**CAMPAÑA COMUNICACIONAL DE LA SEMANA PERÚ CONTRA EL CÁNCER**

**Lema: “Llénate de vida, no de Cáncer”**

**Denominación de la Campaña: “Me gusta”**

La denominación de esta campaña se basa fundamentalmente en la difusión de mensajes positivos respecto a estilos de vida saludables, tales como:

* Incrementar el consumo de frutas y verduras frescas en la dieta diaria
* Realizar actividad física diariamente por un lapso de 30 minutos
* Evitar el humo de tabaco
* Realizar periódicamente chequeos preventivos
* No consumir en excesivamente bebidas alcohólicas

La frase “Me gusta” es una expresión coloquial y muy popular en la población para referirse a situaciones o conductas agradables. Además, se tomó en cuenta esta denominación considerando el uso masivo que tiene en las redes sociales, particularmente en Facebook, que es una las comunidades virtuales más populares y de aceptación en el público juvenil y adulto joven, que son dos de los públicos primarios de las campañas preventivas del INEN.

**Características de “Me gusta”**

Esta campaña contará con piezas comunicacionales gráficas impresas a full color, siendo el afiche de 60 x 40 cm, la pieza tradicional y distintiva de esta campaña.

Dicha pieza comunicacional, contiene elementos visuales donde destaca un cartel blanco que a su vez contiene la figura de un sistema digestivo compuesto por verduras, y que es sostenido por una mujer.

Asimismo, los elementos tipográficos destacan el nombre de la campaña comunicacional y los mensajes básicos hacia la población.

Cabe señalar que esta pieza gráfica ha sido validada el día 10 de setiembre del presente año, en el Centro de Lima (Plaza de Armas), consultando a un total de 100 personas, quienes coincidieron en señalar que el mensaje está referido a una alimentación sana para evitar el cáncer , con lo cual se cumple con el objetivo comunicacional.