción al Diseño Gráfico**, Peter Bridgewater.
- **Guía del Diseño Gráfico para Profesionales**, Simon Jennings.



-
- **Tesis Campaña contra la Drogadicción en los Jóvenes de Uruapan**, Sergio de la Cruz Maldonado.
 - **Publicidad en los Medios Impresos**, Raúl Ernesto Beltrán y Cruces.
 - **La selección de Medios Publicitarios**, Harvey R. Cook.
 - **Publicidad**, William H. Antrim.
 - **La publicidad**, Douce Jacques.
 - **Bases del Diseño Gráfico**, Alan Swann.
 - **Comunicación Gráfico**, Arthur T. Tumbull.
 - **Fundamentos de Diseño**, Wucius Wong.
 - **Guía completa de Ilustración y Diseño**, Terence Dalley.
 - **Arte y Técnica de Impresión**, Fernando Laborderie.