

## San José & Associates gana premio por campaña de salud

San José & Associates (SJ&A), una agencia de comunicaciones de mercadotecnia local hispana, recientemente recibió un premio por su trabajo para la Sociedad Americana de Cáncer, para aumentar la conciencia sobre la necesidad de mamografías para las hispanas en el área de Chicago.

La compañía recibió el premio Edwin J. Shaugnessy "Calidad de Vida" durante la 34ta. Ceremonia Anual Trompeta Dorada en el Club de Publicidad de Chicago (PCC) por ayudar a la sociedad a salvar vidas a través de relaciones públicas.

La labor de San José fue seleccionada entre un total 150 trabajos presentados y reconocida por su excelencia en planear, crear y ejecutar para la sociedad de

cáncer la campaña de 1992 "Tómese el Tiempo. Su Familia se lo Agradecerá".

La campaña de ocho semanas fue premiada además por la División de Illinois de la Sociedad Americana de Cáncer con la Citación Nacional de Honor de 1991-92.

La agencia utilizó publicidad y relaciones públicas en televisión, radio, y la prensa para educar y motivar a las latinas a practicar la detección temprana del cáncer a través de una mamografía.

Aspectos destacados del programa incluyen la presentación de la Cirujano General de EE. UU. Dra. Antonia Novello como la portavoz oficial del anuncio de servicio público de "Tómese el Tiempo".



## San Jose & Associates wins award for health campaign

San Jose & Associates (SJ&A), a local Hispanic marketing communications agency, recently received an award for its work to assist the American Cancer Society in a mammography awareness campaign targeting Latinas in the Chicagoland area.

The company received the Edwin J. Shaugnessy "Quality of Life Award" during the Publicity Club of Chicago's (PCC) 34th Annual Golden Trumpet Awards for assisting the society in saving lives through public relations.

After reviewing more than 150 entries, the club awarded it to San Jose for excellence in planning, creating, and executing the cancer society's 1992 "Tomese el Tiempo. Su Familia se

lo Agradecera" (Take the time. Your Family Will Thank You) Hispanic mammography awareness campaign.

The eight-week campaign also earned the Illinois Division of the American Cancer Society a 1991-92 National Honors Citation.

The agency used television, radio, and print advertising with public relations to reach, educate, and motivate Latinas to practice early detection of cancer via mammography testing.

Highlights of the program include the special appearance of U.S. Surgeon General Dr. Antonia Novello as the official "Tomese el Tiempo" public service announcement spokesperson.

**Premio de Relaciones Públicas:** La señora Martha San José acepta el "Reconocimiento Calidad de Vida" del Club de Publicidad de Chicago durante la 34ta. Ceremonia Anual Trompeta Dorada, en mayo pasado.

**PR award:** Ms. Martha San Jose accepts the "Quality of Life Award" from the Publicity Club of Chicago during the 34th Annual Golden Trumpet Awards Ceremony in May.

George L. San Jose President & Chief Creative Officer of The San Jose Group a Multicultural Advertising Agency