



Diseño Gráfico

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico

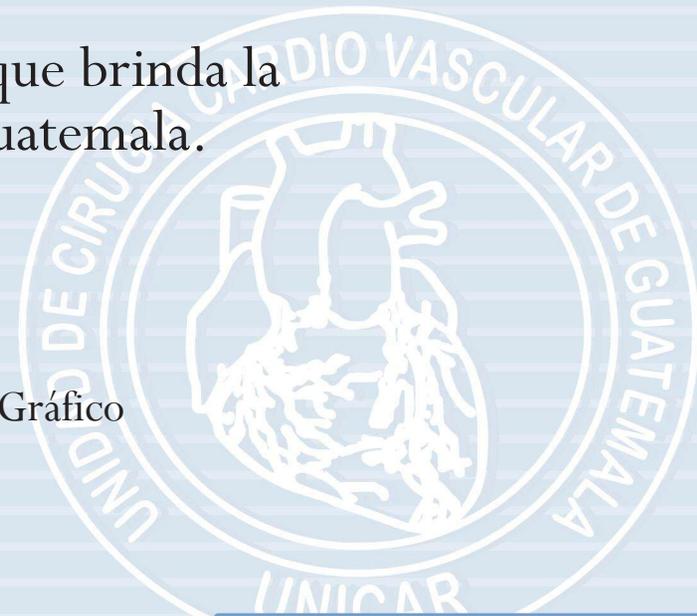
Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala.

Mélida Andrea Vega Juárez

Carné: 200112184

Previo a optar el título de Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, 23 de mayo de 2006



Título del Proyecto.

Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala.

Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala.
Proyecto de investigación y comunicación realizado en la ciudad de Guatemala, en el período de julio a noviembre del año 2005.



Índice.

Nómina de Autoridades	iii
Agradecimientos y Dedicatoria	iv
Presentación	v
Capítulo I Introducción	1
1.1 Antecedentes	2
1.2 Problema	3
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos de Diseño	5
Capítulo II Perfil del Cliente y Grupo Objetivo	6
2.1 Perfil del Cliente y el Servicio que Brinda	7
2.2 Grupo Objetivo	11
Capítulo III Conceptos Fundamentales	12
3.1 Área de Estudio	13
3.2 Conceptos o Temas de Estudio	16
Capítulo IV Conceptos de Diseño, Método y Bocetaje	27
4.1 Concepto Creativo	28
4.2 Método de Diseño	29
4.3 Proceso de Bocetaje	32
Capítulo V Comprobación de la Eficacia y Propuesta Gráfica Final	42
5.1 Comprobación Eficacia	43
5.2 Propuesta Gráfica Final y Fundamentación	59
Conclusiones	70
Lineamientos para la Puesta en Práctica de la Propuesta	71
Bibliografía y Fuentes Consultadas	73
Glosario	74
Anexos	77



Nómina de Autoridades.

Universidad de San Carlos de Guatemala Facultad de Arquitectura

Decano: Arq. Carlos Valladares Cerezo
Vocal I: Arq. Jorge Arturo González Peñate
Vocal II: Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez
Vocal III: Arq. Jorge Escobar Ortiz
Vocal IV: Br. José Manuel Barrios Recinos
Vocal V: Br. Herberth Manuel Santizo Rodas
Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Coordinadora Diseño Gráfico: Arq. Elda Velásquez

Tribunal Examinador

Decano: Arq. Carlos Valladares Cerezo
Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Examinador: Licda. Carolina Rojas
Examinador: Lic. Rualdo Anzueto
Examinador: Lic. Fernando Fuentes

Licda. Carolina Rojas
ASESORA

Lic. Rualdo Anzueto
ASESOR



Agradecimientos y Dedicatoria.

A Dios, por darme la oportunidad de cumplir una más de mis metas.

A mis padres, por su incondicional apoyo y creer siempre en mí.

A mis hermanas, por su colaboración constante.

A toda mi familia, porque estuvieron dispuestos a ayudarme en todo momento.

A mis dos asesores, por enriquecer este proyecto a través de sus conocimientos.

Presentación.

El proyecto de investigación y comunicación que se realizó, se encuentra relacionado con la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala, el cual se desarrolló durante el período de julio a noviembre del año 2005.

El proyecto se divide en tres momentos cruciales:

El primero: planteamiento del problema, en el cual se identificaron las carencias de comunicación de la institución y que llevó a proponer el desarrollo de la estrategia de divulgación, la cual está constituida por el desarrollo de una página de Internet, un trifoliar, una carpeta y el diseño de e-mails gráficos.

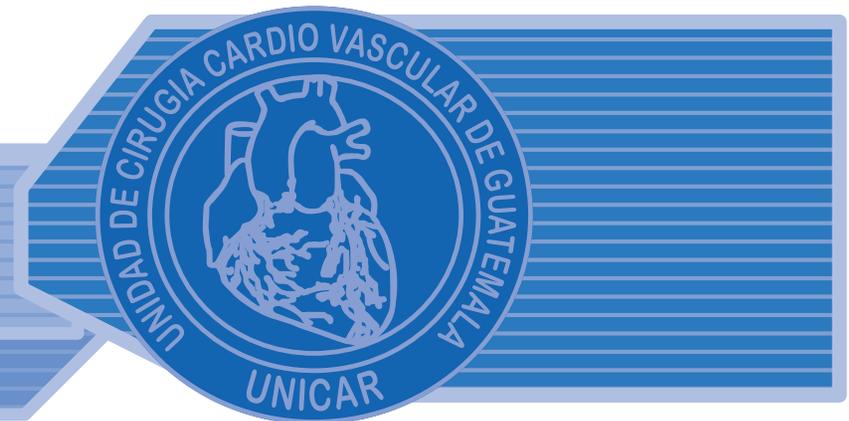
El segundo: desarrollo de la propuesta gráfica justificada, lo que significa que cada una de las piezas está desarrollada teniendo como fundamento al grupo objetivo.

El tercero: comprobación de la eficacia de las piezas diseñadas, es verificar que el grupo objetivo acepta las piezas que forman nuestra estrategia.

Capítulo

I

Introducción
Antecedentes
Problema
Justificación
Objetivos de diseño



Capítulo I: Introducción.

1.1 Antecedentes.

La Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala es la primera institución médica asistencial, perteneciente a la red hospitalaria; dirigida a la población en general que padece enfermedades cardiovasculares, adultos y niños.

En la actualidad la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala es la institución nacional que tiene la mayor experiencia en el campo de las enfermedades cardiovasculares y en ella colaboran los médicos guatemaltecos más reconocidos; por lo tanto debe ser capaz de mostrar una imagen que refleje confianza, innovación y competitividad.

El cliente expresó la necesidad de realizar material gráfico que informe sobre los servicios que presta la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala a la población que es referida a la misma, para promover a nivel nacional y centroamericano la tecnología de vanguardia y el personal altamente calificado y capacitado que labora en la misma; y así poder ganar mayor prestigio.

La entidad cuenta con señalización interna, pero carece de material gráfico o multimedia que informe a los usuarios sobre los servicios médicos que presta.



1.2 Problema.

Como solución a la situación detectada se realizará la estrategia de divulgación de los servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala; para el desarrollo de la misma, se compone de las siguientes piezas:

- Página de Internet
- Trifoliar
- Carpeta Corporativa
- E-mails Gráficos

Las piezas anteriores informarán sobre los servicios que presta la Unidad, incluirán información más detallada, como una reseña histórica, misión, visión, objetivo institucional, directorio médico, y otros; los e-mails gráficos se utilizarán específicamente para dar a conocer la existencia de la nueva página de Internet.

La estrategia se desarrollará en el período comprendido durante los meses de julio a octubre de 2005, y será finalizado y presentado en octubre para ser utilizado en noviembre de 2005.

1.3 Justificación.

1.3.1. Magnitud: La población guatemalteca y centroamericana que necesitan ser informados acerca de los servicios que la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala brinda, cuando son referidos a la misma, por el padecimiento de alguna enfermedad cardiovascular.

Durante el año 2004, la Unidad evaluó a 15,470 pacientes en consulta externa, siendo estos 6,710 adultos y 8,760 en área de pediatría; se realizaron 657 procedimientos quirúrgicos 284 adultos y 373 en pediatría.

1.3.2. Trascendencia: Es importante dar a conocer lo especificado con anterioridad para un mayor conocimiento, divulgación y proyección hacia la población que padecen enfermedades cardiovasculares y se sientan seguras de confiar su salud en manos expertas como las de la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala.

1.3.3. Vulnerabilidad: El problema puede ser reducido con la creación de material que permita a UNICAR reflejar una imagen que demuestre que es una institución sólida y confiable que cuenta con personal capacitado para proporcionar la mejor atención a sus pacientes y a la vanguardia de la tecnología.

1.3.4. Factibilidad: La autoridad de la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala, consciente de ampliar su cobertura y la necesidad de dar a conocer la solidez y confiabilidad que brinda, está anuente a la realización de la página de Internet y sus respectivos e-mails gráficos, impresión de trifoliales y carpetas corporativas.

1.4 Objetivos de Diseño.

1.4.1 Objetivo General:

Diseñar e implementar una Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala, creando herramientas audiovisuales que permitan a la población en general conocer los servicios que brinda UNICAR para la atención de personas que padecen enfermedades cardiovasculares y formarse una imagen de mayor solidez, confiabilidad, y ser reconocida cada vez más por su capacidad y excelencia, por pacientes y gremio médico.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- 1.4.2.1 Que la población conozca más sobre los servicios que presta UNICAR, cuando es referida a la Unidad por el padecimiento de una enfermedad cardiovascular.
- 1.4.2.2 Ampliar la cobertura de población que padece enfermedades cardiovasculares por medio del diseño de herramientas audiovisuales que permitan reflejar la imagen de UNICAR como una institución sólida.
- 1.4.2.3 Que la Unidad siga siendo considerada como una entidad hospitalaria que se encuentra conformada por personal calificado y especializado en su área y a la vanguardia en tecnología para brindar servicios en Cardiología y Cirugía Cardiovascular.
- 1.4.2.4 Dar a conocer a través del diseño de una página de Internet, la imagen corporativa de UNICAR, que pueda ser consultada por los pacientes de la Unidad que tengan acceso a Internet, así como los hospitales y entidades médicas y población en general interesadas; el trabajo que se realiza en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala.
- 1.4.2.5 Informar a través del diseño de un trifoliar los servicios que brinda la Unidad.
- 1.4.2.6 Dar a conocer la misión, visión y organización administrativa por medio del diseño de una carpeta corporativa para ser utilizada por los altos ejecutivos de UNICAR, y que puedan contar con material que tenga información de la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala.
- 1.4.2.7 Promocionar la nueva página de Internet de UNICAR, a través del diseño de e-mails gráficos.
- 1.4.2.8 Posicionar la imagen de UNICAR, a través del material gráfico propuesto.

Capítulo

II

Perfil del cliente y el servicio
que brinda
Grupo objetivo



Capítulo II: Perfil del cliente y grupo objetivo.

2.1 Perfil del cliente y el servicio que brinda.

La institución lleva por nombre Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala “UNICAR” y se encuentra ubicada en la 5ta. Av. 6-22 Zona 11, Ciudad de Guatemala; es una institución semi-autónoma, dirigida y administrada por la unión de esfuerzos del estado guatemalteco y la iniciativa privada, cuya dirección y funcionamiento está fuertemente apoyada por personas particulares.

La máxima autoridad de UNICAR, es el Consejo de Administración, el cual se encuentra conformado de la siguiente manera:

- 3 representantes del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
- 3 representantes de AMEGESO (Asociación Médica Guatemalteca “Espada Olivero”).
- 2 representantes de la Fundación Aldo Castañeda.
- 3 funcionarios ejecutivos de UNICAR.

UNICAR atiende a la población en general, guatemalteca y extranjera que padece de alguna enfermedad cardiovascular.

MISION:

“Somos una institución de salud, semi-autónoma, no lucrativa, dirigida a la población en general que padece enfermedades cardiovasculares, que cuenta con personal altamente calificado y capacitado para ofrecer un servicio de óptima calidad a nivel centroamericano.”

VISION:

“Ser una institución que está a la vanguardia de servicios en Cardiología y Cirugía Cardiovascular. Altamente tecnificada y con personal calificado, que garantice la excelencia de la atención, el desarrollo del recurso humano y la auto-sostenibilidad.”



OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

1. Por medio de la atención y el servicio se busca la recuperación de la salud, una mejor calidad de vida y la reincorporación de los usuarios a su medio social y económico.

2. “A través de valores éticos, morales y profesionales lograr el reconocimiento de un centro de referencia, rector de la especialidad en cardiología y cirugía cardiovascular, a nivel nacional e internacional.”

UNICAR es reconocido a nivel nacional, y está catalogado como un excelente hospital de referencia de 5to. Nivel, en el cual se encuentran los mejores cardiólogos y cirujanos cardiovasculares del país.

Presta los siguientes servicios para pacientes adultos y pediátricos:

- Médicos:

Exámenes y evaluaciones cardiovasculares

Electrocardiogramas

Radiografías de tórax

Pruebas de esfuerzo

Electrolitos

Gases arteriales

Cateterismo cardíaco

Coronariografía

Seriografías

Cine angiografías coronarias

- Quirúrgicos:

- Cirugías cerradas:

- Instalación de marcapasos

- Persistencia del conducto arterioso

- Tetralogía de Fallot

- Coartación de aorta

- Aneurismas aorto-abdominales y aorto-torácicos

- Cirugía Cardiovascular periférica

- Cirugías abiertas:

- Comunicación inter-ventricular

- Comunicación inter-auriculares

- Cierre de Fallot abierto

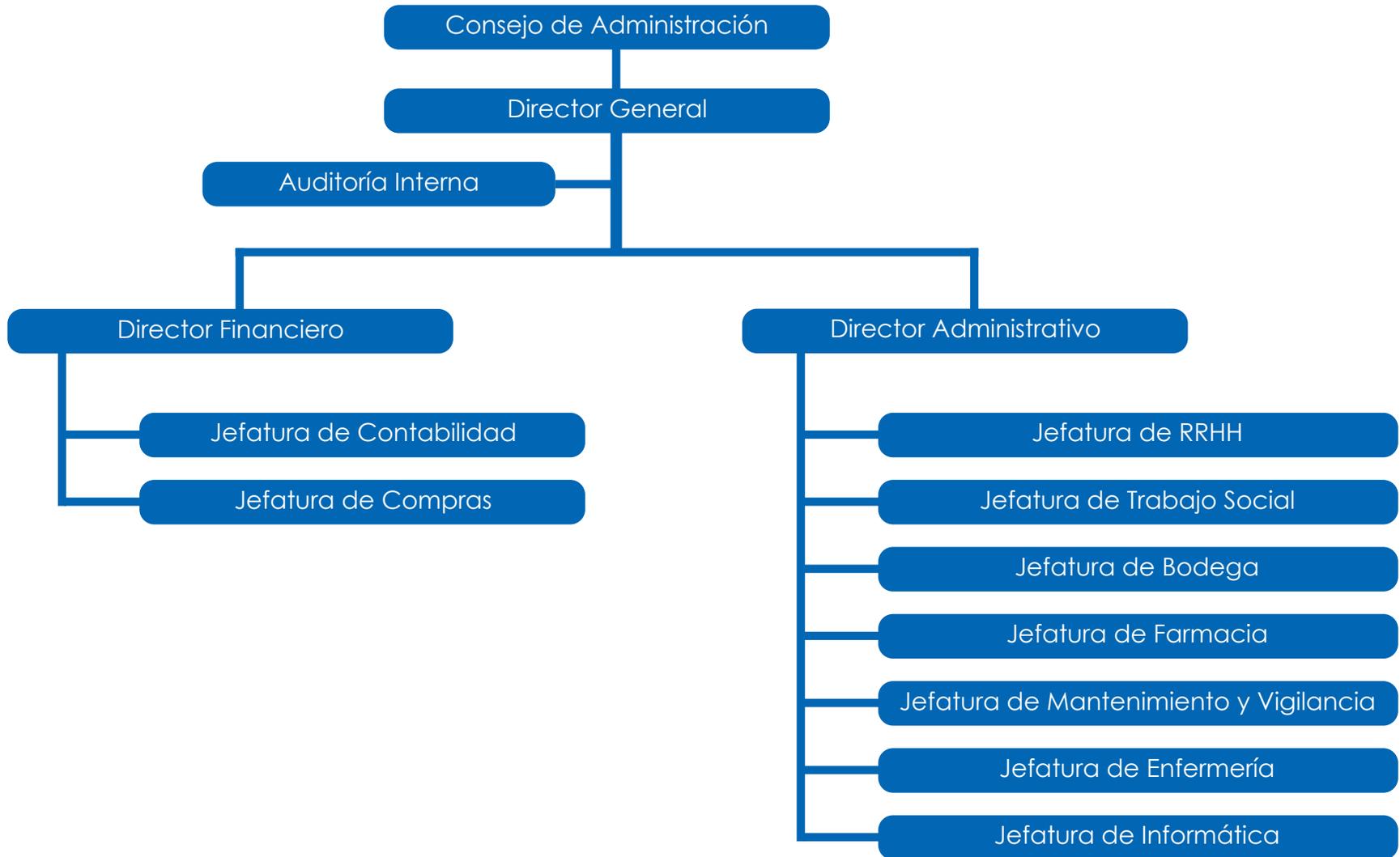
- By-pass aorto-coronario

- Reemplazo valvular simple

- Reemplazo valvular doble

Entre las necesidades de UNICAR, existe la falta de material gráfico que nos refiera la información necesaria para saber con qué servicios cuenta la Unidad, además de la carencia de una página de Internet para que usuarios nacionales y de otros países conozcan su misión, funcionamiento, cuáles son las noticias más relevantes, y los especialistas que trabajan en UNICAR; entre otros.

Organigrama área administrativa:



2.2 Grupo Objetivo.

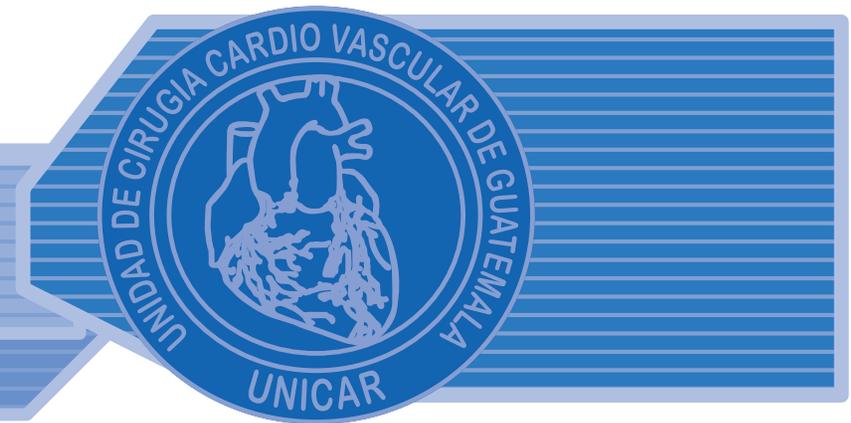
El grupo objetivo al cual se dirigirá la estrategia se encuentra segmentado de la siguiente manera:

2.2.1 Población guatemalteca, hombres y mujeres de 15 años en adelante, que han sido diagnosticados de alguna enfermedad cardiovascular por el IGSS, o por un cardiólogo particular; nivel socio económico medio y bajo; por lo tanto existen variantes en la educación y preparación académica de este grupo; procedentes de la ciudad y del área rural; todos pacientes de UNICAR.

2.2.2 Personas que representen, conformen y colaboren activamente con UNICAR, personal médico, paramédico, técnico y administrativo; el sector médico guatemalteco y centroamericano, que al navegar por Internet, están acostumbrados a buscar información concerniente a su área, población en general de 20 años a 70 años, y que cuentan con especialización en cardiología.

Capítulo III

Conceptos fundamentales



Capítulo III: Conceptos Fundamentales.

3.1 Área de Estudio.

3.1.1 Cirugía:

Tratamiento de la enfermedad o corrección de la deformidad o defecto, por procedimientos manuales u operatorios, con o sin el uso de medicamentos.

Esta rama de la medicina se subdivide según la naturaleza del procedimiento empleado en: cirugía general, que trata todo tipo de lesiones; cirugía ortopédica (del aparato locomotor) que se encarga de corregir las deformidades; cirugía plástica, que trata de reconstruir los tejidos y reparar la pérdida de los mismos, en especial por medio de la transferencia de tejidos.

La cirugía también se subdivide según la región interesada en: neurocirugía (sistema nervioso central y médula espinal); cirugía ORL (oído, nariz, garganta); cirugía cardíaca (corazón); cirugía vascular (sistemas arterial, venoso y linfático); cirugía torácica (tórax y pulmones); cirugía digestiva (órganos abdominales y pélvicos); cirugía urológica (riñones, aparato excretor y genitales) y cirugía ginecológica (sistema reproductor femenino). (Biblioteca de Consulta Microsoft® Encarta® 2005. © 1993-2004 Microsoft Corporation)

Muchos avances han contribuido al desarrollo de la cirugía, como la acumulación gradual de conocimientos sobre anatomía y fisiología, el descubrimiento de la circulación de la sangre, el perfeccionamiento del microscopio, el descubrimiento de los rayos X y el desarrollo de nuevos instrumentos y aparatos, como el láser y los ultrasonidos.

El descubrimiento de la anestesia, la antisepsia y el control de la pérdida de sangre han sido fundamentales para ampliar el campo de la cirugía en pacientes que sólo podían ser tratados con escayola o medicamentos.

El sistema cardiovascular también puede tratarse quirúrgicamente. Aunque en épocas anteriores la cirugía se empleaba sólo para el tratamiento de heridas por arma blanca o por proyectiles, muchas de las operaciones actuales se dirigen al tratamiento de cardiopatías congénitas y de lesiones de las válvulas cardiacas por secuelas de enfermedades como la fiebre reumática. La ligadura de arterias para el control de la hemorragia y el desarrollo de la circulación extracorpórea son grandes avances.

Muchas de las enfermedades de los vasos sanguíneos antes fatales, se pueden curar en la actualidad con tratamiento quirúrgico. El cirujano puede restablecer un flujo sanguíneo normal a un órgano vital eliminando las obstrucciones en las arterias. Se pueden extirpar segmentos de arterias lesionadas y restablecer la comunicación mediante un injerto de donante o injerto sintético. Los defectos arteriales se reparan con la apertura del vaso y la extracción del coágulo, sustitución del segmento con un injerto sintético o biológico, o aumentando el calibre de un vaso, para lo que se introduce un dispositivo en su interior, que separa sus paredes. En ocasiones se cauterizan los vasos si la cirugía es demasiado arriesgada.

3.1.2 Cardiovascular:

El término cardiovascular se refiere al corazón y los vasos sanguíneos. El sistema cardiovascular está conformado por arterias, venas, arteriolas, vénulas y capilares; por consiguiente las enfermedades cardiovasculares son aquellas referentes al corazón.

La función fundamental del corazón es la de responder a los cambios de demanda de los flujos regionales y del retorno venoso.

3.1.3 Factores de Riesgo de las Enfermedades Cardiovasculares:

Factores de riesgo mayores no modificables

- Herencia: Hijos de pacientes con enfermedad cardiovascular.
- Sexo: Masculino. Los hombres tienen mayor riesgo de enfermedad cardiovascular que las mujeres, y son afectados en edades más tempranas. Luego de la menopausia el riesgo de las mujeres aumenta, pero aún es menor que en el sexo masculino.
- Edad: Cuatro de cinco pacientes que fallecen por enfermedad cardiovascular son mayores de 65 años.

Factores de riesgo mayores que pueden ser modificados

- Cigarrillo / fumadores de tabaco: Los fumadores tienen el doble de riesgo de enfermedad cardiovascular con respecto a los no fumadores. Los fumadores tienen de 2 a 4 veces más riesgo de muerte súbita que los no fumadores. Los que sufren ataque cardíaco tienen mayor riesgo de muerte súbita en la primera hora luego del evento agudo que los no fumadores. Las evidencias parecen indicar que la exposición crónica a ambientes con humo de tabaco (fumadores pasivos) aumentaría el riesgo de enfermedad cardiovascular.
- Colesterol aumentado en sangre: El riesgo de enfermedad coronaria de incrementa con el aumento de los niveles de colesterol. Cuando otros factores (como hipertensión y tabaquismo) están presentes, el riesgo crece más aún.
- Hipertensión: La hipertensión arterial incrementa el trabajo a que es sometido el corazón. Aumenta el riesgo de accidente vascular encefálico, ataque cardíaco, falla renal, etc. Cuando la hipertensión se acompaña de obesidad, tabaquismo, hipercolesterolemia o diabetes el riesgo aumenta notoriamente.

- Inactividad física: El sedentarismo es un factor de riesgo para la enfermedad cardiovascular. La actividad aeróbica regular, juega un rol significativo en la prevención. Niveles moderados de actividad, son beneficiosos a largo plazo si se realizan regularmente.

Otros factores que contribuyen

- Diabetes mellitus: La Diabetes incrementa el riesgo de desarrollar enfermedad cardiovascular. Más del 80% de los pacientes diabéticos pueden padecer alguna afección de este tipo.
- Obesidad: El sobrepeso predispone a desarrollar enfermedades cardiovasculares .Es perjudicial porque incrementa el esfuerzo a que es sometido el corazón, y se vincula a la enfermedad coronaria por su influencia negativa sobre el colesterol y la diabetes.
- Estrés: Es sabido que hay vinculación entre la enfermedad coronaria y el estrés, probablemente en su interrelación con los demás factores de riesgo.

3.2 Conceptos o Temas de Diseño.

3.2.1 Diseño Gráfico:

Transmite una idea, un concepto o una imagen de la forma más eficaz posible. El diseñador debe contar con herramientas para poder transmitir la información necesaria, de forma clara y directa.

La eficacia de la comunicación del mensaje visual que elabora el diseñador, dependerá de la elección de los elementos que utilice y del conocimiento que tenga de ellos.

3.2.2 Percepción en lo visual:

El diseñador gráfico debe de estructurar sus diseños con una significación, guía o intención coincidente con el mensaje que se quiere transmitir.

3.2.2.1 El Equilibrio: El receptor tiene necesidad del equilibrio de la composición y los ejes en los cuales descansa. El desequilibrio crea inestabilidad.

3.2.2.2 La Referencia Horizontal: Necesitamos ver que los objetos o partes de la composición, se encuentran apoyados de alguna forma. La parte inferior es mejor elección que la superior.

3.2.2.3 Ángulo Inferior Izquierdo: Los hábitos de lectura occidentales han motivado a que la atención se centre en la parte izquierda, y es aún mayor en la parte inferior izquierda.

3.2.2.4 Relajamiento-Tensión: Psicológicamente cuando tenemos una composición equilibrada, simétrica o predecible; sin embargo generaremos tensión en el receptor si no es capaz de encontrar una lógica visual en la composición.

3.2.3 El Movimiento:

Es uno de los elementos visuales que implica y dota de más fuerza. Crear imágenes dinámicas nos asegura la atención de nuestro grupo objetivo, cuando son bien utilizadas.

3.2.4 Tipografía:

Se denomina tipografía al estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras. Al igual que el resto de los elementos que utilizamos en la composición de nuestro diseño, el conocimiento de los tipos de letras y sus características es necesario para la utilización correcta.

3.2.4.1 Legibilidad: Que la fuente utilizada no confunda al receptor. En especial en casos en donde lo importante es el contenido y no la libertad y expresividad del diseñador.

3.2.3 Color:

Es una sensación que se produce en respuesta a la estimulación del ojo y de sus mecanismos nerviosos, por la energía luminosa de ciertas longitudes de onda.

El color está presente en todos los aspectos de la identidad de una empresa o marca. Psicológicamente el color es capaz de expresar varias sensaciones.

3.2.4 Logotipo:

El logotipo es un gráfico que le sirve a una entidad o un grupo de personas para representarse. Los logotipos suelen encerrar indicios y símbolos acerca de quienes representan.

El logotipo puede ser el eje afirmador de la propiedad privada a través del hecho de la autoría. El logotipo como parte de la identidad visual de una empresa o institución, es la representación tipográfica del nombre de la marca.

En un logotipo se diferencian dos entes: el ícono y el nombre. El ícono es el símbolo visual gráfico.

El nombre es la representación fonética de la marca. Hay logotipos donde se "fundan" ambos elementos. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Logotipo>)

3.2.5 Estrategia de Comunicación:

El arte de coordinar las acciones y de maniobrar para alcanzar un objetivo.

(Vico, Miriam Nieto; diccionarios.astalaweb.com/Local/Diccionario%20de%20deporte.asp#C-E)

Concebir la estrategia como un proyecto comunicacional implica pensar en sus alcances, y éstos guardan relación con los niveles de involucramiento y participación que le otorga a las poblaciones destinatarias o poblaciones meta del proyecto. Puede tener tres tipos de alcance, que idealmente deberían coexistir, correspondientes a tres niveles diferentes de comunicación posible que van desde el más restrictivo al más amplio. (www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/pub_for/comunic/pdf/cap1.pdf)

3.2.6 Semiología:

Es la ciencia que estudia los sistemas de signos: códigos, señalizaciones, etc.

La semiología fue concebida por Saussure en Ginebra, en 1908, como «la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social», haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística.

La semiología es un término usualmente intercambiable con el de semiótica, este último preferido por los anglosajones; el primero por los europeos. De hecho Pierce fue al parecer el primero en usar el término semiotic.

3.2.7 Semántica:

La semántica es un subcampo de la gramática y, por extensión, de la lingüística. Proviene del griego "semantikos", que quería decir "significado relevante", derivada de "sema", lo que significaba "signo". Se dedica al estudio de los signos y de sus combinaciones, desde un punto de vista sincrónico o diacrónico.

3.2.8 Sintaxis:

La sintaxis atiende a la relación de los signos entre sí y la relación de unos signos con los otros, y sus combinaciones; y su criterio de validez es la coherencia y las reglas del lenguaje.

3.2.9 Signo y símbolo:

Podemos obtener información tanto de las personas como del entorno, sin que nos sea dada precisamente mediante lenguaje verbal o escrito. Esto lo hacemos mediante la lectura de signos -naturales o artificiales- y mediante el reconocimiento del significado de símbolos. Un signo o señal es un indicador que nos conduce hasta una información determinada.

La Estrella de David es un símbolo del pueblo hebreo. La bandera, el escudo y el himno son símbolos de un país.

3.2.10 Códigos:

Conjuntos de signos que las personas ocupamos para transmitir mensajes.

3.2.11 Figuras Literarias:

Se entiende por "figura" en su acepción más amplia, cualquier tipo de recurso o manipulación del lenguaje con fines retóricos, antiguamente se aplicaba a la oratoria, pero al entrar ésta en decadencia pasó a la literatura y actualmente se aprecia con mayor énfasis en la publicidad.

En el lenguaje literario las palabras son un fin en sí mismas, el autor selecciona el lenguaje para enriquecer la capacidad léxica de una lengua. Las cualidades que son deseables en el uso del lenguaje literario son: claridad, propiedad, rigor expresivo, decoro, corrección, armonía, abundancia y pureza. En la retórica clásica se denominó figuras literarias a estos usos del lenguaje figurado y deben estudiarse dentro del campo exhaustivo de la literatura.

Principales figuras literarias:

3.2.11.1 Figuras fonológicas (metaplasmos):

Aliteración
Onomatopeya
Similicadencia
Paranomasia

3.2.11.2 Figuras morfosintácticas o gramaticales:

Por adición de palabras: pleonasma, sinonimia, epíteto.

Por omisión de palabras: elipsis, zeugma, asíndeton.

Por repetición de palabras: anáfora, anadíplosis, epanadiplosis.

Por analogía, accidentes gramaticales, cambio de orden, concordancia: polítote, silepsis, dilogía, calambur, equívoco, hipérbaton.

3.2.11.3 Figuras semánticas:

Tropos: sinécdoque, metonimia, imagen, metáfora, sinestesia, alegoría, parábola, símbolo.

3.2.11.4 Figuras pragmáticas:

Descriptivas: prosopografía, etopeya, retrato, topografía, enumeración.

Patéticas: interrogación retórica, exclamación, comunicación, sujeción, licencia, apóstrofe, optación, hipérbole, prosopopeya, anticipación, dialogismo.

Lógicas: sentencia, símil, antítesis, paradoja, corrección, dubitación, lítote, gradación o clima.

Oblicuas o intencionadas: perífrasis, alusión, eufemismo, reticencia, ironía, sarcasmo.

3.2.12 Base de datos:

Estructura para almacenar datos en un computador, y acceder a ellos por medio de una búsqueda lógica. Por lo general, las bases de datos están organizadas por registros, que se dividen en campos. De hecho, puede interpretarse a Internet como una gigantesca base de datos, algunos de cuyos campos están altamente estructurados, mientras que hay otros que no lo están.

Asimismo, en Internet se puede acceder a numerosas bases de datos, algunas de las cuales cobran una tarifa, mientras que otras están disponibles en forma gratuita. Los servidores WAIS son una herramienta eficiente para encontrar lo que se busca. (Wenceslao: www.arrakis.es/~wenceslao/CursoWeb)

3.2.13 Buscador:

(Search) Herramienta que permite ubicar contenidos en la Red, buscando a través de palabras clave. Se organizan en buscadores por palabra o índices (como Lycos o Infoseek) y buscadores temáticos o Directories (como Yahoo!).

Existen cientos de buscadores diferentes, cada uno con distintas habilidades o entornos de búsqueda para temas específicos.

3.2.14 Dirección Electrónica:

Serie de caracteres que identifican unívocamente un servidor y un recurso o un sitio web en Internet.

Se componen de varias partes de longitud variable. Las direcciones son convertidas por los DNS en los números IP correspondientes para que puedan viajar por la Red.

3.2.15 Dominio:

Es una de las partes componentes de una dirección en Internet. De hecho, es el nivel más alto de la jerarquía en el Sistema de Nombres de Dominio, y es el segmento que se ubica más a la derecha en una dirección de Internet. Una dirección Internet va de lo específico a lo general. Empieza con la identificación del nombre del usuario, seguido del signo @ (arroba), que significa en. A continuación viene el nombre del computador en el que reside la cuenta del usuario.

Luego, separados por un punto, aparecen el nombre del grupo o red a la que pertenece ese computador y el subdominio, cuando lo hay, por ejemplo, el nombre de una universidad, empresa o institución. Finalmente, viene la abreviación del dominio, que normalmente identifica a un país o según la clasificación de la empresa o entidad.

3.2.16 Página de Internet:

(page o Webpage) Unidad que muestra información en la Web. Una página puede tener cualquier longitud, si bien equivale por lo general a la cantidad de texto que ocupan dos pantallas y media. Las páginas se diseñan en un lenguaje llamado HTML, y contiene enlaces a otros documentos, un conjunto de páginas relacionadas componen un Site (Sitio). (Wenceslao: www.arrakis.es/~wenceslao/CursoWeb)

3.2.17 Correo Electrónico:

Para enviar y recibir correo electrónico, se precisa de un programa de gestión conocido como "cliente de correo electrónico", en el que se redacta el contenido y se indican las direcciones del o de los destinatarios.

Posteriormente, el mensaje de correo electrónico se envía a un servidor, que identifica el o los destinatarios y lo remite al propio servidor de correo de éstos, que es el encargado de almacenarlo hasta que el propio destinatario se conecte con él y lo descargue en su terminal, utilizando también un software “cliente de correo electrónico”.

Una vez recibido, deberá abrirlo para leer su contenido o abrir los archivos adjuntos con los programas que sean capaces de manipularlos. Los protocolos utilizados para el envío y recepción de correo electrónico varían según los servidores, siendo los más comunes el SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) para el envío y el POP3 (Post Office Protocol 3) o el IMAP (Internet Message Access Protocol) para la recepción. Un correo electrónico gráfico es el que no se limita a contener información sobre un determinado tema, en cambio es un elemento más que contiene la imagen corporativa de una empresa o institución para que sea reconocida y se refuerce en la mente del consumidor.

3.2.18 Trifoliar:

Es un folio gráfico que incluye información relevante de algún tema específico, es un material para ser entregado persona a persona; y puede ser bastante puntual en su contenido.

Pequeño documento impreso dividido en tres cuerpos que contienen información escrita e imágenes sobre un producto, sistema o servicio.

3.2.19 Carpeta:

Es una carpeta que incluye información de una empresa o institución y que se encuentra diseñada de acuerdo a un tema específico, según la estrategia que se esté desarrollando; o con la imagen corporativa de la empresa. Es de una presentación formal.

3.2.20 Internet:

Es la red mundial de redes de computadoras interconectadas. Es un fenómeno sociocultural.

Una red existe cuando hay dos o más ordenadores conectados de forma que puedan compartir y pasar información entre ellos. Cada una de estas máquinas se denomina host o nodo de la red. Si proporciona un servicio específico, tal como la verificación de contraseña, el ordenador se denomina servidor.

Los nodos de una red siguen un conjunto de reglas, denominados protocolos para intercambiar información, que a su vez sirve también para definir los servicios que pueden estar disponibles en un ordenador. Hay muchos tipos diferentes de protocolos, aunque los más habituales proporcionan conexiones TCP/IP que permiten que los usuarios se conecten a Internet.

El protocolo de comunicaciones TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) sirve como núcleo de Internet. Este protocolo de comunicaciones permite conectar computadores que utilizan distintos sistemas operativos.

Trabaja a nivel de capa de red y de transporte en la clasificación del modelo de la ISO/OSI. Para pertenecer a Internet, se debe estar conectado al backbone (columna vertebral) de la NSFNET y respetar la convención de direccionamiento IP. (Delgado, Juan Carlos: www.monografias.com)

La Web se puede utilizar como medio o sistema de comunicación y, como tal, está constituido por dos elementos:

3.2.21.1 Un sistema de significaciones (código)

3.2.21.2 Un sistema de transmisiones (canal)

3.2.21 URL:

(Uniform Resource Locator, Localizador Uniforme de Recursos) Dirección electrónica. Puntero dentro de páginas HTML que especifican el protocolo de transmisión y la dirección de un recurso para poder acceder a el en un server de Web remoto.

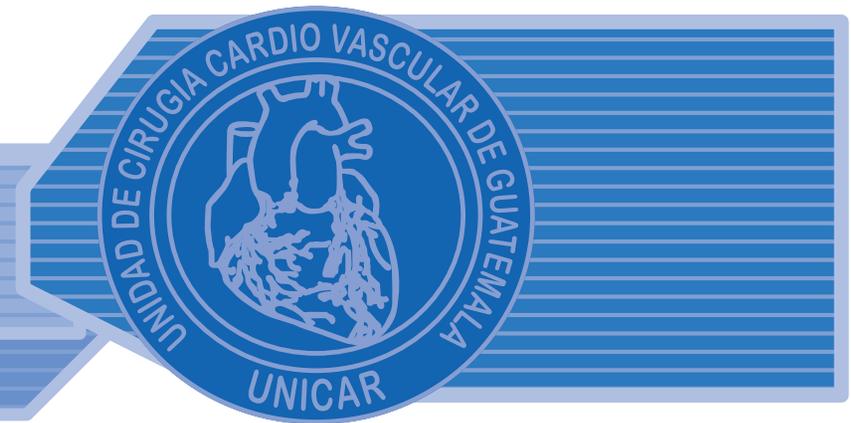
3.2.22 Hipertexto:

Concepto y término inventado por Ted Nelson en 1969. Nelson era un famoso visionario de la informática que investigo durante 25 años, las posibilidades de interacción entre las computadoras y la literatura. Uno de los conceptos básicos para el desarrollo de la WWW. El hipertexto es una forma diferente de organizar información. En lugar de leer un texto en forma continua, ciertos términos están unidos a otros mediante relaciones (enlaces o links) que tienen entre ellos.

El hipertexto permite saltar de un punto a otro en un texto, y a través de los enlaces (con un simple click sobre las palabras subrayadas y en negrita), permite que los navegantes busquen información de su interés en la Red, guiándose por un camino distinto de razonamiento. Algunos programas muy difundidos, como la Ayuda de Windows o las enciclopedias en CD-ROOM, están organizadas como hipertextos. Término acuñado por Ted Nelson, en 1965, hipertexto es un documento no limitado a un plano lineal o unidimensional. De hecho, un documento en hipertexto contiene enlaces con otros documentos, lo que agrega una nueva dimensión a la información. Por hipermedia, también acuñado por Nelson, se entiende hipertexto no limitado a la palabra escrita. Puede incorporar gráficos, sonido y video.

Capítulo III

Conceptos fundamentales



Capítulo III: Conceptos Fundamentales.

3.1 Área de Estudio.

3.1.1 Cirugía:

Tratamiento de la enfermedad o corrección de la deformidad o defecto, por procedimientos manuales u operatorios, con o sin el uso de medicamentos.

Esta rama de la medicina se subdivide según la naturaleza del procedimiento empleado en: cirugía general, que trata todo tipo de lesiones; cirugía ortopédica (del aparato locomotor) que se encarga de corregir las deformidades; cirugía plástica, que trata de reconstruir los tejidos y reparar la pérdida de los mismos, en especial por medio de la transferencia de tejidos.

La cirugía también se subdivide según la región interesada en: neurocirugía (sistema nervioso central y médula espinal); cirugía ORL (oído, nariz, garganta); cirugía cardíaca (corazón); cirugía vascular (sistemas arterial, venoso y linfático); cirugía torácica (tórax y pulmones); cirugía digestiva (órganos abdominales y pélvicos); cirugía urológica (riñones, aparato excretor y genitales) y cirugía ginecológica (sistema reproductor femenino). (Biblioteca de Consulta Microsoft® Encarta® 2005. © 1993-2004 Microsoft Corporation)

Muchos avances han contribuido al desarrollo de la cirugía, como la acumulación gradual de conocimientos sobre anatomía y fisiología, el descubrimiento de la circulación de la sangre, el perfeccionamiento del microscopio, el descubrimiento de los rayos X y el desarrollo de nuevos instrumentos y aparatos, como el láser y los ultrasonidos.

El descubrimiento de la anestesia, la antisepsia y el control de la pérdida de sangre han sido fundamentales para ampliar el campo de la cirugía en pacientes que sólo podían ser tratados con escayola o medicamentos.

El sistema cardiovascular también puede tratarse quirúrgicamente. Aunque en épocas anteriores la cirugía se empleaba sólo para el tratamiento de heridas por arma blanca o por proyectiles, muchas de las operaciones actuales se dirigen al tratamiento de cardiopatías congénitas y de lesiones de las válvulas cardiacas por secuelas de enfermedades como la fiebre reumática. La ligadura de arterias para el control de la hemorragia y el desarrollo de la circulación extracorpórea son grandes avances.

Muchas de las enfermedades de los vasos sanguíneos antes fatales, se pueden curar en la actualidad con tratamiento quirúrgico. El cirujano puede restablecer un flujo sanguíneo normal a un órgano vital eliminando las obstrucciones en las arterias. Se pueden extirpar segmentos de arterias lesionadas y restablecer la comunicación mediante un injerto de donante o injerto sintético. Los defectos arteriales se reparan con la apertura del vaso y la extracción del coágulo, sustitución del segmento con un injerto sintético o biológico, o aumentando el calibre de un vaso, para lo que se introduce un dispositivo en su interior, que separa sus paredes. En ocasiones se cauterizan los vasos si la cirugía es demasiado arriesgada.

3.1.2 Cardiovascular:

El término cardiovascular se refiere al corazón y los vasos sanguíneos. El sistema cardiovascular está conformado por arterias, venas, arteriolas, vénulas y capilares; por consiguiente las enfermedades cardiovasculares son aquellas referentes al corazón.

La función fundamental del corazón es la de responder a los cambios de demanda de los flujos regionales y del retorno venoso.

3.1.3 Factores de Riesgo de las Enfermedades Cardiovasculares:

Factores de riesgo mayores no modificables

- Herencia: Hijos de pacientes con enfermedad cardiovascular.
- Sexo: Masculino. Los hombres tienen mayor riesgo de enfermedad cardiovascular que las mujeres, y son afectados en edades más tempranas. Luego de la menopausia el riesgo de las mujeres aumenta, pero aún es menor que en el sexo masculino.
- Edad: Cuatro de cinco pacientes que fallecen por enfermedad cardiovascular son mayores de 65 años.

Factores de riesgo mayores que pueden ser modificados

- Cigarrillo / fumadores de tabaco: Los fumadores tienen el doble de riesgo de enfermedad cardiovascular con respecto a los no fumadores. Los fumadores tienen de 2 a 4 veces más riesgo de muerte súbita que los no fumadores. Los que sufren ataque cardíaco tienen mayor riesgo de muerte súbita en la primera hora luego del evento agudo que los no fumadores. Las evidencias parecen indicar que la exposición crónica a ambientes con humo de tabaco (fumadores pasivos) aumentaría el riesgo de enfermedad cardiovascular.
- Colesterol aumentado en sangre: El riesgo de enfermedad coronaria de incrementa con el aumento de los niveles de colesterol. Cuando otros factores (como hipertensión y tabaquismo) están presentes, el riesgo crece más aún.
- Hipertensión: La hipertensión arterial incrementa el trabajo a que es sometido el corazón. Aumenta el riesgo de accidente vascular encefálico, ataque cardíaco, falla renal, etc. Cuando la hipertensión se acompaña de obesidad, tabaquismo, hipercolesterolemia o diabetes el riesgo aumenta notoriamente.

- Inactividad física: El sedentarismo es un factor de riesgo para la enfermedad cardiovascular. La actividad aeróbica regular, juega un rol significativo en la prevención. Niveles moderados de actividad, son beneficiosos a largo plazo si se realizan regularmente.

Otros factores que contribuyen

- Diabetes mellitus: La Diabetes incrementa el riesgo de desarrollar enfermedad cardiovascular. Más del 80% de los pacientes diabéticos pueden padecer alguna afección de este tipo.
- Obesidad: El sobrepeso predispone a desarrollar enfermedades cardiovasculares .Es perjudicial porque incrementa el esfuerzo a que es sometido el corazón, y se vincula a la enfermedad coronaria por su influencia negativa sobre el colesterol y la diabetes.
- Estrés: Es sabido que hay vinculación entre la enfermedad coronaria y el estrés, probablemente en su interrelación con los demás factores de riesgo.

3.2 Conceptos o Temas de Diseño.

3.2.1 Diseño Gráfico:

Transmite una idea, un concepto o una imagen de la forma más eficaz posible. El diseñador debe contar con herramientas para poder transmitir la información necesaria, de forma clara y directa.

La eficacia de la comunicación del mensaje visual que elabora el diseñador, dependerá de la elección de los elementos que utilice y del conocimiento que tenga de ellos.

3.2.2 Percepción en lo visual:

El diseñador gráfico debe de estructurar sus diseños con una significación, guía o intención coincidente con el mensaje que se quiere transmitir.

3.2.2.1 El Equilibrio: El receptor tiene necesidad del equilibrio de la composición y los ejes en los cuales descansa. El desequilibrio crea inestabilidad.

3.2.2.2 La Referencia Horizontal: Necesitamos ver que los objetos o partes de la composición, se encuentran apoyados de alguna forma. La parte inferior es mejor elección que la superior.

3.2.2.3 Ángulo Inferior Izquierdo: Los hábitos de lectura occidentales han motivado a que la atención se centre en la parte izquierda, y es aún mayor en la parte inferior izquierda.

3.2.2.4 Relajamiento-Tensión: Psicológicamente cuando tenemos una composición equilibrada, simétrica o predecible; sin embargo generaremos tensión en el receptor si no es capaz de encontrar una lógica visual en la composición.

3.2.3 El Movimiento:

Es uno de los elementos visuales que implica y dota de más fuerza. Crear imágenes dinámicas nos asegura la atención de nuestro grupo objetivo, cuando son bien utilizadas.

3.2.4 Tipografía:

Se denomina tipografía al estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras. Al igual que el resto de los elementos que utilizamos en la composición de nuestro diseño, el conocimiento de los tipos de letras y sus características es necesario para la utilización correcta.

3.2.4.1 Legibilidad: Que la fuente utilizada no confunda al receptor. En especial en casos en donde lo importante es el contenido y no la libertad y expresividad del diseñador.

3.2.3 Color:

Es una sensación que se produce en respuesta a la estimulación del ojo y de sus mecanismos nerviosos, por la energía luminosa de ciertas longitudes de onda.

El color está presente en todos los aspectos de la identidad de una empresa o marca. Psicológicamente el color es capaz de expresar varias sensaciones.

3.2.4 Logotipo:

El logotipo es un gráfico que le sirve a una entidad o un grupo de personas para representarse. Los logotipos suelen encerrar indicios y símbolos acerca de quienes representan.

El logotipo puede ser el eje afirmador de la propiedad privada a través del hecho de la autoría. El logotipo como parte de la identidad visual de una empresa o institución, es la representación tipográfica del nombre de la marca.

En un logotipo se diferencian dos entes: el ícono y el nombre. El ícono es el símbolo visual gráfico.

El nombre es la representación fonética de la marca. Hay logotipos donde se "fundan" ambos elementos. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Logotipo>)

3.2.5 Estrategia de Comunicación:

El arte de coordinar las acciones y de maniobrar para alcanzar un objetivo.

(Vico, Miriam Nieto; diccionarios.astalaweb.com/Local/Diccionario%20de%20deporte.asp#C-E)

Concebir la estrategia como un proyecto comunicacional implica pensar en sus alcances, y éstos guardan relación con los niveles de involucramiento y participación que le otorga a las poblaciones destinatarias o poblaciones meta del proyecto. Puede tener tres tipos de alcance, que idealmente deberían coexistir, correspondientes a tres niveles diferentes de comunicación posible que van desde el más restrictivo al más amplio. (www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/pub_for/comunic/pdf/cap1.pdf)

3.2.6 Semiología:

Es la ciencia que estudia los sistemas de signos: códigos, señalizaciones, etc.

La semiología fue concebida por Saussure en Ginebra, en 1908, como «la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social», haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística.

La semiología es un término usualmente intercambiable con el de semiótica, este último preferido por los anglosajones; el primero por los europeos. De hecho Pierce fue al parecer el primero en usar el término semiotic.

3.2.7 Semántica:

La semántica es un subcampo de la gramática y, por extensión, de la lingüística. Proviene del griego "semantikos", que quería decir "significado relevante", derivada de "sema", lo que significaba "signo". Se dedica al estudio de los signos y de sus combinaciones, desde un punto de vista sincrónico o diacrónico.

3.2.8 Sintaxis:

La sintaxis atiende a la relación de los signos entre sí y la relación de unos signos con los otros, y sus combinaciones; y su criterio de validez es la coherencia y las reglas del lenguaje.

3.2.9 Signo y símbolo:

Podemos obtener información tanto de las personas como del entorno, sin que nos sea dada precisamente mediante lenguaje verbal o escrito. Esto lo hacemos mediante la lectura de signos -naturales o artificiales- y mediante el reconocimiento del significado de símbolos. Un signo o señal es un indicador que nos conduce hasta una información determinada.

La Estrella de David es un símbolo del pueblo hebreo. La bandera, el escudo y el himno son símbolos de un país.

3.2.10 Códigos:

Conjuntos de signos que las personas ocupamos para transmitir mensajes.

3.2.11 Figuras Literarias:

Se entiende por "figura" en su acepción más amplia, cualquier tipo de recurso o manipulación del lenguaje con fines retóricos, antiguamente se aplicaba a la oratoria, pero al entrar ésta en decadencia pasó a la literatura y actualmente se aprecia con mayor énfasis en la publicidad.

En el lenguaje literario las palabras son un fin en sí mismas, el autor selecciona el lenguaje para enriquecer la capacidad léxica de una lengua. Las cualidades que son deseables en el uso del lenguaje literario son: claridad, propiedad, rigor expresivo, decoro, corrección, armonía, abundancia y pureza. En la retórica clásica se denominó figuras literarias a estos usos del lenguaje figurado y deben estudiarse dentro del campo exhaustivo de la literatura.

Principales figuras literarias:

3.2.11.1 Figuras fonológicas (metaplasmos):

Aliteración
Onomatopeya
Similicadencia
Paranomasia

3.2.11.2 Figuras morfosintácticas o gramaticales:

Por adición de palabras: pleonasma, sinonimia, epíteto.

Por omisión de palabras: elipsis, zeugma, asíndeton.

Por repetición de palabras: anáfora, anadíplosis, epanadiplosis.

Por analogía, accidentes gramaticales, cambio de orden, concordancia: polítote, silepsis, dilogía, calambur, equívoco, hipérbaton.

3.2.11.3 Figuras semánticas:

Tropos: sinécdoque, metonimia, imagen, metáfora, sinestesia, alegoría, parábola, símbolo.

3.2.11.4 Figuras pragmáticas:

Descriptivas: prosopografía, etopeya, retrato, topografía, enumeración.

Patéticas: interrogación retórica, exclamación, comunicación, sujeción, licencia, apóstrofe, optación, hipérbole, prosopopeya, anticipación, dialogismo.

Lógicas: sentencia, símil, antítesis, paradoja, corrección, dubitación, lítote, gradación o clima.

Oblicuas o intencionadas: perífrasis, alusión, eufemismo, reticencia, ironía, sarcasmo.

3.2.12 Base de datos:

Estructura para almacenar datos en un computador, y acceder a ellos por medio de una búsqueda lógica. Por lo general, las bases de datos están organizadas por registros, que se dividen en campos. De hecho, puede interpretarse a Internet como una gigantesca base de datos, algunos de cuyos campos están altamente estructurados, mientras que hay otros que no lo están.

Asimismo, en Internet se puede acceder a numerosas bases de datos, algunas de las cuales cobran una tarifa, mientras que otras están disponibles en forma gratuita. Los servidores WAIS son una herramienta eficiente para encontrar lo que se busca. (Wenceslao: www.arrakis.es/~wenceslao/CursoWeb)

3.2.13 Buscador:

(Search) Herramienta que permite ubicar contenidos en la Red, buscando a través de palabras clave. Se organizan en buscadores por palabra o índices (como Lycos o Infoseek) y buscadores temáticos o Directories (como Yahoo!).

Existen cientos de buscadores diferentes, cada uno con distintas habilidades o entornos de búsqueda para temas específicos.

3.2.14 Dirección Electrónica:

Serie de caracteres que identifican unívocamente un servidor y un recurso o un sitio web en Internet.

Se componen de varias partes de longitud variable. Las direcciones son convertidas por los DNS en los números IP correspondientes para que puedan viajar por la Red.

3.2.15 Dominio:

Es una de las partes componentes de una dirección en Internet. De hecho, es el nivel más alto de la jerarquía en el Sistema de Nombres de Dominio, y es el segmento que se ubica más a la derecha en una dirección de Internet. Una dirección Internet va de lo específico a lo general. Empieza con la identificación del nombre del usuario, seguido del signo @ (arroba), que significa en. A continuación viene el nombre del computador en el que reside la cuenta del usuario.

Luego, separados por un punto, aparecen el nombre del grupo o red a la que pertenece ese computador y el subdominio, cuando lo hay, por ejemplo, el nombre de una universidad, empresa o institución. Finalmente, viene la abreviación del dominio, que normalmente identifica a un país o según la clasificación de la empresa o entidad.

3.2.16 Página de Internet:

(page o Webpage) Unidad que muestra información en la Web. Una página puede tener cualquier longitud, si bien equivale por lo general a la cantidad de texto que ocupan dos pantallas y media. Las páginas se diseñan en un lenguaje llamado HTML, y contiene enlaces a otros documentos, un conjunto de páginas relacionadas componen un Site (Sitio). (Wenceslao: www.arrakis.es/~wenceslao/CursoWeb)

3.2.17 Correo Electrónico:

Para enviar y recibir correo electrónico, se precisa de un programa de gestión conocido como "cliente de correo electrónico", en el que se redacta el contenido y se indican las direcciones del o de los destinatarios.

Posteriormente, el mensaje de correo electrónico se envía a un servidor, que identifica el o los destinatarios y lo remite al propio servidor de correo de éstos, que es el encargado de almacenarlo hasta que el propio destinatario se conecte con él y lo descargue en su terminal, utilizando también un software “cliente de correo electrónico”.

Una vez recibido, deberá abrirlo para leer su contenido o abrir los archivos adjuntos con los programas que sean capaces de manipularlos. Los protocolos utilizados para el envío y recepción de correo electrónico varían según los servidores, siendo los más comunes el SMTP (**Simple Mail Transfer Protocol**) para el envío y el POP3 (**Post Office Protocol 3**) o el IMAP (**Internet Message Access Protocol**) para la recepción. Un correo electrónico gráfico es el que no se limita a contener información sobre un determinado tema, en cambio es un elemento más que contiene la imagen corporativa de una empresa o institución para que sea reconocida y se refuerce en la mente del consumidor.

3.2.18 Trifoliar:

Es un folio gráfico que incluye información relevante de algún tema específico, es un material para ser entregado persona a persona; y puede ser bastante puntual en su contenido.

Pequeño documento impreso dividido en tres cuerpos que contienen información escrita e imágenes sobre un producto, sistema o servicio.

3.2.19 Carpeta:

Es una carpeta que incluye información de una empresa o institución y que se encuentra diseñada de acuerdo a un tema específico, según la estrategia que se esté desarrollando; o con la imagen corporativa de la empresa. Es de una presentación formal.

3.2.20 Internet:

Es la red mundial de redes de computadoras interconectadas. Es un fenómeno sociocultural.

Una red existe cuando hay dos o más ordenadores conectados de forma que puedan compartir y pasar información entre ellos. Cada una de estas máquinas se denomina host o nodo de la red. Si proporciona un servicio específico, tal como la verificación de contraseña, el ordenador se denomina servidor.

Los nodos de una red siguen un conjunto de reglas, denominados protocolos para intercambiar información, que a su vez sirve también para definir los servicios que pueden estar disponibles en un ordenador. Hay muchos tipos diferentes de protocolos, aunque los más habituales proporcionan conexiones TCP/IP que permiten que los usuarios se conecten a Internet.

El protocolo de comunicaciones TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) sirve como núcleo de Internet. Este protocolo de comunicaciones permite conectar computadores que utilizan distintos sistemas operativos.

Trabaja a nivel de capa de red y de transporte en la clasificación del modelo de la ISO/OSI. Para pertenecer a Internet, se debe estar conectado al backbone (columna vertebral) de la NSFNET y respetar la convención de direccionamiento IP. (Delgado, Juan Carlos: www.monografias.com)

La Web se puede utilizar como medio o sistema de comunicación y, como tal, está constituido por dos elementos:

3.2.21.1 Un sistema de significaciones (código)

3.2.21.2 Un sistema de transmisiones (canal)

3.2.21 URL:

(Uniform Resource Locator, Localizador Uniforme de Recursos) Dirección electrónica. Puntero dentro de páginas HTML que especifican el protocolo de transmisión y la dirección de un recurso para poder acceder a el en un server de Web remoto.

3.2.22 Hipertexto:

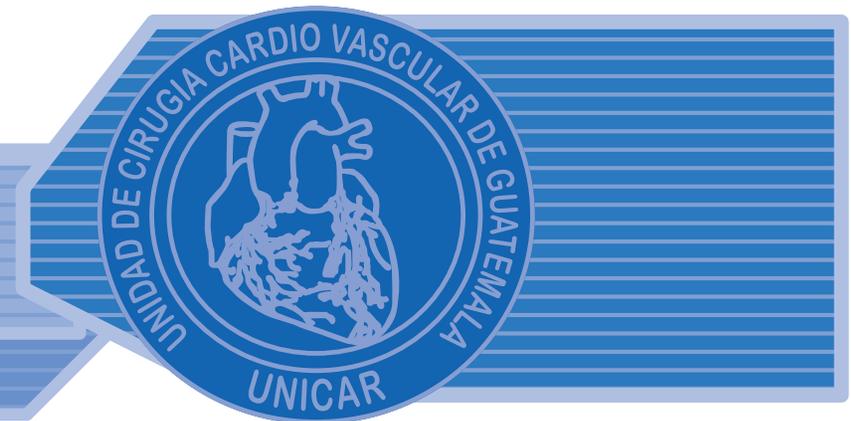
Concepto y término inventado por Ted Nelson en 1969. Nelson era un famoso visionario de la informática que investigo durante 25 años, las posibilidades de interacción entre las computadoras y la literatura. Uno de los conceptos básicos para el desarrollo de la WWW. El hipertexto es una forma diferente de organizar información. En lugar de leer un texto en forma continua, ciertos términos están unidos a otros mediante relaciones (enlaces o links) que tienen entre ellos.

El hipertexto permite saltar de un punto a otro en un texto, y a través de los enlaces (con un simple click sobre las palabras subrayadas y en negrita), permite que los navegantes busquen información de su interés en la Red, guiándose por un camino distinto de razonamiento. Algunos programas muy difundidos, como la Ayuda de Windows o las enciclopedias en CD-ROOM, están organizadas como hipertextos. Término acuñado por Ted Nelson, en 1965, hipertexto es un documento no limitado a un plano lineal o unidimensional. De hecho, un documento en hipertexto contiene enlaces con otros documentos, lo que agrega una nueva dimensión a la información. Por hipermedia, también acuñado por Nelson, se entiende hipertexto no limitado a la palabra escrita. Puede incorporar gráficos, sonido y video.

Capítulo

V

Comprobación de la
eficacia y propuesta
gráfica final
Propuesta gráfica final y
fundamentación



Capítulo V: Comprobación de Eficacia y Propuesta Final Gráfica.

5.1 Comprobación de Eficacia

En este capítulo se exponen los elementos, los procedimientos y los resultados obtenidos durante la puesta a prueba de las piezas gráficas diseñadas a la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala.

Para la comprobación de la eficacia del trifoliar, la página de Internet, la carpeta y los e-mails gráficos; se tomó una muestra de 20. El 50% de esta muestra corresponde a la población guatemalteca, hombres y mujeres de 15 años en adelante; que han sido diagnosticados de alguna enfermedad cardiovascular; nivel socio económico medio y bajo; procedentes de la ciudad; y son pacientes de UNICAR; el otro 50% está formado por personas que trabajan en UNICAR, personal médico, paramédico, técnico y administrativo; población en general de 20 años a 70 años.

La técnica utilizada fue la encuesta, permite adquirir información de un grupo o parte de la población, a la que se le denomina muestra. Consiste en indagar o interrogar a determinadas personas, a través de un cuestionario previamente preparado, calificado y sometido a prueba, según los particulares objetivos que interesan alcanzar a través de esta técnica. (Piloña, Gabriel, 2001:58)

El cuestionario está estructurado, primero por un encabezado el cual incluye el número de boleta, el nombre de la entidad responsable, el nombre del estudio, y las instrucciones sobre la forma correcta de completar o responder a la boleta.

La encuesta está formada por 11 ítems, los cuales son preguntas cerradas. Primero, se cuestionan los colores utilizados en el trifoliar, la página de Internet, la carpeta y los e-mails gráficos; segundo, la tipografía utilizada en el trifoliar, la página de Internet, la carpeta y los e-mails gráficos; tercero, las fotografías utilizadas en el trifoliar, la página de Internet, la carpeta y los e-mails gráficos; cuarto la información y la diagramación de el trifoliar; quinto, la información y diagramación de la página de Internet; sexto, la diagramación y dimensiones de la carpeta; y séptimo, la unidad y la efectividad de los e-mails gráficos.

El cuestionario fue preparado y calificado durante la semana del 24 al 28 de octubre de 2005; el día 26 de octubre de 2005, fue realizada la encuesta en las instalaciones de UNICAR, ubicadas en la 5ta. Av. 6-22, Zona 11, Ciudad de Guatemala; las boletas fueron respondidas por las personas encuestadas mientras se les mostraban las piezas diseñadas.

Según los resultados obtenidos a través de la encuesta, los ítems se clasifican en 5 categorías de análisis.

1era. Categoría:

Color (Trifoliar, página de Internet, carpeta e e-mails gráficos)

	Son los correctos para la imagen de UNICAR
Me parecen correctos	20
No me parecen correcto	0
Total	20

Tipografía (Trifoliar, página de Internet, carpeta e e-mails gráficos)

	Los tipos de letra utilizados son adecuados y legibles
Me parecen correctos	20
No me parecen correcto	0
Total	20



Imágenes (Trifoliar, página de Internet, carpeta e e-mails gráficos)

	Ayudan a la identificación de las instalaciones y servicios de UNICAR
Si ayudan a la identificación de de las instalaciones y servicios	20
No ayudan a la identificación de de las instalaciones y servicios	0
Total	20

2da. Categoría:
Información (Trifoliar)

	La información contenida lo ayuda a entender que es UNICAR
Si ayuda	17
No ayuda	3
Total	20

Diagramación (Trifoliar)

	Los elementos y textos fueron colocados correctamente
Si fueron colocados correctamente	15
No fueron colocados correctamente	5
Total	20



3era. Categoría:
Información (Página de Internet)

	Contiene la información indicada
Si contiene la información indicada	16
No contiene la información indicada	4
Total	20

Diagramación y navegación (Página de Internet)

	La estructura y colocación de los elementos son correctos y ayudan a la navegación
Si son correctos y ayudan a la navegación	17
No son correctos y no ayudan a la navegación	3
Total	20

4ta. Categoría:
Diagramación (Carpeta)

	La colocación de los elementos es adecuada
Es adecuada	16
No es adecuada	4
Total	20

Dimensiones (Carpeta)

	El tamaño es funcional y correcto
Si es funcional y correcto	18
No es funcional o correcto	2
Total	20

5ta. Categoría Unidad (E-mails gráficos)

	Tienen unidad con la página de Internet
Tienen unidad	20
No tienen unidad	0
Total	20

Efectividad (E-mails gráficos)

	Invitan de manera positiva a visitar la página de Internet
Si invitan de manera positiva a visitar la página de Internet	16
No invitan de manera positiva a visitar la página de Internet	4
Total	20

Tabla No. 1
 Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Me parecen correctos	20	100%
No me parecen correctos	0	0%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, al 100% de los encuestados les pareció correcto el uso del color azul, en contraste con los colores blanco y crema; para la imagen de UNICAR.

Gráfica Tabla No. 1

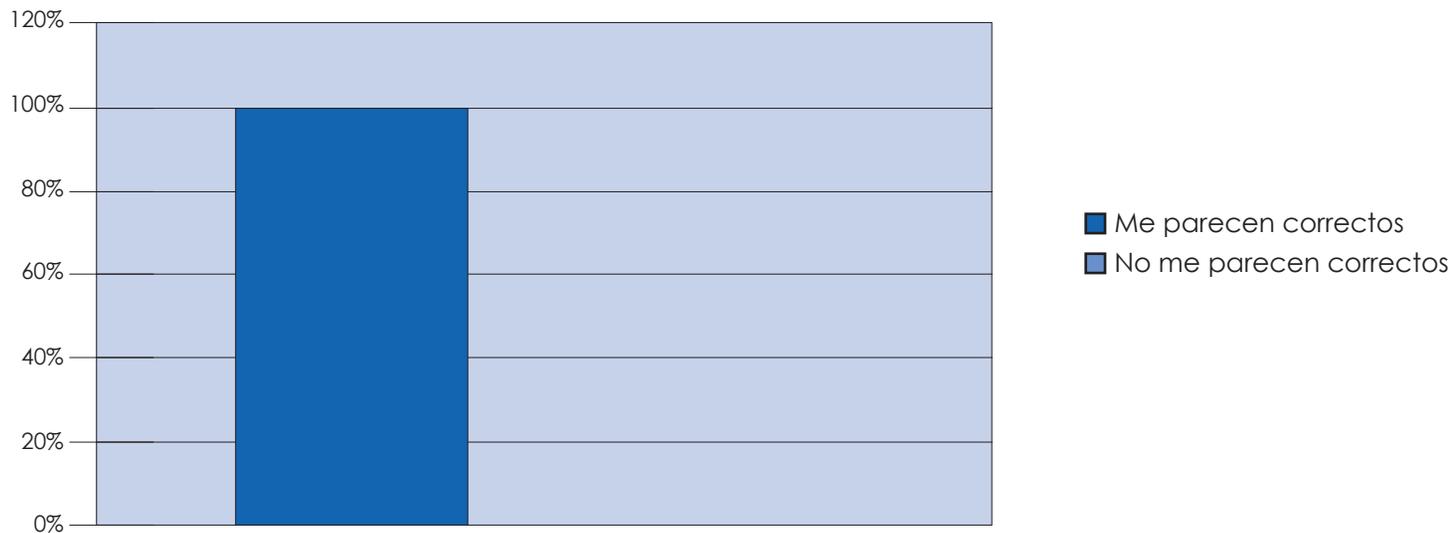


Tabla No. 2
 Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Me parecen correctos	20	100%
No me parecen correctos	0	0%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, al 100% de los encuestados les pareció que la combinación y la elección de la tipografía fueron correctas.

Gráfica Tabla No. 2



Tabla No. 3

Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Si ayudan a la identificación de las instalaciones y servicios de UNICAR	20	100%
No ayudan a la identificación de las instalaciones y servicios de UNICAR	0	0%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, al 100% de los encuestados les pareció que las fotografías utilizadas en el las piezas, ayudan al usuario a identificar las instalaciones y servicios prestados por UNICAR.

Gráfica Tabla No. 3

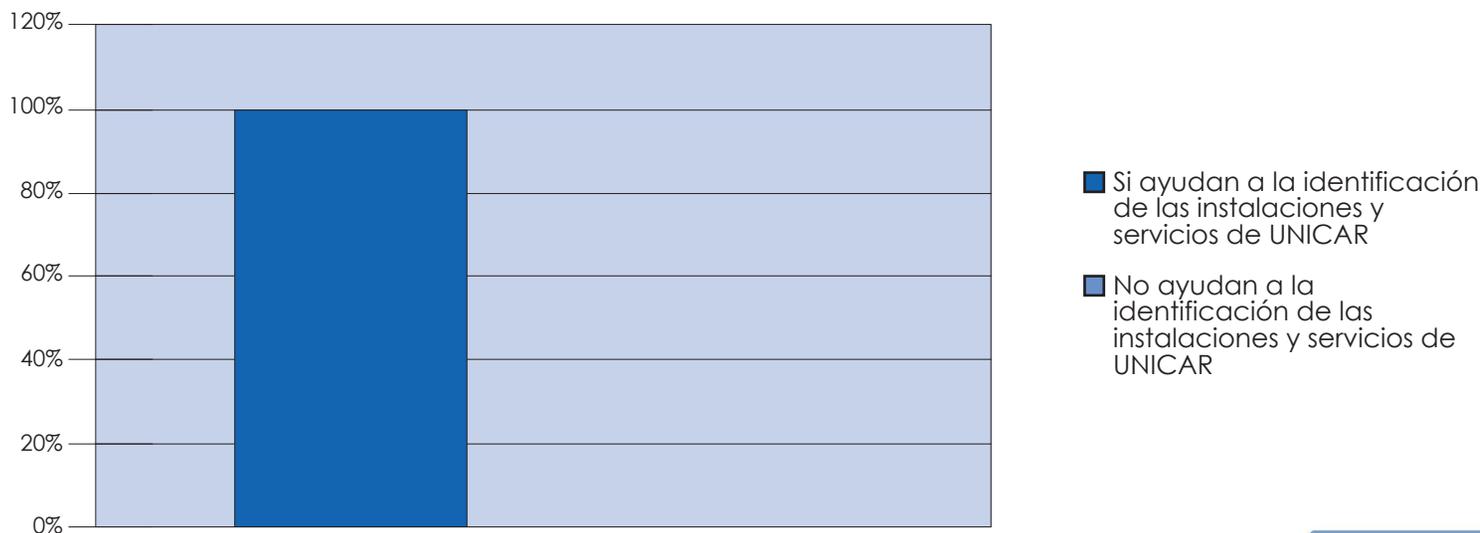


Tabla No. 4

Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Si ayuda	17	85%
No ayuda	3	15%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 85% de las personas encuestadas consideran que la información contenida en el trifoliar ayuda a entender que es UNICAR. Y el 15% de personas consideraron que la información del trifoliar no ayuda a entender que es UNICAR.

Gráfica Tabla No. 4

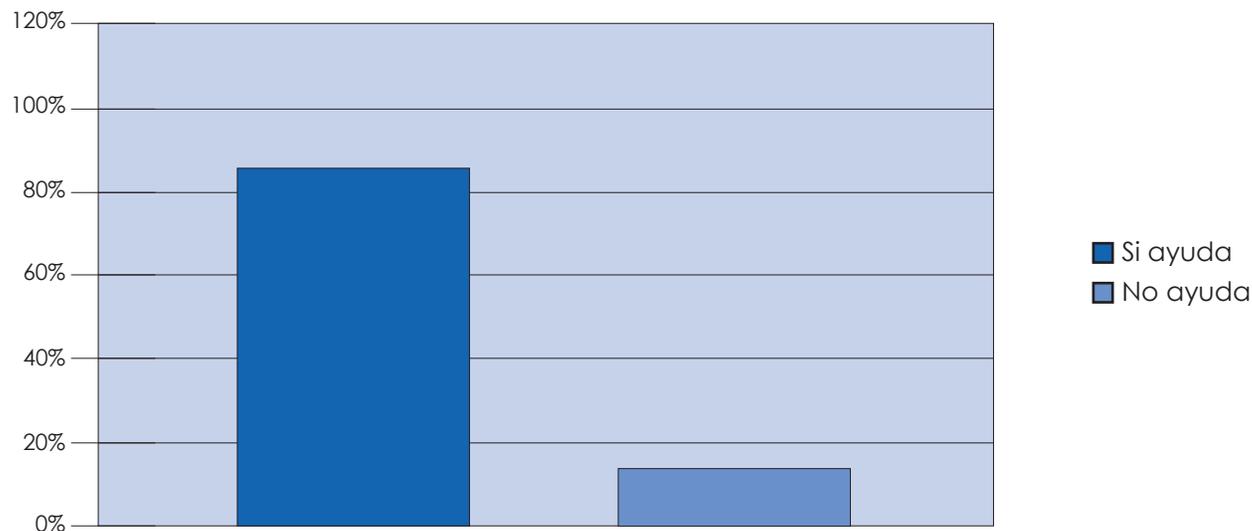


Tabla No. 5
 Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Si fueron colocados correctamente	15	75%
No fueron colocados correctamente	5	25%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 75% de los encuestados consideran que fueron colocados correctamente los elementos y los textos dentro del área del trifoliar. Y el 25% de las personas encuestadas consideran que no fueron colocados correctamente los elementos y los textos del trifoliar.

Gráfica Tabla No. 5

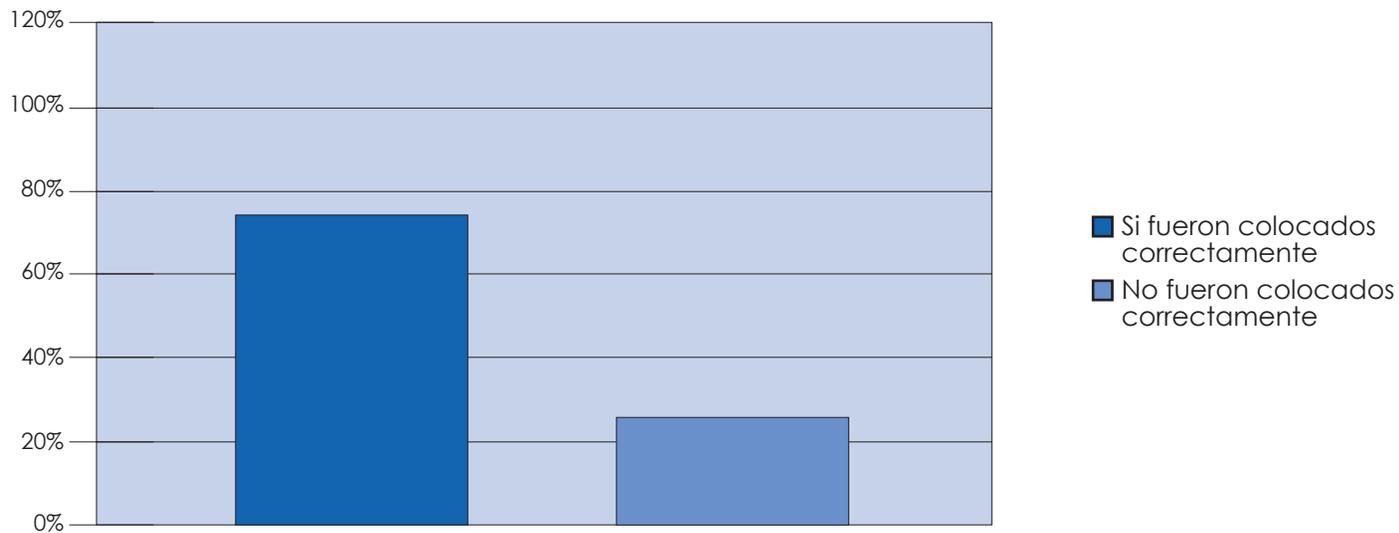


Tabla No. 6
 Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Si contiene la información indicada	16	80%
No contiene la información indicada	4	20%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 80% de los encuestados expresaron que la página de Internet contiene la información indicada. Y el 20% de las personas encuestadas les pareció que la página de Internet no contiene la información indicada.

Gráfica Tabla No. 6

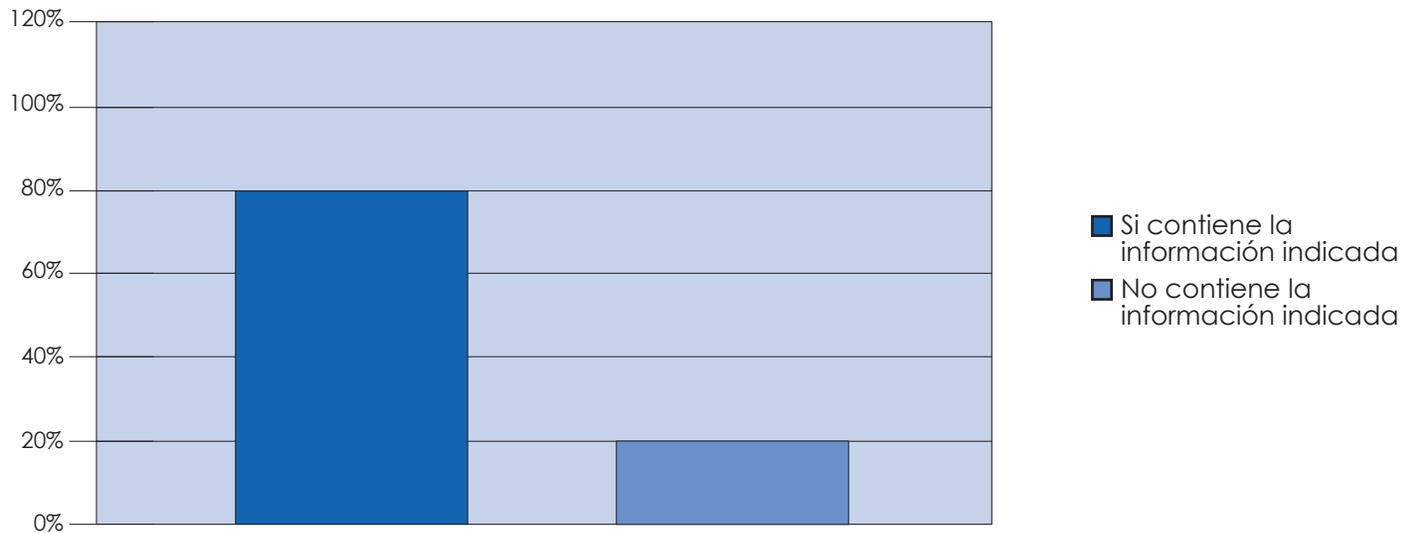


Tabla No. 7

Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Si son correctos y ayudan a la navegación	17	85%
No son correctos y no ayudan a la navegación	3	15%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 85% de las personas encuestadas respondieron que la estructura y colocación de los elementos de la página de Internet son correctos y ayudan a la navegación dentro de la misma. Y el 15% de los encuestados mencionaron que no les pareció correcta la estructura y colocación de los elementos de la página de Internet, y no cree que ayuden a la navegación dentro de la misma.

Gráfica Tabla No. 7

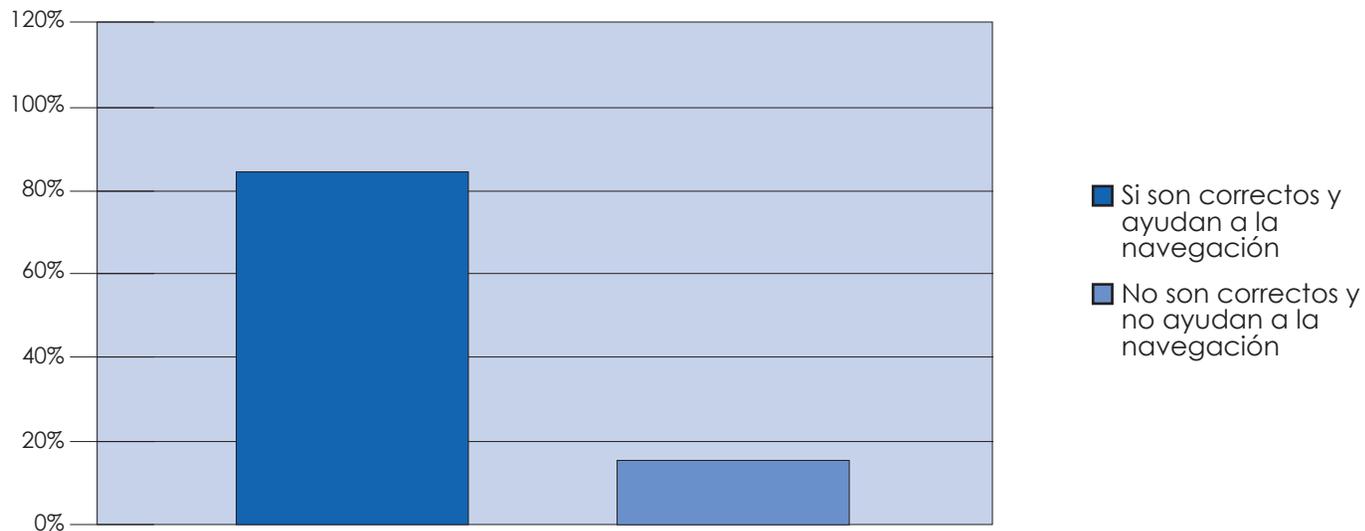


Tabla No. 8
 Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Es adecuada	16	80%
No es adecuada	4	20%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 80% de los encuestados respondieron que la colocación de los elementos de la carpeta es adecuada. Y el 20% de las personas encuestadas mencionaron que no le parece adecuada la colocación de los elementos de la carpeta.

Gráfica Tabla No. 8

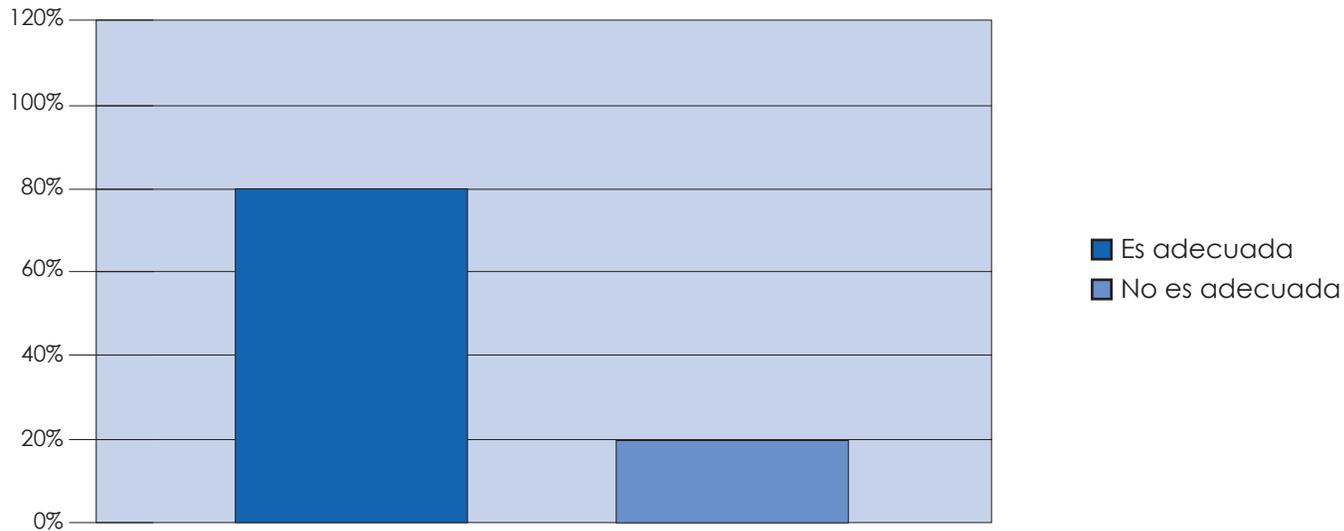


Tabla No. 9

Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Si es funcional y correcto	18	90%
No es funcional y correcto	2	10%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 90% de los encuestados respondieron que las dimensiones de la carpeta son correctas y la hacen funcional. Y al 10% de las personas encuestadas les pareció que las dimensiones de la carpeta no son correctas y no es funcional.

Gráfica Tabla No. 9

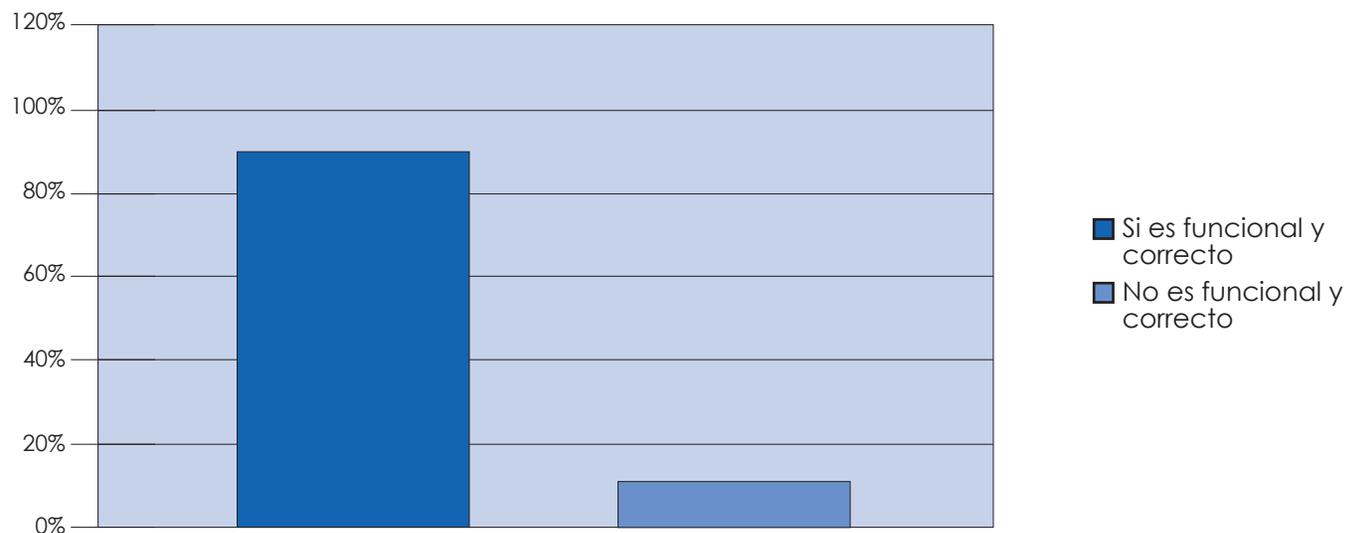


Tabla No. 10
 Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Tiene unidad	20	100%
No tiene unidad	0	0%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, al 100% de los encuestados les pareció que los e-mails gráficos tienen unidad con la página de Internet.

Gráfica Tabla No. 10

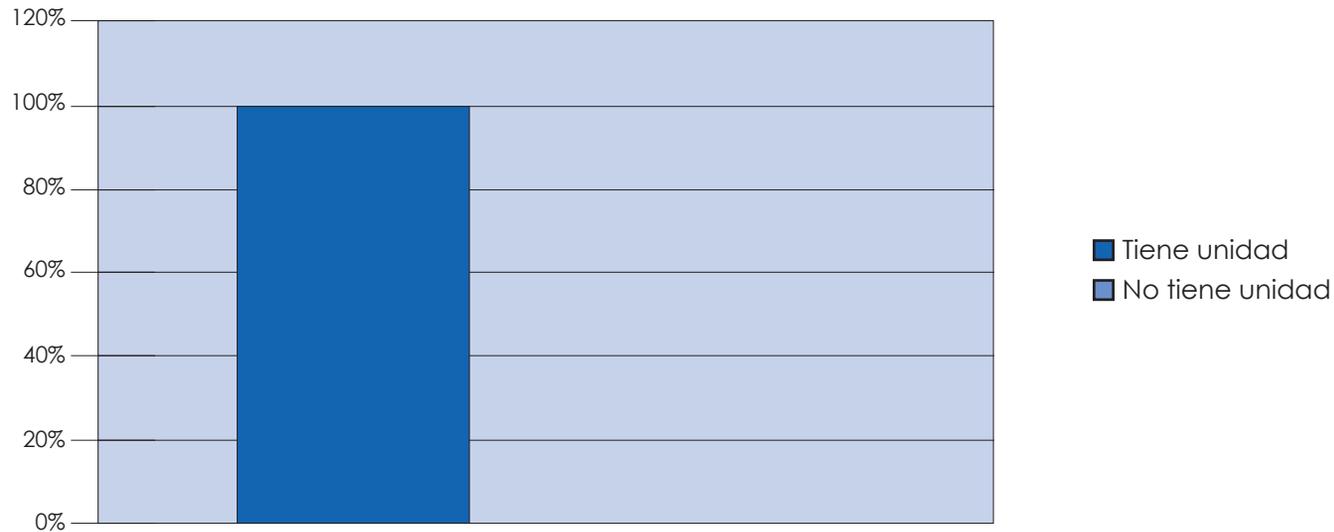


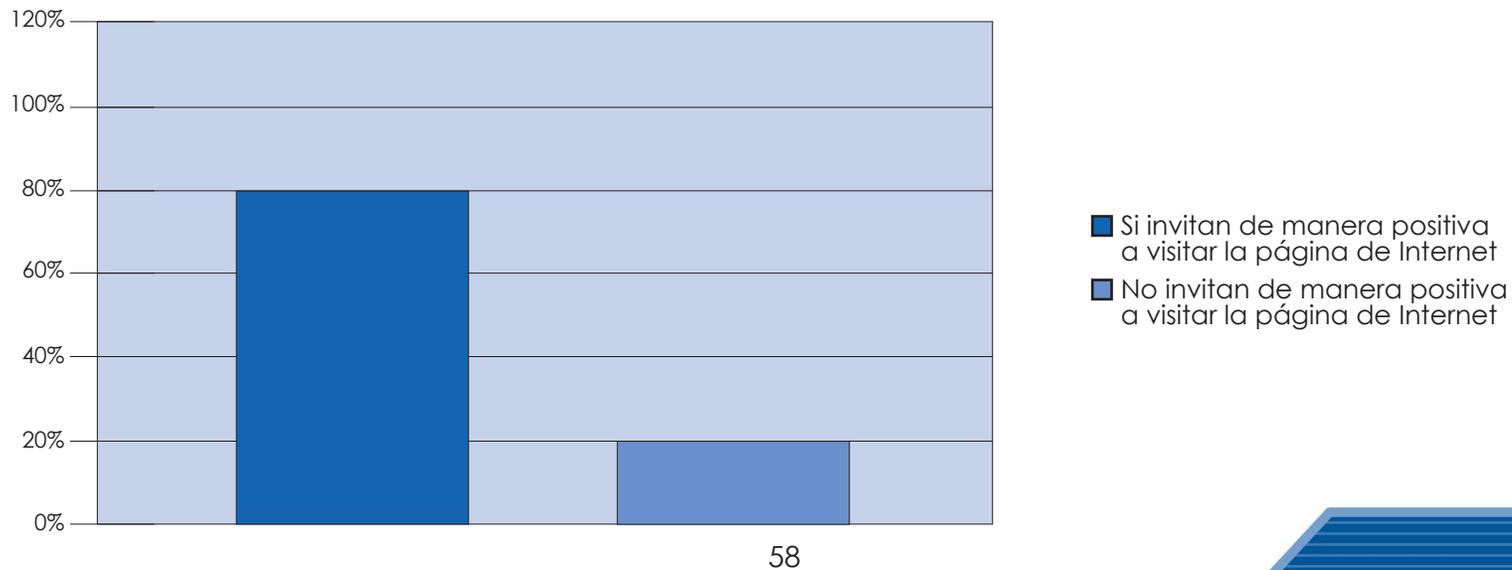
Tabla No. 11
 Resultados de una encuesta de opinión sobre la comprobación de la eficacia de las piezas que son parte de la Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (Sobre un total de 20 encuestas válidas)

Opinión Expresada	Número de personas que expresaron esa opinión	Porcentaje
Si invitan de manera positiva a visitar la página de Internet	16	80%
No invitan de manera positiva a visitar la página de Internet	4	20%
Totales	20	100%

Fuente: Elaboración con base a resultados de encuesta de opinión, 2005

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 80% de los encuestados respondieron que los e-mails gráficos, invitan de manera positiva a visitar la página de Internet. Y el 20% de las personas encuestadas opinaron que los e-mails gráficos no invitan de manera positiva a visitar la página de Internet.

Gráfica Tabla No. 11



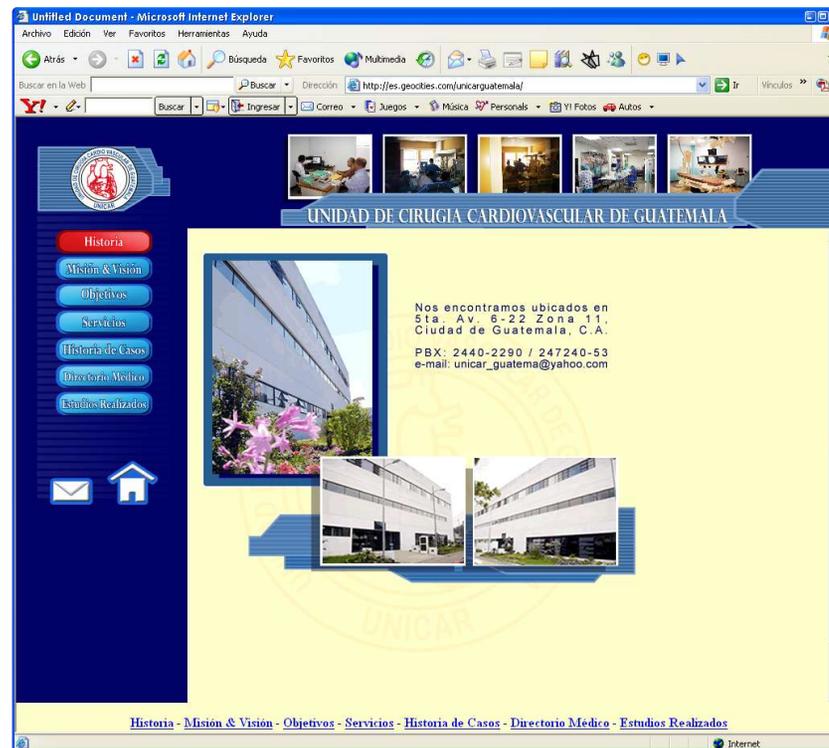
5.2 Propuesta Gráfica Final y Fundamentación

5.2.1 Formato

5.2.1.1 Página de Internet

El mayor número de usuarios usa una resolución de pantalla de 800 x 600 y un segundo lugar utiliza 1024 x 768, como medida estándar es una página con dimensiones de 800 x 600, para que no tenga problemas de visibilidad en cualquiera de los dos formatos.

800 x 600 pixels



5.2.1.2 Trifoliar

El formato es de 11" x 8.5" es una medida funcional para este tipo de material, permite incluir información importante.

11" x 8.5"
Tiro

¿Cómo ser atendido por primera vez en UNICAR-?

Contamos con un Área de Consulta Externa para la atención de pacientes adultos y pediátricos que padecen enfermedades cardiovasculares, referidos a UNICAR para verificación de diagnósticos y tratamiento. Si nos visita por primera vez, deberá:

1. Traer hoja de referencia médica.
2. Dirigirse con la secretaria de Consulta Externa Adultos o Pediátrica, para solicitar cita y recibir instrucciones.
3. Pagar en caja de procedimiento o traer orden de pago.

5ta. Av. 6-22 Zona 11,
Ciudad de Guatemala, C.A.
PBX: 2440-2290 / 247240-53
e-mail: unicar_guatemala@yahoo.com

Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala

11" x 8.5"
Retiro

UNICAR es una entidad de salud descentralizada, que pertenece a la red hospitalaria nacional. Su misión es atender a la población en general que padece enfermedades cardiovasculares. Presta los siguientes servicios para la atención de pacientes adultos y pediátricos:

MEDICOS

- Electroлитos
- Gases arteriales
- Pruebas de esfuerzo
- Prueba de esfuerzo con ecocardiografía
- Holters
- Aortogramas
- Venocavogramas
- Cateterismos cardiacos
- Coronariografías
- Serigrafías
- Arteriografías selectivas
- Ecocardiografía trastorácica
- Ecocardiografía transeológica
- Ecocardiografía fetal
- Ecocardiografía stress
- Ecocardiografía dobutamina
- Cine angiografías coronarias
- Colocación de marcapasos con cardiofibrilador implantable
- Estudios diagnósticos electrofisiológicos
- Ablaciones
- Procedimientos terapéuticos intervencionistas para adultos y niños

QUIRURGICOS

- Cirugías cerradas:
 - Persistencia del conducto arterioso
 - Coartación de aorta
 - Cirugía vascular periférica
 - Fístula sistémica pulmonar
 - Serclaje arterio pulmonar
 - Resección de aneurisma
- Cirugías abiertas simples:
 - Comunicación interventricular
 - Comunicación interauricular
 - Cierre de Fallot abierto
 - Aneurismas aorto-abdominales y aorto-torácicos
 - Derivación cavo pulmonar
 - Resección membrana sub aórtica
 - Resección de tumores intracardiacos
 - Valvuloplastia tricúspide
- Cirugías abiertas complejas:
 - Tetralogía de Fallot
 - Transposición de grandes vasos
 - Canal atrio-ventricular
 - By-pass aorto-coronario
 - Reemplazo valvular simple
 - Reemplazo valvular doble
 - Corrección venosa anómala pulmonar parcial y total
 - Fontan

UNICAR para su funcionamiento cuenta con los siguientes recursos:

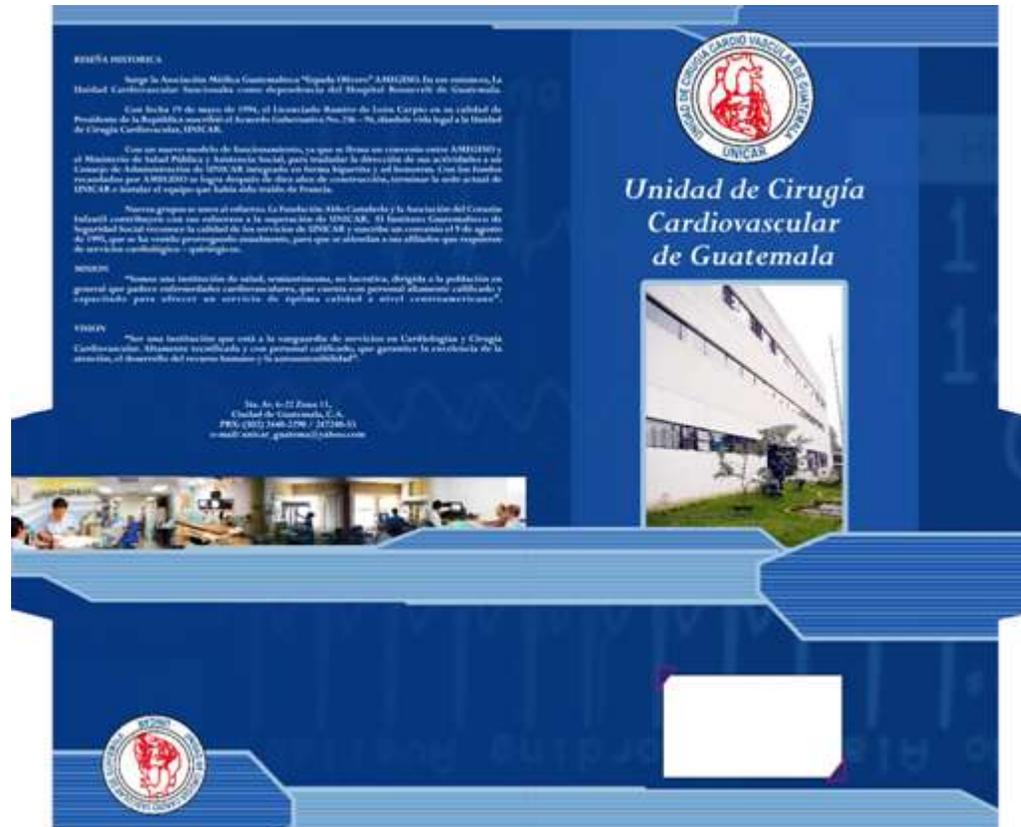
- Asignaciones que recibe del Estado y sus entidades.
- Donaciones, aportes y contribuciones que realiza la Asociación Médico Guatemalteca "Dr. Rafael Espada" -AMEGESO- y Fundación Aldo Castañeda.
- Donaciones y contribuciones que recibe de particulares y entidades nacionales y extranjeras.
- Pago por servicios prestados a los pacientes afiliados al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS).
- Ingresos por servicios prestados a pacientes de acuerdo a su capacidad económica, exonerando de pago a personas de escasos recursos.



5.2.1.3 Carpeta

El formato es de 51 x 41 cms. establecido para portar documentos tamaño carta, el cual es un tamaño funcional y manejable.

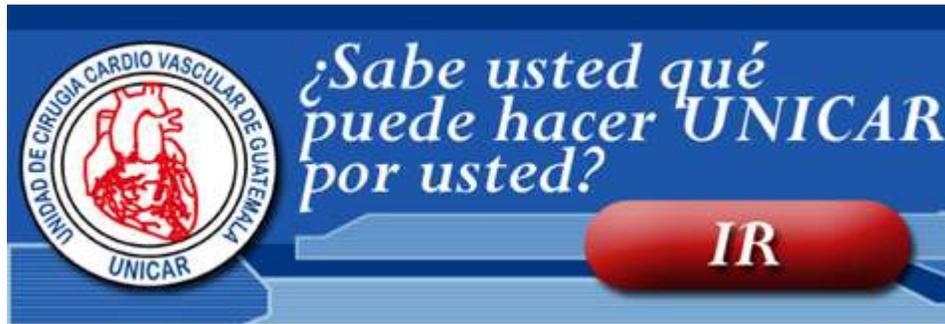
51 x 41 cms.



5.2.1.4 E-mails gráficos

El formato es de 600 x 200 pixels, permite atraer al usuario, e incluir la información deseada y se acopla al espacio utilizado en los e-mails.

600 x 200 pixels



600 x 200 pixels



5.2.2 Diagramación

5.2.2.1 Página de Internet

La composición de una página de Internet debe guiar al usuario visualmente; ayuda a distinguir en un principio las áreas de información usando las herramientas básicas de diseño.

El uso del contraste es importante y nos ayuda a mantener módulos de información y a facilitar la lectura. El uso de una plantilla nos ayuda a mantener la página, consistente, limpia y ordenada. Es uno de los modelos web consolidados en la red.

La página principal cumple con los siguientes requisitos:

- Mostrar la identidad de la marca.
- Definir la identidad de la marca.
- Establecer un primer contacto con el usuario final.
- Definir un estilo.

Esto a través de una diagramación limpia para que sea fácil de navegar, y estructurada de la siguiente manera:

- En la parte superior izquierda se encuentra colocado el logotipo de UNICAR.
- En la parte superior el nombre de la institución y fotografías de las instalaciones y servicios de UNICAR.
- En el extremo izquierdo el menú principal.
- En el centro se despliega la información contenida en cada opción.



Las páginas internas están diagramadas de la siguiente manera:

- Título de la opción del menú.
- Cuadro de texto.
- Fotografías relacionadas con el tema.

Es una diagramación sencilla por la carga de información en algunas de las opciones.



5.2.2.2 Trifoliar

Está compuesto por la portada, contraportada y cuatro cuerpos de texto, es una pieza que tiene como objetivo informar sobre los servicios de UNICAR.

En la portada se colocó el logo de UNICAR, el nombre de la institución y una fotografía del edificio de la Unidad.

Es una diagramación sencilla y sobria; para darle continuidad a la imagen de UNICAR.

5.2.2.3 Carpeta

En la portada se encuentran distribuidos el logo, el nombre y una fotografía del edificio de UNICAR; para identificar a la institución.

La contraportada está constituida por un cuerpo de texto y en la parte inferior una franja de fotografías de las instalaciones, personal y pacientes de UNICAR.

Es una diagramación simétrica, y ordenada.

5.2.2.4 E-mails gráficos

Se encuentran diagramados de forma horizontal conservando la imagen que se estableció en la página de Internet.

Están constituidos por el logotipo de UNICAR, un encabezado que invitan al usuario a visitar la página de la Unidad, y un botón para que el usuario sea referido a la página de Internet.

5.2.3 Tipografía

– Tipografía Titular: Perpetua

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890

Es una tipografía con serif, es Romana Antigua, tiene una gran armonía de proporciones, presenta un fuerte contraste entre los elementos rectos y curvos y sus remates le proporcionan un alto grado de legibilidad.

Brinda a la imagen de UNICAR, sofisticación y sobriedad.

- Tipografía Complementaria: **Arial**
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890
Es una tipografía sanserif o palo seco, sin modulación, refleja la época en la que nace, la industrialización y funcionalismo.

5.2.4 Color

Los colores utilizados son azul, rojo, crema y blanco.

- **Azul:** Simboliza, la profundidad inmaterial y del frío. La sensación de placidez que provoca el azul es distinta al de la calma o del reposo terrestre propio del verde. Es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso, y simboliza la sabiduría, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego, estabilidad, solidez, verdad eterna e inmortalidad. También significa descanso.

Da a la imagen de UNICAR, estabilidad y solidez, lo que se reflejará en la reacción de los pacientes de la Unidad.

- **Rojo:** Se lo considera con una personalidad extrovertida, que vive hacia afuera, tiene un temperamento vital, ambicioso y material, y se deja llevar por el impulso, más que por la reflexión.
Es un color utilizado en el logotipo de UNICAR, además esta íntimamente relacionado con el corazón.

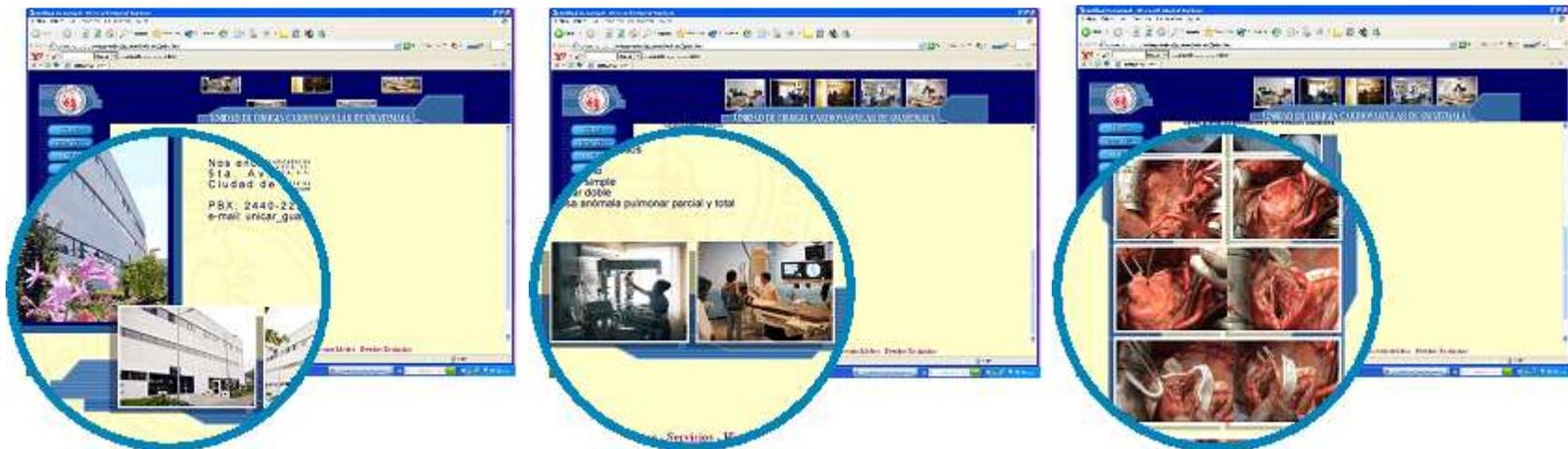
- **Crema:** Es una combinación del blanco con amarillo, es un color discreto, y contiene en menor cantidad la fuerza y dinamismo del color amarillo.

- **Blanco:** Es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz. Es el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa paz o rendición. Mezclado con cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas, la del blanco es siempre positiva y afirmativa. Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia. El blanco crea una impresión luminosa de vacío, positivo infinito.
(www.fotonostra.com/grafico/elcolor.htm)

5.2.5 Fotografías

- Las fotografías utilizadas en la página de Internet, el trifoliar y la carpeta, son imágenes de:
 - Las instalaciones de UNICAR, incluyendo el edificio, pasillos, sala de hemodinamia, central de equipos, cirugía de adultos y pediátrico, intensivo adultos y pediátrico, consulta externa adultos y pediátrico.
 - Personal de UNICAR, médico, paramédico y técnico.
 - Intervenciones realizadas en UNICAR.

Esto con el fin de relacionar al grupo objetivo con la realidad de UNICAR, para proyectar que la Unidad cuenta con la tecnología y con personal capacitado para proporcionar la mejor atención a sus pacientes.



5.2.6 Iconos

Dentro de la iconografía utilizada se encuentran:

- Las líneas horizontales, las cuales dan al diseño estabilidad y armonía.
- Formas cuadradas, el cuadrado expresa la horizontal y la vertical: que constituye la referencia primaria con respecto al equilibrio y bienestar tanto psicológicamente para el hombre como para todas aquellas cosas que se construyen.
- Flechas para indicar que el texto continúa y que podemos retroceder al texto anterior.



5.2.7 Técnicas Empleadas, Soportes y Medios Utilizados

Para el desarrollo de la estrategia de divulgación, fue necesario valerse principalmente de la investigación, la cual constituyó el primer paso, para después desarrollar la propuesta gráfica por medio de un método de diseño el cual se fundamenta en el correcto uso de los conceptos de diseño aplicados a un determinado grupo objetivo, también fue necesario comprender sobre medios y marketing.

La Web, constituye un medio masivo para la difusión de información, está al alcance de millones de personas alrededor del mundo, es por eso que para UNICAR es importante contar con su propia página de Internet, la cual le permita dar a conocer, la tecnología con la que cuenta, los servicios que presta, historia de casos clínicos y los estudios realizados dentro de la misma institución por médicos que colaboran en la Unidad.

La página de Internet debe ser promocionada, y el medio que se escogió con este fin, fue el de los e-mails gráficos, los cuales son una excelente manera, ya que quien lo reciba inmediatamente puede ingresar a la página de UNICAR.

El trifoliar, es un medio impreso, el cual fue elegido con el fin de orientar a el paciente recién ingresado en UNICAR o la persona que llegue solicitando información, para que sea de su conocimiento los servicios que en UNICAR puede encontrar.

La carpeta, fue seleccionada para que los directivos y doctores de UNICAR, cuenten con un material que identifique a la institución con la cual colaboran y trabajan, y por medio de ella se difunda la historia, misión y visión de UNICAR.

Conclusiones.

Durante el desarrollo de la comprobación de la eficacia de las piezas diseñadas, se observó que los elementos de diseño, tales como la diagramación, tipografía, color y formato, han sido correctamente escogidos.

El previo estudio de las necesidades del cliente y de la identificación del grupo objetivo han sido bases fundamentales para la exitosa realización del proyecto.

Las piezas diseñadas brindan a UNICAR, una imagen cimentada en sus principios, que se reflejan en su misión, visión y objetivos institucionales; y le abren campo en un nivel mayor.

La página de Internet es un espacio creado para futuras publicaciones de nuevos casos, en los cuales los doctores que colaboran en UNICAR, puedan dar a conocer los avances que han tenido los pacientes ingresados en la Unidad.

Este es el principio de un largo camino que debe dar UNICAR, para poder ser reconocido a través de sus logros ya obtenidos; los cuales serán difundidos por medio de estrategias de comunicación.

Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta.

- Para la página de Internet se realizó una cotización de la compra de un dominio, el costo será de 22 US\$ anuales, UNICAR, está decidiendo cuáles será su mejor opción, entre los dominios posibles se encuentra:
 - unicar-gt.com
 - unicargt.com
 - unicar-guatemala.com
 - unicarguatemala.com
 - unicar-gt.net
 - unicargt.net
 - unicar-guatemala.net
 - unicarguatemala.net
 - unicar-gt.org
 - unicargt.org
 - unicar-guatemala.org
 - unicarguatemala.orgActualmente esta se encuentra en un espacio público: es.geocities.com/unicarguatemala
El hosting se los proporcionará una empresa que les brinda el servicio de red; es un servicio que incluye el envío de e-mails.

- Para los trifoliales es realizó una cotización de un tiraje de 1,000 unidades; en imprenta y litografía
 - Medida 8 1/2 x 11
 - Bond 80 blanco
 - Colores tiro 1
 - Colores retiro 1
 - sin barniz
 - DobladoPrecio unitario: Q. 1.0195
Total Q. 1,019.53

- La impresión de la carpeta quedará pendiente, para congresos o reuniones, y será entonces cuando se analice la cantidad del tiraje; se recomienda que la impresión sea en litografía; en texcote.
- La página de Internet se debe actualizar cada 6 meses como mínimo, y se deben renovar, las historias de casos, y los estudios realizados, y si se llegaran a renovar las instalaciones o se comprara nuevo equipo son noticias que debemos darlas a conocer por medio de la página.
- La página de Internet se encuentra alojada en un sitio público, y se recomienda la compra del dominio, para poder utilizar el hosting que proporcionará la empresa que ya les presta el servicio.
- Los e-mails se deben renovar cada mes, para mantener informado a nuestro grupo objetivo de las noticias importantes relacionadas con UNICAR.
- Los trifoliales se recomienda reimprimir cada 6 meses, y renovar el diseño o posiblemente imprimir a full color en un lapso de dos años.

Bibliografía y Fuentes Consultadas

- Tórtola, Roberto; MÉTODOS DE DISEÑO PARA DISEÑADORES GRÁFICOS, 2da. Edición, Bj Impresos, Guatemala, 1999, 95pp.
- Piloña, Gabriel; MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y DE CAMPO, 4ta. Edición, Centro de Impresiones Gráficas, Guatemala, 2001, 199pp.
- Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2005. © 1993-2004 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
- www.bolsamadrid.es/esp/bolsamadrid/cursos/dicc/c.asp
- www.netfit.co.uk/spanish/glosse.htm
- www.cardiouc.cl/coronari.htm
- www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/003878.htm
- www.latin salud.com/articulos/00148.asp
- www.mspas.gob.gt/cms2/?id=1
- www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/pub_for/comunic/pdf/cap1.pdf
- www.mspas.gob.gt/cms2/?id=1
- www.gusgsm.com/pep04.php
- platea.cnice.mecd.es/~jmas/manual/html/metododiseno.html
- www.arrakis.es/~wenceslao/CursoWeb/2/proceso_creativo.html#Sumario
- www.newsartesvisuales.com/funda/FUNDA1.HTM
- es.wikipedia.org
- www.fotonostra.com/grafico/familiastipograficacas.htm
- www.un.org/spanish/Depts/dpi/seminario/pdf/principiosfireworks.pdf
- iteso.mx/~carlosc/pagina /cursoUAHI/construir.htm#inicio
- www.imageandart.com/tutoriales/teoria/proyecto_web/

Glosario.

– **Arte final (Camera-ready Copy, Finished art)**

Antes de que los ordenadores entraran en el diseño, un arte final era el material ya completamente preparado para su paso a mediante las técnicas de reproducción adecuadas a cada proceso. En la actualidad se podría decir que un arte final es el material digital ya preparado para su envío a la sin que haga falta ningún retoque o intervención más (la de las se entiende ya fuera del arte final).

– **Asociación**

Acción y efecto de asociar o asociarse. Entendiéndose por asociación como el conjunto de personas que se unen para lograr un fin común, lícito y determinado.

– **Autonomía**

Autonomía financiera, situación de un servicio cuya gestión financiera es independiente de la gestión de la colectividad que la ha creado o que la controla.

– **Autosostenibilidad**

Situación en que se encuentra una persona u organización, cuando tiene la capacidad de cubrir el 100% de sus egresos, con ingresos que provienen del giro de su actividad, por lo cual no necesita subvenciones de ninguna naturaleza para operar.

– **Boceto (Sketch)**

Dibujo hecho de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar una idea, un lugar, una persona, un aparato o cualquier cosa en general. El boceto suele ser un apunte rápido de un dibujo, idea o esquema que se desarrollará en el futuro de forma más compleja. También se usa para apoyar una explicación rápida de un concepto o situación.

– Cateterismo

Es un procedimiento especializado en el que un largo tubo flexible (catéter) se introduce en una vena y se lo guía hacia el interior del corazón. Proporciona información detallada sobre las estructuras internas del corazón.

– Coartación de aorta

La coartación de la arteria es un trastorno congénito caracterizado por un estrechamiento de su luz y ocasiona una obstrucción al pasaje de la sangre a través de ella.

– Consejo de administración

Órgano colegiado de administración, dirección y representación de las Sociedades Anónimas que tiene las facultades no reservadas en exclusiva a la Junta General.

– Coronariografía

Consiste en obtener imágenes de las arterias coronarias mediante la inyección de un medio de contraste y la filmación en una película utilizando un equipo de rayos especializado. Para inyectar las coronarias debe introducirse un catéter delgado a través de una punción arterial, habitualmente en la arteria femoral ubicada en la ingle. El procedimiento se efectúa con anestesia local y requiere de la cooperación del paciente.

– Electrocardiograma

(ECG o también EKG, del alemán Elektrokardiogramm) es el gráfico que se obtiene con el para medir la actividad eléctrica del en forma de cinta gráfica continua. Es el instrumento principal de la y tiene una función relevante en el cribado y la diagnosis de las .

– Electrolitos

Capaces de conducir electricidad en una solución. Utilizado en muchas actividades del cuerpo, el potasio, el sodio y el cloruro son todas las formas de electrólitos.

– Método de Diseño

Cuando trabajamos en un entorno que requiere mucha producción creativa en un corto intervalo de tiempo (por ejemplo, trabajando para la web), puede ser una gran ayuda tener un método de diseño. Un método es simplemente una serie de pasos a los que puedes recurrir, sin tener que repetir el camino desde el principio hasta el producto terminado

– Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

De acuerdo a la Constitución Política de la República es el encargado del despacho de los negocios del Organismo Ejecutivo en cuanto a Salud (en base al artículo 193), ello implica el velar por la salud y la asistencia social de todos los habitantes y por lo tanto deberá desarrollar acciones de prevención, promoción, recuperación, rehabilitación, coordinación y las complementarias pertinentes a fin de procurarles el más completo bienestar físico, mental y social (artículo 94).

– Prueba de esfuerzo

Es una herramienta de examen general para evaluar los efectos del ejercicio en el corazón. La prueba da como resultado una noción general de qué tan sano está el corazón.

– Tetralogía de Fallot

Es un trastorno cardíaco presente al momento de nacer (congénito) que consiste en cuatro anomalías diferentes. Por lo general, produce insuficiencia de sangre oxigenada bombeada al cuerpo lo que causa cianosis (coloración azulada de la piel).

Anexos.

- Boleta de encuesta.





Instrucciones: Marque con una "X" sobre la opción que le parezca que responde mejor a la pregunta. No escriba su nombre en el cuestionario.

CUESTIONARIO

1. ¿Considera que el color o los colores utilizados en el trifoliar, la página de internet, los e-mails y la carpeta, son los correctos para la imagen de UNICAR?

- a. Me parecen correctos
- b. No me parecen correctos

2. ¿La combinación y la elección de tipos de letra, utilizadas en las distintas piezas; son adecuados y legibles?

- a. Me parecen correctos
- b. No me parecen correctos

3. ¿Las fotografías utilizadas dentro del trifoliar, la página de internet y la carpeta, ayudan a la identificación de las instalaciones y servicios de UNICAR?

- a. Si ayudan a la identificación de las instalaciones y servicios.
- b. No ayudan a la identificación de las instalaciones y servicios.

4. ¿Considera usted que la información contenida en el trifoliar lo ayuda a entender que es UNICAR?

- a. Si ayuda
- b. No ayuda

5. ¿Los elementos y textos del trifoliar fueron colocados correctamente?

- a. Si fueron colocados correctamente
- b. No fueron colocados correctamente

6. ¿La Página de Internet contiene la información indicada?

- a. Si contiene la información indicada
- b. No contiene la información indicada

7. ¿La estructura y la colocación de los elementos en la página de internet le parecen correctos y ayudan a la navegación dentro de la misma?

- a. Si son correctos y ayudan a la navegación
- b. No son correctos y no ayudan a la navegación

8. ¿La colocación de los elementos de la carpeta, le parece adecuada?

- a. Es adecuada
- b. No es adecuada

9. ¿El tamaño de la carpeta le parece funcional y correcto?

- a. Si es funcional y correcto
- b. No es funcional o correcto

10. ¿Considera que los e-mails gráficos tienen unidad con la página de internet?

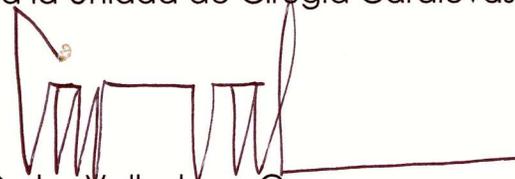
- a. Tienen unidad
- b. No tienen unidad

11. ¿Los e-mails gráficos invitan de manera positiva al usuario a visitar la página de internet?

- a. Si invitan de manera positiva a visitar la página de internet
- b. No invitan de manera positiva a visitar la página de internet

IMPRÍMASE

Estrategia de Divulgación de los Servicios que brinda la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala.



Arq. Carlos Valladares Cerezo
Decano



Lic. Rualdo Anzueto
Asesor



Lic. Fernando Fuentes
Asesor



Licda. Carolina Rojas
Asesora



Mérida Andrea Vega Juárez
Sustentante

