

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**



**“CREACIÓN DE GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE CAMPAÑA
GRÁFICA VISUAL DE VERSIÓN POPULAR. Y SU APLICACIÓN
EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES DEL
MINISTERIO DE EDUCACIÓN”**

PRESENTADOR POR:

Br. AGUILAR SEGURA TANIA REBECA	AS07046
Br. CORNEJO TRIGUEROS SALVADOR JOSÉ	CT03019
Br. ROMERO MAZZINI KARLA LISSETH	RM08075

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ARTES PLÁSTICAS
OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO**

MAESTRO. ÁLVARO CUESTAS CRUZ
DOCENTE ASESOR

ARQUITECTA SONIA MARGARITA ALVAREZ
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACION

CIUDAD UNIVERSITARIA

JULIO 2015
SAN SALVADOR,

EL SALVADOR

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

Ingeniero Mario Roberto Nieto Lovo

VICE-RECTORA ACADEMICA

Maestra Ana María Glower de Alvarado

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO

Maestro Oscar Noé Navarrete Romero

SECRETARIA GENERAL

Doctora Ana Leticia Zavaleta de Amaya

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y
HUMANIDADES**

DECANO

Licenciado José Raymundo Calderón Morán

VICE-DECANA

Licenciada Norma Cecilia Blandón de Castro

SECRETARIO

Licenciado Alfonso Mejía Rosales

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

DIRECTORA ESCUELA DE ARTES

Maestra Xenia María Pérez Oliva

COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADO

Arquitecta Sonia Margarita Álvarez

DOCENTE ASESOR

Maestro. Álvaro Cuestas Cruz

Agradecimientos

En este apartado, agradezco a todos las personas que me ayudaron en toda mi carrera y a alcanzar esta meta, a Dios que me ha dado la vida, las oportunidades y las fuerzas para seguir adelante, también porque él puso personas maravillosas en mi vida que me ayudaron en lo largo de mi carrera tanto compañeros como amigos, ellos me han dado las fuerzas y ánimos. Entre esas personas que les debo mucho por su amor y comprensión están mi mamá María Luisa de Aguilar y a mi papá Eugenio Israel Aguilar por creer en mí y apóyame tanto económicamente como sentimental, a mi Hermana Dorcas Elizabeth por ayudarme incondicionalmente.

Tania Rebeca Aguilar Segura.

A Dios por haberme permitido concluir todos mis estudios a pesar de fuertes inconvenientes. Gracias Roxana Mazzini de Romero, mi Madre, mi Padre Oscar Romero y mi Hermano Oscar Mazzini, en especial agradezco a Licda. Argentina Cabrera, jefa de Duty Free ATENZA, por su confianza durante todo el proceso de trabajo de grado. Con cariño agradezco a Walter Palomo, mi amigo, novio y mano derecha durante todos los años universitarios, Además agradezco a mi asesor Lic. Álvaro Cuestas por su comprensión e incentivarme a seguir hasta finalizar el último escalón de mis estudios universitarios.

Karla Lisseth Romero Mazzini.

Muy agradecido principalmente con Dios y la Virgen María por permitirme llegar a este momento de mi vida la culminación de mi carrera. A mis padres Rosa Trigueros de Cornejo y Salvador Cornejo Calixto por brindarme su apoyo, su comprensión y dedicación, y sobre todo por llegar conmigo a esta etapa. A mi abuela Josefa Dolores Chávez por su cariño y apoyo. A mis hermanos Mirna Cornejo y Salomón Cornejo por brindarme su tiempo y espacio.

Salvador José Cornejo Trigueros.

INDICE

<i>Introducción</i>	7
CAPITULO I: EL OBJETO DE ESTUDIO	11
1. <i>Título de la Investigación</i>	12
1.2. <i>Objetivos de Investigación</i>	12
1.2.1. <i>Objetivo General</i>	12
1.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	12
1.3. <i>Planteamiento del Problema</i>	13
1.3.1. <i>Formulación del Problema</i>	13
1.4. <i>Diseño Metodológico</i>	14
1.4.1. <i>Tipo de Estudio y Diseño</i>	14
1.4.2. <i>Metodología de Investigación</i>	15
1.4.3. <i>Población y Muestra</i>	15
1.4.4. <i>Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos</i>	16
1.4.5. <i>Plan de Procesamiento Para Análisis de Datos</i>	16
1.4.6. <i>Procesamiento de validación de la propuesta</i>	16
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	17
2. <i>Marco de Referencia</i>	18
2.1. <i>Antecedentes de la Investigación</i>	18

2.2. Introducción a la Publicidad.....	23
2.2.1. Historia de la Publicidad.....	25
2.2.2. Concepto de Publicidad.....	26
2.2.3. Publicidad en El Salvador.....	29
2.2.4. Publicidad Gráfica Creativa.....	31
2.3. Marketing, Campaña y Campaña Publicitaria.....	32
2.4. Tipos de Campaña.....	34
2.5. Estrategias de Campañas Publicitarias.....	36
2.6. Campaña Gráfica Visual.....	37
2.7. Proceso de realización de una campaña Publicitaria.....	39
2.8. Campaña Tipo Popular.....	42
2.9. Perfil del Diseñador Gráfico.....	44
CAPITULO III Análisis e Interpretación de los Datos.....	45
3.1. Presentación de los datos.....	46
3.2. Objetivos de Investigación.....	47
3.3. Muestra de Opinión.....	47
3.4. Variables de Investigación.....	47
3.5. Análisis de Consolidado de Gráficos Estadísticos de Centros Escolares del distrito 6 zona Sur.....	56
3.6. Hallazgos de Investigación.....	67
CAPITULO IV Propuesta de guía.....	69

4.1. Guía para campaña publicitaria.....	70
4.2. Antecedentes de la campaña “Educación Inicial y Parvularia”	94
4.3. Campaña de Comunicación para la Primera Infancia “Educación Inicial y Parvularia”	94
4.4. Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia.....	96
4.5. Política Nacional de Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia.....	97
4.6. Modelo de Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia... 	100
4.6.1. Componentes de Educación Inicial.....	101
4.6.2. Etapas de Implementación del Modelo Educación Inicial.....	102
4.6.3. Vías de Implementación.....	103
4.7. Contexto de la Primera Infancia en El Salvador.....	104
4.8. “Educación Inicial y Parvularia” Campaña.....	106
COROLARIO (conclusiones y recomendaciones).....	131
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	138
ANEXOS.....	143

INTRODUCCIÓN

A nivel de País, El Salvador brinda educación en diversos niveles: parvularia, educación básica, educación media y educación superior. Es a partir de los 4 años, que los niños y niñas inician su etapa de educación, desarrollo y crecimiento en los diferentes Centros Escolares que forman parte del MINED. A nivel privado existen instituciones que brindan servicios de guardería en donde los niños y niñas ingresan al año de vida.

Base importante de la educación institucional son los insumos (Cuadernos, libros, pizarras, material didáctico) con los que cuentan cada establecimiento escolar, su infraestructura hasta el recurso humano (Profesores, personal de apoyo) que está a cargo del desarrollo de las actividades que ayudan al completo desarrollo de los niños y niñas.

El gobierno de El Salvador ha requerido y le ha apostado a la Educación Salvadoreña y es a través del Ministerio de Educación que es la institución encargada de impulsar una transformación educativa con inclusión social, equidad y calidad, que cuenta con metodologías para innovar y promover los grandes retos de la sociedad actual. Contemplando programas sociales educativos con una mayor claridad, legibilidad y con un lenguaje apropiado y flexible para el entendimiento de todos los Salvadoreños.

Para llevar acabo estos grandes desafíos educativos y programas que velan por la educación, desarrollo integral, salud y nutrición, por leyes y derechos que tiene que tener un niño en su desarrollo educativo, se requiere de organismos gubernamentales, no gubernamentales y privados, nacionales e internacionales, que desarrollan acciones a favor de la educación integral para la niñez.

Por mencionar algunos como: INJUVE, ISNA, FUNDAFAN, Cooperación Alemana UNICEF, MINSAL, UES, UEES, MINED, entre otros. Todas estas cooperaciones ayudan por medio técnico y financiero para los programas de implementación de educación integral para jóvenes, niños y niñas y padres de familia en el territorio Salvadoreño.

Con el nuevo convenio para la cooperación del apoyo al fortalecimiento de la primera infancia, entre los ministerios de educación de El Salvador y México se espera fortalecer los programas de Educación Inicial, en cuanto ha programas, capacitaciones, modelos estándares de desarrollos integrales, desarrollos de salud y nutrición, del mismo modo se espera implementar un cambio gráfico y visual en la vía publicitaria de los productos y servicios con los que se manejan los artículos que se trabajan en las diferentes campañas y proyectos que se tienen en Educación Inicial.

Esto ayudara a mejorar y planificar un modelo integral de comunicación donde la población conozca de antemano, de una forma simple y clara pero con un lenguaje adecuado a la realidad salvadoreña. Mensajes y diseños ilustrativos capaces de identificar una causa, un efecto y una realidad educativa ampliamente competitiva en el desarrollo de la niñez.

El nivel de Educación Inicial es el programa con el que la Universidad de El Salvador y el Ministerio de Educación trabajaron para implementar el primer paso y eslabón de un cambio en los productos visuales que contempla este nivel Educación Inicial, realizando el Modelo De Educación y Desarrollo Integral para la Primera Infancia. Mediante la campaña de “Educación Inicial Y Parvularia” en una versión “Popular”, el desarrollo y la educación es de alcance nacional.

La Investigación Aborda el objeto de estudio, objetivos, planteamiento y metodología. Una reseña histórica con antecedentes del trabajo investigativo; así como un desarrollo comunicacional de factores que comprendió la construcción del proyecto como: publicidad, diseño y campaña, que fueron las partes relativas y lineales de esta dirección informativa y educativa.

Se destaca las causas y sucesos con las que cuentan o se implementa el desarrollo del programa Educación Inicial, desarrollando entrevistas, encuestas, conversaciones con personajes claves en este rublo para la construcción del objeto de estudio llegar a una causa y un efecto en la búsqueda y solución del problema.

Muestra sobre una Guía informativa de como implementar una campaña gráfica y sus diferentes componentes; posee el desarrollo de un conjunto de pasos y sucesos en el desarrollo publicitario y comprobación de la campaña “Educación Inicial y Parvularia” comprendiendo diferentes productos y artículos visuales con los que se manejara la campaña para un determinado público. Además este documento cuenta con un **Corolario** donde se establecen las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Por último la investigación se agradece al Maestro Álvaro Cuestas Cruz por su valiosa colaboración, enseñanza, aprendizaje y por su incondicional apoyo como asesor en el proyecto de grado. A la Maestra Xenia María Pérez Oliva por su aporte en el seminario de grado y colaboración indispensable en el proceso de finalización del proyecto presentado. Especialmente a la Licenciada Noelia Merino por abrir el espacio para trabajar de la mano con el proyecto de la campaña “Educación Inicial y Parvularia”; al mismo tiempo agradecer al Ministerio de Educación por aceptar la propuesta del proyecto de grado y así mismo a todas las personas que de una y otra forma colaboraron con este

proyecto Licda. Irma Salazar y Licda. Iris Orellana, MINED. Área de Comunicación.

También se le agradece al Lic. Juan Francia, por su aporte y colaboración a este proyecto de grado, a nuestro docente lector Lic. Álvaro Julio Cesar Sermeño, a docentes de diferentes instituciones del país, a nuestros colegas diseñadores gráficos y publicistas, que para nosotros han sido un aporte especial dentro de la investigación.

Y por último y no menos importante a Arquitecta Sonia Margarita Álvarez por su colaboración en la revisión de este documento y en el seminario de grado, a nuestros docentes, y amigos de nuestra Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador.

CAPITULO I

EL OBJETO DE ESTUDIO



Este capítulo comprende: el desarrollo del tema, los objetivos, el planteamiento del problema y el diseño metodológico de investigación.

1. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Creación de guía para la elaboración de campaña gráfica visual de versión popular. Y su aplicación en el departamento de Comunicaciones del Ministerio de Educación.”

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Objetivo General

- Diseñar una guía para la elaboración de campaña gráfica visual de versión popular y su aplicación para fines educativos en el Ministerio de Educación.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer en que medida la falta de recursos tecnológicos y manejo adecuado de herramientas gráficas, limita al departamento de comunicaciones del Ministerio de Educación, la creación de sus propias campañas publicitarias.
- Determinar cómo afecta la ausencia de un área creativa para el desarrollo efectivo de campañas populares creadas por el Ministerio de Educación.
- Destacar que los elementos ilustrativos adecuados son necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña grafica de tipo popular, en el área de comunicaciones del Ministerio de Educación.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- **Situación Problemática**

El diagnóstico de esta investigación estableció que actualmente el departamento de Comunicaciones del Ministerio de Educación, no cuentan con el personal capacitado, ni con el equipo tecnológico que se requiere para la elaboración de las campañas gráficas. Sin embargo el MINED, tiene los recursos económicos para la realización de campañas gráfica visual, por ello recurre a agencias de publicidad para la realización de las campañas. En la investigación se realizó la creación de una guía que contuvo los procedimientos adecuados y necesarios para que el área de comunicaciones del Ministerio de Educación pueda utilizarla en el desarrollo de sus campañas publicitarias. La efectividad de la guía se demostró por medio de la ejecución de la campaña “Educación Inicial y Parvularia” con sus artículos y productos gráficos visuales de tipo popular para la educación integral de niños y niñas del país.

1.3.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- **Interrogante General:** ¿En qué medida la falta de recursos tecnológicos y personal capacitado en el Área de Diseño gráfico limita al departamento de Comunicaciones del Ministerio de Educación, MINED para la creación de sus propias campañas publicitarias?
- **Interrogantes derivadas:**
 - ¿Es posible que una guía metodológica para el diseño de campañas gráficas visuales aporte las bases de conocimiento para el desarrollo del área de comunicaciones en el diseño de este tipo de actividades publicitarias?
- ¿En qué medida el uso de elementos ilustrativos son necesarios para una exitosa campaña gráfica de tipo popular?

1.4. DISEÑO METODOLÓGICO

1.4.1. Tipo de Estudio y Diseño

➤ **Tipo de estudio.**

La investigación es de tipo Explicativa, por que se dio respuesta al problema de estudio, que es la falta de capacitación que tiene el diseñador gráfico en la especialidad de ilustración, por ello se estudió las variables del problema y cómo influyeron en otras variables, cuando hay una relación causa y efecto. Para establecer si existe una relación causa-efecto, se aíslan y eliminan los factores que pueden ser causa de un resultado particular y probar sólo los que se quieren medir directamente.

➤ **El método.**

El método que se ocupó en la investigación es operacional. En la práctica el Método Operacional en la solución de un problema muestra o puede traer los siguientes beneficios, incrementa la posibilidad de mejores decisiones, la coordinación entre los múltiples componentes de la organización, esto quiere decir que la investigación Operacional genera un mayor nivel de organización, mejora el control del sistema, logra un mejor sistema al hacer que este opere con costos más bajos y con mayor eficiencia en la investigación.

“Las fases que presenta el Método Operacional son: Estudio de la organización, interpretación de la investigación como un sistema, formulación de los problemas de la organización, construcción del método, derivaciones de soluciones del modelo, prueba del modelo y sus soluciones, diseño de controles asociados a las soluciones, implementación de soluciones al sistema” (Russell L. Ackoff). Pág. 26).

1.4.2. Metodología de la Investigación

La metodología que se ocupó en la construcción del problema de investigación es de tipo cuantitativa para lo cual se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va.

Elementos:

- Su naturaleza es descriptiva.
- Permite al investigador “predecir” el comportamiento del consumidor.
- Los métodos de investigación incluyen: Experimentos y Encuestas.
- Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.

1.4.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

 **Población:** La población a observar se seleccionó con exactitud ya que ellos presenta la fuente más rica de información para la investigación. Como se mencionó con anterioridad se utilizó la muestra no probabilística por lo tanto la población que se investigó fue:

1. El Área de Comunicación Del Ministerio De Educación.
2. Diseñador del Área de Comunicación.

 **Muestra:** Se tomó como muestra a personas seleccionadas que tienen un conocimiento profundo del tema bajo estudio es decir: Licda. Noelia Merino (directora del Área de comunicaciones del MINED) Licda. Irma Salazar (Jefa de publicidad), al Diseñador Gráfico Mauricio Gómez, a otros diseñadores y publicistas,

Lic. Juan Francia (Mercadologo), ya que se considera que la información aportada por estas personas fue vital para la toma de decisiones.

1.4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

- ✚ Encuestas.
- ✚ Entrevistas.
- ✚ Observación Personal.
- ✚ Investigación Bibliográfica por fuentes secundarias.

1.4.5. Plan de Procesamiento Para Análisis de Datos

Los datos estadísticos que lanzaron cada una de las respuestas de encuestas y entrevistas, están planteadas en este documento a base de dos formas, la primera en forma estadística, esto quiere decir con un gráfico de pastel y sus porcentajes de acuerdo a lo que lanzo el estándar de respuestas y la segunda a base de cuadros consolidados con sus diferentes opiniones.

1.4.6. Procesamiento de Validación de la Propuesta.

- ✚ Este proceso se realizó en el área de comunicaciones del Ministerio de Educación, con la directora del área Licda. Noelia Merino, en cargada de todo lo relacionado a publicaciones y realizaciones de campañas del MINED. El cual ella aprobó todo el arte realizado para la campaña “Educación Inicial y Parvularia”, que dando satisfecho con el producto realizado.

CAPITULO II

MARCO TÉORICO



Este capítulo determina información sobre los elementos y sucesos actuales del sujeto de estudio, los cuales serán claves para la realización del resto de la investigación.

2. MARCO DE REFERENCIA

Se expone el estilo gráfico que se utiliza en las diversas campañas que ha desarrollado en Ministerio de Educación y la finalidad de las mismas, las cuales buscan informar haciendo uso de medios publicitarios impresos.

2.1. Antecedentes de la Investigación

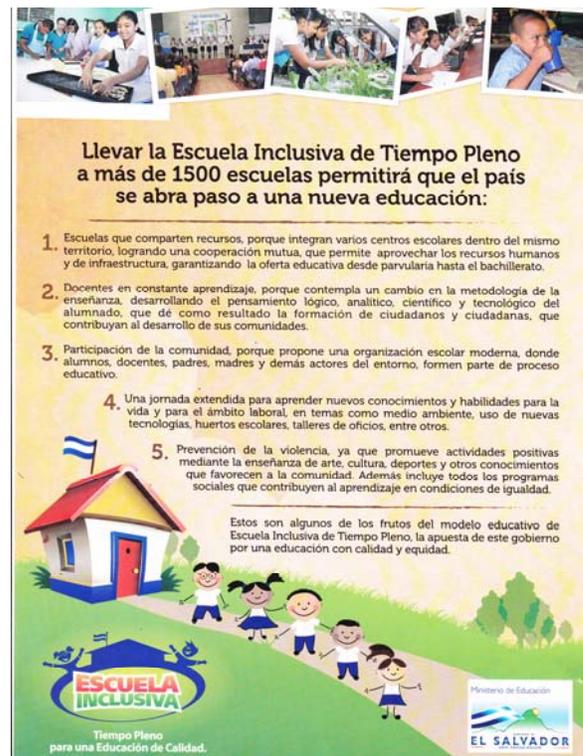
Entre las campañas que realiza el Ministerio de Educación (MINED), tenemos las siguientes:

❖ Escuela Inclusiva

Imagen 1. Escuela Inclusiva: Ministerio de Educación. Papelería, MINED

Escuela inclusiva fue impulsada por el gobierno de El Salvador y una de las iniciativas por parte del Ministro de Educación en aquel entonces el Señor Hato Hasbún, durante el Encuentro Ministerial Interamericano.

El modelo de Escuela Inclusiva inicio su implementación hace más de tres años con un plan piloto el cual se encontraba en 22 centros educativos de tres municipios. Ahora se implementan más de 145 escuelas y se espera que en los



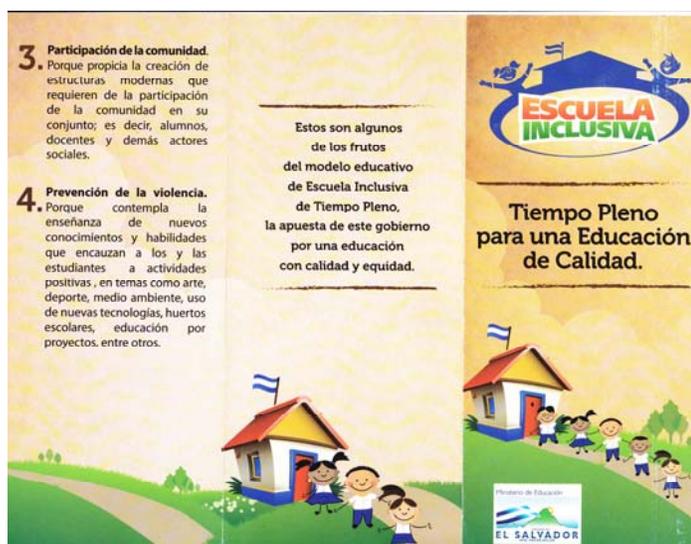
Fuente: Ministerio de Educación (papelería Ilustrativa MINED)

Próximos meses se expanda 1,365 centros escolares en 57 municipios, favoreciendo a 340 mil estudiantes a nivel nacional.

Se basa en la educación integradora que une a escuelas con cercanía geográfica con el fin de mejorar la oferta educativa, brindando nuevos conocimientos según necesidades de la comunidad, logrando de esta manera, la integración de los padres de familia, docentes y actores locales, de la comunidad.

El Ministerio de Educación (2013) afirma: La inclusión propone el desarrollo de capacidades de los integrantes de la comunidad educativa, respetando los ritmos y formas de aprendizaje de cada uno y la diversidad. El mayor desafío en la implementación de una educación inclusiva es de carácter técnico-cultural, porque considera el contexto, los saberes y la cotidianidad de la comunidad, por lo tanto implica cambios sustanciales en los paradigmas, las prácticas pedagógicas y en las rutinas escolares.

Imagen 2. Escuela Inclusiva, Broschure Educativo MINED.



Broschure Informativo tamaño carta utilizado por El Ministerio de Educación, dirigido a los docentes de las diferentes instituciones publicas de El Salvador.

Fuente: Ministerio de Educación, Departamento de Comunicación (Papelería Educativa)

❖ Campaña para evitar corrupción en las escuelas.

Imagen 3. Tú puedes evitar la Corrupción y Abusos en los Centros Educativos.



El MINED realizó el lanzamiento de un afiche para que las personas conozcan que acciones puedan ser consideradas como malas prácticas en las escuelas “Tú puedes evitar la corrupción en los centros educativos” es el lema que lleva inscrito el cartel, que será distribuido en lugares públicos y en las mismas centros de estudio.

Fuente: <http://www.transparenciaactiva.gov.sv/mined-lanza-campana-para-evitar-corrupcion-en-escuelas>

❖ **Campaña de inclusión escolar**

Esta campaña se desarrolla por cuarta ocasión, con el fin de mejorar las condiciones de integración escolar de los niños con discapacidad al sistema educativo regular.

"Lo que pretendemos es que la sociedad conozca que estos niños tienen derecho a la educación regular, queremos además que ellos se empoderen de esos derechos" (Alberto Morales director ejecutivo de FUNTER, 2011).

Imagen 4. Aprendamos Juntos.

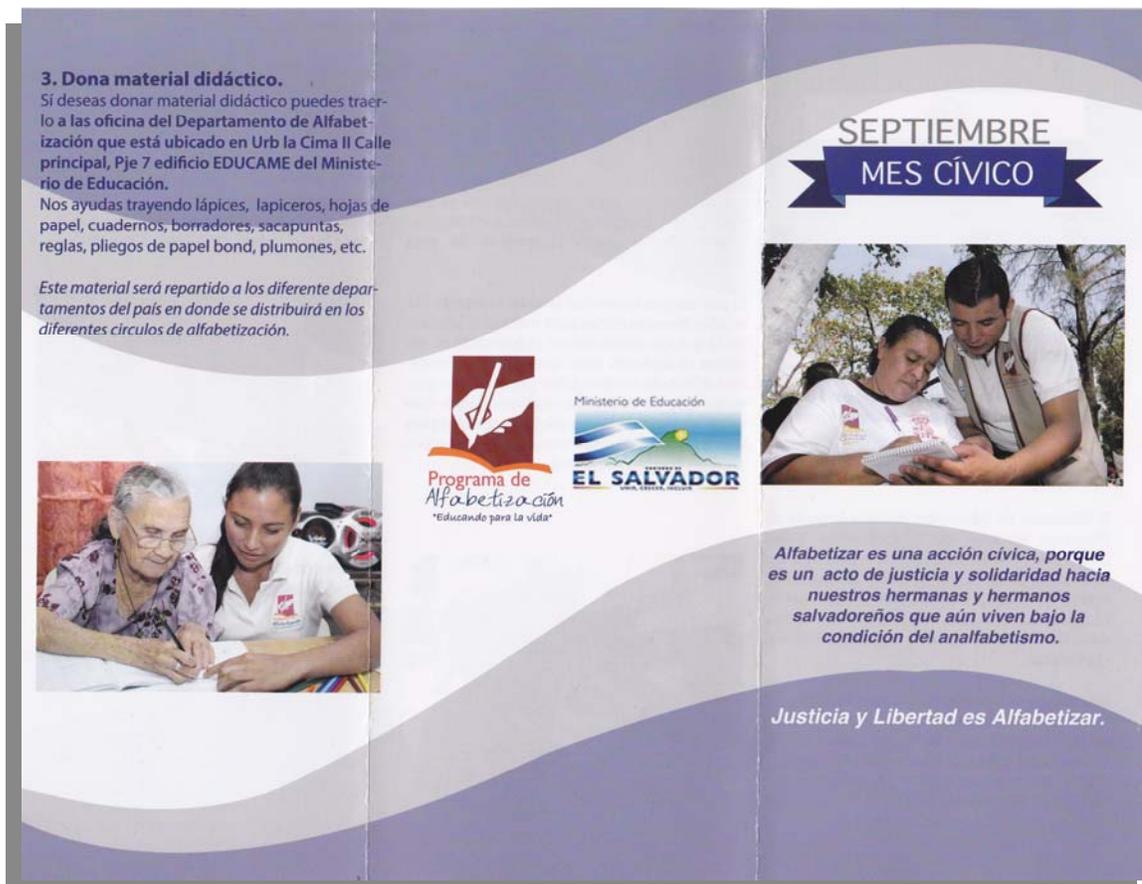


La campaña de inclusión escolar "Aprendamos Juntos 2011" dará inicio este 17 de abril del 2014 con una serie de actividades que incluye la Publicación de las cartillas y el centro de dibujo, que llevará a cabo la premiación a finales de Junio.

Fuente: <http://www.oei.es/noticias/spip.php?article8724>

❖ **Campaña interna del mes cívico.**

Imagen 5. Septiembre Mes cívico.



Fuente: Ministerio de Educación, Departamento de Comunicaciones MINED

Esta campaña tiene como finalidad instruir a las personas de 15 años en adelante en condición de analfabetismo; quienes aprenden a leer escribir, hacer cálculos matemáticos básicos, así como sus roles familiares, derechos, y responsabilidades ciudadanas.

2.2. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

Es importante conocer cada término de este proceso, como parte de desarrollo estructural y darle forma a una nueva visión de campañas gráficas, versiones populares, pero lo primordial es como una ilustración puede llegar a favorecer la calidad de campañas gráficas y sus estrategias publicitarias, en este caso, con mensajes educativos al sector público.

Cuando nos referimos a una campaña claramente nos dirigimos al término “publicidad” y hoy en día estamos empapados de mensajes publicitarios en diferentes medios de comunicación, es claro que es una forma de vender un producto o servicio.

Es por ello que se hace referencia a esta entidad como uno de los principales movimientos en el desarrollo creativo e interpretativo y técnico, de la formación y realización de la campaña “Educación Inicial”, fuera de una agencia de publicidad, que es uno de los compromisos de este trabajo de grado.

Estas agencias de publicidad se encargan de trabajar dos tipos de publicidad:

- ✚ Publicidad Visual
- ✚ Publicidad Audiovisual

Esto nos lleva a las agencias de publicidad con diferentes áreas de trabajo como:

- ✚ Departamento servicio de investigación.
- ✚ Departamento de planificación de medios.
- ✚ Departamento de creatividad.

Para una mayor comprensión de cómo se trabaja o se organizan las agencias publicitarias para la realización de diversas campañas, y a continuación se presenta el diagrama en la siguiente página.

Estructura Publicitaria.

El esquema muestra las partes de un área que comprende la logística de un departamento o área de un cargo institucional en la formación comunicacional.

Esquema 1. Control de Campañas



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado. A partir de Tesis:Bejarano,J, Moreno, C, 1995. "Propuesta de un modelo de organización de campañas publicitarias, en las agencias de publicidad del área Metropolitana de San Salvador. Universidad Francisco Gavidía, San Salvador, El Salvador.

2.2.1. Historia de la Publicidad

La publicidad tiene 5 mil años de historia registrada hasta la época actual, de los cuales la parte más significativa comenzó cuando Estados Unidos surgió como una gran nación industrial hace casi 100 años.

Evelin.(19/11/ 2009). Historia de la publicidad en El Salvador. Recuperado de <http://publicidadenelsalvador.blogspot.com/>

- **La publicidad se divide en tres grandes periodos**

Esquema 2. Periodos de la Publicidad.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado. A partir de Tesis:Bejarano,J, Moreno, C, 1995. “Propuesta de un modelo de organización de campañas publicitarias, en las agencias de publicidad del área Metropolitana de San Salvador. Universidad Francisco Gavidia, San Salvador, El Salvador.

Desde este entonces se puede observar como la publicidad desde época antigua se ha ido abriendo camino a lo largo de los años y sobre todo apoyando a diferentes instituciones, agencias publicitarias, a las pequeñas y grandes empresas, a nivel mundial.

La publicidad es una herramienta, que la empresa o el individuo va construyendo a través de estrategias, para un determinado mercado; donde el hombre transmite una idea, una información, opinión, y esta puede ser a través del habla, escrita o tipo señalética, es por ello que el ser humano se ve en la necesidad de transmitir por diversos medios de comunicación lo que quiere dar a divulgar a cierto publico; donde se convierte en la necesidad de crear, materializar y utilizar estrategias que lo lleven a obtener logros y meritos , reconocidos por sus mensajes, productos y servicios.

2.2.2. CONCEPTO DE PUBLICIDAD

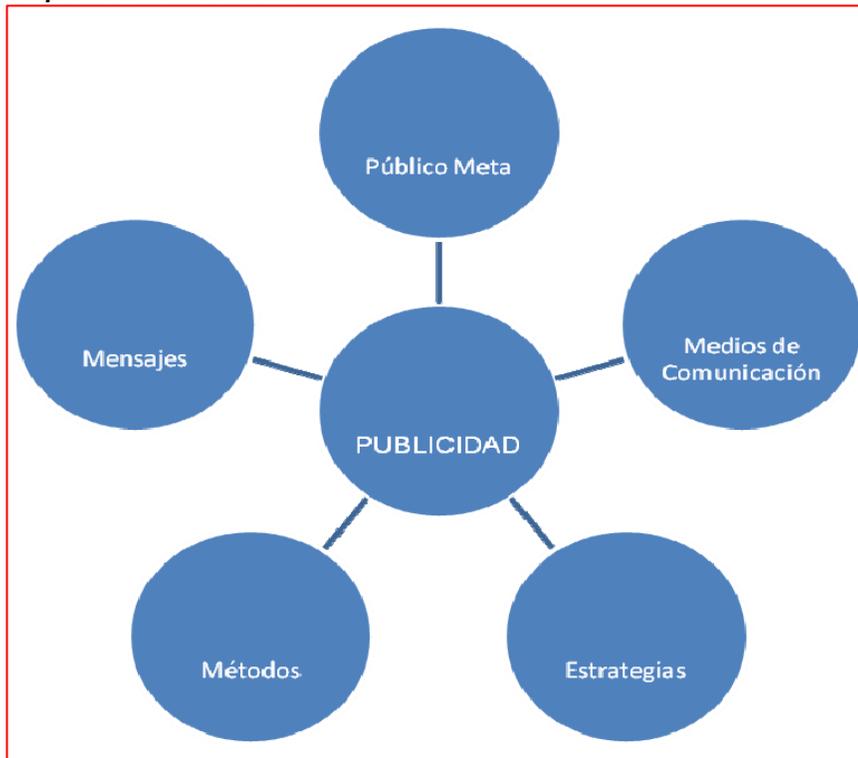
Se presentan diversos conceptos de publicidad para una mayor comprensión del mismo, para luego definir un concepto básico que recopile todo lo comprendido sobre publicidad

"La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir" (O'Guinn, Allen y Semenik,) Recuperado de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>

La publicidad es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el Internet" (**Stanton, Walker y Etzel**, autores del libro *"Fundamentos de Marketing"*) Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>

La publicidad es un método, y a su vez una estrategia en un medio informativo pagado, que lleva el mensaje al receptor a través de diversos medios de comunicación como, medios audiovisuales, medios impresos e Internet. Su objetivo es captar la atención del público, donde el hombre transmite ideas, opiniones, e información a través del habla, escrita o señalética; y se ve en la necesidad de crear, materializar y utilizar mecanismos que lo lleven a obtener logros y méritos, reconocidos por sus mensajes, productos y servicios.

Esquema 3. La Publicidad



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado. A partir de Tesis: Bejarano, J, Moreno, C, 1995. "Propuesta de un modelo de organización de campañas publicitarias, en las agencias de publicidad del área Metropolitana de San Salvador. Universidad Francisco Gavidia, San Salvador, El Salvador.

Este esquema muestra las partes que comprende una estrategia de modelo para realización de una campaña publicitaria.

Publico Meta: Son los individuos, a quienes va ir dirigido el producto o servicio; este público, se logra a través de recolección de datos que la empresa e instituciones maneja para el logro del servicio.

Mensajes: Tienen que ser claros, precisos y concisos, para el público meta que se requiere. Utilizando diversos recursos como, encuestas, entrevistas, y estudios de campo.

Métodos: Es la planificación estructurada donde intervienen diferentes aspectos cumpliendo un control establecido para lograr un objetivo. Que nos lleva a conseguir de nuestro servicio o producto que se esta creando.

Estrategias: Es la creatividad con la que se maneja un producto o servicio que será lanzado al mercado. Es el cerebro de una agencia de publicidad. Su función principal es crear y manejar los causes de la comunicación.

Medios de comunicación: Son los espacios donde se da a conocer la información de un producto o servicio por medio audiovisuales, impresos e Internet. Es la presentación finalizada para dar a conocer el anuncio.

- Medios Audiovisuales: Radio y televisión.
- Impresos: Diarios y revistas así como también Afiches, brochure, volantes, banner, vallas publicitarias, mupis, etc.
- Internet: paginas web, fanpages, correo directo.

2.2.3. Publicidad en El Salvador

La publicidad a generados cambios radicales a nivel nacional e Internacional.

En nuestro país existe una gran demanda de estrategias para el mercado de diferentes empresas, e instituciones sin fines de lucro.

“La publicidad nace en El Salvador en 1949, la mayoría de edad la alcanza con la llegada al país de don Rubén F. Rosell, profesional publicitario mexicano que llegó a dirigir la agencia Publicidad Centroamericana S.A – PUCASA, fundada por empresarios de La Constancia, ADOC, H. De Sola Y Cigarrería Morazán”. ASAP. Antecedentes de la publicidad en El Salvador, Fecha de acceso: Miércoles, 2 de Julio, 1340 Hrs. Recuperado de: http://www.asap.org.sv/documentosasap_antecedentes.htm

Cuadro 1. La publicidad en los primeros comienzos.

1- Medios impresos toman importancia.
2- Se trabaja directamente con el cliente.
3- Se crea un dibujo para el producto.
4- En 1956 con la llegada de la televisión se comienzan los primeros spots en vivo.
5- La prensa da ha conocer las primeras artes que son enviadas por las agencias para comunicar.
6- En 1971 la televisión a color permitió tener dos áreas: Medios de comunicación y área creativa.
7- En 1980 surgen nuevos medios, propuestas, nuevos programas, métodos entre otras cosas de medios comunicativos.

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado. Comprende una seria de información precisa sobre como se ha desarrollado la publicidad y como se trabaja la publicidad.

Es así cómo la publicidad ha trascendido en diferentes periodos, sin importar los medios que se tenían en esa época así como los escasos programas para desarrollar la creatividad necesaria para plasmar las idea, el mensaje y los dialogo para llegar al Público meta, que el comerciante busca convencer objetivos de presentación de audiencia hacia el producto o servicio.

La publicidad crece, desarrolla y encadena un circulo, que en si todo tiene relación en cuanto sus mecanismos de presentación, qué cobrará más importancia y mejores expectativas para el anunciante.

Ante estas demandas de los anunciantes también crecen y se desarrollan diferentes agencias publicitarias que logre atender y llenar todas estas expectativas que se han venido logrando tras los años de exigencias y experiencias, que es muy importante para una empresa; por que es el punto, donde se puede observar las buenas y malas estrategias que se pudieron evitar en un momento y que hoy en día gracias a las tecnologías, programas y áreas especificas de las agencias publicitarias, y trabajando de mano con el cliente pues, fácilmente se pueden llegar a solucionar problemas internos de un producto o servicio.

ASAP. (Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad), Antecedentes de la publicidad de El Salvador dice que:

Para los años 50 podemos mencionar las siguientes agencias publicitarias:

- Moderna Noble y Asociados.
- Publicidad Jiménez
- Publicidad Gutiérrez
- Publicidad Rumbo (de origen español)

2.2.4. Publicidad Gráfica Creativa

Es la creatividad que distingue a una empresa, de todo lo que contempla la publicidad hacia determinado producto o servicio. Es conocer la publicidad afondo en el área creativa visualizada, en sus diferentes publicaciones a través de los medios gráficos visuales (impresos), audiovisuales e Internet.

Por ejemplo en área visual gráfica, es destacar la potencialidad creativa y originalidad en un afiche, cartel, banner, mupi, etc. Donde el componente marque y retenga el producto y la marca en la mente del espectador, sin embargo la publicidad tiene que tener objetivos y metas bien claras del producto o servicio que se quiera dar a conocer, para luego pasar a la creatividad y estrategias del mercado.

Imagen 6. Ejemplo de publicidad para la empresa DHL.



Fuente: Piezas de comunicación, acceso viernes 11 de julio, 1345Hrs. Recuperado de: <http://www.adlatina.com/campa%C3%B1as/854#ficha-209282>

Ficha técnica

Ficha de campaña: 854.

Anunciante: DHL México.

Producto: DHL Campaña 25 aniversario.

Agencia: Ogilvy & Mather México.

Pieza gráfica: NO

Descripción: Como una fotografía se vuelve interesante en cuestiones de minutos, hacia una empresa como DHL, que su mercado es muy grande y se destaca por el manejo de mercadería y mensajería a nivel mundial. Esta campaña muestra el objetivo y las metas que tiene esta empresa.

La simbología en esta campaña destaca la formalidad, hora, día, puntualidad, no importa los obstáculos que se atraviesen, si un camino lo corta y tienes otro es de continuar. Es muy importante en este tipo de campañas el SLOGAN, que va a marcar esta pieza publicitaria. “No importa la dirección..... DHL”, “Izquierda –derecha, DHL esta a tiempo”.

2.3. Marketing, Campaña y Campaña Publicitaria.

Marketing es una herramienta que toda empresa o institución manejan hacia un producto o servicio del mercado, destinado a un conjunto de actividades para el logro de un beneficio. En el momento adecuado, adaptado a la demanda, en el tiempo correcto y con el precio más justo.

Si el departamento de Marketing, encuentra deseos insatisfechos, desarrolla el producto que satisface estos deseos y lo comunica mediante una publicidad adecuada y a un precio óptimo, evidentemente, será mucho más fácil vender el producto." **Marketing no es el arte de vender lo que se ofrece, sino de conocer qué es lo que se debe vender**". ¿Qué es el Marketing?, Fecha de acceso: Viernes, 11 de Julio, 0930 Hrs. Recuperado de: <http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/marketing/100.HTM>

Los Factores del Marketing son:

Necesidades: se encuentran dentro del mercado, ¿Quién es nuestro mercado? Es nuestro público objetivo, donde se pretende dar a conocer el producto o servicio; pero para marketing es muy importante conocer antes sobre esa esencia. de que es lo que necesita ese público.

Estudio de mercado: esta actividad se realizan diferentes métodos como, observatorios, cuestionarios, entrevistas, etc.

Plan de marketing: es un borrador, ya con los lineamientos del producto o servicio que el usuario necesita, con su precio, mensajes, distribución y la publicidad.

Toma de decisiones: empresa e institución donde aprueben el producto o servicio. Es defender la propuesta que el mercado requiere.

Fabricación piloto: una muestra el arte del producto o servicio. Se prepara con personal, maquinaria, etc.

Prueba de mercado: es mostrar el producto al mercado, en diferentes puntos, dentro del área establecida por medio de la empresa e institución.

Modificaciones: teniendo esa aceptación de nuestro producto o servicio, y teniendo en cuenta opiniones del mismo, se pasa a modificar, colores, embalajes, tamaños, sabores etc.

Producción: es el producto a gran escala. Estamos hablando reproducciones de 50,000 o 100, 000 ejemplares. Según lo que el mercado demande.

Marketing definitivo: es productos, precios, plaza (distribución) y publicidad.

Campaña: es un conjunto creativo, con un objetivo predeterminado de alcanzar o conseguir un fin o meta determinada.

Campaña Publicitaria: Una campaña publicitaria es una serie de mensajes publicitarios que comparten una misma idea y tema, durante diferentes medios a través de un marco de tiempo específico.

Al tener finalizado el tema de la campaña publicitaria, se da inicio al proceso de creación, donde la información se ordena para analizar lo que se ejecutara primero, es decir los puntos clave de la publicidad:

- ✓ Mensaje publicitario
- ✓ A quien va dirigido
- ✓ Ejecución de presupuesto si es o no viable.
- ✓ Adonde se presentara geográficamente.
- ✓ Actividades propagandísticas y promocionales.
- ✓ Expectativas de alcanzadas
- ✓ Resultados

2.4. Tipos de Campaña

Dentro de la publicidad se encuentra una determinada gama de tipos de campañas publicitarias, varían según la intención que se persiga; todos con el mismo fin de publicar un servicio o producto, entre las cuales tenemos las siguientes:

Campañas institucionales o corporativas: se centra en el hecho de posicionar y establecer su marca o producto, no dándole publicidad a las mismas, si no, informar sobre su empresa, su historia, y mejorar su imagen a nivel empresarial.

Campaña de lanzamiento: La empresa presenta su imagen, (marca o producto al mercado).

Campaña de mantención: La finalidad es establecer la imagen (marca, producto o servicio), que ya esta posicionado en el mercado y solo es de dar los beneficios del mismo.

Campañas sociales: es un servicio para la población o estado, que un grupo determinado establece el hecho persuadir una información que lleve a obtener un beneficio para diferentes entidades.

Campañas de bien público: esta campaña si bien es claro se centra en la posición de la marca, pero en un enfoque no lucrativo, que quiere decir que si en la campaña institucional es a largo plazo un servicio, en este no lo será, por que son campañas con un carácter conciso de enseñanza, aprendizaje, que aunque no este el servicio o producto en constante sentido de persuasión, pero si esta en pensamiento del publico meta, que en si es el objetivo principal.

Campaña Política: su finalidad es conocer, mantener o mejorar la imagen a una institución gubernamental, partido político o candidato.

Las anteriores, son los tipos de campaña más comunes que la industria publicitaria Salvadoreña desarrolla para lograr la ubicación de un producto o servicio. Sin embargo se ha puesto la campaña política por su definición, pero está entra en el orden de la propaganda.

2.5. Estrategias de Campañas Publicitarias

La publicidad se trata de echar a andar nuestra imaginación, no conoce límites ni barreras para pensar en ideas que se volverá realidad mediante la explicación verbal e ilustrativa, dando así inicio a estrategias creativas para lograr una exitosa publicidad.

- ✓ Estrategias comparativas, demuestran que un producto es mejor que la imitación creada por la competencia.

- ✓ Estrategias financieras, según la audiencia establecida, se busca mantener o hacer crecer su publico por medio de incentivos.

- ✓ Estrategias promocionales, es la estrategia mas agresiva, pues se incentiva mediante premios al publico para mantenerlo aferrado.

- ✓ Estrategias de empuje, busca motivar al publico a que sin importar que tan necesario sea el producto, el debe de obtenerlo.

- ✓ Estrategia de tracción, busca atraer al público a volverse consumidor presentando los beneficios de una marca.

- ✓ Estrategia de imitación, consiste en imitar a un producto ya posicionado para que el público se familiarice y lo adquiera.

- ✓ estrategias de desarrollo, su objetivo es hacer crecer la marca mediante actividades promocionales.

- ✓ Estrategias extensivas se trata de atraer nuevos clientes ya sea por medio de promocionales o ellos mismo por conocer los beneficios de la marca.
- ✓ Estrategias Intensivas, se trata de que los consumidores que ya tienen, se mantengan fieles y consuman mas.
- ✓ Las estrategias de fidelización su objetivo es retener al cliente mediante promocionales e innovación de producto.

2.6. Campaña Gráfica Visual.

Es cuando la imagen presenta expresa mucho mas que lo que un conjunto de frases pueden dar a explicar, es muy versátil, puesto que abarca desde los tradicionales anuncios en periódicos y revistas a las vallas publicitarias pasando por los folletos y trípticos publicitarios.

Y en este tipo de publicidad, es importante la creatividad.

Imagen 7. Ejemplo de publicidad creativa.



Fuente: Internet/masquedibujos

Se presenta una composición centrada como punto focal la figura humana, la cual se trata de un personaje masculino muy atractivo que emerge al destruirse una envoltura en forma de sapo, creando la connotación de que esta tienda de ropa alemana, hará resaltar al apuesto caballero que se encuentra atrapado en el interior del sapo.

La campaña publicitaria tiene como publico meta, a aquellos jóvenes que buscan tener un estilo atrevido pero casual. La idea es captada en cuestión de segundos, pues este tipo de publicidad juega con nuestros conocimientos estándar de "lo que señalamos como bonito o feo".

Se presenta una publicidad de concientización social proveniente de Hong kong donde la idea es sobre las consecuencias que causa el cigarrillo, "No solo quemas el cigarro sino a ti mismo".

Imagen 8. Ejemplo creativo de publicidad social.



La imagen es una mano consumida al igual que el tabaco representando lo que sucede en nuestro organismo, que a simple vista no se ve pero estamos matándonos.

La publicidad visual grafica debe tener estrategias adecuadas para el manejo atractivo de la información y

Fuente: Internet/masquedibujos

Así obtener la percepción sugerida del público meta, es decir que este capte el mensaje sólo al ver la imagen sin necesidad de texto.

2.7. Proceso de Realización de una Campaña Publicitaria

La planificación de una campaña publicitaria es el punto de partida para dar inicio a la actividad, partiendo desde las metas. La gente que planifica una campaña trabaja desde el principio para recoger y relacionar los elementos que van a conformar un programa coherente.

Por ejemplo en esta campaña de “Educación Inicial” primero se recopiló todos los datos necesarios, para ello se encargó a la Psicóloga del área de comunicaciones, se dirigió a un sitio específico y empezó a observar, analizar, estudiar; las actitudes, los colores, las formas, para luego pasar a la participación con el público objetivo de esta etapa de recolección de datos, comprendió pláticas, entrevistas, entre otros elementos indispensables para este proceso creativo.

Los elementos que se deben de tomar en cuenta, son los siguientes:

- Evaluación del mercado.
- Fijación de las metas publicitarias.
- Selección de los medios.
- Creatividad.
- Coordinación
- Verificación de la campaña publicitaria.
- Evaluación de la campaña publicitaria.

Evaluación del Mercado

La participación que se tendrá a nivel nacional y participan padres de familia, maestros y alumnos. Costos para la implementación del programa y si el MINED cuenta con ello.

La existencia un nuevo programa en versión Popular y los costos que implica.

Fijación de las metas Publicitarias

Objetivos claros, precisos y adaptarlos y relacionarlos con los elementos que comprende el programa “Educación Inicial” y el presupuesto que comprenderá el medio gráfico visual en este caso.

Planes de publicidad y un control de las situaciones en curso por parte de la alta gerencia. Muchos programas publicitarios han fallado porque no se coordinaron los elementos que deben cumplir una tarea específica.

Selección de los Medios

Presupuesto: El MINED tiene gastos administrativos \$7,000 a \$8,000. Para promover un arte gráfico en doble pagina no basta decir que se van a gastar \$5,000 en promover articulo en un periódico masivo y ha nivel nacional; quiere decir que si la gente experta en medios dice que el medio impreso (Periódico) es lo que se debe utilizar, y la cantidad indicada puede alcanzar para cubrir a nivel nacional y un espacio en el medio, puede llegar hacer muy efectivo. Pero si el medio no es el adecuado esto lo llevara al fracaso todo el proyecto.

Por esta razón, las decisiones sobre presupuesto y medios se deben tomar conjuntamente, ya que la selección de los medios implica la determinación del público objetivo y un análisis completo para la objetividad del proyecto.

“Educación Inicial” el medio será gráfico visual: afiches, brochures, panfletos, banner y Comic.

Creatividad

Las campañas publicitarias de más éxito se concentran en un solo punto. Implementar estrategias que apuesten el objeto, la identificación, la diversidad creativa del programa publicitario.

“Educación Inicial” en versión popular, se ha apostado a las Ilustraciones, diagramación y creatividad de la misma.

Coordinación

Una campaña publicitaria implica mucho más que la propia publicidad. MINED: tiene que tener existencia de producto, en este caso tiene que contar con las piezas del programa arte gráfico visual. (existencia visual) o estar preparada para conseguir los productos y satisfacer la demanda.

MINED Área de comunicaciones tiene que contar con metas, con el programa y área grafica.

Verificación de la Campaña Publicitaria

Considerablemente cantidad de dinero en publicidad, entre unos \$30,000 a \$50,000 para la campaña “Educación Inicial” en este caso tiene que tener el MINED, para el desarrollo del producto, Fabricación y distribución del producto o servicio.

 Publicista: verifica la previa campaña.

Evaluación de la campaña publicitaria

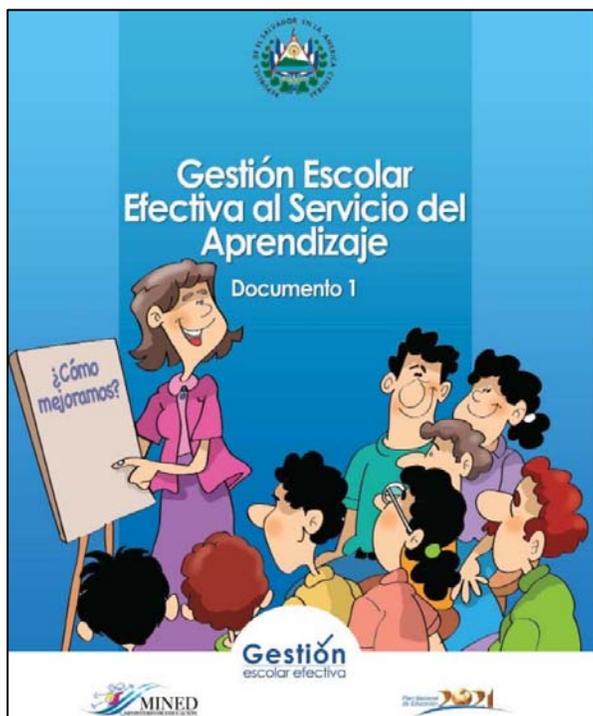
Publicistas, Diseñadores y directora del área de comunicaciones MINED.

Padres de familia, maestros y alumnos. Jurados del proceso de grado.

2.8. Campaña de tipo Popular

Son aquellas que contienen elementos ilustrativos junto al folclore popular de una región en específico del país, con la finalidad de familiarizarse con los habitantes y así lograr un mayor impacto en la publicidad y en el crecimiento de la campaña.

Imagen 9. Diseño creativo.



El Ministerio de Educación no cuenta con ninguna campaña de tipo popular, sin embargo se mantiene una misma línea gráfica en los elementos publicitarios e ilustraciones que ellos manejan, a través de las agencias publicitarias que contratan.

Las siguientes imágenes muestran el tipo ilustrativo que manejan con mayor frecuencia.

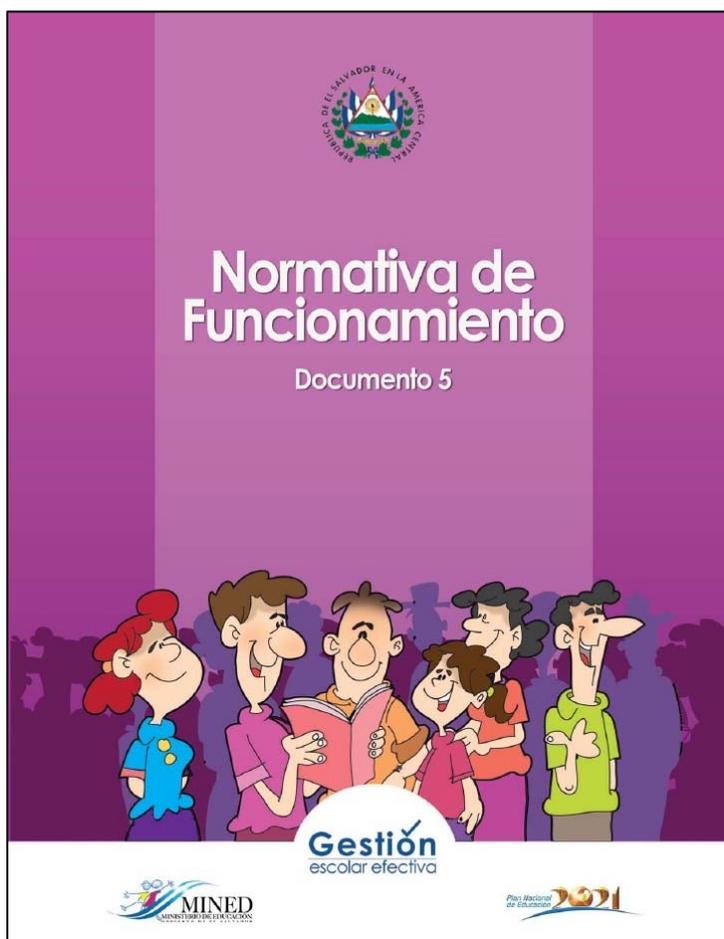
Fuente: Gestión Escolar Efectiva al Servicio del Aprendizaje. **Fuente:** http://www.mined.gob.sv/jdownloads/Gestion%20Escolar%20Efectiva/gestion-escolar-efectiva_0_.pdf

Gestión escolar efectiva al servicio del aprendizaje, es el marco conceptual; define la gestión escolar y establece los elementos que la componen.

Normativa de funcionamiento institucional, ofrece lineamientos para el funcionamiento de los procesos pedagógicos, de gestión y devaluación Institucional, como un prontuario legal para la toma de decisiones que favorezcan los aprendizajes de los estudiantes.

Imagen 10. Ejemplo Ilustrativo de Diseño.

Cabe mencionar que la idea de una versión popular se desarrolla para que la población objetivo, capte con mayor claridad lo que el mensaje quiere dar a entender; por que no todos los ciudadanos contamos con el conocimiento académico completado; por ello, es necesario retomar la ilustración como base este tipo de campañas, que el Ministerio de Educación requiere para transmitir sus mensajes ya que una imagen vale más que mil palabras.



Fuente: http://www.mined.gob.sv/jdownloads/Gestion%20Escolar%20Efectiva/normativa-de-funcionamiento_0_.pdf

Desde luego se planea una gráfica ilustrativa, donde se estudian estereotipo del manejo diagramado, de cómo posicionar los diferentes elementos dentro de una publicidad gráfica visual, pruebas de color, entre otros aspectos.

2.9. Perfil del Diseñador Gráfico.

La importancia radica en que la vida social actual se comunica a través de imagen, todo a nuestro rededor es imagen. Más que hacer logos, o dibujitos, el diseño actual crea comunicación visual, transforma el entorno común de letras a icono, y la imagen inocente de un gallo o una botella en un artículo de consumo masivo.

Debe ser creativo, abierto a ideas y sugerencias. Conocer tendencias y mantenerse actualizado de la sintonización ilustrativa que se maneja en lugares específicos, ya que un icono puede ser relativo en diferentes áreas geográficas, el diseñador debe ser audaz y lograr fidelidad al público de que determinado símbolo significa una sola idea, ya sea aquí o en otro continente.

Recuperado

de: <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20091102080853AA TRNJ0>

Se concluye que el diseño puede parecer simple y sin embargo representar toda una subcultura a su alrededor, por ejemplo: un chequesillo (nike), una manzanita (apple), donde ya no sólo te vende un logo sino todo un concepto de tecnología, llámese iPod, iMac, iTunes, etc.

El poder de comunicar ideas a través de la imagen, color, y técnicas hace que el diseñador haga crecer una marca o empresa mientras se da a comunicar y se implanta como parte de la sociedad.

CAPITULO III

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO



Este capítulo trata sobre los datos necesarios para responder las interrogantes de la investigación, las cuales se realizaron en zonas rurales y urbanas a maestros, directores, expertos en diseño gráfico, en las secciones de kínder y preparatoria como empresas de diseño, ilustración y en publicidad.

3.1 PRESENTACION DE LOS DATOS

Este apartado trata sobre el análisis de los datos obtenidos por medio de la investigación, con la finalidad de encontrar una respuesta a las preguntas y una posible solución al objetivo de investigación, para la comprobación de los supuestos de investigación, comprende de la opinión de ocho diferentes centros escolares:

Escuela de Educación Parvulario de San Juan Opico

Centro escolar Nicolas J. Bran

Centro Escolar República Ecuador

Centro escolar San Bartolo

Centro Escolar El Mirador Cantón el Ángel

Centro Escolar Fernando Llort

Centro Escolar Joyas de Ceren

Centro Escolar Cantón Agua Escondida

Centros escolares del área urbana:

Centro escolar Nicolas J. Bran

Centro Escolar República Ecuador

Centro escolar San Bartolo

Centro Escolar Fernando Llort.

Centros escolares del área rural:

Escuela de Educación Parvulario de San Juan Opico,

Escolar El Mirador Cantón el Ángel,

Centro Escolar Joyas de Ceren, Centro Escolar Cantón Agua Escondida.

Considerados como informantes claves, debido a que se descubrió en la investigación que estos eran conocedores del programa Educación Inicial

3.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

- Determinar cómo afecta la ausencia de un área creativa para el desarrollo efectivo de campañas populares creadas por el Ministerio de Educación.

3.3. MUESTRA DE OPINIÓN

Los centros escolares fueron seleccionados según la información que se iba recolectando con el paso de la investigación, se tomaron en cuenta los factores siguientes:

- Ubicación geográfica: Zona central, tanto Rural como Urbana
- Población profesores de parvularia

3.4. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

- Las ilustraciones presentadas en los diversos materiales educativos son encontradas aburridas para impartir clases ya que siempre se han presentado un mismo estilo y aunque son comprensibles no llamativas para los alumnos ni para los profesores, las ilustraciones están desfasadas por lo tanto no son encontradas novedosas.
- Las ilustraciones presentadas en los materiales de educación necesitan ser cambiadas, para lograr una mejor aceptación, pero para ello el Ministerio de educación necesita, personal capacitado para desempeñar un mejor trabajo y aceptación por parte de las escuelas, profesores y alumnos.

- El Ministerio de Educación está en un estancamiento por parte de sus propuestas gráficas como ilustrativas, por ello es necesaria la inserción de diseñadores e ilustradores capacitados en diferentes áreas del diseño como lo son diseño gráfico, editorial, 3D para trabajar en nuevas propuestas de materiales.
- El Ministerio de Educación tiene que actuar rápidamente ya que, los materiales que ellos les ofrecen a las escuelas, gráficamente requieren un cambio, porque no son vistos que estos tengan potencial ya que estos carecen de estilo, son vistos de una forma simple por parte de las escuelas. El Ministerio de Educación muestra una falta de personal capacitado para realizar estos nuevos cambios que son requeridos por su público meta.
- La aceptación de nuevas propuestas para los materiales que utiliza el Ministerio de Educación, es evidente, por ellos se le recomienda al MINED un cambio, en todos sus materiales y la inserción de un nuevo personal capacitado para lograr lo requerido por las escuelas.
- Las personas desean un dibujo, imagen entendible que mucha información escrita. Por ello es necesario investigar para lograr extraer la información necesaria que se quiere dar a conocer y así lograr una ilustración o imagen ideal. Para ello es necesario tener un personal capacitado. Esto se justifica por medio de la investigación y de los sujetos encuestados.
- La aceptación de las ilustraciones presentadas por los investigadores, despertó el interés de tener material con ilustraciones de tipo popular ya que esto les facilitaría para un mejor entendimiento de la información

esto se puede lograr con la ayuda de ilustradores, en el área de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

Pregunta 1: “Ha escuchado sobre el tema “Educación Inicial”

Cuadro 2. Recogida de datos de Investigación.

Ítem	“Ha escuchado sobre el tema “Educación Inicial”					
	si	no	porque no	A	B	C
1	X					
2	X					
3		X				
4		X				
5	X					
6	X					
7	X					
8	X					
9	X					
10	X					
11	X					

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

A- Porque la institución no conoce del programa.
B- Porque no tuvo tiempo de asistir a la capacitación.
C- Otras.

Pregunta 2: Como se ha enterado usted del programa Educación Inicial

Cuadro 3. Recogida de datos de Investigación.

Ítem	Como se ha enterado usted del programa Educación Inicial					
	A	B	C	D		
1	X					
2				X		
3		X				
4		X				
5		X				
6		X				
7	X					
8	X					
9		X				
10		X				
11			X			

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

A- Por la institución por la cual trabaja

B- Por medio de una capacitación de MINED

C- Se enteró por medio de otra institución Educativa.

D-Otras. Amistades

Pregunta 3: Que entiende por educación inicial.

Cuadro 4. Recogida de datos de Investigación.

Ítem	Que entiende por educación inicial		
	A	B	C
Encuesta			
1	X		
2	X		
3		X	
4		X	
5		X	
6			X
7		X	
8		X	
9		X	
10		X	
11		X	

A- No se tiene el conocimiento exacto ya que no se les ha capacitado

B- si tienen conocimientos pero no el suficientes

C- se le conoce muy bien

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

Pregunta 4: ¿Cuál es su opinión personal acerca de Educación Inicial?

Cuadro 5. Recogida de datos de Investigación.

Ítem	¿Cuál es su opinión personal acerca de Educación Inicial?		
	A	B	C
Encuesta			
1	X		
2	X		
3		X	
4		X	
5		X	
6		X	
7		X	
8		X	
9	X		
10	X		
11	X		

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

- A- Es algo muy bueno.
- B- Necesita mejorar con más capacitaciones.
- C- Se escucha interesante pero no se tiene mucho conocimiento.

Pregunta 5: Que le parecen las ilustraciones (dibujo) en los diferentes materiales de los contenidos educativos.

Cuadro 6. Recogida de datos de Investigación.

Ítem	A	B	C	D	
Encuesta	A	B	C	D	
1	X				A- Aburridos
2	X				B- Atractivos
3	X				C- Comprensibles
4		X			D- No los he visto
5			X		
6				X	
7		X			
8		X			
9	X				
10	X				
11		X			

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

Pregunta 6: Cree que deberían mejorarse las ilustraciones de los diferentes contenido de libros (como Matemáticas, Sociales etc.) a nivel general en educación Inicial, Primaria, Básica y Bachillerato.

Cuadro 7. Recogida de datos de Investigación.

Ítem	Cree que deberían....	
	Si	No
Encuesta		
1	X	
2	X	
3	X	
4	X	
5	X	
6		X
7	X	
8	X	

9	X	
10	X	
11	X	

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

Pregunta 7: Como evaluaría usted el diseño, diagramación de libros y carpetas educativas, para el desarrollo de Educación Inicial.

Cuadro 8. Recogida de datos de Investigación.

Ítem				
Encuesta	A	B	C	D
1			X	
2	X			
3			X	
4				X
5				X
6				X
7			X	
8			X	
9				X
10				X
11			X	

- A- Muy bueno
- B- Bueno
- C-Debe de mejorar
- D-Muy malo

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

Pregunta 8: Si, se sabe que "Educación Inicial" es implementada desde el 2013: es un programa donde los actores claves son el modelo de educación y el desarrollo integral infantil y sabiendo que es una estrategia monitoreada y además una atención a nivel nacional y local. ¿Cree que es necesario que estas carpetas educativas tengan un cambio grafico en todo el contenido?

Cuadro 9. Recogida de datos de Investigación.

Ítem	Si, se sabe que....	
Encuesta	Si	No
1	X	
2	X	
3	X	
4	X	

5		X
6		X
7	X	
8	X	
9		X
10	X	
11	X	

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

Pregunta 9: De estas ilustraciones cual le llama la atención según el tipo de dibujo y porque.

Cuadro 10. Recogida de datos de Investigación.

Ítem	De estas ilustraciones...	
Encuesta	A	B
1	X	
2		X
3		X
4		X
5		X
6		X
7		X
8		X
9		X
10		X
11	X	

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

Pregunta 10: Es mejor un simple dibujo, entendible, creativo, educativo que lo diga todo que una palabra o frase.

Cuadro 11. Recogida de datos de Investigación.

Ítem	Es mejor un dibujo...	
Encuesta	Si	No
1	X	
2	X	

3	X	
4	X	
5	X	
6		X
7	X	
8	X	
9		X
10	X	
11	X	

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

Pregunta 11: Que le parece si "Educación Inicial" realizara una versión popular y con este tipos de ilustraciones.

Cuadro 12. Recogida de datos de Investigación.

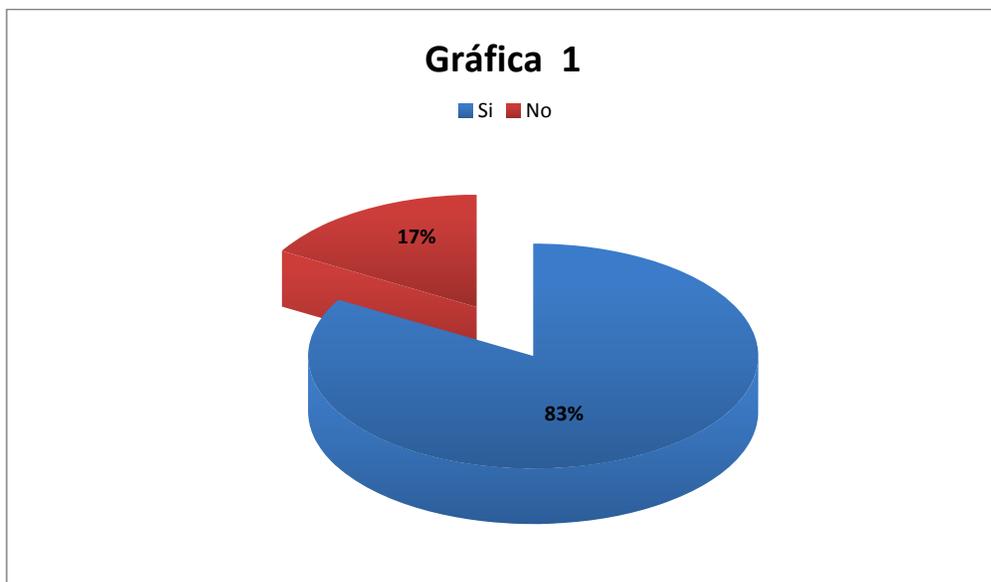
Ítem	Que le parece si...	
Encuesta	Me parece	No
1	X	
2	X	
3	X	
4	X	
5	X	
6		X

7		X
8	X	
9	X	
10	X	
11	X	

Fuente: Elaborado por grupo de grado. Comprende la recogida de datos de trabajo de investigación.

3.5. ANALISIS DE CONSOLIDADO DE GRAFICOS ESTADISTICOS DE CENTROS ESCOLARES DEL DISTRITO 6 ZONA SUR.

Gráfico N° 1. Ítems uno: “Ha escuchado sobre el tema “Educación Inicial”



Fuente: Grupo de de investigación.

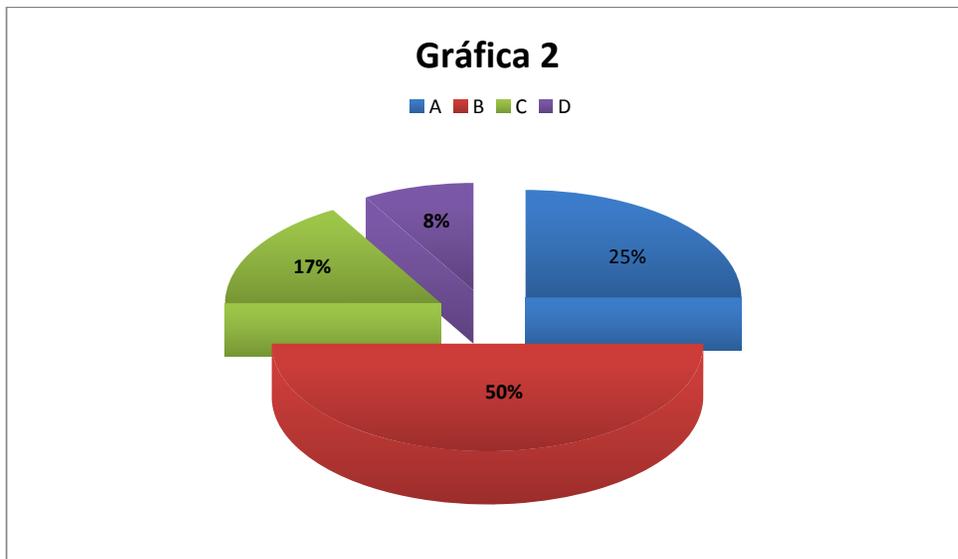
Análisis General:

De los sujetos encuestados se encontró que el 83% muestra que han escuchado sobre Educación Inicial y el 17% restante expresan que no han escuchado de ello.

Análisis interpretativo:

Esto nos confirma que la mayoría de las escuelas, saben sobre que es Educación Inicial, y la mayoría de ellos se han enterado, por medio de las instituciones a la que pertenecen y otro poco por medio de amistades.

Gráfico N° 2. Ítem dos: De donde conoce usted el programa Educación Inicial.



Fuente: Grupo de de investigación.

Análisis General:

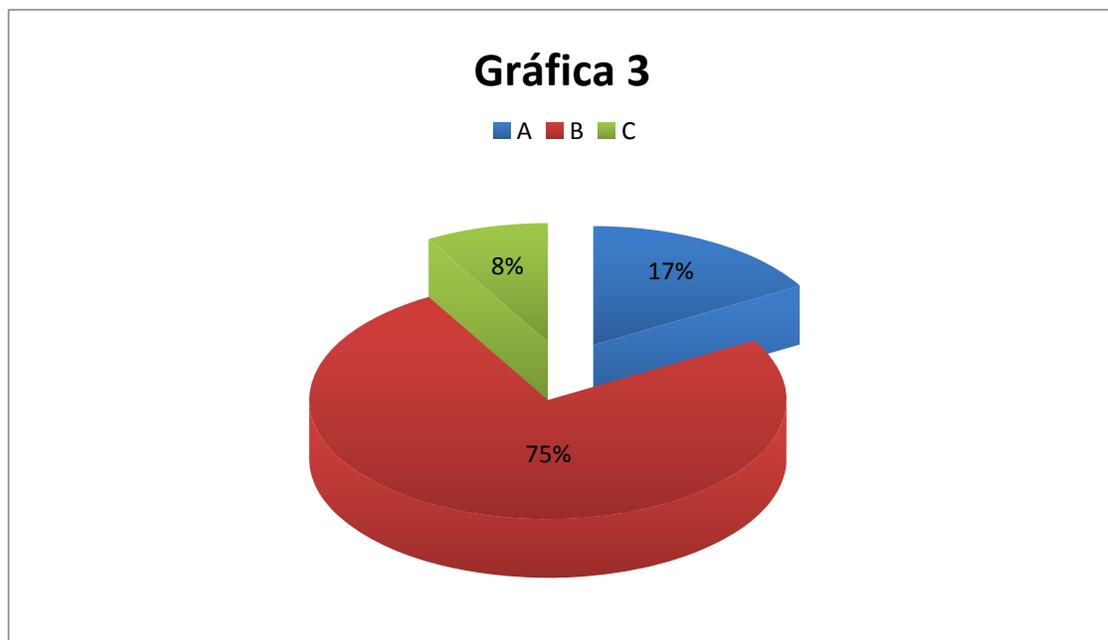
El 25% de los encuestados respondieron que conocen el programa por medio de la institución a la que pertenecen, el 50% por medio de capacitaciones, el

17% por medio de otra institución educativa y el 8% por medio de otros medios los cuales son amistades.

Análisis interpretativo:

La mayoría de los encuestados muestra que conocieron el programa de Educación Inicial por medio de capacitaciones, pero esta solo fue mencionada breve y superficialmente.

Gráfico N° 3. Ítem tres: Que es Educación Inicial.



Fuente: Grupo de de investigación.

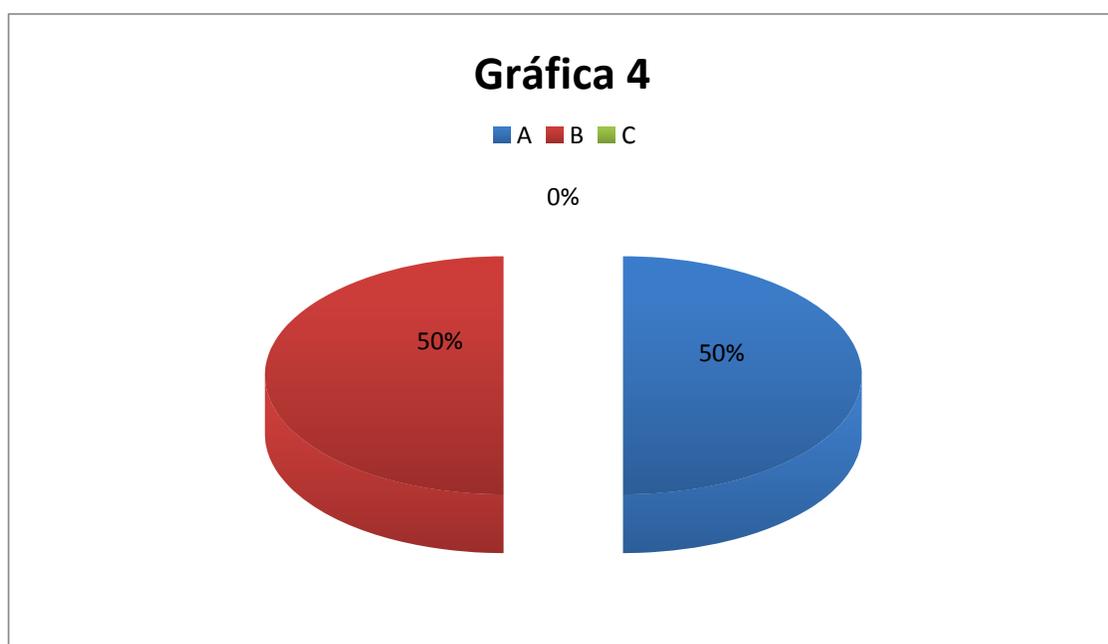
Análisis General:

17% no tiene el conocimiento adecuado para responder que es educación inicial, ya que no se les ha capacitado de una forma adecuada el 75% si tienen conocimientos pero no el suficiente para responder con exactitud el 8% dice que lo conoce muy bien.

Análisis interpretativo:

El Ministerio de Educación no ha tenido las capacitaciones necesarias sobre lo que es Educación Inicial en las escuelas ya que todas muestran, una gran falta de los conocimientos sobre lo que es Educación Inicial.

Grafico N° 4. Ítem cuatro: Opinión personal acerca de Educación Inicial.



Fuente: Grupo de de investigación.

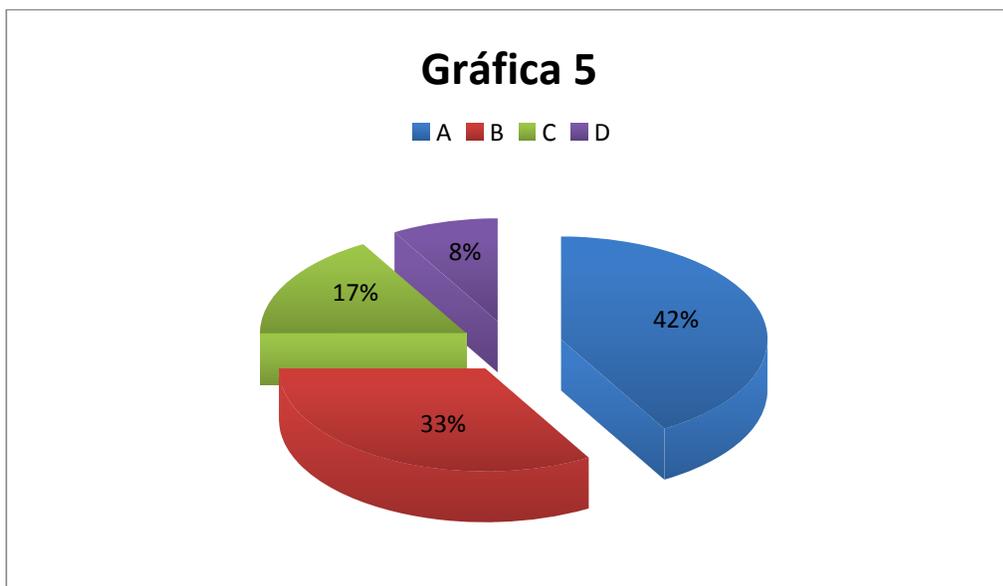
Análisis General:

El 50% de los sujetos encuestados respondieron que es algo muy bueno, para el desarrollo del país ya que se trabajan con los primeros meses y años de los infantes, el otro 50% dice que este programa necesita mejorar con muchas más capacitaciones por parte del MINED.

Análisis interpretativo:

Se puede ver que el programa de Educación Inicial es algo muy bueno que ayudara al país ya que se trabajara en las edades primarias en las cuales se forma el carácter y las bases de las personas, aunque este también muestra mucha ausencia de capacitaciones para los profesores.

Gráfico N° 5. Ítem cinco: Que le parecen las ilustraciones (dibujos) en los diferentes materiales de los contenidos educativos que el ministerio les facilita, tales como libros tanto de los estudiantes como para los profesores, guías, materiales didácticos, entre otros.



Fuente: Grupo de de investigación.

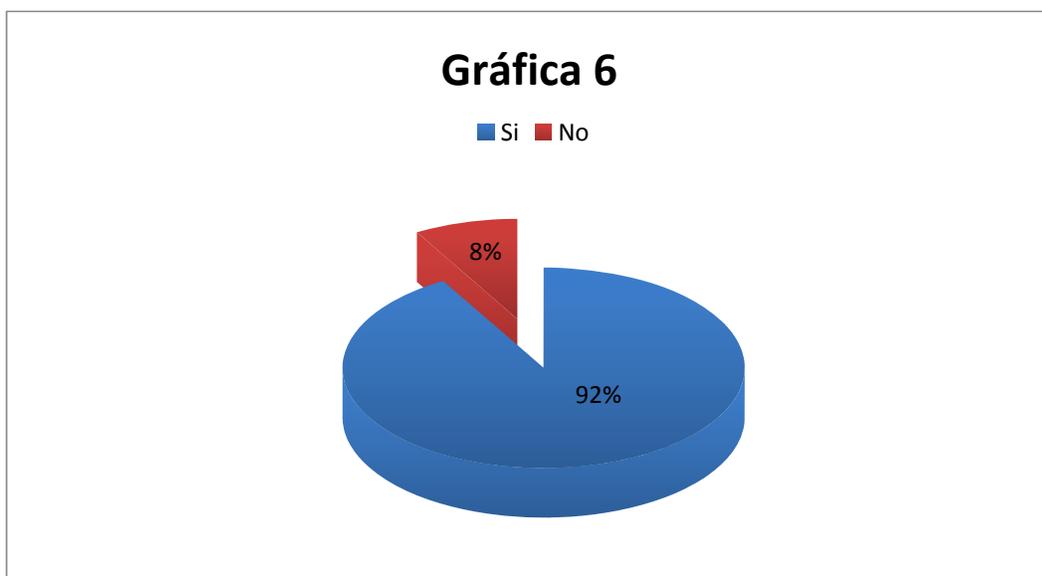
Análisis General:

El 42% opino que las ilustraciones de los materiales didácticos que les facilita el MINED no son llamativas el 33% que son atractivos, el 17% que son comprensibles para impartir sus clases, el 8% dijo que no los habían visto.

Análisis interpretativo:

Las ilustraciones presentadas en los diversos materiales educativos son encontradas aburridas para impartir clases ya que siempre se han presentado un mismo estilo, aburrido y aunque son comprensibles no son buenas ni llamativas para los alumnos como para los profesores, se puede ver una falta de creatividad en las ilustraciones y desfase de ellas ya son encontradas aburridas.

Gráfico N° 6. Ítem seis: Cree que deberían mejorarse las ilustraciones de los diferentes contenidos de libros (como Matemáticas, Sociales etc.) a nivel general en educación Inicial kínder y parvularia.



Fuente: Grupo de de investigación

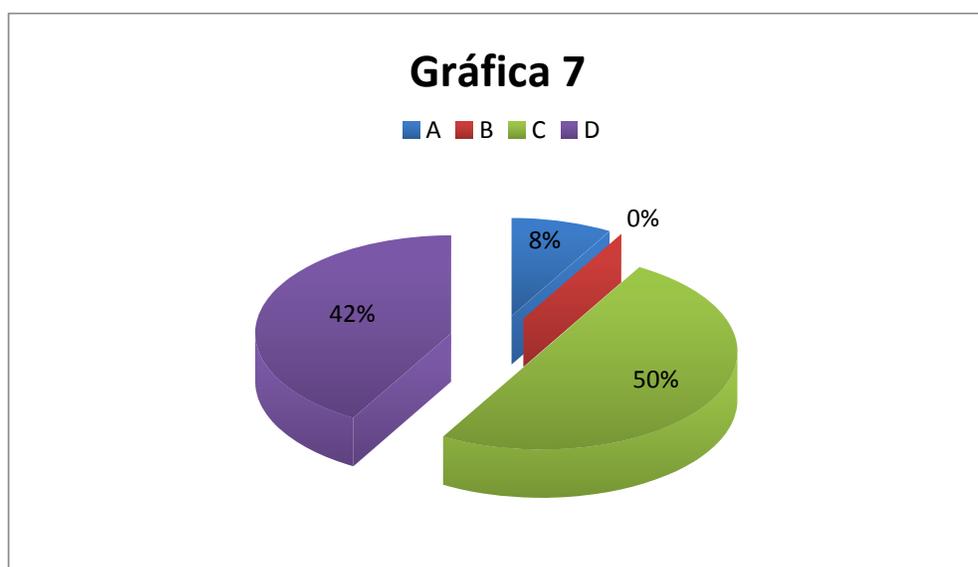
Análisis General:

El 92% de los encuestados respondieron que si es necesario mejorar las ilustraciones de los diferentes contenido de libros y el otro 8% dijo que no.

Análisis interpretativo:

Las ilustraciones presentadas en los materiales de educación necesitan ser rediseñadas, para lograr una mejor aceptación, pero para ello el Ministerio de educación necesita, personal capacitado para desempeñar un mejor trabajo y aceptación de las escuelas, profesores y alumnos.

Grafico N° 7. Ítem siete: Como evaluaría usted el diseño y diagramación de libros y carpetas educativas, para el desarrollo de Educación Inicial.



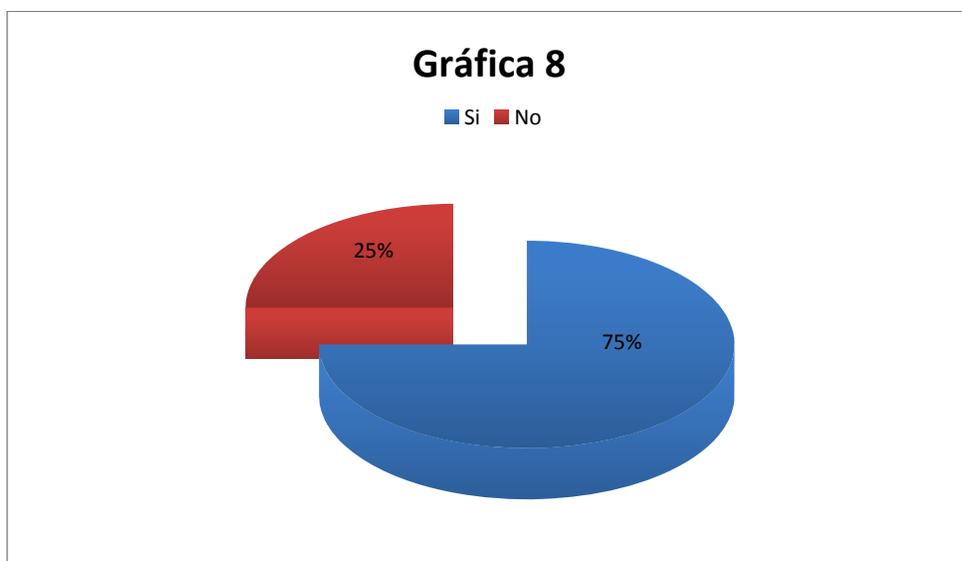
Fuente: Grupo de de investigación.

Análisis General:

El 8% dijo que es muy bueno, el 50% opino que debería de mejorar y el 42% que era muy malo.

Análisis interpretativo: El Ministerio de Educación esta estancado por parte de sus propuestas ilustrativas, por ello es necesaria la inserción de diseñadores e ilustradores capacitados para trabajar en nuevas propuesta de materiales.

Gráfico N° 8. Ítem ocho: Si, se sabe que "Educación Inicial" es implementada desde el 2013: ¿Cree que es necesario que las carpetas de educación Inicial tengan un cambio grafico en todo el contenido?



Fuente: Grupo de de investigación.

Análisis General:

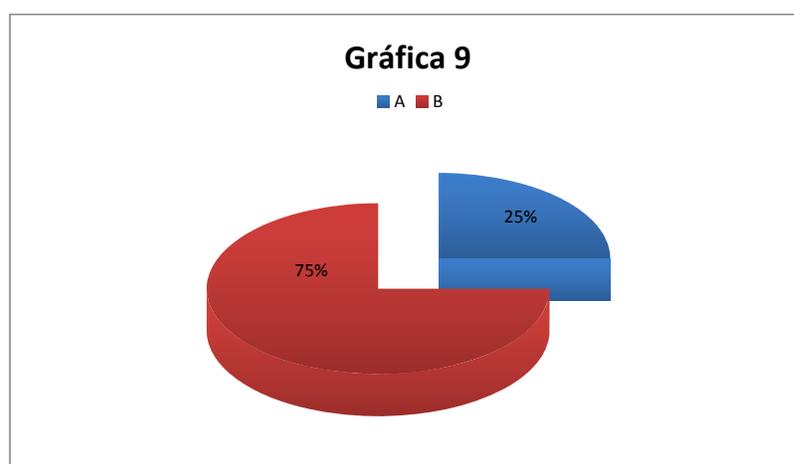
El 75% de los sujetos encuestados respondieron dijo que si es necesario un cambio gráfico porque los dibujos que estos materiales presentan siguen la misma línea gráfica de años atrás y es necesario un nuevo estilo para un mayor impacto positivo tanto en los profesores como en los niños y el otro 25% dijo que no es necesario este cambio porque le parecen buenos los materiales tal y como están.

Análisis interpretativo:

El Ministerio de Educación tiene que actuar rápidamente ya que, los materiales que ellos les ofrecen a las escuelas, gráficamente requieren un cambio con urgencia, porque no son vistos que estos tengan potencial ya que estos carecen

de profesionalismo y de estilo, son vistos de una forma aburrida por parte de las escuelas. El Ministerio de Educación muestra una falta de personal capacitado para realizar estos nuevos cambios que son requeridos por su público meta.

Gráfico N° 9. Ítem nueve: De las ilustraciones hechas por el ministerio en campañas anteriores y las ilustraciones presentadas por el grupo de investigación cual le llama la atención.



Fuente: Grupo de de investigación.

Análisis General:

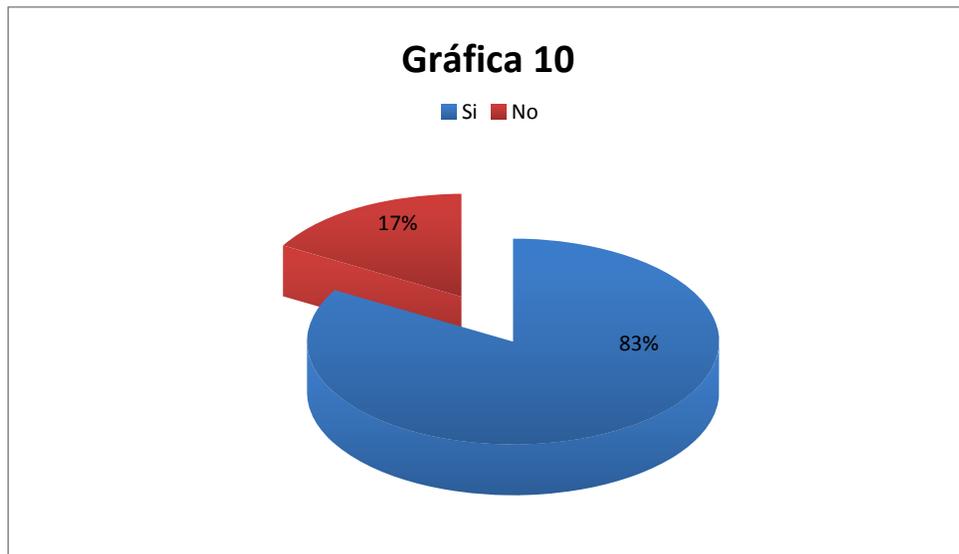
El 75% de los encuestados respondió que las ilustraciones presentadas por los investigadores les llamaba más la atención para Educación Inicial y el otro 25% dijeron que les llaman más la atención las ilustraciones presentadas por el Ministerio de Educación.

Análisis interpretativo:

La aceptación de nuevas propuestas presentadas por el grupo de investigación para los materiales que utiliza el Ministerio de Educación, es evidente, por ellos se le recomienda al MINED un cambio, en todos sus

materiales y la inserción de un nuevo personal capacitado para lograr lo requerido por las escuelas.

Gráfico N° 10. Ítem diez: Es mejor un simple dibujo, entendible, creativo, educativo que lo diga todo que una palabra o frase.



Fuente: Grupo de de investigación.

Análisis General:

Los sujetos encuestados respondieron que el 83% dijo que si es mejor un dibujo entendible que una frase y el otro 17% dijo que no ya que las frases y palabras son muy necesarias para comunicar algo.

Análisis interpretativo:

Las personas desean un dibujo, imagen entendible que mucha información escrita. Por ello es necesario investigar para lograr extraer la información necesaria que se quiere dar a conocer y así lograr una ilustración o imagen ideal. Para ello es necesario tener un personal capacitado.

Gráfico N° 11. Ítem once: Que le parece si "Educación Inicial" realizara una versión popular y con este tipos de ilustraciones.



Fuente: Grupo de de investigación.

Análisis General:

El 83% dijo que le parece la idea de realizar una versión popular con las ilustraciones presentadas por el equipo de trabajo y el otro 17% dijo que no.

Análisis interpretativo:

La aceptación de las ilustraciones presentadas por los investigadores, despertó el interés de tener material con ilustraciones de tipo popular ya que esto les facilitaría para un mejor entendimiento de la información esto se puede lograr con la ayuda de ilustradores, en el área de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

3.6. HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Las ilustraciones presentadas en los diversos materiales educativos son encontradas aburridas para impartir clases ya que siempre se han presentado un mismo estilo y aunque son comprensibles no son buenas ni llamativas para los alumnos como para los profesores, se puede ver una decadencia en las ilustraciones y desfase de ellas ya son encontradas aburridas.
- Las ilustraciones presentadas en los materiales de educación necesitan ser cambiadas, para lograr una mejor aceptación, pero para ello el Ministerio de educación necesita, personal capacitado para desempeñar un mejor trabajo y aceptación por parte de las escuelas, profesores y alumnos.
- El Ministerio de Educación está en un estancamiento por parte de sus propuestas graficas como ilustrativas, por ello es necesaria la inserción de diseñadores e ilustradores capacitados en diferentes arias del diseño como lo son diseño gráfico, editorial, 3D para trabajar en nuevas propuesta de materiales.
- El Ministerio de Educación tiene que actuar rápidamente ya que, los materiales que ellos les ofrecen a las escuelas, gráficamente requieren un cambio con urgencia, porque no son vistos que estos tengan potencial ya que estos carecen de profesionalismo y de estilo, son vistos de una forma aburrida por parte de las escuelas. El Ministerio de Educación muestra una falta de personal capacitado para realizar estos nuevos cambios que son requeridos por su público meta.

- La aceptación de nuevas propuestas para los materiales que utiliza el Ministerio de Educación, es evidente, por ellos se le recomienda al MINED un cambio, en todos sus materiales y la inserción de un nuevo personal capacitado para lograr lo requerido por las escuelas.
- Las personas desean un dibujo, imagen entendible que mucha información escrita. Por ello es necesario investigar para lograr extraer la información necesaria que se quiere dar a conocer y así lograr una ilustración o imagen ideal. Para ello es necesario tener un personal capacitado. Esto se justifica por medio de la investigación y de los sujetos encuestados.
- La aceptación de las ilustraciones presentadas por los investigadores, despertó el interés de tener material con ilustraciones de tipo popular ya que esto les facilitaría para un mejor entendimiento de la información esto se puede lograr con la ayuda de ilustradores, en el área de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

CAPITULO IV

APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA INVESTIGACIÓN



El capítulo cuatro, muestra la estructura de una guía creativa con lineamientos muy básicos que se tienen que ejecutar para la realización de una campaña publicitaria. Para la validación de esta guía se presenta la campaña “Educación Inicial y Parvularia” para el Ministerio de Educación, MINED.

4.1. Guía Para Campaña Publicitaria

La guía esta dirigida al área de comunicaciones del **Ministerio de Educación** a los estudiantes de la **Escuela de Artes** de la Universidad de El Salvador, UES. Y al mismo tiempo dirigido al **Diseñador FREELANCE**.

El diseñador Freelance realiza diseños de carpetas empresariales, logos, diseño digital entre otras cosas que implican a un diseñador gráfico y desde luego hasta realizar el arte para una campaña publicitaria, por lo tanto no cuenta con los lineamientos estándar que posee una agencia de publicidad, y esta sería una herramienta muy útil para su campo laboral.

La guía para campaña publicitaria contiene:

1. Portada/ contraportada.
2. Editorial.
3. Contenido.
4. Esquemas creativos dirigidos al diseñador.
5. Comprende unos conceptos básicos en el área publicitaria.
6. apartados de publicidad / campaña.
7. apartados de las leyes o legalidades en el uso de campañas publicitarias.
8. apartado sobre la importancia de el trabajo de un área creativa.
9. Comprende un proceso creativo para la ejecución de una campaña publicitaria.
10. Comprende segmentos de lemas

A Continuación se presenta **la Guía Para Campaña Publicitaria** con el objetivo de demostrar la eficaz importancia de este documento, como basé indispensable para la ejecución de cualquier proyecto de campañas publicitaria. Y como es importante tener a la mano el apoyo de un documento como esté en cualquier proyecto y empresa, dentro de la guía los esquemas representan una forma didáctica de apreciación más creativa para informar sobre un tema o contenido más fácil de interpretar.

Para una mejor comprensión de las páginas en jpg de la guía en este documento, puede revisar el documento en su versión de folleto que se anexa a este documento.

- **Portada creativa.** Esta es la pasta de la guía y la encabeza el título del folleto.

Imagen 11. Portada Guía Para Campaña Publicitaria MINED.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

- **Editorial y Contenido:** La pagina numero 4 de la Guía contiene, la Editorial que es la parte de la comunicación colectiva de los derechos de los autores, y Contenido es la parte informativa con lo que cuenta la parte de lectura de la guía.

Imagen 12. Editorial y Contenido de la Guía.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

- **Introducción.** Este apartado es el desarrollo comunicativo de la guía, a quienes va dirigido, cual es el propósito y quienes son los creadores.

Imagen 13. Introducción de la Guía.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

Esquema creativo. Una forma fácil de comprender y entender el uso personal y antecedente que tiene que poseer un diseñador gráfico.

Imagen 14. Esquema Creativo que comprende la Guía.



Fuente: efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la

Este esquema creativo muestra los implementos necesarios y requeridos que una persona en su campo laboral debe de poseer. En este caso el diseñador tiene que evaluarse así mismo en cuanto a lo que el realiza en sus proyectos teniendo un juego limpio, ordenado, capas de llevar un proyecto desde un principio hasta un final, sin tener obstáculos y si los hay poderlos resolver inmediatamente.

El esquema se planteo de una forma creativa y dinámica para poder entender a lo que un diseñador va ha un proyecto "x". Se plantea así: en que el diseñador

grafico tiene que encestar y ganar limpiamente su desarrollo de propósitos en su trabajo o proyecto; tiendo objetivos, metas, visión, misión, entre otras importantes y que las tiene que llevar a concluir limpiamente.

➤ **Conceptos básicos.**

Es muy importante tener a la mano algunos conceptos ya que nos ayudaran a entender y comprendes de lo que se trata cada uno de los elementos del espacio de lo que comprende una campaña publicitaria grafica y sus respectivas formas de realización en una base creativa.

Imagen 15. Conceptos que comprende la Guía.

Conceptos.

Arte Final:
Cuando un producto ya está finalizado y listo para la impresión o para sacar al mercado y empezar a utilizarlo.

Brief/ Briefing:
Un briefing es el documento o la sesión informativa que proporciona información a la agencia de publicidad para que genere una comunicación, anuncio o campaña publicitaria. Las agencias de publicidad, agencias de medios o centrales de medios (diseño gráfico, boutiques creativas, productoras, etc.) Son partícipes muchas veces dentro del desarrollo publicitario, que está elaborada por varios factores; entre los cuales, el más importante es el brief, que contiene las ideas previas para desarrollar el producto publicitario. El brief es un documento que especifica todas las características propias del producto o servicio en sí y además, puede contener un historial de todas las campañas previas que se han realizado hasta la fecha; mayoritariamente este historial es agregado cuando el anunciante decide cambiar de agencia de publicidad.

Campaña:
Programa publicitario coordinado para un producto o servicio durante un periodo de tiempo determinado; es la acción para elaborar estrategias para un fin. Campaña Publicitaria.
Es una serie de mensajes publicitarios que comparten una misma idea y tema. Las campañas de publicidad a perecen en diferentes medios a través de un marco de tiempo específico.

Circulo Cromático:
Se usa en la clasificación de los colores. El color y la comunicación En la vida diaria percibimos la realidad "en color", es decir, que el color nos brinda información acerca de los objetos y situaciones que nos rodean. Se comprende entonces que nos parezca, en principio, que en las imágenes el color posee una descripción naturalista y documental. Pero el color tiene también una dimensión estética: hay un alto grado de subjetivismo en su utilización. El color posee, además, valores simbólicos: significados culturalmente admitidos que amplían y modifican el valor de la imagen. Ciertos colores nos parecen más apropiados que otros para alcanzar determinados fines comunicacionales. Por todo ello, el uso consciente del color en las imágenes amplía y enriquece el abanico de recursos creadores.

Diagramación / Maquetación:
La maquetación, también llamada a veces diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

7

Fuente: efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la

Imagen 16. Conceptos que comprende la Guía.

Estrictamente, el acto de maquetar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), Prensa (impresión) y pos-prensa (acabados). Sin embargo, usualmente todo. Prensa (impresión) y pos-prensa (acabados). Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y periodística se conoce por el término maquetación.

Eslogan:
Es un lema publicitario, y la expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario resumido y representado en un dicho. También es el complemento de un producto, persona, institución, entre otras, para formar confianza. El buen eslogan debe ser corto, original e impactante.

Estrategia:
Es el procedimiento utilizado para llevar a cabo un determinado objetivo.

Formato:
Características de la publicidad, ya sea por el aspecto físico, técnico, multimedia, etc.

Guía:
Es una herramienta que tiene como finalidad la enseñanza, que se ha de seguir para encontrar infamación básica de actividades establecidas o determinadas.

Ilustración:
Se denomina ilustración al dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro.

Ilustración Publicitaria
En los últimos 50 años la ilustración publicitaria ha resultado suma mente importante. No sólo para la creación de carteles, sino también para envases y productos variados, ya que ofrece al espectador una visualización rápida de la información a explicar (por ejemplo en folletos de instrucciones) La ilustración publicitaria también ofrece ventaja con respecto a la fotografía, ya que se puede cargar de connotaciones emocionales caricaturescas que la fotografía no alcanza. El storyboard es también muy utilizado en el mundo de la publicidad, para la creación de spots publicitarios, como primera fase en la presentación de una campaña.

Línea Gráfica o Papelería:
Es la parte del diseño gráfico que corresponde con la publicidad impresa de una empresa y que serán todos los diseños que se van a imprimir en grandes proporciones o cantidades para diferentes fines como: promoción y publicidad, facturación (que incluye formularios, contratos, suscripciones, etc.), volanteo, calcomanías, afiches, calendarios, sobres ejecutivos, etc.



8

Fuente: Efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la

Imagen 16. Conceptos que comprende la Guía.

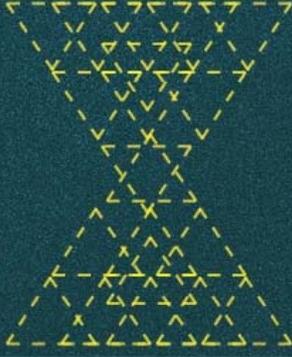
El diseñador gráfico se encargará de realizar los diseños para los fines anteriores mencionados, grabarlos en un CD en los formatos específicos, para luego ser impresos en una impresora o imprenta de acuerdo a la campaña determinada en el coste por persona conocido como el Costo por mil (CPM), que es la efectividad de una campaña publicitaria o promoción de llegar a cantidades de personas calculadas en cifras de mil o sumatoria (como por eje. Impresión de 250, 500 o 750 volantes), el resultado se obtiene en las cantidades de productos o servicios que adquieren o compran las personas que recibieron algún impreso (un volante, un brochure, un calendario, etc.). Y se resta la inversión realizada en diseño gráfico y papelería, para saber con éste resultado la calidad y efectividad que tuvo la campaña impresa en ingresos y publicidad

Logotipo/Logo:
Es un signo gráfico que identifica a una empresa, un producto comercial o, en general, cualquier entidad pública o privada. La funcionalidad de un logotipo

radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se desea, como, por ejemplo: Somos una empresa responsable o Este producto es de alta calidad, y para conseguir esto se necesitan colores y formas que contribuyan a que el espectador final le dé esta interpretación.

Publicidad:
Es un método, y a su vez una estrategia en un medio informativo pagado, que lleva el mensaje al receptor a través de diversos medios de comunicación como, medios audiovisuales, medios impresos e Internet.
Su objetivo es captar la atención del público, donde el hombre transmite ideas, opiniones, e información a través del habla, escrita o señalética; y se ve en la necesidad de crear, materializar y utilizar mecanismos que lo lleven a obtener logros y meritos, reconocidos por sus mensajes, productos y servicios.

Tipografía:
La tipografía es el arte y técnica del manejo y selección de tipos para crear trabajos de impresión. La tipografía es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso, tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos.



9

Fuente: efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión de los procesos de elaboración de campañas publicitarias. Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la

- **Apartado de Publicidad y Campaña.** Esta parte comprende una breve reseña de la importancia de la publicidad dentro de un proyecto. Y se muestra el ejemplo de una campaña publicitaria de una marca reconocida a nivel mundial.

Imagen 17. Publicidad y Campaña.

P

Publicidad Y Campaña.

La publicidad se encuentra en todos lados del mundo. El hombre hace publicidad día a día, la tarea de los comunicadores es, hacerle saber al público sobre los productos y servicios que una empresa o institución maneja para vender o comunicar.

Dentro de la publicidad hay que tener claro el objetivo perseguido, ya sea el dar a conocer un nuevo producto o servicio; la innovación del logo, incrementar ventas o mantenerse siempre por encima de la competencia.

Puesto que en el mundo publicitario las campañas son el enganche entre el público y la empresa. Si una campaña publicitaria no es creativa, toda la planeación y organización previa no habrá sino mas que palabras.

Por esta razón se menciona que la creatividad es fundamental al momento de dirigir el mensaje publicitario.

Como ejemplo se retoma la campaña de Coca Cola la cual consistió en que cada lata contenía un Nombre, generando así que el publico espectador consumieran el producto aun mas de lo habitual, con el objetivo de encontrar su nombre.

La campaña de Coca cola además del incremento de sus ventas, logro una identificación con sus consumidores, manteniendo así su liderazgo ante la competencia.

Coca Cola siempre ha sorprendido por sus campañas de publicidad y después de haber tenido éxito en más de 65 países Coca Cola presento la campaña en México llamada "Comparte una Coca-Cola con..." En la cual personalizó los empaques de las botellas y latas de Coca Cola, Coca-Light y Coca-Cola Zero con diversos nombres.

Logrando generar demanda gracias a los nuevos estilos creados por los ilustradores de la empresa, quienes son la base para realizar cada campaña publicitaria de acuerdo al mensaje que se desea transmitir y de igual manera reclutar nuevos consumidores a través de sus creativas ideas. Los proyectos creativos se manejan dentro de un área o departamento gráfico, en el cual existen los Esclareciendo que detrás de una reconocida marca existe todo un grupo de personas trabajando, exponiendo ideas y propuestas la cuales han logrado posicionar esta marca a nivel mundial.

10

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

- **Apartado de legalidad en las campañas publicitarias.** La pagina 11 de la guía, es la parte mas importante este documento por que en ella esta lo que se debe y lo que no se debe hacer en una campaña de comunicación.

Imagen 18. Legalidad de las Campañas Publicitarias.

Puntos legales para la creación de una Campaña Publicitaria

Con este apartado se da a enfatizar algunos de los puntos legales más importantes, para la creación de una campaña publicitaria en sus diferentes aspectos.

Logos
Si la campaña grafica cuenta con la creación de un logo para su desarrollo y efectividad es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos.
El logo puede ser de diversas formas y las más recomendadas son:

La campaña.
Según el código de Ética publicitaria de El Salvador es necesario acatar con los siguientes artículos. (Estos son unos de sus artículos del código de ética los cuales se consideran importantes)

Art. 4. Toda actividad publicitaria debe caracterizarse por el respeto a la dignidad de la persona y a su intimidad, al núcleo familiar, al interés social, a las autoridades constituidas, a las instituciones públicas y privadas y a los símbolos patrios. El anuncio no debe favorecer o estimular ninguna clase de discriminación.

Los mensajes publicitarios no deben discriminar arbitrariamente, denigrar, menospreciar, ridiculizar ni burlarse de personas o grupos, en especial por motivos raciales, étnicos, religiosos o por su género, edad, discapacidad u orientación sexual.

•El logo no puede tener los colores exactos de otros logos existentes.
•El logo no puede poseer figuras de otro logo existente.

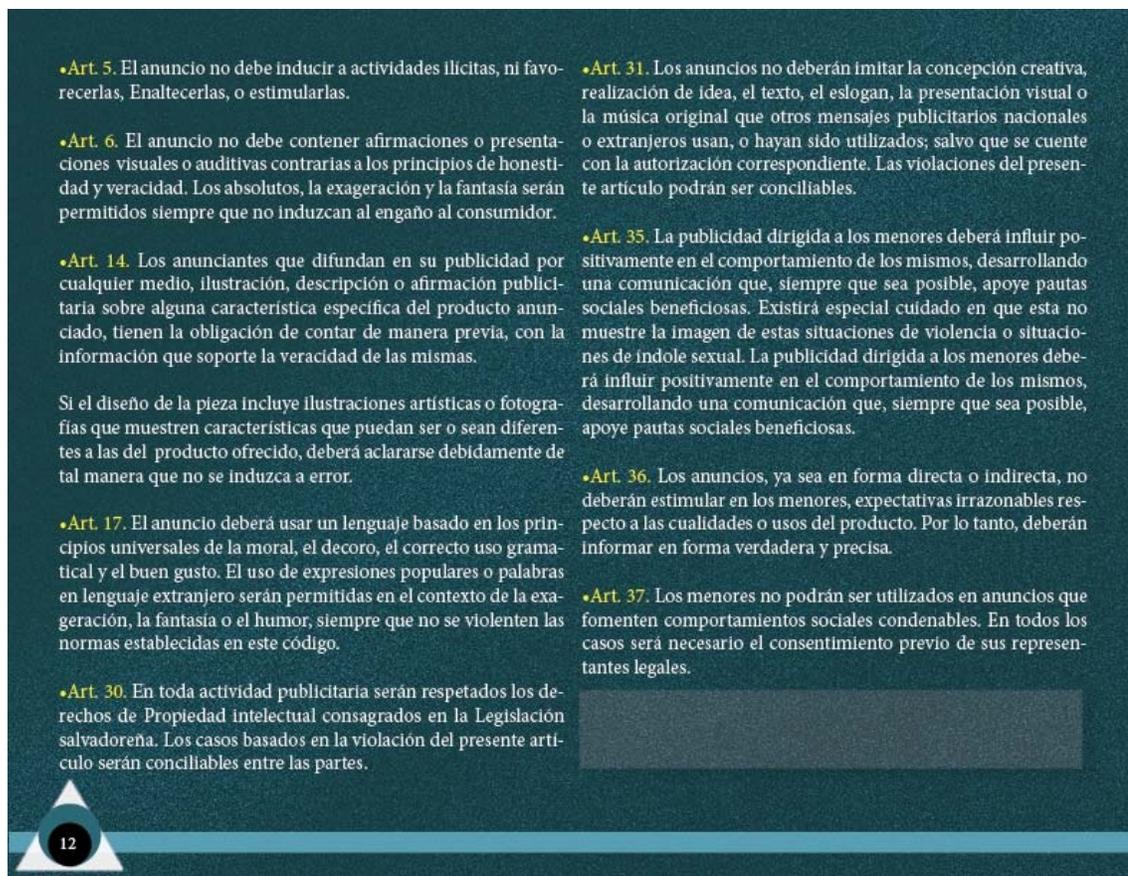
•El logo debe ser original y también ser parte de la imagen de la campaña por lo tanto, este como la campaña tiene que estar ligados.
•El logo no puede copiar una tipografía de otro logo. Como por ejemplo la tipografía de coca cola o de PSP.

Circular, rectangular y cuadrado, estas son formas fáciles de recordar por nuestros cerebros, y esto hace mucho más rápido el reconocimiento y la aceptación de estos.

11

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

Imagen 20. Legalidad de las campañas publicitarias.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

Imagen 21. Sanciones y Medidas Disciplinarias de una agencia publicitaria.

Sanciones y medidas disciplinarias

•Art. 80. En caso de violación de las Normas del presente Código, la Comisión Permanente de Ética y/o el Consejo Nacional de la Publicidad podrán adoptar las siguientes medidas: Indicar al Anunciante y/o a la Agencia de Publicidad responsable, la inmediata suspensión del anuncio. Solicitar a los Medios Publicitarios acatar el fallo o resolución, y proceder a la inmediata suspensión del anuncio. Demandar a las entidades signatarias del Código de Ética Publicitaria de El Salvador, la adopción de medidas disciplinarias que los estatutos respectivos les permiten utilizar en apoyo a la decisión de la Comisión Permanente de Ética o del Consejo Nacional de la Publicidad. Amonestar pública o privadamente al sancionado. Las Agencias de Publicidad, Anunciantes y Medios Publicitarios están obligados a participar de la autorregulación acatando las medidas propuestas por la Comisión Permanente de Ética Publicitaria y /o el Consejo Nacional de la Publicidad.

•Art. 81. Los Anunciantes, las Agencias de Publicidad y los Medios Publicitarios no podrán continuar difundiendo un anuncio cuya suspensión haya sido notificada por la Comisión de Ética o por el Consejo Nacional de la Publicidad.



13

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

- **Apartado especial para el campo laboral.** “Que impacto tiene lo que haces” Esto es muy importante por que nos lleva a una reflexión tanto personal como en nuestro campo laboral, es decir que tanto nos gusta nuestro trabajo le damos a caso el 100% a lo que desarrollamos.

Imagen 22. Apartado para el Diseñador Gráfico.

Que impacto tiene lo que hacemos.

La herramienta más exigente que se tiene en la publicidad es la creatividad, esta es la **magia** con la que se realiza todos los trabajos, todo trabajo creativo lleva empeño, sonrisas, responsabilidad, disciplina, y puntualidad.

Son importantes esas destrezas y habilidades en el área que se trabaja para un diseñador porque son sus herramientas estas son el plus de todo proyecto, son cuestiones muy elementales y determinantes.

Lo que se crea tiene una recompensa y no es el dinero, es el esfuerzo y los conocimientos adquiridos a lo largo de tus estudios y actividades. Estás son demostradas en los proyectos realizados para la empresa en que se trabaja, obteniendo así un logro más para la vida profesional.

“ Hay que demostrar que el éxito y la plataforma está en las destrezas y habilidades,

y sólo falta demostrarlas y explotar, en el hacer, pensar y decir de los hechos”

Las campañas publicitarias se invierte mucho dinero y estamos hablando de un poder muy grande que se lleva en la realización de un proyecto de promoción de cualquier índole. Qué quiere decir esto, que la agencia de publicidad o el equipo encargado para el desarrollo de un arte tiene en sus manos el factor del “Éxito” si esté es bien ejecutado, a través de una idea que tendrá lo lógico y lo real.

Por esa razón un buen diseñador grafico debe ser creativo, abierto a ideas y sugerencias. Conocer tendencias y mantenerse actualizado de la sintonización ilustrativa que se maneja en lugares específicos, ya que un icono puede ser relativo en diferentes áreas geográficas, el diseñador de ser audaz y lograr fidelidad al publico de que determinado símbolo significa una sola

idea, ya sea aquí o en otro continente. La importancia radica en que la vida social actual se comunica a través de imagen, todo a nuestro alrededor es imagen.

Más que hacer logos, o dibujos, el diseño actual crea comunicación visual, transforma el entorno común de letras a icono, y la imagen inocente de un gallo o una botella en un artículo de consumo masivo.

El diseño puede parecer simple y sin embargo representar toda una sub cultura a su alrededor, por ejemplo: un chequesillo (nike), una manzanita (apple), donde ya no sólo te vende un logo sino todo un concepto de tecnología. llámese iPod, iMac, iTunes, etc.

14

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

➤ **Apartado. Lo que viene a continuación de.**

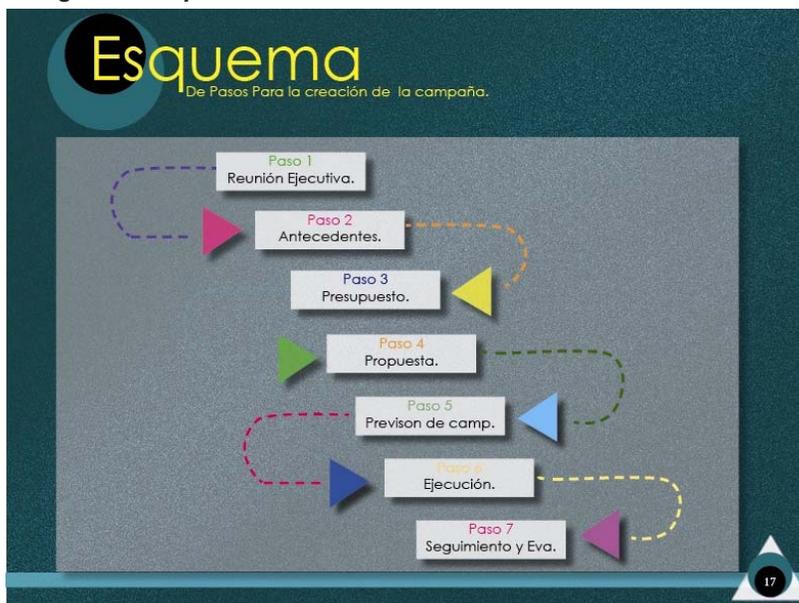
Imagen 23. Apartado. Proceso de Campaña Publicitaria.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

➤ **Esquema creativo.** Del principio al fin muestra de cómo llevar a cabo la ejecución de una campaña.

Imagen 24. Esquema creativo.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

A continuación muestra de la ejecución de cómo seguir una campaña publicitaria; teniendo en cuenta que el primer eslabón en este mundo de la publicidad es tener muy claro la **PLANEACIÓN Y SEGUNDO UN CONCEPTO CREATIVO**, para conectar con el público meta.

- **Paso1. Reunión.** Es la parte importante para el comienzo del proyecto a ejecutar.

Imagen 25. Paso 1. Ejecución de una Campaña Publicitaria.

Paso 1.
Reunión Ejecutiva.

Esta es la primera fase previa a la campaña, ya que se expone como la situación actual de la empresa o institución y por lo tanto necesita hacer dicha campaña.

Se da inicio a las reuniones para conocer quien es esta institución o empresa, que hacen y para que necesitan la campaña.

Se dan los temas, sobre que se trata la campaña, ¿quien es el público meta? ¿Cuál es el objetivo?.

A continuación se reúnen Gerente general, Gerente financiero, Ejecutivos de la empresa, Accionistas o cualquier representante de la empresa idóneo para dar opinión de la puesta en marcha

El Gerente General o un Ejecutivo de la empresa tienen en mente elaborar una campaña publicitaria; cual quiere de los dos representantes preparan una pequeña presentación. Sobre lo que comprende ciertos puntos que tiene que tener en cuenta dicha propuesta.

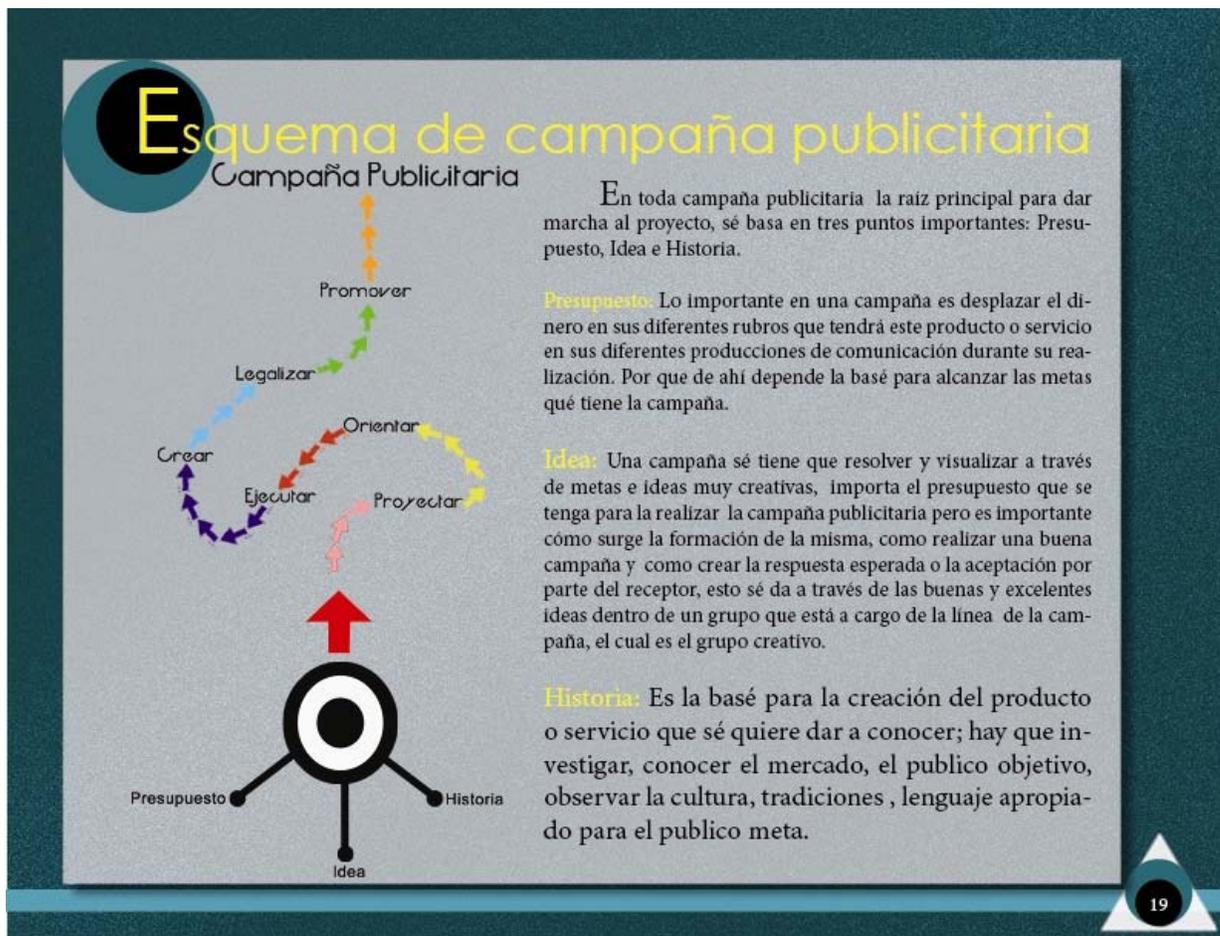
Los puntos a tratar en esa reunión son los siguientes: Presupuesto, tema o eslogan, una idea que es la base principal, Medios de comunicación y opinión ,

18

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

- **Esquema.** Esta página del documento es una ejecución hacia una publicidad de una campaña.

Imagen 26. Esquema creativo de la ejecución de una campaña publicitaria.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnóstico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias

Este esquema es un complemento del **paso 1**, donde se dan a conocer los puntos más importantes para la ejecución de una campaña publicitaria y como orientar el proyecto desde su planteamiento, ejecución de productos y diseños, hasta una finalización de comunicación de la campaña.

➤ Paso 2. Los Antecedentes

Imagen 27. Paso 2 Ejecución para una Campaña Publicitaria.

Teniendo estás tres bases de una **campana publicitaria se procede a:**

Proyectar: Toda campana publicitaria se debe de que proyectar e imaginar en 3D. ¿Cómo así? Un producto o servicio se tienen que ver de todos los puntos que tiene que, con llevar a la realización de la misma.

Orientar: la campana tiene que tener lineamientos, reglas, cronogramas de actividades, facilitar herramientas para la creación de la misma. Si hay un problema, hay que buscar la causa y resolverlo inmediatamente, con el fin que la campana lleve la orientación necesaria para desplazarla en un mismo horizonte, llegando a una misma coherencia.

Ejecutar: artes visuales, artes audiovisuales, según lo que el la empresa acordó al principio.

Crear: El arte para la realización del servicio o del producto se basa en: Que el diseñador crea en si mismo, Imaginación creativa y ser versátil. Un producto o ser vicio para tener las expectativas superiores se basa en buscar las buenas ideas.

Legalizar: Toda campana aprobada se tendrá que legalizar con departamento requerido para este proceso, por que es la forma de registrar nuestra marca o producto dentro del mercado.

Promover: A través de los diferentes medios de comunicación con los que se va a dar conocer el producto o servicio: arte impreso (afiches, brochure, volantes, banner etc) audiovisual (producción animada, tv,) Radió, prensa.

Paso 2. Antecedentes.

Se trata de recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa o institución, sus inicios, como se han llevado a cabo las campañas anteriores.

20

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias

Imagen 28. Paso 2. Ejecución para una Campaña Publicitaria.

Las reuniones en conjunto con el equipo administrativo de la empresa o institución deben de ser personales, es decir crear una mesa de dialogo en la cual cada parte expondrá sus ideas y objetivos.

Se comprende que hoy en día la tecnología esta a la vanguardia y que una llamada telefónica o un mensaje al correo electrónico acorta distancias, pero durante el proceso de planeación de toda la logística que se llevara a cabo en el desarrollo de la campaña, es necesario que sea personal.

Y es de esta manera como se comprenderá la forma que la institución o empresa quiere realizar la campaña. **Debe aclararse que la empresa o institución tiene la obligación de explicar toda la información de índole publicitaria que se requiera, para una mejor comprensión.**

La empresa o institución esta sujeta a explicación sobre todos los servicios y beneficios de las herramientas en las que se pueden utilizar para el desarrollo de la campaña.

Que quiere decir esto: que la agencia publicitaria tiene que dar a conocer los diferentes métodos que se pueden ocupar para su

planeación, como lo son Mupis interactivos, vallas publicitarias, elementos audiovisuales y demás tecnología que se encuentre al alcance y conjunto al mensaje que se quiere plasmar, sin dejar atrás el arte grafico visual es decir afiches, brochures, banner, volantes, entre otros



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitaria.

- **Paso 3 Presupuesto.** Es la base para el proyecto y los artículos y los medios de difusión de la campaña.

Página 29. Paso 3. Para una ejecución de una Campaña Publicitaria.

Paso 3.
Presupuesto.

Durante las reuniones se explica el fondo destinado a los gastos de la campaña que se pretende realizar. Ya teniendo claro sobre que se tratara la campaña, adonde y cuanto tiempo durara, se crea un presupuesto de costos y precios de los materiales e insumos que se utilizaran, es decir papeleria, personal BTL y de ser sugerido, material grafico (vallas o mupis)

Durante el proceso de organizacion se explican el correcto uso de las normas graficas y publicitarias para alcanzar satisfactoriamente con el objetivo final.

1. Tener en claro mision y vision de la empresa.
2. Trabajar con la linea grafica que el cliente le ha sugerido.
3. Si la campaña requiere ilustraciones deben ser realizadas por el equipo grafico, no pueden ser descargadas de internet.
4. Toda creacion grafica debe de ir de acuerdo a lo establecido por la campaña.
5. Los mensajes deben ser claros, precisos y consisos. Se deben especificar a que publico estara dirigida la campaña.

6. Todo el arte grafico debe ser previamente avalado por la empresa o institucion antes de su ejecucion. Ya que se esta invirtiendo un costo alto para la publicidad de dicha campaña.

El presupuesto puede variar según cada campaña y los inversionistas que esta posea.

22

Fuente: *Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias*

Paso 4. Propuesta del proyecto de ejecución de una campaña.

Imagen 30. Apartado del paso 4.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias.

En esta imagen se da a entender cuando se plantea la campaña, que es lo que se pretende llevar de ella, a quienes ira dirigida, cuales serán los medios adecuados para su difusión y el presupuesto con el que se cuenta.

Del mismo modo esta imagen se vera reflejada en la evaluación de la campaña, ya que se dan a conocer toda la línea grafica del artículo y productos

de una campaña, se muestran a los técnicos que son los encargados de aprobar y modificar cualquier punto del diseño, para luego pasarlo al área de producción ya evaluada y aprobada por los técnicos y gerentes del proyecto de la campaña.

Imagen 31. Paso 4. Para ejecución de una Campaña Publicitaria.

La Propuesta.

Teniendo recopilado la información necesaria y los puntos clave de la campaña a realizar, se procede a la creación de propuestas.

Conociendo a fondo el objetivo que la empresa o institución quiere, se da inicio a la maquetación ya sea ilustrativa o grafica que interprete efectivamente la idea que la institución quiere realizar.

Las dos clases de campañas que son mas recomendadas son visual y audiovisual. Pero este material va dirigido específicamente a campañas de tipo visual.

A continuación se mostrara un cuadro el cual presenta los soportes mas recomendados para casa una de las campañas.

Visual	Audiovisual
<ul style="list-style-type: none">- Afiches.- Flyers.- Plegables.- Banners.- Mupis.- Vallas Publicitarias.- Anuncios en el periódico.- Campañas en facebook y otros sitios web.- Papelería (si se busca reconocimiento de un nuevo programa educativo).Productos promocionales (para reforzar la campaña) como:<ul style="list-style-type: none">- Camisetas.- Papelería como folders- Lapiceros.- Lápices.- Stickers. <p>Entre otros que se crean convenientes.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Banner en blog.- Anuncios en TV.- Anuncios en radio.- Publicidad en la web. <p>Entre otros que se crean convenientes.</p>

24

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias

- **Paso 5 .Calendarización de la campaña.** es un cronograma de actividades que se tiene que realizar para la ejecución de un proyecto.

Imagen 32. Paso 5. Para ejecución de una Campaña Publicitaria.

Paso 5.
Calendarización de la campaña.

Se creara un cronograma de actividades para mantener el orden adecuado de cómo se esta desarrollando la campaña con el plan publicitario adoptado por el nivel ejecutivo de la agencia o área encargada. Si existen cambios que hacer por algún proveedor o patrocinador. Alguna observación por parte de la empresa o institución

Actividades		Secuencia.		Duración.		Costos.	
Descripción.	Código	Antes de	Después de.	Normal.	Acelerado.	Normal.	Alto.

25

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias

- **Paso 6 Ejecución y paso 7 Evaluación de la campaña.** se procede a la reproducción de documentos para el lanzamiento de la campaña y su aprobación de la misma.

Con estos dos últimos pasos se concluye la guía y los procedimientos de una ejecución de una campaña grafica en el cual se lleva a cabo la difusión de la campaña en los diferentes medios de comunicación que se acordaron al principio del proyecto.

Pagina 33. Paso 6 y 7. Para ejecución de una Campaña Publicitaria.

Paso 6.
Ejecución.

Teniendo la validación de las propuestas por parte de la empresa o institución, se procede a la ejecución de la campaña.

Es cuando el cliente ha revisado la información proporcionada por la agencia de publicidad acerca de la campaña, este emite su aprobación para dar por aceptado el lanzamiento de la campaña publicitaria.

Se pasa a la producción de la campaña publicitaria y se procede a elaborar las campañas publicitarias, en el departamento de producción.

Para finalizar con el lanzamiento de la campaña publicitaria: se da a conocer el producto o servicio, a través de los diferentes medios de comunicación como audio visuales, Radio, Prensa o gráfico visual, según lo solicitado por el cliente.

Paso 7.
Seguimiento y evaluación de la camp.

En este paso se le dará seguimiento y evaluación a todos los pasos anteriores, este nos demostrara si la campaña fue un éxito o no, esto se podrá ver por medio de la reacciones de las personas, se podrá apreciar si sea obtenido los resultados esperados como el reconocimiento inmediato de la campaña, la aceptación o si las personas tienen los conocimientos que nosotros deseamos que tuvieran por medio de la campaña o si hemos logrado un cambio de pensamiento por medio de la información dada por la campaña gráfica, así es como se puede medir la eficacia de nuestra campaña grafica y la reforzaremos con productos promocionales como camisas, lapiceros, lápices, stickers u otros productos que nos ayudara a posicionarnos en las mentes de las personas y con nueva papelería informativa como flyers, afiches, volantes y entre otros soportes publicitarios, con ello se lograra reforzar la campaña grafia.

26

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias

Esta parte de la guía es muy importante por que en ella se recomiendan ciertos puntos que hay que tener en cuenta en la vida laboral y personal.

Imagen 34. Apartado de Recomendaciones.

The slide features a dark teal background with the title 'Recomendaciones' in a light green font at the top center. Below the title, there are six numbered points arranged in two columns. A light blue horizontal bar is at the bottom, with a white triangle on the right side containing the number 27.

Recomendaciones

- 1- Se recomienda dar seguimiento a las nuevas tendencias de diseño grafico ya que están cambian con el paso del tiempo y es necesario ir al paso de las nuevas tendencias para que la publicidad que hagamos sea lo mas eficiente.
- 2- Es necesario estudiar constante mente los nuevos programas de diseño ya que estos traen herramientas muy útiles para el desarrollo de las campañas graficas.
- 3- Se recomienda tener personal capacitado para la creación de estas ya que es sumamente importante el manejo de los programas de diseñadores como por ejemplo el paquete de ADOBE.
- 4- El personal a cargo tiene que ser constantemente capacitado para que este logre su el desempeño máximo y las campañas sean exitosas.
- 5- Es importante que la institución mantenga contacto directo y con plazos de tiempo especificos con el diseñador o el área creativa para planear, crear y llevar a cavo la campaña grafica y que esta resulte con el resultado esperado.
- 6- La institución tiene que ser responsable con respecto a la información especifica y el contenido de los mensajes que desee que contenga la campaña grafica y que el diseñador grafico o el área creativa usara.

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo de grado, a partir del diagnostico investigativo sobre la efectividad del desarrollo de tener una guía metodológica que aporte bases para una mejor comprensión del procesos de elaboración de campañas publicitarias

4.2. Antecedentes de la campaña “Educación Inicial y parvularia”

De la Estrategia comunicacional del **Modelo de Educación y desarrollo Integral para la Primera Infancia**. Teniendo en claro los tres ejes principales de esta campaña:

- Componente Salud y Nutrición.
- Componente Educación.
- Componente de Protección Integral

Tres factores del programa Educación Inicial y Parvularia; dirigido a padres de familia, docentes, a la comunidad educativa, a madres embarazadas, entidades gubernamentales y no gubernamentales y a los diferentes ministerios del gobierno.

4.3. Campaña de comunicación para la primera infancia “Educación Inicial y Parvularia”

El Modelo de Educación y Desarrollo Integral para la Primera Infancia responde al propósito de garantizar la educación y desarrollo integral de la primera infancia, de manera coordinada, integrada y participativa, por parte de las diferentes instancias de alcance nacional y local, gubernamentales y no gubernamentales, incorporando a la sociedad civil y reforzando el papel protagónico de la familia y la comunidad, contribuyendo así a una mejor preparación para la vida de las niñas y niños desde la concepción hasta los siete años de vida. (*Memoria de Labores 2013-2014, p. 45*)

Uno de los desafíos de los gobiernos en materia educativa es la atención de la primera infancia, bajo una visión integral que va más allá de la educación, pues el desarrollo de la niñez en los primeros años de vida es importante y determinará en buena medida que en el futuro pueda potenciar todas sus capacidades.

Para ello, los niños y las niñas requieren crecer sanos, tener estimulación temprana y desarrollar sus capacidades verbales y de aprendizaje para su desenvolvimiento en la escuela. Esto a su vez favorece el desarrollo nacional mediante la formación integral de las nuevas generaciones.

No obstante, en la cultura salvadoreña aun hay mucho desconocimiento de la importancia de los beneficios que tiene para el país el desarrollo integral desde los primera infancia, tanto desde el seno de las familias mismas, como desde los diferentes sectores sociales y desde el sistema político, lo cual han mantenido invisibles los derechos de los niños y niñas de 0 a 7 años.

Es por ello, que la actual gestión del Ministerio de Educación ha establecido como una de sus prioridades principales el desarrollo de la Primera Infancia, para avanzar en los esfuerzos que se vienen realizando desde la gestión anterior, cuando se institucionaliza por primera vez la Educación Inicial y Parvularia como el primer nivel del sistema educativo.

Para ello, el Ministerio de Educación y la Universidad de El Salvador, Escuela de Artes, trabajaron de la mano en la campaña “Educación Inicial y Parvularia” con un mismo objetivo informar a la comunidad educativa y a la sociedad en general sobre los beneficios y servicios que la educación integral presta para el desarrollo del país.

4.4. Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia



Objetivo General:

Garantizar la educación y desarrollo integral de la primera infancia, de manera coordinada, integrada y participativa, por parte de las diferentes instancias de alcance nacional y local, gubernamentales y no gubernamentales, incorporando a la sociedad civil y reforzando el papel protagónico de la familia y la comunidad, contribuyendo así a una mejor preparación para la vida de las niñas y niños desde la concepción hasta los siete años de vida, mediante directrices generales que orienten los diferentes planes, programas y proyectos. *(Política Nacional de Educación y Desarrollo Integral para la Primera Infancia, 2013, p. 30)*

Visión

Ser un país que asegure que cada niña y niño goce de su derecho a la educación y desarrollo integral en la primera infancia, mediante la participación del Estado, la familia, la comunidad y los diferentes sectores de la sociedad en general. *(Política Nacional de Educación y Desarrollo Integral para la Primera Infancia, 2013, p. 31)*

Misión

“Las niñas y niños son sujetos de derecho a la supervivencia, desarrollo, participación y protección a través de la implementación de esta política, que será concretizada en planes, programas y proyectos implementados de forma articulada y consensuada a través de la participación intersectorial e interinstitucional, para la construcción de una sociedad en paz, justa, inclusiva y democrática”.

(Política Nacional de Educación y Desarrollo Integral para la Primera Infancia, 2013, p. 31)

4.5. Política Nacional de Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia.

Siendo la política el documento legal que dio origen a la creación de un Modelo de Educación y Desarrollo Integral para la primera infancia, es de suma importancia retomar algunos aspectos como son los 9 principios a seguir y que están basados en la convención sobre los derechos del niño que establecen las pautas a seguir en la relación de la educación y desarrollo integral de la primera infancia.

(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.4)

- ❖ Interés superior de la niña y el niño.
- ❖ Desarrollo Integral de la niña y el niño según etapa de vida.
- ❖ Inclusión, Igualdad y equidad.
- ❖ Efectividad en la aplicación de derechos de las niñas y los niños.
- ❖ Pertinencia a la cultura salvadoreña.
- ❖ Rol protagónico de la familia.
- ❖ Participación de la comunidad.
- ❖ Fundamentación científica.

Corresponsabilidad interinstitucional. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.4)*

La política del mismo modo establece estrategias que de un modo concreten los principales auges del cumplimiento de la política; de las cuales solo 4/10 se han tomado en cuenta en esta etapa del desarrollo integral, por tener una mayor relación con las acciones propuestas en la implementación de la estrategia comunicacional. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.5)*

- 1. Sensibilización, promoción y difusión del derecho a la educación y al desarrollo integral de la primera.

- 2. Acceso universal y equitativo.
- 3. Currículo pertinente y de calidad para la educación y desarrollo de la primera infancia.
- 4. Formación permanente y profesionalización de agentes educativos para la primera infancia.
- 5. Educación inclusiva y atención a la diversidad.
- 6. Fortalecimiento de la gestión institucional e interinstitucional.
- 7. Creación e implementación del modelo de Educación y Desarrollo Integral.
- 8. Sistema de monitoreo, seguimiento y evaluación.
- 9. Investigación, sistematización e innovación.
- 10. Fortalecimiento y participación de la familia y la comunidad.
(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.5)

Estrategia 1. Sensibilización, promoción y difusión del derecho a la educación y al desarrollo integral de la primera Infancia: Incita a sensibilizar, promocionar y difundir el derecho a una educación y desarrollo integral infantil, mediante el involucramiento de todas las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, así como también sector privado y todas las instancias pertinentes en el quehacer de la primera infancia, evidencia la necesidad que existe que todos los actores que participan en el

trabajo por la primera infancia tengan el conocimiento claro sobre el modelo ya que el conocimiento genera conciencia y por consecuencia acción. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.5)*

Estrategia 6. Fortalecimiento de la gestión institucional e interinstitucional: se refiere al empoderamiento que debe de existir en todas las instituciones públicas y privadas acerca de la política y el modelo, que permita la coordinación intersectorial en acciones para el beneficio de la primera infancia. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.4)*

Estrategia 7. Creación e implementación del modelo de Educación y desarrollo Integral: esta estrategia permite el nacimiento del Modelo con el fin de disminuir la brecha que existe en la atención integral de los niños y niñas desde la concepción hasta los 7 años de vida, garantizándoles 3 componentes: Educación salud-nutrición y protección. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.6)*

Estrategia 10. Fortalecimiento y participación de la familia y la comunidad: busca capacitar a las familias para que asuman su rol protagónico en la educación de sus hijos e hijas, ya que es la familia la principal responsable de garantizar el cumplimiento de los derechos y desarrollo integral. Así mismo involucra la participación de la comunidad en donde esta debe generar procesos orientados. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.6)*

4.6. Modelo de Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia.

Es una estrategia que establece la Política Nacional de Educación y Desarrollo Integral para la Primera Infancia se implementa por medio de tres componentes fundamentales Educación, Salud y Nutrición y Protección que son

facilitados a la niñez desde la concepción hasta los 7 años de edad, por medio de una serie de esfuerzos multisectoriales. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.6)*

4.6.1. Componentes de Educación Inicial.

Cuadro 13. Componente informativo

Componente Salud y Nutrición	Componente Educación	Componente de Protección Integral
1. Garantiza la salud integral durante la primera infancia.	1. Brinda educación integral a la primera infancia.	✚ Concejo Nacional de la Niñez y Adolescencia (CONNA).
2. Tiene acciones de prevención, atención y recuperación de la salud de los niños y niñas.	2. Desarrollar la personalidad, aptitudes, actitudes y sus capacidades mentales y físicas hasta su máximo potencial.	✚ Instituto Salvadoreño para el Desarrollo Integral de la Niñez y Adolescencia (ISNA).
3. Promueve estilos de vida saludables.	3. Sé promueve el ambiente familiar comunitario y el ambiente en las instituciones educativas.	1. tiene como finalidad garantizar la protección integral de los derechos de niñas y niños de la primera infancia.
4. Brinda atenciones preventivas y atenciones oportunas de enfermedades prevalentes de la infancia.		2. Sé prioriza la prevención de la vulneración de sus derechos.
5. Promueve la higiene y la salud bucal.		3. Sé desarrollan acciones dirigidas a las familias, comunidades e instituciones en todos los niveles de organización intersectorial y territorial.

6. Promueve la lactancia materna exclusiva hasta los 6 meses de vida y lactancia materna prolongada hasta los 2 años de vida.		4. Cultiva la cultura de los derechos de la niñez en su primera infancia.
7. Garantiza la alimentación adecuada y balanceada		

Fuente: Cuadro elaborado por grupo de trabajo de grado.

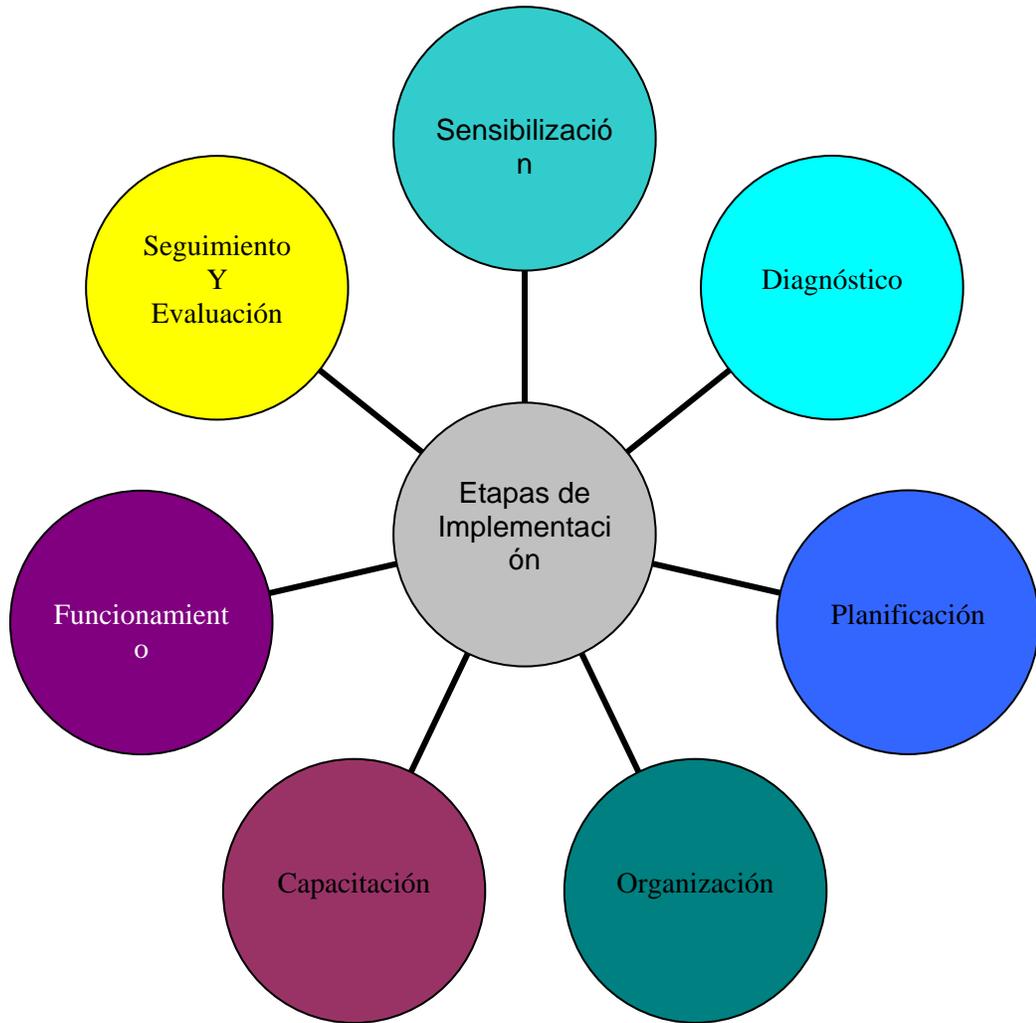
Enfoques.

El modelo de Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia retoma los enfoques: de Derechos y Desarrollo Integral asumiendo a la niña y el niño como personas sujetas de derechos, en donde todos los agentes educativos deben garantizarles un desarrollo integral, por medio de una intervención desde la educación, salud –nutrición y protección. El desarrollo de los componentes del modelo y la aplicación de estos enfoques de igual forma, exige la coordinación, articulación e integración entre los distintos sectores de gobierno, instituciones privadas, organizaciones de la sociedad civil, municipalidades y comunidades, por medio de la creación de los comités intersectoriales, que son creados a nivel municipal para coordinar acciones específicas en beneficio de la Primera Infancia. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.7)*

4.6.2. Etapas de Implementación del Modelo

A nivel local la implementación del modelo en la Vía Familiar Comunitaria se desarrolla de acuerdo al siguiente proceso:

Esquema 4. Etapas de Implementación de la Vía Familiar.



Fuente: Esquema elaborado por grupo de trabajo de grado.

4.8. Vías de implementación.

Las dos vías fundamentales por las que se implementa el Modelo de Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia son: La vía Institucional y la Vía Familiar Comunitaria.

Cuadro 14. Vía Institucional y Vía Familiar Comunitaria.

Vía Institucional	Vía Familiar Comunitaria
Requiere de una infraestructura y personal con formación pedagógica que atiende directamente las niñas y los niños que asisten diariamente a la institución educativa.	Esta vía se define como las atenciones que se implementan a nivel comunitario, en que las familias se involucran para la educación y desarrollo integral de sus hijas e hijos de 0 a 7 años de edad, incluyendo a quienes aún están en el vientre materno. Estas atenciones son facilitadas por el personal de la Asistencia Técnica para la Primera Infancia (ATPI) con el apoyo de las familias, el Comité Intersectorial para la Primera Infancia y personal voluntario de la comunidad, quienes articulan su corresponsabilidad.

Fuente: cuadro elaborado por grupo de trabajo de grado.

4.7. Contexto de la Primera Infancia en El Salvador.

En cuanto a la atención que se ha brindado a la Primera Infancia en materia de Educación Inicial y Parvularia las estadísticas indican que en los centros infantiles, incluyendo las instituciones educativas privadas, se atendía el 1.8% de las niñas y los niños de entre cero y 3 años de edad y en la parvularia, se atendía el 1.8% de las niñas y los niños de entre cero y 3 años de edad y en la parvularia un 52% (Censo 2008). Para el año 2009 el 1.8% de niños y niñas de 0 a 3 años participan en programas de atención de instituciones de la sociedad civil y el 57% de la niñez de 4 a 6 años recibe educación parvularia según datos de la Encuesta de Hogares y Propósitos Múltiples (EHPM, 2009). (*Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.10*)

Primera Infancia y su estado de salud y nutrición.

Según los registros que se tienen a nivel nacional del acceso a la salud y nutrición de los niños y niñas en El Salvador dejan de evidencia la alta vulnerabilidad que presenta la primera Infancia. “La desnutrición es más alarmante en la niñez preescolar es decir niños y niñas menores de 5 años presentando un 20% desnutrición crónica”. (*Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.11*)

Un estudio realizado por el banco mundial señala que “el pobre acceso al agua, saneamiento y falta de higiene causan más de dos millones de casos de diarreas anual en El Salvador en niños y niñas menores de 5 años y alrededor de 500 muertes en esta misma población en el lapso de un año.

Primera Infancia y su estado en la Protección.

Existe una gama de derechos violentados hacia la niñez salvadoreña, iniciando por las condiciones de pobreza, maltrato físico y psicológico, abuso sexual, trabajo infantil entre otros. El maltrato físico y el abuso sexual infantil, junto a la explotación sexual comercial, han aumentado sus índices en El Salvador. (*Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.11*)

La Policía Nacional Civil (PNC) ha registrado un total 273 niños afectados por la violencia en un lapso de seis meses. La violencia física y sexual contra los menores, así como los homicidios, son cada vez más frecuentes en este país. UNICEF ha denunciado que 241 niños de entre 13 y 17 años de edad asesinados durante los primeros seis meses de 2009.

Además, entre enero y julio de 2009, se denunciaron 448 casos de violación de menores. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.11)*

Se calcula que 4 de cada 101 habitantes de El Salvador viven en la pobreza. La mitad de todos los niños y adolescentes del país vive con menos de US\$1,25 al día. Estas condiciones de vida repercuten seriamente en los habitantes del país, especialmente en las niñas y niños que son la población más vulnerable quienes necesitan y, desafortunadamente, no tienen acceso al agua, alimentos y servicios sanitarios. Aproximadamente 440,000 niños en El Salvador están obligados a empezar a trabajar a una edad de entre 5 y 17 años. Se estima que el 30% de la población salvadoreña vive en condiciones de extrema pobreza. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.11)*

Otro problema al que se enfrentan los niños de El Salvador es el registro de su nacimiento. Se calcula que el 9,8% de la población salvadoreña no se registra al nacer ni posee un certificado de nacimiento. Alrededor de 672,000 niños del país aún tienen que registrarse. Se trata de un grave problema, ya que los niños sin registrar no existen legalmente y no pueden obtener la ciudadanía. *(Estrategia comunicacional del modelo de educación y desarrollo integral para la primera infancia, 2014, p.11)*

4.8. “Educación Inicial y Parvularia” Campaña.

Objetivo de la Campaña:

Informar sobre la importancia y los beneficios de la atención integral de la primera infancia e incidir en el cambio de actitudes para favorecer dicha atención a este sector, con enfoque de derechos y género. *(Lineamientos para campaña de comunicación posicionamiento primera infancia Comité de Comunicaciones. Mesa Técnica Primera Infancia (METPI), 2014, P.25)*

Publico Meta.

- ❖ Madres Embarazadas.
- ❖ Familias Rurales y urbanas.
- ❖ Lideres Comunitarios.
- ❖ ONG
- ❖ Cooperantes.
- ❖ Gobierno.
- ❖ Gobiernos Locales.
- ❖ Funcionarios del MINED.
- ❖ Docentes de parvularia y Directores de Centros Educativos, Asistentes, Técnicos de Primera Infancia.

Definición de Mensajes.

Mensaje Central: “El desarrollo integral de la primera infancia es la clave para un mejor futuro.

Personajes ilustrativos para la Primera Infancia. Se crean personajes de acuerdo al modelo y desarrollo de la población salvadoreña; es decir se visualiza las actitudes, gestos, formas, colores, cultura, vestimenta de los niños y niñas y de la sociedad en general, para darle una forma más apreciable y enfocada a la realidad salvadoreña cultural. Esto se realiza a través de visitas de campo en las diferentes comunidades de El Salvador.

- Personajes principales del programa ***“Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia.”***

Imagen 35. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



Nombre: Lupita

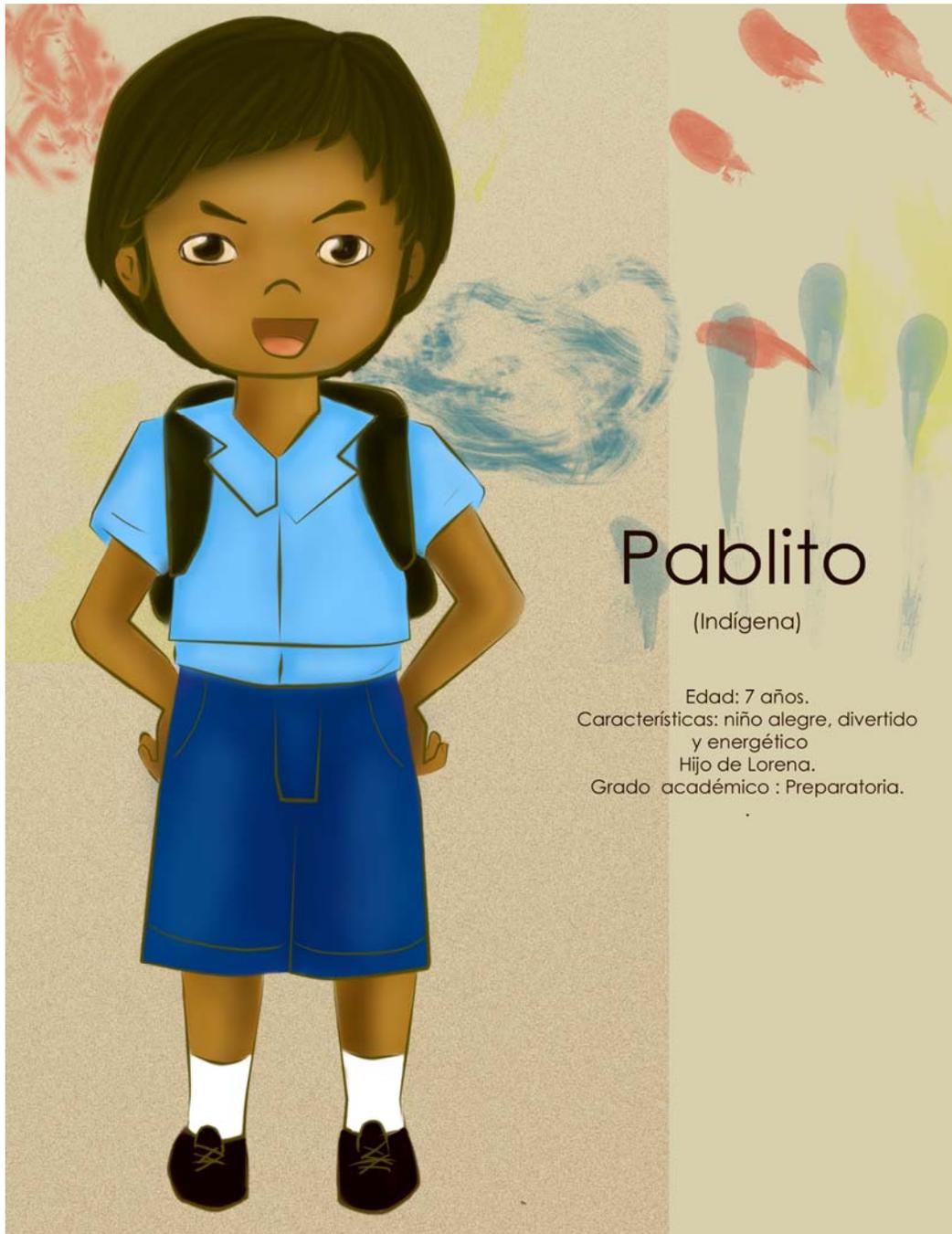
Edad: 5 años

Características:

Inteligente
Divertida
Colaboradora

Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 36. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



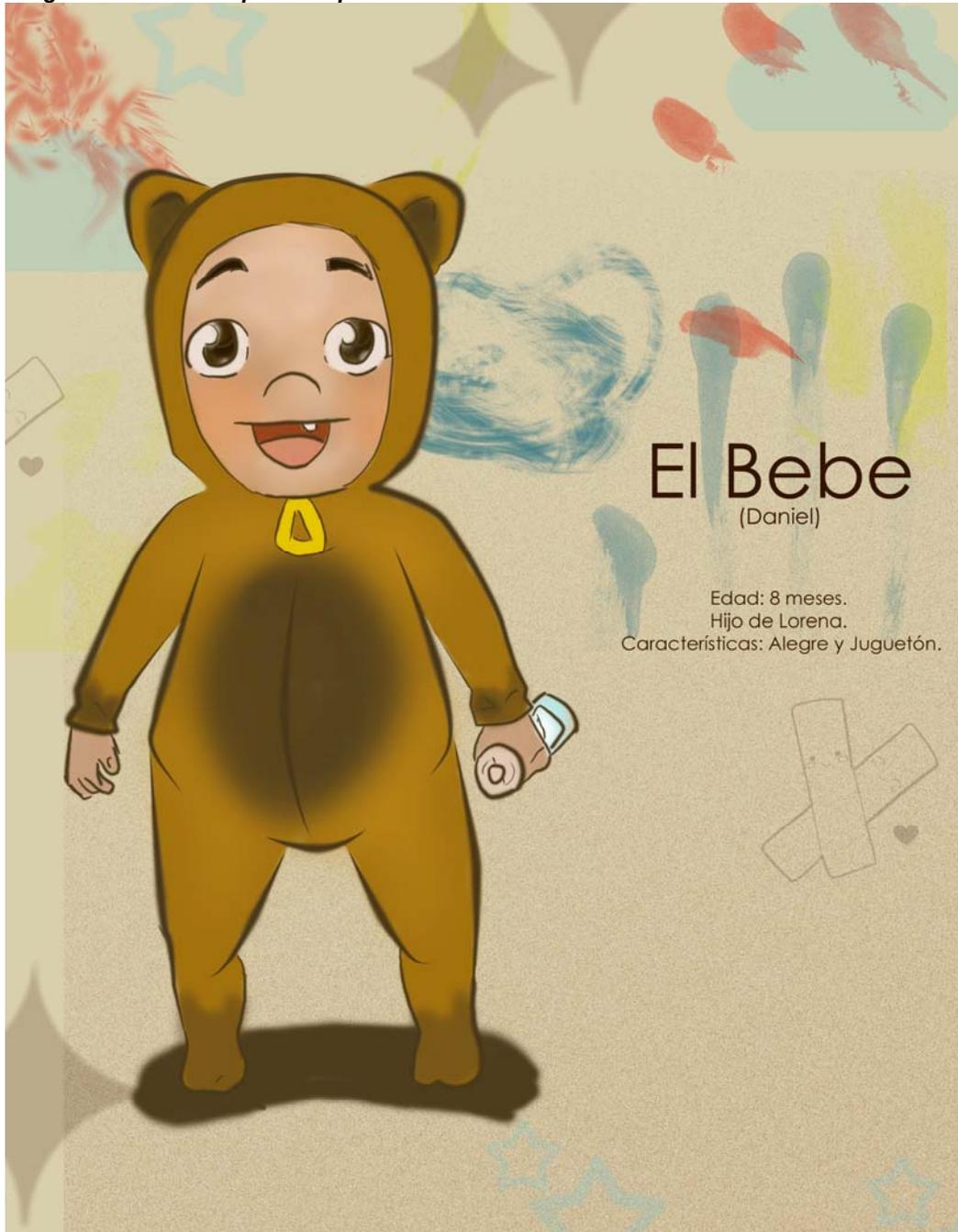
Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 37. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 38. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 39. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 40. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



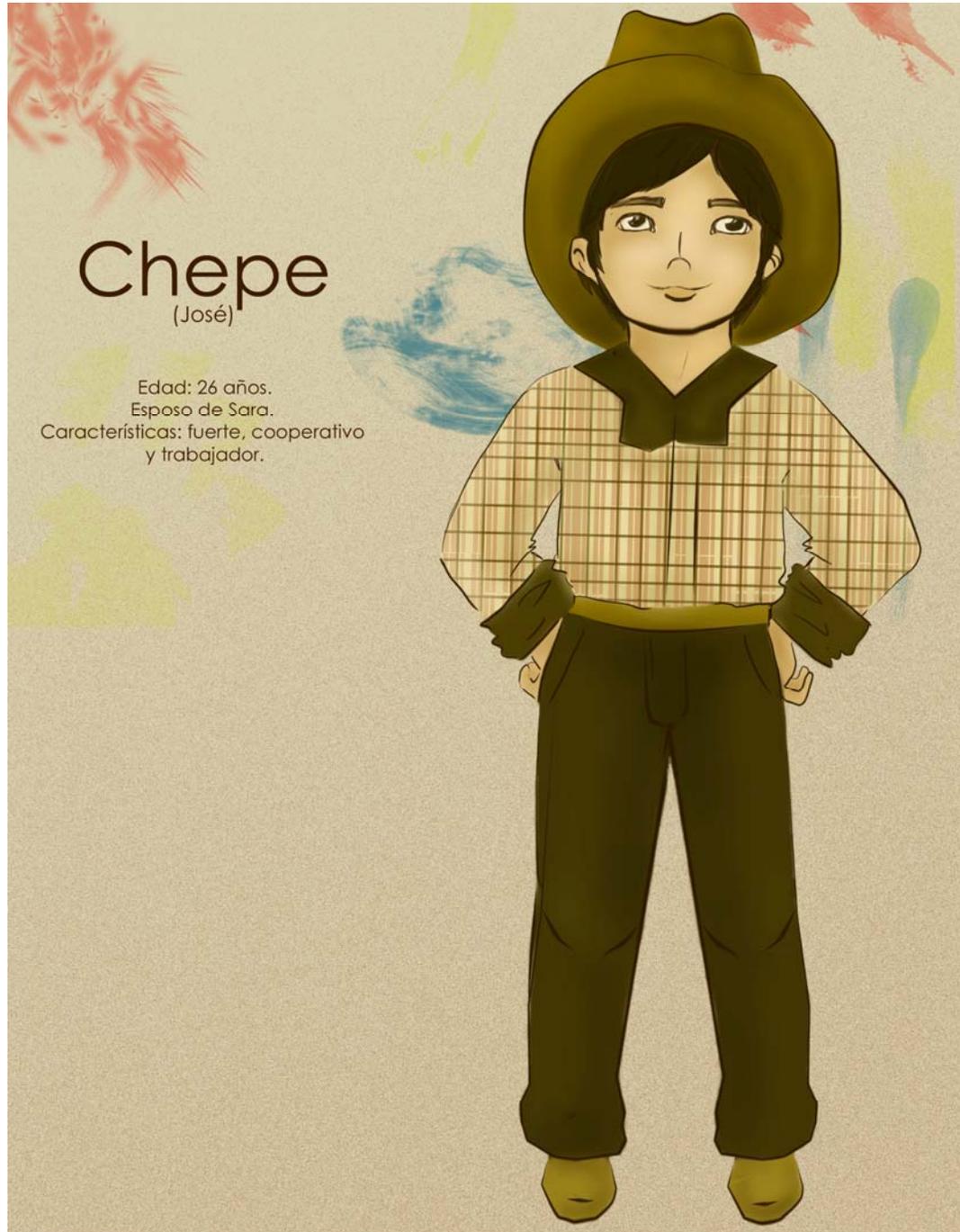
Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 41. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



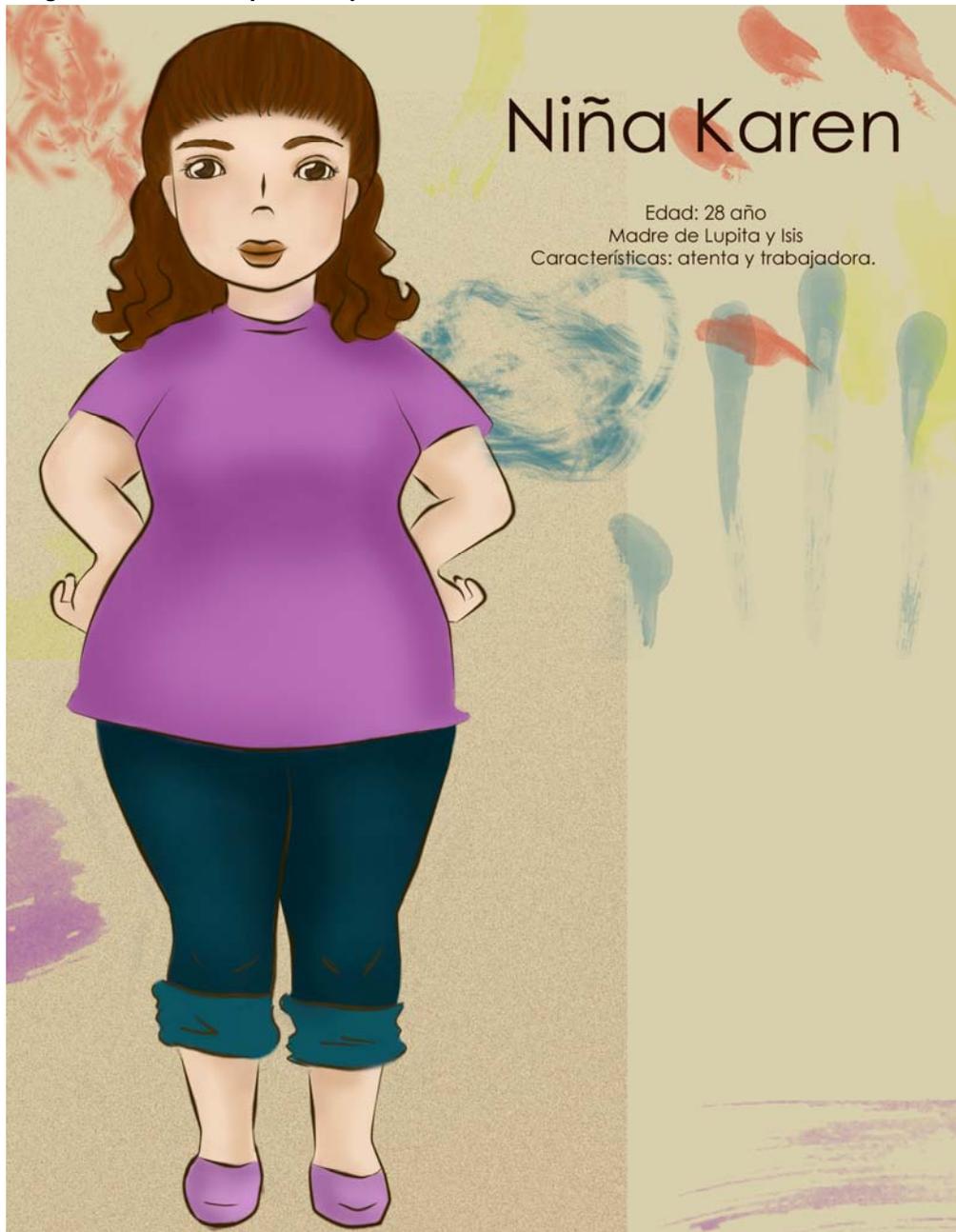
Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 42. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 43. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 44. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 45. Ilustración para campaña de Educación Inicial.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

➤ **Uso de Papelería / Diseño Gráfico / Productos.**

Diseño Gráfico de materiales de la campaña Educación Inicial. Modelo de Educación y Desarrollo Integral de la Primera Infancia.

➤ **Uso de Papelería.**

- Folder.
- Broschure.
- Volantes.
- Flayer.
- Folder

Imagen 46. Producto Folder.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 47. Producto. Para Banner/ afiche / pagina Facebook.



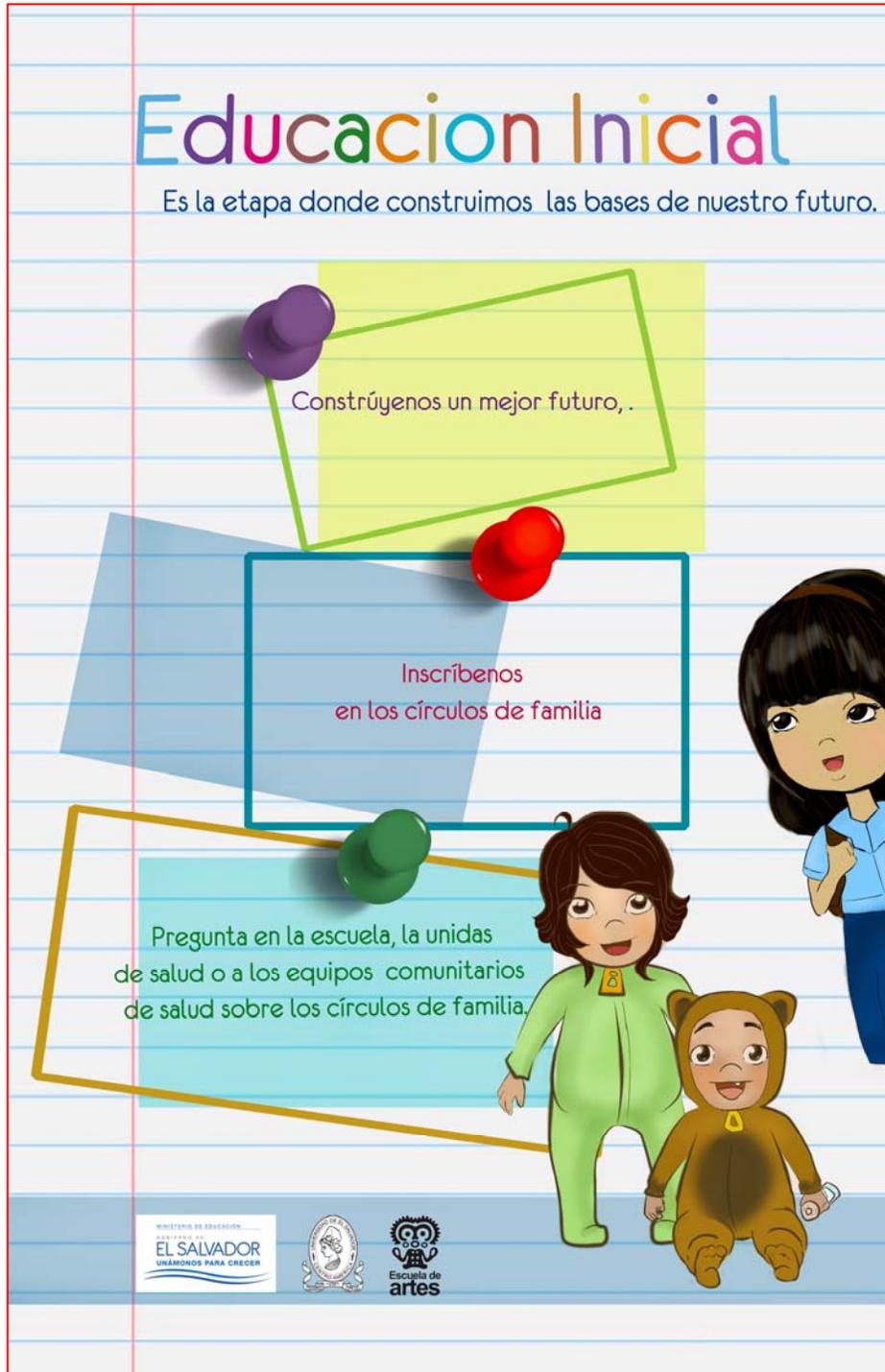
Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 48. Producto. Arte pagina Facebook



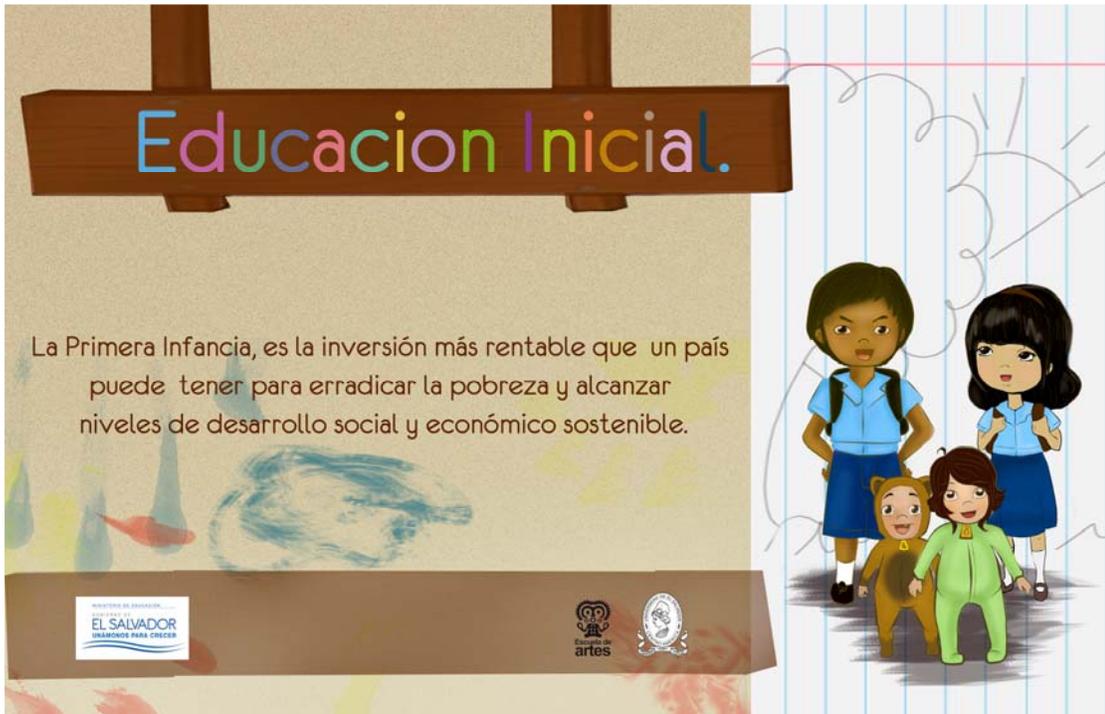
Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 49. Afiche.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 50. Afiche



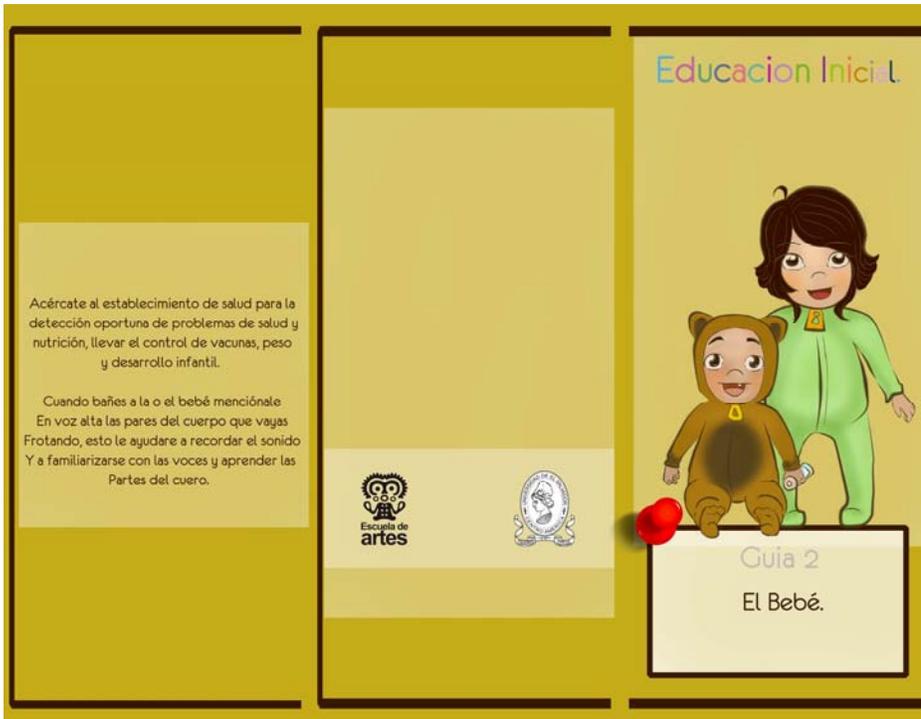
Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 51. Afiche



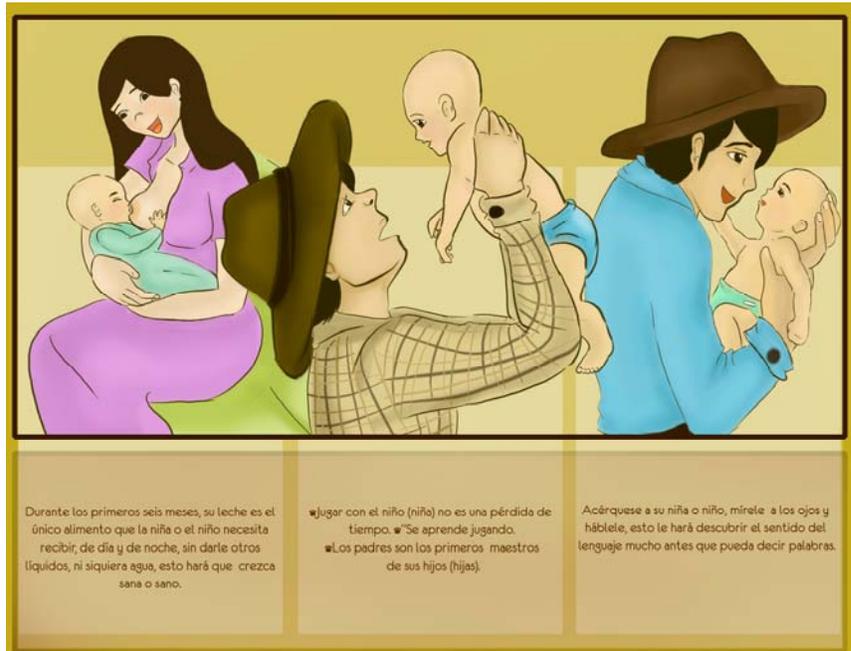
Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 52. Diseño Ilustrativo y Diagramación. Broschure/ tiro



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 53. Diseño Ilustrativo y Diagramación. Broschure/ retiro



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 54. Diseño Ilustrativo y Diagramación. Broschure/ tiro.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 55. Diseño Ilustrativo y Diagramación. Broschure/ retiro.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 56. Diseño Ilustrativo y Diagramación. Broschure/ tiro.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 57. Diseño Ilustrativo y Diagramación. Broschure/ retiro.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 58. Diseño de Flyer



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 59. Diseño de Flyer



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 60. Diseño de pagina para Blog.



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 61. Diseño para Facebook



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Productos promocionales para las instituciones Educativas de El Salvador sobre la campaña Educación Inicial y Parvularia.

Imagen 62. Producto/ camisa Educación Inicial



Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Camisas de algodón en toda talla para los alumnos de las diferentes instituciones del país, en la parte de enfrente se situaran dos logos tanto el logo del Ministerio de Educación como el logo del gobierno de El Salvador. Y en la parte de atrás los personajes de campaña Educación Inicial y Parvularia que abarque toda la parte trasera de la camisa.

Imagen 62. Producto/ camisa tipo polo para Educación Inicial



Camisa tipo polo para docentes, directores y personal del MINED. La camisa tendrá en la parte de enfrente el logo de Educación Inicial y Parvularia en la parte derecha de la camisa y en la parte izquierda los personajes de la campaña y en la parte de atrás el logo de Educación Inicial y Parvularia que abarque toda la parte de atrás de la camisa.

Fuente: Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.

Imagen 64 Producto/ Gorra



Fuente: *Diseño elaborado por grupo de trabajo de grado.*

Las gorras de diferentes medidas unas tendrán el logo de Educación Inicial y Parvularia, y otras los personajes de la campaña. Estas gorras se entregaran a padres de familia, a docentes y personal del MINED.

COROLARIO
(Conclusiones y Recomendaciones)

CONCLUSIONES

- ✓ Se concluye que el programa de Educación Inicial posee las herramientas necesarias para transmitir y expandir su campaña, sin embargo los elementos ilustrativos deben ser atractivos para lograr el alcance efectivo y esto se ve reflejado en las respuestas que dieron las diferentes instituciones del país, razón por la cual la creación de una guía para la elaboración de campaña grafica visual, es el documento adecuado para el registro del desarrollo grafico y proceso de ejecución de la misma.
- ✓ La falta de recursos tecnológicos y el manejo de herramientas graficas limita al departamento de comunicaciones en la creación de sus propias campañas, debido a que solamente se cuenta con un ordenador el cual no posee todos los programas indicados para explotar la transmisión creativa de sus mensajes.
- ✓ La ausencia de un área creativa afecta el desarrollo de las campañas populares, puesto que se debe contratar una agencia ajena al ministerio, la cual se encarga de la línea grafica y de como de que manera deben de transmitir los mensajes.
- ✓ Los elementos ilustrativos son necesarios debido al tipo de campaña que se desarrolla, ya que el objetivo es fortalecer el conocimiento de la primera infancia, mediante la ilustración puesto que se dirige a un público de educación básica, por es en versión popular.

- ✓ Este documento facilitara el procedimiento de planeación de campañas visuales, sentando bases y explicando el desarrollo adecuado para una efectiva publicidad grafica.
- ✓ Se concluye que este documento servirá como registro de investigación empírica a una problemática visual así mismo exponiendo las soluciones encontradas durante el proceso investigativo, para futuros trabajos de grado.
- ✓ Se concluye que el impacto ilustrativo que los nuevos diseños propuestos por el grupo de trabajo, han sido aceptados positivamente a los encuestados, debido que la línea gráfica logra identificación con el personaje y el lector (publico objetivo).
- ✓ Trascendencia que tiene el trabajo de investigación hacia la población.
- ✓ A partir de este documento, el MINED tendrá la herramienta para capacitar el encargado del área gráfica para el seguimiento correcto de las leyes gráficas.

RECOMENDACIONES

Al Ministerio de Educación.

- ✓ Dar capacitación al diseñador grafico del área de comunicaciones sobre las tendencias y herramientas que son de mayor uso hoy en día para el manejo del campo laboral.
- ✓ Adquirir el equipo necesario para este campo laboral una computadora para diseño, una tabla para dibujar, los programas como: adobe Photoshop, Adobe Ilustrador, Adobe InDesign instalados; entre otras necesidades que tiene que tener un diseñador grafico.
- ✓ El área de comunicaciones tiene que contar por lo menos con dos diseñadores, que se puedan ayudar a la hora de realizar un arte grafico para la institución.
- ✓ Dar a conocer Educación Inicial y Parvularia, a todo el personal docente de las instituciones educativas del país; y no solo como un proyecto mas realizado por el gobierno de El Salvador.

Al diseñador grafico del MINED.

- ✓ Investigar más sobre las tendencias graficas, capacidad de crear buenas ideas creativas, investigar todo lo relacionado a la tecnología.

- ✓ Ir a eventos de diseño, charlas, cursos sobre programas, diplomados, entre otros recursos.
- ✓ Hacer uso de la guía, leerla detenidamente, seguir las recomendaciones que se hacen en ella al final del documento, ya que fue el resultado del proceso investigativo y de esta forma se guíen para realizar campañas creativa internas del área de comunicaciones del MINED.

Al área de comunicaciones.

- ✓ Crear convenios con la universidad de El Salvador para este tipo de proyectos que favorecen a ambas instituciones.
- ✓ Dar el espacio y la oportunidad a lo bachilleres egresados de realizar una pasantilla en su institución; de forma que ellos trabajen de la mano con ustedes a la hora de realizar un proyecto, que los egresados miren la realidad de cómo funciona una oficina, un departamento o una institución.
- ✓ Dar el espacio y el tiempo para atender a los egresados que están trabajando con su institución. O si no dejar un encargado para que los estén atendiendo en cuando a consultas que los jóvenes tengan o que la misma institución tenga para ellos.

A la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador.

- ✓ Crear convenios con las instituciones del país y darles ha conocer los proyectos que se manejan en la Escuela de Artes.

- ✓ Establecer una presentación formal de parte de la Escuela de Artes junto al grupo de egresados para trabajar con la institución asignada.
- ✓ Realizar por lo menos tres visitas a la institución con la que están trabajando los jóvenes egresados para que la institución tome con seriedad el proyecto y cumpla con el cronograma establecido por ambos en relación a reuniones como un respaldo para los estudiantes que en muchos casos dependen del tiempo de las instituciones y se ven atrasados en el cronograma académico de la universidad.
- ✓ Recomendar a la institución donde se realizara el proyecto la necesidad de que los jóvenes tienen que realizar una pasantilla en la institución para realizar el diagnostico que permita establecer las necesidades que se abordaran en el proyecto de investigación.

A los Egresados.

- ✓ Asistencia y puntualidad al seminario de grado, instituciones y asesorías.
- ✓ Formar grupos de acuerdo a la afinidad.
- ✓ Si un alumno denota que no trabaja hablar directamente entre el grupo y aclarar inquietudes antes y explicarlo en grupo al asesor encargado o la directora de los procesos de grado para no caer en ridículo.
- ✓ Ser tolerantes, amables disciplinados en el campo laboral en el cumplimiento de tareas y deberes asignados.

- ✓ Si al principio del proyecto les colocan a un alumno que no rinde y que los mismos en cargados de la institución educativa superior les dice, pueden apelar a que ese alumno no se los impongan en el grupo.
- ✓ Evaluar las posibilidades de trabajar un proyecto cuando hay un cambio de gobierno en el país.
- ✓ Ser responsables, cumplir con sus tareas y deberes.
- ✓ Hacer un cronograma de las actividades a realizar durante la ejecución del proyecto.
- ✓ Dividirse el proyecto, si uno es bueno ilustrando que ilustre, si el otro es bueno diagramando que diagrame y si el otro es bueno redactando ser el encargado de redactar, que cada quien maneja su lado mas fuerte en el diseño y así es como se deberá de trabajar.
- ✓ Se recomienda un solo asesor por grupos; lo de docentes lectores se pueden ocupar para mas grupos que queden de dos personas y también por que es un gasto a la hora de presentar un avance por que se tienen que imprimir dos avances uno para el asesor y otro para el lector y no es muy aceptable.
- ✓ Que los seminarios de grados se cumplan con las fechas asignadas y que los docentes asesores si estarán presentes en ellas, que cumplan con su responsabilidad de asistencia al mismo.

- ✓ Evaluar las posibilidades de trabajar en proyectos con instituciones publicas de El Salvador, cuando hay un cambio de gobierno de por medio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

❖ Tesis

Bejarano,J, Moreno, C, 1995. “Propuesta de un modelo de organización de campañas publicitarias, en las agencias de publicidad del área Metropolitana de San Salvador. Universidad Francisco Gavidia, San Salvador, El Salvador.

❖ Libros

- Ley de Protección al Consumidor (Edición Popular)
- Muñoz, R, (2004). La investigación Científica Paso a Paso. Talleres Gráficos UCA, San Salvador El Salvador: Printed in El Salvador.
- Memoria de Labores 2013/ 2014. Ministerio de Educación.
- Política Nacional de Educación y Desarrollo Integral para la Primera Infancia.

❖ PDF Y Otros.

- Codigo de Etica publicitaria de El Salvador.
http://media.wix.com/ugd/4a24af_24860c369c3d4cd0a285887d8109b666.pdf

- Guías de buenas prácticas de diseño.

http://www.inti.gob.ar/prodiseno/pdf/GBP_completo.pdf

- “Servicio de Contratación de Agencia de Publicidad para el diseño, producción y difusión de campañas de Prevención contra el Estigma y Discriminación”

http://www.salud.gob.sv/archivos/pdf/uaci2012/licitaciones_abiertas/LAabierta162012/LAabierta162012_BASES-sig.pdf

- Estrategia comunicacional del modelo de Educación y desarrollo Integral para la Primera Infancia.
- Lineamientos para campaña de comunicación posicionamiento primera infancia Comité de Comunicaciones. Mesa Técnica Primera Infancia METPI.
- Broschure Escuela Inclusiva. Tiempo Pleno para una Educación de Calidad.
- Broschure Septiembre Mes Cívico MINED.
- Broschure Primeros pasos hacia el éxito. Unidos y Unidas por la Salud Neonatal.
- Folleto: La alimentación, un derecho de toda familia.

❖ **Paginas Web**

- <http://kailepdesign.wordpress.com/2007/12/21/como-hacer-una-campana-publicitaria-paso-a-paso/>
<http://guias.bicgalicia.es/v2/nuevo/asp/individual/plantilla.asp?pagina=QueE>
- <http://www.jotdown.es/2014/02/las-siete-reglas-para-hacer-graficas-excelentes/>
- <http://www.recercat.net/bitstream/handle/2072/217064/1.%20Memoria%20Proyecto.pdf?sequence=1>
- <http://www.transparenciaactiva.gob.sv/el-salvador-presenta-modelo-de-escuela-inclusiva-en-encuentro-regional-sobre-educacion/>
- <http://www.transparenciaactiva.gob.sv/mined-lanza-campana-para-evitar-corrupcion-en-las-escuelas/>
- http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=6482&idArt=5753707
- <http://www.fmln.org.sv/oficial/index.php/noticias-2/notas/3452-los-paquetes-escolares-son-una-gran-inversion-para-construir-un-mejor-futuro-del-pais>
- Prawna, Juan. (2004). Metodología de la investigación de operaciones Vol. Recuperado de:
http://books.google.com.sv/books?id=HnT_F3MCST4C&pg=PA19&lpg=PA19&dq=definicion+de+metodo+de+investigacion+operacional&source=bl&ots=dC4e95hB5G&sig=PBx5o1OIZ7eWBeRu_CxHelbBv0g&hl=es-419&sa=X&ei=LAtnU5faBo7nsATf84GIBQ&ved=0CDIQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20de%20metodo%20de%20investigacion%20operacional&f=false

- Ministerio de Educación. (2013). Modelo pedagógico del sistema educativo nacional. Recuperado de http://www.mined.gob.sv/jdownloads/Institucional/modelo_pedagogico.pdf
- <http://www.revistaencuentros.com/wp-content/uploads/2010/09/REVISTA125.pdf>
- <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/345/1/51%20TESIS%20CRACION%20DE%20UNA%20ESTRATEGIA%20PUBLICITARIA.pdf>
- <http://www.slideshare.net/dchiappetta50/planificacin-de-medios-4484134>
- <http://www.slideshare.net/viahumana/tipos-de-campaa-presentation>.
- <http://publicidadenelsalvador.blogspot.com/>.
- <http://kailepdesign.wordpress.com/2007/12/21/como-hacer-una-campana-publicitaria-paso-a-paso/>
- <http://www.jotdown.es/2014/02/las-siete-reglas-para-hacer-graficas-excelentes/>
- <http://www.recercat.net/bitstream/handle/2072/217064/1.%20Memoria%20Proyecto.pdf?sequence=1>
- <http://guias.bicgalicia.es/v2/nuevo/asp/individual/plantilla.asp?pagina=QueE>

- http://www.ehowenespanol.com/son-medios-impresos-sobre_443431/
- http://www.ehowenespanol.com/son-medios-impresos-sobre_443431/
- <http://www.recercat.net/bitstream/handle/2072/217064/1.%20Memoria%20Proyecto.pdf?sequence=1>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Campa%C3%B1a_publicitaria

ANEXOS

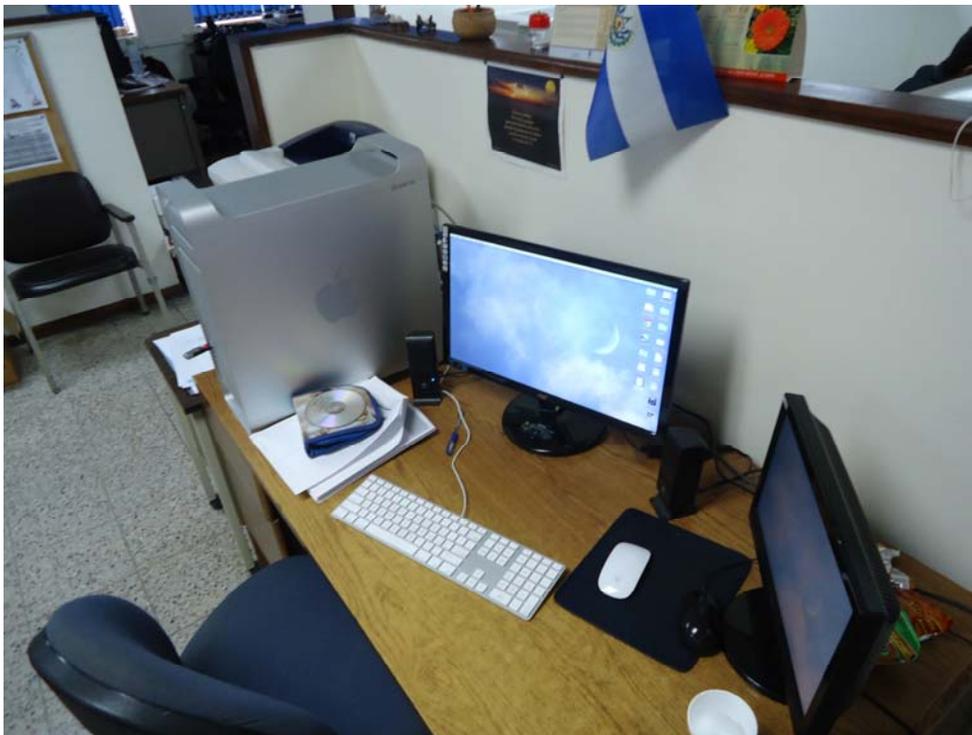
Encuesta realizada al diseñador gráfico del área de comunicaciones del Ministerio de Educación; en el proceso de diagnostico de este trabajo de investigación

Objetivo de la Encuesta: Determinar el manejo estructural del área de diseño gráfico en el área de comunicaciones del Ministerio de Educación.

Esta metodología nos sirvió para saber cómo funciona el área de comunicaciones dentro su prototipo en las diferentes organizaciones con las que trabajan ellos; aparte de está encuesta se realizaron entrevistas para conocer las funciones que desempeñan cada persona que trabaja dentro del área de comunicaciones y saber más afondo que es lo que realizan ellos para el MINED.

Área del diseñador grafico Sr. Mauricio Gómez.

Fotografía 1. Espacio del diseñador gráfico.



Fuente: fotografía tomada por el grupo de investigación, en el área de comunicaciones MINED.

ENCUESTAS REALIZADA AL DISEÑADOR GRÁFICO DEL ÁREA DE COMUNICACIONES MINED.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
TRABAJO DE GRADO

Encuesta de Trabajo de Investigación

Título del proyecto de trabajo de grado: "Creación de guía para la elaboración de campaña gráfica visual de versión popular y su desarrollo en el sector educativo en el departamento de comunicaciones ministerio de educación, El Salvador año 2014"

Objetivo de la encuesta: Determinar el manejo estructural del área de diseño gráfico en el área de comunicaciones del Ministerio de Educación.

Su opinión y sus sugerencias son importantes para nosotros, ya que nos permiten conocer su desarrollo laboral dentro de la institución del MINED, sus necesidades y expectativas con respecto a este proyecto, por lo que le pedimos sea tan amable de contestar cuidadosa y objetivamente las siguientes preguntas.

Fecha 29/04/14

Sexo: Masculino Femenino Edad: 50 años

Profesión: Técnico en Diseño Gráfico Licenciatura en Diseño Gráfico u otro
especifique: _____

Cargo actual que desempeña: Técnico IV

Tiempo de laborar en la institución:

1 año 3 años 5 años u otros años especifique: 20 años

ITENS

1- ¿Usted como diseñador gráfico, maneja todos los programas completos de adobe? Sí no

¿Por que? Varios fuimos capacitado porque aquí se desarrollan proyectos que involucran Diseño y Diagramación de Folletos, Libros y mas

2- ¿Qué programa utiliza usted al momento de diseñar, "X" proyecto de diseño gráfico?
Eso depende del Proyecto, ¡ In Design

¿Por que utiliza ese programa? In Design nos proporciona herramientas tanto para diagramación como diseño.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

3- ¿Qué programa(s) y que proyectos de diseños utilizas en adobe con más frecuencia al diseñar?

Se utiliza con mayor frecuencia:
Photoshop, In Design e Illustrator
para crear Memorias de Labores,
Calendarios Escolares, etc.

4- ¿Usted, cuenta con el equipo necesario por parte de la institución a la que le elabora como: una computadora, programas de adobe, tabla digital para diseño gráfico, para desempeñar su trabajo laboral como diseñador?

Sí No

¿Por qué? Actualmente el MINED se esta
preocupando por adquirir equipo
de muy buena calidad.

5- ¿Que trabajos de diseño gráfico realiza usted para la institución? Anualmente
creamos un Folleto de aproximadamente
100 paginas que llamamos Memoria de Labores

6- ¿Ha realizado campañas gráficas visuales para la institución que elabora?

Sí No si su respuesta es (SI) mencione cuales:

Si su respuesta es (NO) por qué:

Las campañas gráficas visuales las elabora
una publicidad privada en conjunto
con nosotros ya que no tenemos todo el equipo
necesario

7- ¿conoce los diferentes tipos de campañas gráficas y su función? Sí No

¿Cuales? Si MINED tienen campañas gráficas
como la Memoria de Labores y el
calendario escolar donde se involucra
distintas áreas de Ministerio

8- ¿Qué habilidades cree que un diseñador gráfico debe poseer?

Primera mente,
debe estar capacitado en programas de
Diseño y Diagramación y tener conocimientos
de colores, combinación y estructuras de Formas y
Arte.

9- ¿Ha obtenido capacitaciones adecuadas para el área de trabajo dentro de la institución si su respuesta es (SI) cómo cuales?

Sí No

Fui capacitado en la suite
de Adobe

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

10- El área de comunicaciones cuenta con un departamento o área de diseño gráfico
¿Cómo se reparten un determinado proyecto de diseño? Si contamos
con un departamento de Publicidad y los
proyectos de diseño se reparte entre los
tres miembros que conformamos el Depto.

11- ¿Cree que es necesario para la institución que se cuente con un grupo creativo, para facilitar un mejor desarrollo en el área de comunicaciones? Si No
¿Por qué? En nuestro caso el grupo creativo
conta de 3 miembros, los cuales tomamos
los proyectos y los analizamos para luego
ser repartidos entre los miembros del equipo.

COMENTARIOS Y SUGERENCIAS: El MINEO necesita
capacitar más a su personal y adquirir
mejor y mayor cantidad de equipo
para poder ejecutar los proyectos gráficos
al 100%.

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

Estudiantes en proceso de grado
Para optar al grado de:
Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico

Encuesta realizada a docentes de diferentes instituciones del país, para cuestionarles si ellos conocían sobre el programa “Educación y Inicial y Parvularia”; y que les parecía la estructura gráfica ilustrativa.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

02

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer sobre diferentes aspectos importantes de Educación Inicial; identificar los elementos claves que garanticen un modelo gráfico ilustrativo que se pueda entender en los diferentes contenidos de materiales impresos de programas de Educación.

Fecha 18/08/14 Nombre de la Institución Centro Escolar Nicolás J. Braun

Cargo: Profesora de Educ. Parv. sección "A"

Orientación: Marque con una "x" en la casilla que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.

ITENS

1. Ha escuchado sobre el tema " Educación Inicial?"

Sí No ¿Por qué no?

A- Por que la institución no conoce del programa.

B- Por que no tuvo tiempo de asistir a la capacitación.

C- Otras: _____

2. ¿De dónde conoce usted el programa Educación Inicial?

A- Por la Institución a la cuál trabaja.

B- Por medio de una capacitación del MINED.

C- Se entero por medio de otra Institución Educativa.

D- Otra: _____

3. ¿Qué es Educación Inicial?

Las niñas y los niños de la primera infancia son seres biológicos en continuo desarrollo, seres sociales y culturales por su origen que se vuelven individuales a partir de la apropiación de las experiencias aportadas por su medio.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

4. ¿Cuál es su opinión personal acerca de Educación Inicial?

*El programa este interesante, pero
diben dar más capacitaciones para
estar mejor informado.*

5. ¿Qué le parecen las Ilustraciones (dibujos) en los diferentes materiales de los contenidos de Educación Inicial?

- A- Aburridos
B- Atractivos
C- Comprensibles
D- No los he visto

6. ¿Cree que deberían mejorarse las ilustraciones (dibujos) de los diferentes contenidos de libros (como Matemáticas, Sociales etc.) a nivel general en educación (maternal, primaria, básica y bachillerato)

Sí No ¿Por qué? *para mí*

están bien.

7. ¿Cómo evalúa usted el diseño, diagramación e ilustración de libros y carpetas educativas, para el desarrollo de la Educación Salvadoreña?

muy bueno

Del 1 al 10 qué nota le pondría en general a los materiales *10* y ¿Por qué?

*los libros y dibujos están
bonitos.*

8. Si, se sabe que "Educación Inicial" implementado desde 2013; es un programa donde los actores claves son el modelo educación y el desarrollo integral infantil y sabiendo que es una estrategia monitoreada y además una atención a nivel nacional y local. ¿Cree que es necesario que estas carpetas educativas tengan un cambio gráfico en todo el contenido?

Sí No ¿Por qué? *por que la información*

esta adecuada a cada edad.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

9. ¿De estas ilustraciones cuál le llama la atención según el tipo de dibujo y por qué?



A) La B porque el dibujo es más grande y está más claro.

10. ¿Es mejor que un simple dibujo, entendible, creativo, educativo, lo diga todo que una palabra o frase? Si No ¿Por qué?

en educación inicial y particular los niños aprenden más a través de ilustraciones.

11. ¿Qué le parece si "Educación Inicial" se realizara en versión POPULAR y con este tipo de ilustraciones?



si me parece este tipo de ilustraciones.

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

Estudiantes en proceso de grado
Para optar al grado de:
Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

07

TRABAJO DE GRADO

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer sobre diferentes aspectos importantes de Educación Inicial; identificar los elementos claves que garanticen un modelo gráfico ilustrativo que se pueda entender en los diferentes contenidos de materiales impresos de programas de Educación.

Fecha 190814 Nombre de la Institución C.E.F. flont

Cargo: Docente sección A

Orientación: Marqué con una “x” en la casilla que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.

ITENS

1. Ha escuchado sobre el tema” Educación Inicial?

Si No ¿Por qué no?

A- Por que la institución no conoce del programa.

B- Por que no tuvo tiempo de asistir a la capacitación.

C- Otras: _____

2. ¿De dónde conoce usted el programa Educación Inicial?

A- Por la Institución a la cuál trabaja.

B- Por medio de una capacitación del MINED.

C- Se entero por medio de otra Institución Educativa.

D- Otra: noticia

3. ¿Qué es Educación Inicial?

es la que inicia desde el instante de la concepción del niño hasta que cumpla los cuatro años

07

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

4. ¿Cuál es su opinión personal acerca de Educación Inicial?

Es importante por que favorece el desarrollo integral del niño dando una atención adecuada y oportuna de la familia, la escuela y las instituciones involucradas

5. ¿Qué le parecen las ilustraciones (dibujos) en los diferentes materiales de los contenidos de Educación Inicial?

- A- Aburridos
B- Atractivos
C- Comprensibles
D- No los he visto

6. ¿Cree que deberían mejorarse las ilustraciones (dibujos) de los diferentes contenidos de libros (como Matemáticas, Sociales etc.) a nivel general en educación (maternal, primaria, básica y bachillerato)?

Si No ¿Por qué? *para que sea mas ludico*

7. ¿Como evalúa usted el diseño, diagramación e ilustración de libros y carpetas educativas, para el desarrollo de la Educación Salvadoreña?

Hay algunas cosas que son buenas pero se pueden mejorar

Del 1 al 10 qué nota le pondría en general a los materiales _____ y ¿Por qué?
un 8 a los materiales de trabajo que daban

8. Si se sabe que "Educación Inicial" implementado desde 2013, es un programa donde los actores claves son el modelo educación y el desarrollo integral infantil y sabiendo que es una estrategia monitoreada y además una atención a nivel nacional y local. ¿Cree que es necesario que estas carpetas educativas tengan un cambio gráfico en todo el contenido?

Si No ¿Por qué? *para facilitar el trabajo al docente*

02

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
TRABAJO DE GRADO

9. ¿De estas ilustraciones cuál le llama la atención según el tipo de dibujo y por qué?



A) explosara la atención del niño desde la composición

10. ¿Es mejor que un simple dibujo, entendible, creativo, educativo, lo diga todo que una palabra o frase? Si No ¿Por qué? explosamos la expresión mediante su composición

11. ¿Qué le parece si "Educación Inicial" se realizara en versión POPULAR y con este tipo de ilustraciones?



me es indiferente

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

Estudiantes en proceso de grado
Para optar al grado de:
Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
TRABAJO DE GRADO

07-2

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer sobre diferentes aspectos importantes de Educación Inicial; identificar los elementos claves que garanticen un modelo gráfico ilustrativo que se pueda entender en los diferentes contenidos de materiales impresos de programas de Educación.

Fecha 15-01-14 Nombre de la Institución C.E. "Fernando Flores"

Cargo: Directora sección _____

Orientación: Marque con una "x" en la casilla que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le está pidiendo.

ÍTEMES

1. Ha escuchado sobre el tema " Educación Inicial? Sí No ¿Por qué no?
A. Por que la institución no conoce del programa.
B. Por que no tuvo tiempo de asistir a la capacitación.
C. Otras: _____

2. ¿De dónde conoce usted el programa Educación Inicial?
A. Por la institución a la cuál trabaja.
B. Por medio de una capacitación del MINED.
C. Se entero por medio de otra Institución Educativa.
D. Otras: _____

3. ¿Qué es Educación Inicial?
Consiste en dar atención al niño por donde el venia primero con sus padres, en todo las áreas, Cognitiva, Auditiva, etc.

07-2

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

4. ¿Cuál es su opinión personal acerca de Educación Inicial?

Considero que se le da gran importancia por que se aborda desde la edad temprana al como es el momento del aprendizaje por fortalecer y desarrollar habilidades desde tempranamente así como también se le da mayor énfasis en fortalecer que el dificultad a aprender

5. ¿Qué le parecen las Ilustraciones (dibujos) en los diferentes materiales de los contenidos de Educación Inicial?

- A- Aburridos
B- Atractivos
C- Comprensibles
D- No los he visto

6. ¿Cree que deberían mejorarse las ilustraciones (dibujos) de los diferentes contenidos de libros (como Matemáticas, Sociales etc.) a nivel general en educación (maternal, primaria, básica y bachillerato)?

Si No ¿Por qué? actualizándolo a los tiempos de los niños a su realidad actual y acorde a la vida en curso y en función de sus necesidades y aspiraciones.

7. ¿Cómo evalúa usted el diseño, diagramación e ilustración de libros y carpetas educativas, para el desarrollo de la Educación Salvadoreña?

potente, atractivo pero deben ser actualizados con ideas innovadoras como por ejemplo, mapas, para complementar y juego del 1 al 10 que nota le pondría en general a los materiales 7 y ¿Por qué? por su buena general mente pero ha pasado mucho tiempo en uso deben renovarse cada cinco o seis años.

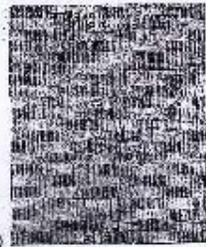
8. Si, se sabe que "Educación Inicial" implementado desde 2013; es un programa donde los actores claves son el modelo educación y el desarrollo integral infantil y sabiendo que es una estrategia monitoreada y además una atención a nivel nacional y local. ¿Cree que es necesario que estas carpetas educativas tengan un cambio gráfico en todo el contenido?

Si No ¿Por qué? Considero que tienen que estar cambiando para ir mejor con elementos de total - nivel - materias, y de la familia.

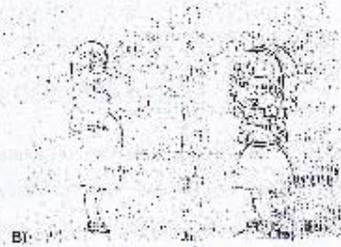
07-2

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
TRABAJO DE GRADO

9. De estas ilustraciones cuál le llama la atención según el tipo de dibujo y por qué?



A)



B)

Atira B. porque es sencillo y tiene un mensaje claro y bonito.

10. ¿Es mejor que un simple dibujo, entendible, creativo, educativo, lo diga todo que una palabra o frase? Si No ¿Por qué? una imagen dice más que mil palabras y debe ser agradable de observar.

11. ¿Qué le parece si "Educación Inicial" se realizara en versión POPULAR y con este tipo de ilustraciones?



Convidos que el alumno (niño) si esta adecuado a nuestro nivel salvadoreño, pero se vea paese japonés de anime que son de japonés

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

Estudiantes en proceso de grado
Para optar al grado de:
Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
TRABAJO DE GRADO

03

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer sobre diferentes aspectos importantes de Educación Inicial; identificar los elementos claves que garanticen un modelo gráfico ilustrativo que se pueda entender en los diferentes contenidos de materiales impresos de programas de Educación.

Fecha _____ Nombre de la Institución Centro Escolar Republica Ecuador

Cargo: _____ sección _____

Orientación: Marque con una "x" en la casilla que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.

ITENS

1. Ha escuchado sobre el tema " Educación Inicial?"

Si No ¿Por qué no?

- A- Por que la institución no conoce del programa.
B- Por que no tuvo tiempo de asistir a la capacitación.
C- Otras: no se le da publicidad

2. ¿De dónde conoce usted el programa Educación Inicial?

- A- Por la Institución a la cuál trabaja.
B- Por medio de una capacitación del MINED.
C- Se entero por medio de otra Institución Educativa.
D- Otra: No lo he escuchado, este interesante

3. ¿Qué es Educación Inicial?

no se ha dado, al menos lo estoy conociendo

4. ¿Cuál es su opinión personal acerca de Educación Inicial?

Se ve interesante, no es un minativo, quien lo realizan alla capacidad, esfuerzo y alguna habilidad, sin prejuicio, amabilidad para que los resultados finales sean hombre y mujeres de bien para familias y sociedad.

03

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

¿Qué le parecen las ilustraciones (dibujos) en los diferentes materiales de los contenidos de Educación Inicial?

- A- Aburridos
- B- Atractivos
- C- Comprensibles
- D- No los he visto

(Es como lo presentan al maestro como se muestra) Buena demostración del maestro para el niño o niña.

5. ¿Cree que deberían mejorarse las ilustraciones (dibujos) de los diferentes contenidos de libros (como Matemáticas, Sociales etc.) a nivel general en educación (maternal, primaria, básica y bachillerato)?

Si No ¿Por qué?

Debe mejorar la atención.

6. ¿Cómo evalúa usted el diseño, diagramación e ilustración de libros y carpetas educativas, para el desarrollo de la Educación Salvadoreña?

basico

Del 1 al 10 qué nota le pondría en general a los materiales y ¿Por qué?

7. Si se sabe que "Educación Inicial" implementado desde 2013; es un programa donde los actores claves son el modelo educación y el desarrollo integral infantil y sabiendo que es una estrategia monitoreada y además una atención a nivel nacional y local. ¿Cree que es necesario que estas carpetas educativas tengan un cambio gráfico en todo el contenido?

Si No ¿Por qué?

8. ¿De estas ilustraciones cuál le llama la atención según el tipo de dibujo y por qué?



(B)

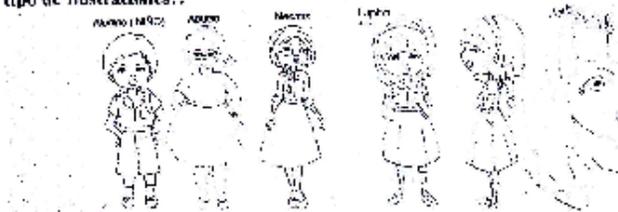


UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

9. ¿Es mejor que un simple dibujo, entendible, creativo, educativo, lo diga todo que una palabra o frase? Si No ¿Por qué? no todos los niños comprenden de la misma manera. unas copian & reproducen aducional.

10. ¿Qué le parece si "Educación Inicial" se realizara en versión POPULAR y con este tipo de ilustraciones?



Si, más apegados a las figuras de un hombre y los niños dibujados los mismos de un libro de inglés pero y así seguirán dibujando.

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

Estudiantes en proceso de grado
Para optar al grado de:
Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico

08



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
TRABAJO DE GRADO

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer sobre diferentes aspectos importantes de Educación Inicial: identificar los elementos claves que garanticen un modelo gráfico ilustrativo que se pueda entender en los diferentes contenidos de materiales impresos de programas de Educación.

Fecha: 21/08/2014 Nombre de la Institución: Escuela de Educación Parvularia

Cargo: A.T.P.I. sección Via Familiar Comunitaria

Orientación: Marque con una "x" en la casilla que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le está pidiendo.

ÍTEMES

1. Ha escuchado sobre el tema " Educación Inicial?"

Si No Por qué no?

- A- Por que la institución no conoce del programa.
- B- Por que no tuvo tiempo de asistir a la capacitación.
- C- Otras: _____

2. ¿De dónde conoce usted el programa Educación Inicial?

- A- Por la Institución a la cuál trabaja.
- B- Por medio de una capacitación del MINED.
- C- Se entero por medio de otra Institución Educativa.
- D- Otra: _____

3. ¿Qué es Educación Inicial?

Es aquella que es impartida
a los niños y las niñas desde
que esta en el vientre materno

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

4. ¿Cuál es su opinión personal acerca de Educación Inicial?

Es un proyecto innovador que como todos los proyectos tiene fortalezas y debilidades, pero es un proyecto que debería de quedarse ya que se ve que las familias aprenden o más bien fortalecen sus prácticas de crianza en sus hogares.

¿Qué le parecen las Ilustraciones (dibujos) en los diferentes materiales de los contenidos de Educación Inicial?

- A- Aburridos
B- Atractivos
C- Comprensibles
D- No los he visto

5. ¿Cree que deberían mejorarse las ilustraciones (dibujos) de los diferentes contenidos de libros (como Matemáticas, Sociales etc.) a nivel general en educación (maternal, primaria, básica y bachillerato)?

Si No Por qué: Acordes a las edades a veces, a veces no, por lo que el docente o la docente lo toma a consideración.

6. ¿Como evalúa usted el diseño, diagramación e ilustración de libros y carpetas educativas, para el desarrollo de la Educación Salvadoreña?

muchas veces, no acordes a nuestra realidad sino que a la realidad de otros países.

Del 1 al 10 qué nota le pondría en general a los materiales y ¿Por qué?

8- porque a veces son que están familiarizados con nuestra realidad.

7. Si se sabe que "Educación Inicial" implementado desde 2013; es un programa donde los actores claves son el modelo educación y el desarrollo integral infantil y sabiendo que es una estrategia monitoreada y además una atención a nivel nacional y local. ¿Cree que es necesario que estas carpetas educativas tengan un cambio gráfico en todo el contenido?

Si No ¿Por qué?

Siempre es necesario porque así con día las realidades van cambiando.

08

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

8. ¿De estas ilustraciones cuál le llama la atención según el tipo de dibujo y por qué?



El A) porque esta una familia

9. ¿Es mejor que un simple dibujo, entendible, creativo, educativo, lo diga todo que una palabra o frase? Si No Sí ¿por qué?

Siempre es necesario las frases o palabras porque un dibujo se presta a variadas interpretaciones.

10. ¿Qué le parece si "Educación Inicial" se realizara en versión POPULAR y con este tipo de ilustraciones?



No se entiende la pregunta porque para mí esta es la versión popular.

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

Estudiantes en proceso de grado
Para optar al grado de:
Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

04

TRABAJO DE GRADO

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer sobre diferentes aspectos importantes de Educación Inicial; identificar los elementos claves que garanticen un modelo gráfico ilustrativo que se pueda entender en los diferentes contenidos de materiales impresos de programas de Educación.

Fecha _____ Nombre de la Institución centro Escolar San Bartolo.

Cargo: _____ sección _____

Orientación: Marqué con una "x" en la casilla que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.

ITENS

1. **Ha escuchado sobre el tema" Educación Inicial?**

Si No ¿Por qué no?

A- Por que la institución no conoce del programa.

B- Por que no tuvo tiempo de asistir a la capacitación.

C- Otras: _____

2. **¿De dónde conoce usted el programa Educación Inicial?**

A- Por la Institución a la cuál trabaja.

B- Por medio de una capacitación del MINED.

C- Se entero por medio de otra Institución Educativa.

D- Otra: por medio de amistades.

3. **¿Qué es Educación Inicial?**

no se ha profundidad sobre el tema

4. **¿Cuál es su opinión personal acerca de Educación Inicial?**

Seria ideal que ese plan se implementara.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
TRABAJO DE GRADO

04

¿Qué le parecen las Ilustraciones (dibujos) en los diferentes materiales de los contenidos de Educación Inicial?

- A- Aburridos
- B- Atractivos
- C- Comprensibles
- D- No los he visto

5. ¿Cree que deberían mejorarse las ilustraciones (dibujos) de los diferentes contenidos de libros (como Matemáticas, Sociales etc.) a nivel general en educación (maternal, primaria, básica y bachillerato)

Si No ¿Por qué? conservan los mismos graficos de hace muchos años atrás y se deberían actualizar

6. ¿Como evalúa usted el diseño, diagramación e ilustración de libros y carpetas educativas, para el desarrollo de la Educación Salvadoreña?

Aburrida

Del 1 al 10 qué nota le pondría en general a los materiales 6 y ¿Por qué?

7. Si se sabe que "Educación Inicial" implementado desde 2013; es un programa donde los actores claves son el modelo educación y el desarrollo integral infantil y sabiendo que es una estrategia monitoreada y además una atención a nivel nacional y local. ¿Cree que es necesario que estas carpetas educativas tengan un cambio gráfico en todo el contenido?

Si No ¿Por qué? que sea mas comprensible

8. ¿De estas ilustraciones cuál le llama la atención según el tipo de dibujo y por qué?

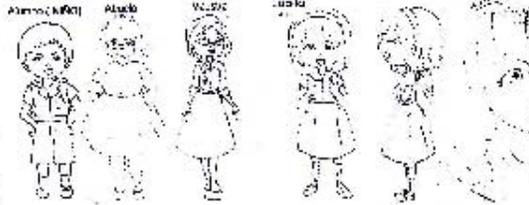


UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
TRABAJO DE GRADO

04

9. ¿Es mejor que un simple dibujo, entendible, creativo, educativo, lo diga todo que una palabra o frase? Si No ¿Por qué? Es que si se habla de educación a menores resulta mas facil su comprension

10. ¿Qué le parece si "Educación Inicial" se realizara en versión POPULAR y con este tipo de ilustraciones?



muy bueno

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

Estudiantes en proceso de grado
Para optar al grado de:
Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico

Entrevista realizada ha tres Ilustradores de tres empresas privadas de el país, concedoras del diseño gráfico.

Objetivo: conocer sus puntos de vistas acerca de la importancia que tienen la ilustración y el diseño con respecto a proyectos o trabajos de campañas publicitarias que contemplan las áreas de comunicaciones de instituciones involucradas en este rublo.

Empresas

- EL DIARIO DE HOY
- A&R Latitudes
- Grupo IGS

Cuadro consolidado de las respuestas de los tres diseñadores de las empresas cuestionadas.

ITENS	Diario de Hoy/ A&R latitudes/ Grupo IGS
1. Según usted, ¿cuales son elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña gráfica?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Imagen / marca. ❖ Jugar con formas geométricas.
2. ¿Considera que las ilustraciones son necesarias para una campaña de tipo popular? Si _____ No _____ ¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si es importante/ Por el lenguaje que se pueden dar ha desarrollar en cada una de la ilustraciones para un publico objetivo que pueda dominar y captar el mensaje a través de una imagen.
3. ¿Qué tan importante es la	

<p><i>ilustración a la hora de un proyecto de campaña gráfica?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Muy importante; por que la imagen es la que vende, es la receptora del mensaje, es la base principal del eje de una campaña publicitaria.
<p><i>4. ¿Usted como diseñador gráfico, que tipo de ilustraciones cree que son las adecuadas para realizar campañas de tipo popular para el ministerio de educación?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Acopladas a lineamientos culturales del país. ❖ Pueden ser de manera cómica/ sin burla y sin discriminación. ❖ Ilustraciones simples acopladas a cada nivel educativo / tanto infantiles como juveniles.
<p><i>5. ¿Ha visto alguna vez las ilustraciones que muestran los diferentes Ministerios del país le parecen atractivas o cree que necesitan mejorar?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Se necesitan mejorar por que son las que llevan el mensaje implícito a los diferentes programas educativos dirigidos a jóvenes, padres de familia y profesores.
<p><i>6. Según su experiencia, y desarrollo en el área de diseño ¿Cómo tiene que ser el tipo de ilustración para el ámbito educativo?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Simples. ❖ Llamativas. ❖ Que contengan colores llamativos. ❖ Cómicas, sin saltar la barrera de la burla.

HALLAZGOS

- ✚ Hemos encontrado que la identificación de los lectores mediante un proceso creativo de tipo ilustrativo se da mediante el reconocimiento de personajes encontrando así que es lo principal, lo fundamental y lo esencial en un tipo de campaña gráfica visual y más en una tipo versión popular.
- ✚ Se ha encontrado que las ilustraciones se encuentran desfasadas desde muchos años atrás y se considera que se debería innovar toda el área gráfica con nuevas ilustraciones de acuerdo a cada tipo de población, niños, jóvenes y adultos y que a su vez sean fácil de entender.
- ✚ Hemos encontrado que la parte creativa dentro de una campaña, es la base para la misma campaña, porque, por simple razonamiento que se trata de la cara o la imagen publicitaria de toda la campaña

Encuesta 01. Empresa El Diario de Hoy.

Encuesta 02. A & R Latitudes.

Encuesta 03. Grupo IGS.

Objetivo: Conocer cuáles son los elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña gráfica para el Ministerio de Educación.

Encuesta 01. Empresa El Diario de Hoy.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

Diseñador

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer cuáles son los elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña grafica para el Ministerio de Educación.

Fecha: Sábado 4 Septiembre __ Nombre de la Empresa: _El Diario de Hoy

Cargo: Diseñador Ilustrador

Orientación: Marqué con una "x" en la que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.

ITENS

1. Según usted, cuales son elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña gráfica?

Identificación con el elemento. Citando el ejemplo de CocaCola. Buscando el nombre de uno mismo, se incrementaron las ventas.

2. ¿Considera que las ilustraciones son necesarias para una campaña de tipo popular?
Si X No _____ ¿Por qué? _____

Por eso se dice "Popular" enfocado a personas que no mantiene un conocimiento académicamente amplio y le es mas fácil comprender una ilustración que leer todo un párrafo.

3. ¿Qué tan importante es la ilustración a la hora de un proyecto de campaña gráfica?

Muy importante por que de esa manera se expone la idea que se pretende plasmar en la campaña, por eso es "Grafica" por que son las imágenes las que dan toda la información sin necesidad de una explicación verbal o texto.

4. ¿Usted como diseñador gráfico, que tipo de ilustraciones cree que son las adecuadas para realizar campañas de tipo popular para el ministerio de educación?

Deben ser acopladas a los lineamientos culturales del país, la mejor manera es analizando a las personas de las que se retomaran como ejemplo para dar paso a las ilustraciones, considero que nuestro ambiente socio-cultural debe de plasmarse de manera comica sin burla ni discriminación.

5. ¿Ha visto alguna vez las ilustraciones que muestran los diferentes Ministerios del país le parecen atractivas o cree que necesitan mejorar?

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

Generalmente las ilustraciones no son muy detalladas, por que buscan informar sobre algo, y simplemente se expone un personaje haciendo la acción, si se pueden hacer mas detalladas seria magnifico.

6. Según su experiencia, y desarrollo en el área de diseño ¿Cómo tiene que ser el tipo de ilustración para el ámbito educativo?

Si es para niños debe ser con ilustraciones graciosas, colores vivos y figuras muy dinámicas, para capturar la atención de los lectores.

Si es para material didáctico deben ser siempre cómicas pero sin saltarse la barrera de la burla al exponer figuras como ancianos o regordetes.

Ilustraciones lineales, claras y caricaturescas.

Departante,

Muchas Gracias!!

Encuesta 02. A & R Latitudes.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

Diseñador
02

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer cuáles son los elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña gráfica para el Ministerio de Educación.

Fecha: Fecha: 30/9/14 **Nombre de la Empresa:** a&r latitudes

Cargo: diseñadora e ilustradora

Orientación: Marque con una "x" en la que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le está pidiendo.

ITENS

- Según usted, cuáles son elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña gráfica?**
una buena imagen, ya sea fotografía, ilustración a mano o digital. Clara y concisa, que atraiga al espectador.
- ¿Considera que las ilustraciones son necesarias para una campaña de tipo popular?**
Si x No _____ **¿Por qué?**, ya que si va dirigida a un público variado es mejor y mucho más fácil de entender o comprender por medio de una ilustración llamativa. Además si bien sabemos hay un cierto porcentaje de la población que no sabe leer y por medio de las imágenes tienden a comprender el mensaje.
- ¿Qué tan importante es la ilustración a la hora de un proyecto de campaña gráfica?**
En cierta forma es importante ya que ayuda a dar mayor fuerza al mensaje que se quiera enviar. Aunque esto depende de la campaña, ya que unas van bien sin la necesidad de imagen.
- ¿Usted como diseñador gráfico, que tipo de ilustraciones cree que son las adecuadas para realizar campañas de tipo popular para el ministerio de educación?**
Ilustraciones que sean fáciles de reconocer. Que representen al pueblo. Tal vez un tanto infantiles si es para un sector de 1 a 2 ciclo. De 3 ciclo a bachillerato podría ser un tanto más juvenil puesto que atraería a este sector en particular (los jóvenes o adolescentes.)
- ¿Ha visto alguna vez las ilustraciones que muestran los diferentes Ministerios del país le parecen atractivas o cree que necesitan mejorar?**
La mayoría de ilustraciones se han venido utilizando desde hace ya varios años y tienden a ser aburridas para los jóvenes. A si que si, considero que sería bueno innovar el estilo de ilustración a uno que se adapte un poco más a la época y necesidades de la juventud actual.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**

TRABAJO DE GRADO

6. Según su experiencia, y desarrollo en el área de diseño ¿Cómo tiene que ser el tipo de ilustración para el ámbito educativo?

pues ilustración muy representativa. Fácil de entender. Que no fuese tan compleja, sencilla pero atractiva a los jvenes

Muchas Gracias!!

Encuesta 03. Grupo IGS.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

Diseñador

03

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer cuáles son los elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña gráfica para el Ministerio de Educación.
Fecha: 29 sep 2014 **Nombre de la Empresa:** Grupo IGS

Cargo: Diseñadora Gráfica

Orientación: Marque con una "x" en la que fuese su respuesta y contexto según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.

ITENS

1. Según usted, cuales son elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña gráfica?

colores vivos, formas simples como geométricas, coherencia en la secuencia de las ilustraciones (si estas son varias

2. ¿Considera que las ilustraciones son necesarias para una campaña de tipo popular?
Si X No _____ ¿Por qué?

Para que todo tipo de publico entienda el mensaje y sea mas fácil de recordar.

3. ¿Qué tan importante es la ilustración a la hora de un proyecto de campaña gráfica? Es importante si es importante PERO depende para quien ira dirigido el mensaje si es para niños es mucho mejor usar ilustraciones

4. ¿Usted como diseñador gráfico, que tipo de ilustraciones cree que son las adecuadas para realizar campañas de tipo popular para el ministerio de educación?

ilustraciones simples

5. ¿Ha visto alguna vez las ilustraciones que muestran los diferentes Ministerios del país le parecen atractivas o cree que necesitan mejorar?
No he visto ninguna campaña de los ministerios que sea con ilustraciones

Me parecen buenas, sin embargo, puedan aprovecharse otro tipo de ilustraciones.

6. Según su experiencia, y desarrollo en el área de diseño ¿Cómo tiene que ser el tipo de ilustración para el ámbito educativo? Simple, breve, explicito

Muchas Gracias!!

PUBLICIDAD, DISEÑO Y MARKETING

Las preguntas que se muestran a continuación se formulo para una entrevista directa para el docente de la cátedra de la escuela de artes Lic. Juan Francia, con el propósito de conocer la opinión del experto en Mercadología y marketing en el área de campañas publicitarias. La Investigación en esta parte fue importante por que se conoció la opinión acerca de que si una guía es muy factible y apropiada como herramienta para el campo laboral de campañas para un diseñador gráfico; y cual postura tendría que tener un diseñador gráfico como perfil profesional.

Objetivo: Conocer si la creación de una guía metodológica para el diseño de campañas gráficas visuales aportaría las bases de conocimiento para el desarrollo del área de comunicaciones del Ministerio de Educación, MINED.

Cuadro consolidado de respuestas.

<i>1-Según usted y su experiencia ¿Qué habilidades debe poseer un diseñador grafico?</i>	<ul style="list-style-type: none">*Conocimiento.*Comunicación.*Capacidad para conectar con las personas.*Conceptos traducirlos a ideas creativas.*Mejorar las marcas.*Fortalecer habilidades de comunicación.*Entender prioridades del negocio.*Capacidad de plantear problemas.*Entender problemas del negocio.
---	--

	<p>*Investigar / Comprender problemas del negocio.</p> <p>*Sobresalir / Empática / Conectarse / Escuchar a una persona. Y todo esto para entender las preocupaciones de una persona.</p>
<p><i>2-¿Considera que la creación de una guía metodológica, para el desarrollo de campañas gráficas visuales, aportaría en el desarrollo de las mismas a la hora de la ejecución?</i></p>	<p>Si, por que si las personas no han tenido formación en comunicación de mercadotecnia, particularmente publicidad, cada quien la ejecutara según cada punto de vista. Y lo interesante de está guía es que pudiera utilizarse para la creación de un estándar de ejecución creativa.</p>
<p><i>3-¿Usted como publicista o alguna vez ha contado con una guía metodológica en su campo laboral? Para la ejecución de un proyecto.</i></p>	<p>No, por que es un lema de cómo “yo” hago el trabajo ya que se contrata una agencia la cual tiene su método. Por que en las empresas multinacional ya tienen los lineamientos completos.” Esto necesito que hagas”.</p>
<p><i>4-¿Consideras necesario que en su empresa el área gráfica creativa cuente con guías metodológicas para la ejecución de proyectos?</i></p>	<p>Si por que los lineamientos son muy importantes y vienen a abonar al diseñador gráfico</p>

5-¿Cuál ha sido el método utilizado para el desarrollo o ejecución de campañas publicitarias gráficas visuales?	Compañía multinaciones ellos dan las guías. Estándares propios de industria. Mensajes de las marcas. Ya están la línea gráfica.
6-¿Qué es lo primero en realizar a la hora de un proyecto de una campaña gráfica visual?	Planeación tener claro objetivos que se van alcanzar con la campaña, predecir el resultado/Tener presupuesto y segundo el concepto creativo , la idea con la que se basa importante en toda campaña.
7-¿Qué tan importante es la ilustración a la hora de un proyecto de campaña gráfica?	Es importante, por que permite conectar con la audiencia meta en el lenguaje apropiado y el lenguaje que ellos pretenden entender. Facilitan asimilación con la imagen.
8-Según su experiencia, y desarrollo en el área de diseño ¿Cómo tiene que ser el tipo de ilustración para el ámbito educativo?	Fácil para absorber fácilmente para su Identificación, refrescar y generar atención.

Hallazgos

- ✚ Se encuentra que la efectividad es la base de la publicidad para el diseñador gráfico, que tiene que poseer una capacidad de interpretación y análisis creativa para lograr el desarrollo de una exitosa campaña publicitaria, con un excelente mensaje de transmisión.
- ✚ Hemos encontrado que el diseñador gráfico tiene que poseer los lineamientos necesarios de comunicación dentro de la publicidad, para poder manejar los desafíos y cuestiones externas culturales que es la base principal de este medio, de interactuar con el público meta.
- ✚ Se ha encontrado que los desafíos están en las destrezas de cómo manejar y plantear una exitosa campaña publicitaria y se debe a la búsqueda de el medio de comunicación, el lenguaje apropiado, la imagen o fotografía; producto de esa idea que se busca a través del proceso creativo para una exitosa campaña.
- ✚ Hemos encontrado la coherencia; conexión con el hacer, el pensar y el decir de las cosas. **El hacer** (la creatividad) **el pensar** (medios de comunicación) y **el decir** (mensajes/ símbolos).

Entrevista clave para conocer si una guía es la recomendable para un diseñador gráfico.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
TRABAJO DE GRADO

Publicista / Mercadólogo
lic. Juan Francis.

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer si la creación de una guía metodológica para el diseño de campañas graficas visuales aportaría las bases de conocimiento para el desarrollo del área de comunicaciones del Ministerio de Educación, MINED.

Fecha: _____ Nombre de la Empresa: _____

Cargo: _____

Orientación: Marque con una “x” en la que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.

ITENS

1. Según usted y su experiencia ¿Qué habilidades debe poseer un diseñador grafico?
Para conocer
Preocupación:
conocimiento. comunicación capacidad conectar con personas
traducir en conceptos creativos. Mejorar Marca.
fortalecer habilidad comunicación. Entender prioridades negocio.
capacidad de plantear. Entender problemas de negocio.
investigar comprender. Sobresalir. empatia. conectarle. Escuchar.

2. ¿Considera que la creación de una guía metodológica, para el desarrollo de campañas graficas visuales, aportaría en el desarrollo de las mismas a la hora de la ejecución?
Lograr ejecución con excelencia como Requisitos a seguir.
✓ Colocación imagen.
✓ Redacción.
Todo eso se debe estar en una guía.
“Esta es como se debe hacer una buena ejecución.”
Para q' entre las personas q' ejecutan

Si No _____ ¿Por qué? Si las personas no han tenido formación en mercadotecnia. Cada quien la ejecutara según su cada punto de vista. Seria como una base en estándar.

2. ¿Usted como ~~diseñador~~ publicista alguna vez ha contado con una guía metodológica en su campo laboral? Para la ejecución de un proyecto.
Es un tema de como “yo” hago el trabajo ya que se contrata una agencia la cual tiene su metodo.

Si _____ No ¿Por qué no?
A- Por que la empresa no cuenta con ese tipo de herramientas _____.
B- Por que no le es necesario _____.
C- Por otro tipo: Si en las empresas Multinacional ya tienen los lineamientos completos.
“Esto necesito q' haga”.

3. ¿Consideras necesario que en la empresa el área gráfica creativa cuente con guías metodológicas para la ejecución de proyectos?
Si

Si No _____ ¿Por qué? X los lineamientos.

Comunicación Publicitaria. tiene una anatomía

ej: cabeza } elementos IGUALES.
Tronco } pero unos más altos.
extremidades } altos, bajos.

con la publicidad es igual.

Elementos de Public...



- ✓ Los elementos se desarrollan según el Mensaje que se desea transmitir.
- ✓ En la guía. Punto importante: Poner las normas de como hacer buena publicidad. (Requisitos de ejecución).
- ✓ En las universidades. poder tenerlas para utilizarlas.
- ✓ tener una depto Diseño. la que es más importante xq sea como sea. esta "el Manual" (guía). seguir "este lineamiento".
Ej. el diseñador debe ejecutar con la guía.

Creación de guía (Hasta ahí). no entrar en conflicto con el modelo de ella.

- ✓ guía este para tener en claro, lineamientos, para buena producción xq no estar satisfechos.

* Ofenerador de autoplus.
función básica de un creativo.
se necesita en todos los lugares.
Varios compañías necesitan creativo.
La guía será "si funciona"
No incersion. sino
crecimiento. experiencia.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

4. ¿Cuál ha sido el método utilizado para el desarrollo o ejecución de campañas publicitarias gráficas visuales? Compañía multinacionales.

Ellos dan las guías: estándares propios de la industria. Mensajes de los mercados. ya entrar la línea gráfica.

5. ¿Qué es lo primero en realizar a la hora de un proyecto de una campaña gráfica visual?

Planeación: tener claro obj. q' se van a alcanzar predecir el resultado. Tener presupuesto.
Afinación: ~~base~~ concepto creativo q' capte la atención. ya hay saturación (Ruido). bombardeo de diferentes publicidad hay q' ser creativo.

6. ¿Qué tan importante es la ilustración a la hora de un proyecto de campaña gráfica?

Permite conectar con la audiencia meta q' ellos pueden entender. Facilitan la asimilación.

X Según su experiencia, y desarrollo en el área de diseño ¿Cómo tiene que ser el tipo de ilustración para el ámbito educativo?

Facil para absorber facilmente. identificación.

Muchas Gracias!!

El dibujo es lineal. Básico. (Jovenes) aburrido. Sencillo.

Importante cambio de ilustración para mantener la atención. ya el cerebro se acostumbra a ver lo mismo. en cambio si se renueva la imágenes. refuerza y genera atención. beneficio. al ver nuevas detalles.

Herramientas que se ocuparon para la investigación: Encuestas



FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer sobre diferentes aspectos importantes de Educación Inicial; identificar los elementos claves que garanticen un modelo gráfico ilustrativo que se pueda entender en los diferentes contenidos de materiales impresos de programas de Educación.

Fecha _____ Nombre de la Institución _____

Cargo: _____ sección _____

Orientación: **Marqué con una “x” en la casilla que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.**

ITENS

1. Ha escuchado sobre el tema” Educación Inicial?

Si No ¿Por qué no?

A- Por que la institución no conoce del programa.

B- Por que no tuvo tiempo de asistir a la capacitación.

C- Otras: _____

2. ¿De dónde conoce usted el programa Educación Inicial?

A- Por la Institución a la cuál trabaja.

B- Por medio de una capacitación del MINED.

C- Se entero por medio de otra Institución Educativa.

D- Otra: _____

3. ¿Qué es Educación Inicial?

4. ¿Cuál es su opinión personal acerca de Educación Inicial?

5. ¿Qué le parecen las Ilustraciones (dibujos) en los diferentes materiales de los contenidos de Educación Inicial?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| A- Aburridos | <input type="checkbox"/> |
| B- Atractivos | <input type="checkbox"/> |
| C- Comprensibles | <input type="checkbox"/> |
| D- No los he visto | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Cree qué deberían mejorarse las ilustraciones (dibujos) de los diferentes contenidos de libros (como Matemáticas, Sociales etc.) a nivel general en educación (maternal, primaria, básica y bachillerato)

Si o or qué? _____

7. ¿Como evalúa usted el diseño, diagramación e ilustración de libros y carpetas educativas, para el desarrollo de la Educación Salvadoreña?

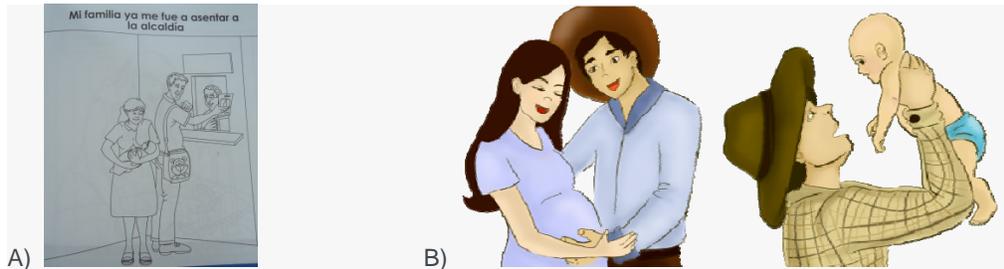
Del 1 al 10 qué nota le pondría en general a los materiales _____ y ¿Por qué?

8. Si, se Sabe que “Educación Inicial” implementado desde 2013; es un programa donde los actores claves son el modelo educación y el desarrollo integral infantil y sabiendo que es una estrategia monitoreada y además una atención a nivel

nacional y local. ¿Cree que es necesario que estas carpetas educativas tengan un cambio gráfico en todo el contenido?

Si No ¿Por qué? _____

9. ¿De estas ilustraciones cuál le llama la atención según el tipo de dibujo y por qué?



10. ¿Es mejor que un simple dibujo, entendible, creativo, educativo, lo diga todo qué una palabra o frase? Si No ¿Por qué? _____

11. ¿Qué le parece si “Educación Inicial” se realizara en versión POPULAR y con este tipo de Ilustraciones?.



¡Gracias por su tiempo y colaboración!



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer cuáles son los elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña grafica para el Ministerio de Educación.

Fecha: _____ Nombre de la Empresa:

Cargo: _____

Orientación: Marque con una “x” en la que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.

ITENS

1. Según usted, cuales son elementos ilustrativos necesarios para el desarrollo de una exitosa campaña gráfica?

2. ¿Considera que las ilustraciones son necesarias para una campaña de tipo popular?

Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

3. ¿Qué tan importante es la ilustración a la hora de un proyecto de campaña gráfica?

- 4. ¿Usted como diseñador gráfico, que tipo de ilustraciones cree que son las adecuadas para realizar campañas de tipo popular para el ministerio de educación?**

- 5. ¿Ha visto alguna vez las ilustraciones que muestran los diferentes Ministerios del país le parecen atractivas o cree que necesitan mejorar?**

- 6. Según su experiencia, y desarrollo en el área de diseño ¿Cómo tiene que ser el tipo de ilustración para el ámbito educativo?**

Muchas Gracias.



FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

TRABAJO DE GRADO

Encuesta de Trabajo de Investigación

Objetivo de la encuesta: Conocer si la creación de una guía metodológica para el diseño de campañas graficas visuales aportaría las bases de conocimiento para el desarrollo del área de comunicaciones del Ministerio de Educación, MINED.

Fecha: _____ Nombre de la Empresa: _____

Cargo: _____

Orientación: Marque con una "x" en que fuese su respuesta y conteste según su opinión con respecto a lo que se le esta pidiendo.

ITENS

2. Según usted y su experiencia ¿Qué habilidades debe poseer un diseñador grafico?

2. ¿Considera que la creación de una guía metodológica, para el desarrollo de campañas graficas visuales, aportaría en el desarrollo de las mismas a la hora de la ejecución?

Si _____ No _____ ¿Por qué?

3. ¿Usted como Mercadologo alguna vez ha contado con una guía metodológica en su campo laboral? Para la ejecución de un proyecto.

Si _____ No _____ ¿Por qué no?

A- Por que la empresa no cuenta con ese tipo de herramientas _____.

B- Por que no le es necesario _____.

C- Por _____ otro _____ tipo:

4. Teniendo guías metodológicas de pasos a seguir, ¿Alguna vez usted ha trabajado con _____ ese tipo de herramientas para la ejecución de proyectos en el área de diseño gráfico?

Si _____ No _____ ¿Por qué no? _____

5. ¿Consideras necesario que en tu empresa el área gráfica creativa cuente con guías metodológicas para la ejecución de proyectos?

Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

6. ¿Cuál ha sido el método utilizado para el desarrollo o ejecución de campañas publicitarias gráficas visuales?

7. ¿Qué es lo primero en realizar a la hora de un proyecto de una campaña gráfica visual?

8. ¿Qué tan importante es la ilustración a la hora de un proyecto de campaña gráfica?

9. Según su experiencia, y desarrollo en el área de diseño ¿Cómo tiene que ser el tipo de ilustración para el ámbito educativo?

Muchas Gracias

Carta de la Universidad de El Salvador para el MINED área de comunicaciones.

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes



Ciudad Universitaria, 12 de marzo de 2014.



Lic. Noelia Merino
Directora de Comunicación
Ministerio de Educación
Presente

Estimada Licenciada Merino,

La Escuela de Artes de la Facultad de Ciencias y Humanidades, de la Universidad de El Salvador, le extendemos un cordial saludo.

En la Escuela de Artes formamos profesionales en artes plásticas en cuatro grandes carreras: Cerámica, Pintura, Escultura y Diseño Gráfico; como parte de los procesos formativos de nuestra institución, al finalizar los cinco años de estudio de la licenciatura, los egresados realizan un trabajo de grado, este año en particular, vinculando sus temáticas de investigación al quehacer de las instituciones públicas; principalmente en proyectos de índole social y en beneficio de la población salvadoreña.

En principio, estas investigaciones nos permiten estrechar lazos de trabajo con las instituciones, pero para el egresado, esto le contribuye también a acercarse a su realidad social y laboral, así como a aportar al país a través de su profesión.

En este marco, como Escuela de Artes, queremos insertar a un grupo de egresados en su institución con un proyecto. Por ello, solicitamos a Ustedes, brindar a nuestros estudiantes el espacio y la oportunidad de realizar pasantías de investigación o visitas a su institución, en un periodo aproximado de dos meses a partir del presente mes de marzo; con el objeto de recabar información para dichos proyectos.

Las visitas o pasantías de los jóvenes tienen tres objetivos:

- a. Hacer un breve diagnóstico de las necesidades de su institución en donde el área artística y de diseño gráfico son necesarias, donde requeriremos información específica.
- b. Proponer un proyecto a ejecutar, en donde se de respuesta a las necesidades detectadas.
- c. Hacer una prueba piloto de un proyecto y presentar resultados, tanto a la Universidad como a la institución que Ustedes representan.

Cabe destacar, que todo este proceso estará supervisado de cerca por la Coordinación de Procesos de Grado de la Escuela y un docente asesor, todo, con el objeto de respetar las normas de intervención en las instituciones y de cumplir con la planificación y calidad de los resultados.

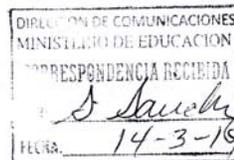
Por tanto, solicitamos su ayuda aceptado nuestra propuesta, y de ser factible, nos facilite los datos de contacto de una persona a quien nos podamos dirigir de aquí en adelante y ampliarle mejor nuestro proyecto o presentar al grupo de estudiantes.

Su apoyo será inestimable para nuestros egresados, porque creemos firmemente que es a nuestra nación, a través de las instituciones públicas, a quienes debemos aportar y contribuir con nuestros profesionales.

Quedando a su disposición para ampliarle lo anterior, se suscribe respetuosamente,

HACIA LA LIBERTAD POR LA CULTURA Y EL ARTE.

f. 
Maestra. Xerria Pérez Oliva
Directora Escuela de Artes



Carta de respuesta por parte del MINED para la Universidad de El Salvador, Escuela de Artes.



Cartas de aceptación en las instituciones educativas donde se pasaron las encuestas del trabajo de investigación.

Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias y Humanidades

Escuela de Artes



A Quien Corresponda:

Por medio de la presente nos dirigimos a usted deseándole éxitos en su vida laboral y personal.

El motivo de la presente es solicitarle la cooperación necesaria para que los estudiantes: Br. Aguilar Segura Tania Rebeca carné No AS0704; Br. Cornejo Trigueros Salvador José carné No CT03019 y Br. Romero Mazzini Karla Lisseth carné No RM08075, puedan administrar unos instrumentos de encuesta a los docentes de dicha institución, como parte de su investigación de proceso de graduación de la Licenciatura en Artes Plásticas Opción de Diseño Gráfico, que cursan en la Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

La investigación esta relacionada con el diseño de Campañas Publicitarias de tipo Popular, cuyo beneficiario es el departamento de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

Agradeciendo de antemano su apreciable cooperación.

Atentamente,

San Salvador, 12 de Agosto del 2014.

Licda. Xenia Pérez Oliva
Directora de la Escuela de Artes
Facultad de Ciencias y Humanidades
Universidad de El Salvador



Lic. Álvaro Cuestas
Docente Asesor



Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias y Humanidades

Escuela de Artes

www.univsalvador.edu.sv



A Quien Corresponda:

Por medio de la presente nos dirigimos a usted deseándole éxitos en su vida laboral y personal.

El motivo de la presente es solicitarle la cooperación necesaria para que los estudiantes: Br. Aguilar Sogura Tania Rebeca carné No AS0704; Br. Cornejo Trigueros Salvador José carné No CT03019 y Br. Romero Mazzini Karla Lisselli carné No RM08075, puedan administrar unos instrumentos de encuesta a los docentes de dicha institución, como parte de su investigación de proceso de graduación de la Licenciatura en Artes Plásticas Opción de Diseño Gráfico, que cursan en la Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

La investigación esta relacionada con el diseño de Campañas Publicitarias de Tipo Popular, cuyo beneficiario es el departamento de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

Agradeciendo de antemano su apreciable cooperación.

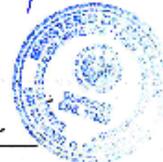
Atentamente,

San Salvador, 12 de Agosto del 2014.

Distributo

0601

3/09/2014



Licda. Xenia Pérez Oliva
Directora de la Escuela de Artes
Facultad de Ciencias y Humanidades
Universidad de El Salvador

Lic. Álvaro Cuestas
Docente Asesor

Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias y Humanidades

Escuela de Artes



A Quien Corresponda:

Por medio de la presente nos dirigimos a usted deseándole éxitos en su vida laboral y personal.

El motivo de la presente es solicitarle la cooperación necesaria para que los estudiantes: Br. Aguilar Sogura Tania Rebeca carné No AS0704; Br. Cornejo Trigueros Salvador José carné No CT03019 y Br. Romero Mazzini Karla Lisselli carné No RM08075, puedan administrar unos instrumentos de encuesta a los docentes de dicha institución, como parte de su investigación de proceso de graduación de la Licenciatura en Artes Plásticas Opción de Diseño Gráfico, que cursan en la Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

La investigación esta relacionada con el diseño de Campañas Publicitarias de Tipo Popular, cuyo beneficiario es el departamento de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

Agradeciendo de antemano su apreciable cooperación.

Atentamente,

San Salvador, 12 de Agosto del 2014.

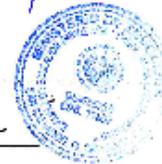
Distrito
0601

3/09/2014

Licda. Xenia Pérez Oliva
Directora de la Escuela de Artes
Facultad de Ciencias y Humanidades
Universidad de El Salvador



Lic. Álvaro Cuestas
Docente Asesor



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes



A Quien Corresponda:

Por medio de la presente nos dirigimos a usted deseándole éxitos en su vida laboral y personal.

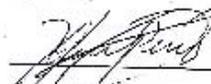
El motivo de la presente es solicitarle la cooperación necesaria para que los estudiantes: Br. Aguilar Segura Tania Rebeca carné No AS0704; Br. Cornejo Trigueros Salvador José carné No CT03019 y Br. Romero Mazzini Karla Lissett: carné No RM08075, puedan administrar unos instrumentos de encuesta a los docentes de dicha institución, como parte de su investigación de proceso de graduación de la Licenciatura en Artes Plásticas Opción de Diseño Gráfico, que cursan en la Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

La investigación esta relacionada con el diseño de Campañas Publicitarias de tipo Popular, cuyo beneficiario es el departamento de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

Agradeciendo de antemano su apreciable cooperación.

Atentamente,

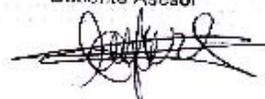
San Salvador, 12 de Agosto del 2014.


Licda. Xenia Pérez Oliva
Directora de la Escuela de Artes
Facultad de Ciencias y Humanidades
Universidad de El Salvador




Lic. Álvaro Cuestas
Docente Asesor







Papelería grafica visual del Ministerio de Educación de sus campañas pasadas

“Escuela Inclusiva Avanza.”

Durante los últimos 4 años se han sentado las bases del programa Escuela Inclusiva, que contempla una formación integral en todos los ámbitos de la vida, a través de la implementación de metodologías activas para una enseñanza oportuna, con pertinencia y adaptada a las exigencias de la diversidad y al avance tecnológico.

Para ello se ha trabajado en la construcción de sistemas que integran a centros escolares con cercanía geográfica, maximizando los recursos y ampliando la oferta educativa hasta bachillerato. Además, se han integrado a todos los actores del proceso educativo, como docentes, padres, madres, estudiantes, para que la escuela se convierta en un verdadero eje del desarrollo comunitario.

Hemos iniciado la expansión de la Escuela Inclusiva a **más de mil 500 centros escolares**, pasando de 8 a 178 sistemas integrados en 2014; con lo cual estaremos llevando todos los beneficios de este modelo educativo a **más de 400 mil estudiantes y 13,060 docentes**.

Este nuevo modelo fortalece los programas sociales que impulsa el Ministerio de Educación, ya que funciona como eje articulador que le da sentido a cada uno de ellos, bajo un planteamiento de calidad educativa, **garantizando además el acceso y permanencia de los estudiantes en condiciones de equidad.**

Con el apoyo de la cooperación internacional y de todos los sectores nacionales, **Escuela Inclusiva se establecerá como un modelo de desarrollo educativo para el país, que trascienda los espacios de tiempo político y electoral.**

La expansión de Escuela Inclusiva es la apuesta de este Gobierno, **para que el país se abra paso a una nueva educación**, transformando el sistema educativo nacional, teniendo como fundamento la calidad y la inclusión.



Fuente: MINED

Broschure

Además, con la Cooperación Italiana se ha impulsado el modelo en 60 escuelas de 50 municipios y durante los próximos 3 años se llevará este modelo a 60 centros educativos más, de 50 municipios, esto con un monto de 3.47 millones.

Con el apoyo del programa de fortalecimiento a la educación del USAID, se favorecerán 750 centros escolares en 25 municipios, con una donación de \$25 millones, a ejecutarse en 6 años.

Por otra parte, gracias al Banco Mundial, se cuenta con un préstamo de \$60 millones, con el que se impulsará el modelo en 482 escuelas, de 29 municipios, en los próximos 5 años.

Además, con la intervención del compacto 2 de FOMILENIO, se espera impulsar el modelo en 1,500 centros escolares de 75 municipios, en los próximos 5 años.

Con el apoyo de la cooperación internacional y de todos los sectores nacionales, Escuela Inclusiva se establecerá como un modelo de desarrollo educativo para el país, que trascienda los espacios de tiempo político y electoral.

Ministerio de Educación
EL SALVADOR

USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Banco Mundial LAC
oportunidades para todos

COOPERAZIONE ITALIANA

OIT
Organización Internacional del Trabajo

ESCUELA INCLUSIVA

Tiempo Pleno
Para una educación de Calidad

Tiro documento otorgado por el MINED

¿Qué es Escuela Inclusiva?
Es un modelo educativo que se basa en un sistema que une a los centros escolares con cercanía geográfica, con el fin de ampliar la oferta educativa y brindar a las y los estudiantes una formación integral para la vida.
Con este modelo la escuela se convierte en el eje articulador del desarrollo de la comunidad, y por tanto del país, porque involucra a todos los actores del entorno escolar como: alumnos, docentes, padres, madres, empresarios, iglesia, gobiernos municipales, organizaciones de la sociedad civil y otros líderes locales.
Además se convierte en un mecanismo de prevención de la violencia y se eliminan las barreras para el acceso, aprendizaje y participación de la comunidad en el proceso educativo.
El sistema EITP consta de tres componentes:

Pedagógico: contempla un cambio en la metodología de la enseñanza, desarrollando el pensamiento lógico, analítico, científico y tecnológico del alumnado que dé como resultado la formación de ciudadanos y ciudadanas pensantes que contribuyan al desarrollo de sus comunidades.

Territorial: Integra varios centros escolares dentro del mismo territorio, logrando una cooperación mutua, que permite aprovechar los recursos humanos y de infraestructura, garantizando la oferta educativa desde parvularia hasta el bachillerato.

Organización: Propicia la creación de estructuras modernas que requiere de la participación de la comunidad en su conjunto, es decir, alumnos, docentes y demás actores sociales.

OBJETIVOS

- Ampliar la oferta educativa mediante a la implementación de talleres pedagógicos que respondan a las necesidades locales en concordancia con el currículum.
- Dotar de recursos físicos y metodológicos que permitan una enseñanza oportuna, integral y de calidad para atender las exigencias de la diversidad.
- Integrar los actores educativos como: directores, docentes, padres, madres, técnicos del MINED.
- Desarrollar un modelo centrado en los estudiantes, partiendo de las necesidades culturales, sociales, económicas, políticas, ambientales y familiares.
- Ampliar la oferta educativa a través de la conformación de una red de centros educativos cercanos para completar los servicios educativos en los territorios.

BENEFICIARIOS
La población meta de este programa son todos los estudiantes desde parvulario hasta bachillerato quienes serían los principales usuarios del sistema. No obstante, la implementación del mismo exige la participación de la comunidad en su conjunto: docentes, madres y padres de familia, alcaldes, sacerdotes, empresarios, entre otros.

¡ESCUELA INCLUSIVA YA ES UNA REALIDAD!
Escuela Inclusiva es la gran apuesta de MINED para consolidar una política de estado, que aglutine a todos los programas insignia que ha impulsado este Gobierno.
Durante el 2013 la inversión para la implementación de este modelo es de 14.31 millones, actualmente, suman un total de 145 centros educativos, de 52 municipios, en los que se está desarrollando Escuela Inclusiva. En lo que resta de este año, el modelo se expandirá de 145 escuelas a 1,365 centros educativos, en 57 municipios; impulsando 159 sistemas integrados que favorecerán a 10,431 docentes y 337,788 alumnos.
Con el apoyo de USAID se ha desarrollado el modelo en 85 escuelas, de 3 municipios pilotos (Nueva Granada, Zaragoza y Sonsonate), en los que se han conformado 8 Sistemas Integrados.

Retiro Documento otorgado por el MINED.



Llevar la Escuela Inclusiva de Tiempo Pleno a más de 1500 escuelas permitirá que el país se abra paso a una nueva educación:

1. Escuelas que comparten recursos, porque integran varios centros escolares dentro del mismo territorio, logrando una cooperación mutua, que permite aprovechar los recursos humanos y de infraestructura, garantizando la oferta educativa desde parvularia hasta el bachillerato.
2. Docentes en constante aprendizaje, porque contempla un cambio en la metodología de la enseñanza, desarrollando el pensamiento lógico, analítico, científico y tecnológico del alumnado, que dé como resultado la formación de ciudadanos y ciudadanas, que contribuyan al desarrollo de sus comunidades.
3. Participación de la comunidad, porque propone una organización escolar moderna, donde alumnos, docentes, padres, madres y demás actores del entorno, formen parte de proceso educativo.
4. Una jornada extendida para aprender nuevos conocimientos y habilidades para la vida y para el ámbito laboral, en temas como medio ambiente, uso de nuevas tecnologías, huertos escolares, talleres de oficios, entre otros.
5. Prevención de la violencia, ya que promueve actividades positivas mediante la enseñanza de arte, cultura, deportes y otros conocimientos que favorecen a la comunidad. Además incluye todos los programas sociales que contribuyen al aprendizaje en condiciones de igualdad.

Estos son algunos de los frutos del modelo educativo de Escuela Inclusiva de Tiempo Pleno, la apuesta de este gobierno por una educación con calidad y equidad.



Tiempo Pleno
para una Educación de Calidad.



Fotografías e trabajo de investigación en el Área de Comunicaciones del MINED

Primeras reuniones conociendo el programa Educación Inicial y el proyecto que el MINED planteo al principio Educación Inicial en versión Popular.



Licda. Noelia Merino y Br. Salvador Cornejo



Licda. Noelia Merino y Br. Salvador Cornejo

Ilustraciones de los personajes de la campaña Educación Inicial y Parvularia

Bocetos





Bocetos a color

