



10
Lej

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

PROGRAMA DE DIFUSION EN LA PREVENCIÓN DE
ACCIDENTES POR QUEMADURA PARA EL INSTITUTO
DE LA ATENCIÓN INTEGRAL DEL NIÑO QUEMADO

TESIS QUE PRESENTA

MARIO LEGORRETA ALVARADO

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMUNICACION GRAFICA

REGISTRADO EN EL
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
PÚBLICA

DIRECTOR DE TESIS:

D.G. MA. ELENA MARTINEZ DURAN

ASESOR DE TESIS:

D.G. GERARDO CLAVEL DE KRUYFF



México D.F. Julio de 1999.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

276762



Universidad Nacional
Autónoma de México

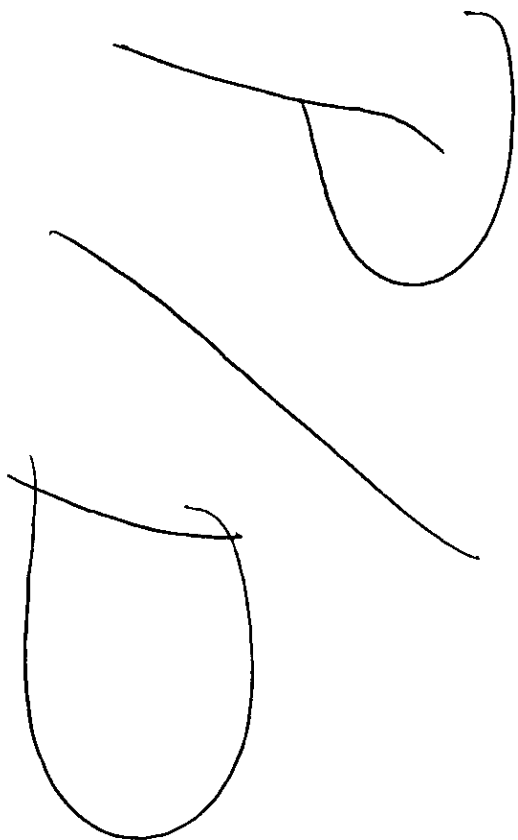


UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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





AGRADECIMIENTOS:

A DIOS:
POR DARME LO MAS HERMOSO: LA VIDA

A MIS PADRES:

**FELISA LEGORRETA ALVARADO
ERNESTO CASTAÑEDA MEZA**
POR QUE SIEMPRE ME APOYARON EN TODO

A MIS HERMANOS:
POR SU GRAN EJEMPLO

ESPECIALMENTE:

DIRECTORA DE TESIS:

D.G. MA. ELENA MARTINEZ DURAN
POR QUE PERSONAS COMO ELLA
ENGRANDECEN NUESTRA ALMA MATER

ASESOR DE TESIS:

D.G. GERARDO CLAVEL DE KRUYFF
POR SER UNA EXCELENTE PERSONA Y
GRAN PROFESOR.



CONTENIDO

Introducción

CAPITULO 1

INSTITUTO PARA LA ATENCIÓN INTEGRAL DEL NIÑO QUEMADO

1.1	Antecedentes	1
1.2	Misión	2
1.3	Funciones	3
1.4	Tipos de quemaduras	6
1.5	Agentes causales de las quemaduras	7
1.6	Factores socioculturales que influyen en los accidentes por quemadura.	8
1.7	Identificación de la necesidad de difusión en la prevención de accidentes por quemadura	9
1.8	Resumen capitular	10

CAPITULO 2

LA COMUNICACIÓN Y LOS PROGRAMAS DE DIFUSIÓN

2.1	La comunicación	11
2.2	La comunicación visual	13
2.3	La comunicación visual en los programas de difusión	16

2.4	Medios de difusión	18
2.5	Soportes de la comunicación gráfica	19
2.5.1	El cartel: definición y funciones	20
2.5.2	El tríptico: definición y funciones	24
2.5.3	El espectacular: definición y funciones	25
2.5.4	Alcances y costos	26
2.6	Delimitación de programa de prevención de Accidentes por quemadura	27
2.7	Resumen capitular	28

CAPITULO 3

DESARROLLO DEL PROYECTO (SOPORTES GRAFICOS)

3.1	Objetivos del proyecto	30
3.2	Perfil del usuario	30
3.3	Desarrollo del proyecto (soportes gráficos)	31
3.4	Diseño del cartel	33
3.4.1	Elementos visuales del cartel	33
3.4.2	Formato	35
3.4.3	Diseño de retícula	35
3.4.4	Primeras imágenes	36
3.4.5	Pruebas de color	39
3.4.6	Propuesta final	42
3.5	Diseño del tríptico	43
3.5.1	Formato	43
3.5.2	Elementos visuales y textos	44
3.5.3	Diseño de viñetas para páginas centrales	45
3.5.4	Diseño de portada, contraportada y solapa	47
3.5.5	Diseño de páginas centrales	48
3.6	Diseño del espectacular	49
3.6.1	Aplicaciones	50

3.7	Verificación	51
3.7.1	Gráfica de Verificación	52
3.8	Materiales, costos y reproducción	53

CONCLUSIONES

GLOSARIO

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION

lo largo de la historia el hombre ha tenido que enfrentar diversos obstáculos en su desarrollo; uno de esos obstáculos son los accidentes, que han aparecido conforme al crecimiento demográfico, urbano y social.

En México particularmente la población se enfrenta a nuevos y variados riesgos que afectan la salud como producto de la transición epidemiológica y demográfica, en el que coexisten patologías propias de países subdesarrollados y desarrollados como las enfermedades transmisibles y los accidentes.

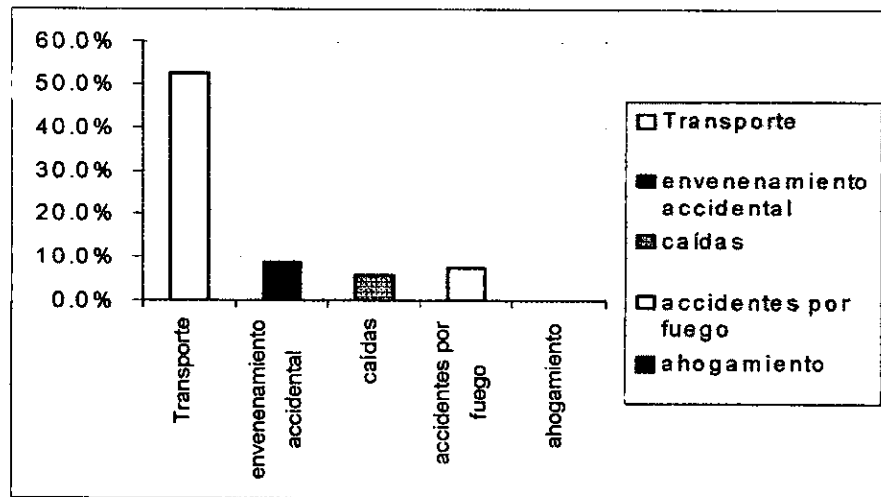
En nuestro país, la tendencia de mortalidad por accidentes comunes desde 1950 a 1990 se ha incrementado, ya que para la década de los 50's se ubicaba en el sexto lugar como causa de muerte en los grupos de preescolares (1 a 5 años) y escolares (5 a 14 años).

Actualmente los niños representan un sector muy vulnerable, con un incremento de mortandad en los 90's del cuarto lugar por accidentes comunes, particularmente los accidentes por quemaduras.

Las quemaduras forman parte de las lesiones que ocurren con mayor frecuencia en los niños. Se calcula que cada año fallecen 180,000 niños en todo el mundo por esta causa; siendo el hogar donde más se producen.

Según el anuario estadístico de accidentes y lesiones 1991, las quemaduras representan el 4º Lugar de mortalidad infantil en nuestro país; pero los que han sobrevivido

quedan afectados de por vida, en gran medida en su desarrollo físico, emocional, social y familiar.



FUENTE: MORTALIDAD 1993 D.G.E.I. S.S.A

Las quemaduras en los niños representan un importante problema de salud pública que requiere de una atención prioritaria dentro de los programas preventivos por medio de una difusión masiva.

En este sentido la participación de comunicador gráfico es vital para la codificación de mensajes y soluciones visuales a través de soportes gráficos adecuados que estimulen la prevención en la población de alto riesgo, principalmente.

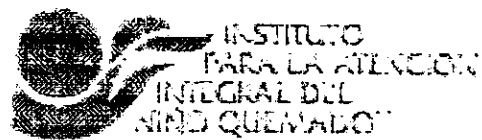
1.1 ANTECEDENTES DEL INSTITUTO PARA LA ATENCIÓN INTEGRAL DEL NIÑO QUEMADO

El Instituto para la Atención Integral del Niño Quemado, surge en la Ciudad de México en el año de 1985, a fin de proporcionar rehabilitación física y psicológica a niños de hasta 15 años, principalmente de escasos recursos.

El Instituto se forma gracias a un grupo de voluntarios de Comunicación Cultural A.C., que adoptaron como parte de sus programas, campañas de prevención de accidentes por quemaduras en medios masivos.

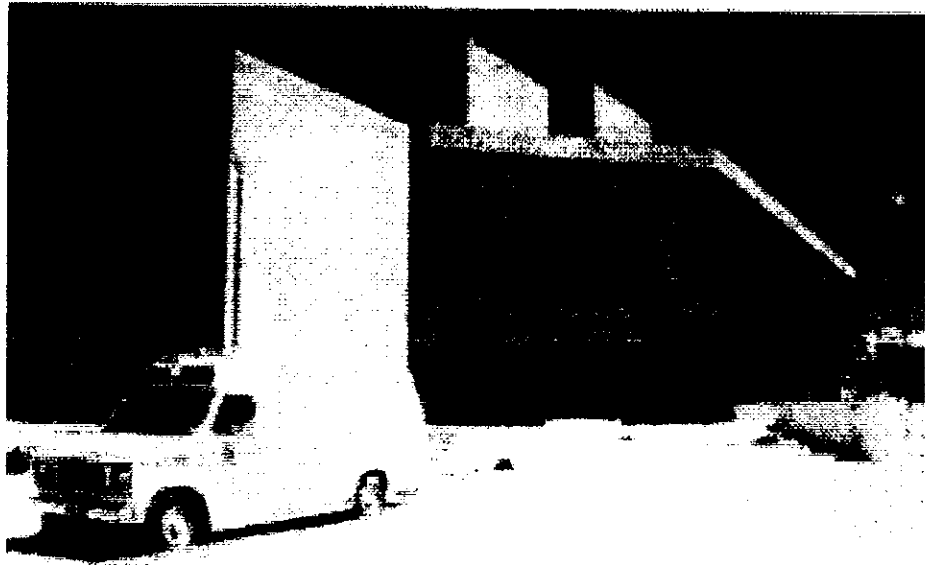
Al investigar causas, edades y sectores sociales más afectados se percataron de que no había estadísticas sobre la epidemiológica del paciente quemado, por lo que se convocó a un grupo de especialistas para su realización; dicha investigación se inició mediante un convenio con el Departamento del Distrito Federal y el Hospital Pediátrico de Xochimilco.

Por el contacto con los pacientes se pudo conocer que tipo de tratamientos y rehabilitación necesitaban, y en 1985 se decidió constituir el primer Patronato Nacional del Instituto para la Atención Integral del Niño Quemado I.A.P. (Institución de Asistencia Privada).



IDENTIDAD GRAFICA

Actualmente el Instituto cuenta con el primer hospital dedicado íntegramente a la atención y rehabilitación del niño quemado en la Cd. de Querétaro, considerando en su primera etapa, atención regional hacia los estados de Querétaro, Guanajuato, Michoacán, San Luis Potosí, Hidalgo y el Estado de México principalmente.



HOSPITAL DE QUERETARO

1.2 MISION

La misión es promover el bienestar social a través de campañas de prevención; así como otorgar atención médica integral a niños, preferentemente de recursos limitados que presenten cualquier tipo de accidente por quemaduras.

1.3 FUNCIONES DEL INSTITUTO PARA LA ATENCIÓN INTEGRAL DEL NIÑO QUEMADO.

La función principal del Instituto es atender integralmente a niños quemados a través de un equipo multidisciplinario constituido por médicos, psiquiatras, psicólogos, trabajadores sociales, rehabilitadores físicos y pedagogos.

El Instituto recibe a todo niño de 0 a 15 años de edad que provenga de cualquier parte del Distrito Federal y de la República Mexicana que haya sufrido cualquier tipo de accidente por quemaduras; además cuenta con los siguientes programas de rehabilitación:



- Física
- Psicológica
- Social



La impartición de pláticas en escuelas por los trabajadores sociales es otra tarea que realiza el Instituto con fines informativos y preventivos; además de fomentar la aceptación del niño quemado y ayudarlo a integrarse a sus actividades normales.

Desde la creación del instituto se han establecido tres programas substantivos a seguir:

- **Atención integral**
- **Prevención y difusión**
- **Investigación.**

El Instituto está convencido de que las quemaduras en la infancia es un problema de la ignorancia; de ahí que educar para prevenir, atender para rehabilitar e investigar para conocer, son los objetivos primordiales del instituto.

El Instituto también realiza un estudio epidemiológico cada 5 años con el propósito de dar respuesta a muchos interrogantes relacionados con las quemaduras como:

- Agentes causales más frecuentes.
- Edad de los niños con mayor incidencia.
- Nivel social más afectado.
- Meses del año con mayor incidencia.
- Pacientes atendidos por año.
- Sexo con mayor incidencia.
- Relación del porcentaje de la superficie corporal quemada con la edad del niño.

- Número de consultas de primera vez y subsecuentes por año.
- Número de terapias individuales, familiares y de grupo por año.

Así mismo de los factores de gravedad de una quemadura:
Profundidad, extensión y localización.

ESTADISTICAS 1986-1987 DEL INSTITUTO.

ESCALDADURA	1 534
FUEGO DIRECTO	108
ELECTRICIDAD	425
EXPLOSIVOS	78
ACEITE	51
OTROS	197

NÚMERO DE TERAPIAS REALIZADAS

INDIVIDUAL	9 285
GRUPAL	672
FAMILIAR	1 341
TOTAL	12 963

PLÁTICAS DE PREVENCIÓN

PLATICAS	672
ASISTENTES	13 650

1.4 TIPOS DE QUEMADURAS

- Una quemadura, es un evento marcado por la
- destrucción térmica de la piel que puede originar
- traumatismos permanentes, locales o generales.

La piel está constituida por capas llamadas epidermis y dermis; la profundidad de la quemadura esta en relación directa con dichas capas siendo de primer, segundo o tercer grado según la profundidad que alcance la lesión.

Quemaduras de primer grado

Afectan únicamente la epidermis de la piel (capa exterior de la piel); y se caracterizan por el enrojecimiento de la superficie afectada. En general, este tipo de lesión se cura por sí misma sin dejar cicatrices.

Quemaduras de segundo grado

Son las que se producen en la segunda capa de la piel (dermis). Principalmente se caracterizan por producir ampollas. Este tipo de quemadura lastima los tejidos, pero éstos todavía pueden restablecerse originando cicatrices.

Quemaduras de tercer grado

Afectan la epidermis y la dermis. La atención médica es primordial en este caso, ya que la persona queda expuesta a infecciones e incluso la muerte. Este tipo de quemaduras

requieren meses de tratamiento y de intervenciones quirúrgicas que dejan gruesas cicatrices o hasta la pérdida de algún miembro.

1.5 AGENTES CAUSALES DE LAS QUEMADURAS

Las quemaduras se producen principalmente por 3 tipos de agentes:

- **Escaldaduras**
- **Fuego directo**
- **Electricidad**

ESCALDADURAS

Son quemaduras por líquidos calientes. Según las estadísticas del Instituto las escaldaduras son el tipo de lesión que más se producen en los niños al derramar líquidos hirviendo sobre la piel como el agua, la leche, sopa o cualquier alimento que contenga líquido, ocasionando daños irreversibles en zonas como cara y manos.

FUEGO DIRECTO

Se producen generalmente en incendios domiciliarios. El estudio epidemiológico del Instituto indica que la mayoría de las casas de donde provienen los niños afectados, son viviendas de espacios muy reducidos, donde no se tienen un lugar seguro para almacenar sustancias como el alcohol, thinner, gasolina, petróleo, etc., representando un peligro latente para el niño.

ELECTROCUCIÓN

La electrocución se produce cuando se manipula un electrodoméstico conectado en mal estado o cuando se introduce un objeto metálico en los orificios de la toma de corriente.

El 80% de las lesiones se producen en circuitos de baja tensión. Resultan mortales el 10%; aunque el resultado final del paso de la corriente eléctrica a través del cuerpo, es impredecible en cada caso.

1.6 FACTORES QUE INFLUYEN PARA QUE SE PRODUZCA UN ACCIDENTE POR QUEMADURA

El reporte epidemiológico del Instituto, incluye el nivel socio-económico como uno de los factores presentes en este tipo de lesiones.

Los pacientes que acuden al hospital, es su mayoría son de escasos recursos económicos; los cuales viven en lugares donde difícilmente logran tener una información adecuada para evitar cualquier situación que atente contra la salud del niño.

El reporte indica que el tipo de familia del paciente es muy importante; ya que se ha comprobado que los percances suceden más frecuentemente dentro de una familia desintegrada, con escasa o nula interacción de las personas que la conforman.

El lugar donde habitan generalmente es pequeño y mal estructurado, con acceso permanente a aparatos eléctricos o líquidos calientes.

Las costumbres son otro factor principal que propicia estos traumatismos. Generalmente los pacientes que llegan al Instituto provienen de los alrededores de Xochimilco o los pueblos, ricos en tradiciones. La pólvora, los fuegos artificiales y las veladoras son manipulados por los niños sin ninguna precaución, lo que aumenta el riesgo de este tipo de accidentes.

1.7 IDENTIFICACION DE LA NECESIDAD DE DIFUSIÓN EN LA PREVENCIÓN DE ACCIDENTES POR QUEMADURA.

En la detección de factores que influyen en los accidentes por quemadura; se ha podido establecer que el 80% de las quemaduras se produce generalmente en accidentes domésticos.

Esto nos habla de la necesidad de programas de difusión, con información clara y precisa que llegue a todo tipo de sectores, en especial a zonas de alto riesgo por considerarlas más vulnerables a este tipo de accidentes.

La necesidad de difusión e información para la prevención de las quemaduras es determinante, si consideramos que éstas son 90% previsibles y controlables.

1.8 RESUMEN CAPITULAR

El Instituto para la atención integral del niño quemado nace como respuesta a la necesidad de conocer a fondo la patología del niño quemado; así como proporcionar tratamientos integrales a través de un equipo multidisciplinario para la recuperación física, emocional y social.

Conforme a investigaciones el Instituto, ha podido recopilar información que sirve para detectar las necesidades del niño quemado y determinar los factores presentes en este tipo de lesiones.

Sin embargo no solo se trata de atender integralmente al paciente, si no de actuar en materia de prevención.

En este aspecto se requiere del apoyo del comunicador gráfico y de los medios de comunicación para la difusión de mensajes que contribuyan a evitar este tipo de accidentes.

Es por eso que la presente investigación estará encaminada a apoyar por medio de un programa de difusión las necesidades de comunicación en la prevención de accidentes por quemaduras, del Instituto para la Atención Integral del Niño Quemado. *

***FUENTE: FOLLETOS INFORMATIVOS DEL INSTITUTO. ANUARIO ESTADISTICO DE ACCIDENTES Y LESIONES 1993.**

2.1 LA COMUNICACIÓN

Es toda actividad social que postula un intercambio de informaciónes entre individuos de un mismo grupo, constituye lo que podemos llamar fenómeno de la comunicación.

Se dice que la comunicación "se refiere a todas las formas en que se verifica el intercambio de ideas y en la que éstas se comparten"(1). Así se habla tanto de la comunicación de masas como de comunicación interpersonal.

Tratamos la palabra hablada, signo, el gesto, la imagen, la exhibición, la impresión, radiodifusión, película, todos los signos y símbolos por medio de los cuales los humanos procuran transmitir significado y valorar a otros seres humanos". (2)

La comunicación ha sido estudiada desde la antigüedad, los textos actuales sobre esta materia son el resultado del estudio de Aristóteles:

Quién dice - Qué dice - A quién le dice

Este primer esquema de comunicación comprende los primeros elementos de este proceso: emisor, receptor y mensaje; **quién** o emisor se refiere a la persona o generadora del mensaje, **qué** o mensaje es el contenido, y **quién** el receptor es la persona o personas que la reciben.

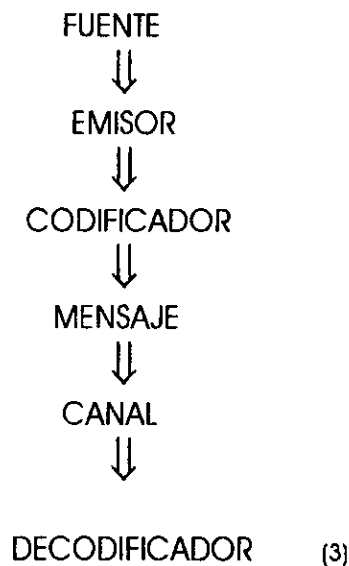
(1) González Alonso Carlos. Principios básicos de la comunicación. Ed. Trillas México 1989.

(2) Schramm, Wilbur. La ciencia de la comunicación humana. Ed. Trillas México 1987.

En un principio este esquema se centro solo en el lenguaje oral y más tarde a otras nuevas formas de comunicación a través de dibujos, pictogramas, pinturas y signos.

A la par de la evolución humana su estudio se tornó más complejo al ir apareciendo nuevos elementos producto del estudio de la comunicación.

Tomemos como referencia el siguiente esquema de Berlo como modelo de comunicación para explicar mas claramente este proceso:



Este modelo contiene varios elementos nuevos los cuales se explicarán a continuación:

Codificador: Ordena los elementos necesarios para que la comunicación tenga sentido.

Canal: Es el medio físico por el cual se trasmite el mensaje del emisor al receptor ya sea por imagen, sonido o texto.

(3) González Alonso Carlos. Principios básicos de la comunicación. Ed. Trillas. México 1991.

Decodificador: Es la forma como el receptor interpreta el mensaje.

En este esquema se intercala un proceso de codificación y decodificación en el espacio comprendido entre la emisión y recepción del mensaje: el codificador es el que toma las ideas de una fuente.

Entonces podemos decir que la comunicación es la búsqueda de significados comunes, que establece algo común entre el emisor y receptor, siempre y cuando ambos posean un código común que se traduce a su vez en significados comunes, constituyendo una actividad imprescindible en nuestra sociedad actual, porque sin ella no sería posible la transmisión del conocimiento, la participación social y el desarrollo cultural.

2.2 LA COMUNICACIÓN VISUAL

Las formas de comunicación evolucionaron hasta llegar a los lenguajes visuales; siendo ahora materia de estudio de la Comunicación Gráfica.

La comunicación visual o gráfica es el proceso de transmitir imágenes perceptibles a la vista; las imágenes visuales son toda representación gráfica icónica o simbólica de un objeto. La comunicación visual en el diseño gráfico, debe comunicar y dejar de ser el instrumento de la comunicación para

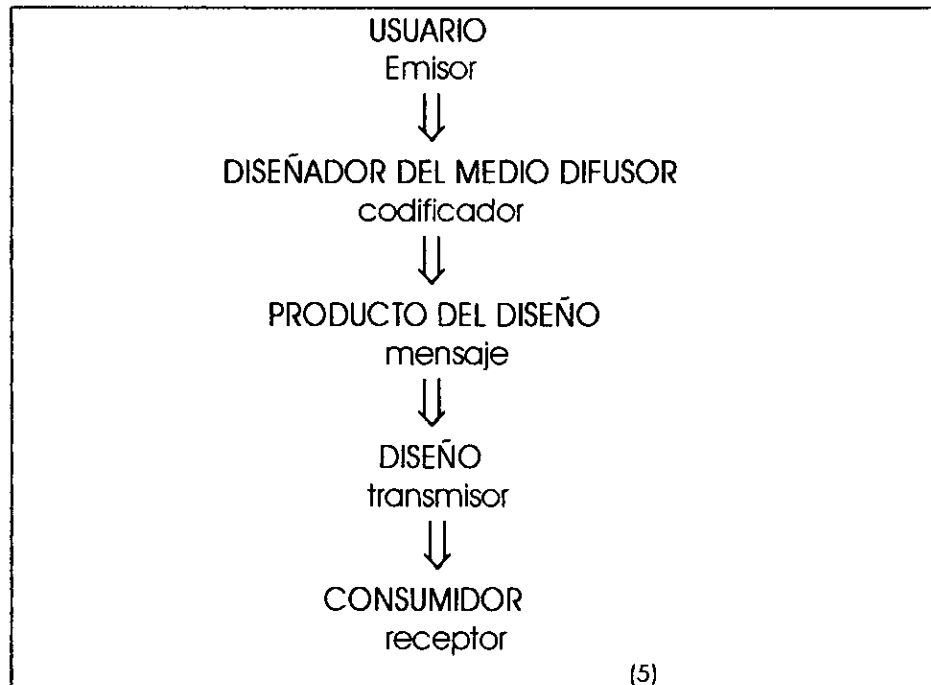
convertirse en el objeto mismo de esa comunicación y generar la información.

Bruno Munari nos dice: "La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos sonoros, térmicos, dinámicos; ésta tiene tres elementos indispensables, los cuales son un emisor, un receptor y un mensaje".(4)

Emisor, mensaje y receptor son los tres elementos básicos para que se cumpla el proceso de comunicación; sin embargo desde el punto de vista del diseño, existe un elemento llamado canal, que es por el cual el emisor envía el mensaje al receptor.

(4) Munari Bruno. Diseño y comunicación visual. Ed. G.G. 1987

El siguiente esquema examina el proceso comunicativo en el diseño:



Este esquema el comunicador gráfico cumple la función de "codificador" o interprete creativo del mensaje, a base de una investigación y análisis para llegar a un propósito determinado por medio de un código común.

El mensaje es el resultado material del diseño, ya sea un cartel, un folleto, una identidad gráfica, etc.

El emisor o usuario del diseño es la empresa o persona que utiliza el diseño gráfico para fines específicos.


(5) Costa, Joan. Imagen visual. Ed. Ceac. Barcelona 1990.

La comunicación visual representa un recurso ilimitado como generador de mensajes ya que involucra uno de los sentidos que más influye a nuestra conducta: la vista.

Mucho se ha hablado sobre el impacto de las imágenes; al respecto sabemos que "una imagen dice mas que mil palabras"; y pueden generar diversas interpretaciones, a la vez que condicionar y persuadir conductas. Es por eso que en muchos sectores han utilizado la comunicación visual para darse a conocer, dar información específica o vender algún producto.

El sector salud utiliza actualmente mensajes visuales para la difusión de información en campañas preventivas que motivan o sensibilizan al público en general, logrando cambios de conducta positivos que estimulan la participación de la población hacia una cultura de prevención.

2.3 LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LOS PROGRAMAS DE DIFUSIÓN

 Sin duda la misión del comunicador gráfico es ser un decodificador de mensajes para la difusión de información.

Los mensajes que crea a partir de soluciones gráficas representan el canal por el cual se transmite información entre el emisor y el receptor y son portadores de toda clase de contenido: mensajes políticos, económicos, culturales, deportivos, de salud o informativos.

En México utilizamos los recursos de la comunicación gráfica cada vez con más frecuencia. Nuestra cultura crece a medida que crece nuestra cultura visual.

Nuestro país requiere de mejores medios de difusión que lleguen a todos los grupos sociales para la difusión de mensajes a nivel masivo.

La comunicación visual en los programas de difusión, ha sido una herramienta efectiva, porque satisfacen nuestras necesidades de información, ya que logran captar la atención por medio del impacto visual.

La necesidad de comunicación y de información se ha vuelto indispensable para movilizarse y sobrevivir en esta gran urbe, por eso es importante que la población tenga acceso a todo tipo de mensajes, no solo por medios de difusión efímeros, si no fijos, constantes y tangibles, para receptores en movimiento como son los medios de la comunicación visual.

En este sentido los mensajes de carácter preventivo deben ser explotados al máximo; ya que contribuyen a la formación de una cultura preventiva muy necesaria en nuestra sociedad actual.

La formación de hábitos encaminados a la prevención de accidentes por medio de programas de difusión es la mejor manera de disminuir de manera significativa el alto grado de incidencia en cuestión de accidentes; como en el caso de las quemaduras.

Las quemaduras ocupan el 4º lugar como causa de muerte, afectando en mayor proporción a los niños.

Es por eso que Instituto para la atención integral del niño quemado está adoptando los recursos de la comunicación visual en sus programas de difusión.

2.4 MEDIOS DE DIFUSIÓN

Los medios de comunicación son formas que el hombre ha establecido para lograr la función principal de la comunicación: Difundir información específica.

Utilizamos medios directos como el lenguaje o gestos y medios indirectos como el teléfono, telégrafo, fax, televisión, impresos, etc. para comunicarnos; y estos han sido objeto de estudio como medios de difusión.

Los medios de difusión funcionan como vehículos para que el hombre se comunique.

Existen teorías que definen los medios de difusión como cálidos y fríos, o directos e indirectos, según sea la intensidad del mensaje que proporcione; los medios de difusión también se caracterizan porque introducen en los diversos grupos sociales pautas de comportamiento y consumo; así mismo se ha comprobado que éstos ejercen diferentes tipos de influencia de carácter persuasivo o estimulante.

A este respecto se ha criticado mucho el uso de los medios para fines comerciales; sin embargo también podemos decir que éstos han servido para cumplir con la función de

transmisores del conocimiento y por otro lado incrementa y motiva la participación social hacia un bien común.

Estos medios comprenden cuatro canales emisores y conductores de mensajes: La televisión, la radio, el cine y los medios impresos; los cuales poseen características propias con diferentes alcances. Sin duda los medios de difusión permiten mantenernos informados e incluso contribuyen a una conciencia colectiva a cerca de infinidad de temas.

En el caso de los programas de difusión el uso de estos medios muchas veces queda fuera de alcance por lo elevado de los costos; a excepción de los medios impresos que cada vez están siendo más utilizados en campañas preventivas como en el caso del Instituto para la atención integral del niño quemado.

2.5 SOPORTES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

El soporte es la materia que integra a la imagen y/o al texto, con su naturaleza objetiva o corpórea y su composición física de la materia (madera, tela, papel, película) y como superficie". (6)

Los soportes en la comunicación gráfica reproducidos a través de los sistemas de impresión son medios de comunicación nobles y poderosos, basados en el diseño editorial se distinguen algunos como: folletos, revistas, trípticos, carteles, periódicos, etc.

(6) Costa Joan. La fotografía entre sumisión y subversión. Ed.Trillas México 1991.

Existen diferentes tipos de medios impresos; los cuales pueden ser de carácter masivo o directo: los medios impresos masivos llegan a toda clase de públicos; mientras que los directos llegan a públicos determinados que generalmente elige el comunicador.

Para la realización del programa de difusión en la prevención de accidentes por quemadura, se han elegido los siguientes soportes: cartel, tríptico y el espectacular por considerarlos los soportes más adecuados para la realización de este proyecto.

Ubicados dentro del diseño editorial, sus características de composición nos permitirá encontrar una de las mejores soluciones para nuestro proyecto. Basados en una estructura sus elementos visuales tales como la tipografía, el motivo gráfico, el color, etc., se ajustarán para concluir la mejor comprensión y eficiencia en el mensaje.

A continuación analizaremos sus características:

2.5.1 EL CARTEL: DEFINICIÓN Y FUNCIONES

La definición del cartel "un grito pegado a la pared", es el arte de comunicar una idea a través de un soporte bidimensional. (7)

Por medio del cartel, las personas reciben información publicitaria, cultural y social; además de un mensaje estético, por ello no ha perdido su vigencia ni su cualidad de transmisor de ideas y mensajes.

(7) Beltrán y Cruces, Raúl E. Publicidad en medios impresos. Ed. Trillas. México.1988.

El cartel forma parte de nuestro mundo visual. En determinados sectores éste es un elemento primordial en muchas campañas porque convencen, condicionan y logran persuadir al receptor.

El contacto inicial entre el cartel y el receptor se obtiene mediante la imagen y el texto escrito el cual debe ser corto y directo.

El cartel ha sido definido como un "anuncio, normalmente con un elemento pictórico, generalmente impreso sobre papel y habitualmente exhibido en un muro o una escalera para el público en general. Su propósito es llamar la atención hacia el mensaje que el anunciante está tratando de agenciar y grabar al transeúnte. El elemento pictórico proporciona la atracción inicial y debe ser lo suficientemente llamativo para contrarrestar lo atractivo de otros carteles; y por lo general necesita de un mensaje suplementario con palabras que complementa y amplifica el tema pictórico".
(8)

El cartel tiene sus orígenes en culturas antiguas como la griega, la egipcia y romana; más tarde en París nace con la necesidad de crear nuevos mercados que se originaron a raíz del florecimiento de la revolución industrial.

Hoy en día el cartel se ha desarrollado en todo el mundo y han sido verdaderos portavoces de información, y de antropología cultural, ya que éstos revelan factores sociales y económicos de cada época.

(8) Beltrán y Cruces Raúl E. Publicidad en medios impresos. Ed. Trillas. México 1998.

El cartel se ha caracterizado por estar compuesto de elementos dispuestos en cierto orden para lograr conducir la vista del lector a toda la superficie del anuncio. Estos elementos son los siguientes:

CABEZA: Es el llamado de atención del lector, puede ser un eslogan, el cual resume el tema del mensaje con unas cuantas palabras.

TEXTO: Contiene el mensaje escrito y amplía la información

ARGUMENTACION: Contiene toda la información que se quiere hacer llegar al lector.

PIE: Contiene los datos del anunciante del mensaje: razón social, dirección, teléfono, código postal etc.

LOGOTIPO: Identidad gráfica del anunciante.

ILUSTRACIÓN: Es un importante elemento del cartel, el que llama la atención; algunas veces la ilustración es todo en el anuncio y otras es apoyo a la información escrita.



Cartel con ilustración para presentación de Ballet.

Todos los elementos dispuestos en un cartel solo tienen por objetivo transmitir un mensaje el cual debe ser ordenado, depurado y enriquecido con elementos visuales que permitan las funciones del cartel.

Las funciones del cartel son las siguientes:

- **FUNCIÓN INFORMATIVA:** Es la función real del cartel. Hace del conocimiento del público todo tipo de información.
- **FUNCIÓN EDUCATIVA:** Fomenta la enseñanza a través del texto y la imagen obligando al receptor a una nueva estructuración de sus hábitos sensitivos y cognoscitivos.
- **FUNCIÓN ESTÉTICA:** Se logra cuando las imágenes de un cartel transmiten más de lo que sugieren a través de las formas, colores y contrastes.
- **FUNCIÓN CREADORA:** Se establece cuando el anuncio es creador de deseos y necesidades que contribuyen al consumismo.(9)



Cartel para exposición de muebles de metal, mayo de 1991.

(9) Beltrán y Cruces Raúl E. Publicidad en medios impresos. Ed. Trillas. México 1998.

2.5.2 EL TRIPTICO: DEFINICIÓN Y FUNCIONES

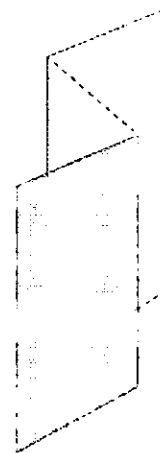
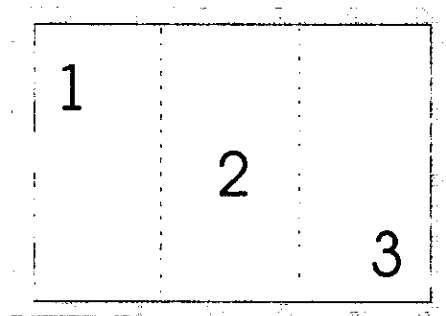
El tríptico es la forma más eficaz de ampliar o detallar la información a determinados medios de comunicación, cuando éstos necesiten un apoyo extra para complementar el mensaje.

El tríptico es una variante del folleto y es el producto impreso de mayor aceptación.

El folleto es definido como "la pieza de literatura directa que sale de la prensa en forma de hojas sencillas de papel que pueden ser dobladas y cortadas para convertirse en un folleto". (10)

El tríptico también es llamado pieza de literatura impresa porque va "directamente" a los lectores. Estas piezas generalmente contienen frente y vuelta y dobleces, de manera que presente 3 cuerpos (seis páginas). Doblado así consta de portada, solapa y contra portada (al frente y 3 páginas centrales a la vuelta).

TRÍPTICO:



(10) Turnbull Arthur. Comunicación gráfica. Ed. Trillas Mex. 1990 pag.353

Su función principal está encaminada a reforzar el mensaje cuando del receptor busca mayor información.

Los trípticos pueden ser colocados en sitios convenientes donde los lectores pueden tener acceso directo a la información por sí mismos.

Cabe señalar que el tríptico es un soporte gráfico muy

aceptado, esto se debe al tipo de formato que permite la lectura detallada con menos distracciones visuales.



2.5.3 EL ESPECTACULAR: DEFINICIÓN Y FUNCIONES.

Los espectaculares nacieron como una variante del cartel; ya que éstos tienen limitaciones en sus dimensiones. El espectacular forma parte de los nuevos medios de publicidad que se originaron con la intención de hacer llegar la información a un mayor número de personas al mismo tiempo, además de que se viera con más facilidad.

En un principio los comunicadores empezaron a utilizar los muros de edificios para fijar en ellos grandes "carteles" de lámina o papel. Hoy en día este tipo de anuncios ocupan los

espacios libres de las azoteas inundando las avenidas principales.

Los espectaculares han sido enriquecidos con la más moderna tecnología para captar la atención de las personas que diariamente los contemplan en su paso por la ciudad.

Es así como el espectacular cumple con la función de generador de mensajes para un número mayor de receptores en movimiento.

2.5 ALCANCES Y COSTOS

Mucho se ha dicho acerca de la efectividad de los medios impresos en la transmisión de todo tipo de mensajes, también se ha hablado de la contaminación visual que producen; sin embargo vivimos en una época de comunicación constante que requiere de estos medios.

En la actualidad no existe campaña publicitaria, de salud, ecológica, social, etc., que no utilice los medios impresos para sus fines; esto nos habla del gran alcance que tienen en cuanto a comunicación.

Otra ventaja que ofrece los medios impresos es su flexibilidad en cuanto a costos en comparación con otros medios como radio y televisión.

Los costos de los medios impresos obedecen a varios factores: presupuesto, tipo de impreso, características técnicas del

impreso, características del servicio que anuncia, cobertura del medio y de la campaña.

2.6 DELIMITACIÓN DEL PROGRAMA PARA LA PREVENCIÓN DE ACCIDENTES POR QUEMADURA

Una vez analizada la importancia de la comunicación visual en los programas de difusión, se considera relevante el uso de los medios impresos por la efectividad que éstos representan a nivel informativo.

El presente programa de difusión para la prevención de accidentes se realizará en tres etapas:

CARTEL: Etapa de sensibilización e información previa con respecto a la necesidad y posibilidad de prevenir este tipo de accidentes.

Se ha considerado el cartel como primer medio de difusión por sus alcances y facilidad de manejo en zonas de alto riesgo.

TRIPTICO: Como segunda etapa se emitirá un tríptico que permita difundir mayor información que complementa detalladamente los principales factores de riesgo; así como los agentes causales de las quemaduras.

El tríptico reforzará el programa con un sentido de persuasión.

ESPECTACULAR: Se considera el espectacular como tercera etapa y cierre del programa de difusión, ya que sus dimensiones nos permiten situarle en zonas públicas y transitadas, desarrollando principalmente el concepto motivacional en donde se incluya a toda la comunidad en general.

2.7 RESUMEN CAPITULAR

- La comunicación es proceso en el cual el hombre emite mensajes a partir de códigos comunes entre el emisor y receptor.
- Para que se lleve a cabo la comunicación debe haber un emisor, un mensaje y un receptor.
- Las formas de comunicación han ido evolucionando hasta la creación de mensajes visuales conocida también como comunicación visual.
- Los mensajes visuales forman parte de nuestro entorno y representan uno de los medios impresos más versátiles y de mayor aceptación.
- Los mensajes visuales son cada vez más utilizados en los programas de difusión, porque logran captar la atención a través de su impacto visual.

- Los programas de difusión de carácter preventivo utilizan este tipo de mensaje porque refuerzan a través de distintos soportes gráficos la información.
- El presente programa de difusión se conformará con tres elementos básicos: Cartel, Tríptico y Espectacular. Cada una de las partes desarrollará características propias, por sus dimensiones, materiales y usos, pero sin perder los elementos de composición que permitirán la unidad.
- El cartel corresponderá a la etapa de sensibilización e información.
- El tríptico o folleto actuará como segunda etapa, complementando la información del cartel, de forma más detallada con un sentido de persuasión.
- El espectacular corresponderá a la tercera etapa con un sentido motivacional de gran alcance visual.

3.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

El objetivo principal del proyecto es disminuir el índice de accidentes por quemadura de tipo casero, por medio de un programa de difusión que permita concientizar e informar sobre medidas de prevención sencillas a través de los medios impresos.

Así como la difusión de un mensaje que proponga una cultura de prevención en el cuidado de los niños.

3.2 PERFIL DEL USUARIO

Según los datos proporcionados por el Instituto para la atención integral del niño quemado, la mayor parte de los niños que ingresan al hospital con algún tipo de quemadura, provienen de zonas con escasos recursos económicos; sin embargo también se han detectado con mucha frecuencia accidentes domésticos en la población en general.

El mecanismo de incidencia siempre es igual: el descuido de los padres y la escasa o la ausencia de información sobre medidas preventivas que eviten contingencias en el hogar.

Originalmente el proyecto estaba dirigido a padres de familia de bajos recursos económicos que acuden al hospital pediátrico de Xochimilco, pero a lo largo de la investigación hemos descubierto que los accidentes por quemaduras son un problema de toda la comunidad en general, y consideramos que todos debemos conocer para evitarlos.

3.3 DESARROLLO DEL PROYECTO (SOPORTES GRAFICOS)

El mayor avance en la historia de la humanidad se produjo cuando el hombre comenzó a realizar los primeros intentos de comunicación con sus semejantes.

El siguiente paso en la comunicación surge cuando el hombre plasma sus acciones, intereses o ideas, en un medio no volátil es decir en un medio que permita su permanencia a lo largo del tiempo". (10)

Una vez analizadas las necesidades de comunicación y sustentadas en las funciones básicas del cartel como es el de carácter informativo y el de tipo educativo, se han considerado tres soportes como elementos básicos de este programa de difusión:

El cartel: primera etapa de sensibilización, en un primer tiempo se ha considerado el cartel como primer soporte ya que es uno de los medios más importantes de la comunicación visual su versatilidad nos permite llegar a zonas marginadas



(suburbano o rural) o de fácil acceso (urbano) indistintamente.

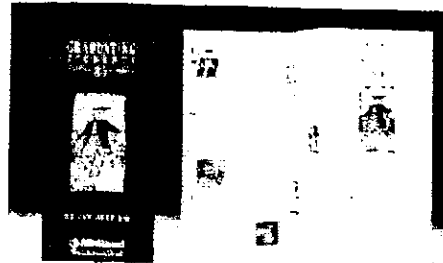
El hecho de que el receptor entre en "contacto directo" con el cartel permitirá captar de manera inmediata el interés de quien lo vea, provocando

(10) García, José Luis. Autoedición. Ed. Mc Graw Hill. México 1993. Pag. 1

por la composición de sus elementos gráficos, la inquietud de saber que el mañana depende de "él".

Se deberá situar el cartel en zonas de afluencia como: Escuelas, Hospitales, Centros de Salud, Deportivos, Autobuses, Ferrocarriles, Estaciones, Oficinas de Correo, Paradas de Autobús, Plazas, Cines, Etc.,

El tríptico: como segundo elemento de carácter informativo: asumiendo una función complementaria, el tríptico o folleto es un soporte gráfico que contiene varios textos ilustrativos, permitiendo mayor claridad en la información impresa, además contiene textos prolongados que permiten ofrecer información más amplia y específica en la prevención de accidentes por quemadura.



El folleto o tríptico, en mucho de los casos sirve de apoyo y como eslabón en la realización de toda campaña de difusión o de promoción.

El Espectacular: como cierre del programa de difusión, nos permitirá emitir el mensaje con más facilidad desde distintos ángulos y a mayor distancia, posiblemente menos flexible que el cartel pero teniendo como contraparte la fuerza de sus

dimensiones, permitirá informar de su contenido lo mismo a un pasajero, peatón o a un automovilista que circula a una velocidad moderada sin detenerse.



3.4 DISEÑO DEL CARTEL

3.4.1 ELEMENTOS VISUALES DEL CARTEL

Los elementos visuales que se incluirán en el cartel, son los siguientes:

TEXTO:

SU MAÑANA...

Depende de ti.

Un pequeño descuido

Puede tener grandes consecuencias.

TEXTO SECUNDARIO:

El 80 % de las quemaduras suceden en el hogar.

Aleja a tus hijos de:

Agua, aceite y alimentos hirviendo.

Velas, Veladoras encendidas.

Fuegos Artificiales.

Sustancias Químicas para la Limpieza.

Contactos Eléctricos, etc.

MOTIVO GRAFICO (FOTOGRAFIA):

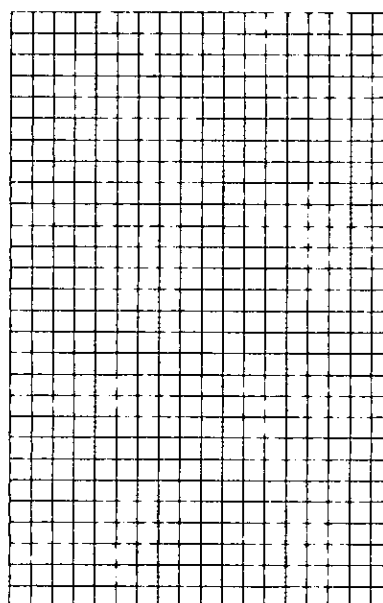


3.4.2 FORMATO

Se considera como medida del cartel el formato de 57 cm. x 87 cm., ya que permitirá mayor legibilidad de sus elementos. Siendo una medida estándar al pliego de papel couché, con estas dimensiones su reproducción arrojará el mínimo de desperdicio. Es importante señalar que por su formato podrá ser observado en diferentes momentos, es decir en zonas de constante movimiento como son: accesos, corredores, escaleras, etc., y en espacios que permitan mayor tiempo de ser comprendidos: zonas de espera, salas de consulta, centrales de transporte, etc.

3.4.3 DISEÑO DE RETICULA

Una vez definido el formato del cartel se ha diseñado la retícula que servirá de guía para la composición de los elementos. Basado en un sistema reticular de cuadrados de 10 mm., ya que son submúltiplos de 570 y de 870, este sistema nos asistirá de tal forma que se integrarán los elementos de manera proporcional y equilibrada.



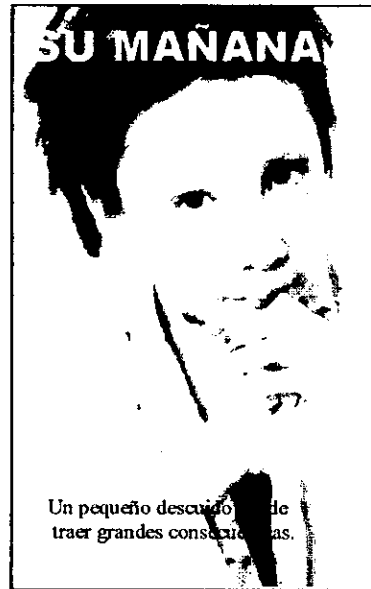
3.4.4 PRIMERAS IMÁGENES

Se consideró utilizar como principal imagen la fotografía de un niño con su mirada fija ya que esta nos permite entablar empatía entre la imagen y el receptor.

Se inició por aplicar la fotografía de tamaño completo y sin fondo.

El texto principal se considero como una llamada de atención por lo que se le dio jerarquía por tamaño, posición y color contrastante.

El texto secundario se edita al texto principal por tamaño y posición.



Se utilizaron elementos visuales que conceptualizaran el fuego o el peligro.



Se aplicó una fila de triángulos al lado izquierdo de color rojo, de tal forma que representaran las llamas.

Posteriormente se insertó la fotografía en un rectángulo de fondo blanco resaltando con el tono del color del fondo general.



Inserción de fotografía con apoyo a la retícula, en esta propuesta el realce de la imagen se logra por sus dimensiones.



En esta aplicación de la fotografía es centrada, se busca unidad a través de la integración de los elementos del mensaje.

Una vez integrados los elementos de diferentes formas se consideraron las siguientes técnicas visuales: Economía, es decir sencillez de sus elementos; Equilibrio, la composición será basada en un centro de gravedad; Destaque y Contraste que se aplica en este momento solo por posición, posteriormente se reforzará por color. Es de toda importancia que el mensaje sea claro, inmediato y preciso.



También se ha abstraído el elemento fuego o peligro, basados en triángulos isósceles y equiláteros.

3.4.5 PRUEBAS DE COLOR

El diseñador ha considerado el color como una fuente de información visual, que permitirá reforzar el contenido del cartel y hará del mensaje un doble estímulo.



Se aplica el color rojo por las siguientes características:

ROJO REFIERE PELIGRO, RIESGO, ADVERTENCIA
ROJO SE ASOCIA CON LA FURIA
ROJO ES PROVOCADOR
ROJO TIENDE A EXPANDIRSE
TAMBIEN REPRESENTA LA SANGRE Y EL HORROR.

Se aplicó el color verde como fondo ya que se asocia con la calma y la paz; y está estrechamente vinculado con el color de la naturaleza y el campo: con un modo de vida saludable, es decir la promesa de un mejor mañana.



Se integra una combinación de fondo verde con la apariencia de esperanza y elementos en rojo que simbolizan el peligro.

Se aplicó un fondo de color azul fuerte y vibrante capaz de llamar la atención como poderoso comunicador.



El color azul se asocia con elementos eléctricos, corriente eléctrica y aparatos domésticos y elementos en rojo que simbolizan el peligro.

3.4.6 PROPUESTA FINAL

- Para la propuesta final se integraron las siguientes características:

Se ubicaron los elementos por un equilibrio axial. La fotografía, El texto principal o eslogan, el texto secundario, los elementos triángulos, y el texto complementario se localizan en un centro de gravedad simétrico. Al mismo tiempo la presencia de unidades mínimas en la composición permite dar un mensaje claro y preciso: economía.

El texto principal es destacado por posición, color y tamaño; al igual que la fotografía se destaca por su proporción en relación a todo el conjunto.

Se logra el impacto visual por el contraste de los colores: Azul Pantone 286 MC, Rojo Pantone 485 MC y Negro. Con la brillantez que al mismo tiempo demanda la atención del ojo que permite la lectura del mensaje.

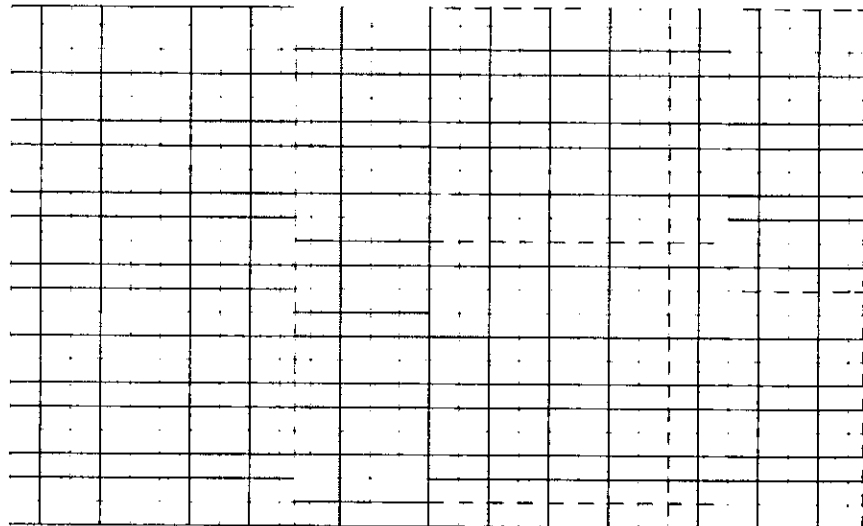


3.5 DISEÑO DEL TRIPTICO

El tríptico contiene información más detallada sobre la prevención de accidentes por quemaduras en el hogar, al mismo tiempo integra imágenes de fácil asimilación, auxiliadas por textos complementarios, mismos que se diseñan de acuerdo a las características visuales del cartel, ya que se trata de una unidad gráfica.

3.5.1 FORMATO

Para el diseño del tríptico se utilizó un soporte de 21.5 x 28.5 cms. de forma apaisada, obteniéndose 8 ejemplares por pliego de papel couché de 57 x 87 cms; se retomó la diagramación utilizada en el cartel a través de una retícula de cuadros de 10 mm., esta nos facilitará la integración de los elementos tanto en el exterior como en el interior del tríptico. Se ha dividido en 3 espacios por cara, lo que permitirá integrar la portadilla, directorio y contenido de acuerdo a la información que se necesita transmitir.



Formato y Reticula con líneas de doblez para el tríptico.

3.5.2 ELEMENTOS VISUALES Y TEXTOS

DE LA PORTADA:

SU MAÑANA...

Depende de ti.

Un pequeño descuido puede traer grandes consecuencias.

Inserción del motivo gráfico.

DE LA CONTRAPORTADA:

Directorio

DE LA SOLAPA

Dirección del hospital del D.F.

Dirección del hospital de Querétaro

DE LAS PAGINAS CENTRALES

TU PUEDES EVITARLO

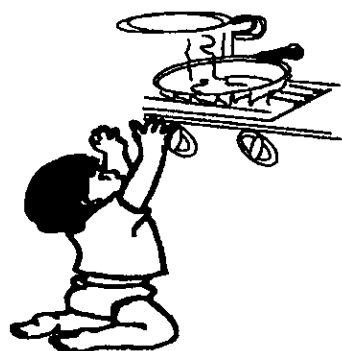
Diseño de viñetas (6)

Texto complementario

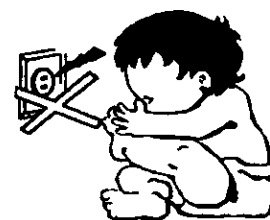
3.5.3 DISEÑO DE VIÑETAS PARA PAGINAS CENTRALES

Para hacer más efectivo el tríptico se integró información muy sencilla con las recomendaciones más importantes para prevenir los accidentes más comunes en el hogar. Reforzando con viñetas alusivas a cada una de las recomendaciones.

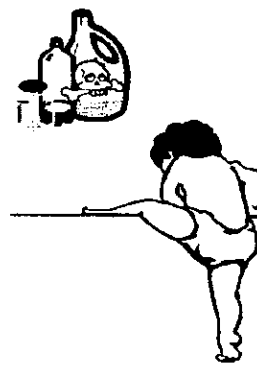
Viñeta alusiva a los accidentes por escaldadura.



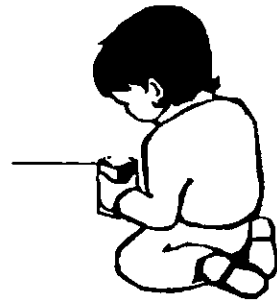
Viñeta alusiva a los accidentes por electrocución.



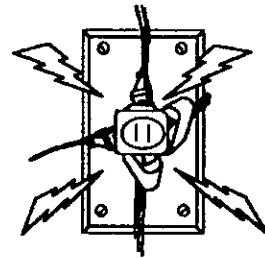
Viñeta alusiva a los accidentes por Contacto con sustancias químicas corrosivas.



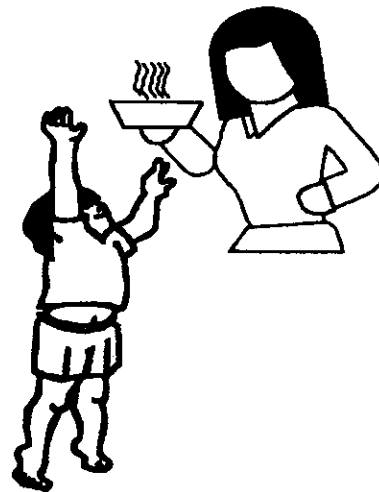
Viñeta para la prevención de accidentes
Por fuego directo.



Viñetas de reforzamiento en las
Quemaduras por electrocución.



Viñetas de reforzamiento en
las quemaduras por escaldadura.



3.5.4 DISEÑO DE PORTADA, CONTRAPORTADA Y SOLAPA.

El diseño de estos elementos se ha realizado con las características del cartel ya que se pretende lograr mayor pregnancia en el espectador.

Se ha sustentado con idéntico sistema reticular y con los mismos elementos visuales: Motivo Gráfico (fotografía), tipografía: Futura Bold en texto principal y Souvenir para los textos secundarios y complementarios, al igual que los mismos colores: Negro, Rojo Pantone 485 MC y Azul Pantone 286 MC.

Carmelita V. O Farril
Presidenta Honoraria

Lilia Cisneros Luján
Directora General

PATRONATO MEXICANO

Lic. Francisco Xavier Arredondo
Lic. José Sáenz Viesca
Lic. Carlos Viñamata Paschkes
Lic. Blanca Esponda Espinoza
Arq. José Luis Cortés Delgado
Dra. Patricia romano Vázquez

Prof. Carlos Jalife Elías
Coordinador campaña de
Procuración de Fondos

Lic. Magdalena Jiménez Gutiérrez
Gerente de la Campaña Financiera


VOLUNTARIADO
Lic. Esther Villalón

**PATRONATOS Y DIRECTIVOS
DE QUERÉTARO**

Lic. Lilia Cisneros Luján
Lic. Carlos Viñamata Paschkes
Lic. Filiberto López Díaz
Lic. Andrés Ortíz y Virgen
Dr. Rodolfo García Robles
Sr. Hildebrando real Mora

VOLUNTARIADO
Patricia Cervantes

SU MAÑANA...



Depende de ti

Un pequeño descuido puede traer grandes consecuencias.

En el Directorio se ha utilizado el triángulo contenido en la portada ya como parte del diseño.

3.5.5 DISEÑO DE PAGINAS CENTRALES

En la continuación se presenta la propuesta que ofrece la mejor solución visual en cuanto a legibilidad, secuencia y armonía. Se enriquece visualmente dando tratamiento a los textos por medio del color: azul, negro, rojo y blanco.


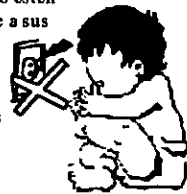



Se integra la Tipografía en Futura Bold para texto principal y Souvenir para los textos secundarios y complementarios, al igual que los mismos colores: Negro, Rojo Pantone 485 MC y Azul Pantone 286 MC.

TU PUEDES EVITARLO

Una quemadura es una lesión provocada por el calor (por encima de los 48°) en cualquiera de sus diferentes formas como: Líquidos, Sustancias Químicas, Fuego Directo, además de la electricidad.

Con estas sencillas medidas tú puedes prevenir las quemaduras.

- Coloque el mango de las cacerolas hacia atrás y no permita que su hijo se acerque a recipientes que contengan agua o aceite hirviendo.
- Evite que los niños jueguen con fuegos artificiales. Y que tengan al alcance cerillos, encendedores, velas o veladoras encendidas.
- Nunca sature los contactos eléctricos con más de dos aparatos. Revise periódicamente el cableado eléctrico de su casa.
- Desconecte los aparatos eléctricos que no estén en uso, y enseñe a sus hijos a no introducir objetos metálicos en los contactos.



3.6 DISEÑO DEL ESPECTACULAR

Como se ha mencionado anteriormente el espectacular es el eslabón de cierre de este Programa de Difusión en la Prevención de Accidentes por Quemadura.

Inicialmente el programa estaba dirigido a la población de alto riesgo, sin embargo se pretende informar a la comunidad en general, ya que nadie queda excluido a este tipo de accidentes.

Su dimensión de 5 m. X 3.28 m., proporcional al formato original del cartel 57 x 87, la retícula, la aplicación de los colores y la integración de los elementos visuales corresponden a la propuesta original del primer soporte, conservando la unidad de diseño y cumpliendo con el objetivo de informar de manera directa y concisa.

SU MAÑANA...

Depende de ti

Un pequeño descuido puede traer grandes consecuencias.

El Sol de las quemaduras solares en el hogar
Mojas a tus hijos del plátano
Aceite, Aceite y alimentos hirviendo
Velas y veladoras encendidas
Fuegos Artificiales
Sustancias Químicas para la Limpieza
Contactos Eléctricos

3.6.1 APLICACIONES

Resultaría relativamente fácil determinar las normas para la inserción del espectacular en las diferentes zonas de importancia, capaz de obtener con su simple aplicación, unos logros estimables, si la ubicación se considera de antemano y, a la vez todas las circunstancias condicionantes.

Cada una de las aplicaciones son diferentes en cada caso. Unos han de ocupar plazas y su presencia se hará visible desde muchos puntos de vista; otros se emplazarán en calles cuya estrechez únicamente permita observarlos desde la acera de enfrente. Otros estarán en lugares muy transitados, de buena visibilidad y con una altura adecuada.



3.7 VERIFICACION

Encuesta realizada a público en general que acude a centros de salud y a otros lugares de índole familiar.

Lugar de procedencia _____

EDAD _____ SEXO _____

1. - ¿ Conoce el Instituto para la atención integral del niño quemado?

Sí _____ No _____

2.- ¿ Ha oído hablar acerca de accidentes por quemadura ¿

Sí _____ No _____

3.- ¿ Conoce a alguien que haya sufrido un accidente por quemadura ¿

Sí _____ No _____

4.- ¿ Podrías mencionar 3 medidas de prevención para evitar las quemaduras ¿

Sí _____ No _____

5.- ¿ Conoce algún hospital que atienda a personas quemadas ¿

Sí _____ No _____

6.- ¿ Conoce algún medio impreso que hable sobre medidas de prevención para evitar las quemaduras en los niños?

Sí _____ No _____

SE LES PRESENTA EL CARTEL

7.- A PRIMERA VISTA ¿Podría definir qué tipo de información contiene el cartel? Sí _____ No _____

8.- DESPUES DE LEERLO. ¿Entendió usted el mensaje? Sí _____ NO _____

9.- DESPUES DE LEERLO. ¿ Podría mencionar 3 medidas de prevención para evitar los accidentes por quemadura? Sí _____ No _____

SE LE PRESENTAN TRES PROPUESTAS

10.-¿ Cual de estos tres cartelitos piensa usted que tiene mayor legibilidad

11.- ¿ Piensa usted que el cartel cumple con su objetivo

SI _____ NO _____

PORQUE _____

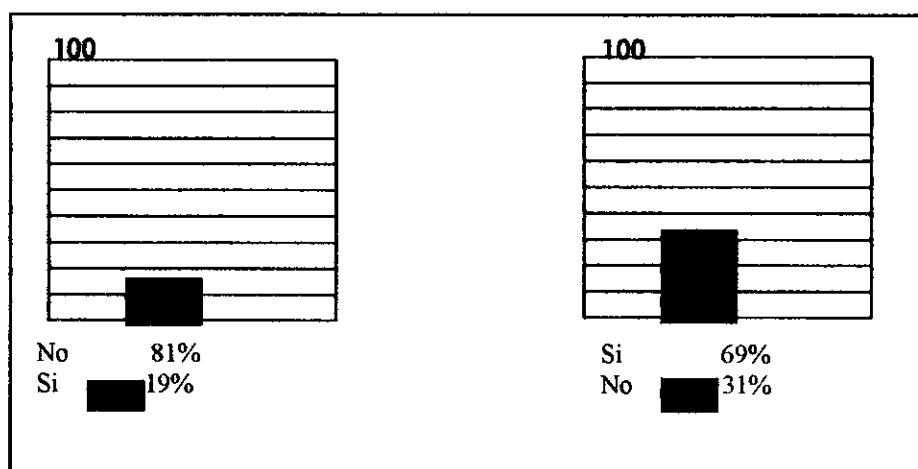
3.7.1 GRAFICA DE VERIFICACION

En la continuación se presentan una serie de gráficas basadas en la aplicación del indicador mostrado en la página anterior. Cabe mencionar que se realizó el cuestionario a una muestra de 100 personas, todos padres de familia en su mayoría del sexo femenino.

Se presentan solo 4 de los resultados por considerarse de mayor trascendencia:

¿Conoce el Instituto para la Atención Integral del Niño Quemado?

¿Ha oído hablar acerca de accidentes por quemaduras?



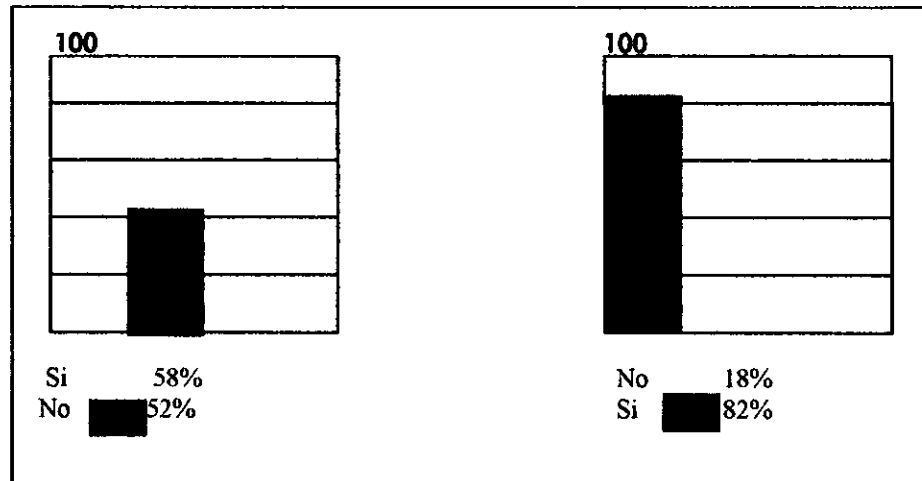
Con la aplicación de este cuestionario nos pudimos percatar de los siguientes puntos importantes:

- ✓ El 81 % de la población no conoce el Instituto para la Atención Integral del Niño Quemado.
- ✓ El 69 % de la población ha escuchado o conoce sobre algún accidente por quemaduras.

GRAFICA DE VEREIFICACION

Se les muestra el cartel (propuesta final)

¿Podría definir que tipo de información contiene el cartel?



Una vez mostrado el cartel en su propuesta final los resultados fueron los siguientes:

- ✓ El 58% de los entrevistados contestó que el cartel era un llamado de atención.
- ✓ Una vez observado el material, el 82% comentó que si recordaba por lo menos 3 medidas para prevenir los accidentes por quemaduras.

3.8 MATERIALES, COSTOS Y REPRODUCCION

MATERIALES:

- se consideró el sistema offset como uno de los más
- adecuados para la impresión y reproducción del
- cartel y el tríptico, tomando en cuenta que se invertirá

una sola vez en los negativos y posteriormente se realizarán tirajes tan grandes como sea necesario.

Al igual que los elementos visuales necesarios en la composición de los soportes gráficos, el papel también cumple una función importante, y su acertada elección nos garantiza el trabajo final deseado.

El tipo de papel que presenta las características idóneas para la reproducción en offset del cartel es el couché, ya que su perfección de superficie, su gramaje (grosor del papel) 135 gr./m, su blancura y resistencia al doblado.

Las medidas para el papel couché son las siguientes:

Para el cartel: una cara brillante de 87 x 57 cm. De 135g.

Para el folleto: dos caras brillante de 87 x 57 cm. De 135g.

Para el espectacular: Actualmente los materiales para la reproducción de estos soportes son muy ricos y variados,; sin embargo por su durabilidad y características de sujeción a cualquier soporte: bastidor, marquesina, muro, etc. Se ha considerado la lona plastificada , ya que su reproducción, calidad y fidelidad representa el medio adecuado para este tipo de espectacular.

COSTOS

DISEÑO:

TOTAL \$8 000.00

IMPRESIÓN DE 1000 CARTELES A TRES TINTAS:

1 100 PLIEGOS DE PAPEL COUCHÉ DE 57 X 87CM.
A UNA CARA
\$ 1 300.00

IMPRESIÓN: \$ 2 100.00

TOTAL: \$ 3 400.00

IMPRESIÓN DE 1000 TRIPTICOS A TRES TINTAS:

1 100 PLIEGOS DE PAPEL COUCHÉ DE 57 X 87 CM.
DOS CARAS COSTO:

\$ 220.00

IMPRESIÓN: \$ 1 900.00

TOTAL: \$ 2 120.00

IMPRESIÓN DE 10 ESPECTACULARES DE 5 X 3.20 M. A TRES
TINTAS:

COSTO POR M2. \$ 420.00

TOTAL POR UNIDAD: \$ 6 720.00

REPRODUCCION

La elección del sistema de reproducción depende de varios factores: tipo de texto, cantidad y tipo de fotografías e ilustraciones, tiraje, formato, etc., además del presupuesto con que se cuente.

Es de suma importancia considerar la optimización de recursos.

Para el cartel y el tríptico se realizará en sistema offset por su calidad de impresión, rapidez y economía en grandes tirajes. También es un sistema que proporciona gran fidelidad en la reproducción de fotografías.

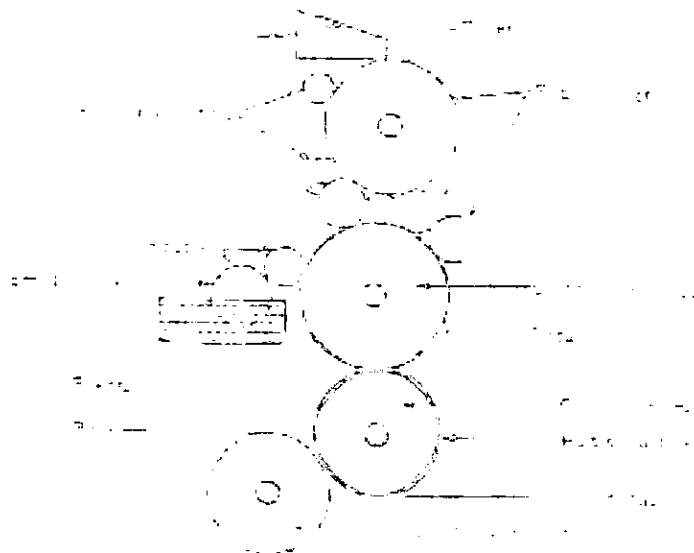
El sistema de impresión offset se basa en la litografía, y tiene como principio la incompatibilidad entre la grasa y el agua, permitiendo la impresión a través de un cilindro revestido de caucho. Una placa presensibilizada, cede la imagen al caucho, y éste a su vez al papel.

La máquina de offset comprende un sistema rotatorio que se compone de tres cilindros: uno porta la placa, otro el caucho y el último es el cilindro de presión.

Es necesario obtener un negativo del diseño para que sea preparada la plancha y realizar un negativo por color.

Esquema de Offset.

En este sistema se cuenta con los mejores recursos para lograr una verdadera reproducción.



El desarrollo del Programa de Difusión en la Prevención de Accidentes por Quemaduras para el Instituto de la Atención Integral del Niño Quemado, que como premisa tenía la realización de un proyecto objetivo y preciso, a través de una metodología del diseño, nos ha permitido confirmar la importancia de nuestra profesión en la sociedad actual.

La escasa difusión en medios masivos para la prevención de accidentes, en específico de tipo casero, nos ha permitido explorar un mundo de necesidades inmediatas: las zonas marginadas, las zonas rurales, el ritmo acelerado de nuestro tiempo, son elementos inherentes a la necesidad de desarrollar una cultura de prevención.

Tal vez no se ha descubierto ningún hilo negro, pero sí nos queda claro el compromiso que tenemos como universitarios, como profesionistas, como seres humanos.

Existe poco material con relación a las campañas o programas de prevención, lo que resulta una gran área de oportunidad para el ámbito del Diseño y la Comunicación Gráfica.

Para este programa se investigó sobre los elementos de Diseño: composición, color, tipografía, soportes, etc., pero sobretodo, las necesidades de comunicación.

El problema es real y latente, sin embargo si lo contrarrestamos con una constante concientización a través de programas de información y prevención, aplicándose en los espacios y tiempos adecuados, mucho ayudará a evitar un accidente irreversible.

GLICARIO

CAMPAÑA: Serie de esfuerzos encaminados a obtener un resultado.

CODIGO: Define el sentido de los signos de un lenguaje particular.

CONTRAPORTADA: Página anterior a la portada.

EPIDEMIOLOGIA: Se refiere al estudio de las epidemias.

FORMATO: Tamaño o dimensión del soporte

GRAMAJE: Peso del papel.

ICONICO: Se hace referencia a un objeto en virtud de una o varias semejanzas.

ILUSTRACION: Se refiere al motivo gráfico: fotografía, viñeta, caricatura, etc.

MEDIOS: El vehículo en cual se hacen llegar el mensaje al receptor: medios impresos.

PATRONATO: Organización que se dedica a la realización de una obra.

PICTOGRAMA: Señales que establecen una conexión real con el objeto que indica: Señalamientos de carretera.

PUBLICIDAD: Medios para divulgar o extender noticias, dar a conocer un producto o hechos.

PORTADA: Primera plana de un soporte gráfico: folleto, revista.

PROGRAMA: Serie de instrucciones o de información que conforma un mensaje.

SIGNO: Es el vehículo de unión entre la cosa ausente y el concepto de la mente.

SIMBOLO: Es un signo que conlleva el significado en su propio ser, ejem: la cruz que simboliza el cristianismo.

SOLAPA: Parte de la portada que se dobla hacia el interior.

SOPORTE: La materia física que sustenta el impreso: madera, papel, lámina, etc.

Beltrán y Cruces Raúl
PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS.
Ed. Trillas. México, 1989

Costa, Joan
IMAGEN VISUAL
Ed. Ceac. Barcelona 1989

Costa, Joan
LA FOTOGRAFIA ENTRE SUMISION Y SUBVERSION
Ed. Trillas. México 1991

García José Luis
AUTOEDICIÓN
Ed. Mc Graw Hill. México 1991

González Alonso Carlos
PRINCIPIOS BASICOS DE LA COMUNICACIÓN
Ed. Trillas. México, 1991

Munari, Bruno
DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
Ed. G. Gilli. Barcelona, 1990

Schramm Wilbur
LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA
Ed. Limusa, México, 1991

Turnbull, Arthur
COMUNICACIÓN GRAFICA
Ed. Trillas. México 1989.

Zacharis y Coleman
COMUNICACIÓN ORAL UN ENFOQUE RACIONAL
Ed. Limusa. México, 1990.

Gerstner, Karl
LAS FORMAS DEL COLOR
Ed. Hermann Blume. Madrid, España 1990.

Bridgewater y Woods
EFFECTOS EN FOTOGRAFADOS TRAMADOS
Ed. Gustavo Gili. México 1993.

Swan, Alan
COMO DISEÑAR RETICULAS
Ed. Gustavo Gili. Barcelona España 1990

Müller Josef
SISTEMA DE RETICULAS
Ed. Gustavo Gili. México 1992.

Lynn, John
COMO PREPARAR DISEÑOS PARA LA IMPRENTA.
Ed. Gustavo Gili. México 1990.

Bann, David
COMO CORREGIR PRUEBAS EN COLOR
De. Gustavo Mili. México 1992.

Beaumont, Michel
TIPO Y COLOR
Ed. Herman Blume. Madrid, España 1990.