



UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

"EDUCACIÓN PARA LA VIDA FAMILIAR"

"Ser Padre es un compromiso de amor y para siempre"

ANDREA MARÍA CUELLAR PELAEZ

Guatemala 18 de julio de 2,009



UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

"EDUCACIÓN PARA LA VIDA FAMILIAR"
"Ser Padre es un compromiso de amor y para siempre"

ANDREA MARÍA CUELLAR PELAEZ

Guatemala 18 de julio de 2,009



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

"EDUCACIÓN PARA LA VIDA FAMILIAR"

"Ser Padre es un compromiso de amor y para siempre"

Presentada al Consejo Directivo de la

Facultad de Arquitectura y Diseño

por

ANDREA MARÍA CUELLAR PELAÉZ

Al conferírsele el título de

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Guatemala 18 de julio de 2009

Erika Grajeda
Licenciada en Diseño Grafico

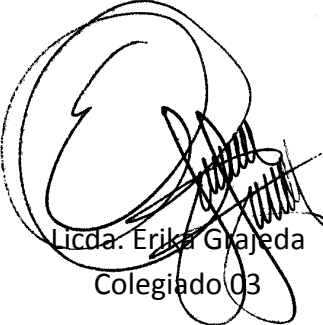
Guatemala, 15 de mayo de 2009

Señores
Facultad de Arquitectura y Diseño
UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Presente

Estimados Señores:

Sirva la presente para comunicarles que he asesorado y revisado el trabajo de tesis titulado "EDUCACIÓN PARA LA VIDA FAMILIAR", en el cual se desarrolla el proyecto propuesto por la alumna Andrea María Cuellar Peláez, correspondiente a la facultad de Arquitectura. Lo encuentro satisfactorio y listo para ser presentado.

Atentamente,



Licda. Erika Grajeda
Colegiado 03



UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

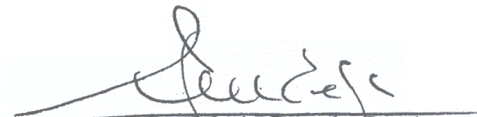
Guatemala, 29 de mayo de 2009

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **ANDREA MARÍA CUELLAR PELAEZ**, la impresión de su tesis titulada:

***“EDUCACIÓN PARA LA VIDA FAMILIAR
“Ser Padre es un compromiso de amor y para siempre”***

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico en
Comunicación y Publicidad.



Arq. Ana María Cruz de García
Decana Facultad de Arquitectura y Diseño

AGRADECIMIENTO

Primero que todo agradezco a Dios por esta vida,
a mi mamá Lisseth por su amor incondicional, su apoyo y por ser siempre mi mejor ejemplo a seguir,
a mis catedráticos por sus conocimientos, motivación y consejos,
en especial a la Licda. Marleen Campbell.

DEDICATORIA

Le dedico esta tesis con todo mi amor:

A mi mamá Lisseth porque toda mi vida ha luchado por mí y mis hermanos,
y todo lo que hace es pensando en nosotros y en nuestro futuro,
a mi papá Enrique por su amor y apoyo,
a mis hermanos Alejandro y Sebastián, por su amor y motivación,
a mi amiga Claudia, por su cariño, por su ayuda y por enseñarme que
en la universidad pude encontrar a una buena amiga,
pero una hermana para toda mi vida.

INDICE GENERAL

	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	i
1. REPÚBLICA DE GUATEMALA	1
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PAÍS	1
1.2. DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA	2
1.3. DESCRIPCIÓN DEL MUNICIPIO	4
2. FAMILIA	6
2.1. LA FAMILIA	6
2.2. INTEGRANTES DE LA FAMILIA	7
2.3. EL AMBIENTE FAMILIAR AFECTA EN EL DESARROLLO DE LOS HIJOS	10
3. MATERIAL DIDÁCTICO	12
4. MARCO METODOLÓGICO	14
4.1. MÉTODO DEDUCTIVO	14
4.2. UNIVERSO O POBLACIÓN	14
4.3. MUESTRA	15
4.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	15
4.5. PROCEDIMIENTO	16
5. ANÁLISIS DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	18

5.1 ENCUESTAS	19
5.1.1 Gráficas	31
5.1.2 Analisis de las encuestas	33
5.2 ENTREVISTAS	34
CONCLUSIONES	37
RECOMENDACIONES	38
6. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	39
6.1 PLANTEAMIENTO DE LA NECESIDAD DE DISEÑO	39
6.2 OBJETIVO DE DISEÑO	39
6.2.1 Objetivo General	
6.2.2 Objetivos Específicos	40
6.3 GRUPO OBJETIVO	40
6.3.1 Grupo Objetivo Primario	40
6.3.1.1 Grupo Primario	40
6.3.1.2 Grupo Secundario	40
6.3.2. Descripción Geográfica	40
6.3.3. Descripción Demográfica	40
6.3.4. Descripción Antropológica	41
6.4 CLIENTE	42
6.4.1 Asociación Familia Hoy	42

6.4.2 Imagen Gráfica actual	42
6.4.3 Posicionamiento	43
6.4.4 Área de Cobertura	43
6.4.5. Recursos Financieros	43
6.5 CONCEPTUALIZACIÓN	44
6.5.1. Proceso de Conceptualización	44
6.5.2 Descripción de la propuesta Gráfica	49
6.5.3 Tono de comunicación	52
6.6 ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN	53
6.7 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	59
6.7.1 Proceso de bocetaje	59
6.7.2 Validación	123
6.7.3 Propuesta Final y Fundamentación	130
6.8 PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN	153
6.8.1 Selección de medios	153
CONCLUSIONES	158
RECOMENDACIONES	159
GLOSARIO	160
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	162
ANEXOS	166

INDICE DE ILUSTRACIONES

GRÁFICAS

	PÁGINA
1. ¿Vive usted con ambos padres?	20
2. ¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que es la mayor causa de los problemas en la familia?	21
3. ¿Cree que inculcar a niños y adolescentes un concepto de lo que es la familia y los valores que tiene, ayude a prevenir situaciones problemáticas en las futuras familias?	23
4. ¿Cree que los valores en la familia se han perdido con el tiempo, y en la actualidad ya no tienen tanta importancia?	24
5. ¿Considera que una buena comunicación entre padres e hijos, ayuda a que la familia se mantenga unida?	26
6. ¿Cree que los adolescentes tienen poco conocimiento en cuanto a las responsabilidades que conlleva el traer hijos al mundo?	27
7. ¿Usted conoce campañas en donde se trate el tema de la educación familiar?	29
8. ¿Cree que es importante tratar el tema de la educación familiar en sus diferentes áreas?	30
9. ¿Qué medio de comunicación preferiría usted para recibir información sobre la educación familiar?	32

TABLAS

1. ¿Vive usted con ambos padres?	21
2. ¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que es la mayor causa de los problemas en la familia?	22
3. ¿Cree que inculcar a niños y adolescentes un concepto de lo que es la familia y los valores que tiene, ayude a prevenir situaciones problemáticas en las futuras familias?	23
4. ¿Cree que los valores en la familia se han perdido con el tiempo, y en la actualidad ya no tienen tanta importancia?	24
5. ¿Considera que una buena comunicación entre padres e hijos, ayuda a que la familia se mantenga unida?	25
6. ¿Cree que los adolescentes tienen poco conocimiento en cuanto a las responsabilidades que conlleva el traer hijos al mundo?	27
7. ¿Usted conoce campañas en donde se trate el tema de la educación familiar?	28
8. ¿Cree que es importante tratar el tema de la educación familiar en sus diferentes áreas?	30
9. ¿Qué medio de comunicación preferiría usted para recibir información sobre la educación familiar?	31
10. Procedimientos de conceptualización	44
11. Tabla de contenido grafico	51
12. Tabla de Medios y Formas	54

MAPAS

PÁGINA

1. Mapa de Guatemala
2. Departamento de Guatemala

1

3

INTRODUCCIÓN

En Guatemala, existen varias organizaciones que velan por el bienestar de la familia tanto en salud mental como física, por la educación en la que se divide o la información tanto para niños como para padres, en cuanto a la forma correcta e integral de formar y mantener una familia.

Dentro de las organizaciones no gubernamentales se pueden encontrar a la Asociación Familia Hoy, la cual se encarga de promocionar el bienestar y desarrollo de la familia.

Debido a la mala información que se recibe desde la niñez o la adolescencia del concepto y valor de la familia y matrimonio, se puede mencionar el alto índice de divorcios o separaciones que se llevan a cabo en la actualidad, por ejemplo en España para el año 2,000 se registraron 38,973 divorcios y 63,430 separaciones y las cifras siguen creciendo.¹

Por otro lado, debido a la falta de educación y conocimiento en esta área, según el Instituto Nacional de estadísticas, INE, Guatemala se ubica en el tercer renglón a escala mundial de los países con mayor índice de divorcios, seguido por Costa Rica y superado únicamente por Estados Unidos e Inglaterra.

En Guatemala, la mayoría de las parejas se casan cuando recién han cumplido los 20 años de edad. El INE registra que la edad favorita para casarse de los habitantes de este país es entre los 20 y 24 años. Así las cosas, las autoridades

¹ GONZÁLEZ, Martín Begoña. *Divorcio y separación*, Madrid: Editorial Acento, 2003.

judiciales temen que el número de divorcios siga creciendo. Apenas en dos meses, el número de divorcios que tramitan los juzgados es de 300.²

La familia está formada por los padres de familia y los hijos, no son elementos separados, sino, se complementan, creando así un núcleo familiar, en donde siempre debe estar presente Dios, el amor, el compromiso, la colaboración, el tiempo, la armonía, la responsabilidad, el interés y la dedicación, entre otras.

En distintas publicaciones de libros, revistas o periódicos nacionales como internacionales, se puede observar que las personas poco a poco se pierde el concepto y el valor de lo que es una familia; no saben en que momento empiezan a ser padres, la importancia de la comunicación sobre el tema de formar una familia en una pareja o se preguntan cuál es la manera correcta de educar a sus hijos, cuando estos ya están presentes.

Al tomar la cita de un libro del Doctor Ortega “...se inicia la vida matrimonial sin haber siquiera intentado –en la mayoría de los casos- dialogar al respecto de los posibles hijos que se tendrán”³, mencionando que un 80% de las personas en alguna época de su vida sueñan con tener hijos, en llegar a ser padre o madre; no se intenta decir que desde la época del noviazgo las personas deben planificar los hijos que estos como pareja pueden llegar a tener, si no que, al momento del enamoramiento y la idea de la pareja, se busca el alma gemela con la cual se desea compartir la vida, (lo que trae consigo la formación de una familia) pero muchas veces el pensamiento, la ilusión y la planificación se queda en dos, y no se plantean en que los pensamientos acerca de la familia pueden coincidir o no, por ejemplo, en la prontitud o no tenerlo, en cuantos

² Fecha de consulta: 11 de Junio de 2007, Disponible en <http://www.cimac.org.mx/noticias/00feb/00022809.html>

³ ORTEGA L., Dr. Felipe de J. “Aprendiendo a ser papá y mamá”, Guatemala: Grupo Editorial Ocaña, Agosto 2004. Página 35

desean tener, a qué intervalos, cómo los criarán, etc., y este tema en muchas ocasiones se empieza a abordar al momento del primer embarazo, en donde los futuros padres pueden decidir ceder para complacer ciertas actitudes del cónyuge, pero esto es temporal, ya que no muestran los verdaderos sentimientos y pensamientos de alguno de los dos, por lo que es importante tratar el tema en el momento correcto, al citar nuevamente al Doctor Ortega, ... “Y precisamente es el advenimiento de los hijos (sobre todo del primero), el que provoca cierto distanciamiento, a veces grande, entre la pareja”.

Otro de los temas de mucha importancia y de los más complejos es la falta de compromiso, del cual se deriva el divorcio o la separación entre las parejas, que al mismo tiempo afecta de manera muy fuerte a los hijos, si no se sabe manejar. En algunos casos los matrimonios jóvenes o no tan jóvenes, no poseen ese nivel de madurez suficiente y al momento de enfrentar algún obstáculo o problema dentro del matrimonio, buscan la salida fácil, en vez de luchar por su matrimonio, por su familia y por sus hijos.

Al momento de abordar el tema de la separación, es muy importante detenerse a pensar en las repercusiones que éste tiene para con los hijos, esto hace reflexionar en buscar una solución para no llegar a tal extremo, el problema es que las personas desconocen el gran impacto que este trae a los niños, a lo largo de toda su etapa de crecimiento, desarrollo y en la edad adulta, donde muchas veces se poseen resentimientos, culpas, mala información, prototipos, y formar así patrones, lo cuales pueden repetirse por generaciones.

La importancia del estudio de este problema se debe a que muchas personas en su edad adulta manifiestan ciertos patrones, actitudes o reacciones, los cuales se derivan de su niñez, y de la situación buena o mala que vivieron como parte de una familia.

Al momento en que un hombre y una mujer deciden unirse y conocerse, dependiendo del nivel de compromiso en que ellos se encuentren, buscan una vida futura juntos, por lo que es importante que se tenga una información directa, concisa y real, de lo que esta unión va a traer consigo, los cambios que cada uno va a tener en su vida, y lo que esto puede afectar, por lo tanto es necesario detenerse a pensar y planificar, sin excluir por ningún motivo, la posibilidad de tener hijos y formar una familia.

El niño y adolescente dentro de una familia debe sentirse querido, apoyado, integrado y con obligaciones y derechos, pero esto es deber de los padres, a esto es a lo que se le llama una paternidad responsable, en donde los educadores tomen su papel como prioridad y tengan presente la importancia de guiar a sus hijos por el buen camino y sobre todo en esta etapa tan difícil de la vida, como lo es la adolescencia. Algunos adolescentes no gozan de este derecho, porque muchas veces los padres no saben cómo brindarles a los hijos una familia con estas características, ya sea por falta de información, por ignorancia, inmadurez y falta de compromiso, etc.

Por consiguiente, se encuentra una necesidad más en Guatemala, en una de las partes esenciales como es el núcleo de la sociedad, la familia, por lo tanto, se confirma la importancia de brindar a las personas que forman familias guatemaltecas, información relevante, lo cual beneficiará a su desarrollo integral, y buscar así el bienestar, tanto personal, como familiar y el de las nuevas generaciones que serán sus hijos.

I. REPÚBLICA DE GUATEMALA

I.1 DESCRIPCIÓN DEL PAÍS

La república de Guatemala está situada en el centro del continente americano, entre los 14 y 18° de la latitud y los 88 y 92° de la longitud oeste. Es el más septentrional de los países centroamericanos, está ubicado en el extremo Nor-occidental de la región y limita al Norte y al Oeste con México; al Este con Belice, el mar Caribe, Honduras y El Salvador; y al Sur con el océano Pacífico.

Con sus 108,889 km², Guatemala es el tercer país de Centroamérica, después de Nicaragua y Honduras. Sin embargo, en número de población, con 11, 237,196 habitantes (censo de 2002), ocupa el primer lugar. Su capital es la ciudad de Guatemala (el nombre original es Guatemala de la Asunción), con 942, 348 (censo de 2002), y constituye también la ciudad más grande de Centroamérica.⁴

Guatemala se divide en 8 regiones: metropolitana, norte, nor-oriente, sur-oriente, central, sur-occidente, nor-occidente y Petén, las cuales se dividen en diferentes departamentos cada una, los cuales se describirán posteriormente. La población urbana, la que vive en ciudades es de un 71% y la población rural, la que vive en aldeas, fincas y caseríos es de un

Mapa 1
Guatemala, Guatemala



Fuente:
<http://www.visitinglatinamerica.com>

⁴ INE, Información de Lugares poblados con base en el XI censo de población y VI de habitación 2002

29%. En la población de la ciudad de Guatemala, se encuentran personas con diferentes características, necesidades, nivel de educación, formas de vivir, entre otras.

En el área de educación se puede mencionar que entre las mujeres el analfabetismo asciende al 70% y entre las mujeres indígenas al 90%. Muchas personas no han tenido la oportunidad de asistir a una institución educativa, existen personas que no se han inscrito nunca a una escuela, otros solo han podido cursar el nivel pre-primario, o solo el nivel primario, no todos han podido cursar ciertos grados obteniendo un diploma de nivel medio, una pequeña parte ha tenido estudios universitarios y la minoría ha obtenido un diploma o título universitario. Programas como PRONADE están diseñados para reducir a corto plazo estas brechas educacionales.

I.2 DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

La ciudad de Guatemala está dividida en diferentes zonas, donde el mayor porcentaje de personas se encuentran en la zona dieciocho, seguido por la zona siete, donde se obtiene un total de 942,348 habitantes.

La edad es considerada un gran período de tiempo en que, desde distintos puntos de vista, se considera dividida la historia de una persona, son sus años de vida. En el rango de cero a veintinueve años, se puede observar que la edad de los veinte a los veinticuatro posee el más alto índice de personas que conforman la población de la ciudad de Guatemala. En el siguiente rango de edades, se encuentra que el mayor índice está en las edades de los treinta a los treinta y cuatro, sin embargo, al referirse a todas las edades juntas, predominan los pobladores que se ubican entre los veinte y veinticuatro años de edad.

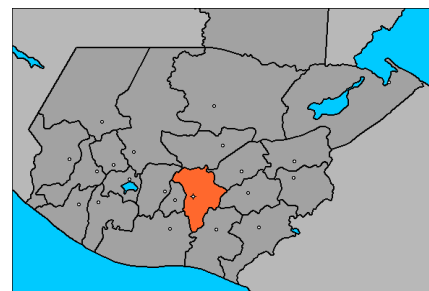
En cuanto al género, entendiéndose femenino y masculino, se encuentra que el mayor número de hombres y mujeres están en la zona dieciocho, con una población total de 198, 850 habitantes, siendo esta la zona más habitada.

Muchos autores para describir las características étnicas de Guatemala, relacionan lo étnico con la lengua, entendiéndose que un grupo étnico, es la población que habla un mismo idioma. En Guatemala hay 24 idiomas, hay por lo tanto 24 grupos étnicos, pero enfocándose en la ciudad de Guatemala, se pueden mencionar que 888,852 habitantes hablan la lengua ladina, 52,332 hablan maya y 8,097 hablan otra lengua, estos son los tres primeros puestos para la ciudad de Guatemala.⁵

El sistema de educación del país tiene dos grandes componentes, el centralizado y el descentralizado. Del primero participan entidades estatales y privadas. El sistema centralizado comprende cuatro niveles educativos: pre-primario, primario, medio y superior. El Ministerio de educación (MINEDUC) es el órgano rector de la educación centralizada de Guatemala, tanto estatal como privada, en sus niveles pre-primario, primario y medio. Además, direcciones respectivas de estos niveles, hay Jefaturas de Educación Física, Educación Estética, Educación Musical, etcétera. La educación superior estatal es regida por la Universidad de San Carlos de Guatemala y la educación superior privada por el Consejo de Enseñanza Privada del país. Algunas de las carreras universitarias más tradicionales en Guatemala son Derecho, Economía, Contaduría Pública y Auditoría, Medicina, Odontología, Farmacia, Arquitectura, entre otras.

⁵ Ibidem

Mapa 2
Departamento de Guatemala



Fuente:
<http://www.luventicus.org/mapas/guatemala/guatemala>

Las organizaciones que ayudan a las educación de Guatemala son el Comité Nacional de Alfabetización (CONALFA), que trabajan conjuntamente con una red de organizaciones no gubernamentales (ONGs), Programa Nacional de Desarrollo de la Educación (PRONADE), Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), la Escuela de Administración Municipal (ECAM) y el Instituto Técnico de Capacitación (INTECAP).⁶

I.3 DESCRIPCIÓN DEL MUNICIPIO

La capital de Guatemala se encontró por doscientos años en otra localidad, en la cercanía de tres volcanes, el cual era propenso a los temblores de la tierra, pero en el año 1773, hubo un terremoto que destruyó la mayor parte de la ciudad, por lo tanto, se tuvieron que trasladar a la Nueva Guatemala de la asunción como se le llamó al nuevo asentamiento. No pasó mucho tiempo para que las edificaciones de la nueva capital comenzaran a crecer, ya no fueron tan grandes, ni imitadas como se hacía antes, pero si fueron hermosas y prácticas obras de arte. La ciudad capital está situada en el municipio de Guatemala, la ciudad capital limita con los siguientes municipios vecinos: Chinautla, San Pedro Ayampuc, Mixco, Villa Canales, Santa Catarina Pinula y Palencia. El área aproximada es de 125 Km², y el número de habitantes para la ciudad capital se calcula que está entre los 2 541 581 habitantes, según el censo realizado en 2002.

La capital está dividida en 20 zonas, la numeración de las zonas va en espiral. Por lo tanto, las zonas más antiguas están en el centro. Las carreteras principales van de la ciudad capital a los municipios de Chinautla, San Juan Sacatepéquez, Mixco, Amatitlán y San José Pinula.

⁶ Enciclopedia de Guatemala Océano, Vol. 2, España: Grupo editorial Océano. 1999 p. 244

En la ciudad de Guatemala se cuenta con un nivel de educación más completo que en otros municipios o departamentos del país, ya en la capital se encuentran instituciones del sector público y privado, universidades, centros de estudios especializados, centros de estudios que se concentran específicamente en algún área, etc. También la sede encargada de la educación se encuentra en la capital, el Ministerio de Educación.

En algunas instituciones se trata el tema de la educación familiar, el CIF, entre otras, sabiendo que es un tema muy importante ya que la familia es el núcleo de la sociedad.

2. FAMILIA

2.1 LA FAMILIA

Se han desarrollado diferentes teorías sobre la evolución de las estructuras familiares y sus funciones. Según éstas, en las sociedades más primitivas existían dos o tres núcleos familiares, a menudo unidos por vínculos de parentesco, que se desplazaban juntos parte del año pero se dispersaban en las estaciones en que escaseaban los alimentos. La familia era una unidad económica: los hombres cazaban mientras que las mujeres recogían y preparaban los alimentos y cuidaban de los niños. En este tipo de sociedad era normal el infanticidio y la expulsión del núcleo familiar de los enfermos que no podían trabajar. Después de la Reforma protestante en el siglo XVI, el carácter religioso de los lazos familiares fue sustituido en parte por el carácter civil. La mayor parte de los países occidentales actuales reconocen la relación de familia fundamentalmente en el ámbito del derecho civil.

En un primer enfoque, la familia aparece como un grupo natural de individuos unidos por una doble relación biológica, por dos funciones:

- Procreación - que genera nuevos miembros del grupo
- Asistencia - que pretende proteger a los miembros de las condiciones de ambiente, que marcan el desarrollo de los jóvenes y que mantienen al grupo unido.

La Familia es una comunidad formada por la unión del amor de dos personas quienes decidieron traer al mundo a uno o varios hijos. Toda familia tiene un ámbito espiritual que condiciona las relaciones familiares: casa común, lazos de sangre, afecto recíproco, vínculos morales que la configuran como unidad de equilibrio humano y social. La familia es el

lugar insustituible para formar al hombre y/o mujer completo, para configurar y desarrollar la individualidad y originalidad del ser humano.⁷

2.2 INTEGRANTES DE LA FAMILIA

La familia, es una sociedad de personas formada por una madre, un padre y los hijos o hijo, creadas sobre el sólido fundamento del amor y unidas por el vínculo de la sangre, el cual debe dar paso a otros vínculos más espirituales como el respeto, la felicidad, el disfrutar de la vida juntos, el ayudarse, el compartir, entre otros. Los hijos brindan cada día a los padres, la oportunidad de convertirse en los padres que siempre quisieron ser.

Se puede diferenciar a la familia según el grado de parentesco entre sus miembros:

- Familia nuclear - padres e hijos (si los hay) también se le dice Círculo Familiar.
- Familia extensa o patriarcal - además de la familia nuclear, incluye a los abuelos (muchas veces considerados los patriarcas), tíos, primos y demás parientes de primera línea consanguínea.

Existen sociedades donde al decir *familia* se refieren a la familia nuclear y otras donde se refieren a la familia extensa. Este significado es de origen cultural y depende en gran parte del grado de convivencia que tengan los individuos con sus parientes.

⁷ Fecha de consulta: 16 de junio de 2007, Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Familia>

2.1.1 Preparar al adolescente para formar una familia con valores y principios: La adolescencia es una época de crisis y de cambios, de experimentación y de definición, tanto para los hijos adolescentes como para los padres; período que en la sociedad occidental e industrializada se ha ido poco a poco alargando, y que hace algún tiempo se podría considerar comprendido entre los 12 y los 17 ó 18 años.

En ésta fase se combina varios factores:

- Mayor frecuencia en problemas emocionales.
- Los padres a pesar que se encuentran en la madurez, se ven obligados nuevamente a revivir su propia adolescencia.

Los padres de familia, dentro de sus responsabilidades como educadores de sus hijos, deben recordar que los adolescentes, además de aprender en los colegios y escuelas, aprenden mucho de lo que viven en casa y de los valores y principios que se les inculcan desde su corta edad. También es importante estar conscientes que se enseña mucho con el ejemplo. Y los adolescentes o niños tienen una gran capacidad para imitar. Gracias a esa imitación aprenden a ser hombres que hacen suyas las pautas que ve. Hay modelos humanos dignos de imitar y modelos que no se deben imitar.

Los adolescentes, en su edad deben de saber responderse a ellos mismos, ¿quiénes son? y ¿qué quieren para su vida?, deben tener muy claros sus objetivos y su forma de llevarlo a cabo, todo esto orientado por sus padres, por esto es imprescindible un sistema de valores que sirva de referencia, para tomar sus propias decisiones y optar por el mejor camino, en el mejor momento. El hombre aprende a estimarse en la medida en que respeta y lucha por los valores en los que cree; detrás de cada persona hay un trasfondo que les dice si algo importa o no importa, vale la pena o no vale la pena y

continuamente están valorando cosas, hechos y personas y con estos juicios de valor no hacen más que manifestar sus preferencias.

El orden moral es el que hay que establecer para ordenar los valores de cada persona. Se priorizan unas cosas y se desestiman otras por la escala de valores. Esta escala de valores marca el camino a seguir. Toda educación es educación moral, como se menciona con anterioridad una de las herramientas más importantes para formar jóvenes que busquen un futuro de bien, porque se enseña a comportarse como hombres o mujeres. Se debe enseñar a distinguir el bien del mal.

Cuando no hay valores de referencia para imitar no se tiene a una persona de bien, sino que hay una persona dispersa, dependiente del exterior y esclavizado, por eso es relevante el dar sentido a los acontecimientos de la vida y ayudarle a entender sus motivaciones apelando sus propias convicciones y ofrecer modelos de comportamiento para imitar valores que se consideren razonables, por ejemplo: alegría, respeto, amor, honradez, valentía y valor, esperanza, generosidad, dar sentido a la vida, sagacidad, etc.

2.3 EL AMBIENTE FAMILIAR AFECTA EN EL DESARROLLO DE LOS HIJOS

Según el Psicólogo Kevin Steede en su libro “Los 10 errores más comunes de los padre y como evitarlos”, explica que una persona no nace sabiendo cómo ser padre, eso es algo que se construye.⁸ Se aprende y se llega a tener conocimiento de qué es importante que los padres sepan: cómo quieren ellos educar a sus hijos, qué valores desean inculcarles, orientarlos en las mejores vías para que el niño desarrolle su autoestima, saber cuánto tiempo deben compartir con los niños, entre otras.

Sabiendo que la vida de un padre está rodeado y depende de muchas otras cosas más, los padres deben aprender a ser padres de diferentes maneras; se necesita encontrar un equilibrio entre su trabajo, su necesidad de relajarse y sus funciones como padres, elegir ser padres como prioridad y no cuando se tiene cierto tiempo libre.⁹ Una familia necesita de muchas herramientas para permanecer unida, como la comunicación, afecto, control, apoyo, amor y la responsabilidad, entre otras. Si se logra cultivar estos valores en cada uno de las personas que viven bajo un mismo techo, se obtendrá una sana convivencia y una excelente relación de los padres con los hijos. Se debe delegar los derechos y obligaciones a cada miembro de ésta, padres e hijos, todos por igual pero, sin quitar la autoridad y superioridad a los padres sobre los hijos.

⁸ STEEDE, Dr. Kevin. Los 10 errores más comunes de los padres. Madrid: Editorial EDAF, S.A. 2002

⁹ STEEDE, op. Cit. P.14-15

Son muy típicas las crisis de afectividad que se producen en la adolescencia. Algunos echan de menos las manifestaciones afectivas de los padres que recibían durante la infancia y equivocadamente la empiezan a buscar en otros lados, como amigos, relaciones, vicios, etc.

No se enseña en la escuela ni en ningún otro sitio a ser padres. Para muchas personas es importante el autoritarismo, piensan que deben de ser administradores de la libertad de los hijos y, con esta actitud, se permiten manipular el futuro de los mismos; se consigue una falsa imagen de buen hijo y de buen padre, que es artificial, porque realmente no se conocen ninguno de los dos, no saben su forma de pensar ni por las emociones que atraviesan, falta de diálogo, de amigo a amigo y de razonabilidad.

Los padres deben ir junto a sus hijos en el proceso de ir asumiendo responsabilidades hasta tomar las riendas de su vida, es decir, enseñarles a tomar decisiones, a hacer uso de su libertad, capacidad de compromiso, capacidad de aceptar éxitos y fracasos. Al mismo tiempo, es de suma importancia tener sintonía, para que lo que se explica y se hace en la escuela, este vinculado con lo que se hace en la familia.¹⁰

¹⁰ Fecha de consulta 5 de febrero de 2006 ARNAL, Mariano. "Paternidad", <http://www.elalmanaque.com/febrero/5-2eti.htm>.

3. MATERIAL DIDÁCTICO

El material didáctico ayuda a ilustrar y llevar a lo concreto los conocimientos que han de adquirir los alumnos a través de algo más que las palabras, que siempre se mueven en el campo de la abstracción. Para ellos debe proveer la adquisición y confección del material necesario para ser usado en la enseñanza de su asignatura. Porque la motivación aumenta cuando el material didáctico que se utiliza es el adecuado, ya que consigue hacer más intuitivo el aprendizaje.

El material didáctico elaborado apropiadamente cumple con la función para uso individual y/o colectivo; asimismo, tiene como objetivo principal estimular la creatividad, la autonomía, la acción dinámica y pensante, así como también los diferentes aspectos de la personalidad y desarrollo de los alumnos.

Al tener en cuenta que cualquier material puede utilizarse, en determinadas circunstancias, como recurso para facilitar procesos de enseñanza y aprendizaje, es importante aclarar los siguientes conceptos:

- *Material didáctico* es cualquier material elaborado con la intención de facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje.
- *Recurso educativo* es cualquier material que, en un contexto educativo determinado, sea utilizado con una finalidad didáctica o para facilitar el desarrollo de las actividades formativas. Los recursos educativos que se pueden utilizar en una situación de enseñanza y aprendizaje pueden ser o no medios didácticos. Un vídeo para aprender qué son los volcanes y su dinámica será un material didáctico (pretende enseñar), en cambio un vídeo con un reportaje del National Geographic sobre los volcanes del mundo a pesar de que pueda utilizarse como recurso educativo, no es en sí mismo un material didáctico (sólo pretende informar).

Según como se utilicen en los procesos de enseñanza y aprendizaje, los materiales didácticos y los recursos educativos en general pueden realizar diversas funciones; entre ellas se destaca como más habituales las siguientes:

- *Proporcionar información.* Prácticamente todos los materiales didácticos proporcionan explícitamente información: libros, vídeos, folletos, carteles, etc.
- *Guiar los aprendizajes* de los estudiantes, instruir. Ayudan a organizar la información, a relacionar conocimientos, a crear nuevos conocimientos y aplicarlos.
- *Ejercitar habilidades,* entrenar.
- *Motivar,* despertar y mantener el interés. Un buen material didáctico siempre debe resultar motivador para los estudiantes.
- *Evaluar* los conocimientos y las habilidades que se tienen, como lo hacen las preguntas de los libros o folletos. La corrección de los errores de los estudiantes a veces se realiza de manera explícita y en otros casos resulta implícita ya que es el propio estudiante quien se da cuenta de sus errores (como pasa por ejemplo cuando interactúa con una simulación).
- *Proporcionar simulaciones* que ofrecen entornos para la observación, exploración y la experimentación.
- *Proporcionar entornos para la expresión y creación.*¹¹

¹¹ Fecha de consulta 2 de junio de 2007 <http://dewey.uab.es/pmarques/medios.htm>

I. MARCO METODOLÓGICO

4.1 MÉTODO DEDUCTIVO

El método deductivo se trata de un procedimiento que consiste en desarrollar una teoría empezando por formular sus puntos de partida o hipótesis básicas que deduce luego sus consecuencias con la ayuda de las subyacentes teorías formales. Sus partidarios señalan que toda explicación verdaderamente científica tendrá la misma estructura lógica, estará basada en una ley universal, junto a ésta, aparecen una serie de condicionantes iniciales o premisas, de las cuales se deducen las afirmaciones sobre el fenómeno que se quiere explicar.

En el método deductivo, se suele decir que se pasa de lo general a lo particular, de forma que a partir de unos enunciados de carácter universal y utiliza instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático-deductivo, cuando las premisas de partida están constituidas por axiomas, es decir, proposiciones no demostrables, o hipotéticos-deductivo, si las premisas de partida son hipótesis contrastables.¹²

4.2 UNIVERSO Y/O POBLACIÓN

La población en la cual se llevará a cabo la investigación, son jóvenes alumnos, de edades comprendidas entre los 14 y 17 años, que cursan el grado de 3ero. Básico, 4to. ó 5to. año del nivel diversificado, quiénes por medio del Centro de

¹² Fecha de consulta: 14 de junio de 2007, Disponible en <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/rgl-evol/2.4.2.htm>

Integración Familiar, forman un grupo de jóvenes que reciben semanalmente talleres o pláticas de desarrollo personal, integral y familiar, para aprovechar en forma sana, constructiva y creativa, su tiempo libre.

4.3 MUESTRA

La población a investigar, fue seleccionada basándose en la muestra no probabilística, por conveniencia; intencionalmente se buscaron ciertas características en la población, apoyado por uno de los diferentes programas que brinda el Centro de Integración Familiar, por lo tanto, se tomará a la población completa, debido a un pequeño estudio previo que se realizó junto a los expertos de la institución, en el cual se decidió analizar a todos los jóvenes que asisten a las pláticas semanales que la misma brinda.

4.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Dentro de los instrumentos que se utilizarán para elaborar la investigación se encuentran las encuestas para padres y adolescentes y las entrevistas para profesionales y conocedores del tema. Todas las piezas ayudarán conseguir información necesaria para cubrir los objetivos desglosados en la primera parte. Las encuestas apoyan la investigación en cuando al tema de la familia, y la educación, que esta debe recibir o necesita para prevenir ciertas situaciones que pueden o no pasar en una familia guatemalteca.

Un cuestionario, es un conjunto de preguntas que tiene como finalidad la obtención de los datos necesarios para una investigación, por lo tanto se toma en cuenta el número de preguntas y se analiza si son suficientes para cubrir el tema y su

eficacia en cuanto a su aportación de datos. Las preguntas son de fácil comprensión, ya que no es necesario releerlas, son preguntas cerradas en donde se da al encuestado la opción de una a cuatro variables para que seleccione, también se encuentran preguntas mixtas en donde se da la opción al igual que en las preguntas cerradas pero con un espacio donde el encuestado puede ampliar o explicar su respuesta. Ésta se utilizará para adolescentes y padres de familia. El modelo de la encuesta se encuentra en los anexos.

Una entrevista, es una serie de preguntas que el entrevistador hace a la persona que fue escogida como elemento importante para la investigación, debido a la información que este brindará; el formato de la misma ayuda a incrementar la fiabilidad y validez de la información y de igual forma que el cuestionario, se basa en los objetivos planteados al principio de la investigación, este instrumento debe acompañarse con otros instrumentos que completen la información. Estas entrevistas se realizarán a personas expertas en el tema y/o profesionales, son preguntas de fácil comprensión, claras, exactas, en donde el entrevistado puede aportar su opinión y conocimiento para el tema investigado. El modelo de la entrevista se encuentra en los anexos.

4.5. PROCEDIMIENTOS

– Se solicitará el permiso respectivo en el Centro de Integración Familiar CIF, para llevar a cabo las encuestas y entrevistas, a padres de familia, adolescentes y expertos, acerca del tema de la familia, cómo son sus relaciones y qué piensan sobre la educación familiar, y qué saben sobre esta.

- Se entrevistará a los conocedores del tema, encargados y coordinadores del CIF, acerca de la educación familiar, las consecuencias y las prevenciones que pueden tenerse. También a expertos como diseñadores o maestros.

- Se encuestará a los adolescentes y padres de familia, sobre la vida familiar y la educación que debe haber en la misma, la importancia de planificar a futuro un matrimonio y las responsabilidades que trae, al igual que la decisión de formar una familia.

- Se llevó a cabo los análisis con los datos obtenidos y la presentación de gráficas, se confrontará la teoría para justificar y demostrar los criterios claros sobre el tema de estudio en las conclusiones y recomendaciones, lo que tendrá como resultado una propuesta gráfica de comunicación por medio de material que busque y apoye la solución del problema planteado.

2. ANÁLISIS DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

El objetivo del presente estudio fue conocer y dominar el tema de la educación para la vida familiar, del cual se derivan importantes temas como, quiénes son sus integrantes, el entorno y ambiente que les rodea. Se analizaron los materiales ya existentes para la educación de ésta de donde se obtienen resultados mostrando mejores y más efectivas opciones para nuevo material didáctico.

Se llevó a cabo encuestas a adolescentes de las edades comprendidas entre los 14 y 17 años, de donde se obtuvo diferentes resultados en cuanto a qué temas se deben tratar, material más adecuado y a padres de familia, sobre los valores y principios que deben inculcar a sus hijos adolescentes, papel de educadores y guías para el futuro de sus hijos y el ejemplo a seguir que son para ellos, entre otros. Se buscó la participación de expertos como psicólogos, diseñadores y maestros, de donde se obtuvo su opinión por medio de una entrevista, en las áreas respectivas a cada profesión, por ejemplo, el material adecuado a diseñar, el efecto que este tiene sobre los alumnos y de qué manera se debe llevar el mensaje a los adolescentes.

Al lograr cubrir los objetivos presentados al inicio de la investigación, se determinó los temas más relevantes a tratar: las causas que se deben evitar para la desintegración de una familia, la preparación en adolescentes sobre su futuro en la vida familiar, los temas importantes que se deben inculcar en los adolescentes de ahora, los medios de comunicación ideales para llegar a los jóvenes, que se interesen y hacer conciencia en ellos.

El trabajo de campo se llevó a cabo en la ciudad de Guatemala, con el apoyo del Centro de Integración Familiar, CIF, que dentro de sus instalaciones se reunieron a los adolescentes en diferentes aulas, donde se presentaron las encuestas. Los padres de familia se tomaron de diferentes lugares cercanos, al igual que las entrevistas de expertos.

Los datos reunidos se presentaron de una forma descriptiva y como fundamento se emplearon gráficas para indicar la veracidad y autenticidad de los valores y resultados utilizados.

5.1 ENCUESTAS

La metodología que se utilizó para investigar la situación del tema de La educación para la vida familiar, se basó en trabajo de campo, la cual de manera cuantitativa se llevó a cabo con encuestas, el grupo que fue investigado comprenden una edad aproximadamente entre los 14 y los 17 años de edad, jóvenes hombres y mujeres.

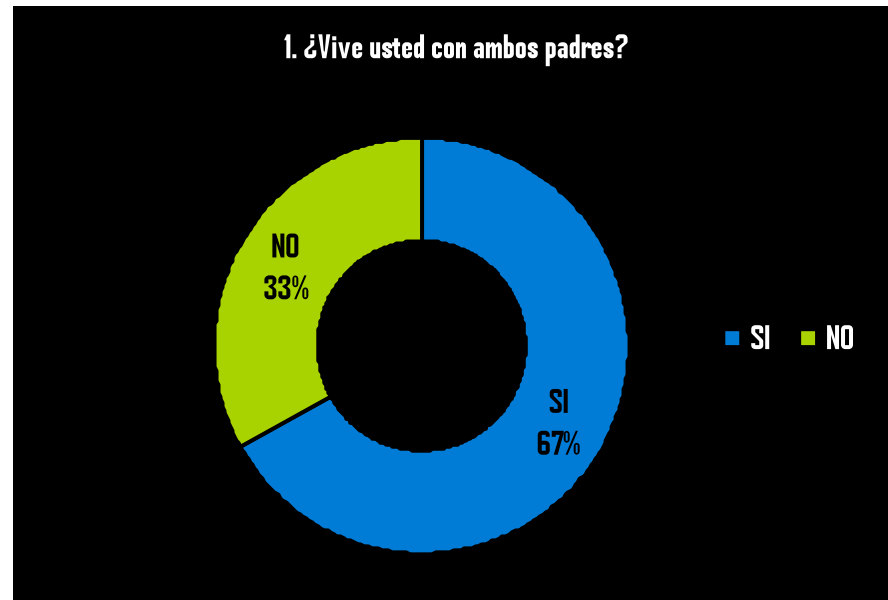
5.1.1 Gráficas

1. ¿Vive usted con ambos padres?

Tabla No. 1

SI	34	67%
NO	17	33%
TOTAL	51	100%

Gráfica No. 1



Fuente: propia

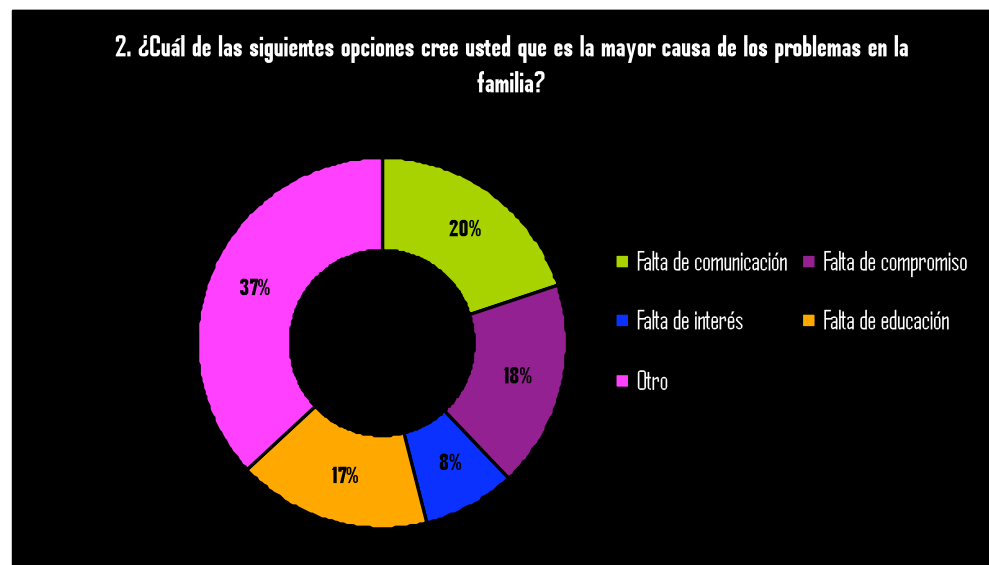
En la gráfica anterior se puede observar que un 67% de los jóvenes entrevistados viven con ambos padres, mientras que un 33%, vive solamente con uno de ellos, esto disminuye los índices que se calculaban de familias desintegradas.

2. ¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que es la mayor causa de los problemas en la familia?

Tabla No. 2

Falta de comunicación	10	20%
Falta de compromiso	9	18%
Falta de interés	4	8%
Falta de educación	9	17%
Otro	19	37%
TOTAL	51	100%

Gráfica No. 2



Fuente: propia

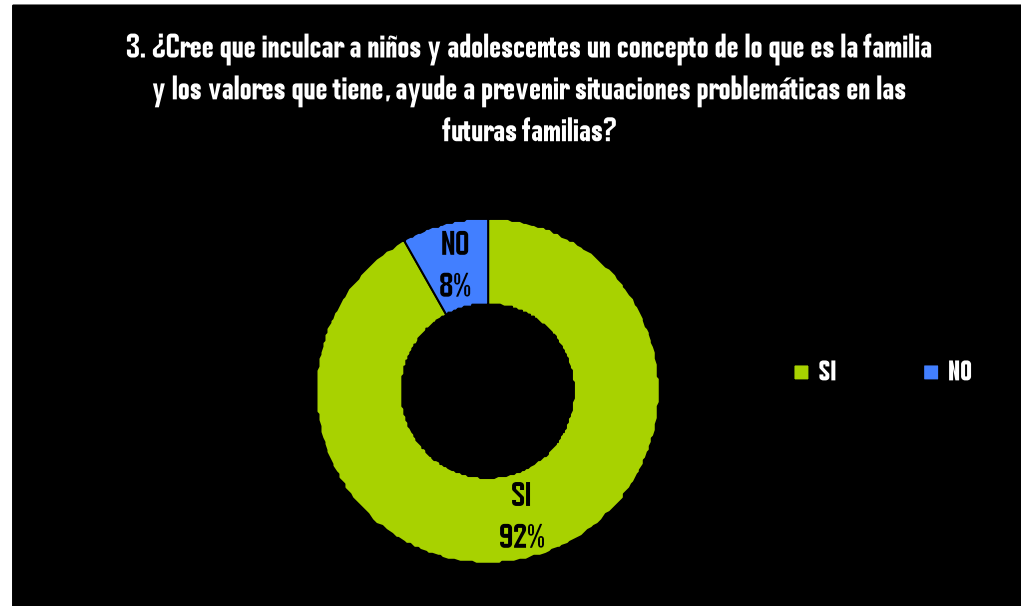
En esta gráfica se puede observar la opinión de los jóvenes acerca de los principales motivos por las que una familia puede desintegrarse, teniendo con mayor porcentaje distintos problemas personales que ellos manifestaron por escrito, seguido de la falta de comunicación, y falta de educación.

3. ¿Cree que inculcar a niños y adolescentes un concepto de lo que es la familia y los valores que tiene, ayude a prevenir situaciones problemáticas en las futuras familias?

Tabla No. 3

SI	47	92%
NO	4	8%
TOTAL	51	100%

Gráfica No. 3



Fuente: propia

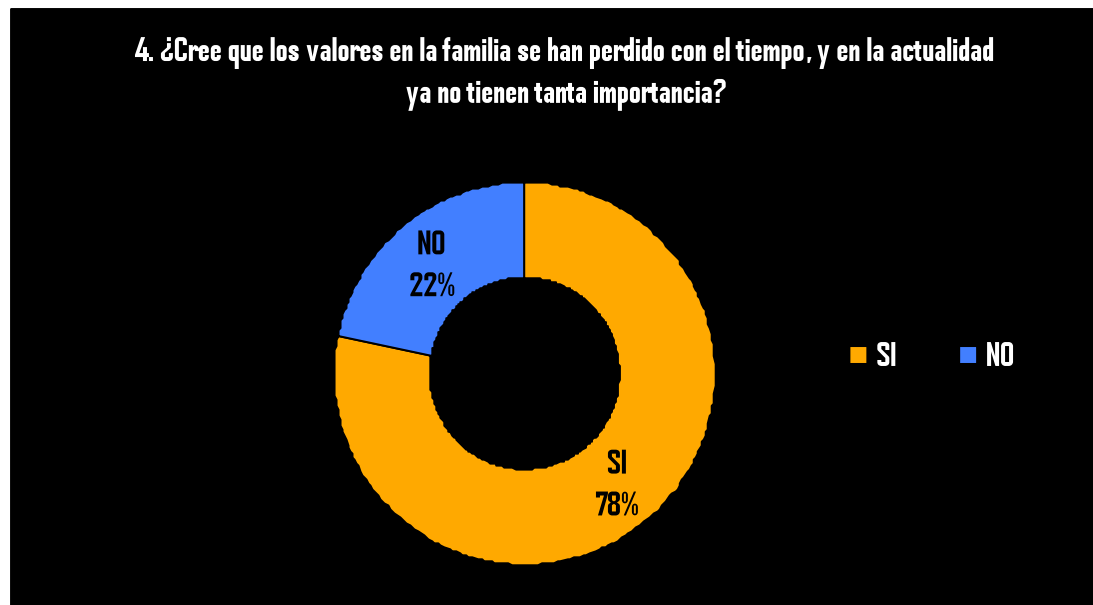
Esta gráfica muestra que un 92% de los jóvenes entrevistados creen que si se puede inculcar valores y el concepto de familia a jóvenes y niños, para prevenir situaciones problemáticas en familias futuras, mientras un 8% cree que no, esto demuestra que ellos mismo quieren prevenir y creen que es posible formar familias por el camino correcto y mantenerlas como debe ser.

4. ¿Cree que los valores en la familia se han perdido con el tiempo, y en la actualidad ya no tienen tanta importancia?

Tabla No. 4

SI	40	78%
NO	11	22%
TOTAL	51	100%

Gráfica No. 4



Fuente: propia

Según esta gráfica los jóvenes entrevistados opinan con un 78% que los valores en la familia se han perdido y carecen de importancia, y el 22% cree que todavía prevalecen estos valores en la actualidad, los resultados demuestran que si en las familias de estos jóvenes ya no tienen como prioridad, los valores de la misma, el porvenir de las futuras familias muy probablemente sea el mismo, o tengan que vivir en una situación más difícil.

5. ¿Considera que una buena comunicación entre padres e hijos, ayuda a que la familia se mantenga unida?

Tabla No.5

SI	51	100%
NO	0	0%
TOTAL	51	100%

Gráfica No. 5



Fuente: popia

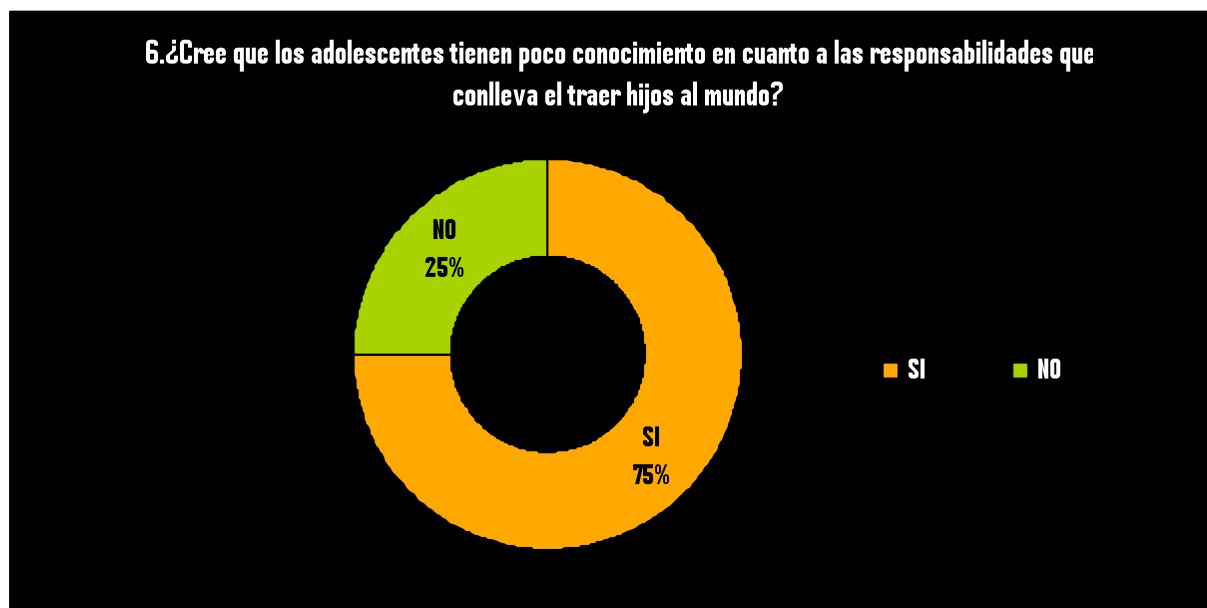
En esta gráfica se observa una respuesta muy positiva de los jóvenes, ya que el 100% de los entrevistados consideran que una buena comunicación entre padres e hijos, ayuda a mantener a la familia unida, esto indica que ellos creen que si hay solución para no llegar al extremo de la desintegración familiar, o poder resolver de una forma correcta y en equipo, lo que ésta pueda atravesar durante la vida.

6. ¿Cree que los adolescentes tienen poco conocimiento en cuanto a las responsabilidades que conlleva el traer hijos al mundo?

Tabla No.6

SI	38	75%
NO	13	25%
TOTAL	51	100%

Gráfica No.6



Fuente: propia

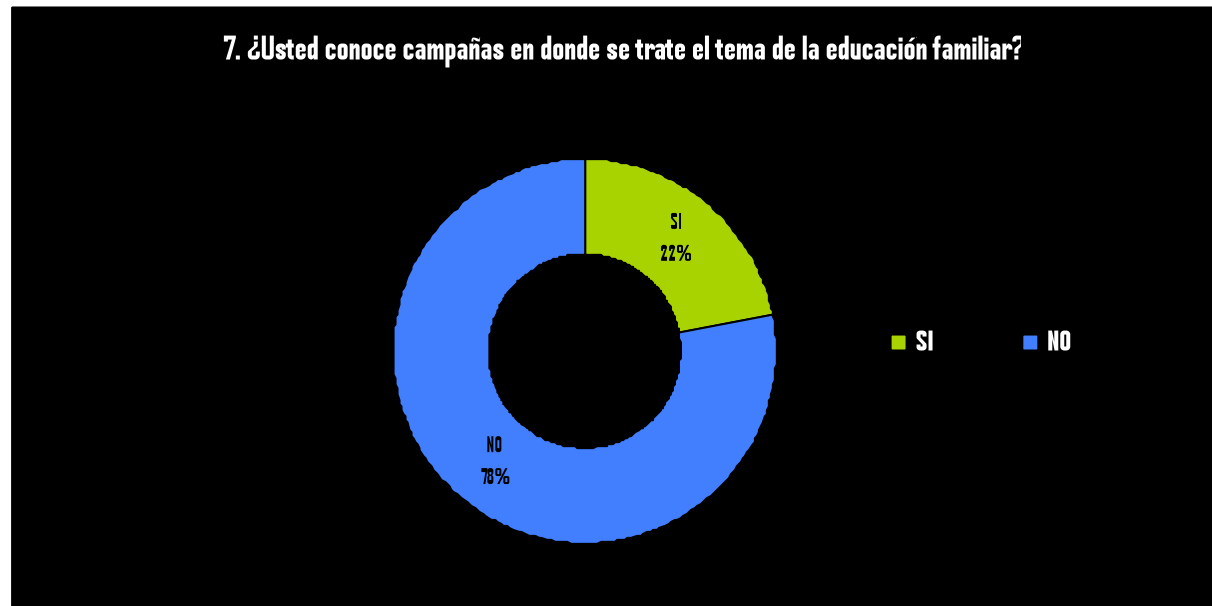
Por medio de esta tabla se puede observar que los jóvenes aceptan con un 75% que la información que reciben no es la suficiente para saber las grandes responsabilidades que conlleva el traer un hijo al mundo, no todos tienen el mismo acceso a la información, aunque todos tienen derecho a ésta; aunque un 25% indicó que si tienen conocimiento de las obligaciones y compromisos que tienen los padres para con los hijos.

7. ¿Usted conoce campañas en donde se trate el tema de la educación familiar?

Tabla No. 7

SI	11	22%
NO	40	78%
TOTAL	51	100%

Gráfica No. 7



Fuente: propia

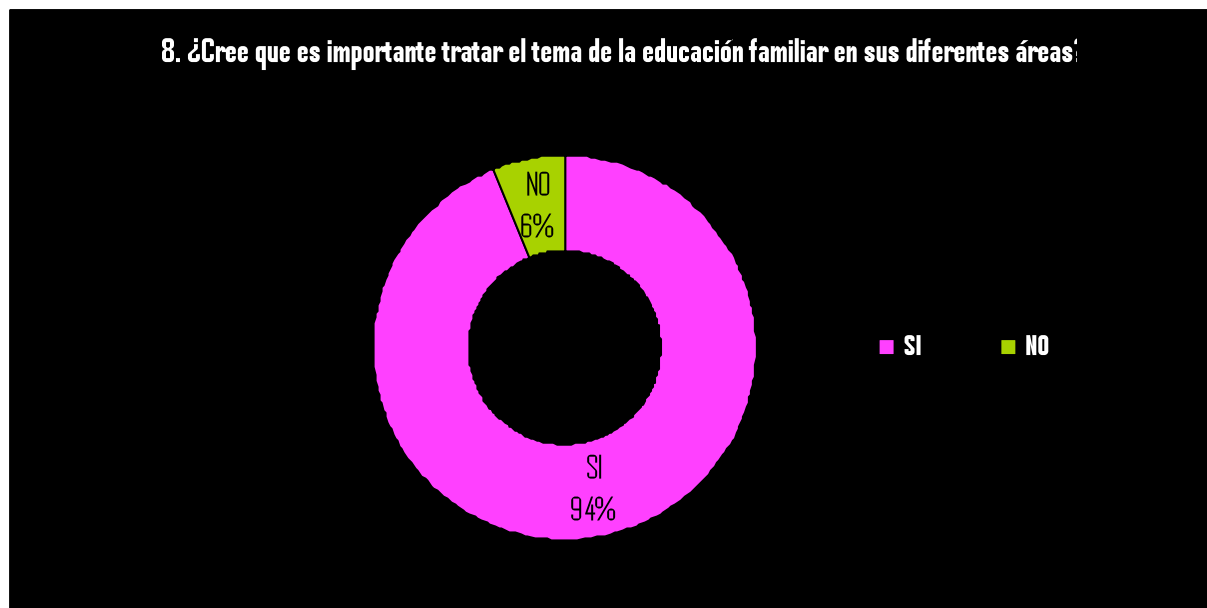
Esta gráfica demuestra que el tema de la familia, no es de los más importantes para muchas personas, aunque todos saben que la familia es el núcleo de la sociedad, ya que un 78% de los jóvenes entrevistados respondieron que no conocen campañas que traten el tema de la educación familiar, mientras que un 22% respondió que sí.

8. ¿Cree que es importante tratar el tema de la educación familiar en sus diferentes áreas?

Tabla No. 8

SI	48	94%
NO	3	6%
TOTAL	51	100%

Gráfica No. 8



Fuente: propia

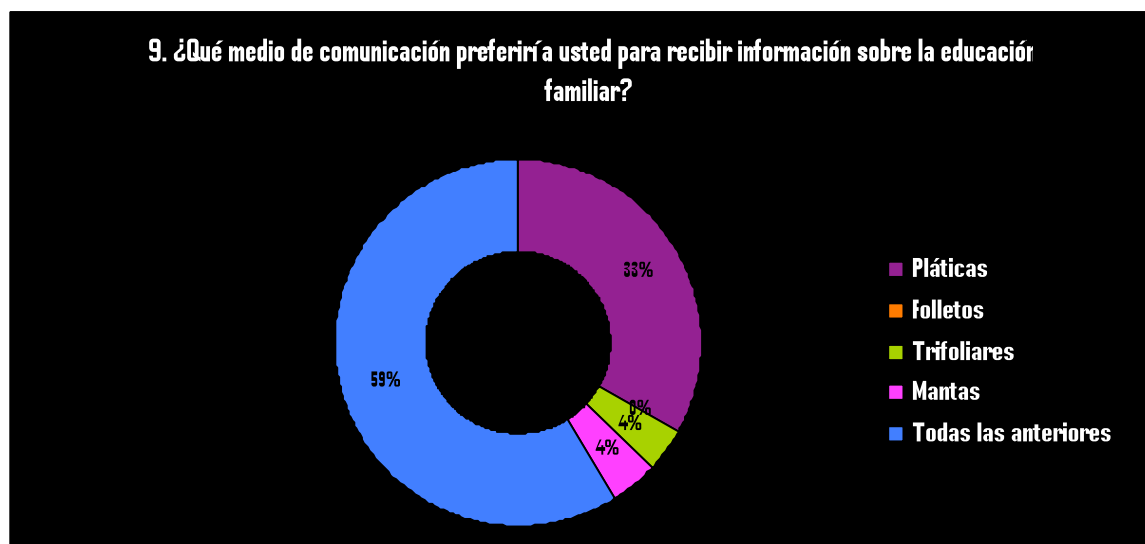
Esta gráfica demuestra que la opinión de los jóvenes en cuanto a la educación familiar es muy positiva, observando que el 94% de los jóvenes entrevistados opinaron que Sí es importante tratar el tema de la educación familiar, esto demuestra su interés por ampliar su conocimiento y educación en esta área, mientras que un 6% expresó que no era importante tratar el tema.

9. ¿Qué medio de comunicación preferiría usted para recibir información sobre la educación familiar?

Tabla No. 9

Pláticas	17	33%
Folletos	0	0%
Trifoliales	2	4%
Mantas	2	4%
Todas las anteriores	30	59%
TOTAL	51	100%

Gráfica No. 9



Fuente: propia

La opinión de los jóvenes entrevistados, en cuanto a la forma en la que ellos preferirían recibir información, con un 59% se puede observar que aceptarían cualquiera de las opciones presentadas, por lo tanto las pláticas que resultó segunda opción con un 33%, podría ser apoyada con los demás materiales didácticos.

5.1.2 Análisis de encuestas: Los jóvenes que fueron entrevistados demostraron disponibilidad al proyecto ya que muchos de ellos se encontraban con varias dudas y algunos con situaciones familiares que los hacían cuestionarse sobre varios aspectos de su vida. Se tienen varias conclusiones, por ejemplo, la falta de comunicación principalmente de este tema, ya que al preguntarles sobre qué información les gustaría recibir, dieron más de veinte temas diferentes, dentro de los que sobre

salieron la comunicación entre padres e hijos, la educación moral, la educación sexual, el respeto, la comprensión y solución de problemas, el amor y unión entre padres e hijos, la responsabilidad, entre otros. Aunque esto indica su interés por instruirse y saber más, de todas estas cosas tan esenciales e importantes en la vida de todos, y harán la diferencia en su futuro.

También dieron su opinión sobre los medios que les gustaría para recibir la información, dentro de los que se encuentran, pláticas, folletos, carteles, trifoliales y mantas.

5.2 ENTREVISTAS

Por otro lado, para el trabajo de campo se usó el enfoque cualitativo en donde se emplearon las entrevistas, los datos que se obtienen son datos intangibles, más psicológicos, no se pueden medir. La siguiente entrevista se realizó a personas especialistas en diferentes campos como lo son maestros, padres de familia y diseñadores gráficos, para conocer su opinión acerca de los que es la educación para la vida familiar y temas relacionados.

Diseñadores entrevistados:

- Bárbara Castañeda
- Mayary Collado
- Vilma Tirado

Padres de Familia:

- Gerardo Gándara
- Lisseth Peláez
- Mario Castillo

Maestras:

- María Gabriela Algara
- Ángela Romero
- Brenda García

De las entrevistas realizadas a expertos en diferentes áreas, se pueden sacar varias conclusiones como las siguientes:

Los padres de familia opinan que sí se puede prevenir la desintegración en las futuras familias de los jóvenes de ahora, por medio de la enseñanza y el ejemplo, es indispensable tener coherencia de lo que se pretende inculcar con la forma en que se actúa, porque con esto los jóvenes buscarán ser hombres y mujeres de bien, al igual que sus padres y formarán y mantendrán una familia que tenga como base el amor. Al mismo tiempo, opinan sobre qué valores son necesarios que posean los jóvenes, futuros padres, el respeto, la honestidad, la educación, el compromiso, la responsabilidad, el amor, el deseo de superarse y la paciencia. También expresaron que es un tema que es necesario tener como prioridad en la enseñanza, ya que los jóvenes deben aprender las diferentes etapas de la vida y sus ventajas, y tener presente que cada cosa debe ser en el momento adecuado, que es importante aprovechar el tiempo, tener

responsabilidades, en su casa, en la sociedad, en sus estudios y poco a poco se prepararán y llegarán a un punto en que serán capaces, de responsabilizarse por alguien más, como su pareja e hijos.

Los maestros de diferentes niveles de enseñanza expresan que los jóvenes tienen un concepto errado de familia, porque muchas veces en casa ven que es normal tener una familia disfuncional, por lo que sería bueno que ellos vieran que no todas las familias son iguales, y aceptar que algunas tienen problemas pero que se puede salir adelante, y tomar la decisión correcta para su vida y que busquen hacer la suya diferente, para que sea unida y funcione correctamente; es de suma importancia enseñarles valores y principios para que sean capaces de solucionar los problemas diarios de la vida, analizar, pensar y actuar de una mejor manera, para que puedan fomentar los mismos valores ellos a sus hijos y con esto tener una calidad de vida.

Los maestros dentro de su preparación en el proceso de enseñanza-aprendizaje opinaron sobre los temas que deben tratar con los jóvenes y de que manera, por ejemplo, la planificación familiar, el respeto y amor con la pareja y con los hijos, la importancia de dedicarles tiempo a cada uno de los miembros de la familia, enseñarles que tienen derechos, pero también obligaciones para con ellos mismos y con los que viven bajo su mismo techo, sobre la responsabilidad y el compromiso que son unos de los valores que más se han perdido en la actualidad.

Acerca de la forma en que se debe llevar un mensaje a los jóvenes, este debe ser con un tono muy claro, amigable, dinámico y sencillo; tener presente que están en una etapa muy difícil, utilizar situaciones reales, y diseño y colores con los que ellos se puedan identificar; en cuanto al material recomendaron utilizar folletos, presentaciones, videos, carteles, y todo con un mensaje fácil de entender, que no esté muy cargado porque esto los aburrirá.

Los diseñadores gráficos también dieron su opinión para esta investigación, recomendaron utilizar folletos, trifoliales, y afiches, ya que debido a la edad de quienes van a recibir el mensaje, entre más corto mejor, y le tomarán más interés, y si se logra con éxito una excelente primera impresión ellos mismos buscarán más, también aconsejaron el utilizar un tono más amistoso, relajado y muy claro.

Sobre la comunicación indicaron que por la etapa de estos jóvenes es favorable hacer pláticas y foros educativos, en los cuales ellos pueden participar y hacerse oír e interactuar con otros jóvenes y compartir ideas.

CONCLUSIONES

A partir de la investigación realizada, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se identificó que un 67% de los jóvenes viven con ambos padres y un 33%, vive solamente con uno de ellos, esto disminuye los índices de familias desintegradas.
- Se detectó, que la causa principal por la que las familias pueden estar desintegradas debido a la falta de comunicación, y educación.
- Se identificó que el 92% opina que se puede inculcar valores y el concepto de familia a jóvenes y niños, para prevenir situaciones problemáticas en familias futuras y un 8% opina que no está de acuerdo en relación a inculcar valores y motivar a los jóvenes y niños sobre el concepto de familia, por lo que se puede ver que la mayoría quiere prevenir y piensan que es posible formar familias por el camino.
- Se detectó que el 78% de las personas dicen no conocer campañas que hablen sobre educación familiar, por lo que sería importante implementarlo para que las personas lo conozcan; a lo que el 22% dice que conoce de algunas campañas pero aun así no las mencionaron por lo que las campañas no han llegado a impactar a la población.
- Se observó que las personas preferirían recibir información; un 59% opina que aceptarían recibir la información por folletos, mantas, etc. Y las pláticas se podrían apoyar por medio de material didáctico.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que como solución a la falta de educación familiar en Guatemala, se proponga informar a las personas prevenir la desintegración en las futuras familias de los jóvenes de ahora, por medio de la enseñanza y ejemplo, por lo que es indispensable tener relación de lo que se pretende inculcar con la forma en que se actúa, porque con esto los jóvenes buscarán ser hombres y mujeres de bien, y así formar y mantener una familia que tenga como base el amor

Por lo que es importante crear un material con el que las personas se sientan identificadas y que se prevenga la desintegración familiar como trifoliales, mantas, realizar pláticas a las personas, en la que ellos se motiven y sientan la importancia de formar una familia que tenga como base el amor y respeto.

3. ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN

6.1. PLANTEAMIENTO DE LA NECESIDAD DE DISEÑO

En la actualidad se carece de la promoción del valor de ser padre de familia, por lo que muchos padres y jóvenes adultos necesitan ser orientados e informados acerca de lo que significa, las obligaciones, el compromiso, amor y el respeto que debe haber al momento de convertirse en padre o madre.

Como consecuencia de la falta de todo este conocimiento, se tiene muchas familias desintegradas, hijos infelices y con problemas, y sin la oportunidad de contar con el ejemplo de una figura de madre o padre en sus vidas y lo peor de todo, futuros padres de familia con un patrón erróneo de lo que significa complementar y entregar su vida a un cónyuge y a sus hijos.

6.2. OBJETIVOS DE DISEÑO

6.2.1 Objetivo General: Diseñar material gráfico de concientización y promoción dirigido a jóvenes adultos que se encuentren en el rango de edad entre los 20 años y los 30 años, siendo estos padres o madres y/o personas sin hijos que se encuentren en posibilidades de convertirse en padres, en la que se fomente el valor y la importancia de ser padre de familia, el impacto que tiene el estar presente y el compromiso para con los hijos, y así lograr una educación en la vida familiar.

6.2.2 Objetivos Específicos:

- Determinar los mensajes publicitarios de concienciación que se utilizarán en las diferentes piezas gráficas.

- Exponer de forma clara la información y los datos de la *Asociación Familia Hoy* para que las personas interesadas en contactarla, lo logren de una manera fácil y accesible.
- Definir los medios publicitarios más apropiados para difundir el mensaje de una manera efectiva.
- Determinar los lugares más adecuados para exponer el material con los diferentes mensajes, y llegar así al grupo objetivo.
- Crear en las personas que tienen hijos una mentalidad de lucha por recuperar y difundir la importancia de ser padre o madre de familia, con valores, comunicación y amor.

6.3 GRUPO OBJETIVO

6.3.1 Descripción Geográfica: El grupo objetivo al que se pretende alcanzar son personas que viven en la ciudad de Guatemala, donde se obtenga acceso a los mensajes que se envían a través de los diferentes medios publicitarios, ya sea medios publicitarios exteriores, debido a que se transportan a diferentes lugares diariamente por cuestiones de trabajo o estudio o medios que les llegan a través de la oficina o del propio domicilio.

6.3.2 Descripción Demográfica: Las personas que conforman este grupo objetivo son hombres y mujeres de los niveles socioeconómicos A, B, C y C+, que forman parte de una familia guatemalteca, padres de familia, trabajadores y/o estudiantes, con poder adquisitivo de acuerdo a su nivel social.

Son personas que tuvieron la posibilidad de terminar el colegio, y la mayoría estudia o estudió en la universidad, poseen carro, reciben un ingreso fijo mensual, les gusta viajar dentro de sus posibilidades, están acostumbrado a reunirse socialmente con sus amigos por lo menos una vez a la semana.

Tratan de tener lo mejor en tecnologías en su casa y en la oficina, en cuando a computadoras, celulares, reproductores de música, etc. Poseen Internet en su casa, algunos direct tv y otros solamente cable. En su casa cuentan con servicio doméstico diario o por ciertos días, tienen lavadora y secadora, pero también hacen uso de lavandería para prendas delicadas.

En cuanto a socializar y modas, les gusta tener lo último o lo mejor en prendas de vestir, automóviles, estudios, tecnologías, les gusta ser parte de los eventos importantes sociales, les gusta que los busquen y no buscar ellos las cosas, dependen mucho de los medios para informarse de una manera fácil y sin mucho esfuerzo.

6.3.3 Descripción Antropológica: Este grupo objetivo está formado por personas que pertenecen a una familia, pueden empezar a formar una nueva o se encuentran en la edad en que se tiene una pareja y está presente la posibilidad de convertirse en padre o madre. La familia se forma por padre y madre y los hijos, estos forman un grupo, el cual es el núcleo de la sociedad guatemalteca. Se busca rescatar el valor de ser padre o madre de familia, porque se sabe que en la actualidad se crean nuevas tendencias contemporáneas que cambian el concepto de familia y la relación padre/madre - hijos, y se pone en riesgo el desarrollo, la estabilidad y el futuro de los niños.

Es de suma importancia mencionar, que el papel de la mujer ha avanzado, ya no sólo se dedica a ser ama de casa, sino que también es una fuente de generación de ingresos para la familia; a pesar de esta nueva tendencia, la mujer siempre va a ser la que se interese más por los aspectos de la educación en cuanto a valores y principios de sus hijos, es quien más tiempo pasa con ellos y quien buscará ayuda necesaria para educarlos en una ambiente familiar sano y seguro.

6.4 CLIENTE

6.4.1 Asociación Familia Hoy: La Asociación Familia Hoy (AFH) nace en el año 2004 de la iniciativa de un grupo de padres de familia y educadores que se han percatado de que, si bien la institución familiar es altamente apreciada, se encuentra al mismo tiempo con el peligro de ser influida con ideas y propuestas que atentan contra los fines esenciales de la familia, creando un clima propicio para cambiar las leyes y las costumbres.

a. Misión

La misión es la promoción y defensa de los derechos de la familia y de sus componentes, mediante la sensibilización de la sociedad y los poderes públicos, la generación de propuestas y proyectos de cooperación y fomento de la coordinación para estos fines entre instituciones y asociaciones familiares de ámbito nacional e internacional.

6.4.2 Imagen Gráfica actual: En la imagen de la Asociación Familia Hoy, se utilizan los colores naranja, azul, blanco y gris, el logotipo actual es texto y unos grafismos que forman una especie de círculo que rodea el nombre, depende el país cambia el nombre de color naranja; las imágenes que utilizan son siempre de miembros de la familia saludables y sonrientes, puede ser, madre e hija, padres e hijos, padre e hijos.

logotipo (imagen adjunta)

6.4.3. Posicionamiento: Familia Hoy es una asociación de las más importantes en Guatemala, ya que no hay muchas que se encarguen o se preocupen específicamente por ayudar o que tengan como finalidad la defensa y apoyo de los valores de la familia. Es un grupo de padres de familia latinoamericanos, con personería jurídica propia, no vinculada a ningún organismo del Estado, partido político o grupos de interés, abierta a todas las personas de habla hispana, de cualquier creencia y raza.

6.4.4. Área de Cobertura: La Asociación Familia Hoy, no cuenta con una dirección física por lo tanto, dentro de su página de Internet www.familia-hoy.org se da la opción de escribirles para que ellos manden la información solicitada. Su área de cobertura es toda Centroamérica, Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica y Panamá.

Todo el trabajo de investigación y desarrollo de estrategia de comunicación y diseño se llevará a cabo con Familia Hoy Guatemala.

6.4.5. Recursos Financieros: Familia Hoy, es una asociación no lucrativa que lidera el monitoreo de los medios de comunicación en el área centroamericana. Trabaja solamente por medio de la dedicación de voluntarios, donativos y patrocinadores. Están en proceso de construir toda una infraestructura de apoyo, por lo tanto necesitan apoyo financiero, comunicación y talento.

6.5 CONCEPTUALIZACIÓN

6.5.1 Proceso de Conceptualización: Se utilizaron diferentes procedimientos para crear un concepto de diseño efectivo y funcional. Se utilizó la *Lluvia de ideas* donde se obtiene una lista de palabras que se relacionan con el problema y el área del tema a tratar, en el que se encuentran nuevos contenidos de significado que pueden orientar hacia la definición del concepto, también se utilizó la técnica de *Los opuestos*, de la misma lista que se creó con la lluvia de ideas se buscó el opuesto de cada palabra a manera de desarrollar o asociar el tema desde otro punto de vista.

Tabla No.10

Procedimientos de conceptualización

Lluvia de Ideas	Opuestos
⇒ Amor	⇒ Odio
⇒ Unión	⇒ Desunión
⇒ Paz	⇒ Tormento
⇒ Alegría	⇒ Tristeza
⇒ Equipo	⇒ Persona
⇒ Dedicación	⇒ Descuido
⇒ Compromiso	⇒ Exentar
⇒ Apoyo	⇒ Desamparo
⇒ Mamá	⇒ Hija

⇒ Papá	⇒ Hijo
⇒ Hijos	⇒ Padre
⇒ Progreso	⇒ Decadencia
⇒ Diversión	⇒ Aburrimiento
⇒ Jardín	⇒ Casa
⇒ Desarrollo	⇒ Retroceso
⇒ Celebrar	⇒ Entristecer
⇒ Entrega	⇒ Desinterés
⇒ Para siempre	⇒ Casualmente/jamás
⇒ Lucha	⇒ Acuerdo
⇒ Abrazos	⇒ Golpes
⇒ Besos	⇒ Desamor
⇒ Casa	⇒ Calle
⇒ Estudio	⇒ Ignorancia
⇒ Visitas	⇒ Soledad
⇒ Abuelitos	⇒ Nieto/hijo
⇒ Juego	⇒ Aburrimiento
⇒ Deberes	⇒ Irresponsabilidad
⇒ Enseñanza	⇒ Sin conocimientos
⇒ Principios	⇒ Sin moral
⇒ Generaciones	⇒ Estancamiento

⇒ Patrones	⇒ Malos ejemplos
⇒ Obligaciones	⇒ Desobediencia
⇒ Derechos	⇒ Obligación
⇒ Respeto	⇒ Abuso
⇒ Felicidad	⇒ Tristeza
⇒ Compartir	⇒ Egoísmo
⇒ Ayudar	⇒ Desprotección
⇒ Crecimiento	⇒ Estancar
⇒ Valores	⇒ Indecisión
⇒ Futuro	⇒ Pasado
⇒ Sociedad	⇒ Individualidad
⇒ Amigos	⇒ Enemigos

Fuente: Propia

La última técnica que se utilizó fue la de los *Seis sombreros para pensar*, es una técnica creada por Edward De Bono, que consiste en seis colores de sombreros que representan las seis direcciones del pensamiento que se deben utilizar a la hora de enfrentar un problema.

- Sombrero Blanco: Los padres deben crear para sus hijos una vida con un ambiente de amor, paz, entrega, alegría y felicidad. En la actualidad la falta de compromiso y la pérdida de valores, ha puesto el papel de los padres de familia

en segundo plano, se tiene como resultado la desintegración de muchas familias guatemaltecas y niños que crecen sin el ejemplo de uno de los padres.

- Sombrero Rojo: Es muy triste y difícil de aceptar que las personas ya no tienen a la familia como prioridad, no luchan por ella, no le dan el valor que se merece, cuando en ella se aprende lo esencial en la vida, desde pequeños los humanos aprenden de sus padres, hermanos y demás familia, a caminar, hablar, amar, cantar, comer, compartir, entre otras cosas más, y se debe recompensarla durante la vida de cada uno, con dedicación, entrega, tiempo, amor y cuidados, porque es de donde se viene y a donde siempre se debiera ir cuando se busca paz, amor y tranquilidad.
- Sombrero Negro: Debido a la falta de importancia hacia la familia, que no se le da el valor que merece, el desinterés y el poco compromiso que se está atravesando en esta época, se tiene como resultado familias desintegradas, con un solo padre/madre de familia, hijos con patrones erróneos de cómo ser padres, padres jóvenes, hijos abandonados y un desequilibrio en la sociedad ya que la familia es el núcleo de la sociedad.
- Sombrero Amarillo: En la sociedad todavía existen personas que tienen como prioridad a la familia, y con ellas se buscará apoyo para luchar por las familias guatemaltecas, para propagar el valor, el compromiso y la entrega que debe haber por parte de los padres hacia sus hijos, y saber que hay soluciones para no afectar a los hijos, por lo tanto hay que fomentar principios y valores para prevenir y tener un futuro con familias funcionales y estables y niños con el apoyo de sus padres durante toda su vida.
- Sombrero Verde: Para lograr el objetivo que se tiene de fomentar el valor y la importancia de la familia, se crearán mensajes directos, breves y concisos que lleguen a la mente y al corazón de las personas del grupo objetivo. Se puede crear una serie de imágenes que pongan a pensar al espectador de algo que no le daba importancia o tenía en segundo plano, que en cualquier momento quiera comunicarse con su familia sólo para saber cómo está o decirle que los quiere, se debe cubrir varios medios para que el mensaje sea accesible y les llegue a todos.

- Sombrero Azul: Se sabe que la sociedad en la actualidad atraviesa por un proceso de cambio, donde todo es Light, entre menos esfuerzo y compromiso mejor, pero se lleva a algo tan importante como lo es la familia, porque todos ponen otras cosas antes de su familia, cuando ésta debería de ser prioridad ante cualquier cosa, porque es de donde se viene, donde se tuvo el primer aprendizaje y es algo para siempre. La buena noticia, es saber que se puede prevenir, para no llegar a la desintegración de familias, jóvenes adolescentes con hijos, hijos abandonados, confusión, etc. Porque se puede fomentar y concienciar a la población padres de familia y jóvenes adolescentes de lo que conlleva procrear y ser parte de una familia.

Con las técnicas anteriores se llegó a las siguientes opciones:

- ⇒ “El valor de la familia es muy grande y para siempre”
- ⇒ “Ser padre es el regalo máspreciado”
- ⇒ “El lazo que une a un padre de familia con sus hijos se debe cuidar con amor y dedicación”
- ⇒ **“No te pierdas los momentos del ser a quien tú le diste vida”**
- ⇒ “Padres de familia: lo que hagas, lo harán ellos también”
- ⇒ **“Que harían tus hijos sin ti”**
- ⇒ “Al nacer un niño, nace también el compromiso de amor y de por vida de dos”
- ⇒ **“Ser padre es comprometerse con amor y para siempre”**

Para llegar al concepto que se buscaba se escogieron dos propuestas finales, se analizó de acuerdo a los objetivos planteados, determinando como propuesta final:

“Ser padre es comprometerse con amor y para siempre”

El concepto final, responde a los objetivos de comunicación y envuelve en unas cuantas palabras todo lo que se transmitirá en la campaña en pro del valor de ser padre de familia. Porque como se ha explicado antes el concepto de padre se está distorsionando o modificando según la forma de vivir en esta época actual, por lo tanto se debe hacer énfasis que desde el momento que se decide ser padre o madre, el compromiso adquirido siempre debe basarse en el amor, felicidad, entrega, etc., pero es importante que este mensaje fomente el compromiso, ya que es un compromiso para siempre, para con los hijos y enseñar que ese compromiso viene de la mano de la responsabilidad, la dedicación, el apoyo, obligaciones y derechos.

6.5.2 Descripción de la Propuesta Gráfica: Después de hablar con el encargado de la Asociación Familia Hoy, de acuerdo a las necesidades que expuso y la forma en que ellos llevan su mensaje, se determinó que los materiales serán para medios masivos como prensa, radio, televisión y publicidad exterior y como medio directo se utilizará el boletín informativo que ellos poseen en la asociación el cual llega no sólo a personas en Guatemala, sino también en Centroamérica y México.

Tabla No.11

Tabla de Contenido Gráfico

Elemento Gráfico	Función	Tecnología	Expresión
Color	El uso del color con un buen conocimiento de su significado y naturaleza, logra llamar la atención del grupo objetivo que se desea, y logra transmitir por medio de contrastes, luces, matices y mezclas, expresiones o efectos que complementan el mensaje escrito, ya que es una estimulación visual la cual influye en la percepción y la manera de analizar y asimilar el texto.	Colores: ⇒ Naranja ⇒ Azul ⇒ Negro ⇒ Gris ⇒ Blanco ⇒ Verde	Se quiere llegar a los sentimientos de las personas para expresarles: confianza, apoyo, lucha, y esperanza. Con la ayuda de la psicología del color: Naranja: cualidades sociables y joviales, actividad. Azul: sinceridad, serenidad, fidelidad, inteligencia, sabiduría y eternidad. Negro: formalidad, solemnidad, estilo. Gris: respeto

			<p>Blanco: pureza, fe, paz, amor divino y humildad.</p> <p>Verde: esperanza, deseo de vida eterna, calma, relajación.</p>
Tipografía	Facilitar la lectura del texto, haciendo de este un mensaje claro, de fácil comprensión y legible. Con diferentes tamaños y grosores se identificarán títulos, subtítulos y texto de contenido.	<p>Tipografía de la familia San Serif, gruesa, sólida, con legible. Cambiará el grosor o tamaño según el texto.</p> <p>Ejemplo de tipografía: Helvética LT Std Black</p>	Seriedad, solidaridad y formalidad
Imágenes	<p>Hacer reflexionar, pensar y concientizar a los lectores.</p> <p>Apoyar al texto y complementarlo.</p> <p>Que la imagen hable y lleve el mensaje que se desea.</p>	<p>Fotografías digitales a color</p> <p>Ilustraciones o efectos.</p>	<p>Credibilidad</p> <p>Amor</p> <p>Unión</p> <p>Solidaridad</p> <p>Compromiso</p>
Diagramación	<p>Utilizando los conocimientos del recorrido visual, titulares primero y textos después.</p> <p>Unidad en el diseño de todas las piezas</p>	<p>Se manejará con orden resaltando lo más importante. Se utilizarán descansos visuales, texto no saturado y equilibrio.</p>	<p>Orden</p> <p>Control</p> <p>Limpieza</p> <p>Seriedad</p>

Formato	Con los diferentes materiales se facilita el llevar el mensajes al grupo objetivo de una manera, efectiva, directa y clara, con la utilización de los diferentes elementos gráficos y auditivos (radio).	Afiche: 11 x 17 pulg. Vallas unipolares: 15 x 6 mt. Muppie: 39 ¼ pulg x 96 pulg. Mantas 1.5 x 3 mt. Trifoliar: 6 x 6 pulg. Radio: 6 pautas de 30 segundos al día Boletín (Internet): 600 pix x 1000 pix aproximadamente	Notoriedad Presencia
----------------	--	---	-------------------------

Fuente: Propia

6.5.3 Tono de Comunicación: El tono que se quiere proyectar en los materiales propuestos para esta campaña es humanitario, de reflexión, serio, con responsabilidad social, personal, sincera, veraz y de apoyo. Se transmitirá la información con frases directas en forma de pregunta, breves y concisas, con palabras de fácil comprensión para que el mensaje no tenga lugar a otras interpretaciones que no sean las deseadas.

6.6 ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

Tabla No.12

Tabla de Medios y Formas

Piezas	Propósito	Distribución	Duración	Lugar
Afiche	Llevar un mensaje al público con una finalidad determinada. El objetivo principal es conseguir la máxima presencia del mensaje central de la campaña para entrar en la mente del espectador.	Diferentes puntos claves en edificios empresariales, oficinas y/o universidades, según se indique donde tendrá mayor visibilidad.	Los afiches estarán los 6 meses que dure la campaña. (mayo, junio, julio)	Edificios empresariales, oficinas, universidades.
Vallas Publicitarias y Muppies	Exponer el mensaje de concienciación a las personas que se encuentran en la calle a diferentes horas y diferentes lugares. Las ventajas de estos medios son:	Debido a que los espacios publicitarios son donados, la ubicación de las mismas queda a	Las vallas publicitarias y los muppies estarán los 6 meses que dure la campaña.	Diferentes puntos en las zonas de la ciudad capital.

	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Alto impacto visual para mensajes simples ⇒ Selección geográfica ⇒ Alto alcance y frecuencia ⇒ Eficiente para alcanzar masas ⇒ 24 horas de exposición ⇒ Valores de recordación ⇒ Espectacularidad 	discreción de los donadores. Aunque se recomiendan los puntos más transitados en los horarios del proletariado.	(mayo, junio, julio)	
Televisión	<p>Llevar el mensaje al grupo objetivo de una forma visual más dinámica, con movimiento y sonoro.</p> <p>Las ventajas de este medio son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Involucra al televidente ⇒ Genera rápido alcance del grupo objetivo 	Los mensajes se distribuirán según el horario en que el grupo objetivo vea televisión, ya sea al medio día o en la noche.	Este medio se utilizará durante los 6 meses que dure la campaña.	Canales nacionales y diferentes programaciones por cable.

	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Relativamente eficiente ⇒ Flexible: alcance masivo/enfocado a través de selección de programas y horarios ⇒ Cable y TV por satélite ofrecen un mayor enfoque via audiencias fragmentadas ⇒ Ejecuciones creativas (unir el mensaje al ambiente) ⇒ Patrocinios 			
			(mayo, junio, julio)	
Prensa	Llevar el mensaje al grupo objetivo de una forma más directa, a través de un medio que tiene alto grado de selectividad en las audiencias y	Puntos de venta y por suscripción.	Este medio se utilizará durante los 6 meses que dure la campaña	Centro de venta autorizados, voceadores y por

	<p>alto grado de credibilidad y autoridad.</p> <p>Las ventajas de este medio son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Inmediatez ⇒ Excelente para explicar mensajes complejos ⇒ Alcance nacional inmediato ⇒ Tiempos de salida rápidos ⇒ Insertos ⇒ Secciones específicas para alcanzar a grupos objetivos seleccionados ⇒ Oportunidades de mercadeo conjunto con el medio 		<p>(mayo, junio, julio)</p>	<p>suscripción (a domicilio).</p>
--	---	--	-----------------------------	-----------------------------------

<p>Radio</p>	<p>Enfocarse en el grupo objetivo demográfica como regionalmente, para llevarles el mensaje de la campaña, recordarlo y grabarlo en sus mentes.</p> <p>Las ventajas de este medio son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Medio apropiado para frecuencia ⇒ Compra en tiempos específicos ⇒ Eficiencia en costos ⇒ Portabilidad ⇒ Puede alcanzar al grupo objetivo fuera del hogar ⇒ Ejecuciones creativas impactantes (unir el mensaje al ambiente 	<p>Los mensajes se distribuirán según el horario de los oyentes cuando se dirijan hacia su trabajo y de regreso a sus casas.</p> <p>También diferentes menciones en programas, para jóvenes en la tarde, amas de casa en la mañana y trabajadores como los programas mañaneros.</p>	<p>Se transmitirán diferentes versiones con el mensaje durante los 6 meses que dure la campaña.</p>	<p>Diferentes radio emisoras del país.</p>
---------------------	---	---	---	--

	de la radio) ⇒ Patrocinios		(mayo, junio, julio)	
Boletín (Internet)	<p>Aprovechando la audiencia que la página web de Familia Hoy posee, se enviará por medio de correo directo las diferentes versiones de anuncios, con un formato de jpg para diseñarlo de la misma forma que los otros materiales para que tenga unidad con toda la campaña que se estará lanzando.</p> <p>Las ventajas de este medio son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Audiencia preseleccionada y específico ⇒ Mensaje personalizado 	Se utilizará el boletín mensual que la Asociación Familia Hoy, envía por medio de su sitio web.	Indefinido, ya que después de enviarlo todos los anuncios quedan a disposición de los usuarios en la página de Internet en una sección especial.	Página web de Asociación Familia Hoy: www.familia-hoy.org

	<p>⇒ Efectivo</p> <p>⇒ Es tangible: Se puede tener en las manos y guardar y volver a revisar cuando la persona lo desee o lo necesite.</p> <p>⇒ Se puede enviar a más personas.</p>		<p>(mayo, junio, julio, o hasta que ellos decidan dejar de mandarlos)</p>	
--	---	--	---	--

Fuente: Propia

6.7 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.7.1 Proceso de Bocetaje: Inicialmente, se buscó un nombre para el programa de Educación Familiar por lo que se obtuvo como resultado:

“Ser padre es comprometerse con amor y para siempre”

Esta frase se utilizará como la base que representará al proyecto.

LOGOTIPO

Al inicio del proyecto, se propuso la creación de un logotipo para identificar a la campaña de concientización en pro de la familia. Estos fueron los bocetos que se hicieron para llegar a un diseño final:

Se buscó representar la unidad que existe entre padres e hijos, por lo tanto por medio de grafismos o figuras con cierto grado de abstracción, se dibujaron en algunas propuestas, cuatro círculos, dos grandes y dos pequeños, y un elemento que de alguna forma los uniera, pudiendo ser este un corazón, un círculo, etc.

Este proceso de diseño, no se continuó porque, por medio de las pláticas y consultas que se tuvieron con las personas de la Asociación Familia Hoy, se concluyó que la campaña sería representada únicamente con el logo de la Asociación, y crear un logo únicamente para representar a la misma campaña, no daría ningún valor. Por lo que el logotipo actual presentado



anteriormente identificará a la campaña que se lanzará se unificará con la frase que se presenta en el proceso de bocetaje.

El logotipo de la organización se presenta a continuación se realizó por el lugar y será el logotipo a utilizar en toda la campaña.



TIPOGRAFÍAS

Estas tipografías se eligieron para las frases, de las cuales se seleccionaron las más adecuadas de acuerdo al mensaje que se quiere proyectar:

Arial	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Abscissa	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Arial Black	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata

Berlin Sans FB	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Cooper Black	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Elephant	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Franklin Gothic Book	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Insaniburger	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Microsoft Sans Serif	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
SF New Republic	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Tahoma	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Gregs other hand	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
Vrinda	Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata

Se eligieron las tipografías Abscissa y Gregs other hand estas tipografías, porque debido a su trazo y forma proyectan un mensaje personal, más de confianza, como hecho a mano.

- Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
- Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata

Se escogieron las tipografías Microsoft San Serif, Arial Black, Tahoma porque ayudan a que el mensaje tenga claridad, sea de fácil comprensión, legible y proyecte un mensaje directo, en confianza, pero serio.

- Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata
- **Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata**
- Porque será a ti a quien buscará para arreglarle su corbata

SELECCIÓN DE TIPOGRAFÍAS PARA AMBOS MENSAJES EN LAS PIEZAS

Opción # 1

En esta opción se propone Arial Black para las dos frases, con la diferencia que la primera frase tiene Bold. Esta idea se descarta porque el texto se vuelve muy grande, por lo tanto se necesita usar tres líneas y ya el texto en general se alarga mucho, perdiendo así el impacto que se quiere dar con sólo un vistazo.

**Porque será a ti,
a quien buscará para
arreglarle su corbata**

**Te perderías estos
momentos en la
vida de tus hijos?**

Opción # 2

En esta opción se utiliza para la primer frase con la tipografía Gregs other hand, pero se descarta debido al trazo y a la forma, podía dar confusión y problemas con la comprensión y legibilidad aunque cumplía con el propósito de proyectar un mensaje más personal. Para la segunda frase se utilizó la tipografía Arial, pero se descartó porque al momento de aplicarle Bold, se perdían las letras y podía confundir al momento de leerlo

Porque será a ti,
a quien buscará
para

**Te perderías estos
momentos en la vida de
tus hijos?**

Opción # 3

En esta opción se utiliza para la frase de arriba la tipografía Abcissa, ya que es una tipografía que da alusión que está escrito a mano, personal y de confianza, sin dar problema de legibilidad o confusión. Para la frase de abajo se utilizó la tipografía Arial Black, porque es clara, proyecta un mensaje directo, una letra de fácil comprensión, muy legible, estable, y al mismo tiempo es moderna y seria.

Porque será a ti,
a quien buscará para
arreglarle su corbata

**Te perderías estos
momentos en la vida
de tus hijos?**

La elección final de la tipografía, la que se consideró la más adecuada para los textos por su legibilidad es esta última presentada, Absisa y Arial Black

Porque será a ti,
a quien buscará para
arreglarle su corbata

**Te perderías estos
momentos en la vida
de tus hijos?**

Tipografía Fase 1

Porque será a ti, a quien buscará para arreglarle su corbata

Absisa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Se le dio un espacio entre cada letra de 5, para que tuviera más legibilidad y se modificaron las tildes porque las originales eran muy grandes.

Esta tipografía debido a su forma, además de hacer alusión a letra a mano, vincula con el recuerdo de la letra de los niños, por lo que ayudará a provocar el sentimiento de nostalgia y reflexión que se pretende con las imágenes y los mensajes.

Tipografía Fase 2

Te perderías estos momentos en la vida de tus hijos?

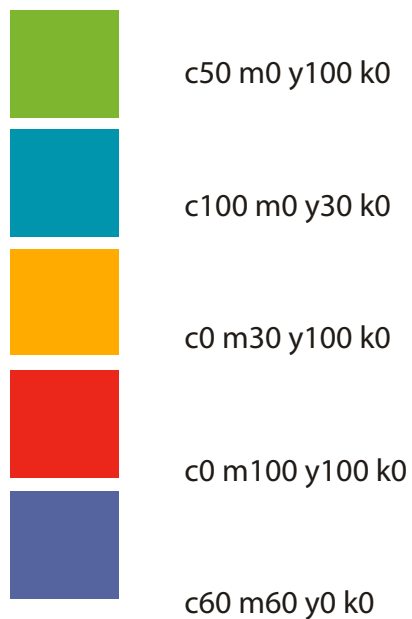
Arial Black

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

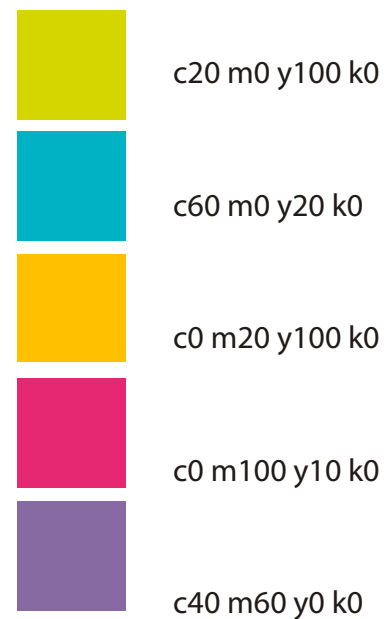
Se optó por la tipografía Abscisssa ya que era la que más se adecuaba al proyecto, por su estructura, grosor se identifica llama la atención e invita al lector a ver, la tipográfica Abscisssa viene de la familia comic, y su inventor fue Tepid Monkey Font de Font-a-licious Fonts. Al momento de probar el uso de la tipografía se consideró que era necesario utilizar otra tipografía que complementara el diseño.

En cuanto a la paleta de color que se utilizaría se exploraron varias posibilidades en tonos CMKY y RGB. Depende del sistema que se utilizara al momento de la impresión, para esto se realizaron dos propuestas.

Propuesta # 1



Propuesta # 2



GAMA DE COLORES

Se seleccionó una gama de colores secundarios y terciarios que tuvieran relación, que transmitieran sentimientos y emociones a las personas que lo ven. Por lo que se eligieron los siguientes colores:

AMARILLO: Representa la alegría, la juventud, el calor, el verano. Comparte con el rojo algunos aspectos siendo un color ardiente y brillante. Aumenta el optimismo, la seguridad, la confianza, el equilibrio, disminuye la fatiga y estimula el sistema respiratorio. Es ideal para utilizar en lugares dónde la familia se reúne para conversar y disfrutar de la compañía.

ROSA: Significa ingenuidad, bondad, buen sentimiento, ausencia de todo mal. Es un color espiritual, pero también con alusiones prácticas, asociadas con la compasión y la ayuda.

ROJO: color muy llamativo, produce calor, por eso será utilizado muy poco, por los sentimientos contrarios que produce, pero se utiliza porque es el color que transmite amor, cariño.

CYAN: Es el color de la generosidad, dedicación al bien y a las causas más nobles. Es el azul en su más etérea tonalidad. Es el color que con más dificultad se encuentra en el aura de las personas, denotando la rareza con que aparecen en este mundo personas capaces de desinteresarse por sí mismos y buscar su felicidad en el bienestar de los demás.

AZUL: Es el símbolo de la profundidad. Transmite seriedad, confianza y tranquilidad. También se le atribuye el poder para desintegrar las energías negativas. Favorece la paciencia la amabilidad y serenidad.

VERDE: Representa la esperanza, la fecundidad, los bienes que han de venir, el deseo de vida eterna. Es un color de gran equilibrio, simboliza la primavera y la caridad, sugiere amor y paz. Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud. Aquellos que prefieren este color detestan la soledad y buscan la compañía.

MORADO: El violeta y el morado son colores de transformación al más alto nivel espiritual y mental, capaces de combatir los miedos y aportar paz. Tienen un efecto de limpieza en los trastornos emocionales. Ellos conectan también con los impulsos musicales y artísticos, el misterio y la sensibilidad a la belleza y los grandes ideales, inspirándonos sensibilidad, espiritualidad y compasión.

Se eligió la opción 2 porque a pesar de ser colores parecidos poseen tonalidades más modernas que se adaptarán mejor al gusto del grupo objetivo, además se busca que sean colores fuertes para que resalte la imagen y llame la atención al igual que hacer alusión a recuerdos, alegres, bonitos, especiales en la vida de los hijos, ya sean de niños, adolescentes o adultos.

Se seleccionó también el verde de la propuesta # 1 porque tiene una tonalidad diferente al otro verde que se presenta pero sigue siendo un color moderno, también se eligió para tener más variedad en la paleta de colores.

SITUACIONES

Es importante determinar en qué situaciones se utilizarán y se buscarán las fotografías, las situaciones se dan en un momento de la vida construido por cosas concretas y a propósito para la organización de un ambiente unitario y de acontecimientos como los que se presentan a continuación:

- niño manejando bicicleta
- cumpleaños
- niña bailando en los pies de su papá
- papá haciendo el nudo de corbata a su hijo
- niño en el pediatra
- mamá arreglando el vestido de boda a su hija

- papá entrando a la hija a la iglesia
- niño disfrazado para un acto
- bebé caminando agarrado de una mano, aprendiendo a caminar
- primera vuelta en bicicleta sin llantitas
- su primer trabajo, festejando su primer cheque
- niña pintándose los labios
- niño en partido de fut
- mamá y/o papá jugando con su hijo
- niño siempre queriendo ser como su padre
- baño de un bebé

Se eligieron estas situaciones, porque son momentos con los cuales el grupo objetivo se identificará, ya sea porque los hayan vivido, los estén viviendo, en un futuro lo harán o lo recordarán cuando de niños de lo vivieron con sus padres; esto ayudará a que ellos se identifiquen con la campaña.

- niño manejando bicicleta

~~cumpleaños~~

- niña bailando en los pies de su papá
- papá haciendo el nudo de corbata a su hijo

~~niño en el pediatra~~

- mamá arreglando el vestido de boda a su hija

- ~~- papá entrando a la hija a la iglesia~~
- ~~- niño disfrazado para un acto~~
- ~~- bebé caminando agarrado de una mano, aprendiendo a caminar~~
- primera vuelta en bicicleta sin llantitas
- ~~- su primer trabajo, festejando su primer cheque~~
- ~~- niña pintándose los labios~~
- ~~- niño en partido de fut~~
- mamá y/o papá jugando con su hijo
- niño siempre queriendo ser como su padre
- baño de un bebé

Se descartaron las situaciones marcadas con una línea por las siguientes razones:

- cumpleaños: porque no se quería delimitar una edad del hijo, ya sea niño, adolescente o adulto; hay más situaciones importantes y especiales como ésta, pero sólo pasan una vez en la vida de los hijos.
- niño en pediatra: porque muchas veces aunque los padres quieran asistir a la consulta de sus hijos el trabajo u otros compromisos importantes se los impide y no es culpa de ellos.
- papá entrando a su hija en la iglesia el día de su boda: porque al analizar este momento, se llegó a la conclusión de que en varias ocasiones, el padre no está presente en este momento, por distancia, enfermedad o muerte, y no se pretende de ninguna manera, provocar un sentimiento de tristeza en el espectador

- niño disfrazado para un acto: porque la imagen tendría que tener un contexto muy específico del lugar (colegio, teatro, escuela, etc.) para entender la imagen y que no parezca un simple disfraz de carnaval o halloween. Y como el grupo objetivo en cuanto a nivel socioeconómico es amplio, se tendría que escoger un ambiente apto para todos y con el que se identifiquen.

- su primer trabajo: porque aunque sea un momento bonito para recordar y especial para los hijos, no todos los hijos trabajan, porque estudian y tendría que delimitarse más el grupo objetivo, además muchas veces esto se hace por necesidad y como se explicó anteriormente, no se quiere provocar un sentimiento que no sea felicidad, amor y nostalgia.

- niña pintándose los labios: porque no se quiere contribuir a la promiscuidad en las niñas de ninguna forma, y este mensaje se puede malinterpretar por ciertas personas, además, en la actualidad, la niñez cada vez es más corta y si algún niña que ni tenía en su mente pintarse ve esta campaña, podría provocar duda o curiosidad y quiera hacerlo, adelantándose a su momento.

- niño en partido de fut: la intención de esta situación es dar el mensaje a los padres de la importancia del hecho de apoyar a sus hijos en sus actividades escolares, por lo tanto, se descartó esta idea, pero se propuso una imagen en donde no importara el deporte siempre y cuando estén ambos padres presentes en los logros de sus hijos.

- VALLA

Para vallas se eligieron las siguientes situaciones:

- Joven con medalla, con el apoyo de sus padres: están presentes los dos padres de familia apoyando en una actividad a su hijo adolescente, esto es para recalcar que la adolescencia es una etapa muy difícil en donde los jóvenes necesitan más la atención de sus padres.

- Niña bailando en los pies de su papá: es un momento por el que todas las niñas pasan, el cual quieren aprender a bailar y se suben en los pies de sus papás porque no logran conseguir el paso tan rápido debido a que son muy pequeñas.
- Mamá arreglando el velo de su hija en su boda: este es un momento de los más importantes para una mujer, y no hay mejor apoyo y compañía que el de su madre.
- Mamá jugando con su hija: porque los niños todo lo que aprenden en el colegio, canciones, juegos, lecciones a los primeros a los que se lo quieren contar es a sus papás, y muchas veces los padres piensan que son pequeñeces y no les prestan atención, pero deben ser conscientes que esa etapa sólo será en la niñez de sus hijos.

- MUPPIES

Se escogieron las siguientes situaciones:

- Papá arreglando la corbata a su hijo: porque todos los hombres en algún momento de su niñez necesitan usar un traje con corbata y el primero a quien acudirán para arreglarles su corbata en su papá, y por el hecho de ser hombre no hay mejor maestro para el hijo que su padre.
- Papá jugando con su hija: porque es importante incentivar a los padres a unirse al mundo de juego y fantasía de sus hijos, también porque al escoger una imagen de madre e hija, no se debe dejar al padre a un lado y por eso se incluyó también una imagen de padre e hija jugando.

- Mamá jugando con su hija: porque los niños todo lo que aprenden en el colegio, canciones, juegos, lecciones a los primeros a los que se lo quieren contar es a sus papás, y muchas veces los padres piensan que son pequeñeces y no les prestan atención, pero deben ser conscientes que esa etapa sólo será en la niñez de sus hijos

- AFICHES

- Aquí se utilizaron una situación ya empleada en mupies, el papá arreglando la corbata de su hijo, esto se hizo para darle unidad a la campaña con ciertas piezas.

- Papá y mamá jugando en familia con sus hijos: para resaltar lo importante que es pasar tiempo en familia y que desde un simple juego se le puede enseñar a los hijos algo tan importante para la vida, como lo es, el saber ganar y perder.

- Mamá ayudando a su hija a escoger el vestuario más adecuado: se agregó esta situación porque es un momento muy íntimo de las madres con sus hijas, ya que su primera la primera consejera de modas para las niñas en su madre y de aquí siguen su ejemplo, hasta que llegan a la edad que ellas lo deciden.

- PRENSA

- Papá ayudando a su hijo a manejar la bicicleta: se agregó esta pieza nueva, porque es un momento que todos tienen presentes, tal vez no exactamente el día que lo lograron por ser tan pequeños, pero no hay mejor recuerdo que el hecho que el padre o la madre se los cuente y saber que quienes lo ayudaron fueron sus padres.

- Papá midiendo a su hijo con un metro: aquí se quiere recordar a los papás que sus hijos siempre van a querer ser como ellos, que siempre seguirán su ejemplo, tanto su forma de actuar, como su apariencia física, porque para ellos siempre van a ser su héroe.
- Mamá bañando a su bebé: este momento es muy especial para las mamás, porque además de crecer con sus hijos, les enseñan a descubrir cosas nuevas, es algo que sólo podrán hacer cuando ellos estén bebés porque después lo harán por sí solos, además en un momento muy sentimental en donde comparten muchas cosas.

- **BOLETÍN INFORMATIVO**

- Para este medio se utilizarán todas las imágenes para que los que reciben el boletín puedan apreciar los momentos utilizados en la campaña y los comenten en el blog de la página de la Asociación.

- **RADIO**

Situaciones para radio:

- Hija le dice a sus papás que se casa
- Niño le dice a sus papás de su partido de futbol
- Graduación de colegio
- Manejar Bicicleta sin llantas

Las versiones que se utilizaron fueron la de un niño manejando su bicicleta sin llantas y el joven graduándose del colegio.

Se utilizaron estas versiones porque debido a que es radio y todo es un juego de voces, es mejor usar al personaje padre, madre e hijo para proyectar el mensaje que se quiere con la campaña, para que tenga más cambios de tonos, y llame más la atención.

Para radio se proponen dos versiones una ya utilizada en medios impresos como lo es el manejar bicicleta y una nueva que es la graduación del colegio de una joven.

Se propone utilizar un lenguaje coloquial, tranquilo, como una plática normal entre padres e hijos de una familia guatemalteca.

- TELEVISIÓN

- “Clausura de un hijo en preparatoria”, se propuso utilizar un niño de preparatoria disfrazado de osito, para aprovechar este medio visual, con movimiento y sonido, por lo tanto, un niño en esta situación tocaría más el corazón del grupo objetivo y lo llevaría a reflexionar más, sobre los momentos que debe compartir con sus hijos.
- Al final de las imágenes aparecería una voz de un hombre con tono tranquilo, amigable y de reflexión diciendo la frase que dará fin al spot y aparecerá el logo de Asociación Familia Hoy.
- Al final, se escogió la propuesta en donde se utilizarán todas las situaciones seleccionadas para la campaña en general, para no enfocar toda la falta de compromiso o falta de atención sólo al padre o a la madre, además se refuerza el mensaje de los medios impresos, ya que es un medio visual donde se puede hacer uso del sonido y movimiento.

IMÁGENES

Las imágenes se seleccionaron según las situaciones que se quería mostrar en las diferentes piezas. Todas las imágenes que se proponen a continuación fueron tomadas de las páginas siguientes:

- www.imagebank.com
- www.gettyimages.com
- RightsReady.aspx
- www.sxc.hu

Después de platicar con los encargados de la asociación, se concluyó que comprar las fotografías es la mejor decisión, en cuanto a facilidad de proyección del mensaje, ya que las imágenes son una parte central de cada pieza publicitaria, además, es más económico y viable para ellos conseguir donación para comprar unas fotos, que contratar un fotógrafo experto, pues esto, implicaría el gasto en el pago de los modelos, la locación, asistentes, etc.

Las siguientes imágenes son todas las que se escogieron de las cuales se fueron descartando algunas por diferentes motivos que se explicarán a continuación.

Padre / Hijo

Imágenes seleccionadas:



Se escogieron estas imágenes, porque son momentos que nunca dejarán de pasar en la vida de un padre y un hijo, el niño siempre querrá ser tan grande o tan alto como su padre, siempre necesitará el empujoncito del padre para manejar su bicicleta con seguridad y la primera vez que use su traje formal en donde su padre le enseñará a componerse la corbata, consejo que aplicará de niño, adolescente y adulto, y que mejor que recordarse que quien le enseñó, eso fue su padre.

Imágenes descartadas:



Se descartó esta imagen porque a pesar de que muestra al padre ayudando a su hijo, no aporta el concepto que se quiere proyectar, del hijo manejando bicicleta con la ayuda del padre, porque para componer, arreglar partes de la bicicleta pueden darse muchas ocasiones en la niñez del hijo, pero manejar con ayuda sólo será una vez o un par de veces.

Padre / Hija

Imágenes seleccionadas:



Se escogieron estas imágenes porque una niña siempre trata de hacer muchas cosas en pareja con el padre, la mayoría de niñas han bailado descalzas en los pies de sus padres, por lo tanto se escogió esta situación para provocar nostalgia y ternura para con las hijas por si habían olvidado este momento y para con los padres para que no se lo pierdan.

También el padre con su hija disfrazada de princesa o hada, porque una niña siempre busca y consigue ser la princesita de su padre, tener su atención y llevarlo a su mundo de fantasía en la que ella juega.

Imágenes descartadas



Se descartaron estas imágenes porque al momento de proponer una imagen del padre bailando con su hija, el recuerdo más especial es hacerlo sobre los pies, y en estas imágenes pueden estar en cualquier lado o no ser su padre con quien ella esté bailando. La otra imagen se descartó porque ya se había elegido una imagen de padre e hijo, midiéndose y no es tan común o no trae un mensaje tan especial el que la hija se mida con su padre.

Madre /Hijo

Imágenes seleccionadas



Se escogieron estas imágenes porque son momentos muy especiales para la madre, por ejemplo el baño de su hijo, aunque sea algo diario en los primeros años de la vida del hijo, se vuelve más divertido y juntos van descubriendo cosas nuevas. En la otra fotografía se utiliza la imagen de la madre jugando con el niño, porque estos juegos y canciones siempre quedarán grabados en su mente, y recordará la voccita y las caritas que hacía su hijo para siempre.

Imágenes descartadas



Se descartaron estas imágenes porque en la primera fotografía no se ve quien es la persona que ayuda al bebé a caminar, esta puede ser cualquier persona que no sea su madre. La segunda se descartó porque se seleccionó otra donde se aprecia más la interacción madre e hijo y la tercera se descartó porque si es un momento especial, pero hay otros momentos más especiales, que vale más la pena utilizar.

Madre/Hija

Imágenes seleccionadas:



Se escogieron estas imágenes porque los juegos entre madre e hija siempre serán un bonito recuerdo para las dos, y la primera vez que una niña recibe un consejo de moda o a quien acude por uno, es su madre quien está presente para dárselo. También el día de la boda de la hija, no es lo mismo si su madre no está presente para ayudarla con los últimos detalles, enseñarle a tranquilizarse en esos momentos de presión por ese día tan especial, y darle los consejos más sabios para este gran paso en su vida.

Imágenes descartadas



Se descartó esta imagen, porque a pesar de ser un momento bonito, no todas las madres están de acuerdo en que sus hijas se maquillen, pinten las uñas y se conviertan en unas señoritas a tan corta edad, además se podría mal interpretar como algo superficial y/o materialista.

Padres / Hijos(as)

Imágenes seleccionadas



Se escogieron estas imágenes porque se quería mostrar una situación en la vida de un adolescente, tan común y corriente como lo es un juego de algún deporte en su colegio, y muchas veces los padres dejan pasar estos momentos

porque les parecen que habrán muchos más y cuando menos sienten sus hijos ya salieron del colegio. La otra imagen se escogió porque muestra a ambos padres jugando con su hijo, esto es importante porque la niñez de sus hijos se acaba y aunque parezcan juegos insignificantes traerá a sus vidas mucha alegría y recuerdos agradables.

Imágenes descartadas



Estas imágenes se descartaron porque al utilizar una imagen de navidad, podía confundir a que fuera algo de la época navideña y la campaña se lanzará en mayo, junio y julio. La otra imagen se descartó porque es un poco difícil por horarios que toda la familia fuera a dejar a un hijo al bus, entonces se convertiría en algo un tanto irreal, además no todos los niños utilizan bus escolar por diferentes motivos.

FRASES

Se eligieron un grupo de frases que ayudarán a complementar la imagen que se muestra con la campaña.

- Tendrás toda una vida para trabajar, pero tus hijos serán jóvenes sólo una vez.
- Ellos necesitan de tu presencia más de lo que te imaginas.
- Cada día de nuestras vidas, depositamos memorias en la vida de nuestros hijos.
- Tus hijos serán jóvenes sólo una vez, no te pierdas esos momentos, disfrútalos.
- ¿Estarías dispuesto a perderte estos momentos en la vida de tu hijo?
- En este momento, ¿Tú dónde estabas?

Se descartaron las anteriores porque se debía encontrar una que se pudiera utilizar en todos los medios y que tuviera coherencia con todas las imágenes seleccionadas.

La penúltima seleccionada había sido: “¿Estarías dispuesto a perderte estos momentos en la vida de tu hijo?”, pero se descartó porque se podía entender que si estaba dispuesto a perderse esos momentos habría algo mejor en recompensa y ese no es el mensaje que se quería transmitir.

Se concluyó que cada pieza tendría un comienzo diferente y cerrar con la misma frase en forma de consejo “No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos.

- Frases elegidas:
 - Porque su primer baile con pareja lo hará sobre tus pies... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
 - Porque jugará mejor si sabe que tiene tu apoyo... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

- Porque cada mes querrá saber si ya te va a alcanzar... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque tú serás la mejor para calmar sus nervios en ese día... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque será a tí a quien buscará para arreglarle su corbata... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque serás tu la primera que escuche sus juegos y canciones... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque aprenderá a manejar bicicleta sólo una vez... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque no habrá mejor consejo en moda que el tuyo... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque se graduarán del colegio sólo una vez... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque serán niños sólo una vez... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque siempre buscará ser tu princesita... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque no habrá mejor baño que el que tú le des... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque no habrán juegos más divertidos que los tuyos... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!
- Porque serás tú, quien les enseñe a ganar y perder... ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

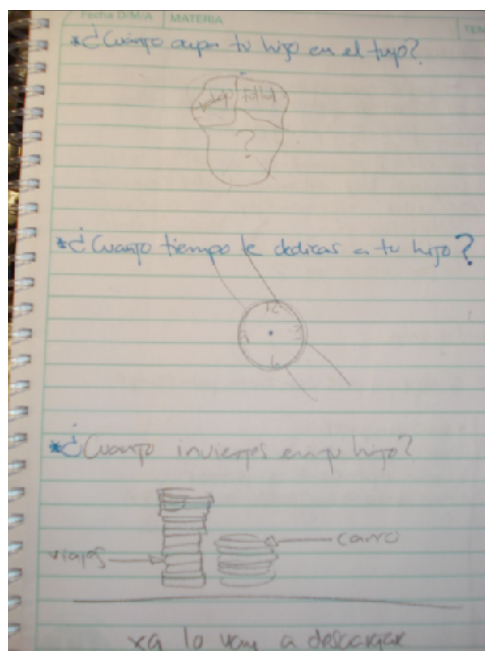
RETÍCULAS

La retícula a utilizar se evaluó antes de ser final. La retícula hace también que, la lectura se efectúe con mayor rapidez, se visualicen los contenidos a distancias más lejanas y se retenga con más facilidad en la memoria la información que se está recibiendo. Una retícula impone orden, uniformidad y coherencia. Una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico.

Propuesta # 1

En esta idea se buscaba utilizar elementos que los padres utilizan pero al mismo tiempo jugar con las diferentes situaciones que cada una de esos representa, las frases se muestran por medio de preguntas.

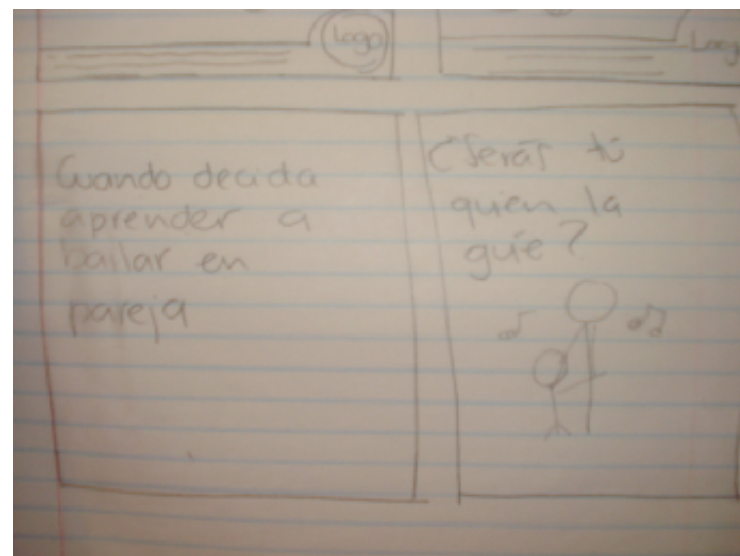
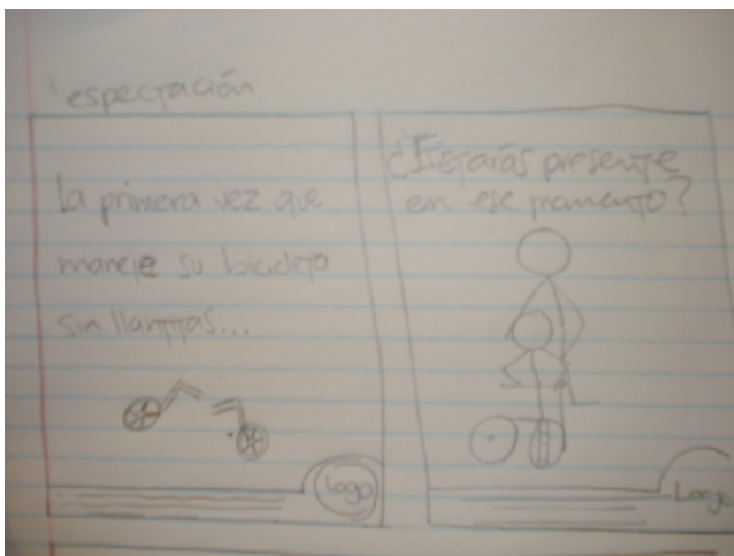
Por ejemplo: utilizar la imagen de un reloj y dividirlo en trabajo, amigos, futbol, hijos, casa, etc. Con la frase "¿Cuánto tiempo dedicas a tus hijos?"



Esta imagen se descartó por la falta de elementos que se podrían usar para transmitir el mensaje que se quería bajo el concepto determinado. Además, estas imágenes serían muy sencillas y no tocarían el corazón, ni los sentimientos del grupo objetivo.

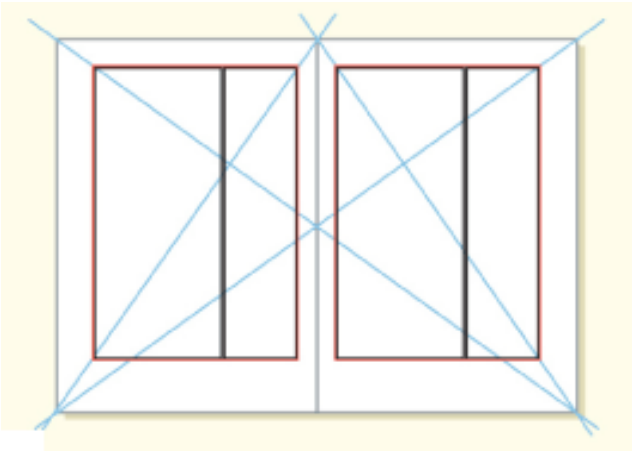
Esta fue la primera idea que se tuvo antes de empezar a bocetar pero se fue modificando ya que no cumplía con lo que se necesitaba mostrar al grupo objetivo para crear conciencia en el de cómo debe llevarse a cabo la unidad y permanencia familiar.

Propuesta # 2

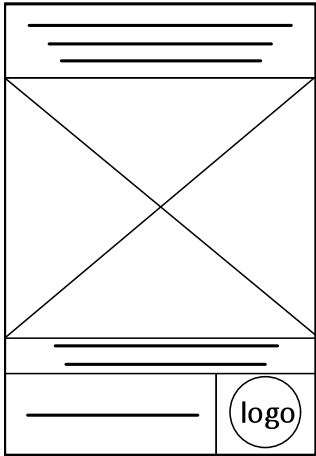


Se habría propuesto trabajar una campaña expectativa para que las personas estuvieran más pendientes y a la expectativa de lo que sería la campaña pero esta se descartó esta idea, porque debido al presupuesto limitado o a base de donaciones que la Asociación maneja, hacer expectación y después montar la campaña final saldría muy caro.

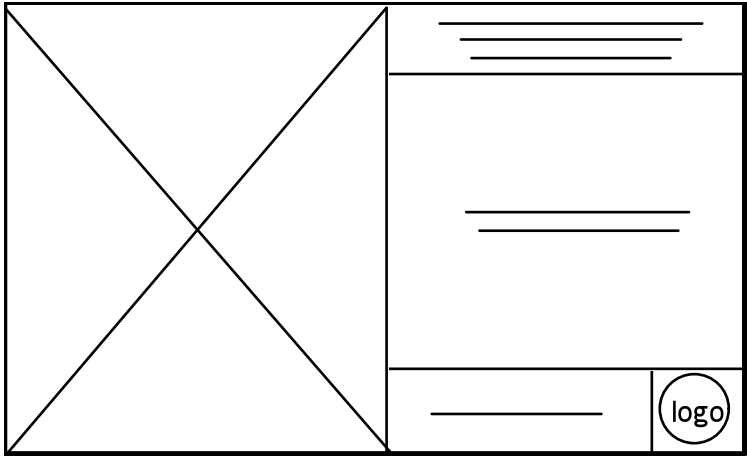
Al momento de iniciar el proceso de bocetaje se tomaron en cuenta 3 opciones que podían ayudar a elegir la retícula más apropiada al momento de iniciar con el proceso de diseño.



Propuesta # 3



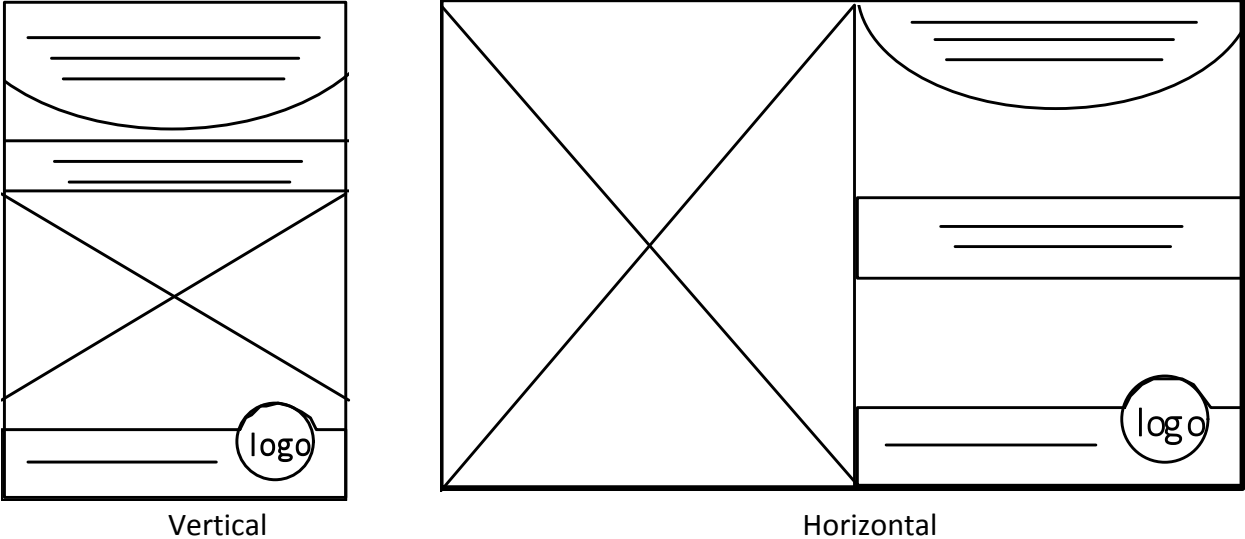
Vertical



Horizontal

Se descartó esta propuesta de retícula, porque era muy tosco y a pesar de ser un mensaje serio, los colores y las fotografías empleadas necesitan un formato más ameno acorde con la relación padres-hijos, transmitiendo alegría, amor y bonitos recuerdos. Además, el texto siempre quedaría centrado, perdiendo dinamismo, esto hace que las personas se sientan menos motivadas de querer leer y ver la campaña.

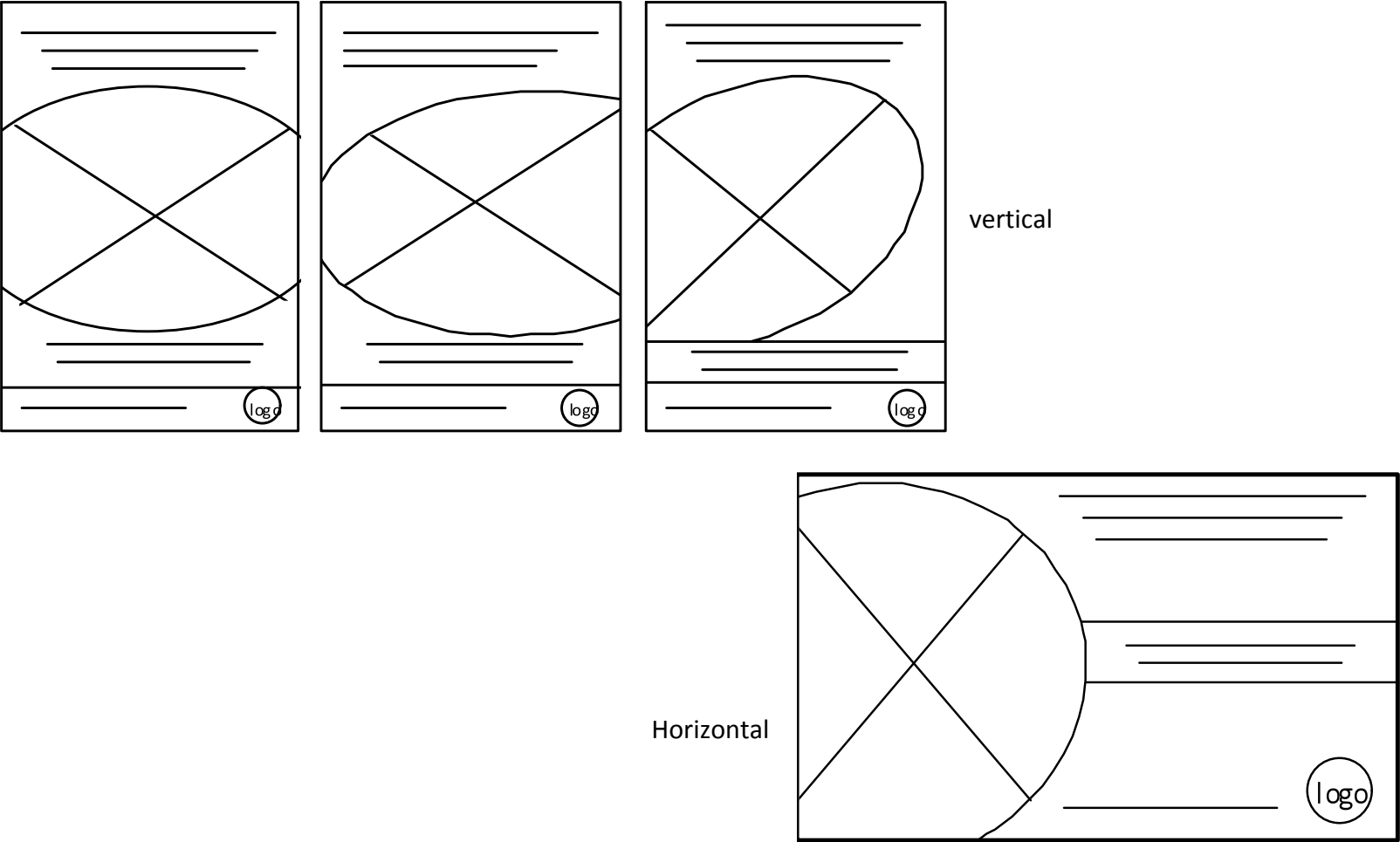
Propuesta # 4



Se descartó esta idea, porque además de tener un poco más de dinamismo que el anterior por la línea curva, quedaba muy cargado el hecho de tener en la propuesta vertical dos textos juntos, el espacio para el primer texto era

demasiado grande y se reducía mucho el espacio asignado para la imagen, siendo ésta, uno de los elementos más importantes de la pieza, también el logo salido, quita espacio a la imagen.

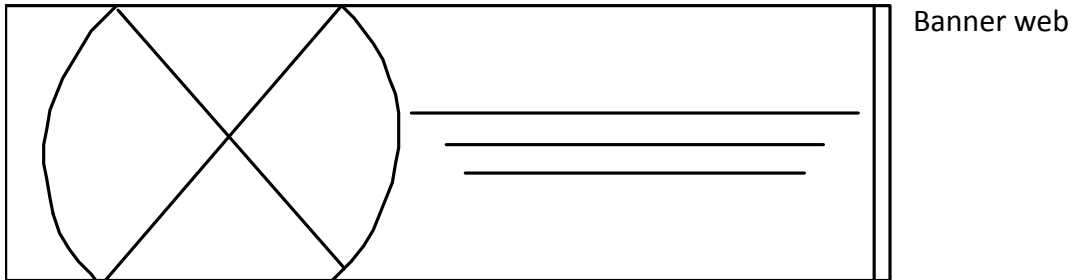
Propuesta # 5



Se eligió esta opción de retícula, porque aporta dinamismo y positivismo al mensaje que se quiere proyectar, además no se usa una retícula estática como se hace siempre y se ve una pieza más moderna, acorde con el grupo objetivo. Los textos pueden variar según el ángulo del óvalo de la foto y esto dará variedad en todos los elementos basándose en un mismo patrón.

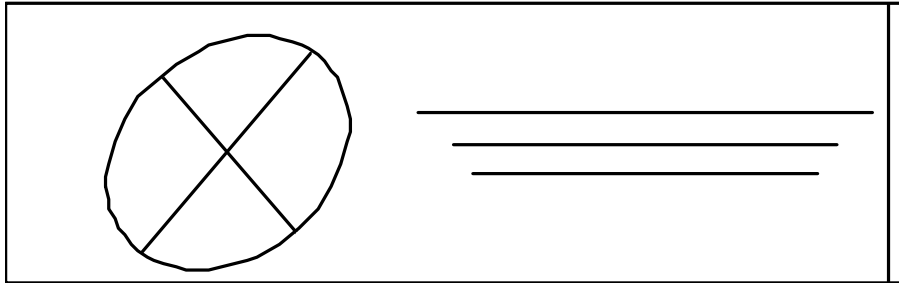
Para la propuesta de banner también se realizaron varias propuestas.

Propuesta # 1



Se descartó esta opción, porque al analizar el diseño del website, se pudo notar que usan mucha fotografía en la página principal, por lo tanto si se dejaba la foto hasta el margen, como se muestra en la opción #4 se perdería el banner y podría dificultar una perfecta visibilidad y comprensión de la imagen.

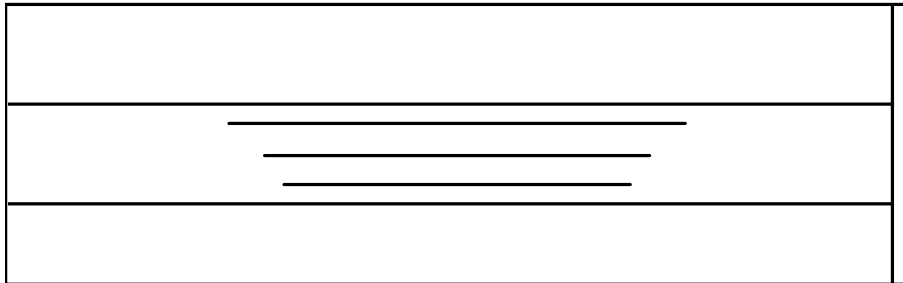
Propuesta # 2



Banner web

Se escogió esta opción porque además de las razones explicadas anteriormente en la opción #2, al ser un banner animado, el hecho de utilizar un óvalo para la imagen, da más posibilidades de hacer movimientos y efectos más dinámicos, que capten la atención del usuario del website.

Propuesta # 3



Banner web

Se escogió esta opción para poner la frase de cierre entre cada cierto número de situaciones, esta diagramación tiene unidad con las demás piezas y se necesita algo simple que no reste importancia al mensaje principal colocado en la parte central del banner.

Al momento de iniciar a realizar las propuestas de diseño se realizaron algunas propuestas para las imágenes, por lo que se realizaron tratamientos de imagen



1



2



3

Se descartaron las opciones 2 y 3, porque las imágenes se veían sobre montadas sobre un fondo de color y no llenaban las expectativas de transmitir un mensaje completo a través de la imagen.

Por lo que se eligió la opción # 1, porque da un ambiente a cada situación y como el elemento principal de la imagen es la (las) personas.

Estás resaltan por ser full color y se resta importancia en cuanto a llamar la atención al fondo, dándole un tratamiento en blanco y negro al fondo, siendo así más importante la imagen del padre / madre, hijo / hija, que es lo principal, es lo que más importancia tiene en nuestra campaña.




AFICHES:

Es un cartel o aviso expuesto al público, realizado con alguna intención artística, mediante el que se anuncia un evento futuro o próximo. Esta palabra es más utilizada en la región hispana.


Se realizaron 3 propuestas de afiches en las que se muestra un mismo tono de color pero con diferente leyenda, este diseño no se continuó porque no llamaba la atención del espectador, era muy monótono y no inspiraba el amor, alegría que se esperaba.

*Porque será a tí, a quien buscará
para arreglarle su corbata*




¡Crece con ellos!

www.familia-hoy.org.gt




*Porque será a tí, a quien buscará
para arreglarle su corbata*



**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt



*Porque será a tí, a quien buscará
para arreglarle su corbata*



**¿Estarías dispuesto a perderte
estos momentos en la vida
de tus hijos?**

www.familia-hoy.org.gt



Luego se trabajó con colores más cálidos, el logotipo en blanco para que también resaltara y se notara de donde venía la campaña; esta propuesta es la que más se adecua a lo que se quiere representar.

ROSADO

Porque no habrá
mejor consejo en moda
que el tuyo



¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



CYAN

Porque será a tí a quien
buscara para
arreglarle su corbata



¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



MORADO

Porque serás TÚ, quien les
enseñe a ganar
y perder



¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



Son colores que ya se han propuesto con anterioridad, no se tiene un color especial con el cual identificar a cada uno de los afiches, vallas o muppies ya que todos los colores expresan armonía y felicidad como ya se mencionó con anterioridad, ya que todos llevan la misma línea de diseño es más fácil reconocer que todos son de una misma campaña.

MUPIES:

Esto se ha puesto de moda, se ubican en cada esquina de las calles, hasta en los centros comerciales, se encuentra un mupie que haga publicidad sobre algún producto o un servicio, se creyó conveniente pautar en estos medios de comunicación porque se necesita que para esta campaña todas las personas conozcan. Estos mupies tienen un soporte luminoso casi siempre ubicado en área urbana, aunque ya se han empezado a ver en otras aéreas del país. Medidas: 175x120 cms. Régimen de alquiler: circuitos semanales, unidad / mensual contrato mínimo 3 meses. El diseño, color, movimiento, luz y tamaño capturan la atención del peatón y conductor por igual, que es lo que esta campaña necesita para tener el éxito esperado.



Se trabajaron varias propuestas de diseño para los mupies pero se pudo observar que no estaban en la misma línea de los afiches por lo que no tenía unidad, los colores que se estaban utilizando no iban de acuerdo, como el azul no iba de acuerdo con una madre que ayuda a su hija en el momento más especial de ella como es el día de su boda. Ni el morado con el padre que ayuda a su hijo a componerse la corbata, por lo que estas propuestas no fueron tomadas en cuenta.





Estas propuestas fueron descartadas, los colores no representaban la alegría, emoción y simpatía que necesitaba reflejar, el logotipo al igual que en los afiches no se lograba apreciar perfectamente, la tipografía que se estaba manejando era muy seria para lo que se necesitaba representar por lo que se fue modificando. Al igual que los colores se colocaron en la misma línea de los afiches y se logro esta propuesta.

Porque serás tú, la primera que escuche sus juegos y canciones



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



Porque siempre buscará ser tu princesita...



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



Porque será a ti, a quien buscará para arreglarle su corbata



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



VALLAS:

Tienen un soporte plano sobre el que se colocan carteles publicitarios. Las vallas se han convertido en parte habitual del paisaje urbano e interurbano donde se presentan anuncios o mensajes publicitarios.

La valla tradicional consiste en una superficie plana sobre la que se encolan diferentes láminas cuya combinación conforma una imagen. También se llaman vallas a los soportes publicitarios que se colocan en los laterales de los terrenos de juego en estadios o polideportivos, o las que se encontraron en gran variedad en las carreteras y en todo el perímetro de la ciudad de Guatemala.

Estas vallas servirán de complemento y ayuda a la concientización de lograr una familia unida en la sociedad. Se realizaron varias propuestas de vallas pero siempre utilizando los colores, tipografías y fotografías mostradas anteriormente para que todo tuviera unidad y las personas puedan relacionarlo.

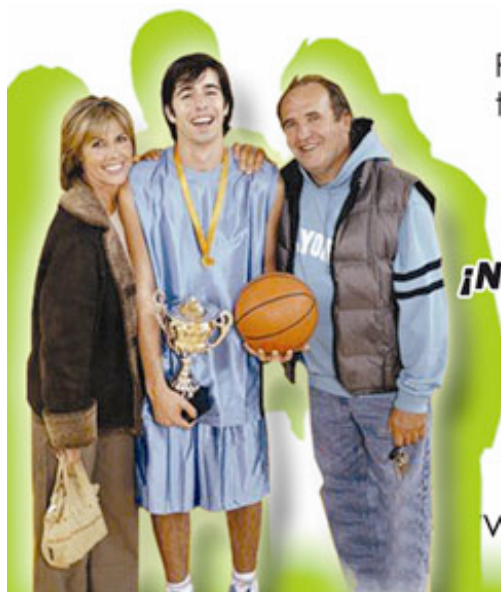
An advertisement for 'Familia Hoy' featuring a photograph of a man in a white shirt and dark trousers dancing with a young girl in a white dress. The background is a soft pink gradient. To the right of the image, there is text in Spanish. At the bottom right, there is a logo for 'Familia HOY' with the tagline 'La familia bien informada' and the website 'www.familia-hoy.org'.

Porque su primer baile con pareja lo hará sobre tus pies...

¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org

Asociación **Familia HOY**
La familia bien informada



Porque jugará mejor si sabe que
tiene tu apoyo...

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org



Porque cada mes querrá saber
si ya te va a alcanzar...

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org



Al igual que los afiches y mupies los colores que se utilizaban pero esto no representaban la alegría y amor que se necesitan transmitir. Las sombras y la tipografía al igual que las anteriores no representaban lo que se quería dar a entender.

Por lo que se buscó trabajar con más colores como la propuesta que se presenta a continuación, siguiendo la misma línea de los afiches y mupies presentados anteriormente, se buscó colocar la fotografía para que al mismo tiempo que la leyenda llame la atención y logre captar la vista del espectador.



**Porque tú serás la mejor
para calmar sus nervios
en ese día**

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt

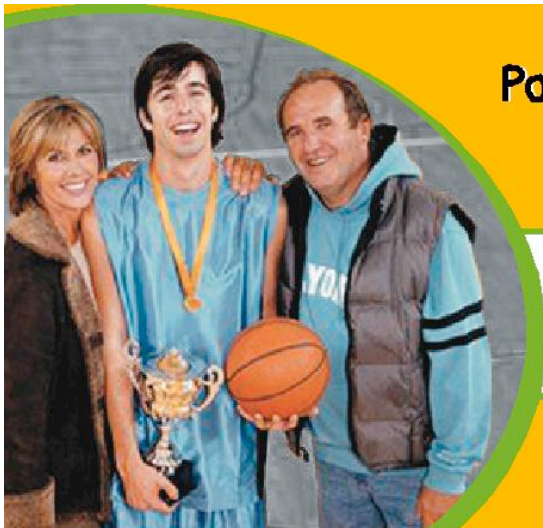




Porque su primer baile con pareja
lo hará sobre tus pies

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt



Porque jugará mejor, si sabe que
tiene tu apoyo

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt





Porque no habrán juegos más divertidos que los tuyos

¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt




Tamaños de las vallas.

PRENSA:

Una publicación de prensa escrita es una publicación impresa que ha sido editada con periodicidad, esta puede ser diaria que suele llamarse diario, semanal semanario o revista, mensual caso de muchas revistas especializadas o anual. Desde la aparición de la imprenta, ha sido el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo. Ya que la prensa es el principal medio de comunicación visto en Guatemala, se consideró importante utilizarlo para llegar a las personas.

Porque aprenderá a manejar bicicleta sólo una vez...



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

La Asociación Familia Hoy (AFH) nace en el año 2004 de la iniciativa de un grupo de padres de familia y educadores que se han percatado de que, si bien la institución familiar es altamente apreciada, se encuentra al mismo tiempo con el peligro de ser influida con ideas y propuestas que atentan contra los fines esenciales de la familia, creando un clima propicio para cambiar las leyes y las costumbres.

Por medio de esta campaña, se busca sensibilizar a los padres y madres o a los que planean serlo, para llevarles el mensaje de que "Ser padre de Familia es un compromiso de amor y para siempre" y que nuestros hijos necesitan que estemos presentes en todos los momentos y eventos importantes que se llevan a cabo a lo largo de su vida.

Y no olvidar que nuestros hijos serán niños, jóvenes, solteros, estudiantes, etc., sólo una vez en sus vidas.

www.familia-hoy.org



Porque será a tí a quien buscará para arreglarle su corbata...



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

La Asociación Familia Hoy (AFH) nace en el año 2004 de la iniciativa de un grupo de padres de familia y educadores que se han percatado de que, si bien la institución familiar es altamente apreciada, se encuentra al mismo tiempo con el peligro de ser influida con ideas y propuestas que atentan contra los fines esenciales de la familia, creando un clima propicio para cambiar las leyes y las costumbres.

Por medio de esta campaña, se busca sensibilizar a los padres y madres o a los que planean serlo, para llevarles el mensaje de que "Ser padre de Familia es un compromiso de amor y para siempre" y que nuestros hijos necesitan que estemos presentes en todos los momentos y eventos importantes que se llevan a cabo a lo largo de su vida.

Y no olvidar que nuestros hijos serán niños, jóvenes, solteros, estudiantes, etc., sólo una vez en sus vidas.

www.familia-hoy.org



Porque no habrá mejor consejo en moda que el tuyo...



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

La Asociación Familia Hoy (AFH) nace en el año 2004 de la iniciativa de un grupo de padres de familia y educadores que se han percatado de que, si bien la institución familiar es altamente apreciada, se encuentra al mismo tiempo con el peligro de ser influida con ideas y propuestas que atentan contra los fines esenciales de la familia, creando un clima propicio para cambiar las leyes y las costumbres.

Por medio de esta campaña, se busca sensibilizar a los padres y madres o a los que planean serlo, para llevarles el mensaje de que "Ser padre de Familia es un compromiso de amor y para siempre" y que nuestros hijos necesitan que estemos presentes en todos los momentos y eventos importantes que se llevan a cabo a lo largo de su vida.

Y no olvidar que nuestros hijos serán niños, jóvenes, solteros, estudiantes, etc., sólo una vez en sus vidas.

www.familia-hoy.org



La Asociación Familia Hoy (AFH) nace en el año 2004 de la iniciativa de un grupo de padres de familia y educadores que se han percatado de que, si bien la institución familiar es altamente apreciada, se encuentra al mismo tiempo con el peligro de ser influida con ideas y propuesta que atentan contra los fines esenciales de la familia, creando un clima para cambiar las leyes y costumbres.

Por medio de esta campaña, se busca sensibilizar a los padres y madres o a los que planean serlo, para llevarles el mensaje de que "Ser padre de Familia es un compromiso de amor y para siempre" y que nuestros hijos necesitan que estemos presentes en todos los momentos y eventos importantes que se lleva a lo largo de su vida.

Y no olvidar que nuestros hijos serán niños, jóvenes solteros, estudiantes, etc. Solo una vez en sus vidas

En prensa igualmente se utilizó colores presentados anteriormente pero se observó que tenía mucho texto y que no llamaba la atención ni atraía a las personas a ver el anuncio ni ponerle atención. Por lo que bajo la misma línea de los anteriores presentados como propuesta dos se realizaron propuestas para prensa, con colores más cálidos, vivos, que representan emoción, alegría, amor, que es lo que principalmente se busca transmitir en estas propuestas.

Que las personas se identifiquen con estas propuestas, se sientan identificados y logre captar su atención por lo que con estos colores que se trabajaron se busca lograr estos objetivos.

Porque cada mes querrá saber si ya te va a alcanzar



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



Porque aprenderá a manejar bicicleta sólo una VEZ



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



Porque no habrá mejor baño que el que TÚ le des



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

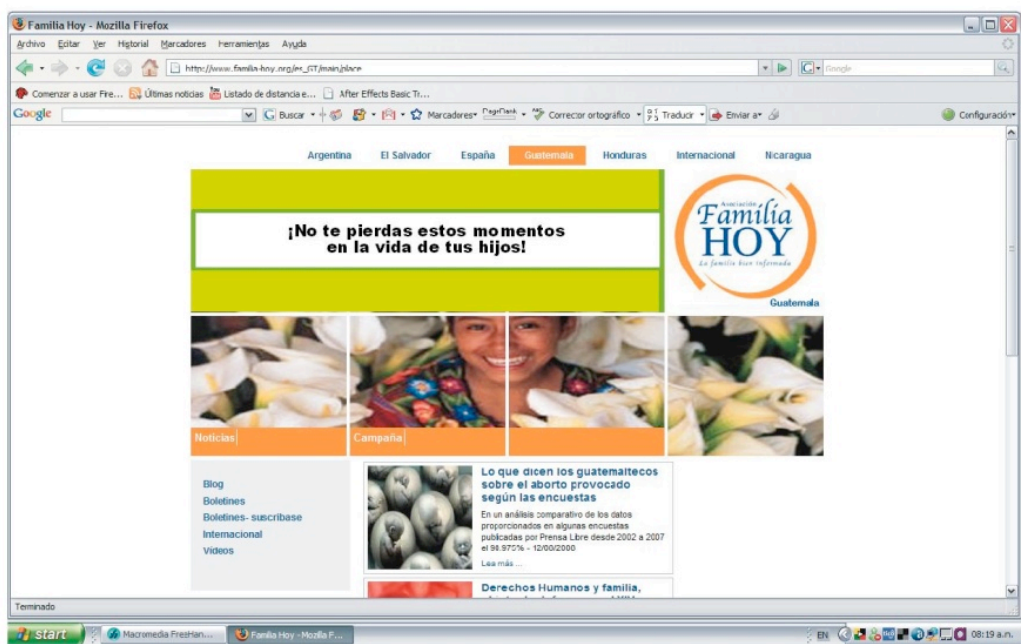
www.familia-hoy.org.gt



BANNER

Un **banner** es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web. Prácticamente en la totalidad de los casos, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión.

Los banners se crean a partir de imágenes (GIF, JPEG y PNG), o de animaciones creadas a partir de tecnologías como Java, Adobe Shockwave y, fundamentalmente, Flash, diseñadas con la intención de atraer la atención, resultar notorias y comunicar el mensaje deseado. Por lo tanto, estos banners no necesariamente mantienen la línea gráfica del sitio.¹³



¹³ Referencia: <http://www.wikipedia.com>



RADIO

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío. Aunque se emplea la palabra radio, las transmisiones de televisión, radio, radar y telefonía móvil están incluidos en esta clase de emisiones de radiofrecuencia.

Por lo que se optó por realizar anuncios de radio para que las personas también se concienticen de esta forma y tomen este tema como un valor importante en su vida personal y familiar.

SPOT RADIO #1

Tema: Spot de Campaña

Nombre: Campaña de Concientización “Ser padre es un compromiso de amor y para siempre”

Versión: Niño maneja bicicleta por primera vez sin llantitas

Duración: 15 segundos

Locutor: Varios

CONTROL: (1) Canción “No Basta” de Franco deVita

(2) Fade out 50% de la canción “No Basta” de Franco de Vita

VOZ DE NIÑO (5 años aprox.):

(3) (risas) Mami Mami no me vayas a soltar hasta que yo te diga (sonido de bicicleta y persona corriendo)

MAMÁ: (4) No mi amor, no te voy a soltar hasta que te sientas seguro

NIÑO: (5) Más rápido Mami, ya casi lo logro...

NIÑO: (6) Papi! ¿me estás viendo? estoy manejando sin llantitas!!!

PAPÁ : (7) Si campeón ya te vi, yo sabía que lo ibas a lograr, estoy muy orgulloso de tí, como has crecido...

CONTROL: (8) risas de la madre, el padre y el hijo.

LOCUTOR 1: (9) Porque aprenderán a manejar bicicleta sólo una vez... No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos, disfrútalos!

LOCUTOR 2: (10) Esto es un consejo de Asociación Familia Hoy, buscando el desarrollo y bienestar de la familias guatemaltecas

SPOT RADIO #2

Tema: Spot de Campaña

Nombre: Campaña de Concientización “Ser padre es un compromiso de amor y para siempre”

Versión: Graduación colegio hija

Duración: 15 segundos

Locutor: Varios

CONTROL: (1) Canción “No Basta” de Franco deVita

(2) Fade out 50% de la canción “No Basta” de Franco de Vita

JOVEN MUJER:

(3) Mamá, Papa! Ya me dieron mi toga y las invitaciones para mi graduación

MAMÁ: (4) ¿Enserio hija? que alegre, yo te ayudaré a repartirlas

PAPÁ: (5) Que emoción! no puedo creer que ya vayas a salir del colegio, que rápido se pasa el tiempo

HIJA : (6) ¿Los dos irán ese día verdad?

PAPÁ : (7) Claro que sí!

MAMÁ : (8) No no lo perderíamos por nada del mundo...

LOCUTOR 1: (9) Porque se graduarán del colegio sólo una vez... No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos, disfrútalos!

LOCUTOR 2: (10) Esto es un consejo de Asociación Familia Hoy, buscando el desarrollo y bienestar de la familias guatemaltecas

Canción Franco de Vita – No Basta

No basta traerlos al mundo
Porque es obligatorio
Porque son la base del matrimonio
O porque te equivocaste en la cuenta

No basta con llevarlos
A la escuela a que aprendan
Porque la vida cada vez es más dura
Ser lo que tu padre no pudo ser

No basta que de afecto
Tú le has dado bien poco
Todo por culpa del maldito trabajo
Y del tiempo

No basta porque cuando quiso
Hablar de un problema
Tú le dijiste niño: "será mañana
Es muy tarde, estoy cansado"

No basta comprarle todo
Lo que quiso comprarse
El auto nuevo antes de graduarse
Que viviera lo que tú no has vivido

No basta con creerse
Un padre excelente
Porque eso te dice la gente
A tus hijos nunca les falta nada

No basta porque cuando quiso
Hablarte de sexo
Se te subieron los colores al rostro
Y te fuiste

No basta porque de haber
Tenido un problema
Lo había resuelto comprando en la esquina
Lo que había, lo que había

No basta con comprarle curiosos objetos
No basta cuando lo que necesita es afecto
Aprender a dar valor a las cosas
Por que tú no le serás eterno

No basta castigarlo por haber llegado tarde
Si no has caído ya tu chico es un hombre
Ahora más alto y más fuerte que tú
Que tú...

TELEVISIÓN

Al igual que los anuncios de radio se optó por realizar para Televisión y de esta forma reforzar la campaña.

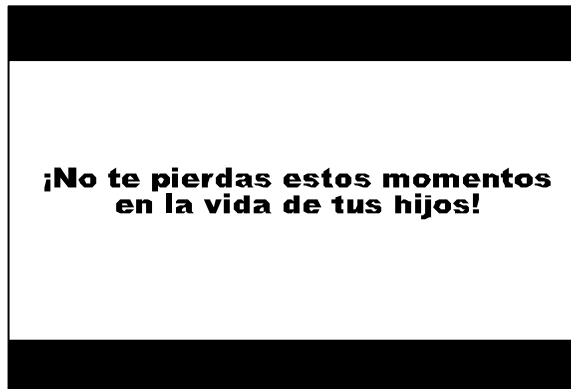
CLIENTE: Asociación Familia Hoy

PRODUCTO: Campaña de Concientización

VERSIÓN: Ser padre es un compromiso de amor y para siempre

Duración 30 seg.

SPOT DE TELEVISIÓN



ESCENA 1

ACCIÓN:

Sale la frase de campaña “¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita



ESCENA 2

ACCIÓN:

Imagen de madre bañando a su bebé y la frase “cuando juegue con el agua”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

ESCENA 3

ACCIÓN:

Imagen de padre ayudando a su hijo a manejar la bicicleta y la frase “cuando lo logre”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita



ESCENA 4

ACCIÓN:

Imagen de padre ayudando a su hijo con la corbata y la frase
“cuando te necesite”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

ESCENA 5

ACCIÓN:

Imagen de madre jugando con su hijo, sobre sus piernas y la
frase “cuando jueguen juntos”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita



ESCENA 6

ACCIÓN:

Imagen de madre, ayudando a su hija el día de su boda y la frase “cuando de ese gran paso”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

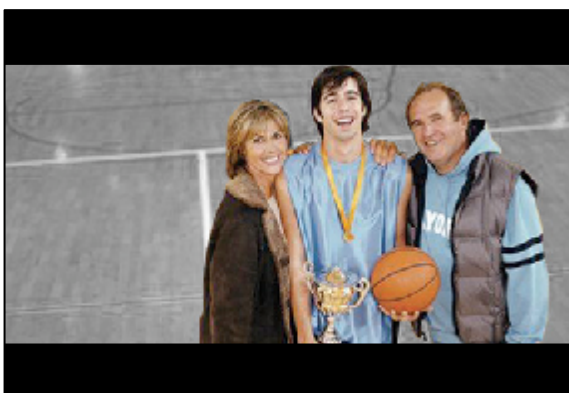
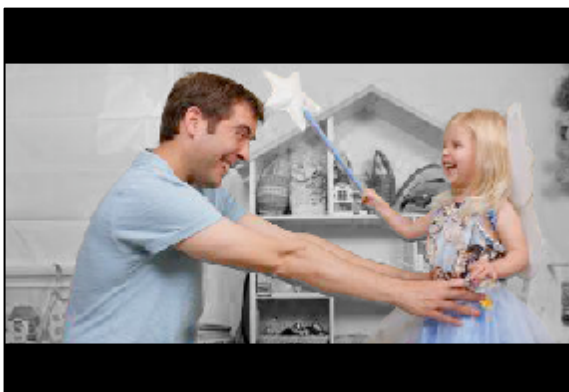
ESCENA 7

ACCIÓN:

Imagen de madre ayudando a su hija a encontrar el mejor vestido y la frase “cuando pida tu consejo”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita



ESCENA 8

ACCIÓN:

Imagen de padre jugando con su hija vestida de princesa y la frase “cuando te lleve a su mundo”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

ESCENA 8

ACCIÓN:

Imagen de padres acompañando a su hijo en un partido de básquet ball y la frase “cuando premien su esfuerzo”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**



www.familia-hoy.org.gt

ESCENA 9

ACCIÓN:

Sale la frase de campaña “¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!”, el logo de la Asociación y el website

AUDIO:

Voz de hombre, serio y amigable, diciendo:

“Esto es un consejo de la
Asociación Familia Hoy”

6.7.2 Validación

a. **Validación del experto**

El material cumple con la función de enviar el mensaje

El material fue presentado a los expertos en el tema. El experto percibe el material de manera agradable y entusiasta, el 100% de los encuestados opina que el material muestra compromiso es un material que promueve este valor para que los padres de familia sean capaces de transmitirlos en sus familias, al mismo tiempo tramite los mensajes de reflexión y unión que es lo principal en una familia, en un núcleo familiar es importante la unión, que cada miembro de la familia muestre interés por los demás, entrega que se sienta adaptado y a gusto en su núcleo familiar, los expertos opinan que el material será bien recibido por el grupo objetivo.

Campaña publicitaria como será percibida por el grupo objetivo

El experto considera que el grupo objetivo se identificará con la propuesta y tomará en cuenta las sugerencias del material grafico que se expone y le hará reflexionar sobre el papel actual que realiza en la civilización y en especial en su hogar que es en el lugar donde primero se debe de poner en práctica las actitudes adecuadas.

Manejo del color

El experto considera que en el manejo de color utilizado en la propuesta gráfica, transmite alegría amor y armonía, los colores son muy cálidos y esto es esencial al querer representar a la familia, que este en amor, que tenga alegría y armonía.

Sentimientos que provocan las imágenes

Para la mayoría de expertos consultados las imágenes muestran amor y nostalgia, que es lo que se busca transmitir con esta campaña. Los expertos al mismo tiempo opinan que las imágenes se seleccionaron de acuerdo al tema, situaciones cotidianas de la vida y de situaciones que han perdido valor con el tiempo y que se pretende reforzar.

Medios de comunicación seleccionados

Para los expertos consultados los medios de comunicación que se seleccionaron son los más adecuados ya que las personas están expuestas a ellos la mayor parte de su tiempo.

Formato

La mayoría de expertos opinan que este facilita la visualización de la propuesta ya que se distingue perfectamente la imagen y la tipografía por lo que no causa confusión en el lector

Tipografía

Los expertos opinan que la tipografía utilizada en los formatos de la propuesta gráfica presentada es legible, y que se adecua a cada pieza, aunque no conocen mucho de tipografías opinan que esta adecuada al material.

Mensaje

Los expertos opinan que el mensaje trabajado en cada una de las piezas, impacta, cuestiona y hace reflexionar al grupo objetivo ya que lo hace pensar y recapacitar en su actuar y en la forma en la que vive.

Comentarios:

Algunos de los expertos opinan que esta campaña impacta porque es diferente y vivencial, hace pensar en los tiempos que pasaron, que no volverán y en los que vienen. Que pueden mejorar, que pueden evitar y como pueden mantener el valor de la familia por medio del amor y de la unidad presentes en todo momento. De igual forma como es algo que se ha perdido, esto nos hace reflexionar sobre la importancia de retomar el papel protagónico en la educación de los hijos, como es la mejor forma y que debemos inculcarles desde pequeños, enseñarles el valor que la familia es lo mas importante en la sociedad.

b. Validación del Grupo Objetivo**Mensaje**

La mayoría del grupo objetivo opina que el material cumple con la función de transmitir el mensaje de unión y compromiso, por lo que el mensaje que se le quiso dar a la campaña se obtuvo favorablemente.

Colores

La mayoría de personas del grupo objetivo opinan que el material cumple con transmitir los valores como amor y armonía que es lo que se necesita resaltar para valores familia.

Sentimientos que provocan las imágenes

A las personas consultadas opinan que las imágenes expresan amor, nostalgia que es lo que se busca transmitir y lograr que las personas sientan al ver estas imágenes.

Imágenes

A la mayoría de personas las imágenes lo hacen reflexionar y a otros lo cuestionan estas imágenes porque le hacen recordar el compromiso que realizaron al formar una familia.

Formato

El grupo objetivo opina que este formato facilita la visualización, que es lo que se busca lograr en las personas, que sean capaces de observar lo que se muestra.

Tipografía

El grupo objetivo consultado opina que es legible y adecuado para cada pieza por lo que hace legible la lectura y es fácil la comprensión de las personas.

Medios

El grupo objetivo opina que los medios que se seleccionaron para publicitar el mensaje son lo que ven, por lo que pueden estar expuestos a ellos porque constantemente están a su alcance.

Imágenes se relacionan

El grupo objetivo opina que las imágenes se relacionan con situaciones que son cotidianas, que espera vivir, otros opinan que son situaciones a las que no les ha prestado atención pensando que no son importantes, no opinan sobre ningún cambio, solo piensan que en la valla donde se muestra a la hija vestida de novia con la madre cambiar el color verde por rosado, este cambio fue solicitado igualmente en los diseñadores gráficos, y es en esta parte donde se presenta.

c. Validación de Diseñadores Gráficos

Se presentaron las propuestas graficas a los diseñadores y de estos se obtuvieron resultados positivos acerca del material.

Mensaje

La mayoría de diseñadores gráficos opinan que el material cumple con la función de transmitir el mensaje de unión y compromiso, por lo que el mensaje que se le quiso dar a la campaña se obtuvo favorablemente.

Diagramación y Retícula

La diagramación que se maneja es dinámica, por lo que el diseño nunca va a ser estático ni aburrido, lo que se pretende con esta imagen es transmitir alegría y amor a los que la ven, opinan que la retícula presenta dinamismo porque no es una retícula que sea estabilidad, muestra movimiento.

Manejo del Color

Los encuestados opinan que el color logra crear buena armonía visual, los diseñadores opinan que perciben alegría y amor a través de los colores que son cálidos. Según algunos diseñadores los colores podrían confundir visualmente ya que algunos muestran colores que no son adecuados por ejemplo uno de ellos opina que sería agradable cambiar el color de la valla donde se muestra a la madre e hija que la ayuda a prepararse el día de su boda, que se presente en tono rosado por ser femenino por lo que esta sugerencia ha sido tomada en cuenta y el color se cambiaria de verde a rosado.

Antes



Después



Sentimientos imágenes utilizadas

A los diseñadores les provoca sentimiento de amor, las imágenes utilizados, por lo que con su opinión y la de los expertos logramos comprobar que si muestra y transmite los sentimientos adecuados y los que buscamos trasladar en las personas.

Función de las imágenes

Las imágenes para algunos de los diseñadores funcionan como elemento de apoyo y para otros como punto focal esto es importante porque lo que más se busca resaltar es la imagen y el texto como complemento de la imagen.

Formato

Los diseñadores opinan que el formato utilizado en la propuesta gráfica facilita la visualización de la propuesta porque por sus colores llama la atención del grupo objetivo al igual que por su contenido.

Composición tipográfica

En cuanto a la elección de la tipografía, los diseñadores opinan que la tipografía establece las jerarquías visuales y uno de ellos opina que es muy pequeña por lo que no se visualiza adecuadamente, a esta sugerencia no se le tomó en cuenta porque cada tipografía varia de tamaño según el formato o medio de comunicación en el cual se vaya a colocar.

Concepto

Según los diseñadores el concepto que se explico anteriormente con el que se manejo esta propuesta de diseño se proyecta totalmente y se transmite en cada una de sus piezas por lo que el espectador puede sentirse totalmente identificado.

6.7.3 Propuesta Final

Valla



Porque su primer baile con pareja
lo hará sobre tus pies

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt

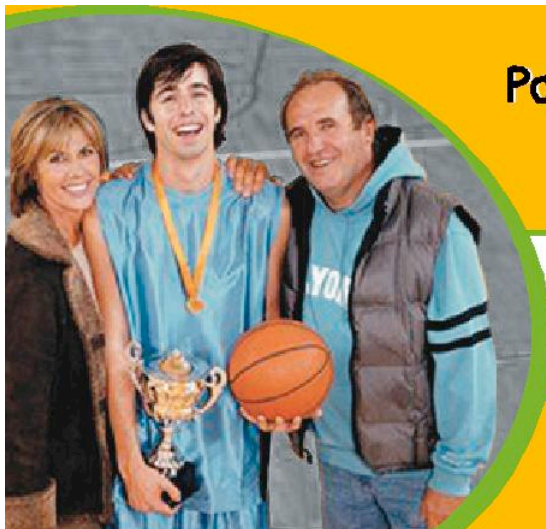




Porque no habrán juegos
más divertidos
que los tuyos

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt



Porque jugará mejor, si sabe que
tiene tu apoyo

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt





**Porque tú serás la mejor
para calmar sus nervios
en ese día**

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt




**Porque su primer baile con pareja
lo hará sobre tus pies**

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt



EXT 2427-8500



**Porque no habrán juegos
más divertidos
que los tuyos**

**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt



EXT 2427-8500



- El diseño de las vallas se trabajaron con base en el concepto de “Ser padre es comprometerse con amor para siempre”.
- Las vallas se utilizaran para informar a la población se utilizaron 4 artes.
- Artes:
 - o Niña con padre, para crear unidad o reforzar la unión entre hijas y padres de familia que muchas veces es muy poca o no existe.
 - o Madre e hijo, muchas veces las madres de familia descuidan su familia o a sus hijos por el trabajo o preocupaciones diarias.
 - o Joven con sus padres para reforzar la imagen en la que la familia debe estar unida en todas las etapas de vida de la persona, estar en unión y amor

- Joven con su madre, en el momento más importante para ella como es su matrimonio ella necesita que su mamá este con ella, para apoyarla y compartir su felicidad.
- Su tamaño es de 15 x 6 mt; por su gran tamaño ayudara a que las personas tomen en cuenta los artes los vean, lo analicen y lo apliquen a sus vidas.
- El diseño es a full color (ver proceso de bocetaje).
- Las tipografías utilizadas en todas las vallas y demás piezas son Abcissa y Arial Black.
- En todos se los mismos colores y la misma diagramación en todas las piezas para que conservará la unidad.
- Se utilizo el color blanco la frase “no te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos” para que esta frase fuera más clara y llamara perfectamente la atención.
- La diagramación se basó en los ejes presentados en el proceso de bocetaje esto para poder representar la estabilidad que se necesita para llamar la atención.
- El material de impresión será en manta vinilica, pero si se muestra con luz, se imprimirá en manta backlight.

Porque cada mes querrá saber si ya te va a alcanzar



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



Porque aprenderá a manejar bicicleta sólo una VEZ



¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt



Porque no habrá mejor
baño que el que TÚ
le des



**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt



14 Actualidad Nacional

Consejo de Seguridad, sin acuerdo

Los países de América Latina y el Caribe se reunieron en la sede de la ONU para discutir el futuro de la región. El tema central es la independencia de Ecuator, en la que se prevé un progreso en la zona de disputa con Ecuador.

Se enfrentan a policías cerca de club nocturno

Los habitantes de Sololá se enfrentaron a la policía en un club nocturno. Los manifestantes exigieron la independencia de Ecuator.

¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt

14 Actualidad Nacional

Consejo de Seguridad, sin acuerdo

Los países de América Latina y el Caribe se reunieron en la sede de la ONU para discutir el futuro de la región. El tema central es la independencia de Ecuator, en la que se prevé un progreso en la zona de disputa con Ecuador.

Se enfrentan a policías cerca de club nocturno

Los habitantes de Sololá se enfrentaron a la policía en un club nocturno. Los manifestantes exigieron la independencia de Ecuator.

¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt

14 Actualidad Nacional

Consejo de Seguridad, sin acuerdo

Los países de América Latina y el Caribe se reunieron en la sede de la ONU para discutir el futuro de la región. El tema central es la independencia de Ecuator, en la que se prevé un progreso en la zona de disputa con Ecuador.

Se enfrentan a policías cerca de club nocturno

Los habitantes de Sololá se enfrentaron a la policía en un club nocturno. Los manifestantes exigieron la independencia de Ecuator.

¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

www.familia-hoy.org.gt

- El diseño de las artes de prensa se trabajaron con base en el concepto de “Ser padre es comprometerse con amor para siempre”.
- Los artes de prensa se utilizaran como refuerzo a las vallas y mupies para que todas las personas puedan tener acceso a esta información
- Artes:
 - Niño con padre, se muestra la imagen de un niño que está midiendo su estatura con relación a su padre.
 - Padre e hijo, en esta el padre le enseña a su hijo o hija a manejar bicicleta.
 - Madre e hijo este momento es especial y se vive en la vida de toda madre y padre que esta con sus hijos en esos momentos especiales.
- Su tamaño es de página completa por lo que mide 10 x 12.5 pulgadas por su tamaño y que es página completa y por sus colores llama la atención de las personas para que estas estén enteradas y si necesitan puedan obtener información en la página web.
- El diseño es a full color (ver proceso de bocetaje).
- Las tipografías utilizadas en todas las vallas y demás piezas son Abcissa y Arial Black.
- En todos se los mismos colores y la misma diagramación en todas las piezas para que conservara la unidad.
- Se utilizó el color blanco la frase “no te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos” para que esta frase fuera más clara y llamara perfectamente la atención.
- La diagramación se basó en los ejes presentados en el proceso de bocetaje esto para poder representar la estabilidad que se necesita para llamar la atención.

Mupies

Porque serás tú, la primera
que escuche sus juegos
y canciones



**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt



Porque será a ti, a quien buscará
para arreglarle su corbata



**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

www.familia-hoy.org.gt



Porque siempre buscará ser
tu princesita...



**¡No te pierdas estos momentos
en la vida de tus hijos!**

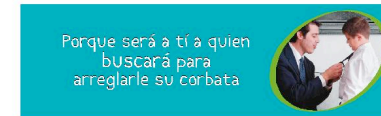
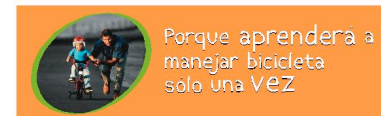
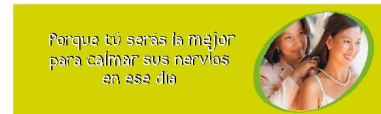
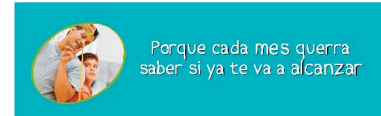
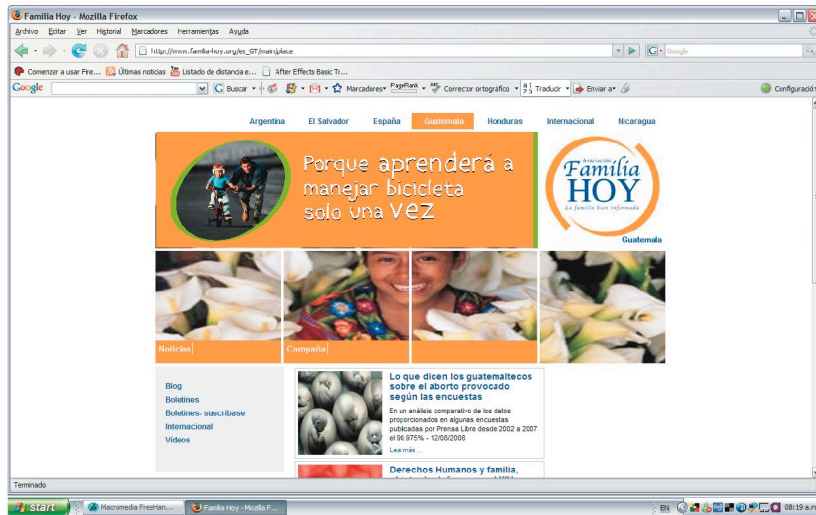
www.familia-hoy.org.gt





- Los mupies ayudan y funcionan para los peatones y automovilistas a informarse.
- Estos mantiene unidad con el material presentado anteriormente, se continua utilizando colores cálidos, fuertes y agradables
- El sustrato de impresión será digital en vinil o poliestireno, su tamaño es de 121 X 177 cm.

Banner



- Los banner web son de mucha ayuda para crear publicidad tanto en la página web que pueda tener la compañía como en otras que las personas frecuenten usualmente.
- Estos mantiene unidad con el material presentada anteriormente, se continua utilizando colores cálidos, fuertes y agradables en los mismos formatos.

RADIO

SPOT RADIO #1

Tema: Spot de Campaña

Nombre: Campaña de Concientización “Ser padre es un compromiso de amor y para siempre”

Versión: Niño maneja bicicleta por primera vez sin llantitas

Duración: 15 segundos

Locutor: Varios

CONTROL: (1) Canción “No Basta” de Franco deVita

(2) Fade out 50% de la canción “No Basta” de Franco de Vita

VOZ DE NIÑO (5 años aprox.):

(3) (risas) Mami Mami no me vayas a soltar hasta que yo te diga (sonido de bicicleta y persona corriendo)

MAMÁ: (4) No mi amor, no te voy a soltar hasta que te sientas seguro

NIÑO: (5) Más rapido Mami, ya casi lo logro...

NIÑO: (6) Papi! ¿me estás viendo? estoy manejando sin llantitas!!!

- PAPÁ : (7) Si campeón ya te vi, yo sabía que lo ibas a lograr, estoy muy orgulloso de tí, como has crecido...
- CONTROL: (8) risas de la madre, el padre y el hijo.
- LOCUTOR 1: (9) Porque aprenderán a manejar bicicleta sólo una vez... No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos, disfrútalos!
- LOCUTOR 2: (10) Esto es un consejo de Asociación Familia Hoy, buscando el desarrollo y bienestar de la familias guatemaltecas

SPOT RADIO #2

Tema: Spot de Campaña

Nombre: Campaña de Concientización “Ser padre es un compromiso de amor y para siempre”

Versión: Graduación colegio hija

Duración: 15 segundos

Locutor: Varios

- CONTROL: (1) Canción “No Basta” de Franco deVita
- (2) Fade out 50% de la canción “No Basta” de Franco de Vita

JOVEN MUJER:

- (3) Mamá, Papa! Ya me dieron mi toga y las invitaciones para mi graduación

MAMÁ: (4) ¿Enserio hija? que alegre, yo te ayudaré a repartirlas

PAPÁ: (5) Que emoción! no puedo creer que ya vayas a salir del colegio, que rápido se pasa el tiempo

HIJA : (6) ¿Los dos irán ese día verdad?

PAPÁ : (7) Claro que sí!

MAMÁ : (8) No no lo perderíamos por nada del mundo...

LOCUTOR 1: (9) Porque se graduarán del colegio sólo una vez... No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos, disfrútalos!

LOCUTOR 2: (10) Esto es un consejo de Asociación Familia Hoy, buscando el desarrollo y bienestar de la familias guatemaltecas

Canción Franco de Vita – No Basta

No basta traerlos al mundo
Porque es obligatorio
Porque son la base del matrimonio
O porque te equivocaste en la cuenta

No basta con llevarlos
A la escuela a que aprendan
Porque la vida cada vez es más dura
Ser lo que tu padre no pudo ser

No basta que de afecto
Tú le has dado bien poco
Todo por culpa del maldito trabajo
Y del tiempo.

No basta que de afecto
Tú le has dado bien poco
Todo por culpa del maldito trabajo
Y del tiempo

No basta porque cuando quiso
Hablar de un problema
Tú le dijiste niño: "será mañana
Es muy tarde, estoy cansado"

No basta comprarle todo
Lo que quiso comprarse
El auto nuevo antes de graduarse
Que viviera lo que tú no has vivido

No basta con creerse
Un padre excelente
Porque eso te dice la gente
A tus hijos nunca les falta nada

No basta porque cuando quiso
Hablarle de sexo
Se te subieron los colores al rostro
Y te fuiste

No basta porque de haber
Tenido un problema
Lo había resuelto comprando en la esquina
Lo que había, lo que había

No basta con comprarle curiosos objetos
No basta cuando lo que necesita es afecto
Aprender a dar valor a las cosas
Por que tú no le serás eterno

No basta castigarlo por haber llegado tarde
Si no has caído ya tu chico es un hombre
Ahora más alto y más fuerte que tú
Que tú...

- Los anuncios de radio ayudan y funcionan para reforzar los otros medios de publicidad que se han utilizado como vallas, mupies y prensa.
- Estos mantiene unidad con el material presentado anteriormente en donde se refuerzan los mensajes hablados manteniendo la unidad en el material por medio de las frases.
- Estos anuncios tendrán una duración de 15 segundos y se pautaran en emisoras de los grupos de Central de Radio, Grupo Alius y CRN en las cuales se encuentran Radio Mía, Radio Disney y los 40 Principales.

TELEVISIÓN

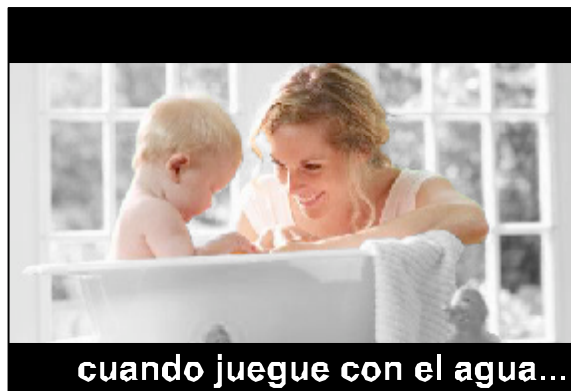
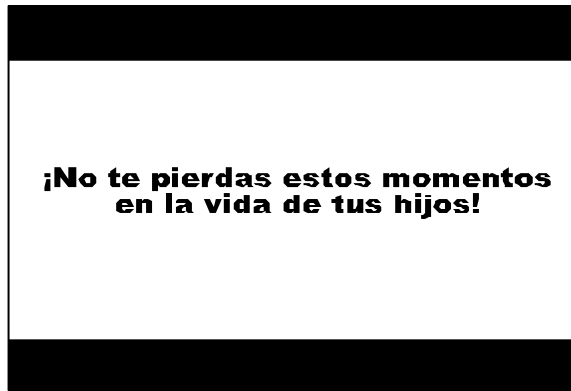
CLIENTE: Asociación Familia Hoy

PRODUCTO: Campaña de Concientización

VERSIÓN: Ser padre es un compromiso de amor y para siempre

Duración 30 segundos

SPOT DE TELEVISIÓN



ESCENA 1

ACCIÓN:

Sale la frase de campaña “¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

ESCENA 2

ACCIÓN:

Imagen de madre bañando a su bebé y la frase “cuando juegue con el agua”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita



ESCENA 3

ACCIÓN:

Imagen de padre ayudando a su hijo a manejar la bicicleta y la frase “cuando lo logre”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

ESCENA 4

ACCIÓN:

Imagen de padre ayudando a su hijo con la corbata y la frase “cuando te necesite”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita



ESCENA 5

ACCIÓN:

Imagen de madre jugando con su hijo, sobre sus piernas y la frase “cuando jueguen juntos”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

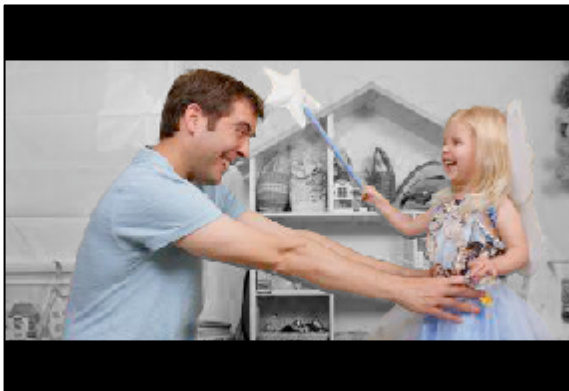
ESCENA 6

ACCIÓN:

Imagen de madre, ayudando a su hija el día de su boda y la frase “cuando de ese gran paso”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita



ESCENA 7

ACCIÓN:

Imagen de madre ayudando a su hija a encontrar el mejor vestido y la frase “cuando pida tu consejo”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

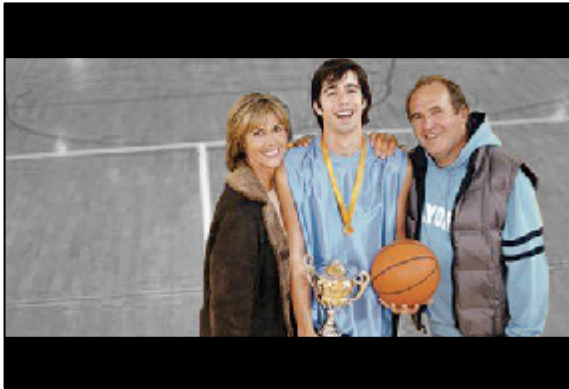
ESCENA 8

ACCIÓN:

Imagen de padre jugando con su hija vestida de princesa y la frase “cuando te lleve a su mundo”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita



ESCENA 8

ACCIÓN:

Imagen de padres acompañando a su hijo en un partido de básquet ball y la frase “cuando premien su esfuerzo”

AUDIO:

Canción “No Basta” de Franco de Vita

ESCENA 9

ACCIÓN:

Sale la frase de campaña “¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!”, el logo de la Asociación y el website

AUDIO:

Voz de hombre, serio y amigable, diciendo:

“Esto es un consejo de la Asociación Familia Hoy”

- Las campañas por medio de Television al igual que radio se reforzara toda la campaña de concientización
- Estos mantiene unidad con el material presentada anteriormente, utilizando las fotografías utilizadas en vallas y mupies al igual que las frases para que todo sea parte de una misma campaña.
- Estos anuncios se pautaran en canales como TV. Azteca, Casa Casa, TNT, ESPN entre otros
- Tiene una duración de 30 segundos

6.8 PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

6.8.1 Selección de medios

Pieza	Sustrato	Unidad de tiraje	Modalidad De color	Tipo de Impresión	Presupuesto
Vallas	Manta vinilica, o vinil backlight	6	RGB	Digital	Arte Full Color Tiro Formato: 2 x 1.5 mt. Sustrato: Papel Opalina de 180g
Prensa	Papel Periodico	1	CMYK	Imprenta	Arte Full Color Tiro Formato: 6 x 4 pulgadas. Sustrato: Papel periodico
Mupies	Vinil, Polietireno	1	RGB	Digital	Arte Full Color Tiro Formato: 8.5x11 pulgadas Sustrato: Vinil, Polietireno

Se trabajó en colores RGB ya que el método de impresión más viable es el digital, porque se evita un fuera de registro, y cuenta con mucho más ventajas, la calidad es óptima y los precios son más económicos que en Offset.

MEDIOS

Campaña: ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos!

Objetivos de Medios:

Dar a conocer la Asociación Familia de Hoy a través de la campaña ¡No te pierdas estos momentos en la vida de tus hijos! Para fortalecer a padres de familia, trabajadores y/o estudiantes.

Estrategia:

1. Se expondrá la campaña de publicidad por un período de tres meses para dar a conocer la Asociación y posicionamiento con el grupo objetivo.
2. Se contará con Radio, prensa, vallas, muppies y merchandising en todo el período.
3. Se utilizará televisión cable con spot de 30 segundos.
4. En prensa se está utilizando revistas y suplementos especiales.

Televisión Cable

Se utilizará cable para llegar al grupo objetivo que en su mayoría hoy en día miran más televisión por cable que a nivel nacional.

Se propone utilizar canales en donde las mujeres y hombres están expuestas como: TV Azteca, casa casa TV, TNT, ESPN entre otros.

Radio

En el caso del medio radio se escogieron emisoras de diferentes grupos radiales con mayor rating tanto para la audiencia femenina como masculina.

Las radios fueron:

1. Radio Disney
2. 40 Principales
3. Radio Mía

Prensa

De acuerdo al grupo objetivo se escogió pautar en el medio Prensa Libre y el Periódico como medios que tienen mejor alcance.

Se utilizarán páginas internas en el Periódico y en caso de Prensa Libre se publicará en Revista Amiga y Suplemento New York Times con un total de 28 medias páginas durante la campaña. Este medio es un apoyo al mensaje que se va dar en los diferentes medios, ya que servirá para dar consecuencia al mensaje que se desea comunicar.

Medios Exteriores: Vallas y Muppies

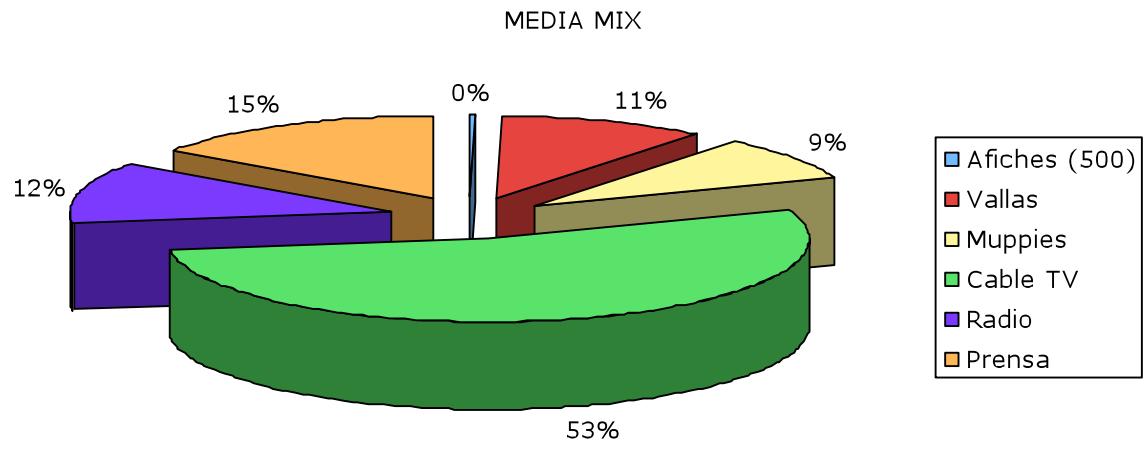
Estos medios estarán durante la campaña dando frecuencia y refrescamiento al mensaje que se desea dar durante los tres meses.

Se utilizarán las vías principales de tránsito donde el grupo objetivo esta: Boulevard Próceres, Reforma, Calzada Roosevelt, San Cristóbal, Carretera a El Salvador.

Con muppies se tendrán 60 caras cada catorcena más 60 caras bonificadas por la publicación y con vallas se tendrán 6 vallas.

Merchandising: Afiches

Se tendrá la impresión de 500 afiches con el mensaje las cuales serán colocados en edificios, colegios, y lugares donde más frecuenta los padres de familia y así el grupo objetivo lo estemos alcanzando con el mensaje a través de varios medios.



CONCLUSIONES

La adolescencia es una época muy difícil para todo ser humano, en donde se ubican muchas crisis, cambios, experiencias y se definen muchas cosas del futuro de los jóvenes, por lo tanto los padres deben estar conscientes de esto, y ser sus guías, para que sigan el camino del bien.

Los medios de comunicación influyen mucho en las personas, pueden llegar a cambiar su forma de pensar y de actuar, este fenómeno debe utilizarse en pro de la familia, hacer de esto algo positivo.

Se desarrolló un conjunto de materiales informativos y educativos que va dirigido a padres de familia, jóvenes y niños, para que por medio del diseño gráfico se dé el apoyo necesario a las personas que viven este tipo de situaciones, en la que los ayude tanto a padres como a adolescentes a reflexionar en la forma en la que viven, por los colores, la forma en que esta diagramado es fácil de entender por ser práctico y directo.

La imagen presentada puede ser adaptada a futuros proyectos y ser reconocida como parte del mismo material, ya que el elemento gráfico que une el proyecto son los colores utilizados, las imágenes que guían al espectador, el logotipo es una herramienta esencial, que fortalece el material.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a diseñadores y publicistas que sigan realizando propuestas de materiales informativos que le den a conocer a las personas más elementos que los guíen y motiven a continuar con la labor que han realizado.

Se sugiere que el material propuesto sea presentado a varias organizaciones o Ministerios que puedan estar interesados, para lograr conseguir patrocinios que apoyen al mismo, en distintas partes del país.

Hacer más promoción acerca de la educación para la vida familiar, darle la importancia que ésta se merece y el tiempo que necesita para llevar su mensaje a todas las familias guatemaltecas.

Incentivar a que se traten temas relacionados con los niños y adolescentes que no se hayan tratado en esta investigación.

GLOSARIO

Bienestar: conjunto de las cosas necesarias para vivir bien. Estado de la persona en el que se le hace sensible el buen funcionamiento de su actividad somática y psíquica.

INE: Instituto Nacional de Estadística de la República de Guatemala.

Étnico: Perteneiente o relativo a una nación, raza o etnia.

Valor: Grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite. Persona que posee o a la que se le atribuyen cualidades positivas para desarrollar una determinada actividad.

Imitar: Ejecutar algo a ejemplo o semejanza de otra cosa. Hacer o esforzarse por hacer algo lo mismo que otro o según el estilo de otro.

Priorizar: Anterioridad de algo respecto de otra cosa, en tiempo o en orden.

Adolescente: Que está en la adolescencia.

Adolescente: Edad que sucede a la niñez y que transcurre desde la pubertad hasta el completo desarrollo del organismo.

Honestidad: Cualidad de honesto. Honesto: Decente o decoroso.

Antropológico: Pertenciente o relativo a la antropología.

Antropología: Ciencia que trata de los aspectos biológicos y sociales del hombre. Estudio de la realidad humana.

Demográfico: Pertenciente o relativo a la demografía.

Demografía: Estudio estadístico de una colectividad humana, referido a un determinado momento o a su evolución.

Septentrional: que está en el norte.

Edificación: edificio o conjunto de edificios.

Patriarcal: perteneciente o relativo a la patria y a su autoridad y gobierno.

Duotono: ilustración procesada usando dos colores. También llamada tono duplex.

Subyacente: que yace o está debajo de otra cosa.

Axiomático: incontrovertible, evidente

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS Y FOLLETOS

GONZÁLEZ, Martín Begoña. *Divorcio y separación*. Madrid: Editorial Acento, 2003. Pág. 211

ORTEGA L., Dr. Felipe de J. *Aprendiendo a ser papá y mamá*. Guatemala: Grupo Editorial Ocaña, 2004. Pág. 301

STEEDE, Dr. Kevin. *Los 10 errores más comunes de los padres*. Madrid: Editorial EDAF, 2002. Pág. 301

Lugares poblados con base en el XI censo de población y VI de habitación 2002. Guatemala: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2002. Libro digitalizado 9775 páginas.

DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS

OCÉANO. *Diccionario Ilustrado Océano de la Lengua Española*. 1 Volumen. Edición del Milenio. Barcelona, España: Grupo Editorial Océano, 2002. 1040 p.

GISPERT, Carlos. *Enciclopedia de Guatemala Océano*. Vol. 2. Barcelona, España: Grupo editorial Océano, 2006. 456 p.

ENTREVISTAS

CASTAÑEDA K., Bárbara. Entrevista personal estructurada. Material informativo. Licenciada en Diseño Castillo. Facultad de Diseño, Universidad del Istmo. Guatemala. 1 de mayo de 2008.

COLLADO, Mayary. Entrevista personal no estructurada. Material informativo. Licenciada en Diseño Castillo. Facultad de Diseño, Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala. 16 de septiembre de 2008.

TIRADO, Vilma. Entrevista personal estructurada. Material informativo. Licenciada en Diseño Castillo. Facultad de Diseño, Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala. 31 de septiembre de 2008.

GÁNDARA, Gerardo. Entrevista personal no estructurada. Información sobre la familia. Padre de Familia. Guatemala. 26 de abril de 2007.

PELAÉZ, Lisseth. Entrevista personal estructurada. Información sobre la familia. Madre de Familia. Guatemala. 5 de enero de 2007.

CASTILLO, Mario. Entrevista personal estructurada. Información sobre la familia. Padre de Familia. Guatemala. 31 de junio de 2008.

ALGARA, María Gabriela. Entrevista personal estructurada. Material didáctico e información sobre la importancia de la familia en los niños y jóvenes. Maestra de Educación primaria. Colegio La Villa. Guatemala. 15 de julio de 2008.

ROMERO, Angela. Entrevista personal estructurada. Material didáctico e información sobre la importancia de la familia en los niños y jóvenes. Maestra de Educación primaria. Guatemala. 27 de febrero de 2008.

GARCÍA, Brenda. Entrevista personal estructurada. Material didáctico e información sobre la importancia de la familia en los niños y jóvenes. Maestra de Educación primaria. Colegio Capulliez. Guatemala. 19 de marzo de 2008.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

CIMAG ORG. *Incrementa el número de divorcios en Guatemala:* [en línea]. 2000. Disponible en: <<http://www.cimac.org.mx/noticias/00feb/00022809.html>> [Consulta: 2007/IV/26]

WIKIPEDIA. *Información sobre la Familia.* [en línea]. 2008. Disponible en: < <http://es.wikipedia.org/wiki/Familia> >. [Consulta: 2007/IV/16]

MARIANO ARNAL. *Paternidad.* [en línea]. 2008. Disponible en: < <http://www.elalmanaque.com/febrero/5-2eti.htm>>. [Consulta: 2007/II/5]

GRAELLS MARQUÉS, Dr. Pere. *Los Medios Didácticos*. [en línea]. 2008. Disponible en:
<<http://www.elalmanaque.com/febrero/5-2eti.htm>>. [Consulta: 2007/IV/2]

ANEXOS

ENTREVISTA
DISEÑADORES GRÁFICOS

“Educación para la vida Familiar”

Nombre:

Ocupación:

Edad:

1. ¿Qué elementos dentro de los diversos materiales didácticos (libros, folletos, carteles, trifoliales, etc.), recomendaría usted utilizar para utilizar con adolescentes de 14 a 17 años?
2. Dentro de los talleres que reciben los jóvenes se planteó la propuesta de una serie de folletos durante un año, que recomendaría usted para que los jóvenes que lo reciben los coleccionen, y no los pierdan, ¿Qué solución dentro del área gráfica le daría?
3. Si se trata con jóvenes ¿Qué medios de comunicación recomienda, independientemente de los medios didácticos?
4. ¿Qué tono y estilo cree usted como diseñador y comunicador, que debe utilizarse en los mensajes e información para jóvenes?

ENTREVISTA
PADRES DE FAMILIA

“Educación para la vida Familiar”

Nombre:

Edad:

No. De hijos:

1. ¿Cree usted que inculcar a adolescentes un concepto correcto de lo que es la familia y los valores que tiene, ayude a prevenir situaciones problemáticas en futuras familias?

2. ¿Qué valores considera usted como padre de familia que hay que inculcarles a los jóvenes?

3. ¿Cree que es importante tratar el tema de la educación familiar en sus diferentes áreas? ¿Qué temas recomienda tratar con los jóvenes?

4. ¿Cuál cree que son las principales causas de los problemas en la familia?

ENTREVISTA

MAESTROS

“Educación para la vida Familiar”

Nombre:

Grado que imparte:

1. ¿Cree usted que inculcar a adolescentes un concepto correcto de lo que es la familia y los valores que tiene, ayude a prevenir situaciones problemáticas en futuras familias?
2. ¿Qué tono y estilo cree usted como diseñador y comunicador, que debe utilizarse en los mensajes e información para jóvenes?
3. ¿Cree que es importante tratar el tema de la educación familiar en sus diferentes áreas? ¿Qué temas recomienda tratar con los jóvenes?
4. ¿Qué elementos dentro de los diversos materiales didácticos (libros, folletos, carteles, trifoliales, etc.), recomendaría usted para utilizar con adolescentes de 14 a 17 años en los talleres?

ENCUESTA

Edad: _____ Sexo: _____ Grado que cursa: _____

Los estudiantes de séptimo semestre de la Facultad de Diseño Gráfico de la Universidad del Istmo, están realizando su Trabajo de Investigación de Graduación acerca del tema de “Educación para la vida familiar”, con el objetivo de obtener mayor información sobre el tema, agradecen su colaboración y tiempo al responder las siguientes preguntas:

1. ¿Vive usted con ambos padres?

SI

NO

2. ¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que es la mayor causa de los problemas en la familia?

Falta de conocimiento

Falta de compromiso

Falta de interés

Falta de educación

Otro

3. ¿Cree que inculcar a niños y adolescentes un concepto correcto de lo que es la familia y los valores que tiene, ayude a prevenir situaciones problemáticas en futuras familias?

SI

NO

4. ¿Cree que los valores en la familia se han perdido con el tiempo, y en la actualidad ya no tienen tanta importancia?

SI

NO

5. ¿Considera que una buena comunicación entre padres e hijos, ayuda a que la familia se mantenga unida?

SI

NO

6. ¿Cree que los adolescentes tienen poco conocimiento en cuanto a las responsabilidades que conlleva el traer hijos al mundo?

SI

NO

7. ¿Usted conoce campañas en donde se trate el tema de la educación familiar?

SI

NO

¿Cuáles? _____

8. ¿Cree que es importante tratar el tema de la educación familiar en sus diferentes áreas?

SI

NO

¿Por

qué? _____

9. ¿Qué temas cree usted que deben tratarse en la educación familiar?

10. ¿Qué medio de comunicación preferiría usted para recibir información sobre la educación familiar?

Pláticas

Folletos

Trifoliales

Mantas

Todos los anteriores

ENTREVISTA
DISEÑADORES GRÁFICOS

“Educación para la vida Familiar”

Nombre:

Ocupación:

Edad:

1. ¿Qué elementos dentro de los diversos materiales didácticos (libros, folletos, carteles, trifoliales, etc.), recomendaría usted utilizar para utilizar con adolescentes de 14 a 17 años?

2. Dentro de los talleres que reciben los jóvenes se planteó la propuesta de una serie de folletos durante un año, que recomendaría usted para que los jóvenes que lo reciben los coleccionen, y no los pierdan, ¿Qué solución dentro del área gráfica le daría?

3. Si se trata con jóvenes ¿Qué medios de comunicación recomienda, independientemente de los medios didácticos?

4. ¿Qué tono y estilo cree usted como diseñador y comunicador, que debe utilizarse en los mensajes e información para jóvenes?