



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



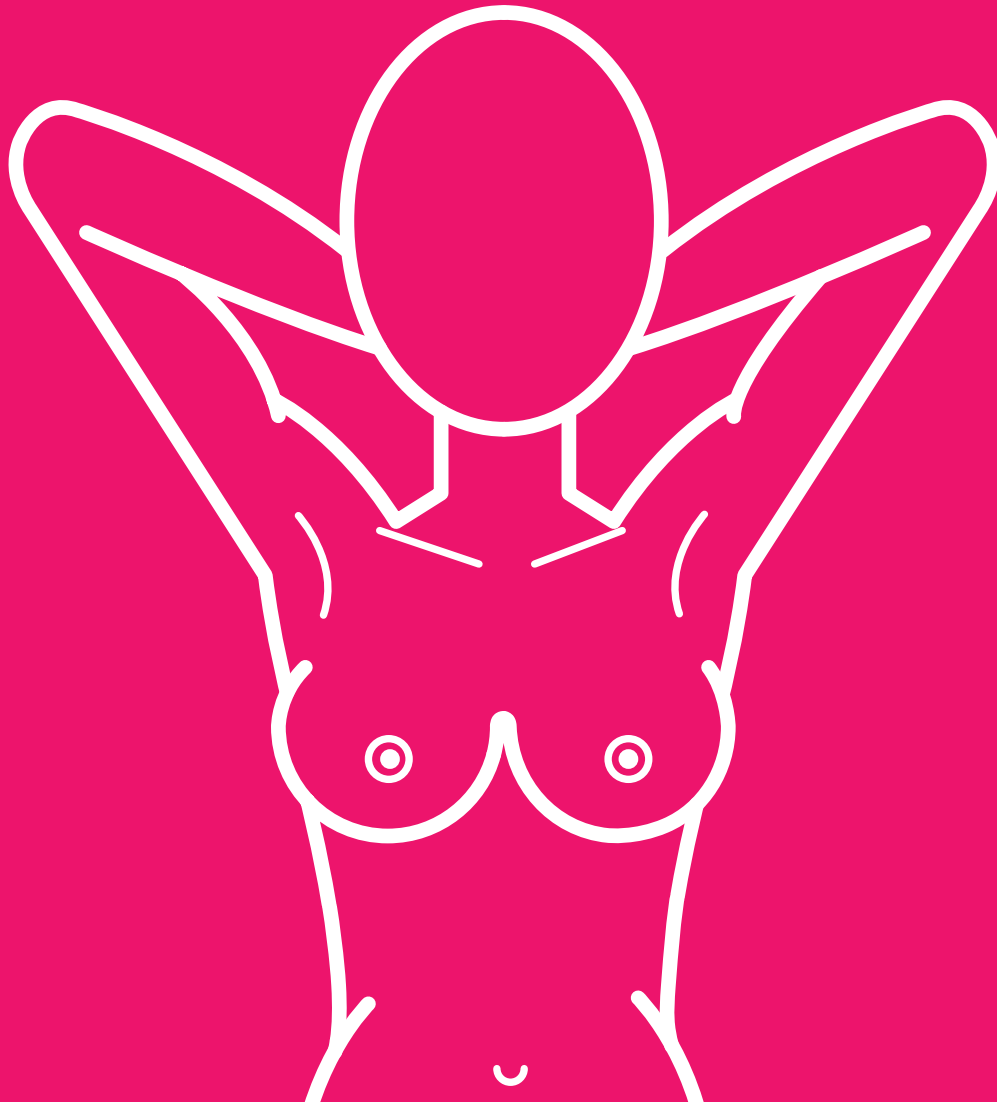
FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Desarrollo de un conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana de cáncer de mama, en las mujeres guatemaltecas, para la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios**

Guatemala, Ciudad

**Proyecto desarrollado por  
Rudy Alexander López Fajardo  
al conferírsele el Título de Licenciado en Diseño Gráfico**





**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Desarrollo de un conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana de cáncer de mama, en las mujeres guatemaltecas, para la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios**

Guatemala, Ciudad

**Proyecto desarrollado por  
Rudy Alexander López Fajardo  
al conferírsele el Título de Licenciado en Diseño Gráfico**

Guatemala, octubre de 2019.



**“Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.**



# Junta Directiva

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos

*Decano*

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea

*Vocal I*

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

*Vocal II*

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García

*Vocal III*

Br. Andrés Cáceres Velazco

*Vocal IV*

Br. Andrea María Calderón Castillo

*Vocal V*

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

*Secretario Académico*

# Tribunal Examinador

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos

*Decano*

Licda. Carolina Aguilar

*Asesora Gráfica*

Psic. Lea Echeverría

*Tercer Asesor*

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

*Secretario Académico*

# Agradecimientos

Un especial agradecimiento primero que nada a Dios por darme las fuerzas, la sabiduría y el entendimiento necesarios para poder culminar con éxito esta etapa de mi vida profesional; seguidamente una dedicatoria especial para mi madre quién en vida fuera, Alma Beatriz López Fajardo, una mujer que se esforzó hasta el último día de su vida, luchando por vivir y enseñándome que a pesar de las circunstancias o el momento que se esté viviendo mantenerse firmes y fuertes es la clave, gracias por ese apoyo que me brindaste siempre en todo momento de mi vida y apesar de las circunstancias seguí adelante firme en mis metas para que ella se sintiera orgullosa de mí, siempre fue y será el pilar principal de mis logros. Agradezco a mi prima Kary, tía Corina y tío Wilder, porque de manera directa e indirectamente me han apoyado durante este proceso largo, pero con final satisfactorio.

A mis catedráticos y asesores que han ayudado a mi formación académica, profesional y personal durante todo este tiempo en esta casa de estudios la Universidad de San Carlos de Guatemala. A todas esas amistades que han sido testigos de este proceso de sacrificio y que siempre me han dado ánimos para seguir adelante, haciendome saber que soy capaz de sobrepasar cualquier obstáculo para lograr las metas propuestas.

Gracias a todos los que formaron parte de esta aventura y estuvieron siempre a mi lado en las alegrías, tristezas y obstáculos, pero sobre todo en los momentos de triunfo vividos durante mis estudios superiores universitarios.

# ÍNDICE

**Capítulo 1**  
*Introducción*

**02**

**Capítulo 2**  
*Perfiles*

**20**

**Capítulo 3**  
*Planeación operativa*

**34**

**Capítulo 4**  
*Marco teórico*

**42**

**Capítulo 5**  
*Definición creativa*

**66**

**Capítulo 6**  
*Proceso de producción  
gráfica*

**98**

**Capítulo 7**  
*Lecciones aprendidas*



**180**

**Capítulo 8**  
*Conclusiones*



**184**

**Capítulo 9**  
*Recomendaciones*



**190**

**Fuentes  
Consultadas**



**196**

**Glosario**



**202**

**Anexos**



**206**

## ◆ Presentación

Este informe presenta todos los procesos investigativos, observación, validación, experiencia y producción gráfica de los materiales gráficos visuales que serán de apoyo para la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios en el tema de prevención y detección temprana del cáncer de mama en las mujeres guatemaltecas de escasos recursos.

El proceso comprende de varias fases iniciando con la recopilación de información general acerca de la institución, el estudio del grupo objetivo, la conceptualización que es el proceso donde se generan todas las ideas para seleccionar un concepto creativo para el desarrollo general del proyecto, la investigación y análisis del tema cáncer de mama, de igual manera se complementa con los tres niveles de visualización donde se evalúan los aspectos de funcionalidad y eficacia de la serie de materiales editoriales; así como la propuesta gráfica final de los materiales desarrollados.

El diseño editorial reflejado por medio de las guías psicoeducativas son un medio físico visual informativo de prevención y detección temprana del cáncer de mama en la mujer guatemalteca. El apoyar la temática y generar un material de beneficio para la institución; aportará al país salvar vidas a tiempo siendo de incidencia en las mujeres de la sociedad guatemalteca, especialmente en las de escasos recursos y pacientes oncológicas que asisten actualmente.



## Capítulo 1

# Introducción



En el presente capítulo se encuentra una breve descripción del informe en general, así como los antecedentes de comunicación visual, definición y delimitación del problema, justificación del proyecto que incluye la trascendencia, incidencia del diseño gráfico, factibilidad y objetivos del proyecto los cuales abarcan el general, específicos de comunicación visual y de diseño de la problemática detectada.



UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink ribbon logo, consisting of a stylized ribbon shape with a loop at the top and two tails at the bottom.

## ◆ **Introducción**

En el presente informe se realiza un estudio a la Clínica de mama #31 del Hospital General San Juan de Dios, como parte del proyecto de graduación 1, referente al tema de cáncer de mama en Guatemala, una enfermedad muy propagada en la actualidad especialmente en el sexo femenino, siendo estas las más afectadas actualmente esto debido a que no tienen una estrategia o los insumos necesarios para informar a las mujeres que prevengan a tiempo esta enfermedad y como bien se sabe el tabú de la mujer guatemalteca a no querer tocarse ellas misma y el miedo interior a realizarse exámenes por el temor a enterarse de que tienen este tipo de enfermedad.



Este estudio está dividido en 3 partes:

- ***Primera parte (introducción)***

En esta parte se encuentra todo lo referente a los antecedentes del problema, contextualización, identificación del problema, justificación y dentro de esta la trascendencia, incidencia y factibilidad del proyecto a realizar.

También se incluyen los objetivos que son el eje central para guiar el proyecto, así como el general, específico de comunicación visual y de diseño gráfico.

- ***Segunda parte (investigación y definición de la institución)***

En esta parte se incluye todo lo referente al contacto de la institución, misión, visión, objetivos, organigrama, servicios que prestan, cobertura, grupo objetivo, identidad visual actual y antecedentes gráficos.

Estos nos permiten conocer más sobre la institución que se está investigando para poder realizar de mejor manera el proyecto de graduación en base a las necesidades que se requieren.



- ***Tercera parte (caracterización del grupo objetivo)***

En esta etapa final se presenta un estudio exhaustivo del perfil del grupo objetivo con quien se va a trabajar el proyecto de graduación, por lo cual se estudian las características geográficas, sociodemográficas, socioeconómicas, psicográficas y la relación que existe entre el grupo objetivo y la institución para conocer acerca de gustos, preferencias y actividades que realizan para poder desarrollar el proyecto de una manera eficiente y sobre todo acertada a la realidad actual en base a las necesidades detectadas en la primera parte del estudio.

La finalidad del proyecto de graduación es brindar ayuda social a entidades no lucrativas donde la profesión del diseño gráfico juegue un papel importante para la sociedad guatemalteca siendo de apoyo y ayuda a las instituciones para causar incidencia en la temática en que se esté trabajando, ayudando a disminuir la problemática nacional actual que este atravesando determinada institución en nuestro país.

## ◆ **Antecedentes del problema de comunicación visual**

### • *Antecedentes*

Los antecedentes del problema de comunicación visual en el ámbito de la salud y especialmente en el tema del cáncer de mama, se presentan en mayor incidencia en la falta de información tanto en el modo de prevención, así como de concientización hacia la mujer guatemalteca.

La Clínica de Enfermedades Mamarias, Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios ha luchado por la detección temprana del cáncer por medio de campañas conmemorativas, charlas informativas, jornadas de chequeo médico, pero muchas veces sienten que el esfuerzo es en vano, por la falta de interés de las mujeres en acudir a estas actividades destinadas especialmente para su bienestar en el tema de salud, sin embargo, otro de los factores que impiden el lanzamiento nacional de la prevención es a causa de la falta de apoyo del gobierno por la carencia de políticas públicas, la atención integral, medicamentos, un presupuesto adecuado para el tema oncológico, una prevención fortalecida por medios de comunicación masiva para poder hablar sobre el tema abiertamente sin tener una fecha específica para poder hacerlo de manera nacional, ya que solo se puede hacer concientización en el mes de octubre de la lucha contra el cáncer.

El gobierno no aporta ningún beneficio económico para cualquier campaña o material gráfico que la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios desee realizar en beneficio de la salud de la mujer guatemalteca de escasos recursos. El gobierno paga los sueldos de los profesionales, aunque no siempre se tiene presupuesto idóneo o voluntad de las autoridades por contratar personal para la atención integral de pacientes, por lo que profesionales han tenido que servir ad-honorem. Después de una lucha con el estado por más de una década, hoy en día el gobierno ya cumple con dar quimioterapias y mantener el equipo médico que sea necesario para brindar el tratamiento adecuado, esto gracias a un amparo que se ganó número de expediente 3501-2011. Lo único que se tiene pendiente hasta ahora son las radioterapias; Fundecan (Fundación de Amigos Contra el Cáncer) apoya la clínica 31 con algunas pacientes. Echeverría (2018) afirma “Únicamente Fundecan ha aportado con infraestructura, mobiliario y material gráfico y visual, para la prevención del cáncer de mama”; el Estado no brinda apoyo en este aspecto, por lo que se hace necesario el apoyo de la Comunicación Visual desde la profesión del Diseño Gráfico en aportar material que sea de beneficio especialmente para la clínica de enfermedades mamarias, para la prevención y concientización de esta enfermedad de mortandad en nuestro país, para que no cobre ni una vida más logrando reducir el índice de muertes que se reportan anualmente.

No obstante, la mujer de igual manera contribuye a que esta lucha sea en vano ya que ella misma no realiza su chequeo médico constantemente para verificar el estado de su salud en modo de revisión general. (Echeverría, 2018) (Ver Anexo 1)

## ◆ **Contextualización de la necesidad u oportunidad de Diseño**

### • *Social*

Las mujeres con cáncer de mama muchas veces no tienen el apoyo de la sociedad y comprensión necesaria de las personas que las rodean; ya sea de amigos, familiares, personas cercanas y compañeros de trabajo, así que callan muchas veces por lo que están pasando y no buscan la ayuda necesaria o asisten al médico para realizarse un chequeo por temor hacia ellas mismas y al qué dirán de las personas con quien conviven a diario. Este mismo temor les impide que puedan recibir un tratamiento a tiempo antes que la enfermedad avance más y poder evitar una muerte a causa del silencio. La discriminación hacia las mujeres con cáncer por cualquier persona o incluso falta de comprensión en sus respectivos trabajos es una violación hacia los derechos humanos de la mujer, ya que debe tener los permisos necesarios a causa de su enfermedad sin que estos afecten su estabilidad económica si se diera el caso que las mujeres cuenten con un trabajo donde gozan de prestaciones laborales.

## • **Económico**

El cáncer de mama es una enfermedad muy común en mujeres y es considerada el segundo tipo de cáncer de mortalidad en nuestro país, está relacionada con el factor económico ya que cualquier tipo de mujer puede padecerla no importando el estatus social, es un factor muy importante dado que las mujeres de escasos recursos son las más propensas a morir por la falta de recursos económicos para solventar los tratamientos aunque en la actualidad hay clínicas y centros de atención pública donde son atendidas de manera gratuita.

Las mujeres que sufren este tipo de enfermedad generalmente no tienen una solvencia económica para poder cubrir los gastos y entran en un shock emocional por falta de información que pueden contar con servicios gratuitos.

El costo de los tratamientos es muy elevado ya que no es por semanas o meses, son tratamientos extensos de años lo cual requiere de una economía estable para poder adquirirlos.

Ralón (2018) afirma “La dependencia económica de la mujer la vuelve más vulnerable al padecer de cáncer de mama ya que no rinde de igual manera para un trabajo estable y necesita del dinero para poder solventar sus gastos diarios de sobrevivencia”. (Ralón, 2018)

## • **Político**

Actualmente en nuestro país muchas mujeres mueren por cáncer de mama esto por la falta de apoyo político hacia las instituciones tanto públicas como del sector privado que luchan en la prevención temprana, no existen políticas públicas para esta temática tan recurrente año tras año en nuestro país, solo existe un amparo para pacientes oncológicos dictado por la Corte Suprema de Justicia esto en base a las acciones que presento la PDH (Procuraduría de los Derechos Humanos), para poder dar medicamento y tratamientos a pacientes con cáncer.

Ralón (2018) afirma “Existen actualmente muchas organizaciones, fundaciones, empresas, hospitales, Ministerio de Salud, centros de salud, Incan (Instituto Nacional de Cancerología) que luchan por realizar campañas y jornadas de prevención temprana de cáncer, pero que por la falta de incidencia política que tienen pareciera que todos los esfuerzos se hacen débiles y la prevención pareciera nula no le toman la importancia necesaria a este tipo de enfermedad que puede cobrar muchas vidas anualmente por falta de políticas públicas en nuestro país Guatemala para poder prevenir de manera mundial, junto con el apoyo de estas organizaciones que luchan y unen esfuerzos para salvar la vida de las mujeres guatemaltecas”. (Ralón, 2018)

## • **Cultural**

Existe actualmente un tabú cultural que las mujeres no acostumbran hacerse chequeo médico por miedo, y esto es debido a que no existe la suficiente información sobre el tema sobre la temprana detección y que tener cáncer de mama no es sinónimo de muerte al contrario es sinónimo de vida si es detectado a tiempo.

- Muchas veces las mujeres creen que ya no hay solución, por falta de información creyendo lo siguiente:
- Solo las mujeres mayores pueden padecer de cáncer de mama.
- Sólo mujeres de escasos recursos contraen este tipo de enfermedad.
- Tener cáncer es sinónimo de muerte y rechazo por el entorno social.
- Muerte por causa de cáncer, no hay solución.
- No hay una solvencia económica para pagar el tratamiento.

Todas las mujeres están propensas, adolescentes, adultas o de la tercera edad a que se desarrolle el cáncer de mama, por lo que es de suma importancia el autoexamen.



- ***Institucional***

Estudios sobre la temática del cáncer de mama informan que, a pesar del esfuerzo realizado por el sector público y privado por prevenir el cáncer por medio de campañas, charlas informativas, información en redes sociales y jornadas médicas la mujer no le toma mayor importancia de poder realizar su chequeo médico esto debido a que no hay una incidencia política que actúe a nivel mundial como parte de una alerta hacia las mujeres guatemaltecas. (Ralón S. , 2017)

De igual manera falta encontrar un clic emocional entre la mujer y lo que se desea transmitir para llamar su atención para que realicen el chequeo pertinente en el tiempo correcto.

Aunque las instituciones hacen su mayor esfuerzo por luchar año tras año a favor de la prevención del cáncer de mama necesitan de apoyo político para poder contrarrestar la mortandad anual que deja esta enfermedad por falta de información.

## ◆ Definición del problema

De acuerdo al diagnóstico realizado en la Clínica de Mama #31, cada vez se hace más urgente la necesidad de abordar el tema del cáncer de mama por la carencia de información desde una perspectiva multidisciplinaria y multisectorial para dar respuesta a una problemática postergada, que día a día tiene incidencia en la vida de las mujeres guatemaltecas con la aparición de esta enfermedad.

### • *Identificación del problema*

Según datos del Instituto Nacional de Cancerología (INCAN) “para Guatemala los índices de mortandad anuales de mujeres son elevados a causa del cáncer de mama; por la falta de detección temprana de la misma, por temor a un chequeo médico y por falta de una economía estable para el pago de los tratamientos. Este tipo de enfermedad es más común en mujeres de 40 años en adelante de cualquier estatus social”. (Periódico, 2017)

Esta condición de falta de información para las mujeres se da por carecer del apoyo político y de instituciones ajenas a la salud; estudios e investigaciones demuestran que a pesar de unir esfuerzos con campañas informativas acerca de esta enfermedad para la detección temprana y chequeo médico a tiempo, se hace insensible y pareciera que todos los esfuerzos se hacen en vano ya que no es algo que se pueda informar de manera nacional constantemente ya que por falta de políticas públicas, solo se informa en el mes de octubre, que es el mes de la lucha contra el cáncer.

No obstante, mediante un diagnóstico se detectaron varios factores que debilitan y afectan la comunicación hacia las mujeres guatemaltecas: primero, el tabú de que la mujer no se chequea por miedo o temor, por falta de interés o desconocimiento personal acerca de la gravedad de la enfermedad, sus causas y efectos en su organismo, la falta de información sobre los servicios gratuitos que prestan los centros de salud públicos para poder tratarse, sin tener una economía elevada para poder cubrir gastos y el desconocimiento de instituciones públicas y programas de prevención que traten este tipo de enfermedad.

Como estrategia para la incidencia del problema, es necesario el desarrollo de un conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana cáncer de mama, como medida preventiva enfocado al grupo objetivo. Se profundiza más acerca de la detección temprana del cáncer y autoexamen en las mujeres guatemaltecas de la ciudad capital, para poder promover y sensibilizar a la mujer acerca del riesgo que puede adquirir, sino se realiza un examen a tiempo.

El problema institucional radica en la falta de un material gráfico informativo visualizado desde una perspectiva distinta a la tradicional y su adecuada implementación, para atraer la atención y sensibilizar la mentalidad de las mujeres ante el temor a un examen diagnóstico de salud. (Ver Anexo 4)

## ◆ **Justificación**

### • *Trascendencia del proyecto*

La creación de proyectos sociales beneficia a la sociedad guatemalteca, dándoles la oportunidad a las mujeres que la habitan de tener información actualizada, constante y explicativa de manera comprensible mejorando de esta manera el beneficio en la mujer para mejorar su estilo de vida si ya posee la enfermedad y la prevención temprana para quienes representa un riesgo. Es de mucha importancia la intervención de la comunicación visual por medio del apoyo del diseño gráfico para los proyectos de índole social, ya que a través de esta profesión gráfica, se puede ayudar a un cambio de pensamiento o de actitud por medio de fotografías o ilustraciones con mensajes específicos de lo que se desea transmitir, sin el apoyo de una comunicación visual es más complejo poder transmitir un mensaje que sea claro y entendible para el grupo objetivo al que va dirigido. Esto nos dará como resultado a largo plazo la prevención temprana del cáncer de mama en las mujeres guatemaltecas, por el recurso que el diseño gráfico y la comunicación visual generarán en la mentalidad de las mujeres, abriendo una visión más amplia de conocimiento y de análisis para realizar de manera voluntaria y preventiva los chequeos médicos pertinentes. (Ver Anexo 14)

- ***Incidencia del diseño gráfico***

El desarrollo de un conjunto de materiales editoriales será una herramienta importante para la incidencia de la prevención temprana del cáncer de mama en mujeres con temor a ser diagnosticadas con este tipo de enfermedad, impulsándolas a salvar su vida a tiempo. Siendo este material un recurso de apoyo para la Clínica de mama #31 del Hospital General San Juan de Dios, mediante este recurso se podrá informar de manera adecuada, con materiales acordes al tema que ayudaran a la institución a guiar a las mujeres no solo vía textual-verbal sino haciendo uso del recurso visual para que de esta manera el mensaje de comunicación visual sea entendible y que de forma directa o indirecta haya una interacción física para que de esta manera la información llegue de forma clara, concisa y cumpla con el objetivo de informar previamente, logrando hacer conciencia en la mujer guatemalteca. (Ver Anexo 14)

- ***Factibilidad del proyecto***

La Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios tiene más de 20 años de fundación, siendo una clínica sólida que lucha por el bienestar social de las mujeres guatemaltecas con cáncer de mama. La clínica y sus fundadores han ayudado a muchas mujeres de escasos recursos a recibir su tratamiento de manera gratuita beneficiando a la mujer guatemalteca. Este esfuerzo y lucha continua ha logrado que instituciones como Fundecan les de apoyo con el tema de radioterapia para salvar vidas, la clínica está fortalecida actualmente, el Congreso de la República la usará de modelo para replicar programas a nivel nacional. Debido a la solidez de la clínica y el esfuerzo que esta ha realizado a través de los años cuenta con el apoyo benéfico de Fundecan, Agua Pura Salvavidas y por otra parte el departamento de comunicación social con el que cuenta el hospital esto hace factible la realización-promoción del conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana cáncer de mama.

## ◆ **Objetivos**

- **Objetivo general**

Contribuir en la prevención temprana e incidencia de la reducción de mortandad del cáncer de mama en las mujeres guatemaltecas del área metropolitana del país por medio del desarrollo de un conjunto de materiales editoriales.

- **Objetivo específico de comunicación visual institucional**

Guiar y orientar a las mujeres guatemaltecas en el tema del cáncer de mama, la prevención temprana y el autoexamen por medio del desarrollo de una serie de materiales editoriales, propio de la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios.

- **Objetivo específico de diseño**

Desarrollar una serie de materiales editoriales para la prevención temprana cáncer de mama, haciendo uso de códigos visuales lo más certero a la realidad para que sea entendible y cause un impacto visual en la vida de la mujer guatemalteca, para la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios.



*UNA ALERTA*  
**ROSA**



## Capítulo 2

# Perfiles



En el presente capítulo se podrá visualizar el perfil de la organización con la que se está trabajando, su distribución de trabajo, información de contacto, la temática con la que trabaja dicha entidad, información general, su cobertura, valores, objetivos, misión, visión y lema con el que cuenta la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios, así como las características del grupo objetivo con la que trabaja la institución analizando sus características geográficas, sociodemográficas, socioeconómicas, psicográficas, así como la relación, vínculo que existe entre las pacientes y la institución.





UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink awareness ribbon logo, consisting of two loops at the top and two tails at the bottom, positioned below the text.

## ◆ Investigación y definición de la institución

### • *Perfil del cliente*

#### • *Información de contacto*

- Jefe de Clínica de Mama
- Dr. Sergio Ralón Carranza
- Dirección: 1a. Avenida 10-50 zona 1
- Tels.: 2253-0423

#### • *Coordinadora de área / Contacto directo*

- Lea Echeverría
- Email: Lea2103@hotmail.com
- Cel.: 3071-1857
- Página web: <http://www.hospitalsanjuan-dediosguatemala.com>
- <http://hospitalsanjuandedios.mspas.gob.gt>



## ◆ **Cáncer en Guatemala**

### • **El Cáncer**

En la época actual el cáncer es una enfermedad muy común y propagada en nuestro país año tras año, iniciaremos informándonos sobre lo que es la enfermedad del cáncer refiriéndonos como el crecimiento sin control y con un desorden de células en cualquier parte del cuerpo, dando vida a células anormales siendo estos tumores, pudiendo emigrar o extenderse a otros órganos del cuerpo humano. Aguilar (2017) afirma “En Guatemala alrededor de un 10% de personas mueren de algún tipo de cáncer”. (Aguilar, 2017)

### • **El cáncer de mama**

De los tipos de cáncer que existen el de mama es el segundo causante de mortandad en las mujeres guatemaltecas, actualmente se hacen campañas de concientización e información en comparación de tiempos atrás donde la mujer no se enteraba de lo que era realmente la enfermedad y el tratamiento que podían recibir para poder curarse, pero a pesar de la información que se brinda actualmente existe el tabú que la mujer no se revisa, no se preocupa por hacerse los chequeos pertinentes, y no se le da la importancia necesaria a este tipo de enfermedad que cobra una enorme cantidad de vidas cada año.

Según datos del Instituto Nacional de Cancerología (INCAN) “en Guatemala se ha reportado un aumento de cáncer de mama en mujeres de 40 años, desde el 2014. Anualmente se dan 400 nuevos casos. Escuintla y la Ciudad Capital son los lugares con mayor incidencia”. Por lo que es necesario actuar para la pronta prevención del cáncer de mama en Guatemala para que las mujeres portadoras de este tipo de células cancerígenas puedan detectarlo a tiempo y no perder la vida a causa de no tener una detección temprana. (Periódico, 2017)

## ◆ Información general

### • *Institución*

El Hospital General San Juan de Dios es un centro asistencial público que atiende a personas que habitan en la ciudad capital de Guatemala y en el resto del país, referidos desde los hospitales departamentales y regionales. Se encuentra dentro del tercer nivel de atención dentro de la clasificación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, que incluye hospitales y sanatorios. Cuenta con un personal aproximado de 3000 personas (“Hospital San Juan de Dios”, s.f.). Es uno de los dos más grandes de la nación junto al Hospital Roosevelt.

El hospital ofrece servicios médicos y hospitalarios gratuitos en medicina interna, cirugía, ortopedia, traumatología, maternidad, ginecología, pediatría, oftalmología, cardiología, endocrinología y otras especialidades y subespecialidades (“Hospital San Juan de Dios”, s.f.).

También proporciona a la población guatemalteca atención de emergencias pediátricas y de adultos, las 24 horas, los 365 días al año. Es regido por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y se describe como una entidad pública de vanguardia con vocación docente, asistencial y de investigación, para brindar atención médica integral de tercer nivel a la población guatemalteca, con personal técnico y profesional especializados, utilizando la mejor tecnología (“Hospital San Juan de Dios”, s.f.).

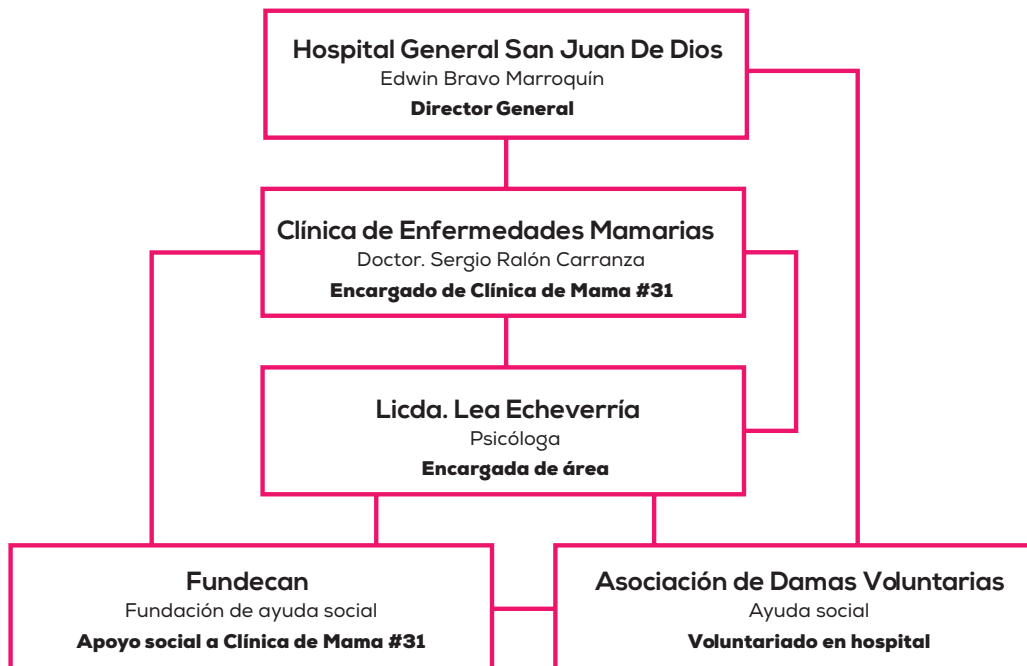
- **Departamento**

CLÍNICA DE ENFERMEDADES MAMARIAS CLÍNICA #31: Es una clínica dirigida por un Cirujano Oncólogo Mastólogo (especialistas en enfermedades malignas y benignas de la mama), que pertenece al departamento de Cirugía del Hospital General San Juan de Dios, ubicada en la consulta externa de adultos. Por las carencias y falta de voluntad de Salud Pública, gobierno y congreso, nos hemos visto en la necesidad de buscar ayuda interinstitucional, de fundaciones y asociaciones, para poder brindar una atención digna a las pacientes que consultan dicho centro hospitalario, sumándose así, Damas voluntarias (organización de la sociedad civil) y FUNDECAN (Fundación de Amigos Contra el Cáncer) quien ha donado tratamientos como lo son RADIOTERAPIAS y la infraestructura del lugar donde son atendidas las pacientes, creando un remozamiento para la Clínica de Enfermedades mamarias #31 y la clínica de ONCOLOGIA que pertenece al departamento de Medicina Interna del Hospital General San Juan de Dios ubicada en la Consulta Externa, en esta clínica en donde las pacientes reciben su tratamiento de quimioterapia.

Luego que la paciente es detectada con cáncer de mama y operada, es trasladada a ONCOLOGIA para el tratamiento de quimioterapia. (Ver Anexo 2, 5 y 7)

## ◆ Organigrama

- **Hospital General San Juan De Dios**
  - Edwin Bravo Marroquín  
*Director General*
- **Clínica de enfermedades mamarias**
  - Doctor. Sergio Ralón Carranza  
*Encargado de Clínica de Mama #31*
- **Licda. Lea Echeverría**
  - Psicóloga / Encargada de área
- **Fundecan**
  - Apoyo Social
- **Asociación de Damas Voluntarias**
  - Voluntariado en hospital



- **Lema**

Calidad y servicio a la paciente con enfermedad mamaria benigna y maligna.

- **Visión**

Consolidar la Clínica de Mama para el tratamiento de las enfermedades mamarias más completo de Guatemala.

- **Misión**

Brindar a la paciente con enfermedad mamaria un tratamiento integral de alta calidad y efectividad mediante la utilización de los recursos tecnológicos y científicos más modernos en una adecuada clínica de mama con personal capacitado y vocación de servicio.

- **Objetivos**

- Mejorar la calidad de atención de la paciente con enfermedades mamarias.
- Optimizar los recursos necesarios
- Capacitar personal orientado al servicio de pacientes con enfermedades mamarias.
- Humanizar el tratamiento entre médicos y paramédicos hacia la paciente.
- Hacer más eficiente el manejo de la mujer con problemas mamarios buscando diagnósticos y terapéuticos más tempranos con menor índice de secuelas.
- Motivar al personal en su desarrollo laboral.
- Disminuir costos de estancia hospitalaria.
- Implementar programas de educación y prevención de cáncer mamario.
- Facilitar el manejo ambulatorio en pacientes seleccionados.

- **Valores**

- Solidaridad
- Ayuda Social
- Responsabilidad
- Sensibilidad
- Equidad
- Lealtad

- **Servicios**

- Especialistas en enfermedades malignas y benignas de la mama.
- Radioterapias.
- Tratamiento de quimioterapia
- Servicios oncológicos.

- **Cobertura**

Área metropolitana de la ciudad de Guatemala.

- **Grupo objetivo**

Mujeres del área metropolitana de la ciudad de Guatemala de 25 años en adelante, en su mayoría de escasos recursos y una pequeña población de clase media. (Ver Anexo 8-10)

### **Antecedentes gráficos**

- Videos, panfletos, brochures, material informativo propio de Fundecan quienes brindan cierta cantidad a la Clínica de mama #31 del Hospital General San Juan de Dios. (Ver Anexo 15)



## ◆ **Caracterización del grupo objetivo**

### • *Perfil del grupo objetivo*

#### • *Tamaño de la muestra*

- **Población:** 150 personas
- **Nivel de confianza:** 90%
- **Margen de error:** 5%
- **Tamaño de la muestra:** 97

### • *Características geográficas*

- **País:** Guatemala
- **Municipio:** Mixco, Santa Catarina pinula, Villa Nueva
- **Departamento:** Guatemala
- **Espacio geográfico:** Área metropolitana de la ciudad de Guatemala

#### • *Análisis*

Según el análisis de las características geográficas anteriormente descritas, el grupo objetivo con el que trabaja la Clínica Mamaria del Hospital General San Juan de Dios, son mujeres del área metropolitana de la ciudad de Guatemala, siendo los municipios de Mixco, Santa Catarina Pinula y Villa Nueva los lugares donde existe el mayor índice de mujeres que recurren por ayuda a esta clínica esto debido a que no cuentan muchas veces con un dispensario en el lugar que sea altamente equipado y actualizado donde se les brinde la información necesaria por lo que deben exteriorizarse para buscar ayuda informativa de manera adecuada y actualizada según sea la necesidad de cada una. (Ver Anexo 2)

- **Características sociodemográficas**

- **Edad:** 25 años en adelante
- **Género:** Femenino
- **Formación académica:** 6to Primaria y Nivel Medio
- **Función y responsabilidad familiar:** Madres

- **Análisis**

Según los resultados de las características sociodemográficas anteriormente descritas, el grupo objetivo al que atiende la Clínica Mamaria del Hospital General San Juan de Dios con mayor frecuencia son mujeres de 25 años en adelante, que en su mayoría saben leer y escribir, siendo mujeres en un bajo porcentaje solteras y en su mayoría con hijos, son mujeres que no tienen un estatus de vida estable debido al grado de escolaridad que tienen varía según su trabajo diario, muchas de ellas trabajan en lavar ajeno, tiendas, tortillerías, planchar, locales de pequeña índole y una mínima cantidad tienen un trabajo estable de remuneración mensual por lo que son afectadas debido a que tienen hijos a quienes deben dar sustento diariamente, sus viviendas no son de lujo, construcciones de madera, prefabricadas, terrenos al aire libre y una mínima parte de block . (Ver Anexo 11)

## • **Características socioeconómicas**

- **NSE:** D+
- **Clase social:** Media Baja
- **Hábitos de consumo:** No cuentan con una economía estable mensualmente por lo que no son consumidoras de marcas como Coca Cola, Pantene, Ina, y no frecuentan lugares reconocidos como Walmart, Paiz, PriceSmart, etc., consumen marcas económicas, alimentos como granos básicos a granel, hiervas y frutas.
- **Servicios que utilizan:** su medio de movilización es el transporte público
- **Frecuencia y horario de compra:** Poca frecuencia de consumo debido a su economía ya que no cuentan con una mensualidad, la mayoría de las mujeres trabajan por día y el pago es semanal siendo una cantidad no mayor a Q.100.00, solo si trabajan en varios lados pueden recibir una cantidad económica aceptable para la sobrevivencia de su familia.

### • **Análisis**

Según los resultados de las características socioeconómicas anteriormente descritas, el grupo objetivo en su mayoría son mujeres de escasos recursos, que se movilizan en el transporte público debido al bajo costo que este posee, cuentan con un dispositivo móvil normal, en pocos casos uno inteligente para su comunicación diaria, en sus hogares cuentan en su mayoría con electrodomésticos de bajo costo como televisión, refrigeradora, estufa y equipo de sonido, consumen alimentos como granos básicos no empacados sino a granel por su valor económico, en pocas ocasiones comida rápida y de vez en cuando consumo de marcas económicas como lo es Suli, no realizan compras frecuentemente y si las realizan las hacen mensualmente dependiendo su situación económica debido al tipo de trabajo en el que se desenvuelven como lo es en su mayoría el trabajo en casa, no cuentan con una cantidad específica a gastar por lo que tienen un presupuesto bastante reducido adquiriendo solo lo esencial. (Ver Anexo 12)

## • *Características psicográficas*

- **Estilo de vida:** Son personas extrovertidas que dan su punto de vista acerca de una temática, hacen notar su descontento con injusticias que hacen hacia ellos, viven en lugares no muy lujosos, en algunos casos son terrenos propios y en su mayoría alquiler de bajo costo.
- **Hábitos:** Trabajo en el mismo lugar o zona de vivienda, lavar ajeno, limpieza en casas, cuidado de sus hijos, llevan a sus hijos a la escuela pública en transporte colectivo o a pie.
- **Motivaciones:** Sacar adelante a sus hijos, superarse a ellos mismos y mantener a su familia.
- **Valores:** Responsabilidad, humildad, esfuerzo, generosidad, optimismo, sacrificio, tolerancia y voluntad.
- **Cultura visual:** Son personas con poca cultura visual ya que por el tipo de vida en la que se desarrollan, no están familiarizados con la variedad de anuncios publicitarios ya sean sociales o de consumo diario.
- **Nivel de lectura visual:** Son personas que están acostumbradas a lo cotidiano, lo de la vida diaria, en cuanto a imagen visual no entenderían o no llegaría el mensaje de comunicación visual de manera clara utilizando alguna figura retórica ya que por su cultura visual tenderían a confundirse, al menos que se realice de una manera bastante entendible para el grupo objetivo.

## • *Análisis*

Según el resultado del mapa de empatía refleja las características Psicográficas del perfil de las mujeres que asisten a la Clínica de Mama del Hospital General San Juan de Dios, siendo ellas de escasos recursos, teniendo necesidades tanto personales como familiares, ven programas de televisión como TV Novelas en canales nacionales en su mayoría y pocos casos por cable debido al tipo de economía que poseen y noticias en canales como los son TN23, Noti 7, T13 Noticias, cuando se movilizan hacia sus trabajos ven anuncios publicitarios en las calles y paradas de buses de Claro, Tigo, Walmart, Maxi Despensa, Coca Cola, etc., conviven con otras personas durante el recorrido en el transporte público y en su mayoría leen el periódico gratuito como lo es Publinews, son mujeres con poca cultura y lectura visual, están acostumbradas a visualizar los temas de manera obvia, aunque se representen de otra manera debe ser la representación gráfica bastante acertada a la realidad a lo que ellas están acostumbradas a visualizar en su entorno, e incluso en ellas mimas. (Ver Anexo 3)

## • **Relación entre el grupo objetivo e institución**

### **Frecuencia de visita presencial**

Las mujeres asisten a la Clínica de mama de manera semanal o mensual dependiendo el tratamiento que se les esté dando después de haber sido diagnosticadas con cáncer.

### **Frecuencia de visita virtual**

La clínica no cuenta con una asistencia virtual por el tipo de mujeres que asisten, quienes son de escasos recursos y muchas veces no cuentan con una computadora o un celular inteligente con facilidad.

### **Servicios**

- Especialistas en enfermedades malignas y benignas de la mama.
- Radioterapias.
- Tratamiento de quimioterapia.
- Servicios oncológicos.

### **Nivel de satisfacción**

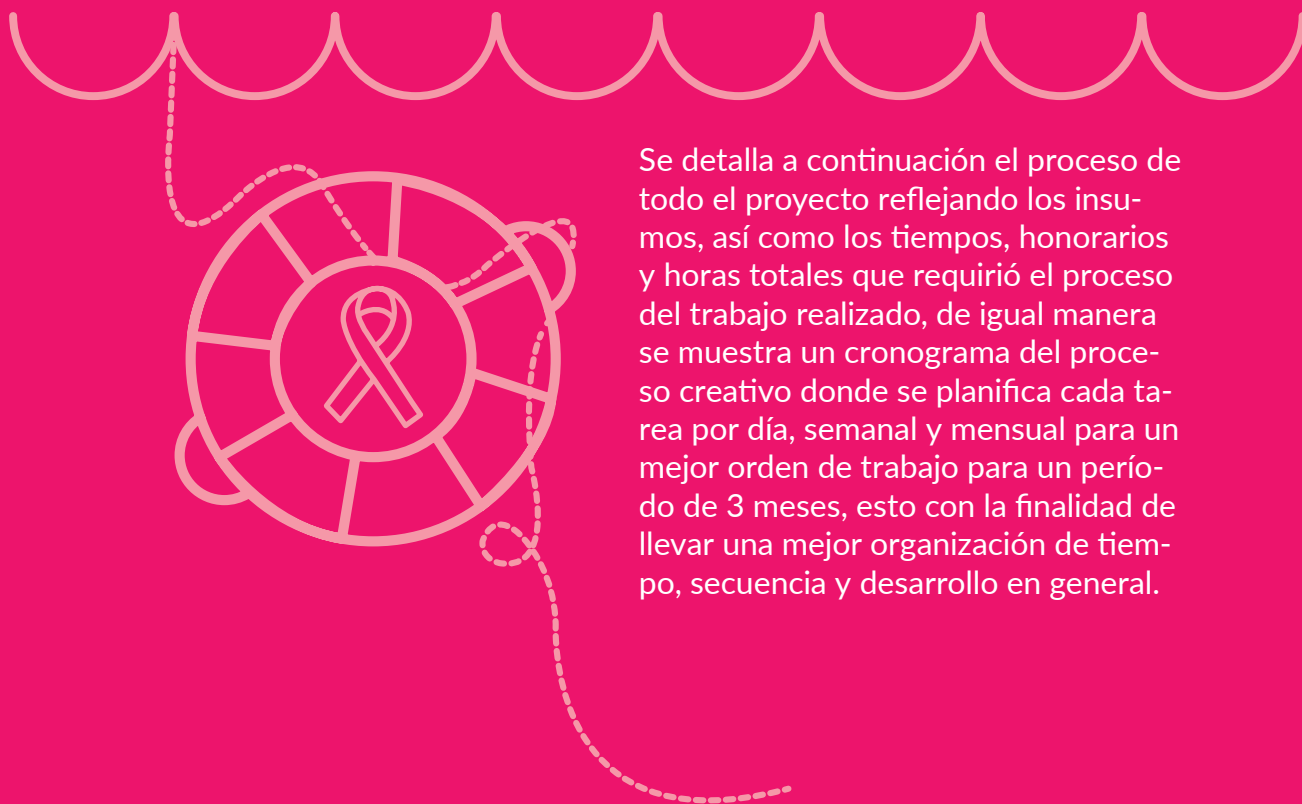
La satisfacción que la clínica de mama da a las mujeres de escasos recursos es alta ya que asisten en busca de un apoyo médico para tratar su enfermedad ellos les brindan apoyo tanto moral como médico, haciendo esto que haya una empatía de la mujer hacia la clínica y sus colaboradores.

## • **Análisis**

Según los resultados de la relación entre el Grupo Objetivo y la Institución, nos refleja la empatía entre la clínica mamaria del Hospital General San Juan de Dios hacia las pacientes que asisten a ella, visitan la clínica en su mayoría de manera semanal y mensual dependiendo el tratamiento que se les esté dando después de haber sido diagnosticadas con cáncer de igual manera muchas de estas mujeres asisten a las clínicas desconociendo los servicios que brindan, en su mayoría prefieren las consultas de manera presencial ya que de manera virtual por su tipo de economía no cuentan muchas veces con un teléfono inteligente, califican el servicio que les brindan en una calificación de 6 a 10 pts., como una buena atención, gracias a la ayuda que Fundecan ha dado a las clínicas en cuanto a remodelación de instalaciones ha logrado que la mujer guatemalteca que asiste a ellas se lleve una buena impresión no solo de la atención sino del lugar físico donde podrá tratarse generando esto un nivel de confianza elevado en cada una de ellas. (Ver Anexo 13)

## Capítulo 3

# Planeación operativa



Se detalla a continuación el proceso de todo el proyecto reflejando los insumos, así como los tiempos, honorarios y horas totales que requirió el proceso del trabajo realizado, de igual manera se muestra un cronograma del proceso creativo donde se planifica cada tarea por día, semanal y mensual para un mejor orden de trabajo para un período de 3 meses, esto con la finalidad de llevar una mejor organización de tiempo, secuencia y desarrollo en general.



UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink awareness ribbon logo, consisting of a stylized ribbon shape with a loop at the top and two tails at the bottom.

## Proceso creativo Proyecto de graduación 1

### Visita a la institución

- Definir piezas de diseño para implementar el conjunto de materiales editoriales informativos en el proyecto de graduación.
- Fundamentación por medio de ventajas y desventajas de las propuestas de piezas a realizar.
- Explicación, por qué la elección de una propuesta en comparación a la otra.
- Recopilación de información importante que la institución necesite comunicar en las piezas a realizar.
- Mencionar en la institución que en la próxima visita se tratará el tema de la conceptualización bajo la que se trabajaran los materiales, previamente aprobada por el asesor.
- Una breve explicación de lo que es la conceptualización y como se desarrollará en la línea gráfica de los materiales.

#### Insumos

Materiales reciclados para elaboración de cuadros comparativos: hojas, tinta, impresora, folder. (Q.25.00)

Materiales de apoyo sobre conceptualización en proyectos de diseño.

Internet en el celular (Q.15.00)

Transporte (Q.25.00)

#### Tiempos

Cuadro comparativo (2 horas)(Q.150.00)

Visita a la institución (3 a 4 horas)(Q.300.00)

**Total (3 días)(Q.450.00)**

**Total Q.515.00**

### Definición creativa Proceso de conceptualización

- Aplicar técnicas de conceptualización.
- Construcción del concepto.
- Conceptualización final.
- Implementación de concepto en la línea gráfica, para el conjunto de materiales editoriales.
- Construcción de línea grafica en base a la conceptualización para materiales
- Elaboración del brief creativo

#### Insumos

Internet, hojas, impresora, tinta, materiales reciclados. (Q.20.00)

#### Tiempos

Técnicas de conceptualización ( 3 días)(Q.450.00)

Construcción y conceptualización final (1 día)(Q.300.00)

Implementación del concepto y línea gráfica a la pieza a realizar (1 día)(Q.600.00)

**Total (1 semana)(Q.1,350.00)**

**Total Q.1,370.00**

### Validación con asesores del proyecto

- Evaluar la funcionalidad del concepto realizado.
- Posibles correcciones en base a resultados.

#### Insumos

Hojas, lapicero (Q.15.00)

#### Tiempos

Encuesta a diseñar (1 día)(Q.75.00)

Correcciones (1 día)(Q.450.00)

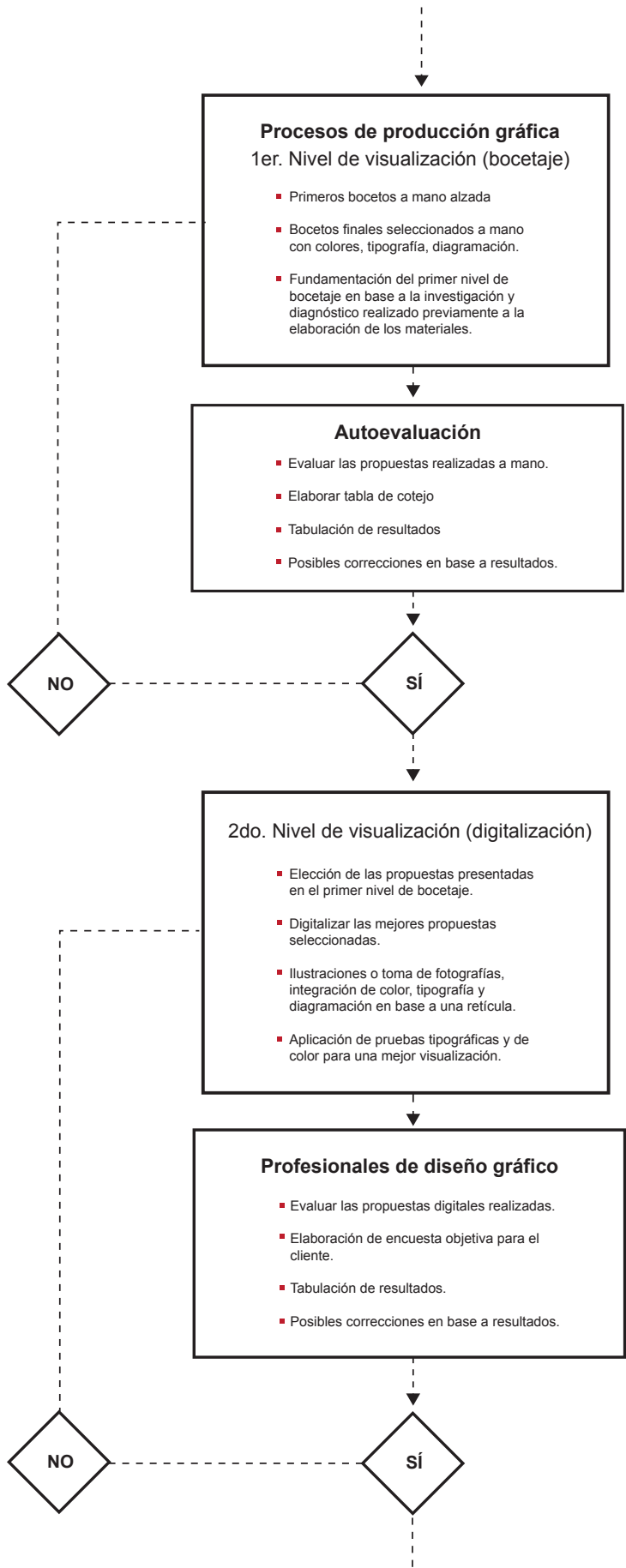
**Total (2 días)(Q.525.00)**

**Total Q.540.00**

NO

SÍ





**Procesos de producción gráfica**  
1er. Nivel de visualización (bocetaje)

- Primeros bocetos a mano alzada
- Bocetos finales seleccionados a mano con colores, tipografía, diagramación.
- Fundamentación del primer nivel de bocetaje en base a la investigación y diagnóstico realizado previamente a la elaboración de los materiales.

**Insumos**

Hojas recicladas, crayones, marcadores, lápiz, borrador, impresora, tinta. ( Q.35.00)

**Tiempos**

Primeros bocetos (3 días)(Q.450.00)

Bocetos seleccionados a mano aplicando color, tipografía, diagramación (1 día)(Q.150.00)

Fundamentación (1 día)(Q.150.00)

Correcciones en clase (3 horas)(Q.225.00)

Correcciones del asesor en base a matriz de evaluación (2-3 días)(Q.450.00)

**Total** (8 días)(Q.1,425.00)

**Total Q.1,460.00**

**Autoevaluación**

- Evaluar las propuestas realizadas a mano.
- Elaborar tabla de cotejo
- Tabulación de resultados
- Posibles correcciones en base a resultados.

**Insumos**

Hojas, lapicero, lápiz, crayones (Q.30.00)

**Tiempos**

Bocetaje (2 días)(Q.450.00)

Correcciones (3 días)(Q.675.00)

**Total** (1 semana)(Q.1,125.00)

**Total Q.1,155.00**

**2do. Nivel de visualización (digitalización)**

- Elección de las propuestas presentadas en el primer nivel de bocetaje.
- Digitalizar las mejores propuestas seleccionadas.
- Ilustraciones o toma de fotografías, integración de color, tipografía y diagramación en base a una retícula.
- Aplicación de pruebas tipográficas y de color para una mejor visualización.

**Insumos**

Referencias de ilustraciones o fotografías alusivas al concepto.

**Tiempos**

Digitalización de piezas finales seleccionadas para el kit (7 días)(Q.1875.00)

Toma de fotografías o realización de ilustraciones (3 días) (Q.900.00)

Fundamentación (30 minutos)(Q.50.00)

Correcciones en clase (2 horas)(Q.150.00)

Correcciones del asesor en base a matriz de evaluación (2-3 días)(Q.450.00)

**Total** (12 días)(Q.3,425.00)

**Total Q.3,425.00**

**Profesionales de diseño gráfico**

- Evaluar las propuestas digitales realizadas.
- Elaboración de encuesta objetiva para el cliente.
- Tabulación de resultados.
- Posibles correcciones en base a resultados.

**Insumos**

Hojas, impresora, tinta (Q.15.00)

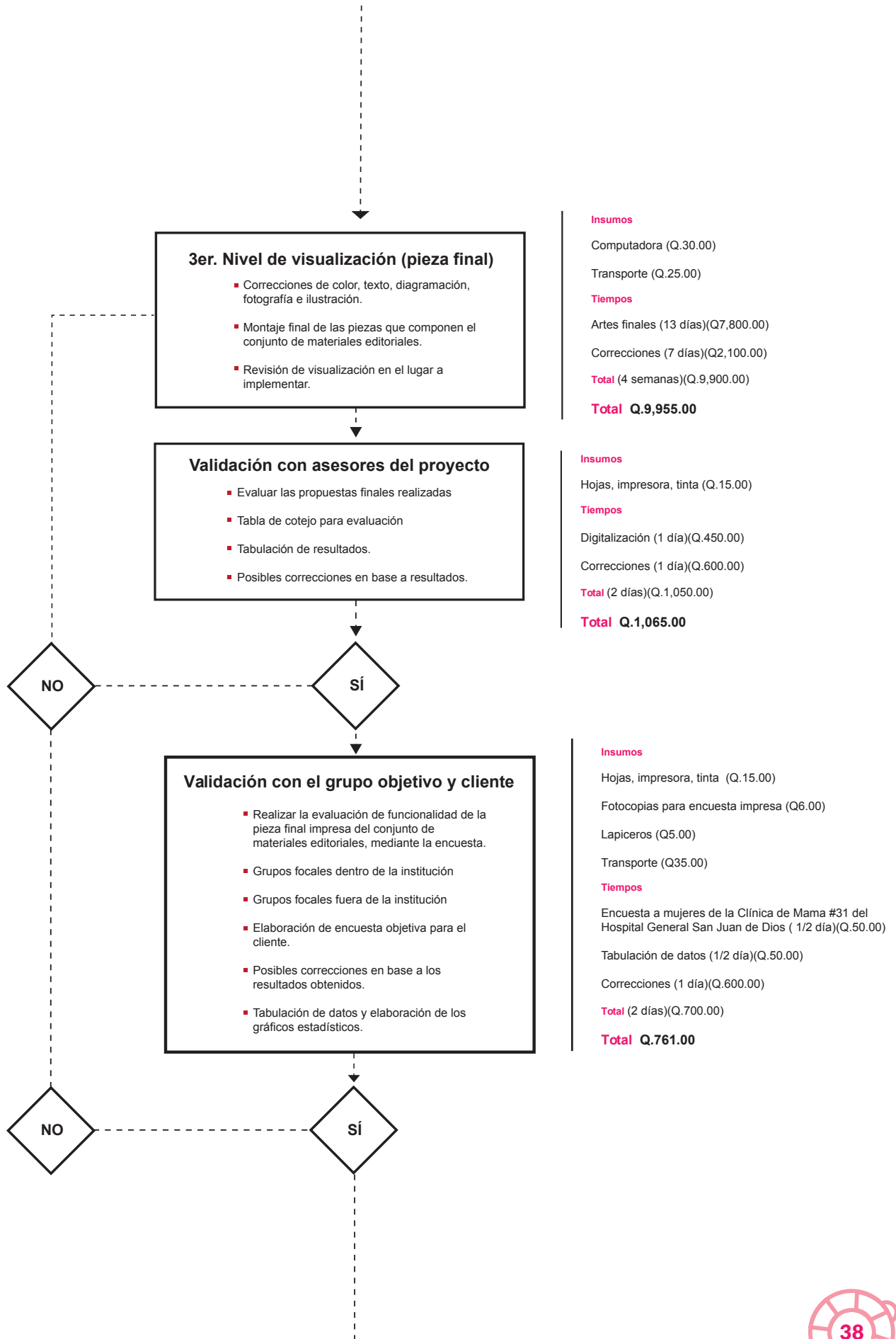
**Tiempos**

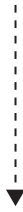
Digitalización (1 día)(Q.450.00)

Correcciones (2 días)(Q.600.00)

**Total** (3 días)(Q.1,050.00)

**Total Q.1,065.00**





### Visita a institución, presentación de pieza final y tabulación de resultados

- Presentación de la piezas finales del conjunto de materiales editoriales, entrega de un CD o USB con copia de los artes realizados.
- Presentación de evidencia de resultados de encuestas a profesionales de diseño gráfico y grupo objetivo.
- Presentación de objetivos del proyecto de graduación, indicar su cumplimiento y alcance.
- Fase de evaluación de informe y aprendizaje (conclusiones y recomendaciones).

#### Insumos

Material de apoyo para la presentación final.

Propuesta final: Materiales digitales, USB, CD y computadora. (Q.75.00)

Transporte (Q.35.00)

#### Tiempos

Visita a la institución (2 días)(Q150.00)

**Total** (2 días)(Q150.00)

**Total Q.260.00**



**Un estimado en gastos: Q.21,571.00**  
**Tiempo final** (aproximado) 3 meses (63 días)  
este resultado es si se aprueban todas las fases.

# Cronograma

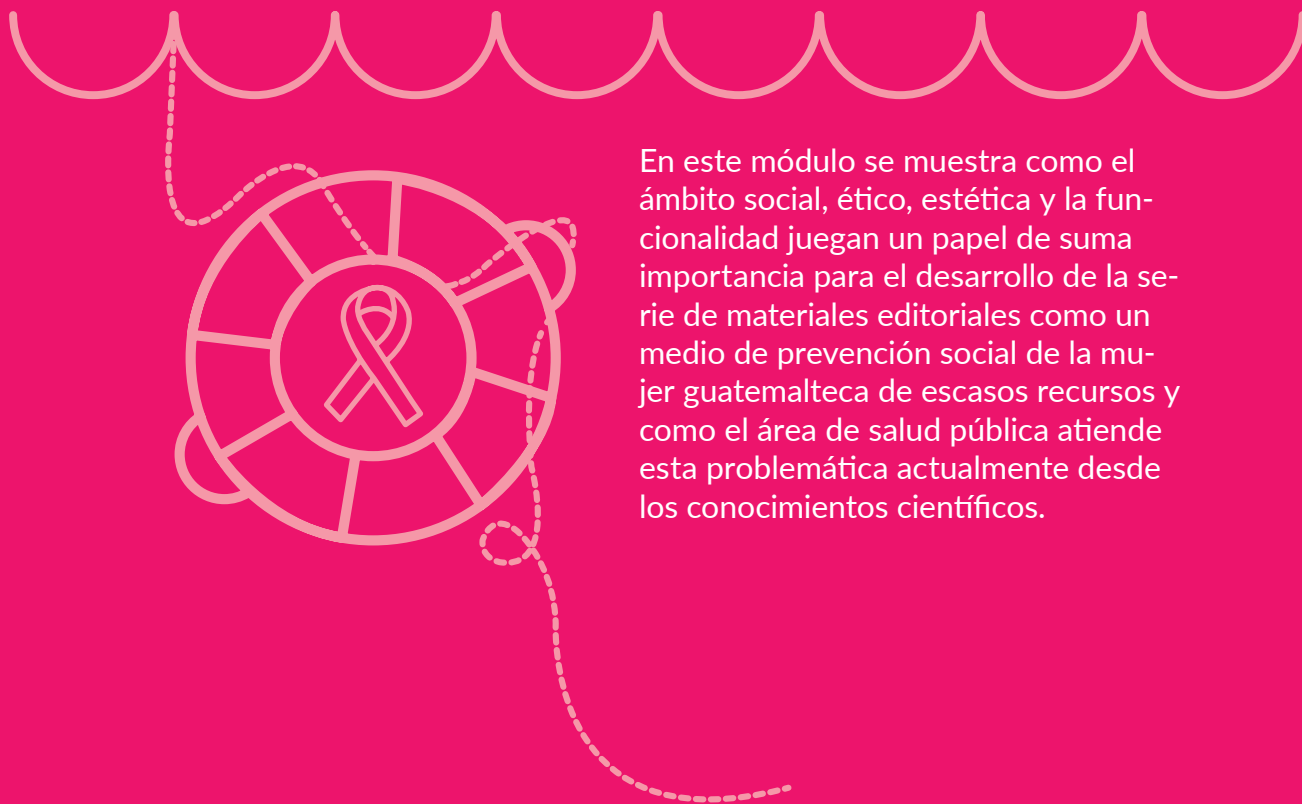
2018		agosto				
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
30	31	01	02	03	04	05
Visita a la Institución y recopilación de insumos para trabajar proyecto de graduación						
06	07	08	09	10	11	12
Planeación Operativa						
13	14	15	16	17	18	19
Cambios Planeación Operativa						
20	21	22	23	24	25	26
Proceso de Conceptualización						
27	28	29	30	31	01	02
Revisión de Conceptualización						
03	04	Notas: Puede haber cambios según procedimientos aceptados en asesorías.				

2018		septiembre				
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
27	28	29	30	31	01	02
03	04	05	06	07	08	09
Validación de Concepto						
10	11	12	13	14	15	16
Correcciones de Concepto según Validación						
17	18	19	20	21	22	23
Nivel 1, Bocetaje			Autoevaluación			
24	25	26	27	28	29	30
Asesoría y Correcciones del Nivel 1						
01	02	Notas: Puede haber cambios según procedimientos aceptados en asesorías.				

2018		octubre				
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
01	02	03	04	05	06	07
Nivel 2, Digitalización						
08	09	10	11	12	13	14
Validación con Profesionales del Diseño, Nivel 2			Correcciones según FeedBack, Nivel 2			
15	16	17	18	19	20	21
Correcciones según FeedBack, Nivel 3			Correcciones según FeedBack, Nivel 3			
22	23	24	25	26	27	28
Arte Final e Impresión						
29	30	31	01	02	03	04
Entrega de Artes finales a la Institución en la Universidad de San Carlos de Guatemala						

## Capítulo 4

# Marco teórico



En este módulo se muestra como el ámbito social, ético, estética y la funcionalidad juegan un papel de suma importancia para el desarrollo de la serie de materiales editoriales como un medio de prevención social de la mujer guatemalteca de escasos recursos y como el área de salud pública atiende esta problemática actualmente desde los conocimientos científicos.



UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink ribbon logo, consisting of a stylized ribbon shape with a loop at the top and two tails at the bottom.

## ◆ **Disemensión social y ética**

- *El cáncer de mama en la salud pública del Hospital General San Juan de Dios*
- *La salud pública en Guatemala*

Actualmente la salud en Guatemala es un tema de actualidad debido a la falta de interés por parte del gobierno y por ende el del sector público a diferencia de la salud privada que está a la vanguardia de nuevas tecnologías con el objetivo de brindar una buena atención al ser humano que asiste o asistirá a sus clínicas u hospitales.

Hernández (2015) afirma que “El Sistema de Salud público (MSP) de Guatemala está enfermo. A lo largo de dos décadas médicos, salubristas, pacientes, familiares de pacientes, políticos, economistas y cualquier ciudadano guatemalteco, han sido testigos de cómo el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social fue llevado a la orilla del precipicio, arrastrado sobre todo por la corrupción y un sinnúmero de malas decisiones. Hoy es un enfermo crónico que se retuerce para no colapsar” (Hernández, 2015)

La salud es un derecho humano fundamental para todo ciudadano, el cual está libre de estratos sociales, exclusión, no importa su economía, raza o color, como seres humanos siempre se les debe brindar la ayuda necesaria, es aquí donde juega un rol muy importante la decisión del ser humano entre la decisión de entidades públicas o privadas, lucrativas o no lucrativas, actualmente hay entidades privadas como el hospital Herrera Llerandi, El Centro Médico, públicas como el Hospital Roosevelt y el Hospital General San Juan de Dios, dentro de las cuales la gente prefiere una privada ya que los procesos y la atención son de manera rápida así como personalizada, pero eso tiene un costo adicional a diferencia de la atención pública que es gratuita pero es menos personalizada y los procesos son bastante extensos de semanas hasta incluso meses de espera para la primera cita dependiendo de la gravedad de la enfermedad.



- ***La Atención médica para pacientes con cáncer de mama en la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios***

Siendo el Hospital General San Juan de Dios el hospital más grande a nivel nacional, actualmente tiene una crisis económica tanto en mantener medicamentos, alimentos como insumos para cada clínica según sea la especialidad, en la Clínica #31 que se especializa en atención a pacientes con cáncer de mama predomina la falta de material informativo para poder prevenir a las mujeres y que tengan una oportunidad de combatir el cáncer de manera temprana, esto debido a la falta de organización e interés en querer marcar la diferencia en este caso del director del Hospital San Juan de Dios, uno de los factores por los que la atención no es del todo satisfactoria muchas veces en las personas es debido a que no hay un interés por parte de las autoridades de la institución y trabajadores en servir por el bien de la sociedad, realizan un trabajo de manera deficiente y lo hacen solo por un sueldo o beneficio. Mata (2017) afirma que “Las grandes corporaciones y las entidades financieras dedicadas a la salud como negocio, no ven ni trabajan por el derecho, lo hacen por el dinero y en muchos casos, sálvese quien pueda” (Mata, 2017)

Otro factor que impide el poder brindar la mejor atención a la paciente guatemalteca es la falta de trabajo en equipo dentro de la institución ya que el hospital es cada integrante que lo conforma, así como cada clínica y encargado, según Echeverría (2018) “Existen

envidias entre clínicas y entre doctores queriendo sobresalir unos más que otros muchas veces denigrando con tal de obtener el control y querer liderar ante un grupo de personas” (Echeverría, 2018). Actuando de esta manera no se puede realizar un cambio o sacar del abismo a la salud pública en nuestro país si el equipo que sostiene a la institución no trabaja en conjunto cada quien trabaja por su lado y su beneficio algo que no debe ser así, pero existen clínicas dentro del hospital que se interesan en querer hacer un cambio dentro de la institución buscando patrocinios e incluso ellos mismos en querer arreglar las instalaciones de sus clínicas para prestar un mejor servicio dentro de lo posible siendo un ejemplo de ello la necesidad de solicitar recursos gráficos informativos para mejorar la atención en pacientes con cáncer de mama.

- **Conjunto de materiales editoriales preventivos para la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios**

*Informar para incidir en la reducción de muertes por cáncer de mama en mujeres guatemaltecas*

Para la detección temprana el método utilizado es el de autoexamen mensual, luego un examen anual por un médico, mamografías o ultrasonido y resonancia magnética en casos especial y biopsia, el propósito de estos métodos es la detección lo más pronto posible. Los métodos más utilizados son el autoexamen y la mamografía, por lo que el conjunto de materiales editoriales preventivos propuesto para la clínica del hospital General San Juan de Dios funcionará como parte del programa de prevención en la mujer guatemalteca a salir de su zona de confort perdiendo el miedo o temor a realizarse este tipo de exámenes para poder saber si existe alguna anomalía en su cuerpo y poder contrarrestarlo a tiempo.

Maselli (2017) afirma que “Del 80 al 90% de todos los cánceres detectados tempranamente pueden ser curados” por lo que la divulgación de información de manera adecuada juega un papel de suma importancia para prevenir muertes, por lo que el rol de informar esta en las manos de la institución, así como de los seres humanos quienes deciden hacer el bien por la sociedad aportando un granito de arena mediante el trabajo en equipo para la prevención mediante charlas informativas, campañas y proyectos grupales preventivos donde se implementara el conjunto de materiales editoriales como medio visual informativo al alcance de la mujer guatemalteca que asista a cualquiera de estas actividades dentro del programa preventivo.

El conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana de cáncer de mama es un aporte visual y explicativo en beneficio de la mujer guatemalteca contribuyendo con la Clínica # 31 de enfermedades de mama como apoyo al sistema de prevención por la que luchan y tratan que prevalezca ante cualquier obstáculo, con o sin ayuda ellos siempre están en la lucha contante con el Congreso de la República y las autoridades para impulsar métodos preventivos en beneficio de la mujer.

- **El cáncer de mama en la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios**

En Guatemala no hay un establecimiento público dedicado a informar especialmente a las mujeres sobre el riesgo de padecer cáncer de mama, la Clínica #31 de Enfermedades Mamarias del hospital General San Juan de Dios como salud pública lucha por contrarrestar la muerte de mujeres guatemaltecas por cáncer de mama, pero no cuentan con la suficiente ayuda económica presupuestaria por parte del gobierno y de las autoridades del hospital para poder ofrecer un tratamiento digno a todas las mujeres que lo necesitan, trabajan esta lucha en conjunto con FUNDECAN (Fundación Amigos Contra el Cáncer) donde ciertas pacientes del hospital son seleccionadas para poder ofrecerles el servicio de radioterapias un servicio con el que no cuenta el hospital por lo cual no puede ser brindado a toda la población de mujeres que acuden a la clínica.

Guatemaltecos Ilustres (2018) afirman que “El Dr. Sergio Ralón fundó la CLÍNICA DE LA MAMA, en 1995; la cual es la primera en su sexo en la historia del Hospital San Juan de Dios y la única con esa especialidad en Guatemala. El objetivo de esta clínica ha sido el brindar una atención especializada a las pacientes que padecen alguna enfermedad de la glándula mamaria, principalmente la detección temprana del cáncer de mama, trabajando en conjunto con cirugía plástica (reconstrucción de la mama), oncología y radioterapeutas.

Su trabajo ha beneficiado a muchas mujeres que acuden a esta clínica, brindándoles un tratamiento óptimo. Actualmente, el Dr., Ralón continúa trabajando en el Hospital San Juan de Dios, siendo el único especialista en mama del mismo” (Universales, 2018)

En la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios se atienden a las mujeres que llegan por ayuda e información acerca del cáncer de mama brindándoles las generalidades de la enfermedad así como el apoyo psicológico previo a la realización de cualquier examen de detección temprana para preparar psicológicamente a la mujer ante su resultado sea negativo o positivo ya que entre las afecciones y reacciones más recurrentes están la preocupación, angustia, nerviosismo, miedo, inseguridad, desesperación, tristeza, llanto, enojo, cólera, impresión, dolor e incertidumbre.

- **Implementación de nuevos métodos para la prevención temprana del cáncer de mama**

Actualmente todos los programas se inclinan a la detección temprana del cáncer cuando ya existe en la mujer de manera avanzada no hay metodologías bien fundamentadas en cuanto al cáncer de mama y su prevención por lo que se hace necesario el análisis de procedimientos y estrategias tanto medicas como de divulgación para promover la información necesaria en cuanto al tema de prevención temprana esto con el objetivo de prevenir en la etapa inicial de la enfermedad no cuando el cáncer está en su etapa final.

García (2018) afirma que “la reducción de los casos de esta enfermedad en Guatemala está ligada al nivel de concientización que se efectúa sobre la detección temprana de tumores. “Esta es la relevancia de las jornadas de prevención” (Dávila, 2017)

No necesariamente debe ser una metodología basada en una estrategia masiva, lo importante es actuar y tener la iniciativa de aportar para el bien de la salud publica en favor del bienestar de la mujer guatemalteca, actualmente existe una revista que reproduce la Municipalidad de Guatemala llamada Revista MuniSalud donde uno de los temas del año 2017 fue cáncer de mama, pero para que esto funcione debe de realizarse mensualmente o semestralmente según la estrategia y la necesidad de informar según los casos que se presentan dentro del hospital. La Clínica #31 de Enfermedades Mamarias necesita la implementación de material visual físico para poder llegar a todas las mujeres guatemaltecas para prevenir de manera masiva que haya más muertes por cáncer de mama por falta de información como es el desarrollo de un conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana.

- ***La falta de información preventiva en la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios***

La salud pública del Hospital General San Juan de Dios no quiere invertir en tratamientos de gran valor para las personas que padecen de alguna enfermedad de etapa avanzada esto debido a los costos que esto conlleva por persona dentro de una magnitud grande de guatemaltecos que acuden al hospital, un estimado según datos estadísticos obtenidos por Diario la Hora es de 1200 en la consulta externa, 978 pacientes internados , 500 requieren de servicios de emergencia y se realizan 70 cirugías entre programadas y de emergencia, lo que no sucedería si desde un inicio se atendieran a las personas con atención para darles un tratamiento adecuado desde los primeros síntomas que se gastaría menos en cuanto a presupuesto que cuando ya se requiere de un tratamiento de mayor cantidad tanto en tiempo como económicamente.

Según Ola (2018) dice que “El estudio Análisis del sistema de salud 2015, de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo (Usaid, en inglés), identificó que la crisis está relacionada con la culminación del Programa de Extensión de Cobertura (PEC), bajo la ejecución de oenegés, que ponía al alcance de la población la salud preventiva, y ahora debe acudir a los centros y hospitales, que se ven hacinados” (Ola, 2018) Esa saturación supera el 110%, de acuerdo con Edwin Bravo, director del San Juan de Dios. “Todos los hospitales de la red ya no aguantamos con la carga de enfermos”, indicó. Esta problemática sucede en el Hospital San Juan de Dios debido a la falta de implementación de metodologías preventivas para las enfermedades de mayor mortandad en la actualidad como lo es el cáncer y el VIH-SIDA.

La falta de información es un factor bastante importante ya que, con la ayuda de programas, charlas informativas, campañas que estimulen a las personas guatemaltecas a realizarse sus chequeos médicos a tiempo para prevenir y atacar la enfermedad en su etapa temprana y no hasta la etapa avanzada donde haya menos posibilidad tanto de atención como de esperanza de vida.

Chan (2008) afirma que “Además de metodologías existen reformas que son de aplicación universal, esas reformas no constituyen un modelo o manifiesto para la acción. Las medidas requeridas para hacerlas realidad en cada país deben establecerse en función del contexto y las condiciones específicas y a partir de la mejor evidencia disponible” (salud O. m., 2008), estas reformas ayudan a la sociedad a llevar a cabo los procesos sin tanta problemática en cuanto al tema político refiriéndonos exactamente en la reforma de políticas públicas que es la principal para poder realizar la prevención no en una sola fecha en específico sino de manera global mensual, semestral, anual según sea la necesidad de abordar ciertas temáticas en el país.

- **Implementación de un conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana cáncer de mama, para la Clínica #31 de Enfermedades Mamarias**

El cáncer de mama es un tema tabú en las mujeres guatemaltecas, necesitan estar informadas para poder crear conciencia en ellas y lograr que cada vez más mujeres accedan a controles, diagnósticos y tratamientos efectivos oportunos, para lograr esto es preciso hablar del tema que sepan que muchas mujeres atraviesan por esta situación pero que al realizar el autoexamen tienen una oportunidad de vida.

Al contar con material propio en la clínica se puede beneficiar no solamente a las pacientes que ya están en tratamiento sino también a quienes se acerquen por información y esto a través de la realización de campañas de prevención dentro y fuera de la clínica. Si se cuenta con información y la paciente actúa a tiempo el cáncer mamario se detecta de forma temprana, el tratamiento será más eficaz, ya que el tumor aún será pequeño y no se habrá extendido y contará con más posibilidades de salvar su vida. Y así también se puede lograr disminuir muertes a temprana edad y costos económicos innecesarios.

## ◆ **Dimensión estética y funcional**

- *Lenguaje visual a implementar en el conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana cáncer de mama*

Los elementos visuales y el lenguaje utilizado en los proyectos de diseño son los componentes esenciales que sirven de refuerzo al diseño gráfico y aseguran el éxito que el material o campaña que se esté desarrollando funcione adecuadamente o no.

Son una serie de elementos que trabajan en conjunto entre sí uno se complementa al otro lo cual hace que un diseño sea funcional y genere la respuesta deseada por medio del mensaje o temática a transmitir.

- *El estilo como medio de comunicación visual*

La tendencia minimalista se ha descrito como el diseño en su forma más básica, es el despojado de elementos súper pesados, colores, formas y texturas, es una corriente artística que reduce al mínimo sus medios de expresión.

Su propósito es hacer que el contenido debe sobresalir y ser el punto focal. Desde el punto de vista visual, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y de llevar la mente hacia abajo, a lo básico.



**Dentro de las características de este estilo encontramos:**

abstracción, las obras operan sólo en términos de color, superficie y formato

Producción y estandarización industriales

Austeridad con ausencia de ornamentos

- Economía de lenguaje y medios
- Orden
- Geometría elemental rectilínea
- Máxima Sencillez
- Reducción y Síntesis
- Uso literal de los materiales
- Purismo estructural y funcionalidad
- Precisión en los acabados
- Concentración
- Desmaterialización
- Ausencia de contenido formal o de estructuras relacionales

El surgimiento del minimalismo fue a finales de la década de los 60 en Nueva York, con orígenes en Europa, gracias al prestigioso arquitecto alemán Ludwig Mies Van Der Rohe, reconociendo hoy como uno de los arquitectos más importantes de este siglo.

El prestigioso arquitecto Ludwig Mies Van Der Rohe expresa sus primeras ideas acerca de la pureza de las formas (las que son precursoras del minimalismo) durante el periodo de su trabajo en la dirección de la Escuela de Arte y Diseño de la Bauhaus, en Alemania, a finales de los años 30. El movimiento de este tipo de diseño comenzó en Suiza y fue aplicado a una variedad de medios: diseño gráfico, arquitectura, música, literatura, pintura y, más recientemente, el diseño web. (Interactivo, 2010)

- **Importancia y funcionalidad en la comunicación visual**

Se decidió utilizar el estilo minimalista debido a que es un estilo simple que se centra en la esencia de lo que quiere transmitir por lo que refuerza el concepto desarrollado a trabajar, esto debido grupo objetivo con el que se estará trabajando, mujeres que no tienen un alto nivel de cultura visual por lo que se les debe presentar elementos lo más simple posibles pero con lo esencial que se quiera transmitir, tanto en la representación gráfica como en el copy a utilizar deben ser palabras no complejas que sean entendibles y a la vez reflexivas para la mujer guatemalteca, esto con la finalidad de crear un mensaje publicitario limpio y puntual para cumplir con el objetivo de comunicación visual institucional.

El trabajar el proyecto con esta tendencia nos dará una certeza confiable que lo que el mensaje que se transmita será eficiente, entendible y sobre todo lo que se busca que sea reflexivo y que mueva a la acción a la mujer guatemalteca.

## • ***La fotografía e ilustración como medio de reflexión***

El flat design es un tipo de diseño que se apoya en el minimalismo, en el estilo tipográfico Suizo y en la escuela de Bauhaus. Es un diseño que rompe con la tendencia anterior basada en el realismo. Ahora, con el flat design, la experiencia del usuario es lo más importante y todo aquello que interfiere en el mensaje que se desea comunicar se elimina.

### **Características del flat design:**

- Ilustración plana.
- Imagen totalmente limpia.
- Formas cuadradas.
- Colores intensos.
- Formas geométricas.
- El mensaje del diseño se capta inmediatamente.
- Simplicidad en sus formas y elementos (evitan las formas complejas y sobrecargadas).
- Tipografía clara, altamente legible y con el menor texto posible.
- Evitan texturas, sombras, gradientes, relieves y cualquier sensación de tridimensionalidad.
- Atención a los detalles y al equilibrio visual.

La ilustración es una materia que tiene lazos tradicionales que remontan a siglos en el pasado. Dalley (1992) dice “La ilustración ha servido como complemento narrativo en manuscritos y libros desde los documentos ilustrados antiguos que se conocen desde El Libro de los Muertos de los faraones egipcios. El término composición aplicado a la pintura y el dibujo, significa en realidad la ilustración de la obra. La ilustración, a diferencia de la pintura, siempre debe realizar una función concreta”. De acuerdo con Glaser (2005) “La definición de la función de la ilustración debería servir como advertencia para todos los ilustradores... La ilustración comunica información basada en conocimientos previos de público.” (Hernández, 2014)

El principio del diseño plano se remonta a 1920 donde recibió su dosis de crítica, conocido como estilo suizo o también como estilo tipográfico internacional; pero su punto de partida está entre las décadas del 1950 y 1960 que fue donde su influencia y popularización fue mayor, pero aún así, este estilo se mantuvo con poca importancia tiempo después.

Microsoft fue uno de los pioneros en implementar esta tendencia, incorporándola en el Windows Phone 7 en 2010, y debido al éxito que se obtuvo lanzaron el sistema operativo Windows 8, que tiene como base los mismos elementos de un diseño plano, geométrico y con colores básicos. (Carreño, 2017)

La fotografía conceptual de retrato nos ayuda a visualizar conceptos abstractos en representaciones bidimensionales. Esas ideas pueden ser un comentario social o una declaración política o personal. La imagen debe tener un fuerte impacto y llamar poderosamente la atención del espectador, para que pueda descubrir fácilmente el concepto que subyace.

La fotografía de retrato son las fotografías que solo muestran el rostro sea de uno o de varios personajes, los cuales suelen transmitir ciertas emociones o sentimientos, influyendo así al espectador. En la toma fotográfica se juega al máximo con la luz y la sombra, con el objetivo de capturar los rasgos que mejor transmitan una sensación de tridimensionalidad. (SYSTEMS, 2016)

#### **Dentro de las características de la fotografía conceptual encontramos:**

- Hace un uso saludable de los símbolos gráficos para representar ideas, movimientos, estados de ánimo.
- La Subjetividad Versus La Objetividad.
- Presentan soluciones sencillas para transmitir ideas complejas.
- Directas y fácilmente comprensibles, o sutiles y ambiguas dependerá de tus motivos y estilo personal.
- Transmite un mensaje.

John Hilliard (1945) proviene del mundo del arte, estudió escultura en la St. Martin School of Art de Londres, para más tarde centrarse en la fotografía.

“Una de las diferencias entre la gente que viene del mundo del arte y hace fotografía y cualquier otro que haga fotografías de reportaje, documentación, es que estos segundos quizá respondan de una forma inmediata a algo que ha pasado y tienen que reaccionar con mucha rapidez, aunque muchas veces creen fantásticas imágenes como Cartier-Bresson o Weegee por ejemplo.

Finalmente el artista coloca la fotografía mucho más allá de la pura imagen, es un objeto, una obra de arte y no una imagen en una revista, en un libro: su finalidad ya no es la reproducción sino un objeto único que procede del pensamiento.”(John Hilliard)

La obra de John Hilliard plantea la relación de la fotografía con la realidad. En el caso de *¿Causas de la muerte?* (1974): cuatro imágenes de un mismo cuerpo realizadas a partir de un único negativo fotográfico cada una de ellas con un encuadre distinto, todas nos muestran la misma realidad, pero cada una de ellas nos dice verdades diferentes. (CANEXAS, 2016)

- **La fotografía e ilustración como medio de expresión**

Se utilizará una técnica mixta de fotografía conceptual de retrato en conjunto con ilustración de flat design esto con la finalidad de reforzar la tendencia a utilizar del minimalismo, se utilizará haciendo la representación de la mujer de manera comparativa realizando tomas a detalle para representar lo esencial que se quiere transmitir y se complementará con una ilustración plana esto con la finalidad de generar iconografías fácilmente entendibles a primera vista acorde al grupo objetivo, la fotografías se realizara blanco-negro y la ilustración a color como una estrategia de anomalía resaltando la esencia de la temática que se desea prevenir todo con la finalidad de generar sensaciones, empatía y sobre todo reflexión para tomar decisiones.

## • ***El color como un medio de transmisión de sensaciones***

El color, según Sir Isaac Newton, es una sensación que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo. Esta estimulación es causada por los rayos de luz y por las longitudes de onda que lo componen.

El rosa es la mezcla de un color cálido (rojo) y un color frío (blanco), simbolizando de esta forma las cualidades más nobles del compromiso. No es un color asociado a fuerzas elementales porque no es fuerte, sino suave y tierno, cualidades que lo convierten en el color de la delicadeza, y por asociación a las demás cualidades femeninas, en el color de la sensibilidad y el sentimentalismo.

### **Dentro de las características del color rosa o rosado están:**

- Por su representación de todo lo femenino, el rosa fue el color elegido para el lazo que representa el día mundial del cáncer de mama.
- Serenidad.
- Señal de esperanza.
- sugiere la esperanza para el futuro.
- Expresa positividad y buenos momentos.
- Es el símbolo actual de la lucha contra el cáncer de mama.
- Amabilidad.
- Compromiso.
- Cortesía.
- Ternura.
- Romanticismo.

Color gris es ideal para mostrar elegancia, sutileza y lujos en la forma de vestir de una persona, por lo general cuando un hombre acude a una tienda con el propósito de elegir un traje para una ocasión especial se inclina en el color gris, ya que como es un color neutro tiene la facilidad de combinarse con otros colores y lucir de una manera atractiva y sofisticada.

**Dentro de las características del color gris están:**

- Neutral.
- Armoniza con casi todos los tipos de colores y armonías.
- Significa equilibrio.
- Paz y elegancia.
- Inteligencia.
- Color masivo.
- Mecánico y metálico.
- Hormigón.
- Cemento.
- Maquinaria pesada.
- Industria.
- Estabilidad.
- Puede transmitir abstracción acompañado de otros colores.
- Puede aportarles esos matices de elegancia y distinción.



La moda del color rosa para las niñas y azul para los niños nació alrededor de 1920, y es un reparto que contradice nuestro simbolismo, para el cual el rojo es masculino, y el rosa (el pequeño rojo) es el color de los niños varones pequeños. Por eso, en los cuadros antiguos, se solía pintar al Niño Jesús vestido de color rosa, tanto en cuadros del siglo XIII como del siglo XIX, en los que jamás aparece vestido de azul celeste. (Heller, 2004)

El primer uso registrado de gris como nombre de color en el idioma inglés fue en 700 d. C. El gris es la ortografía dominante en el inglés europeo y el Commonwealth, aunque el gris siguió siendo de uso común en el Reino Unido hasta la segunda mitad del siglo XX. Gray ha sido la ortografía estadounidense preferida desde aproximadamente 1825, aunque el gris es una variante aceptada.

En Europa y Estados Unidos, las encuestas muestran que el gris es el color más comúnmente asociado con la neutralidad, la conformidad, el aburrimiento, la incertidumbre, la vejez, la indiferencia y la modestia. Solo el uno por ciento de los encuestados lo eligió como su color favorito. (hisour)

- *Sensaciones por medio del color*

La gama de colores a utilizar será tonos rosados ya que es un color que evoca a la feminidad con un complemento de color gris neutral, esto debido a que por la temática el color rosado es el estandarizado a nivel mundial para la lucha contra el cáncer de mama el cual es un color que predominara en todo los artes a trabajar como contribución ante esta lucha en la mujer guatemalteca, se utilizara el color gris como un tono neutral complementario como refuerzo conceptual con la fotografía que se trabajara blanco y negro.

El uso correcto del color es un elemento clave para el éxito del mensaje a transmitir ya que nos transmite emociones y sensaciones, por lo que si no va acorde a la temática no será eficiente y se inclinara hacia la confusión en la mente del grupo objetivo.

- ***La tipografía como medio denotativo-connotativo***

La tipografía de palo seco, también llamada sans serif, es la antítesis de la tipografía romana, pues presenta un estilo aparentemente limpio, funcional y aséptico. Dicho de otro modo, es la tipografía por excelencia de la lectura, si bien es cierto y está demostrado, que para las familias tipográficas de palo seco un corte a media altura dificulta mucho su lectura ya que no permite discernir bien los caracteres. No obstante, al tener tan amplia variedad de matices y estilos, la aspereza y monotonía que presentan, desaparece en muchos casos.

Las tipografías palo seco geométricas, la geometría hace presencia en este tipo de letras, ya que fueron inspiradas por la geometría usando así figuras como el círculo, triángulo y cuadrado. Denota la sencillez y redondez en todas sus formas y son excelentes para bloque de textos.

- En general sus características formales son:
- La ausencia de modulación.
- La ausencia de Remates.
- Trazo homogéneo.
- Estructura Geométrica.
- Se caracterizan por un grosor de trazo uniforme.
- inspiradas por la geometría usando así figuras como el círculo, triángulo y cuadrado.
- Denota la sencillez y redondez en todas sus formas y son excelentes para bloque de textos.

Las fuentes Sans serif, etruscas o de palo seco, hacen su aparición en Inglaterra durante el siglo XIX. Entre sus trazos gruesos y delgados no existe contraste, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes, ajustados en sus empalmes. Representan la forma natural de una letra que ha sido realizada por alguien que escribe con otra herramienta que no sea un lápiz o un pincel.

Según los diseñadores éste tipo de fuente crea el efecto de modernidad, sobriedad, alegría y seguridad, es más neutra y aunque son muy populares, dificultan la lectura de textos largos, por lo que se usan sólo en casos de textos muy cortos donde existiera una razón para ello. (Castillo, 2009)

- **Funcionalidad y connotación visual**

Se hará uso de la familia tipográfica sans serif, seleccionada dentro de su clasificación la palo seco geométrica esto debido a las características que posee la tipografía, sin remates, formas básicas, sencilla y legible esto debido a que el grupo objetivo no tienen un nivel de estudio avanzado por lo que las letras geométricas son la mejor elección ya que son las acostumbradas a visualizar durante el nivel de estudio realizado, lo que genera una empatía con el usuario al momento de recibir el mensaje por medio de la tipografía, se hará uso de sus variantes para una mejor distinción jerárquica de las frases a proyectar en las piezas publicitarias generando un mejor recorrido visual y resaltando las palabras esencia de las frases.

## • **La rejilla como elemento clave en el diseño**

La retícula se puede definir como una plantilla, impone orden, uniformidad y coherencia, transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico.

La retícula modular está indicada para proyectos de maquetación de cierta dificultad, donde se requiere disponer elementos distintos y variados. Una retícula modular es esencialmente una retícula de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales, que subdividen las columnas en filas.

Una retícula modular es esencialmente una retícula de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales, que subdividen las columnas en filas.

### **Dentro de las características de la retícula modular están:**

- Formada por filas y columnas.
- Orden.
- Claridad.
- Sencillez.
- Utilizada para proyectos complejos.
- Nos da un orden lógico.
- No es estática.
- Genera movimiento en la diagramación.
- Une varios módulos para hacer uno solo.
- Los módulos pequeños proporcionan mayor flexibilidad.
- Los módulos pueden ser de proporción vertical u horizontal.

Sus orígenes se remontan a los arquitectos y pintores antiguos, los griegos, egipcios y mayas se basaban en la proporción áurea o divina la cual utilizaban en sus construcciones y esculturas, dicha proporción en mi opinión nace de una profunda observación de la naturaleza, ciertos elementos de la naturaleza como la concha de un caracol, el cuerpo humano, la forma de los panales de abejas, algunas flores y hojas todos cuentan con una armonía en sus formas y proporciones las cuales obedecen a una fórmula matemática.

La retícula fue una pieza esencial del diseño sistemático defendido por la Escuela Suiza. Suponía claridad, orden, seriedad y solvencia y era, además un reflejo de las convicciones de quienes, como Müller-Brockmann creían en el diseño objetivo y en la necesidad de que el diseñador dejara a un lado la subjetividad. (Hernández M. , 2019)

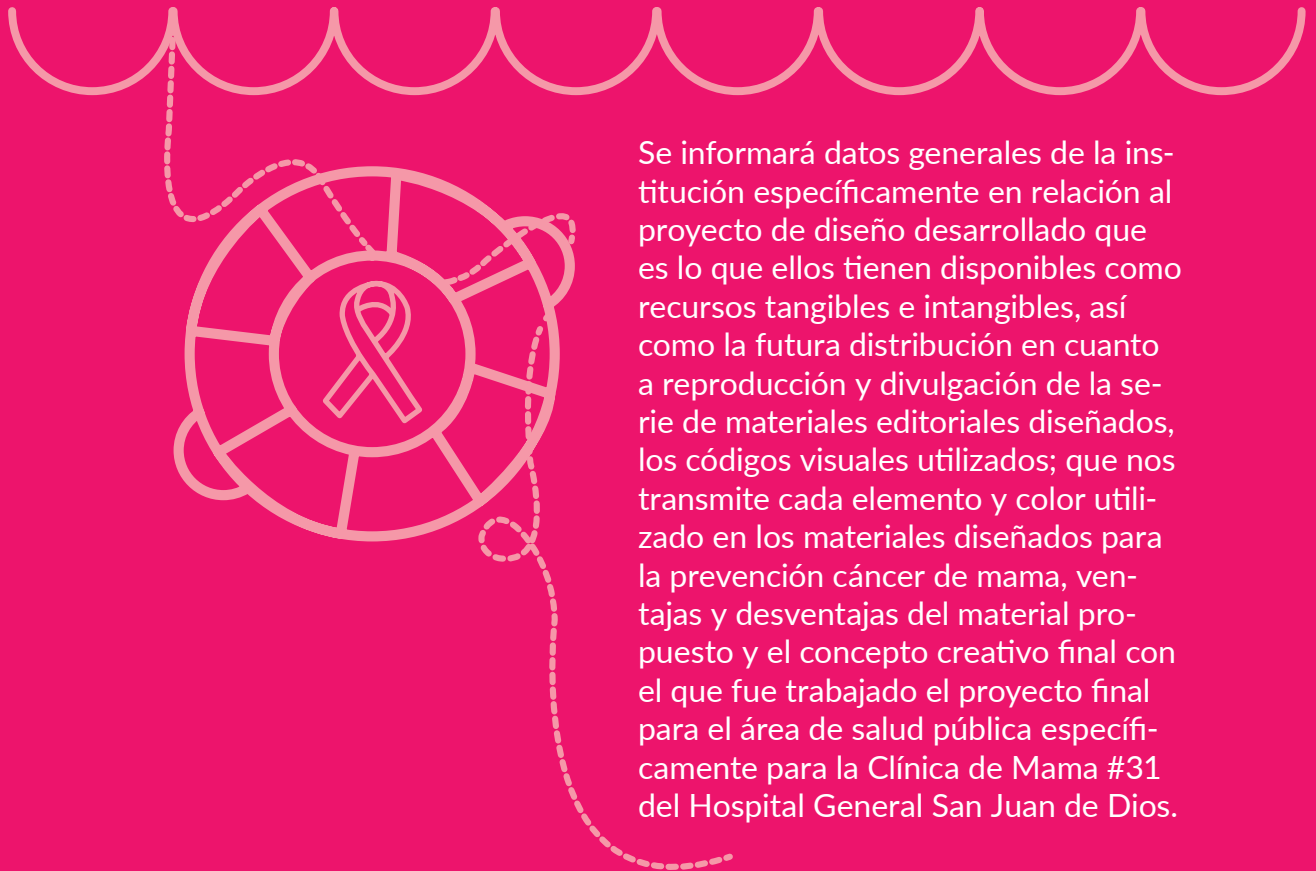
- **La importancia de un orden lógico visualmente**

Se hará uso de una retícula modular esto con la finalidad de llevar un orden consecutivo en las piezas pero a la vez no estático sino con movimiento generando interacción en la diagramación, este tipo de retícula ayudara a tener un mejor orden tanto jerárquico como un recorrido visual lógico en cada material a trabajar, el trabajar con una rejilla no quiere decir que limitaremos nuestra creatividad al contrario esto nos ayudara a generar soluciones gráficas estéticamente agradables y funcionales al ojo del observador nuestro grupo objetivo, en este caso destinado a mujeres guatemaltecas.

La rejilla más que lineamientos guías es la base fundamental y esencial en todo material de diseño sea cualquiera de sus especialidades por lo que en este proyecto de diseño a trabajar la retícula modular a utilizar va acorde al concepto en cuanto a la reflexión de toma de decisiones de cómo colocar la información, fotografías estratégicas y el movimiento que este debe generar por medio del orden cronológico de todos los elementos en conjunto.

## Capítulo 5

# Definición creativa



Se informará datos generales de la institución específicamente en relación al proyecto de diseño desarrollado que es lo que ellos tienen disponibles como recursos tangibles e intangibles, así como la futura distribución en cuanto a reproducción y divulgación de la serie de materiales editoriales diseñados, los códigos visuales utilizados; que nos transmite cada elemento y color utilizado en los materiales diseñados para la prevención cáncer de mama, ventajas y desventajas del material propuesto y el concepto creativo final con el que fue trabajado el proyecto final para el área de salud pública específicamente para la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios.



UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink ribbon logo, consisting of a stylized ribbon shape with a loop at the top and two tails at the bottom.

## ◆ **Brief**

### **1. Cliente (institución)**

Hospital General San Juan de Dios.

### **2. Cliente Inmediato (departamento)**

Departamento de Cirugía, Dr. Sergio Ralón - cirugía de mujeres.

### **3. ¿Qué hace?**

Parte del sistema de salud pública del tercer nivel de atención, detecta, diagnóstica y brinda tratamientos a las enfermedades mamarias.

### **4. ¿Para qué lo hace?**

Brindar calidad de vida.

### **5. ¿Qué relación tiene con el diseño gráfico editorial / multimedia / publicitario?**

Actualmente ninguna, pero es esencial para promocionar la prevención y educación contra el cáncer de mama.





## 6. *Grupo objetivo (primario / secundario)*

Pacientes que consultan al Hospital General San Juan de Dios.

## 7. *Estrategia de comunicación*

Es importante que la información sea reproducida semanalmente.

## 8. *Producción (contenido)*

El Hospital General cuenta con una imprenta y una sección de comunicación social dentro de la institución.

## 9. *Presentación (diseño)*

Si se está de acuerdo con los materiales propuestos, no se cree necesario quitar o sustituir, si no agregar una nueva página de Facebook ya que actualmente más pacientes se están sumando a la accesibilidad de las redes sociales.

## 10. *Distribución*

Durante la consulta externa y terapias grupales que son organizadas cada 15 días.

## 11. *Presupuesto*

Actualmente Hospital General cuenta con 630 millones aproximadamente, un presupuesto histórico por segundo año consecutivo, eso significa que el hospital cuenta con la capacidad para implementar el proyecto diseñado.

La debilidad que ha tenido la institución ha sido el poco interés y nula capacidad para implementar mecanismos de reproducción para el abordaje de la temática.

También, no se había contado con el apoyo que se tiene actualmente del Epesista para implementar propuestas y guías de abordaje para la institución, por lo que ahora no existirá ningún argumento para ser reproducido.

## ◆ **Códigos visuales**

- *Connotación de los elementos, articulaciones visuales y audiovisuales*

- *Aspecto estético*

- Minimalismo.
- Síntesis gráfica vectorial lineal.
- Colores sólidos tonalidades rosadas y gris claro.
- Tipografía san serif Nexa en sus distintas variantes.
- Retícula modular con movimiento.

La tendencia a utilizar es la minimalista por medio de representaciones de la esencia del mensaje a transmitir haciendo uso de ilustraciones lineales con colores sólidos rosados y grises claros haciendo uso de la síntesis gráfica vectorial de manera lineal y reforzando el mensaje visual con tipografía san serif Nexa de la familia palo seco ya que por su forma anatómica es legible para el grupo objetivo al que va ser dirigido el material visual informativo.

### **Minimalismo**

Esta tendencia se acopla bien al concepto y al grupo objetivo debido a que a mayor sencillez de representación con más facilidad será recordado el mensaje que se quiere transmitir, logrando esto por medio de la esencia principal de cada elemento a utilizar y a representar.



### **Síntesis gráfica vectorial lineal**

Se hará uso de la síntesis como recurso visual gráfico ya que se complementa con la tendencia a trabajar, abstraer la esencia de los elementos, formas para generar una representación gráfica sencilla, pero con un mensaje conciso, eficiente y sobre todo que sea entendido por el grupo objetivo.

### **Colores sólidos, tonalidades rosadas y grises claros**

Se hará uso de las tonalidades rosadas y su gama de colores como el color clave o principal de las piezas de diseño a realizar esto debido a que es un color que se utiliza mundialmente para hablar de la temática de la lucha contra el cáncer de mama por lo que debe mantenerse en todas las piezas de diseño y se contrastará con gris claro como un color neutral pero contrastante dándole formalidad a la línea gráfica que se está trabajando.

### **Tipografía san serif Nexa en sus distintas variantes**

Se utilizará esta familia tipográfica por sus características anatómicas que se complementan tanto con el concepto como con el factor de la legalidad y la fluidez de la lectura al ser una tipografía con rasgos geométricos básicos lo cual se acopla al grupo objetivo ya que debido al nivel de estudio una tipografía con serif o caligráfica tendería a confusión en cuanto a la lectura.

### **Retícula modular con movimiento**

La rejilla a utilizar es una modular ya que generará movimiento en las piezas de diseño, distribuyendo el contenido en módulos para una mejor legibilidad y lectura por pequeños fragmentos dentro de la diagramación y refuerza el concepto de sostén fuerte ya que cada módulo uno junto al otro forman una especie de estructura reflejando fuerza y estabilidad.

- **Aspecto didáctico**

Los materiales a trabajar tienen una finalidad pedagógica, por lo que se desarrollará materiales visuales informativos como recursos didácticos que facilitaran a la institución el informar de una manera atractiva y funcional logrando a que el grupo objetivo comprenda la información con facilidad, haciendo uso de la representación gráfica para una mejor comprensión.

#### Material visual

- Folleto informativo-preventivo.
- Infografías informativas-preventivas.
- Campaña de prevención del cáncer de mama.
- Un juego del auto examen de mama.

Los materiales a diseñar serán un recurso pedagógico de beneficio para la Clínica #31 de Enfermedades Mamarias ya que con este material podrán informar a más mujeres previniéndolas por medio del material visual informativo diseñado, el cual es para un beneficio de la sociedad, con el complemento del aspecto estético se realizará un material funcional y sobre todo con un mensaje claro y conciso de los aspectos básicos y la esencia que se le quiere transmitir a la mujer guatemalteca.

### **Folleto informativo-preventivo**

Se elaborará un folleto informativo como recurso pedagógico con la finalidad de informar a la mujer guatemalteca de una manera concisa y con apoyo visual gráfico acerca del tema preventivo cáncer de mama esto con la finalidad de realizar un recurso educativo que sea de utilidad para la Clínica #31 de Enfermedades Mamarias para facilitar informar y transmitir la información de una manera física y sobre todo atractiva al ojo del observador grupo objetivo.

### **Infografías informativas-preventivas**

Otra de las piezas a trabajar son infografías informativas del cáncer de mama como recurso pedagógico con la finalidad de contar con un material gráfico visual con información sintetizada de lo más importante en referencia al tema del cual se está tratando, lo cual sirve de apoyo a la clínica #31 de Enfermedades Mamarias para la explicación del tema a las mujeres guatemaltecas que están dentro y fuera de la institución.

### **Campaña de prevención de cáncer de mama**

Este material de comunicación visual es una de las piezas claves dentro de los materiales a diseñar ya que es una pieza a pautar en medios masivos y que llegará a un mayor número de personas a nivel nacional dependiendo de la estrategia de distribución en segmentos específicos dentro del área metropolitana de la ciudad de Guatemala la cual será realizada por medio de síntesis gráfica de la imagen y frases de concientización y que estas frases generen acción en la mujer.

### **Juego del autoexamen de mama**

Este material de diseño es uno de los más interactivos dentro del conjunto de materiales editoriales ya que además de ser un juego educativo para enseñarles a las mujeres a realizarse el autoexamen de mama para una detección temprana de cualquier anomalía en sus senos hay una interacción entre la institución clínica #31 de Enfermedades Mamarias y el grupo objetivo esto con la finalidad de generar empatía institución-grupo objetivo y que además de jugar quede en sus mentes la información transmitida de una manera más dinámica a lo acostumbrado usualmente.

- **Aspecto morfológico**

Los elementos morfológicos a utilizar son:

- Frases con lenguaje acorde al grupo objetivo, función informativa-formativa
- Ilustraciones monosémicas icónicas-abstractas / simples con originalidad

Los elementos morfológicos a utilizar son ilustraciones flat lineales mediante síntesis gráfica, frases con un lenguaje sencillo, comprensible y uso de palabras con las que el grupo objetivo se pueda identificar por medio de la tropicalización de su lenguaje.

Las piezas a diseñar se basan en los elementos morfológicos informativos, testimoniales, formativos ya que la finalidad de las piezas es prevenir informando y de esta manera formar a la persona tanto en acciones como en pensamiento haciendo conciencia en la mujer a que tome la decisión correcta en el tiempo correcto.

**Copy con frase informativa y formativa con lenguaje acorde al grupo objetivo**

Las frases a utilizar serán con palabras claves con el mensaje específico a transmitir que estén atentas ante cualquier aparición extraña en sus senos, que se conozcan así mismas, que no sientan miedo o vergüenza a ser atendidas por un médico, esto con la finalidad de generar confianza, autoconocimiento y hacer que por medio del análisis del mensaje actúen por bienestar propio.

Por ejemplo, refranes que son utilizados de manera mundial y culturalmente, no dejes para mañana lo que puedas hacer hoy, más vale prevenir que lamentar y el que busca encuentra, son frases formativas ya que hacen que la persona tenga una reflexión y actúe en base a ese análisis personal.

Los copy a generar se realizarán en base a un lenguaje acorde al grupo objetivo, palabras con las que estén familiarizadas las mujeres para generar una mejor empatía y aceptación del mensaje de comunicación visual y con esto lograr prevenir y salvar vidas en la etapa temprana del cáncer de mama.

Frases como conoce tu cuerpo, conocerte a ti misma puede salvarte la vida, hoy por ti mañana por mí son oraciones cortas, pero con un contenido puntual del mensaje que se desea transmitir e informar de lo que se quiere lograr que la mujer realice.

#### **Ilustraciones monosémicas icónicas**

Se hará uso de ilustraciones icónicas debido a que el grupo objetivo no tienen un alto nivel de cultura visual y por su tipo de cultura una ilustración icónica sería aceptada e interpretada con mayor facilidad para entender el mensaje de comunicación que se desee transmitir, se realizaran ilustraciones monosémicas esto porque no se quiere que se den varias interpretaciones a partir de ella y no se entienda el mensaje específico a transmitir.

Aunque la interpretación gráfica sea ilustración se representara haciendo uso de una analogía de un sostén de mujer y sustituyendo uno de los lados del sostén para simular el pecho de la mujer ya que esto sería más aceptado por el grupo objetivo que ver senos de una mujer real por medio de fotografía ya que su cultura es muy conservadora y tendería a confusión o a malas interpretaciones.

• **Aspecto sintáctico**

Aspectos sintácticos a utilizar en el proyecto:

Plano narrativo:

- Plano medio

Plano expresivo

- Plano detalle

Composición

- Líneas verticales e inclinadas

Regla de tercios

- Punto focal

Aire visual

- Bordes y partes internas en el diseño

Color

Grupos de tonalidades

*Colores cálidos*

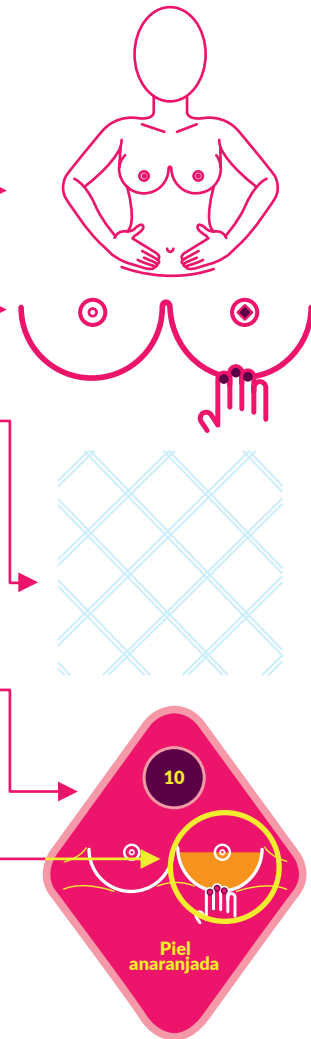
- Fucsia-rosado, pantone 213 C y sus tonalidades

*Colores fríos*

- Gris claro, pantone color gray 9 C

*Textos y gráficos*

- Ampliación de la información que muestran las imágenes. Expresión de ideas y conceptos o de emociones y sentimientos, invitación a la reflexión.





## Plano narrativo/expresivo

### *Plano medio y detalle*

Todas las ilustraciones a trabajar dentro de las piezas graficas del conjunto de materiales editoriales se harán en un plano medio y detalle esto con la finalidad de enfocar la parte más importante, resaltar los elementos y atributos que son los que serán de utilidad para una mejor transmisión del mensaje, se mostrará en algunos artes la parte del rostro y los senos de la mujer y en otros detalles de un sostén con sustitución de analogía de un seno en uno de sus 2 lados.

## Composición

### *Líneas verticales e inclinadas*

Las composiciones dentro de los artes publicitarios serán en base a líneas verticales e inclinadas, verticales ya que nos transmiten actividad y esto se complementa con el concepto y la lucha constante de trabajo de la Clínica #31 de Enfermedades Mamarias en informar a la mujer guatemalteca para que prevenga y salve su vida a tiempo en complemento con líneas inclinadas esto con la finalidad de generar dinamismo y a la vez hacer la analogía de la lucha que se realiza ante el cáncer de mama y poder subir esa cuesta y llegar a la cumbre cuando la enfermedad ya ha sido combatida.

### *Regla de tercios*

Dentro de las composiciones se tomará en cuenta la regla de tercios ya que con este recurso podemos realizar una mejor distribución de nuestros elementos ya que podemos realizar un balance entre ilustración y texto generando un material legible y con un buen recorrido visual, teniendo un foco visual principal.

### *Aire visual*

Este recurso visual se utilizará en complemento a la tendencia a utilizar que es el minimalismo ya que esta tendencia hace uso de los espacios en blanco con la finalidad de generar composiciones limpias sin saturar para que el ojo del observador se centre en el elemento principal sin caer en la confusión o en la saturación y que esto obstruya que el mensaje llegue de manera eficiente.

El aire visual es muy importante en las piezas de diseño y en este caso es un elemento clave en las piezas a diseñar ya que la limpieza en las piezas de diseño la simplicidad de representación hará que la atención se centre en la ilustración y en el mensaje como un punto focal.

Todos los elementos anteriormente mencionados son de los que se valdrá el proyecto para tener un resultado eficiente y efectivo, haciendo uso de la representación de un plano medio y detalle resaltando la parte en la cual se quiere hacer el mayor énfasis por medio del uso de la regla de tercios para una mejor distribución de los elementos dejando un aire visual alrededor de los elementos claves para una mayor legibilidad.

## Color

### Grupo de tonalidades

#### *Color cálido*

##### *Fucsia-rosado*

Se hará uso del color fucsia-rosado pantone 213 C, reforzando el mensaje por medio de las sensaciones que transmite ya que las tonalidades rosas son relacionadas a la femi- nidad y relacionadas al tema del cáncer de mama un color reconocido a nivel nacional e internacional.

#### *Color frío*

##### *Gris claro*

Pantone color gray 9 C, este color se utiliza- rá en pequeños detalles como complemento contrastante a las tonalidades fucsia-rosado como un color neutral esto con la finalidad de transmitir seriedad y formalidad en las piezas de diseño.

#### *Textos y gráficos*

##### *Función según la intencionalidad*

Ampliación de la información que muestran las imágenes. Expresión de ideas y conceptos o de emociones y sentimientos, Invitación a la reflexión.

Se hará uso de la información por medio del apoyo visual de las ilustraciones con síntesis gráfica para un complemento entre si e infor- mación y gráficos visuales que el uno com- plemente al otro reforzando de esta manera el concepto y el mensaje visual.

- **Aspecto semántico**

#### Recursos estilísticos

- Símbolo

#### Recursos lingüísticos

- Frases hechas
- Refranes populares
- Exhortación

#### Recursos estilísticos

##### *Símbolo*

Se utilizarán imágenes tipo símbolo como un tipo de metáfora que trasciende su significado de lo normal para transmitir otra realidad en este caso se hará uso de un sostén de mujer y en uno de sus 2 lados se sustituirá por un seno para hacer la analogía de que simulan los pechos de una mujer para transmitir el mensaje de esta manera para que sea aceptado por el grupo objetivo ya que por su cultura conservadora ver fotografía de pechos reales crearía controversia o molestia para las mujeres mismas al ver ese tipo de grafica visual.

#### Recursos lingüísticos

##### Frases hechas

##### *Refranes populares*

“Hoy por ti, mañana por mí”, “el que busca encuentra”, “mujer precavida vale por dos”, “no dejes para mañana lo que puedas hacer hoy”.

Se hará uso de refranes populares con los que las mujeres están acostumbradas a escuchar y decirlos ellas mismas en su entorno diario, esto generara un click emocional y empatía con el grupo objetivo logrando transmitir el mensaje de manera concreta y directa con palabras y frases usuales dentro de su lenguaje diario.

### *Exhortación*

“No temas a combatir el cáncer de mama”, “busca ayuda a tiempo”, “conócete a ti misma”, “exámínate y encuentra diferencias en tu cuerpo”.

Se utilizarán de igual manera frases de exhortación donde se haga conciencia en la mujer guatemalteca a que se conozca, se revise y acuda por ayuda si encuentra alguna diferencia en su cuerpo que no tenía con anterioridad esto con la finalidad de lograr generar una acción en la vida de la mujer.

La semántica juega un papel muy importante dentro de la comunicación visual, ya que nos transmite un mensaje de forma monosémico o polisémico, por lo que el conjunto de materiales editoriales a trabajar se hará mediante ilustraciones simbólicas lo más acertado a la realidad para que no haya una confusión entre el copy y la ilustración para que el mensaje llegue de manera directa y puntual, haciendo uso de frases que utilicen cotidianamente que las exhorte a una acción o refranes reflexivos haciendo la analogía, la comparación con la temática a trabajar del cáncer de mama.

## ◆ Descripción de la estrategia de la pieza de diseño

- *Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar*

*¿Qué?*

Se informará acerca del Cáncer de Mama como un tema de prevención en la mujer guatemalteca del área metropolitana de la ciudad capital.

*¿Para qué?*

Como objetivo principal de la clínica #31 de enfermedades Mamarias del Hospital General San Juan de Dios esta prevenir a la mujer guatemalteca en la etapa inicial del cáncer para poder salvar vidas y ayudarlas a tiempo, combatiendo la enfermedad y que no mueran a causa de la misma.

Se espera poder ir viendo poco a poco como influye tanto en impacto como en eficiencia la pieza de diseño en la vida de las mujeres para poder generar acción e influir en su forma de pensar para que puedan ser atendida por médicos especialistas en el área, para su chequeo médico, lo cual salvara vidas.

Por lo que se espera la incidencia que a través del conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana cáncer de mama propuesto, pueda generar interés en la vida de la mujer e ir informándolas y que esto las mueva a la acción de realizarse su chequeo médico a tiempo como un método de prevención para salvar su vida a tiempo. Esto lleva al análisis de que entre más mujeres se realizan su chequeo médico a tiempo los costos se reducen en gran cantidad tanto en insumos como en gastos monetarios en cuanto a tratamientos médicos.

#### *¿Con que?*

Con la elaboración de un conjunto de materiales editoriales para la prevención cáncer de mama el cual consta de 1 campaña publicitaria, 1 folleto acerca de la prevención del cáncer de mama, 4 infografías (cáncer de mama, alertas del cáncer de mama, autoexamen, cuidados físicos- alimentación para prevenir el cáncer de mama y 1 juego del autoexamen este conjunto de materiales editoriales se complementa con otros insumos gráficos realizados fuera del proyecto de graduación los cuales son una serie de 3 mini folletos relacionados con la prevención del cáncer de mama y la imagen gráfica de la clínica.

#### *¿Con quiénes?*

Es un proceso que tiene un trasfondo de personas involucradas para que el resultado sea el esperado, el cual es planteado desde los objetivos, dentro del cual intervienen los docentes como primer contacto, la institución u ONG para quienes se está trabajando el proyecto como segundo contacto y uno como estudiante Epesista quien tiene el contacto directo docente-institución.

De igual manera se involucran más personas para que este proceso resulte de manera eficiente, directa e indirectamente participan personas ajenas al grupo objetivo, diseñadores gráficos, especialistas en el tema a tratar, las mujeres guatemaltecas del área metropolitana de la ciudad capital y el círculo social, familiar en el que conviven diariamente las mujeres guatemaltecas.

### *¿Cuándo?*

La campaña publicitaria incluida en el conjunto de materiales editoriales será publicitada en el mes de octubre ya que es el mes de la lucha contra el cáncer de mama, los demás complementos del proyecto serán utilizados estratégicamente por tiempos indefinidos para informar al grupo objetivo.

### *¿Dónde?*

Es un material que actualmente se hará uso de el inmediatamente ya que la clínica necesita contar con material para prevención de la mujer guatemalteca, tanto dentro como fuera de la institución en charlas informativas y como ayuda visual informativa en los centros de salud pública pero especialmente será un material propio de la clínica #31 de salud pública dentro del hospital General San Juan de Dios.

Es un proyecto que estará a la vanguardia de la clínica y que la institución desea darlo a conocer en algún medio de comunicación a nivel nacional a manera de informar a la mujer guatemalteca y crear empatía e interés con la sociedad, autoridades del Hospital General San Juan de Dios, Congreso de la República de Guatemala y autoridades del país como influencia para lograr la aprobación de la ley de protección a la mujer con cáncer de mama, por medio de la gestión de proyectos de esta magnitud.



Cuadro Comparativo		
Pieza	Ventajas	Desventajas
Campaña Publicitaria impresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Informar de manera masiva.</li> <li>■ Impacto e interés por ser una publicidad exterior, colocada en puntos estratégicos.</li> <li>■ Generar influencia en la sociedad.</li> <li>■ Mostrar interés y seguimiento constante acerca de la temática.</li> <li>■ Informar con mayor facilidad de manera global en la ciudad capital.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ No contar con un presupuesto fijo para la pauta estratégica de la campaña en medios masivos.</li> <li>■ No poder publicitarse en cualquier época del año por falta de políticas públicas.</li> <li>■ Costos bastante elevados.</li> <li>■ Que no se tenga un seguimiento constante o estrategia definida.</li> </ul>
Folleto Informativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ El grupo objetivo puede tener el folleto a su alcance con facilidad cuando tenga alguna duda o consulta referente al tema.</li> <li>■ Tiene un formato cuadrado lo cual es atractivo-llamativo y con información sintetizada para facilitar la comprensión del contenido.</li> <li>■ Puede ser transportado con facilidad por ser un material editorial liviano.</li> <li>■ No se necesita uso de la tecnología para poder recibir la información por el tipo de grupo objetivo al que va dirigido que no tienen acceso con facilidad a un dispositivo digital.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Es económicamente elevado su precio a diferencia que si fuera material digital.</li> <li>■ Dependiendo el sustrato en el que se imprima puede ser duradero o no.</li> <li>■ No se puede realizar con muchas páginas informativas debido a los costos ya que será un material gratuito.</li> <li>■ A la gran mayoría no les gusta leer.</li> </ul>

<p style="text-align: center;"><b>Infografías</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Facilidad de comprensión</li> <li>■ Interactividad fotografía-información</li> <li>■ Material liviano para su transporte y fácil comprensión.</li> <li>■ Sirve de apoyo para informar de manera visual.</li> <li>■ Recurso pedagógico preventivo</li> <li>■ Facilidad de reproducción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Costo elevado por el tamaño del material tamaño pliego.</li> <li>■ Dependiendo el sustrato y el cuidado que se le dé al material puede ser duradero o no.</li> <li>■ Complejidad para exponerlas en lugares reducidos de espacio.</li> <li>■ El mal uso y manipulación del material por personas ajenas a la institución en las exposiciones.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Juego Educativo-Interactivo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Interacción con el grupo objetivo</li> <li>■ Asimilación de contenido con mayor facilidad.</li> <li>■ Impacto y juego en equipo.</li> <li>■ Convivencia en equipo con más mujeres.</li> <li>■ Material atractivo para transmitir la información preventiva de un tema.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Costo elevado para la reproducción de varios juegos.</li> <li>■ No querer jugar por inseguridad o vergüenza por parte del grupo objetivo.</li> <li>■ No querer informarse por medio del juego, sino solamente con información teórica.</li> <li>■ Deterioro del Juego por el tipo de material.</li> </ul>

## ◆ Insight y concepto creativo

- *Definición del insight*

- *Factores individuales psicológicos*

- Cultura*

El grupo objetivo con el que trabaja la clínica #31 de enfermedades mamarias del Hospital General San Juan de Dios son mujeres guatemaltecas del área metropolitana que no tienen un alto grado de estudio, son mujeres sencillas que necesitan ser orientadas para poder actuar, su nivel de cultura visual es bajo debido a que por el contexto en el que se desarrollan a diario no ven anuncios publicitarios de marcas reconocidas por las zonas o sectores en donde viven esto debido al factor económico que influye directa e indirectamente en un contexto social.

Son mujeres muy introvertidas que tienen temor a ser vistas o revisadas por otra persona e incluso ellas mismas no se conocen así mismas por el simple hecho de ser tema tabú el tocarse o verse así mismas lo cual hace que no busquen la ayuda necesaria cuando enfrentan una problemática de salud o de alguna otra temática social.

### *Estatus*

Son mujeres del área metropolitana de la ciudad capital de escasos recursos que no tienen una mensualidad fija, luchan diariamente por buscar la sobrevivencia diaria para poder llevar el sustento a su hogar para alimentar a sus hijos, muchas veces el factor económico les causa efectos como desesperación, problemas en sus hogares, ansiedad y formas incorrectas de actuar.

El factor económico influye mucho en el consumo de las mujeres guatemaltecas debido al bajo presupuesto con el que cuentan no consumen marcas de alto costo o reconocidas mundialmente, por lo que compran marcas económicas, asisten a lugares donde la entrada es gratuita como forma de recreación y asisten a comercios de venta colectiva a menor precio para comprar vestimenta y alimentación.

### *Factor afectivo*

El afecto influye mucho en el grupo objetivo con el que trabaja la Clínica #31 de Enfermedades Mamarías ya que son mujeres que muchas veces no tienen apoyo familiar o son mujeres solteras que afrontan situaciones difíciles en su vida diaria por lo que deben acudir a vecinas, amigas o grupos sociales en los que se desarrollan dentro del contexto social por lo que los sentimientos influyen mucho en su conducta, forma de relacionarse y presentarse ante la sociedad guatemalteca.

### *Necesidad*

Las mujeres guatemaltecas más que una necesidad es un requerimiento el detener derecho a la salud por lo que por su estatus social y nivel económico no tienen el acceso a la atención privada ya que esto tienen un costo elevado tanto en medicamentos como en consultas por lo que acuden a la salud pública por atención pero muchas veces no cuentan con la suficiente suerte de ser atendidas de la mejor manera y pasan malas experiencias que hacen que se alejen de su objetivo principal poder tratarse ante cualquier anomalía detectada a diferencia de otras mujeres que sí cuentan con suerte y son atendidas de la mejor manera esto debido al trato y personal de turno que este atendiendo en la clínica.

La necesidad se convierte en una problemática en la mujer guatemalteca, cada mujer se hace un concepto personal de la atención del sector público en referencia a las experiencias vividas.

### *Masificación*

a través de las buenas y malas experiencias de lo que las demás mujeres cuentan que han vivido esto genera una influencia de manera indirecta en la mujer guatemalteca ya que por medio de esa recomendación sea buena o mala genera una acción y análisis de asistir o no a determinado lugar en este caso a la Clínica #31 de Enfermedades Mamarias a causa de la detección temprana de cáncer de mama.

### *Tecnología*

El grupo objetivo en este caso no cuenta con tecnología a su alcance con facilidad, un mínimo porcentaje tiene las posibilidades de tener un dispositivo móvil inteligente esto debido al nivel económico que poseen esto dificulta a la hora de reducción de costos para informar o transmitir información por medios digitales por lo que en específico para este tipo de grupo objetivo la manera de informar es por medio de diseño editorial impreso generado estratégicamente tanto desde el contenido hasta la distribución del mismo.

### *Pertenencia*

Este tipo de mujeres muchas veces se sienten excluidas de la sociedad por su estatus económico bajo por lo que afecta su autoestima al sentirse inferior a los demás por lo que sienten que no tienen un lugar en el contexto donde se desarrollan y por lo tanto en la sociedad guatemalteca.

No hay seguridad en sí mismas, necesitan de ayuda de otras personas u opiniones para actuar y tomar decisiones en determinado momento de su vida.

- **Grupos de influencias**

**La familia**

El núcleo familiar influye directa e indirectamente en el comportamiento de las mujeres guatemaltecas ya que siguen el legado o hábitos que sus antecesores han seguido con anterioridad, lo que genera hábitos de consumo, visita a determinados lugares, alimentación en mercados, comida casera y visita a centros de salud u hospitales públicos.

Por ser el primer contacto social es el grupo que influye y marca la vida de las mujeres para su desarrollo ante la sociedad, para desenvolverse en un contexto de su mismo grupo social.

**Los amigos/ trabajo**

Este grupo social es el segundo contacto por lo que las mujeres conviven después de la familia, la convivencia se da durante su recorrido al trabajo en el transporte público con otras mujeres mediante el cual conversan de distintos temas ya sean personales como de índole social y de actualidad en el país, de igual manera cuando van a dejar a sus hijos a la escuela pública y en los mercados donde compran los alimentos diarios.

Muchas veces las mujeres no actúan como son en realidad esto debido a que son influenciadas por el grupo de amigos o trabajo donde se desenvuelven y con tal de sentirse parte de adoptan hábitos tanto de compra como de hábitos y de actitud con el propósito de ser aceptados en determinados grupos sociales.

Son mujeres sencillas pero que se dejan influenciar muy fácilmente por su cultura y nivel académico no avanzado por lo que no cuentan con el suficiente conocimiento de lo que es verdadero y lo que no, por lo que esto genera conductas buenas y malas por parte de la mujer ante una sociedad o entidad.

- **Medios / influenciadores**

Los medios de comunicación tanto masivos como no masivos y medios digitales gracias a la tecnología crean y generan influencias en la vida de los seres humanos, en este caso el grupo objetivo no es influenciado por este tipo de medios una mínima cantidad de mujeres cuenta con un televisor con canales nacionales por lo que lo que influye a estas mujeres es la convivencia diaria y la publicidad que escucha de boca en boca por las demás mujeres con las que socializan diariamente.

- **Intereses, actitudes, motivaciones (sentir, pensar y actuar)**

**Pensar-intereses**

Las mujeres guatemaltecas buscan superación diaria con el objetivo de vivir de manera digna y darle lo mejor a sus hijos dentro de sus posibilidades, al igual que toda persona tienen metas y sueños por cumplir lo que las mueve a realizar actividades donde puedan generar entradas monetarias son personas muy emprendedoras que por medio de una necesidad buscan una solución pronta para solucionarlo lo antes posible.



### *Sentir-motivaciones*

Las mujeres sienten necesidad de atención, apoyo familiar, son mujeres muy perseverantes que no importa la situación por la que estén pasando siempre luchan por salir adelante, sienten afecto por su círculo social en el contexto en el que se desarrollan en su diario vivir, tienen amistades que las rodean que les demuestran aprecio y les brindan apoyo por lo que sienten un consuelo en cierto grupo de personas o amigos(as).

### *Actuar-actitudes*

Son mujeres de libre expresión que actúan tal y como son, aunque en su mayoría son mujeres muy conservadoras con ciertos temas sociales y de igual manera con sus acciones, trabajan diariamente, realizan oficio en sus hogares, conviven fuera de sus hogares con mayor frecuencia durante el recorrido del transporte público, expresan sus necesidades y carencias a la sociedad, buscan igualdad ser tratadas por igual como toda mujer no importando la clase social a la que pertenezcan, tener los mismos derechos y oportunidades que todo ciudadano posee.

- *Insight*

Si a mí me da pena y miedo tocarme, menos me voy a dejar a que un doctor(a) lo haga.

## ◆ **Concepto creativo**

### • *Técnica de conceptualización*

#### • *Matrices combinatorias*

##### *Concepto*

Consiste en encontrar relaciones no vistas con anterioridad y elaborar nuevas.

A pesar de que, en cierta manera, se asemeja a la técnica anterior, aquí no se utilizan elementos estímulo, sino que se trabaja específicamente con las características de nuestro problema.

##### *Metodología*

- Se debe construir una matriz cuyas columnas estarán constituidas por componentes materiales o elementos que forman nuestro problema o producto.
- Las filas de la matriz enumerarán las distintas características o formas de realizar los componentes anteriormente nombrados.
- Por último, se busca examinar cada intersección entre columnas y filas para detectar nuevas ideas.

### *Consignas fundamentales y aspectos distintivos*

A medida que se completa la matriz efectuando las relaciones, las nuevas ideas que surgen, más allá de su aplicabilidad, conducen a la reflexión sobre puntos que de otra manera no se hubieran tenido en cuenta.

### *Aspectos relacionados con su utilidad*

- Encontrar aspectos del problema no tenidos en cuenta.
- Creación de nuevos productos o servicios.
- Creación de nuevas líneas de un mismo producto.
- Potenciar aspectos del producto o servicio que no se tenían en cuenta.

<b>Factor</b>	Mujeres	<b>Miedo</b>	Prevención	<b>Buscar</b>
Seguridad	<b>Información</b>	Seguridad	<b>Tiempo</b>	Necesidad
<b>Decisión</b>	Gráficas	<b>Alerta</b>	Tocar	<b>Interés</b>
Encontrar	<b>Fotografía</b>	Interacción	<b>Sentir</b>	Preguntar
<b>Sostener</b>	Esfuerzo	<b>Voluntad</b>	Fuerza	<b>Interacción</b>

## Conceptos

- Seguridad-mujer = Mujeres seguras
- Miedo-información= infórmate sin miedo
- Buscar-encontrar= busca y encuentra (un viaje personal)
- Prevención-fotografía= fotografías preventivas
- Mujer-alerta= mujeres en alerta
- Pregunta-miedo= preguntas sin miedo
- Seguridad-buscar= búsqueda segura
- Buscar-interés= búsqueda interesante
- Tiempo- buscar= busca a tiempo
- Preguntar-prevenir= interrogantes que salvan
- Mujeres-graficas= modelo a seguir
- Interacción – prevención= practicas preventivas
- Sentir-mujer= siente y actúa
- Necesidad- buscar = nace sin preguntar
- Miedo -tocar= tócate
- Fotografía-miedo= capturas sensibles
- Tiempo-prevenir= contra el tiempo
- Buscar-graficas= formas anómalas
- Mujer -seguridad= Luchar
- Miedo-necesidad= sin tumores, sin temores
- Sostener-fuerza = sostente fuerte, sostén fuerte

## Preselección

- Busca y encuentra
- Formas anómalas
- Sin tumores, sin temores
- Sostente fuerte, sostén fuerte

## Selección

- Formas anómalas
- Busca y encuentra
- Sostén fuerte

### • *Concepto final*

- Sostén fuerte

### • *Concepto creativo*

- Sostén fuerte

Por medio de este concepto se transmitirá la prevención temprana del cáncer haciendo la analogía de un sostén de mujer para la representación gráfica del tema a tratar y de esta manera hacer conciencia en la mujer guatemalteca para que asista a la institución a realizar sus chequeos pertinentes en la Clínica #31 de Enfermedades Mamarias del Hospital General San Juan de Dios.

- **Premisas del diseño**

- **Premisa tipográfica**

- San Serif: Familia tipográfica palo seco, tipografía Nexa con sus distintas variantes.

- **Premisa cromática**

- Colores cálidos: Fucsia, tonalidades rosadas.
- Color frío: Gris claro

- **Premisa de formato**

- Horizontal, vertical y cuadrado.

- **Premisa lingüística**

- Escrita: frases con mensaje preventivo, uso de refranes cotidianos relacionándolos al tema.

- **Premisa icónico visual**

- Ilustraciones lineales
- Iconos descriptivos
- Iconos demostrativos

## Capítulo 6

# Proceso de producción gráfica



En este apartado se detallará específicamente la previsualización general del proyecto (concepto creativo, tema a abordar, secciones principales de los materiales diseñados), incluyendo de igual manera los 3 niveles de producción gráfica que conlleva el proyecto, iniciando con el nivel de producción gráfica 1 (que es la etapa de bocetaje, todas las ideas iniciales del proyecto general para poder hacer la selección de las piezas más representativas en cuanto a la temática), nivel de producción gráfica 2 ( es donde ya se procede a la digitalización de las piezas seleccionadas en el nivel 1), nivel de producción gráfica 3 ( es aquí donde se toman las decisiones generales de funcionalidad en cuanto a la validación con el grupo objetivo y cliente para quien se está trabajando el material) y finalmente se muestra la pieza final así como los lineamientos para poder llevar con éxito la reproducción y divulgación de los materiales creados.



UNA ALERTA  
**ROSA**



## ◆ Producción gráfica

### • Previsualización

#### • *Breve descripción del concepto creativo*

Sostén Fuerte, es un concepto en el que se hace la analogía de un sostén de mujer con la referencia de que sostengan, toquen, conozcan sus senos y se examinen ellas mismas para poder prevenir el cáncer de mama en una etapa temprana.

#### • *Breve descripción de la tendencia o estilo de diseño*

La tendencia a utilizar es la minimalista por el grupo objetivo con el que se está trabajando, se sintetizará la información y gráficas visuales sacando la esencia de cada uno ya que una de las características de esta tendencia es llevar una forma a lo más simple posible pero siempre que sea entendible y es lo que se requiere en este caso para transmitir un mensaje de comunicación visual directo, concreto y sintetizado.



- **Resumen del tema a abordar dentro de la pieza**

El tema a tratar dentro del conjunto de materiales editoriales es en relación a la prevención temprana del cáncer de mama que es un proceso oncológico en el que células sanas de la glándula mamaria degeneran y se transforman en tumorales, proliferando y multiplicándose posteriormente hasta constituir el tumor, esta temática incluye subtemas como son: sus alertas, causas, efectos, autoexamen y cuidados físicos para prevenirlo, son temas bastante específicos y reflectivos para la mujer guatemalteca.

El cáncer de mama, es más recurrente en las mujeres en sociedades industrializadas, En Guatemala, como en la mayoría de países en vías de desarrollo es el segundo en incidencia (el primero es cáncer cervical) por órgano femenino. Sin embargo, estadísticas recientes, demuestran que en la ciudad de Guatemala su incidencia está propagándose cada vez más, siendo más frecuente que el cáncer cervical. La clave para prevenir el cáncer es consumir muchos alimentos ricos en antioxidantes y fitonutrientes que son anti-inflamatorios naturales. Esto significa, evitar los alimentos envasados y procesados y centrarse únicamente en aquellos que no contienen antibióticos, productos químicos o toxinas. (Ralón, 2017).

- **Secciones principales de las piezas de diseño material editorial**

**Folleto**

- Portada-contraportada
- Portadillas interiores
- Guardas
- Créditos
- Índice
- Páginas internas

**Infografías**

- Ilustración principal
- Ilustraciones varias
- Titular
- Complicación
- Argumento central
- Conclusión

**Empaque de juego educativo autoexamen**

- Empaque
- Ilustraciones
- Piezas interiores
- Instructivo

**Embalaje del conjunto de materiales**

- Instrucciones
- Portada- contraportada

- **Material publicitario**

**Campaña publicitaria**

- Ilustración
- Copy
- Texto complementario
- Frase de cierre
- Datos informativos de contacto

**ATL: Medios masivos**

- Anuncios de prensa
- Vallas publicitarias
- Mupis

# ◆ Nivel de producción gráfica 1 (bocetos a mano)

## • Pieza gráfica

### • *Conjunto de materiales editoriales*

#### *Campaña de prevención cáncer de mama*

Folleto informativo acerca del cáncer de mama en general.

4 infografías (1 prevención del cáncer de mama, 1 autoexamen, 1 alertas del cáncer de mama, 1 alimentos nutritivos para un mejor estilo de vida).

1 juego educativo impreso del autoexamen.

#### *Secciones principales + indicadores*

### • *Campaña publicitaria*

#### *Composición*

- Ilustración
- Copy
- Orientación
- Frase de cierre
- Datos de contacto

### • *Folleto informativo*

#### *Páginas interiores*

- Título
- Ilustración
- Cuerpo de texto
- Número de página
- Secciones

### • *Juego educativo*

#### *Fichas ilustrativas-informativas*

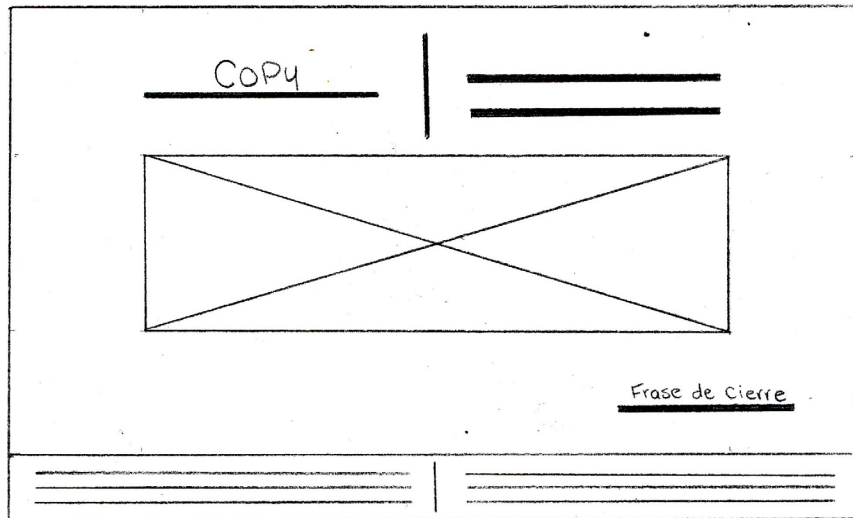
- Título
- Numeración
- Ilustración
- Forma

- **Descripción y fundamentación**

**Propuesta para campaña publicitaria**

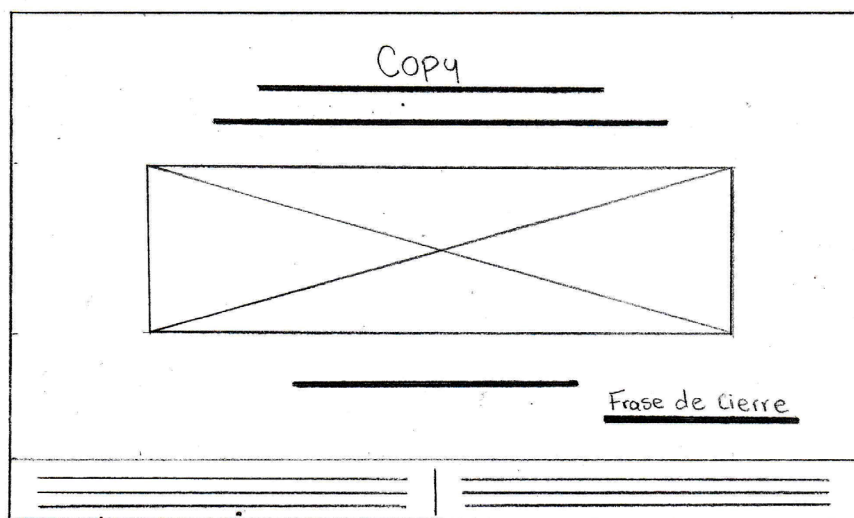
**Opción A**

Orientación horizontal con la finalidad de generar tranquilidad y compensarlo con la frase del copy que funciona como el mensaje impactante dentro de la composición jerárquica complementándose con la ilustración como un punto focal, copy sintetizado, una frase complementaria, frase de cierre y datos de contacto de la institución dejando aire visual dentro de todos los elementos, esto con la finalidad de no generar distractores visuales que interrumpan la transmisión del mensaje de comunicación visual definido dentro de la pieza de diseño.



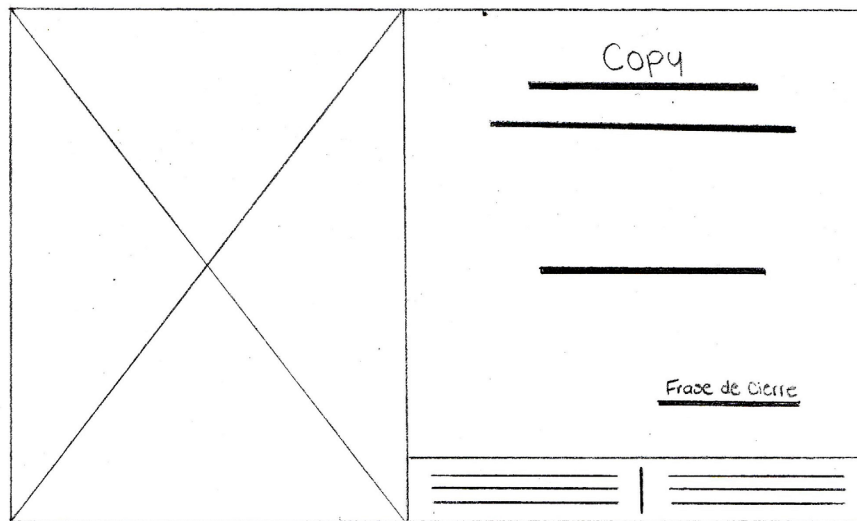
### Opción B

Orientación horizontal diseñada para vallas publicitarias, como estrategia de punto focal se está trabajando la imagen a mayor tamaño que los demás complementos, para que sea el elemento que llame primero la atención adecuándose con el copy del mensaje publicitario a transmitir, un texto complementario, frase de cierre y datos de contacto de la institución de igual manera se hace uso del aire visual en toda la composición con la finalidad de que el grupo objetivo se centre en los elementos claves que se presentan dentro del mensaje de comunicación visual.



### Opción C

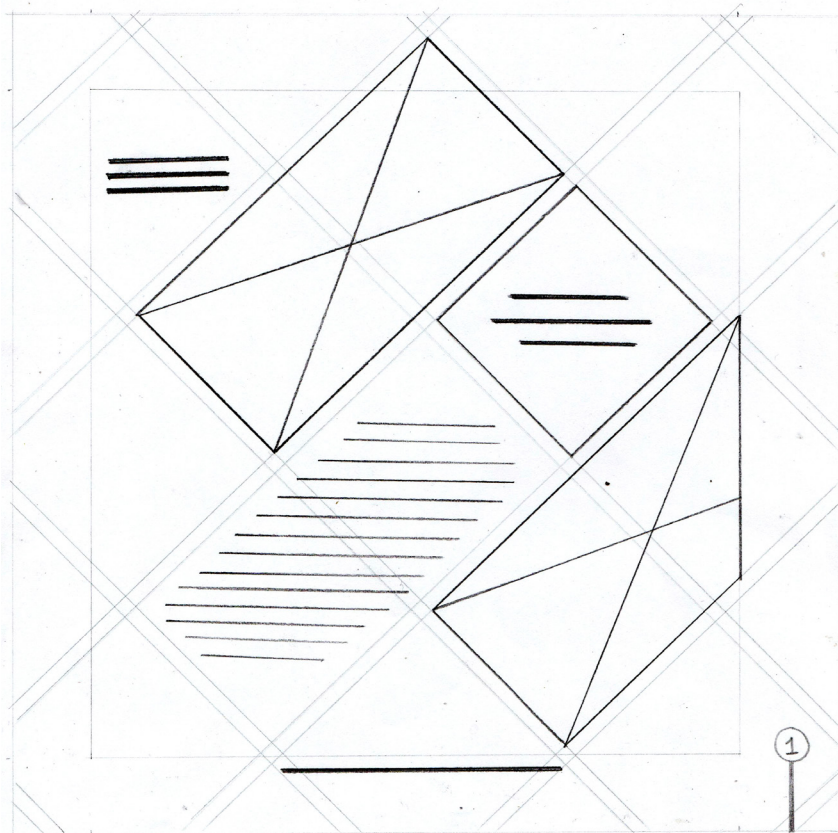
Orientación horizontal, la composición dentro de esta propuesta tanto el copy como la ilustración se complementan entre sí siendo los 2 elementos el punto focal dentro de la distribución del espacio, de igual manera acompañada con una frase alusiva al tema de concientización, datos de contacto de la institución y la frase de cierre para finalizar el mensaje a comunicar.



- **Propuesta para páginas interiores de folleto con punto focal de ilustraciones**

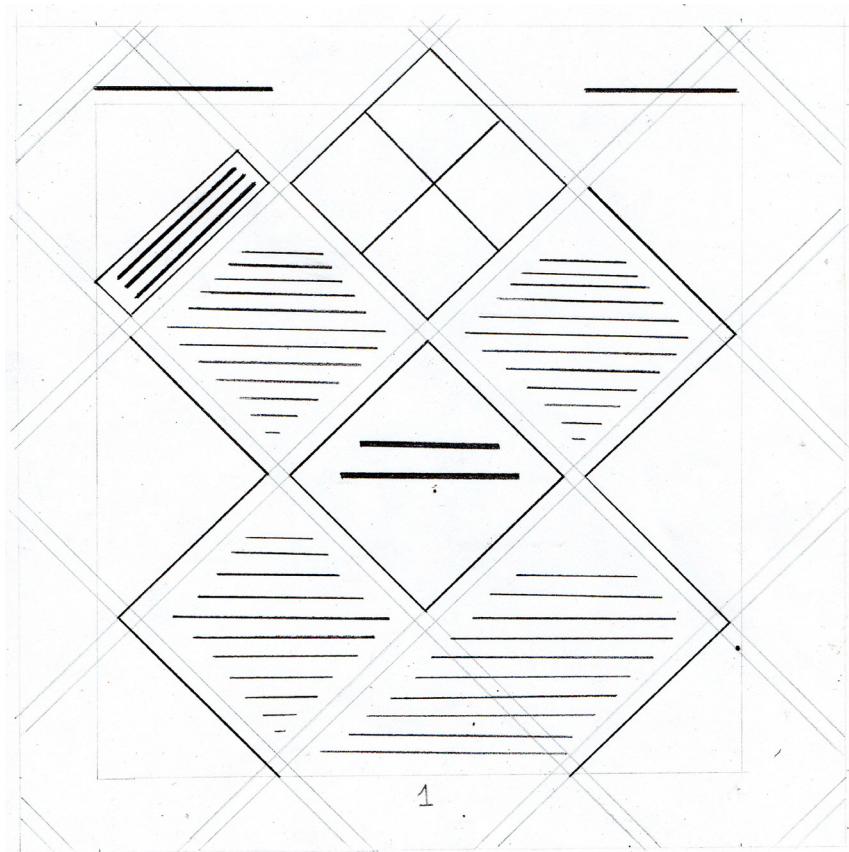
### Opción A

Retícula modular de 4x4 con orientación inclinada a 45° que permite distribuir la información sintetizada por medio de bloques alineados al centro, pueden agruparse de 2 a 4 módulos para formar 1 mismo y de esta manera insertar ilustraciones o textos que lleven un tamaño mayor a los espacios preestablecidos por la rejilla base, esto con la finalidad de aportar una jerarquía de importancia de ilustraciones y contenido.



### Opción B

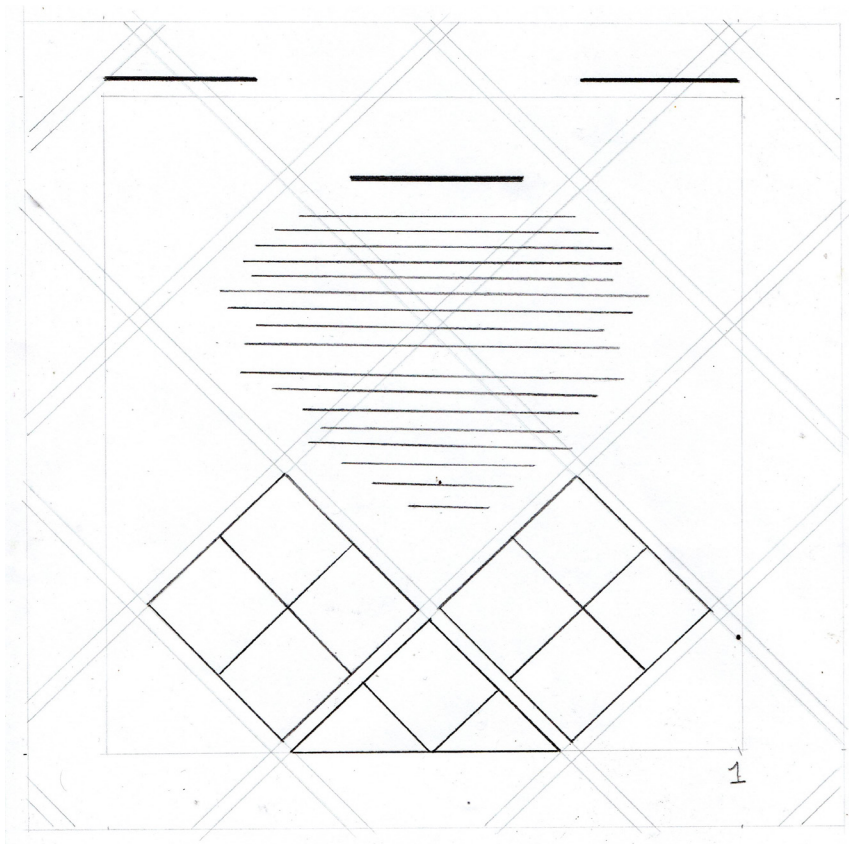
Retícula modular de 4x4 con orientación inclinada a 45°, tradicional de filas y columnas verticales - horizontales dentro del espacio de trabajo y de esta manera poder incluir la información en pequeños bloques de texto con una alineación centrada al módulo e ilustraciones, uniendo 2 o más espacios del mismo tamaño acopladas a la forma de la rejilla con la finalidad de transmitir visualmente la jerarquía de importancia entre cada ilustración.





### Opción C

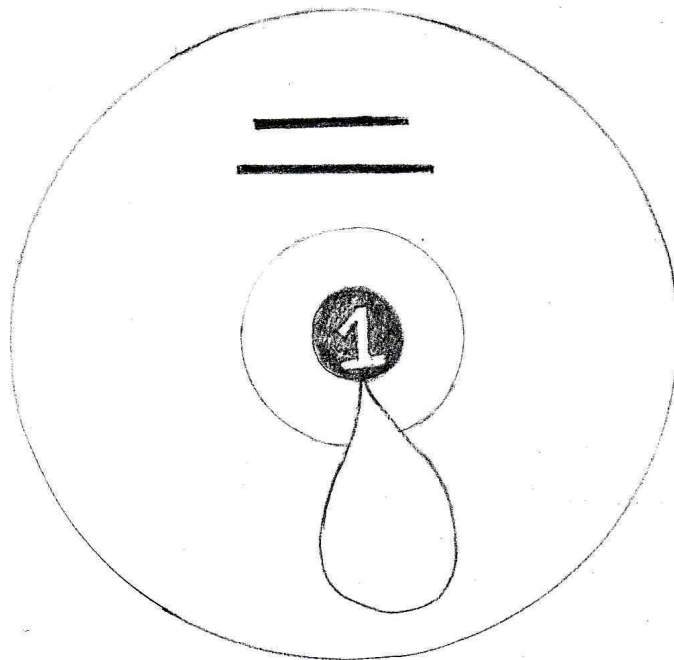
Retícula modular de 4x4 que aporta una diagramación dinámica y sobre todo atractiva donde cada módulo es un espacio tanto informativo como ilustrativo de los temas a tratar dentro del folleto y de igual manera es un generador de aire visual en las composiciones, todas las ilustraciones se acoplan al espacio, sobrepuestas en un fondo de color sólido, las frases o datos importantes se resaltan por medio del color y así la disposición de una retícula de esta manera genera dinamismo en la lectura visual dentro de la diagramación.



- **Propuesta para fichas informativas e ilustrativas para juego educativo**

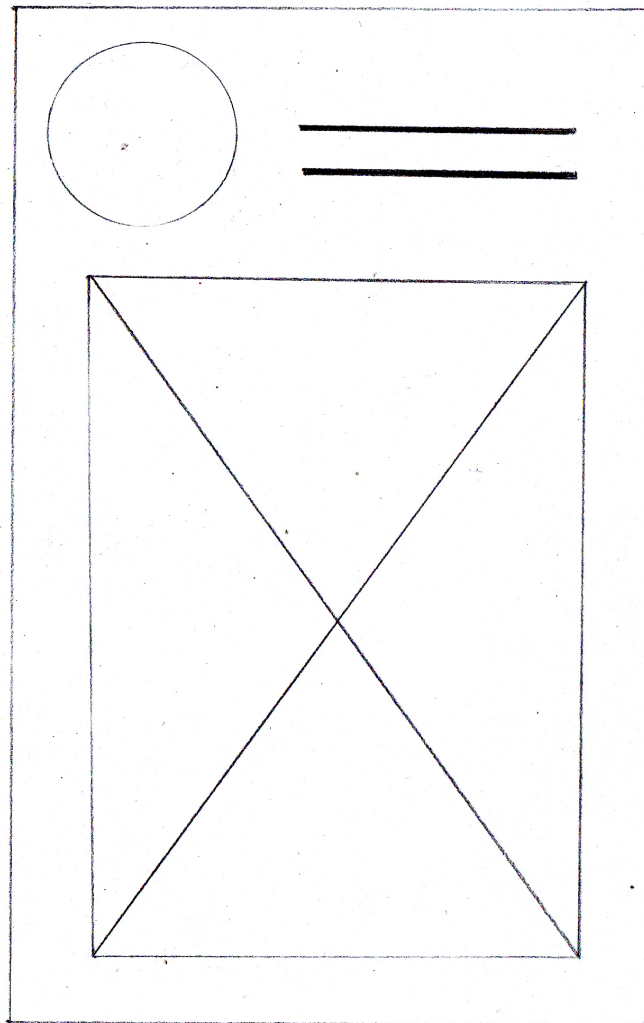
### Opción A

Formato circular con la forma de seno, complementado con el titular informativo y la numeración simulando el pezón de la mujer, el punto focal es toda la ficha ya que abarca toda la ilustración generando de esta manera un impacto visual mayor, esto con la finalidad de jugar jerárquicamente con los elementos y la importancia de cada uno dentro de la composición que se representa, además de ser una pieza de juego se pueda educar y concientizar la importancia de la secuencia de pasos del tema en un tiempo determinado.



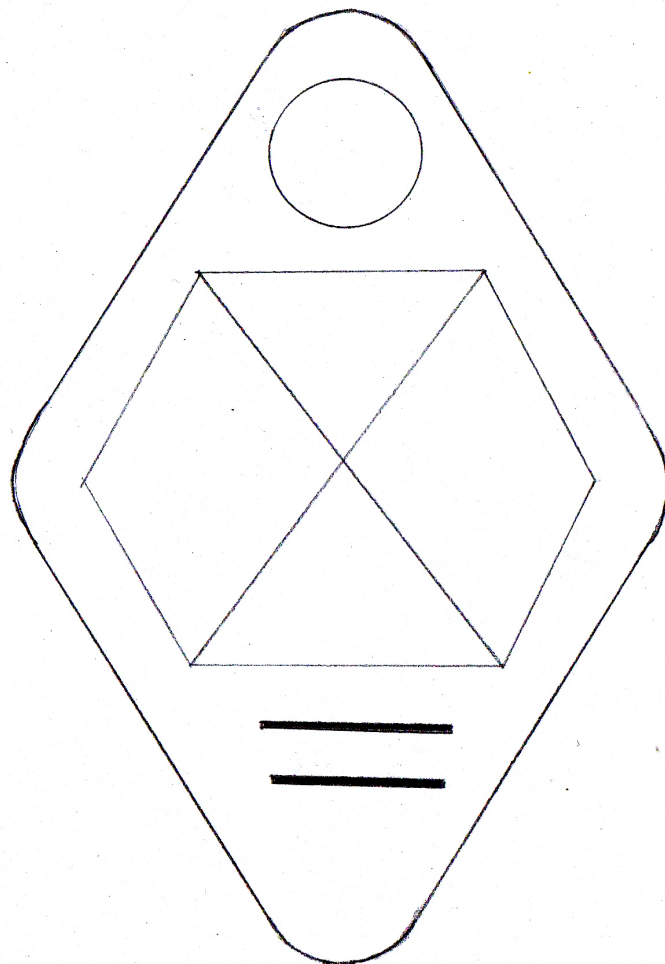
### **Opción B**

Formato vertical rectangular, la composición dentro de esta propuesta está distribuida de manera estratégica incluyendo los elementos esenciales de lo que se desea informar con un orden de lectura visual de izquierda a derecha, siendo el elemento mayor la ilustración, haciendo uso del aire visual dentro de cada elemento para una mejor legibilidad del mensaje.



### Opción C

Formato vertical con troquel en forma de rombo simulando la forma de una señalización de alerta, complementado con una numeración y el título de la alerta, la ilustración es el punto focal en la ficha ya que es la representación gráfica que se desea quede en la mente del grupo objetivo y al ser una forma fuera de lo tradicional es algo agradable y llamativo que recordará claramente quién interactúe con las piezas del juego.



- **Descripción de autoevaluación**

- **Criterios de evaluación**

- Campaña publicitaria**

Se tomó como base para la evaluación de la campaña publicitaria, seleccionando la propuesta más funcional y estética en cuanto a composición por medio de una tabla de cotejo describiendo varios aspectos de la pieza de diseño tanto desde la legibilidad, diagramación, recorrido visual, así como tomando en cuenta si es factible realizarla en base al presupuesto por parte de la institución ya que es un factor que debe tomarse en cuenta desde un inicio. (Ver Anexo 16)

- Folleto informativo e ilustrativo**

Para la selección de la propuesta en cuanto al folleto informativo se tomaron en cuenta varios parámetros para la evaluación ya que es importante evaluar la forma, diagramación, legibilidad, diagramación y composición final dentro de cada página, que tenga un recorrido visual adecuado y que no sea aburrido para el grupo objetivo que leerá el contenido, de igual manera ver si se tiene el presupuesto adecuado para la implementación del material de diseño. (Ver Anexo 16)

- Fichas para juego preventivo del cáncer de mama**

Se tomaron varios aspectos como puntos importantes en cuanto a la evaluación de las fichas que contendrá el juego ya que son las piezas fundamentales para informar y educar a la mujer, que contengan la ilustración adecuada, el tema y la numeración del orden en el que debe realizarse cada proceso para un mejor conocimiento del tema y de esta manera quede grabado en la mente de la persona que interactúe con el juego y como un último factor pero no menos importante ver si se tiene el presupuesto y la facilidad de poder implementar el juego por parte de la institución. (Ver Anexo 16)

- **Resultados de evaluación**

Después de la evaluación por medio de la tabla de cotejo tomando varios aspectos técnicos, de funcionalidad y composición en las propuestas de diseño presentadas se pudieron seleccionar las 3 mejores opciones que llenan las expectativas de estética y de comunicación visual en el tema que se está trabajando.

***Campaña publicitaria***

- Opción A

***Folleto informativo***

- Opción B

***Juego educativo***

- Opción C

- **Descripción y fundamentación de la decisión final de diseño gráfico**

- **Secciones principales + indicadores**

- **Campaña publicitaria**

- **Composición**

- Ilustración
        - Copy
        - Orientación
        - Frase de cierre
        - Datos de contacto

- **Folleto informativo**

- **Páginas interiores**

- Título
        - Ilustración
        - Cuerpo de texto
        - Número de página
        - Secciones

- **Juego educativo**

- **Fichas ilustrativas e informativas**

- Título
        - Numeración
        - Ilustración
        - Forma

- **Descripción y fundamentación de la decisión final de DG**

- **Campaña publicitaria**

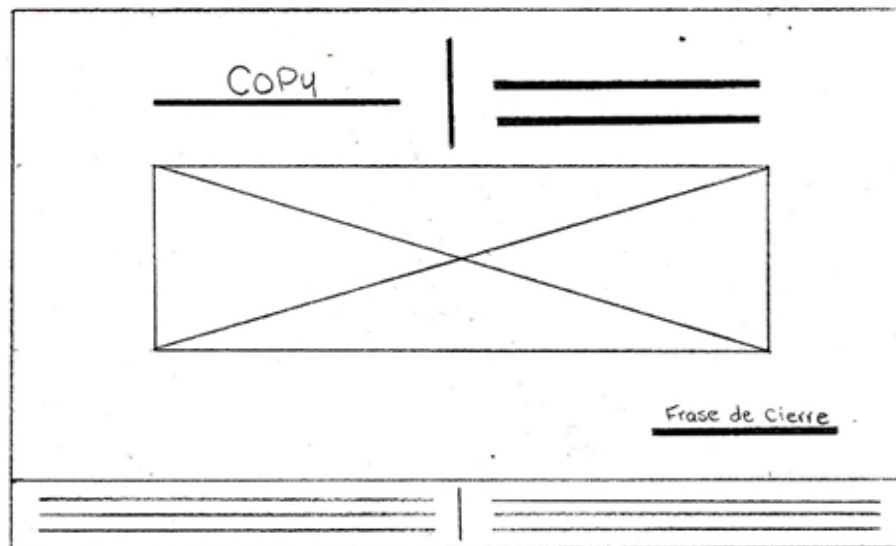
- **Opción A**

- **Composición**

- Ilustración
- Copy
- Orientación
- Frase de cierre
- Datos de contacto

Fue la opción seleccionada para la composición de la campaña publicitaria, debido a que es la que llena la mayoría de expectativas para la representación gráfica de los elementos de diseño, para poder generar un mensaje de comunicación visual eficiente que logre el objetivo de la institución acerca de la prevención por medio de la incidencia en la vida de la mujer guatemalteca.

La composición de la opción A, tiene una jerarquía de contenido que impacta desde la primera impresión con la pieza de diseño, por la distribución de los elementos y la importancia de cada uno, propuesto como un todo dentro del arte, incluye la esencia del tema a tratar como punto focal sin distractores visuales a su alrededor, es una diagramación bastante minimalista con un color sólido que integra todos los elementos de diseño con la finalidad de generar una pieza estética y agradable al ojo del observador para que el mensaje de comunicación visual esté presente en todo momento sin crear confusión.





- **Folleto informativo**

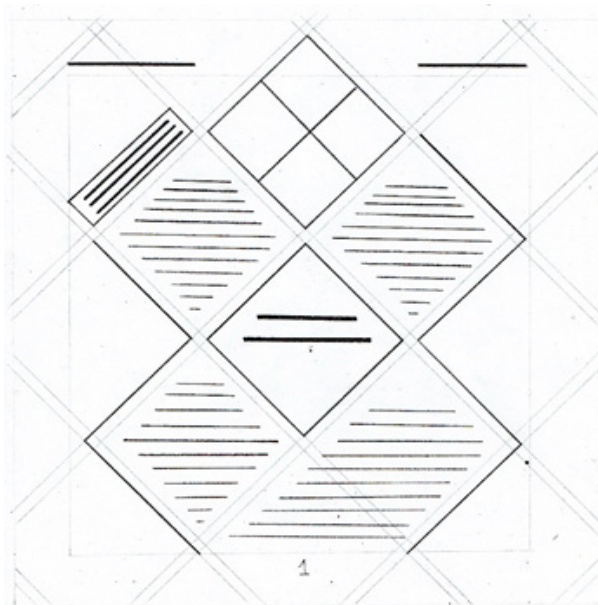
- **Opción B**

- **Páginas interiores**

- Título
    - Ilustración
    - Cuerpo de texto
    - Número de página
    - Secciones

Esta opción fue la seleccionada para la diagramación del folleto informativo, debido a que llena los criterios de diseño gráfico para generar un material llamativo de interés y sobre todo que tenga dinamismo a los folletos acostumbrados a ver usualmente de filas y columnas rectas, ya que el grupo objetivo para quien se está trabajando el material son mujeres con un nivel de estudio bajo por lo que se debe sintetizar la información y diagramarla de una manera que sea dinámica para que se interese por el contenido dentro del folleto.

La retícula de esta opción es una rejilla de 4x4 inclinada a 45° que aporta una diagramación dinámica y atractiva visualmente desde el primer contacto con el material, la ilustración se representa en cada módulo del mismo tamaño dando la sensación de jerarquía, que todas tienen el mismo nivel de importancia ninguna es más o menos importante que otra, cada módulo juega un papel importante dentro de la diagramación y algunos de ellos funcionan como aire visual entre las ilustraciones y la información distribuida en el área de trabajo, la numeración y las secciones serán colocadas para ubicar de manera más rápida la información entre los temas y las páginas dentro del folleto.



• **Juego educativo**

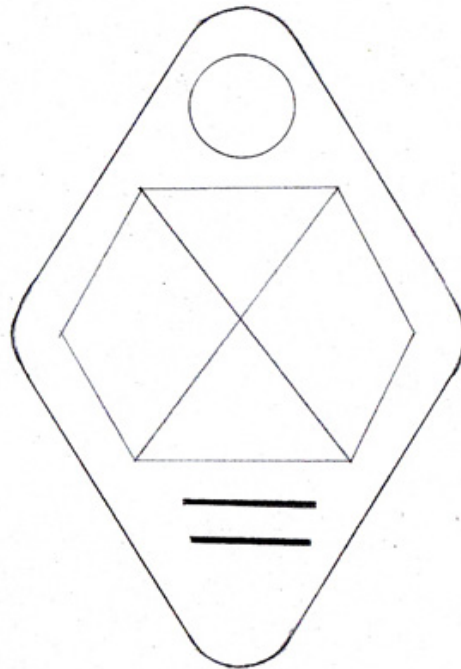
**Opción C**

*Fichas ilustrativas-informativas*

- Título
- Numeración
- Ilustración
- Forma

La opción C es la seleccionada para la elaboración de las fichas del juego educativo ya que después del análisis según los factores tomados en cuenta en la tabla de cotejo fue la propuesta que lleno las expectativas para poder elaborar el juego en base a la forma, diagramación y distribución de los elementos dentro de la composición.

La forma de la ficha de juego representa una señalización que se acopla al concepto a trabajar y es una manera distinta de presentar el contenido de manera más atractiva y llamativa, no unas fichas comunes cuadradas o rectangulares como estamos acostumbrados a ver en todo juego, la ilustración es la que funciona como punto focal dentro de la composición acompañado de una numeración para identificar una secuencia de pasos según el tema a tratar y el título del riesgo o elemento representado en cada una de las fichas.



## ◆ Nivel de producción gráfica 2

### • Pieza gráfica

- Campaña publicitaria

#### Opción A

#### Composición

- Ilustración
- Copy
- Orientación
- Frase de cierre
- Datos de contacto





La composición de la opción A, tiene una jerarquía visual en cuanto a todos los elementos compositivos iniciando con el copy “¡Despierta! Examinarte a tiempo te salva la vida”, esta trabajado a 2 colores morado y una tonalidad de rosado esto con la finalidad de contrastar con el color fucsia del fondo que es el elemento que llama la atención en su primera impresión visual con el material gráfico realizado, enseguida con el apoyo visual de la síntesis gráfica de la ilustración de un sostén de mujer y simulando en cada uno de sus lados los senos y en uno se representa el síntoma a prevenir resaltado con el color morado, luego se sigue con un texto complementario donde se describe el síntoma que se está transmitiendo y la alerta de “hazte el AUTOEXAMEN” resaltado con un color contrastante con el morado y fucsia esto con el significado de transmitir alerta, seguido de la frase de cierre “consulta al Médico Cirujano Mastólogo, ¡una alerta rosa!” esto con la finalidad de reforzar el mensaje de comunicación visual y por ultimo datos generales de la institución.

- **Folleto informativo**

**Opción B**

**Páginas interiores**

- Título
- Ilustración
- Cuerpo de texto
- Número de página
- Secciones





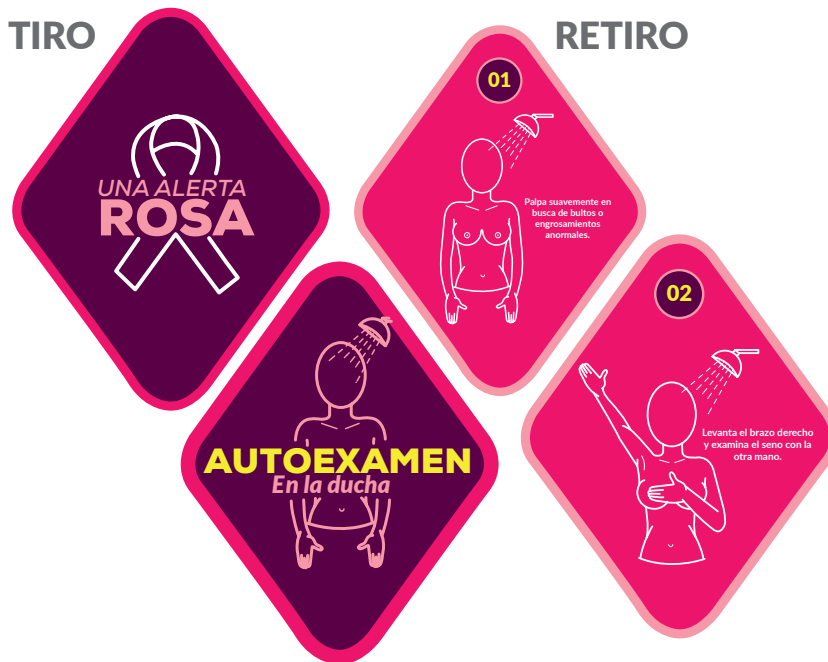
La retícula utilizada para trabajar la propuesta de diagramación es una rejilla de 4x4 inclinada a 45° formando rombos y a su vez estos dan vida a módulos donde se juega con la información, color e ilustración generando de esta manera dinamismo en la diagramación esto con la finalidad de presentar un material atractivo no solo a la vista del observador sino agradable a la hora del recorrido visual por todo el folleto, el contenido en cada bloque es de manera sintetizada con el apoyo visual de una ilustración con el objetivo de reforzar la información para una mejor memorabilidad del tema del que se está hablando, el folleto se divide en 3 secciones dentro de las cuales el color principal predominante es el fucsia contrastado con morado, amarillo y verde entre las secciones, esto con la intención de generar un material llamativo y que no se vuelva monótono al solo hacer uso de tonalidades color rosa, se utilizaron los módulos en forma de rombo como aire visual dentro de la diagramación para no saturar de contenido ya que la cultura de nuestro país no está acostumbrada a leer extensas páginas de información y esto ayuda a que la lectura sea más legible y fluida de una página a otra, la numeración y los indicadores de sección se colocan en una menor escala ya que sirven solamente como una guía para recorrer el material impreso.

• **Juego educativo**

**Opción C**

**Páginas interiores**

- Título
- Numeración
- Ilustración
- Forma



La forma de las fichas para el juego surge de la rejilla propuesta anteriormente ya que tiene forma de rombo y da la sensación de una señal de alerta que vemos en nuestra vida diaria para prevenir los accidentes de tránsito lo cual ayuda a reforzar el concepto de sostenerse fuerte ante una alerta rosa, la composición se distribuye de arriba hacia abajo iniciando con un número que indica el orden en el que debe desarrollarse el autoexamen, seguido de la representación gráfica de la alerta reforzada con el texto informativo de que síntoma se está representando en cada ficha no se incluye más información ya que no se desea saturar la pieza gráfica por lo que en el retiro de la ficha se representa solamente la esencia del tema, se utiliza la combinación de color fucsia contrastado con rosado, morado y una pequeña cantidad de color amarillo con la finalidad de realizar un material llamativo y que pueda quedar grabado en la mente de quien interactúe con el material realizado, en el tiro se utiliza el color morado para que no se vea monótono demasiado uso del color fucsia e incluye la frase “una alerta rosa” integrada dentro del listón que simboliza la lucha contra el cáncer de mama.

- **Descripción de validación**

- **Profesionales de diseño gráfico**

- **Técnica**

- Serie de preguntas mediante formulario de google form. (Ver Anexo 17)

- **Muestra**

La cantidad de profesionales que evaluaron el proyecto fueron 10 Diseñadores Gráficos los cuales se detallan a continuación:

- **Roció Román Letona**

Diseñadora Gráfica

24 años de Edad

- **Alan Berner Morales**

Gerente General en Verde Limón Creatividad

Mercadólogo/Diseñador Gráfico

35 años de edad

- **Mónica Quiej Villafuerte**

Grupo Rockstar

Diseñadora Gráfica

36 años de edad

- **Victor Hugo**

Gerente General en Rotushop

Diseñador Gráfico

35 años de edad

- **Daniel Pérez**

Mercadeo Integral S.A.

Diseñador Gráfico

37 años de edad

- **Ileana Reina**

Diseñadora Gráfica

- **Diego**

Diseñador Gráfico

32 años de Edad

- **Mariana Marroquín**

Diseñadora Gráfica

Diseño de producto

31 años de edad

- **Sergio Rodas**

Diseñador Gráfico

34 años de edad

- **Emanuel Ortiz**

Diseñador Gráfico

29 años de edad



- **Aspectos Evaluados**

- Diseño editorial / publicitario

- **Proceso**

Se creó un instrumento de validación por medio de los formularios de google form, para enviar vía electrónica a los profesionales de diseño gráfico de la ciudad capital, con la finalidad de agilizar el proceso y que los profesionales la pudieran responder en el tiempo que ellos tuvieran libre sin interrumpir sus actividades diarias de trabajo, los aspectos a evaluar fueron legibilidad en cuanto a contraste, recorrido e impacto visual, funcionalidad de tamaño y forma, uso correcto de la tipografía en cuanto a la temática, comprensión del mensaje de comunicación visual y de la representación gráfica de la ilustración.

Además se realizó una actividad de validación extra con profesionales de diseño gráfico; quienes asistieron a la Universidad de San Carlos de Guatemala en el salón 302 del edificio T2, Facultad de Arquitectura, donde cada alumno expuso su proyecto, presentó su instrumento de validación digital o impreso y se recibieron los comentarios para poder mejorar las piezas de diseño, dicha actividad fue coordinada por las Licdas. Carolina Aguilar y Anggely Enríquez con la finalidad de que generemos materiales funcionales para cada problemática social que se está trabajando. (Ver Anexo 18)

- **Resultados de validación**

- **Diseño editorial / publicitario**

De acuerdo al material presentado para evaluar con profesionales en el área de diseño gráfico, los resultados coincidieron entre los expertos en la gran mayoría de aspectos, por lo que se llevará a cabo las respectivas correcciones según los comentarios de las personas entrevistadas, con la finalidad de afinar detalles en las piezas de diseño para que cumplan su objetivo inicial de comunicación visual.

- **Campaña publicitaria**

Según los resultados obtenidos durante la validación de la campaña publicitaria se refleja un porcentaje elevado de aceptación en relación al impacto a primera vista que genera la pieza de diseño en color y composición en general, afirmando de igual manera que si se entiende el mensaje de comunicación visual, la representación gráfica, que hay un buen manejo en el uso correcto de la tipografía a favor de la temática que se está trabajando y una buena legibilidad de los elementos en cuanto a contraste de color. (Ver Anexo 19)

### *Folleto-páginas internas*

Según los resultados obtenidos durante la validación para las páginas interiores del folleto refleja un alto porcentaje en favor del tamaño del formato utilizado, el buen recorrido visual de la diagramación en relación al uso correcto y legibilidad de la tipografía para el cuerpo de texto, genera interés de leer el contenido del folleto con el tipo de retícula utilizada, se muestra un buen manejo del peso visual de imagen y texto con el contraste de color dentro de la diagramación. (Ver Anexo 20)

### *Fichas para juego educativo síntomas y pasos para el autoexamen de mama*

Según los resultados obtenidos durante la validación de las fichas para juego educativo síntomas y pasos para el autoexamen de mama, refleja un buen manejo de color, forma, composición en general y una muy buena representación gráfica visual de la ilustración central que contienen las fichas del juego. (Ver Anexo 21)

- **Descripción y fundamentación de la decisión final de DG**

Secciones principales + indicadores

- **Campaña publicitaria**

**Opción A**

**Composición**

- Ilustración
- Copy
- Orientación
- Frase de cierre
- Datos de contacto





De acuerdo a la validación realizada con profesionales de diseño gráfico se sugieren los cambios que se presentarán a continuación en la campaña publicitaria con la finalidad de poder mejorar la pieza de diseño en composición y efectividad para el grupo objetivo al que va dirigido el material diseñado.

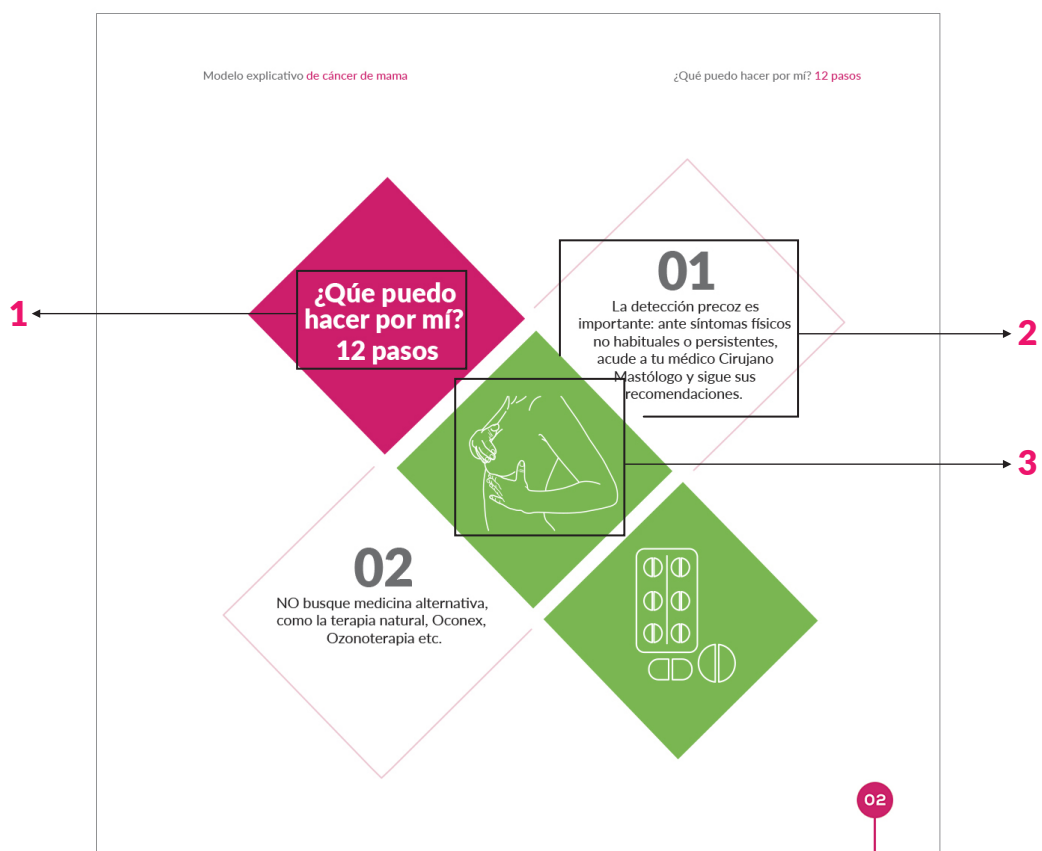
1. Mejorar el contraste de color en la frase “Examinarte a tiempo te salva LA VIDA”
2. Reducir un poco más el copy y frase complementaria para generar más espacio entre los elementos para que no se vean muy pegados unos a otros.
3. Tomar en cuenta la comprensión lectora, en cuanto a la partición silábica de la frase “Examinarte a tiempo te”.
4. Resaltar o agrandar más la alerta o síntoma que se presenta en cada pieza publicitaria ya que es lo que diferencia a cada pieza de diseño, sino pareciera la misma pieza.

- Folleto informativo

**Opción B**

**Páginas interiores**

- Título
- Ilustración
- Cuerpo de texto
- Número de página
- Secciones





De acuerdo a la validación realizada con profesionales de diseño gráfico, se sugieren los cambios que se presentarán a continuación en el folleto, con la finalidad de poder mejorar la pieza de diseño en cuanto a composición, legibilidad para el grupo objetivo al que va dirigido el material diseñado.

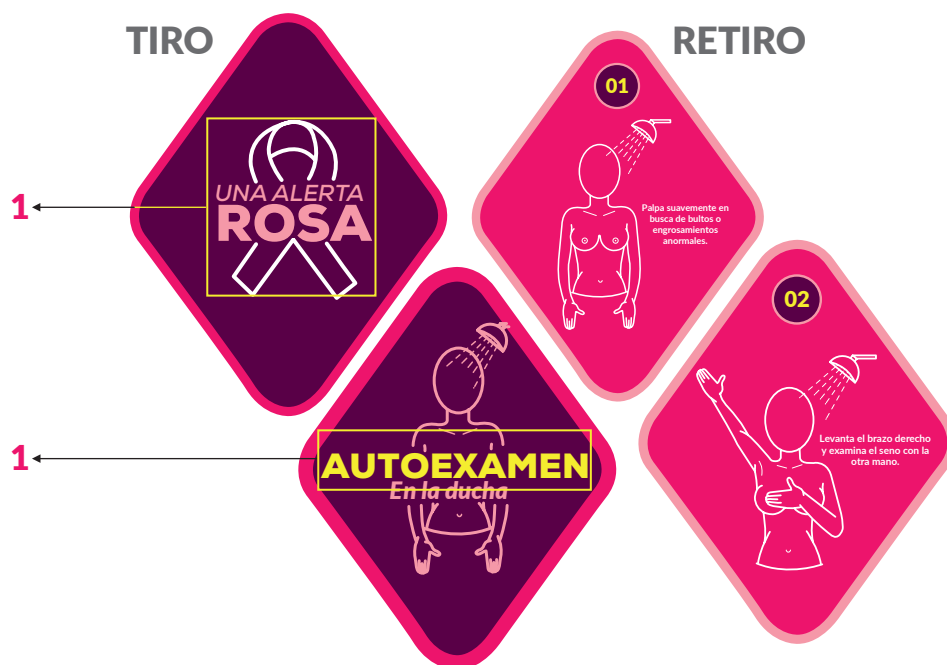
- 1.** Mejorar el recorrido visual de las páginas, indicar por medio de flechas, color o algún indicador gráfico donde inicia la lectura para que sea más fluida.
- 2.** Identificar de mejor manera el inicio de lectura del folleto, tomar en cuenta que uno lee de izquierda a derecha de párrafo a párrafo.
- 3.** Mejorar la calidad de las ilustraciones en relación al trazo para que tenga mayor peso visual en la diagramación.

• **Juego educativo**

**Opción C**

**Páginas interiores**

- Título
- Numeración
- Ilustración
- Forma



De acuerdo a la validación realizada con profesionales de diseño gráfico se sugieren los cambios que se presentarán a continuación en las fichas para el juego educativo, esto para poder mejorar la pieza de diseño en cuanto a composición, unidad visual, legibilidad y representación gráfica clara, para el grupo objetivo al que va dirigido el material diseñado.

1. Utilizar los mismos códigos de color y tipografía en los textos en el tiro de las fichas.



## ◆ Nivel de producción gráfica 3

### • Pieza gráfica

- Campaña publicitaria

#### Opción A

#### Composición

- Ilustración
- Copy
- Orientación
- Frase de cierre
- Datos de contacto





Después de la validación con profesionales en el área del diseño gráfico sugirieron algunos cambios en la campaña con la finalidad de tener una pieza final funcional y a la vez destacar el mensaje de comunicación visual, por lo que se realizaron los cambios en base a los comentarios recibidos, la campaña publicitaria quedó de la siguiente manera se cambió el texto morado de la palabra “Despierta” a color amarillo ya que es más contrastante, resaltante con el fondo fucsia, se arregló la comprensión lectora de la frase “Examinarte a tiempo te salva la vida”, se cambió el color a blanco por no ser legible el rosado utilizado anteriormente, se hizo más pequeño el copy y la frase complementaria con el objetivo de generar más aire visual entre cada elemento, se amplió y coloco a doble línea el síntoma a presentar ya que es lo que hace distinta a cada pieza dentro de la campaña, la frase de cierre y datos de contacto de la institución quedaron de la misma manera de cómo se presentó con anterioridad.

- **Folleto informativo**

- Opción B**

- Páginas interiores**

- Título
- Ilustración
- Cuerpo de texto
- Número de página
- Secciones

Detección temprana - **Cáncer de Mama** Epidemiología

**¿Qué es Cáncer de mama?**

El cáncer de mama es un proceso oncológico en el que células sanas de la glándula mamaria degeneran y se transforman en tumorales, proliferando y multiplicándose posteriormente hasta constituir el tumor.

El interior de la mama se compone de una serie de glándulas mamarias de mayor y menor tamaño, conectadas entre sí por unos conductos finos (galactóforos) que presentan la apariencia de ramilletes.

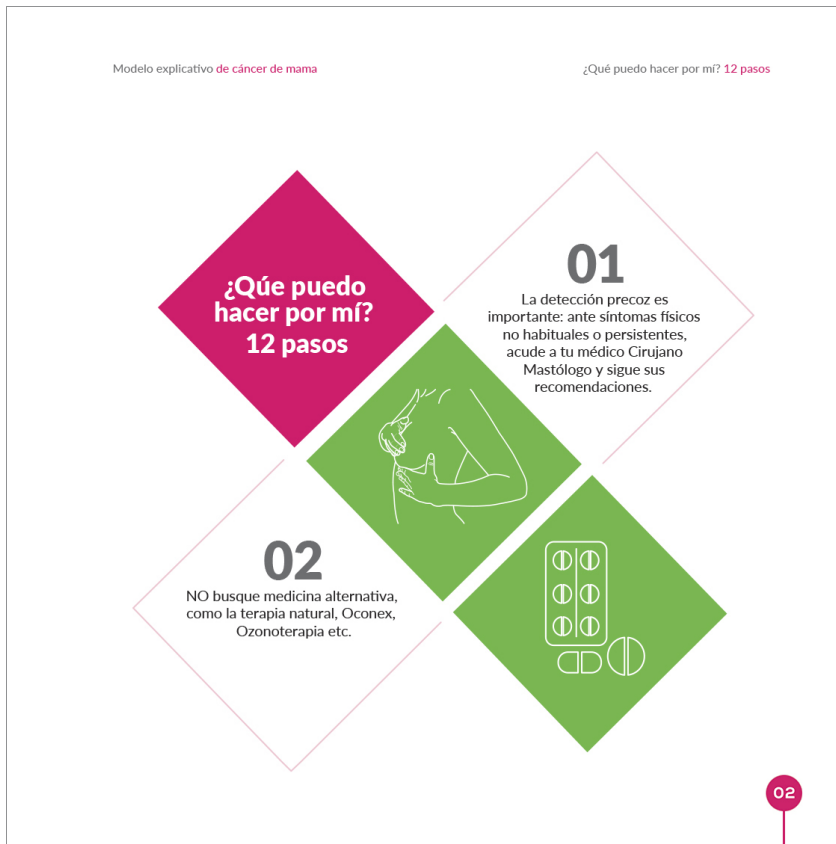
**¿Qué es la Epidemiología?**

Es el cáncer más frecuente en las mujeres en sociedades industrializadas, en Guatemala, como en la mayoría de países en vías de desarrollo es el segundo en frecuencia (el primero es el cáncer cervical) por órgano femenino.

Es un caso extremadamente raro antes de los 30 años, empieza su incidencia después de la tercera década, en mayor número de casos se reportan después de los 50 años. Un caso en hombres por 100 casos de mujeres.

Sin embargo, estadísticas recientes, demuestran que en la ciudad de Guatemala su incidencia está siendo cada vez más frecuente, siendo más frecuente que el cáncer cervical.

02



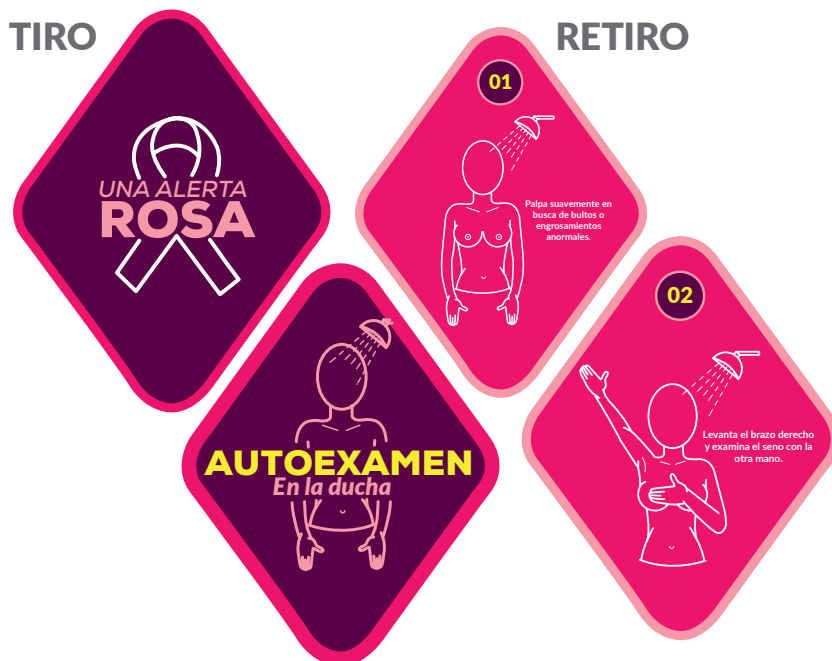
Después de la validación con profesionales en el área del diseño gráfico se sugirieron algunos cambios en el folleto con la finalidad de generar un material editorial funcional, agradable a la vista del observador con un recorrido visual lógico por lo que se realizaron los respectivos cambios sugeridos, identificar de mejor manera donde inicia la lectura, cuales son los títulos y subtítulos para que no se confundan, darles una jerarquía distinta a cada uno y mejorar la calidad de línea en las ilustraciones para balancear el peso visual con el cuerpo de texto, por lo que se colocó un recuadro color fucsia al titular principal donde inicia la lectura y al subtítular se le quito el fondo ya que llamaba mucho la atención a primera vista y se dejó solo con un color fucsia y el rombo lineal de color rosado, se le cambio el grosor de línea a las ilustraciones para darle más peso visual resaltando dentro de la diagramación y se cambió el orden de imagen y titular en algunas páginas de la sección alimentos nutritivos con el objetivo de mejorar el recorrido visual de las páginas y de esta manera generar un material fácil de comprender para el grupo objetivo.

- **Juego educativo**

- **Opción C**

- **Páginas interiores**

- Título
- Numeración
- Ilustración
- Forma



Según los resultados obtenidos con la validación a profesionales del diseño gráfico se sugirieron algunos cambios en las fichas para el juego educativo cáncer de mama, en cuanto a color en el tiro de las fichas por lo que evaluando se quedó con la misma paleta cromática de color utilizada ya que el color amarillo se utilizó como simbolismo de prevención y captar la atención en palabras claves del mensaje a comunicar.

## • **Descripción de validación**

- **(Grupo objetivo)**
- **Técnica**
  - Entrevista tipo encuesta.  
(Ver Anexo 22)

- **Muestra**

La cantidad de mujeres que evaluaron el proyecto fueron 5, las quienes son una parte significativa del grupo objetivo de la Clínica de Mama #31 para quien va dirigido el material realizado, se detalla a continuación los datos de las pacientes:

- **Angie Albizu** (Sobreviviente de cáncer de mama)

Fundación Vivas / Ex conductora de TV

41 años de Edad

- **Laura Castañeda** (Sobreviviente de cáncer de mama)

Ama de casa

52 años de edad

- **Kimberly Woods** (Paciente actual de cáncer de mama)

Estudiante de psicología

37 años de edad

- **Alba de la Rosa** (Sobreviviente de cáncer de mama)

Ama de casa

58 años de edad

- **Lesbia Mus** (Educatora de cáncer de mama)

Ama de casa

55 años de edad

- *Aspectos evaluados*

- Funcionalidad

- *Proceso*

Se creó un instrumento de validación con una serie de preguntas referente al material gráfico realizado, se utilizó la escala de Likert para evaluar la funcionalidad y aceptación con el grupo objetivo, con la finalidad de tener un contacto directo con las pacientes oncológicas para que la evaluación sea más eficiente.

Se presentó el proyecto en el Congreso de la República de Guatemala ante la iniciativa de “Ley para la Prevención y Atención del Cáncer de Mama y Cérvico-Uterino” presentada por las diputadas que conforman la comisión de salud y en coordinación por la diputada Sofía Hernández, dicho evento se realizó el día 18 de octubre del año 2018 donde tuve la oportunidad de presentar el proyecto y hacer entrega simbólica de algunos de los materiales realizados al Dr. Sergio Ralon (Cirujano Mastólogo) Jefe de Clínica de Enfermedades Mamarias #31 del Hospital General San Juan de Dios. Después de la reunión pude tener un contacto directo con las pacientes de la clínica y platicar con ellas sus historias de vida y la ayuda que ellas aportan ahora en beneficio de las mujeres y durante este tiempo pude validar los materiales de diseño realizados, evaluando los aspectos de jerarquía visual, representación gráfica, facilidad de comprensión, impacto del material e innovación de técnicas educativas acerca de la temática cáncer de mama. (Ver Anexo 23 )

- **Resultados de validación**

- **(Grupo objetivo)**
- **Funcionalidad**

De acuerdo al material presentado para evaluar las pacientes oncológicas de la clínica de mama #31 del Hospital General San Juan de Dios coincidieron en gran mayoría de los aspectos evaluados, por lo que se llevará a cabo las respectivas correcciones con la finalidad de poder presentar una pieza de diseño aceptada por el grupo objetivo, que sea de beneficio y sobre todo funcional para la temática por la cual se está trabajando y se obtenga un resultado positivo de comunicación visual.

#### ***Campaña publicitaria***

Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la campaña publicitaria refleja un porcentaje elevado de aceptación en relación a que si recuerdan la frase de prevención “Examinarte a tiempo te salva la vida” y de acción “Hazte el autoexamen” de mama que se presenta en el mensaje de comunicación visual, afirmando de igual manera se les facilito la lectura, comprensión de las palabras y frases utilizadas para la transmisión del mensaje, se entiende perfectamente la representación gráfica y llama mucho la atención, que hay un buen manejo de colores. (Ver Anexo 24)



### ***Folleto-páginas internas***

Según los resultados obtenidos durante la validación para las páginas interiores del folleto refleja un alto porcentaje a favor en cuanto al recorrido visual de los elementos a la hora de leer el contenido así como la facilidad de lectura del cuerpo de texto por el tamaño de tipografía utilizada, genera interés de leer el contenido del folleto ya que los colores les llamó mucho la atención y entienden perfectamente las ilustraciones que complementan la información, les parece muy atractivo e interesante la forma en que se diagramó y sintetizó el material realizado. (Ver Anexo 25)

### ***Fichas para juego educativo síntomas y pasos para el autoexamen de mama***

Según los resultados obtenidos durante la validación de las fichas para juego educativo síntomas y pasos para el autoexamen de mama refleja un excelente manejo de color, forma, una muy buena representación gráfica visual de la ilustración central que contienen las fichas del juego, les llamo mucho la atención la forma de transmisión del contenido por medio de un juego como lo es el de memoria por su facilidad de comprensión, dinamismo para que sea entretenido y no aburrido. (Ver Anexo 26)

- **Descripción de validación**

- *(cliente / institución, Clínica de Mama #31)*

- **Técnica**

- Encuesta. (Ver Anexo 27)

- **Muestra**

La cantidad de personas que evaluaron la reproducción y tiraje de los materiales fueron 2, quienes son una pieza clave dentro de la institución de la Clínica de Mama #31, se detalla a continuación los datos de las personas:

- **Licda. Lea Echeverría**

- Psicooncóloga

- 35 años

- **Dr. Sergio Ralón**

- Cirujano Mastólogo

- 54 años

- *Aspectos evaluados*
  - Reproducción y tiraje
- *Proceso*

Se creó un instrumento de validación con una serie de preguntas referente al material gráfico realizado, se utilizó la escala de Likert para evaluar los aspectos referentes a la reproducción y algunas preguntas de respuesta libre a criterio de la institución, con la finalidad de tomar en cuenta el presupuesto y las posibilidades de reproducción que tiene la entidad para poder reproducir el material diseñado.

La respectiva validación se realizó de manera digital esto con la finalidad de agilizar el proceso y el tiempo de las personas de la institución, quienes son los encargados de poder gestionar la reproducción de los materiales diseñados y se corroboraron los datos de manera presencial. (Ver Anexo 28)

## • **Resultados de validación**

### • *(cliente / institución, Clínica de Mama #31)*

#### **Reproducción y tiraje**

Después de la presentación de los materiales realizados y la sugerencia de materiales, así como la estrategia de reproducción de los materiales la institución adopto de manera positiva lo anteriormente presentado quienes ante la iniciativa de “Ley para la Prevención y Atención del Cáncer de Mama y Cérvico-Uterino” presentada el día 17 de octubre de 2018 en el Congreso de la República de Guatemala se acordó que ante la aprobación de esta ley el ministerio de Salud Pública adopte el proyecto de guías psicoeducativas para que ellos puedan reproducirlas y sean distribuidas en todos los centros de salud pública de la ciudad capital y el interior del país con la finalidad que la mujer guatemalteca de escasos recursos pueda prevenir a tiempo.

#### **Campaña publicitaria**

Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la campaña publicitaria refleja un porcentaje elevado de aceptación en relación a que si se reproducirá en medios masivos para poder prevenir a nivel nacional a la mujer guatemalteca ya que es una temática muy actual en nuestro país y que necesita ser informada acerca de esta temática tan importante para salvar la vida de la mujer. (Ver Anexo 29)

### *Folleto-páginas internas*

Según los resultados obtenidos durante la validación para la reproducción y tiraje de la guía psicoeducativa son positivos en cuanto a que serán promovidas y reproducidas por medio del Ministerio de Salud Pública de Guatemala por lo que estarán disponibles en los centros de salud pública del país, especialmente en la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios. (Ver Anexo 29)

### *Fichas para juego educativo síntomas y pasos para el autoexamen de mama*

Según los resultados obtenidos durante la validación de las fichas para juego educativo síntomas y pasos para el autoexamen de mama refleja una excelente aprobación por parte de las personas encargadas de la institución para la reproducción e implementación de esta metodología de poder educar e informar a la mujer guatemalteca por medio de un juego sencillo, pero con mucho significado que por medio de la interacción se capte de mejor manera la información a transmitir. (Ver Anexo 29)

## ◆ Propuesta gráfica final fundamentada

### • Pieza gráfica

#### • Campaña publicitaria

#### Opción A

#### Composición

- Ilustración
- Copy
- Orientación
- Frase de cierre
- Datos de contacto





Con la validación de profesionales del diseño gráfico, mujeres del grupo objetivo y cliente de la institución se sugirieron cambios finales en la campaña publicitaria, los cuales se realizaron conforme a los resultados obtenidos con la finalidad de generar una pieza de diseño funcional, eficiente y sobre todo que contribuya en la problemática social oncológica de la salud pública en Guatemala de la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios.

Después de la validación los cambios se realizaron tomando en cuenta el concepto creativo, la legibilidad y comprensión del mensaje de comunicación visual planteado desde el inicio, por lo que los cambios finales realizados en la pieza de diseño son los siguientes:

1. Se cambió el color de la palabra ¡Despierta!
2. Se mejoró el contraste de color en la frase “Examinarte a tiempo te salva LA VIDA”
3. Se redujo proporcionalmente el copy y la frase complementaria del mensaje de comunicación visual (¡DESPIERTA!, Examinarte a tiempo te salva LA VIDA).
4. Se corrigió la comprensión lectora de la frase complementaria (Examinarte a tiempo te salva LA VIDA).
5. Se cambió de color, posición y tamaño la alerta o síntoma que se presenta en cada pieza de diseño para que fuera más legible.

- **Folleto informativo**

- **Opción B**

- **Páginas interiores**

- Título
- Ilustración
- Cuerpo de texto
- Número de página
- Secciones

Detección temprana - **Cáncer de Mama** Epidemiología

**¿Qué es Cáncer de mama?**

El cáncer de mama es un proceso oncológico en el que células sanas de la glándula mamaria degeneran y se transforman en tumorales, proliferando y multiplicándose posteriormente hasta constituir el tumor.

El interior de la mama se compone de una serie de glándulas mamarias de mayor y menor tamaño, conectadas entre sí por unos conductos finos (galactóforos) que presentan la apariencia de ramilletes.

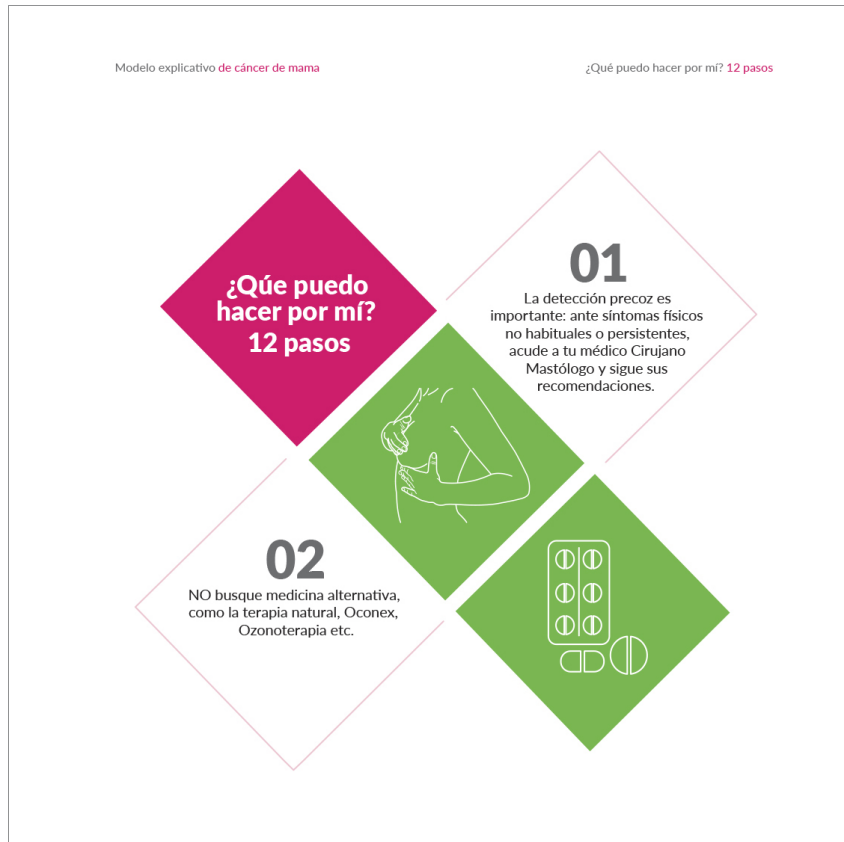
**¿Qué es la Epidemiología?**

Es el cáncer más frecuente en las mujeres en sociedades industrializadas, en Guatemala, como en la mayoría de países en vías de desarrollo es el segundo en frecuencia (el primero es cáncer cervical) por órgano femenino.

Es un caso extremadamente raro antes de los 30 años, empieza su incidencia después de la tercera década, en mayor número de casos se reportan después de los 50 años. Un caso en hombres por 100 casos de mujeres.

Sin embargo, estadísticas recientes, demuestran que en la ciudad de Guatemala su incidencia está siendo cada vez más frecuente, siendo más frecuente que el cáncer cervical.





Con la validación de profesionales del diseño gráfico, mujeres del grupo objetivo y cliente de la institución se sugirieron cambios finales en el folleto guía psicoeducativa, los cuales se realizaron conforme a los resultados obtenidos con la finalidad de generar una pieza de diseño editorial funcional, eficiente y sobre todo que contribuya en la problemática de prevención oncológica de la salud pública en Guatemala de la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios.

Después de la validación los cambios se realizaron tomando en cuenta el concepto creativo, la legibilidad, jerarquía, comprensión del mensaje e ilustraciones empleadas como refuerzo visual de los temas a informar, por lo que los cambios finales realizados en la pieza de diseño son los siguientes:

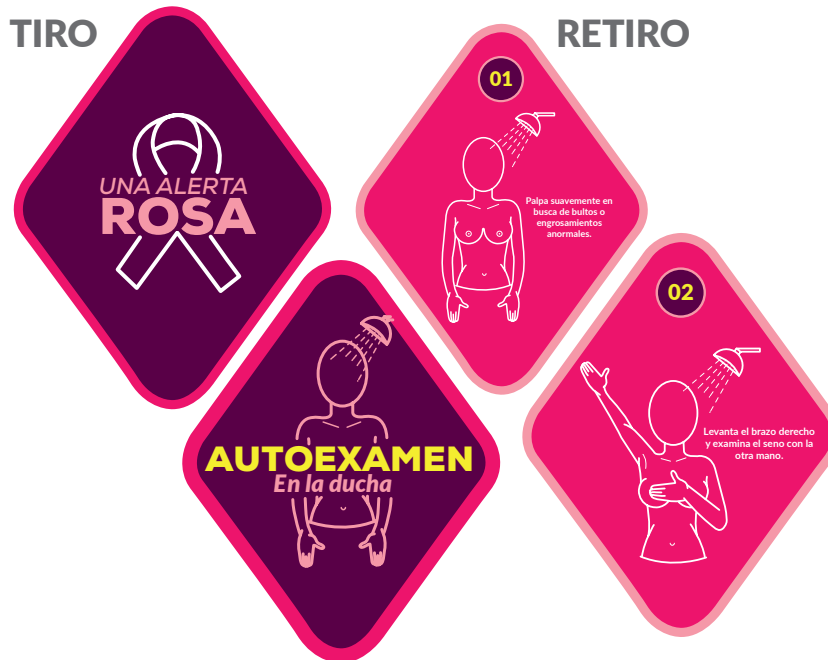
1. Se mejoró el recorrido visual de las páginas indicando de mejor manera donde inicia la lectura de las páginas para una lectura más fluida.
2. Se mejoró la calidad de línea de las ilustraciones para que tengan un mayor peso visual en relación al cuerpo del texto.

- **Juego educativo**

**Opción C**

**Páginas interiores**

- Título
- Numeración
- Ilustración
- Forma



Con la validación de profesionales del diseño gráfico, mujeres del grupo objetivo y cliente de la institución no se sugirieron cambios finales en las fichas ya que se entiende la representación gráfica con facilidad, los colores, la forma son llamativos acorde a la temática, el tamaño de la ficha y de la tipografía son legibles para el grupo objetivo, por lo que será una pieza de diseño eficiente y funcional en la implementación de la metodología de un juego que contribuirá en la enseñanza, aprendizaje, en la problemática actual de prevención cáncer de mama en la salud pública de Guatemala, específicamente en la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios.

# ♦ Vista preliminar de la pieza gráfica

• (mockups)

- *Empaque general del conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana cáncer de mama*



- Folleto-guía psicoeducativa

















• Infografías









- *Juego educativo de los síntomas cáncer de mama, técnicas y métodos para la realización del autoexamen*





**01**

Acuéstate sobre la espalda, coloca una almohada bajo tu hombro y coloca el brazo detrás de la cabeza.

**02**

Examina el seno con la otra mano y luego cambia de lado. Esté atenta ante cualquier anomalía en las mamas y axilas.

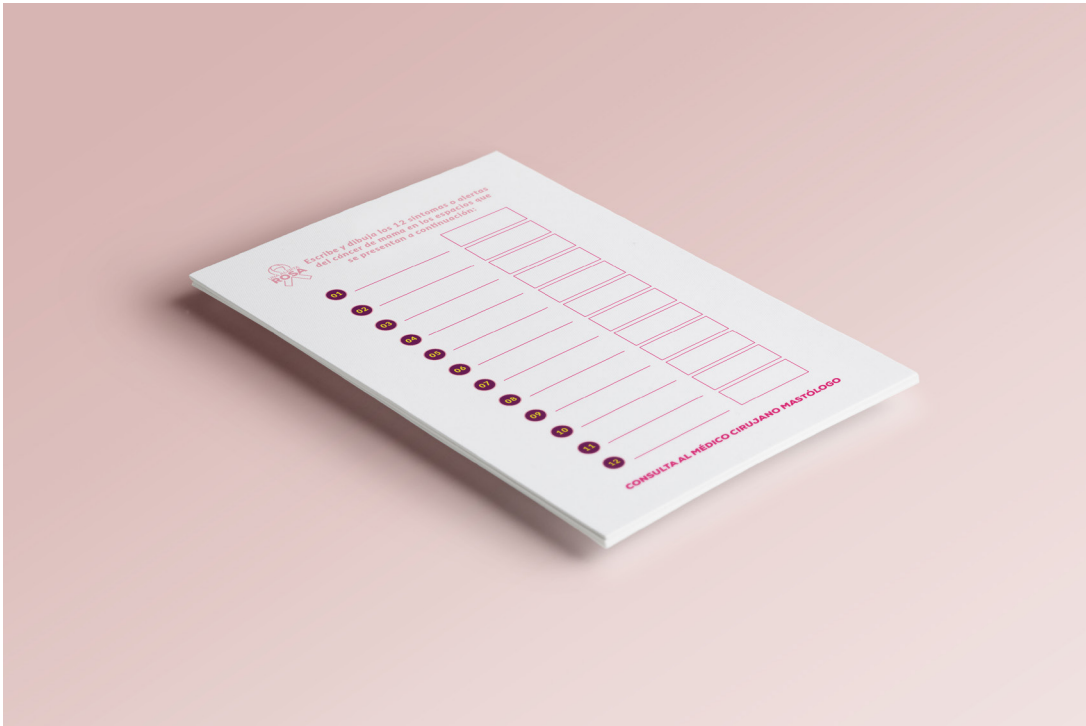
**UNA ALERTA ROSA**

**AUTOEXAMEN**  
*Frente al espejo*

**AUTOEXAMEN**  
*En la ducha*

**AUTOEXAMEN**  
*En la cama*

**AUTOEXAMEN**  
*Técnica y posición*

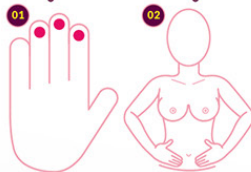


# AUTOEXAMEN

(Técnica - posición, frente al espejo, en la ducha y en la cama)

## GUÍA PARA UN CONTROL MENSUAL

### Técnica y posición



01 Usa las yemas de tus tres dedos medios para revisar tus senos.

02 Busca bultos, nódulos, hoyuelos, inflamaciones o engrosamientos. Está atenta a cambios de tamaño, forma, color o secreción.

### Frente al espejo



01 Con los brazos a los lados observa determinadamente el aspecto de los senos.

02 Con las manos en la cintura, mueva los codos hacia adelante. Fíjate si hay deformaciones en los senos.

03 Con las manos detrás de la cabeza presiona hacia adelante, observa si hay bultos.

### En la ducha



01

01 Palpa suavemente en busca de bultos o engrosamientos anormales.

02

02 Levanta el brazo derecho y examina el seno con la otra mano.

03

03 Levanta el brazo izquierdo y examina el seno con la otra mano.

### En la cama



01

01 Acuéstese sobre la espalda, coloca una almohada bajo tu hombro y coloca el brazo detrás de la cabeza.

02

02 Examina el seno con la otra mano y luego cambia de lado. Está atenta ante cualquier anomalía en las mamas y axilas.



Hospital General San Juan de Dios  
Prevención Cáncer de Mama  
Clínica de Mama #31  
Más información en: [www.cinplacancer.com](https://www.cinplacancer.com)



# SÍNTOMAS O ALERTAS

(cáncer de mama)

## GUÍA PARA DETECTAR ANORMALIDADES EN TUS SENOS

01



Hendiduras

02



Asimetría

03



Bultos internos

04



Endurecimiento de los senos

05



Enrojecimiento y ardor

06



Erocciones en la piel

07



Fluidos desconocidos

08



Huecos en la piel

09



Hundimiento del pezón

10



Piel anaranjada

11



Protuberancia

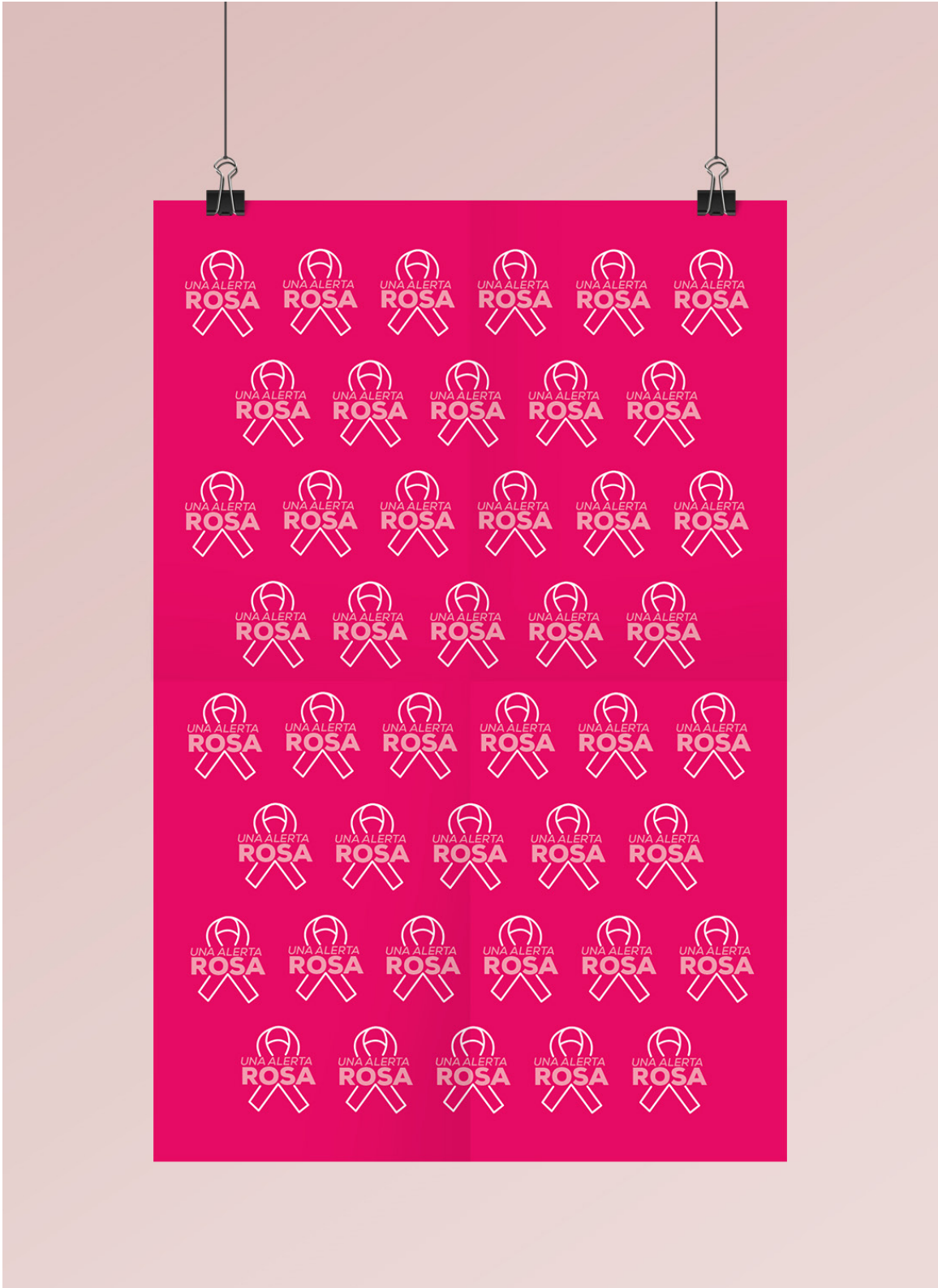
12

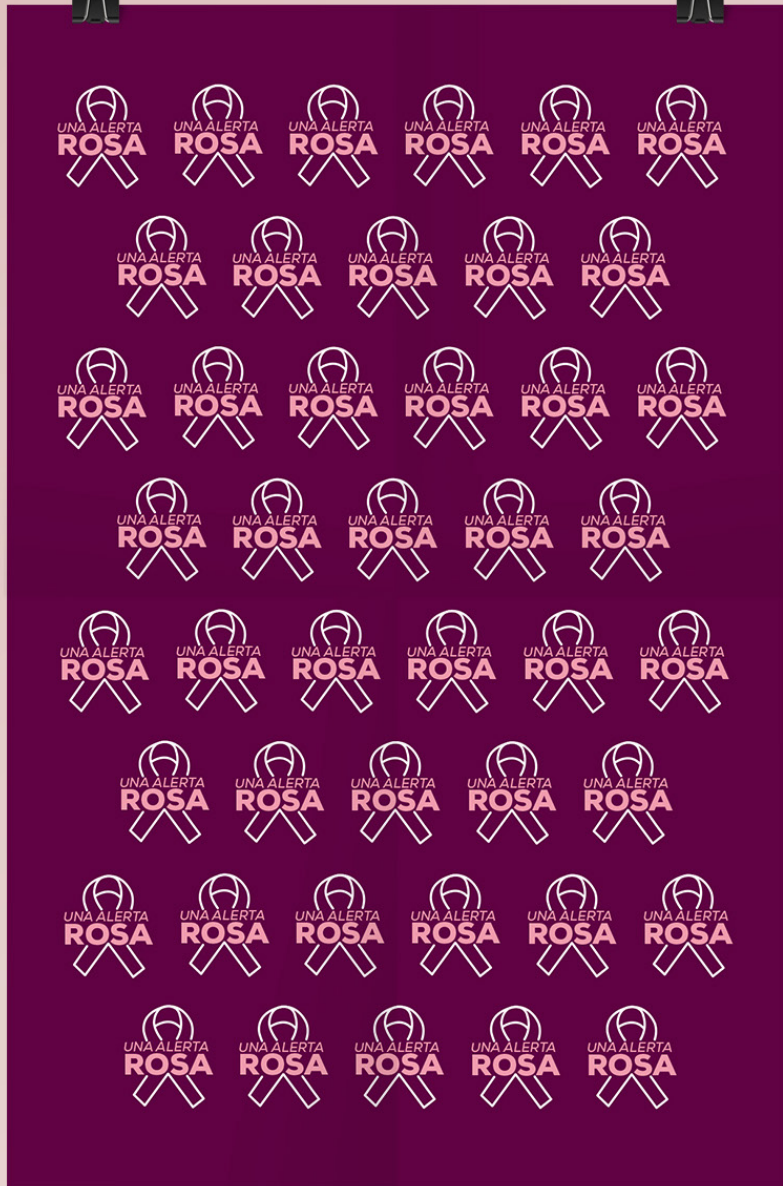


Venas crecientes



Hospital General San Juan de Dios  
Prevención Cáncer de Mama  
Clínica de Mama #31  
Más información en [Cáncer de Mama Guatemala](http://www.cmgcancer.com)  
[www.cmgcancer.com](http://www.cmgcancer.com)





- Campaña Publicitaria, estrategia para medios masivos, vallas publicitarias en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo te salva **LA VIDA**

**\*HENDIDURAS**

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO CIRUJANO MASTÓLOGO

UNA ALERTA **ROSA**

Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo te salva **LA VIDA**

**\*ASIMETRÍA DEL SENO**

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO CIRUJANO MASTÓLOGO

UNA ALERTA **ROSA**

Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



\*BULTOS INTERNOS

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



\*ENDURECIMIENTO

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



\*ENROJECIMIENTO  
Y ARDOR

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



\*EROCIONES  
DE LA PIEL

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



**\*FLUIDOS  
DESCONOCIDOS**

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



**\*HUECOS EN LA PIEL**

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



**\*HUNDIMIENTO  
DEL PEZÓN**

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



**\*PIEL ANARANJADA**

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31



**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



\*PROTUBERANCIAS

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

**¡DESPIERTA!** | Examinarte a tiempo  
te salva **LA VIDA**



\*VENAS CRECIENTES

**Hazte el AUTOEXAMEN**

CONSULTA AL MÉDICO  
CIRUJANO MASTÓLOGO



Hospital General San Juan de Dios ■ Prevención Cáncer de Mama, Clínica de Mama #31

## ◆ **Lineamientos para la puesta en práctica**

- **Proceso de reproducción**

- *Conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana del cáncer de mama*

- **Plan de acción**

- **Campaña publicitaria**

- Se sugiere impresión de 5x3 metros para valla publicitaria.

- **Folleto**

- Se sugiere la Impresión del folleto 8x8 pulgadas tiro y retiro con lomo cuadrado, en soporte de papel couche para un mejor acabado final, para la reducción en cuanto a costos se sugiere papel bond impresión láser.
- Portada y contraportada 16x8 pulgadas impresión solo tiro en soporte de papel texcote o couche con barniz UV para una mejor durabilidad del material.

- ***Juego de síntomas y técnicas para realizarse el autoexamen***
  - Se sugiere impresión tiro y retiro para las fichas del juego, en soporte de papel couche con barniz UV para asegurar su durabilidad durante la manipulación de material.
  - Los empaques que contienen las fichas de los síntomas y técnicas para realizarse el autoexamen se sugieren ser impresos en soporte de papel texcote.
  - Las infografías se sugieren ser impresas en tamaño pliego de soporte papel couche con barniz UV para una larga durabilidad del material realizado.
  - Las láminas que servirán de guía para la explicación de los síntomas y técnicas para el autoexamen de igual manera que las infografías se sugieren ser impresas en tamaño pliego de soporte papel couche con barniz UV para una larga durabilidad del material realizado.
  - Las hojas informativas del autoexamen se sugieren ser impresas en block de 100 unidades orientación vertical, tamaño carta 8.5x11 pulgadas en soporte de papel bond 80 gramos.
  - La hoja para realizar la actividad de conocimiento acerca de los síntomas del cáncer de mama, se sugiere ser impresa en block de 100 unidades tamaño orientación vertical, 5.5x8.5 pulgadas en soporte de papel bond 80 gramos.
  - El instructivo del juego se sugiere ser impreso en soporte de papel couche tiro y retiro impresión láser o para reducción de costos en papel bond tiro y retiro.
- ***Empaque forma de maletín para conjunto de materiales editoriales***
  - Se sugiere que el empaque sea de polipropileno ya que es un material resistente, pero a la vez liviano para poder transportarlo con facilidad de un lugar a otro, el cual trae en su interior el apartado especial para cada material que conforma el empaque en general.
  - El diseño del empaque se sugiere ser impreso en soporte de papel couche de un gramaje alto en impresión láser.

- **Proceso de divulgación / publicación**

- **Campaña publicitaria**

- La campaña publicitaria se sugiere ser pauta en medios masivos como vallas publicitarias y mupis para un mayor alcance a nivel nacional, en vallas publicitarias debe ser reproducida 1 síntoma cada mes iniciando a partir de enero 2019, con la finalidad de tener un período prudente entre cada síntoma para que la mujer guatemalteca pueda asimilar la información y grabar en su mente la representación gráfica de cada uno.
- En mupis para una mejor estrategia de comunicación visual, contratar el servicio de mupis consecutivos para poder pautar de 3 en 3 los síntomas de manera aleatoria en esta ocasión serian 3 síntomas cada 2 meses.

- **Conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana del cáncer de mama**

- (Folleto, infografías, láminas informativas, fichas de juego, instructivo, los empaques que contienen las fichas, hojas de síntomas, hojas técnicas para realizarse el autoexamen y el empaque general del conjunto de materiales editoriales).
- Se debe implementar una serie de materiales editoriales para uso de la clínica y otro para uso exclusivo de charlas informativas, grupos focales o reuniones a las que sean invitados a informar acerca de la temática.
- Implementar una serie de materiales editoriales en cada centro de salud público o clínicas privadas que deseen adoptar el proyecto aportando un donativo exclusivo para la Clínica de Mama #31 con la finalidad de generar ingresos extras para brindar una mejor atención a las pacientes tanto en el aspecto físico de las clínicas, así como en el tener los medicamentos e insumos necesarios para dignificar la atención en la mujer de escasos recursos.

- **Proceso de medición de resultados**

- **Campaña publicitaria**

La campaña generará publicidad de boca en boca en el país por lo cual se escucharán las respectivas críticas personales tanto de las mujeres guatemaltecas como de las instituciones que laboran para esta temática acerca de la eficacia de la pieza de diseño pautada en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala, lo cual lleva un proceso de tiempo para poder ver los resultados que la campaña generó en la vida de la mujer.

- **Conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana del cáncer de mama**

El material editorial realizado para informar está destinado para hacerlo en charlas informativas o grupos focales en los cuales por medio del juego del autoexamen y las hojas de actividades de los síntomas del cáncer de mama la institución podrá medir el conocimiento adquirido durante la charla informativa y poder mejorar la implementación de técnicas de transmisión de información o seguir con la misma metodología como lo han hecho hasta la fecha.

- **Folleto**

El folleto será un material que se repartirá a todas las mujeres guatemaltecas en especial a las de escasos recursos, estará disponible en centros de salud pública, por lo que será un recurso para informar y estar al pendiente ante cualquier síntoma para detectar a tiempo cualquier anomalía, por lo que esto generará beneficio tanto para la mujer como para la institución que trata este tipo de enfermedades ya que podrá brindar una ayuda digna y la mujer podrá asistir al médico adecuado gracias a la información correcta que se les brindó.

## ◆ Honorarios

### • *Insumos*

- Internet (Q.50.00)
- Hojas (Q.10.00)
- Impresora (Q.250.00)
- Tinta (Q.100.00)
- Fotocopias (Q.25.00)
- Materiales reciclados (Q.05.00)
- Crayones /marcadores (Q.15.00)
- Lápiz/ borrador (Q.10.00)
- Lapiceros (Q.5.00)
- USB (Q.40.00)
- Computadora e impresora (Q.500.00 depreciación de equipo)
- Transporte (Q.140.00)
- Alimentación (Q.4,200.00)

**TOTAL: Q.1,570.00**

### • *Servicios técnicos*

- Corrección y estilo (Q.1,000.00)
- Maquetación y vaciado de texto (Q.1,500.00)
- Selección de ilustración y elaboración por tema (Q.800.00)

**TOTAL: Q.3,300.00**



• ***Servicios profesionales***

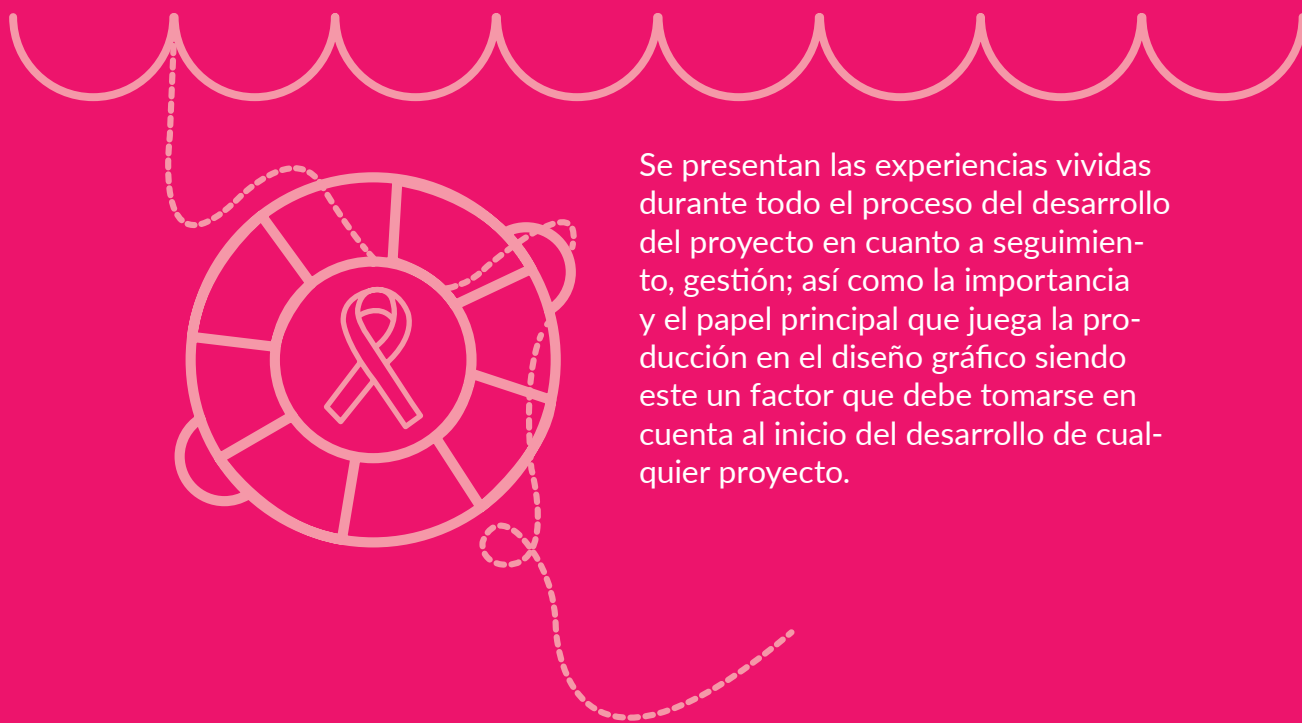
- Proceso de investigación y ejecución (problemática y nivel de producción gráfica 1 bocetaje, digitalización, 3 validación) (Q. 9,600.00)
- Diseño de folleto por página compuesta (Q.6,000.00)
- Infografías (Q. 8,000.00)
- Campaña publicitaria (Q.12,000.00)
- Packaging (Q.1,500.00)
- Juego educativo de aprendizaje (Q.3,000.00)

**TOTAL: Q.40,100.00**

**TOTAL GENERAL:  
Q.44,970.00**

## Capítulo 7

# Lecciones aprendidas



Se presentan las experiencias vividas durante todo el proceso del desarrollo del proyecto en cuanto a seguimiento, gestión; así como la importancia y el papel principal que juega la producción en el diseño gráfico siendo este un factor que debe tomarse en cuenta al inicio del desarrollo de cualquier proyecto.





UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink ribbon logo, consisting of a stylized ribbon shape with a loop at the top and two tails at the bottom.

## ◆ Lecciones aprendidas

### • *Proceso de gestión*

La recopilación de información para poder trabajar las piezas publicitarias ha sido proporcionada por la institución ya que es un contenido sintetizado con el que ellos trabajan, para informar de manera clara, ha sido de gran ayuda ya que la información esta resumida por temas de lo macro a lo micro con lo esencial de cada tema a trabajar.

En cuanto a la gestión de información, dudas acerca de la temática y apoyo semanal, la institución ha colaborado de gran manera proporcionando toda la información necesaria en el menor tiempo posible con la finalidad de que se pueda trabajar los proyectos y que ellos puedan verse beneficiados con los materiales que se están desarrollando.

La tercera asesora dentro de la institución ha sido de gran ayuda para gestionar todo lo relacionado al contenido enviando varias fuentes de información sobre la temática que se está trabajando para que pueda ampliar el conocimiento en el tema para facilitar la elaboración de las piezas de diseño conociendo bien las fortalezas y debilidades actuales.

Durante el proceso tanto de la parte investigativa de la institución como la recolección de información del tema a trabajar ha sido un proceso que en lo personal conté con apoyo por parte de la persona encargada en la institución, quién ha estado atenta a todo el proceso y colaborando con la información necesaria para el desarrollo del proyecto.

El gestionar información es un poco complejo en el sentido que las instituciones están bastante ocupadas en sus labores diarias, pero influye mucho la relación y comunicación mutua entre ambas partes, de igual manera el interés de la institución por los proyectos a desarrollarse por el estudiante y futuro profesional en el área del diseño gráfico.

## • *Producción del diseño gráfico*

La producción en el diseño gráfico es una pieza clave dentro de la estrategia de comunicación visual, ya que los acabados, artes finales y medios donde se pautarán los materiales realizados tienen una alta influencia a la hora de transmitir el mensaje de manera final, se debe tomar en cuenta siempre los acabados de la reproducción de los diseños para que tengan éxito y el resultado sea satisfactorio por parte del diseñador y del cliente a quien se le hará entrega del material.

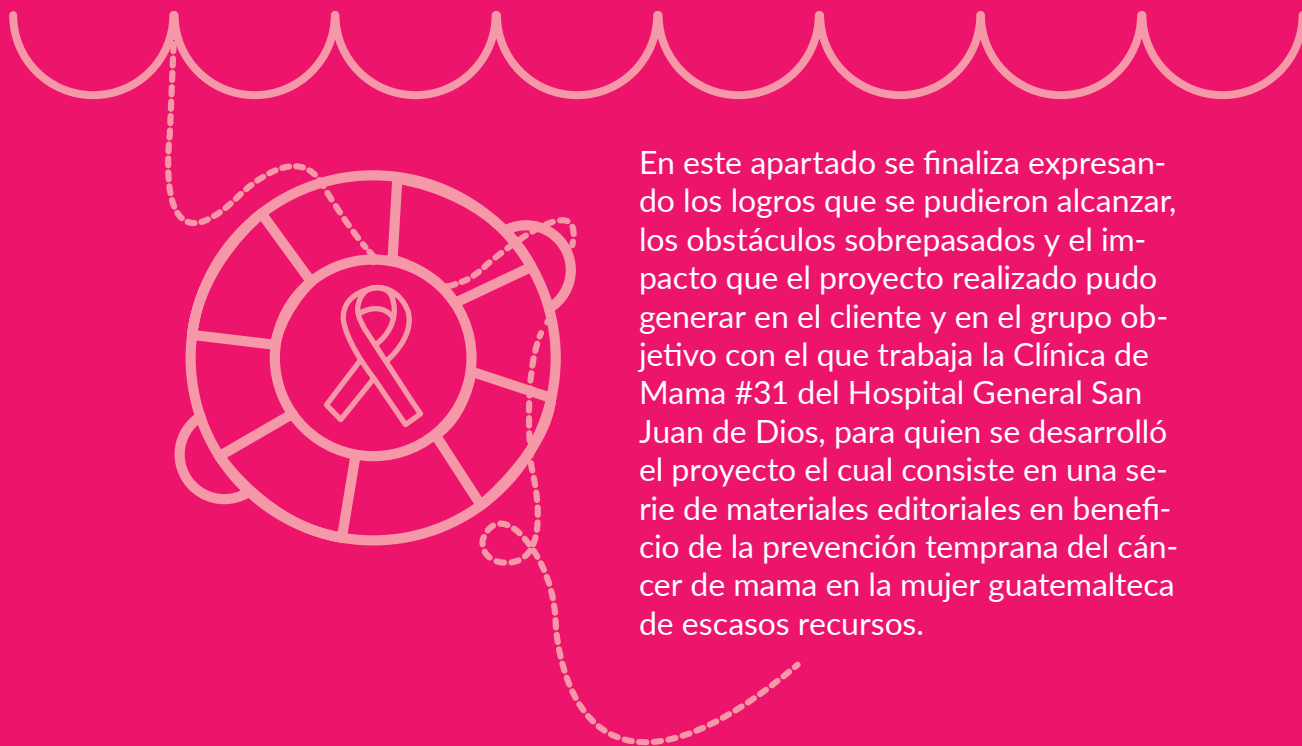
En el caso del desarrollo visual no se ha llegado a esta parte, pero se espera desarrollar piezas de comunicación visual impactantes, que transmitan un mensaje eficiente, con la información, estudio y recolección de datos hasta el momento se tienen las herramientas necesarias para poder realizar la parte gráfica en base a la necesidad que existe de comunicación visual dentro y fuera de la institución.

Hasta el momento después de seleccionar el concepto creativo a trabajar, se empieza a visualizar como se realizarán las piezas de la serie de materiales editoriales, las partes que contendrá cada tema, colores, tipografía, composiciones, copy e ilustraciones a utilizar para incidir en la vida de las mujeres guatemaltecas mediante el tema de la detección temprana del cáncer de mama.

En todos los proyectos de diseño siempre se enfocan los diseñadores en el arte, los detalles finales, pero no toman a veces mucha importancia a la producción donde será reproducido el material que se esté diseñando y muchas veces puede ser un diseño muy bueno y funcional pero la impresión final baja la calidad del proyecto y de la presentación por lo que es uno de los puntos clave a tomar en cuenta en todo proyecto a realizar desde un inicio.

## Capítulo 8

# Conclusiones



En este apartado se finaliza expresando los logros que se pudieron alcanzar, los obstáculos sobrepasados y el impacto que el proyecto realizado pudo generar en el cliente y en el grupo objetivo con el que trabaja la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios, para quien se desarrolló el proyecto el cual consiste en una serie de materiales editoriales en beneficio de la prevención temprana del cáncer de mama en la mujer guatemalteca de escasos recursos.



UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink ribbon logo, consisting of a stylized ribbon shape with a loop at the top and two tails at the bottom.

## ◆ Conclusiones

### • *Logro*

Hasta la actualidad hemos logrado una empatía y sobre todo una buena comunicación y coordinación para poder obtener la información, datos y materiales necesarios para poder realizar el proyecto de graduación.

Hemos demostrado que la labor del diseñador gráfico en el ámbito de temáticas sociales juega un papel muy importante ya que, para poder informar, prevenir y generar un cambio de pensamiento es necesaria la parte visual ya que la información por sí sola no puede transmitir un mensaje conciso, claro y entendible.

Se empatizó en gran manera con el tema a trabajar por el hecho de saber que a través de este proyecto se puede aportar a que mujeres salven su vida a tiempo, logrando incidencia de la enfermedad por medio de la elaboración de material publicitario tangible, es muy satisfactorio como ser humano, futuro profesional y miembro de la sociedad guatemalteca que pueda aportar un granito de arena en beneficio de nuestro país.

Durante este proceso se ha generado impacto por medio de este trabajo e interés de la institución por el proyecto que se está realizando porque durante los 25 años que tiene la clínica no se había desarrollado un proyecto de esta manera, el cual es satisfactorio como estudiante ya que es un material que estará al alcance de una parte de la sociedad guatemalteca, mujeres de escasos recursos, que se espera difundir a nivel nacional.

En este punto del proyecto se ha recabado la suficiente información para conocer acerca de la temática a trabajar y recibido material informativo conciso que maneja la institución en su divulgación por ser certera y sintetizada para el avance del proyecto.

Como futuro profesional en el ámbito del diseño gráfico, ha sido un reto trabajar un proyecto real que será un bien social en beneficio a la Clínica #31 de Cáncer de Mama del Hospital General San Juan de Dios.

## • *Impacto*

La labor del diseñador gráfico genera impacto en la mente del observador-grupo objetivo hacia el que va dirigido determinada pieza de diseño logrando empatía, haciendo un click emocional por medio de la identificación con ciertos aspectos con los que se sienten identificados, generando de esta manera un mensaje eficiente y funcional ya que llega de forma directa sin que la representación gráfica genere confusión.

Que realicemos el proyecto de graduación y EPS en instituciones no lucrativas genera impacto; primero en los encargados de cada área y en segundo lugar en las demás personas que conforman la entidad ya que ven el talento, capacidad y calidad de trabajo que como estudiante y futuro profesional en el ámbito de diseño realizamos, brindando una buena reputación a la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala a la que pertenecemos.

El poder aportar para un tema social que se vive a diario a nivel nacional es muy satisfactorio como profesional y ser humano, el generar impacto, crear conciencia y poder incidir en la vida personal de cada mujer guatemalteca por medio de mi profesión como diseñador gráfico en transmitir mensajes generando acciones y previniendo para salvar vidas a tiempo.



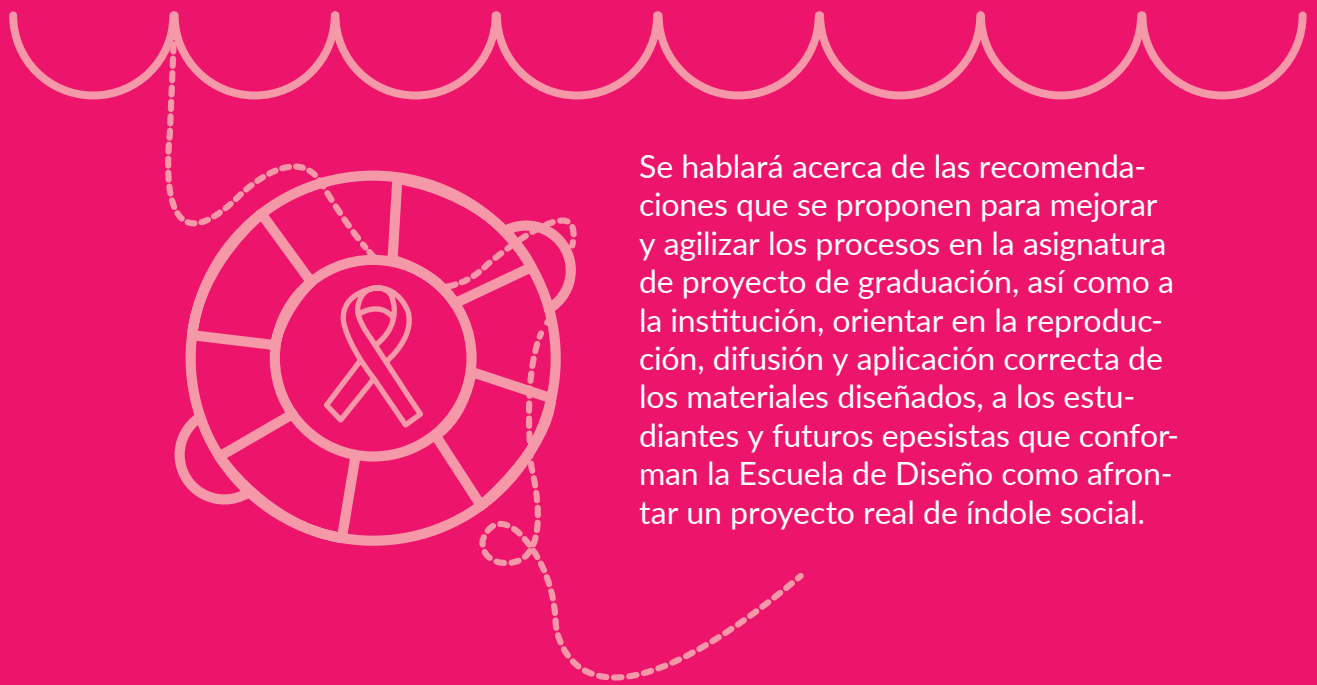
El trabajo del diseñador gráfico es una profesión que aporta mucho a la sociedad ya que por medio del mensaje visual genera impacto en la mente del grupo objetivo y esto a la vez hace conciencia de algún tema o de igual manera insta a la acción, análisis y toma de decisiones el cual es el objetivo de la comunicación visual.

Con la propuesta de generar una serie de materiales editoriales de prevención de cáncer de mama de la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios se espera generar interés, interacción y sobre todo informar a la mujer guatemalteca en su etapa inicial de cáncer, a las que ya están en el proceso y las que no son portadoras de la enfermedad ya que por medio del conocimiento de la serie se puede divulgar con otras mujeres que necesiten de información y de ayuda médica, por ser un material que será en beneficio de la mujer de escasos recursos a quienes no llega este tipo de información muchas veces por los distintas estrategias que trabajan las empresas quienes ponen más énfasis en personas de nivel social medio o alto y no dan interés a la clase baja quienes necesitan más de esta ayuda informativa.

Ha sido muy satisfactorio trabajar el proyecto de graduación con una entidad pública, como lo es la Clínica #31 de Cáncer de Mama del Hospital General San Juan de Dios, por ser una institución con muchas necesidades y carencias por lo que genera en mi persona un interés de brindar un material impactante y de ayuda visual para beneficio de los colaboradores y pacientes de la institución.

## Capítulo 9

# Recomendaciones



Se hablará acerca de las recomendaciones que se proponen para mejorar y agilizar los procesos en la asignatura de proyecto de graduación, así como a la institución, orientar en la reproducción, difusión y aplicación correcta de los materiales diseñados, a los estudiantes y futuros epesistas que conforman la Escuela de Diseño como afrontar un proyecto real de índole social.



UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink awareness ribbon logo, consisting of a loop at the top and two tails at the bottom, positioned below the text.

# ◆ Recomendaciones

## • A la institución

### • Reproducción

Se sugiere seguir los lineamientos para la puesta en práctica para garantizar la reproducción y divulgación exitosa de los materiales diseñados, si por alguna razón se quisieran ahorrar gastos pueden cambiar los sustratos para impresión siempre consultando algún experto en el área para que pueda asesorarlos en el tema de reproducción, legibilidad y tirajes de las piezas.

Se recomienda reproducir los materiales en los sustratos sugeridos ya que son de buena calidad para asegurar que la información sea duradera, esto con la finalidad que el grupo objetivo pueda conservarlo por mucho tiempo sin que se deteriore fácilmente.

### • Difusión

Se recomienda que los materiales sean publicados y reproducidos según la guía de lineamientos proporcionada esto para asegurar el éxito tanto de la campaña publicitaria, así como de la serie de materiales editoriales diseñados.

Se debe contar con una persona que sea la encargada de las publicaciones según la estrategia de comunicación planteada para cada material diseñado, así como la constancia para no perder la secuencia establecida.

La serie de materiales editoriales a desarrollar se recomienda utilizarla en charlas informativas, clínicas de salud pública y hospitales que necesiten de apoyo para la transmisión de información preventiva del cáncer de mama, es un material destinado en ayuda y apoyo del bien social en la salud pública de Guatemala iniciando en el hospital público más grande del país, en la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios.

### • Aplicación

Se deben respetar los lineamientos de aplicación para cada proyecto diseñado, no cambiar de color, posición, tipografías o cualquier otro elemento ya que todos los elementos utilizados en cada material tienen un porque y un estudio previo para asegurar que sea de incidencia en la vida de la mujer guatemalteca de escasos recursos en el tema cáncer de mama.

Para cualquier cambio en cuanto a tamaño de los materiales se debe consultar a un especialista en diseño gráfico para poder realizar las respectivas adaptaciones esto con la finalidad que los materiales no pierdan su calidad y primicias iniciales.

- ***A estudiantes de proyecto de graduación y epesistas***

Se requiere que los estudiantes se comprometan con la institución con la que trabajan a llevar un cronograma semanal, buena comunicación y fijar lineamientos desde el inicio de lo que se puede y no hacer en los proyectos para iniciar a trabajar de manera conjunta con la entidad, es bueno involucrar al personal para que conozcan la labor que como estudiantes estamos realizando dentro de las instituciones.

Se recomienda a los estudiantes tener una buena comunicación con sus asesores en la universidad, tercer asesor y jefe inmediato en la institución para que como equipo puedan ir viendo el avance de los trabajos en conjunto y de esta manera poder realizar proyectos bien fundamentados y asesorados por cada persona según su especialidad asegurando en un alto porcentaje el éxito del material vi

A futuros estudiantes se recomienda poner el mayor énfasis en las temáticas sociales ya que son temas que actualmente no cuentan con apoyo político y que el aporte que uno realiza desde el ámbito del diseño pueda ser una pequeña parte de un cambio en nuestro país y por medio del trabajo realizado dejar una huella y un legado para las próximas generaciones.

- ***A La Escuela de  
Diseño Gráfico***

Se debe fomentar en el estudiante el interés en temas de ayuda social ya que es necesario a través de la profesión del diseño gráfico generar un aporte, que no solo informe o transmita un mensaje, sino que realmente incida en un cambio radical dentro de la sociedad guatemalteca, en esta ocasión se trabajó la prevención temprana del cáncer de mama en una etapa inicial para la mujer guatemalteca de escasos recursos.

Implementar más talleres y técnicas creativas de conceptualización para el desarrollo de proyectos de diseño ya sean ficticios o proyectos reales de índole social, de igual manera actualizar la enseñanza en cuanto a tecnología ya que el diseñador se actualiza diariamente y todo lo relacionado a este tema está actualmente a la vanguardia.

## • *Proyecto de graduación 2 y EPS*

Se requiere que ambos (as) licenciados (as) que dan los cursos estén en constante comunicación y trabajen como un equipo para poder ir programando tiempos de entrega y de trabajo balanceados entre un curso y otro para no saturar al estudiante con entregas de ambas asignaturas en las mismas fechas o lapsos de tiempo y de esta manera que los estudiantes puedan realizar sus proyectos bien elaborados con tiempos de entrega prudentes a la cantidad de trabajo o piezas a diseñar.

Se recomienda tanto para proyecto de graduación como para EPS estimar un tiempo promedio por alumno para las asesorías presenciales para que todos los alumnos puedan pasar el día de clases para que haya un balance de tiempo equitativo para todos los estudiantes y que de esta manera pueda ser más fluida la asesoría con dudas específicas y avances.

Se requiere que todo el proceso sea gráfico o investigativo se pueda colocar como parte de la evidencia del desarrollo de los proyectos ya que en la agenda digital de EPS solo se acepta la parte gráfica de los trabajos que se están desarrollando y se requiere un mínimo de horas a cumplir según la modalidad en que estén realizando la práctica y la parte de investigación también requiere de un tiempo específico dentro de las horas trabajadas.

En cuanto a proyecto de graduación se recomienda realizar la parte de la conceptualización para el proyecto “A” al inicio del curso para poder tener más tiempo de generar ideas e implementar la línea gráfica de mejor manera presentando mayor cantidad de bocetos para explorar a un mayor nivel nuestras capacidades como estudiantes y futuros profesionales en el área de diseño gráfico.

# *Fuentes consultadas*







UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink ribbon logo, consisting of a stylized ribbon shape with a loop at the top and two tails at the bottom.

## ◆ Referencias bibliográficas

CASTRO, D. R. (2013). El conocimiento y práctica en la realización del autoexamen en las pacientes mayores de 25 años. Guatemala.

Dávila, C. N. (2 de Febrero de 2017). Salud y Familia. Una detección a tiempo puede evitar el cáncer.

Echeverría, L. L. (19 de Julio de 2018). La situación de la salud pública dentro del Hospital General San Juan de Dios. (R. López, Entrevistador)

Hernández, O. J. (19 de Abril de 2015). Un enfermo crónico llamado salud pública. Un enfermo crónico llamado salud pública. Guatemala, Campus Central, zona 16, Guatemala: Universidad Rafael Landívar Vista Hermosa III.

Maselli, D. A. (11 de Octubre de 2017). Sanatorio el Pilar. Obtenido de Sanatorio el Pilar: [www.sanatorioelpilar.com/index.php7blog/item/](http://www.sanatorioelpilar.com/index.php7blog/item/)

Mata, A. (27 de junio de 2017). Salud pública vs. salud privada: un combate especulativo. Salud pública vs. salud privada: un combate especulativo.

Ola, A. L. (9 de agosto de 2018). Pacientes rebasan la capacidad de hospitales y centros de Salud. El desborde en la demanda de atención en nosocomios nacionales contrasta con las limitaciones de espacio y mobiliario.

salud, O. m. (2008). La atención primaria de salud. Suiza: Edición OMS.

Universales, S. (2018). Guatemaltecos Ilustres.com. Obtenido de Guatemaltecos Ilustres.com: <https://www.guatemaltecosilustres.com/index.php/2018/05/04/sergio-ralon/>

vida, R. b. (19 de Octubre de 2016). En el #DíaContraelCancerdeMama le explicamos cómo prevenir esta enfermedad. En el #DíaContraelCancerdeMama le explicamos cómo prevenir esta enfermedad.

## ◆ Referencias bibliográficas

- CANEXAS. (29 de Noviembre de 2016). CANEXAS. Obtenido de CANEXAS: [https://caxenas.blogspot.com/2016/11/historias-de-la-fotografia-la\\_29.html](https://caxenas.blogspot.com/2016/11/historias-de-la-fotografia-la_29.html)
- Carreño, D. (14 de Septiembre de 2017). Warket. Obtenido de Warket: <https://waarket.com/que-es-el-diseno-plano-o-flat-design/>
- Castillo, G. M. (Enero de 2009). clasificaciontipografica. Obtenido de clasificaciontipografica: <http://clasificaciontipografica.blogspot.com/2009/01/sans-serif.html>
- Frutiger, Adrián, (2007) El Libro de la Tipografía.
- Heller, E. (2004). Psicología del color . Gustavo Gili.
- Hernández, M. (25 de Abril de 2019). uxabilidad. Obtenido de uxabilidad: <http://www.uxabilidad.com/disenio/la-reticula-en-el-diseno-grafico.html>
- Hernández, M. d. (2014). Análisis del proceso y características gráficas de las ilustraciones. Guatemala.
- hisour. (s.f.). hisour.com. Obtenido de hisour.com: <https://hisour.com/es/gray-color-in-history-and-art-26757/>
- Interactivo, C. (30 de Junio de 2010). Color Interactivo-Diseño y desarrollo web. Obtenido de Color Interactivo-Diseño y desarrollo web: <http://www.colorinteractivo.com/disenio-minimalista-y-algunos-ejemplos/>
- SYSTEMS, A. (8 de Junio de 2016). Creative Connection. Obtenido de Creative Connection: <https://blogs.adobe.com/creative/es/la-fotografia-conceptual-expresando-ideas-complejas/>
- UPANA/juniode2015<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan046826.pdf>

## ◆ Bibliografía

### • *Documentos varios y publicaciones*

Aguilar, D. (8 de Febrero de 2017). La Hora. Obtenido de La Hora: [ahora.gt/cancer-causa-mas-muertes-guatemala-gastrico/](http://ahora.gt/cancer-causa-mas-muertes-guatemala-gastrico/)

Echeverría, L. L. (23 de Febrero de 2018). Ayuda actual para la clínica 33 de mama del Hospital General San Juan de Dios. (R. López, Entrevistador)

Fundecan. (26 de 7 de 2012). Fundecan/Reportaje Programa Sin Reservas, Guatevisión.[Archivo de video]. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=OmP\\_8QvpYIQ&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=OmP_8QvpYIQ&feature=youtu.be)

Fundecan. (1 de 12 de 2016). Sala de Quimioterapias San Juan de Dios.[Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=UCphDhRoLFs&feature=youtu.be>

Paredes, L. (19 de 10 de 2017). El 99 por ciento de los casos de cáncer de mama son curables, si son detectados a tiempo. Obtenido de El 99 por ciento de los casos de cáncer de mama son curables, si son detectados a tiempo:

<https://guatemalacirugiacancer.blogspot.com/2017/11/cancer-de-mama-en-un-pais-pobre-como.html?m=1>

- **Páginas web**

Periódico, E. (16 de octubre de 2017).

El Periódico. Obtenido de El Periódico: <https://elperiodico.com.gt/gente/2017/10/16/preven-cion-del-cancer-de-mama/>

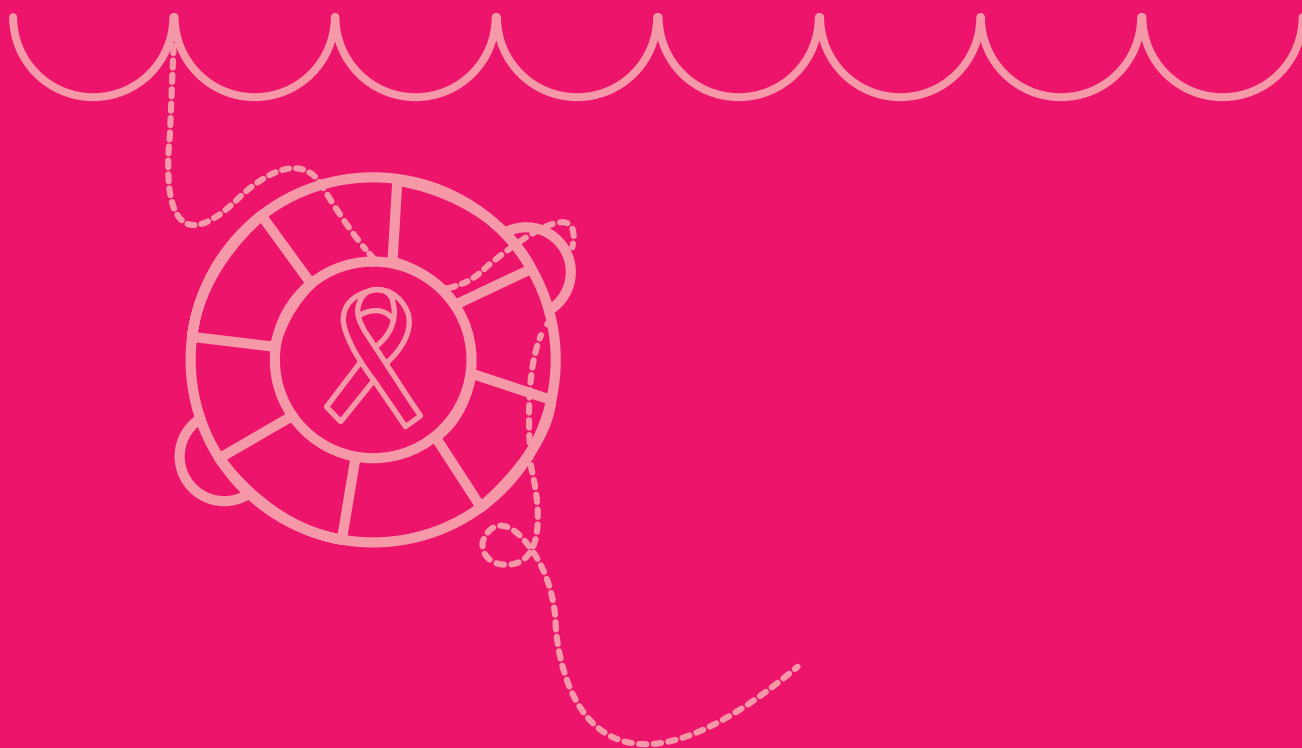
Ralón, D. S. (15 de Marzo de 2018).

Contextualización actual en varios aspectos de Guatemala . (R. López, Entrevistador)

Ralón, S. (21 de 12 de 2017). Cáncer

de mama en un país como Guatemala. Obtenido de Cáncer de mama en un país como Guatemala: <https://guatemalacirugiacancer.blogspot.com/2017/11/cancer-de-mama-en-un-pais-pobre-como.html?m=1>

# Glosario





UNA ALERTA  
**ROSA**

A pink awareness ribbon logo, consisting of a stylized ribbon shape with a loop at the top and two tails at the bottom.

## ◆ Glosario

- **Brochures:** Es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente. Abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa.
- **Campaña publicitaria:** es un amplio conjunto de estrategias comerciales que tienen como objetivo dar a conocer el producto o servicio que se busca ofrecer.
- **Código Visual:** Se utiliza para representar la realidad, son aquellos códigos que no necesitan del lenguaje. No requieren de un idioma determinado para ser capaces de transmitir un mensaje.
- **Diagnóstico:** Son el o los resultados que se arrojan luego de un estudio, evaluación o análisis sobre determinado ámbito u objeto.
- **Estilo de vida:** Son expresiones que se designan, de una manera general, al estilo, forma o manera en que se entiende la vida.
- **Factibilidad:** Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.
- **Ilustración:** Fotografía, dibujo o lámina que se coloca en un texto o impreso para representar gráficamente lo expuesto, ejemplificarlo o hacer más atractivo el resultado.
- **Incidencia:** Influencia de determinada cosa en un asunto o efecto que causa en él.



- **Interacción:** Acción, relación o influencia recíproca entre dos o más personas o cosas.
- **Kit:** Conjunto de piezas de un objeto, que se complementan en su uso o en su función.
- **Mastólogo:** Es una especialidad médica que se dedica al estudio de las glándulas mamarias.
- **Multidisciplinaria:** Que comprende varias disciplinas o materias.
- **Multisectorial:** Relacionado con varios sectores, particularmente de una actividad.
- **Nivel de lectura visual:** Es el proceso de identificación e interpretación de los diferentes textos vinculados a las imágenes.
- **Oncológico:** es la especialidad médica que estudia y trata las neoplasias; tumores benignos y malignos, pero con especial atención a los tumores malignos o cáncer.
- **Quimioterapia:** Tratamiento médico de algunas enfermedades que consiste en la aplicación de sustancias químicas al organismo.
- **Radioterapia:** Tratamiento médico de algunas enfermedades que consiste en la utilización y la aplicación de todo tipo de rayos, especialmente los rayos X.
- **Secuela:** Consecuencia o resultado, generalmente de carácter negativo, que sobreviene de un hecho determinado.
- **Trascendencia:** Es un concepto que designa aquello que va más allá o que se encuentra por encima de determinado límite.

# Anexos





UNA ALERTA  
**ROSA**



# ◆ Anexos

- Anexo 1. Análisis FODA, Clínicas de Quimioterapia de mama, Hospital General San Juan de Dios



**Facilidad de contacto e información.**  
Temática muy usual actualmente.  
**Variedad de fuentes de información.**  
Facilidad de comunicación.

**Ayuda social en una enfermedad de mortandad.**  
Prevención de vidas.  
**Diversidad de material visual para poder realizar.**  
Entidad que necesita de apoyo gráfico.



**Restricciones en cuanto a presupuesto.**  
Común acuerdo entre los participantes de la identidad.  
**Falta de insumos, materiales.**  
Poco apoyo de patrocinio.

**Aceptación de propuestas a realizar.**  
Factibilidad en cuanto a la adaptación de los proyectos.  
**Aceptación del G.O con la información proporcionada.**  
Facilidad de obtener información según el nivel económico del G.O.



- **Anexo 2. Planes de acción**  
**Plan de acción de la institución**

**Tabla 1**

*Plan de acción, necesidades de la institución*

Aspecto a evaluar	Individuo	Fuete de Información	Instrumento	Lugar/Vía	Fecha
Conocer la Clínica	Entorno	Fuente Interna	Observación	Lugar Físico	2-02-2018
Estudio Económico	Institución	Fuente Interna	Encuesta	Correo electrónico	5-02-2018
Recopilación de datos generales de la clínica de mama.	Institución	Fuente Interna	Encuesta	Google Form	8-02-2018
Información sobre personas o empresas que apoyan a las clínicas.	Institución	Fuente Interna	Encuesta	Correo electrónico	10-02-2018
Empresas que dan patrocinio a clínicas de salud pública.	Institución	Fuente Interna	Encuesta	Correo electrónico	10-02-2018
Análisis de información recopilado	Entorno	Fuente Interna	Encuesta	Correo electrónico	12-02-2018
Informe Final	Entorno	Fuente Interna	Encuesta	Correo electrónico	15-02-2018

*Planificación de actividades a realizar para poder recopilar la información necesaria de las necesidades de la institución, para obtener un dato más exacto de los factores que afectan sobre el conocimiento de los servicios que ofrece la institución.*

### **Plan de acción del grupo objetivo**

**Tabla 2**

*Plan de acción, necesidades del Grupo Objetivo*

Aspecto a evaluar	Individuo	Fuete de Información	Instrumento	Lugar/Vía	Fecha
Encuesta a mujeres en general	Entorno	Fuente Externa	Encuesta	Clínica de mama	2-02-2018
Recopilación de información general sobre el servicio en las clínicas a las mujeres de clase media o escasos recursos	Institución	Fuente Interna	Encuesta	Correo electrónico	5-02-2018
Información sobre medios más usuales para informar al grupo objetivo	Institución	Fuente Interna	Encuesta	Google Form	8-02-2018
Análisis de información sobre el cáncer de mama en la mujer	Institución	Fuente Externa	Anécdotas	Vía Internet	10-02-2018
Análisis de información recopilado	Entorno	Fuente Interna, Externa	Encuesta	Correo electrónico	12-02-2018
Informe Final	Entorno	Fuente Interna, Externa	Encuesta	Correo electrónico	15-02-2018

*Planificación de actividades a realizar para poder recopilar la información necesaria de las necesidades del grupo objetivo, para poder obtener un dato más exacto de los factores informativos que afectan a las mujeres con no saber sobre la clínica de mama.*

- **Anexo 3. Instrumento/s de evaluación: perfil del grupo objetivo**

*Cuantitativos / Cualitativos*

## **Características geográficas**

*Fuente interna*

**Cuantitativas**

- Encuesta Google Form.
- Clínica #31 de mama del Hospital San Juan de Dios.

## **Características sociodemográficas**

*Fuente interna*

**Cuantitativas**

- Encuesta Google Form.
- Clínica #31 de mama del Hospital San Juan de Dios.

*Fuente externa*

**Observación**

- Población de mujeres guatemaltecas área metropolitana.

## **Características socioeconómicas**

*Fuentes internas*

**Cualitativa**

- Encuesta online.

**Cuantitativas**

- Encuesta correo electrónico.
- Clínica #31 de Mama del Hospital San Juan de Dios.

## **Características psicográficas**

*Fuente externa*

**Cualitativo**

- Mapa de empatía.

## **Relación entre el grupo objetivo y la institución**

*Fuente externa*

**Cuantitativo**

- Encuesta Google Form.

*Fuente interna*

**Cualitativo**

- Encuesta Google Form.

## *Resultados para la elaboración del mapa de empatía, características psicográficas*

### **Resultados**

#### **Qué piensa y que siente**

- Necesidad.
- Esfuerzo de superación.
- Ayuda de la sociedad.
- Cumplir metas.
- Falta de apoyo familiar.

#### **Qué ve**

- Noticias TN23, Noti 7, T13 Noticias.
- TV Novelas.
- Periódicos como Publinews, al Día, El periódico, prensa libre.
- Anuncios publicitarios en las calles de marcas reconocidas, Tigo, Movistas, Coca-Cola, Pepsi, Claro, Restaurante Pollo Campero, Hospitales Privados Centro Medico, Públicos Roosevelt y San Juan de Dios, etc.

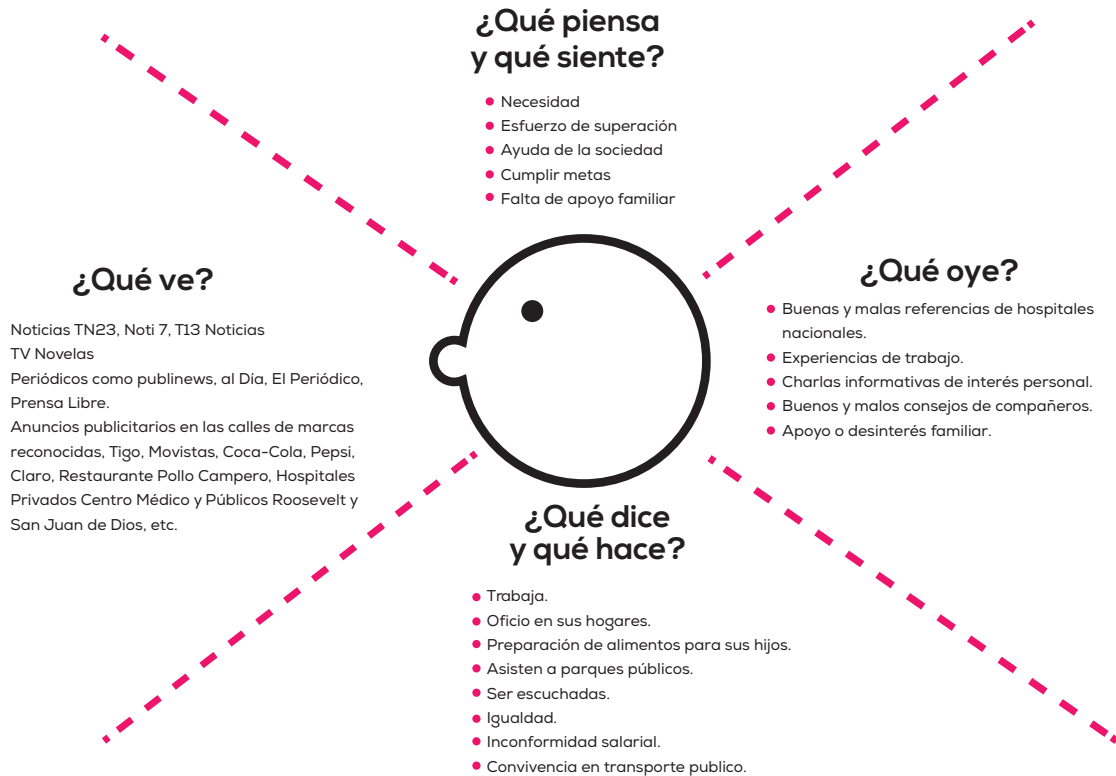
#### **Qué oye**

- Buenas y malas referencias de hospitales nacionales.
- Experiencias de trabajo.
- Charlas informativas de interés personal.
- Buenos y malos consejos de compañeros.
- Apoyo o desinterés familiar.

#### **Qué dice y que hace**

- Trabaja.
- Oficio en sus hogares.
- Preparación de alimentos para sus hijos.
- Realizan el supermercado.
- Ser escuchadas.
- Igualdad.
- Inconformidad salarial
- Convivencia en transporte público.

# Mapa de Empatía



## • Anexo 4. Definición del Problema

### Identificación del Problema

#### Esquema de Preguntas

1. ¿Cuentan con algún material gráfico, videos, material informativo impreso, etc., propio de la clínica?

No se cuenta con material propio de la clínica, Fundecan es el que nos apoya con algunos materiales gráficos impresos y audiovisuales como un recurso informativo para nuestra clínica.

2. ¿Cuentan con redes sociales propias de la clínica?

No se cuenta con redes sociales propias de la clínica, se utiliza una página de FB propia del Dr. Sergio Ralon, llamada cáncer de mama Guatemala, como un medio informativo de apoyo a la clínica.



**3. ¿Reciben por parte del gobierno alguna ayuda económica o de alguna institución aparte de Fundecan para el sostenimiento tanto de mobiliario y equipo como para solventar el trabajo de diseño gráfico, para la comunicación visual de la prevención del cáncer?**

El gobierno paga los sueldos de los profesionales, aunque no siempre se tiene presupuesto idóneo o voluntad de las autoridades por contratar personal para la atención integral de pacientes, por lo que profesionales han tenido que servir ah-honorem. Después de una lucha con el estado por más de una década, hoy en día el gobierno ya cumple con dar quimioterapias y mantener el equipo médico que sea necesario para brindar el tratamiento adecuado, esto gracias a un amparo que se ganó número de expediente 3501-2011. Lo único que se tiene pendiente es RADIOTERAPIAS, por eso FUNDECAN nos apoya con algunas pacientes. Únicamente Fundecan ha aportado con infraestructura, mobiliario y material gráfico y visual, para la prevención de cáncer de mama, el Estado no brinda apoyo en este aspecto.

**4. ¿Cuentan con asistencia virtual para dar información?**

No se cuenta con asistencia virtual propia de la clínica, como se mencionó anteriormente solo se utiliza una página de FB como medio informativo, pero no directamente para asistir a las mujeres de la clínica de mama en cuestión de dudas con respecto a servicios de la institución.

**5. ¿Qué medidas de prevención aplican para informar sobre el cáncer de mama?**

Videos informativos de YouTube y posters en la clínica donados por Fundecan, no se cuenta con ningún material propio.

**6. ¿Cuentan con un departamento para el área de comunicación?**

No se cuenta con un departamento específico de comunicación o diseño gráfico debido a la falta de presupuesto, la Licda. Lea Echeverría es la que asiste esta parte de comunicación como apoyo a la clínica, no siendo ella una especialista en el tema de la comunicación visual, ella trabaja y se dedica al área de psicología.

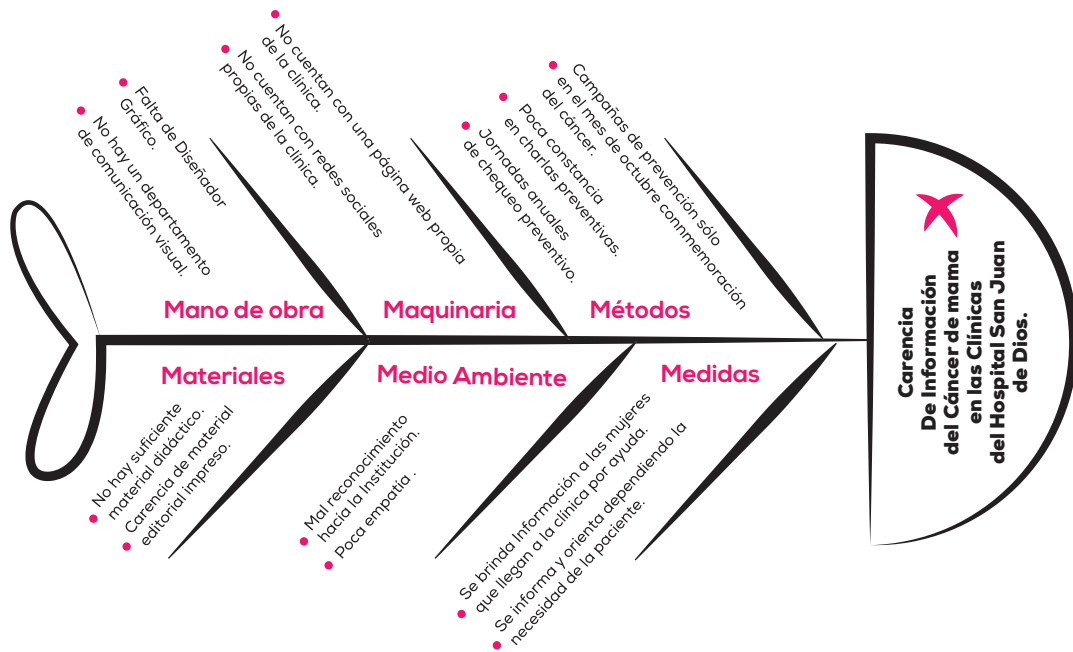
**7. ¿Cuentan con tecnología informativa dentro de las clínicas?**

Actualmente Fundecan con el apoyo de Agua Pura Salvavidas remodelaron la clínica dentro de los cambios se realizó la donación de 2 pantallas digitales para apoyo informativo de la clínica, se cuenta ahora con el recurso, más no se tiene el apoyo del diseño gráfico para realizar material informativo de nuestros servicios.

**8. ¿Cuentan con el suficiente material editorial impreso para distribución estratégica?**

Por ser material donado por Fundecan solo nos donan pocas cantidades, por lo que no se cuenta con lo suficiente para poder repartir a las mujeres tanto dentro como fuera de la clínica.

## Diagrama de ISHIKAWA



- **Anexo 5. Diagnóstico de necesidades de comunicación visual en institución**

## Instrumentos

### Cualitativos

#### Entrevista

- Google Formularios

#### Anécdotas

- Cáncer de mama en un país pobre como Guatemala, <https://guatemalacirugiacancer.blogspot.com/2017/11/cancer-de-mama-en-un-pais-pobre-como.html?m=1>

#### Biografías

- Dr. Sergio Ralon Carranza, <http://guatemaltecos-ilustres.com>

## **Cuantitativos**

### **Encuesta**

- Google Formularios

### **Social media**

- Facebook
- Instagram

## **Fuentes Internas**

### **Información por la institución**

- Reportaje Sala de Quimioterapia San Juan de Dios, [https://youtu.be/OmP\\_8QvpYIQ](https://youtu.be/OmP_8QvpYIQ)
- Fundecan/ Reportaje Programa sin reservas, Guatevisión, Julio 2012, <https://youtu.be/UCphDhRoLFs>

### **Página web**

- Páginas del Hospital ,<http://www.hospitalsanjuandediosguatemala.com>, <http://hospitalsanjuandedios.mspas.gob.gt>

## **Fuentes externas**

### **Páginas web ajenas**

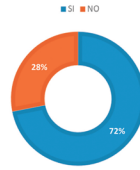
- Instituto Nacional de Cancerología, <http://www.ligacancerguate.com>
- Fundecan, <https://fundecan.org/>

### **Instituciones ajenas a la empresa**

- Incan
- Fundecan

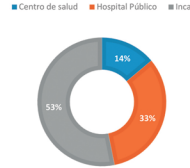
• **Anexo 6. Resultados graficados de la institución**

CONOCE ACERCA DEL CÁNCER DE MAMA



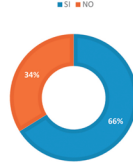
Gráfica No.1. Información sobre el conocimiento de las mujeres guatemaltecas respecto al tema. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿SI CONOCE SOBRE EL CÁNCER DE MAMA Y PASA POR UNA SITUACIÓN ASÍ A QUE LUGAR RECURRIRÍA A PEDIR AYUDA?



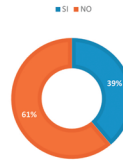
Gráfica No.2. Información sobre el conocimiento de los lugares que brindan ayuda de cáncer de mama en Guatemala. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿CONOCE ACERCA DE LAS CLÍNICAS DE MAMA DEL HOSPITAL GENERAL SAN JUAN DE DIOS?



Gráfica No.3. Información sobre el conocimiento de las clínicas de mama del Hospital General San Juan de Dios. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿SABÍA QUE LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA CLÍNICA DE MAMA DEL HOSPITAL GENERAL SAN JUAN DE DIOS SON DE MANERA GRATUITA?



Gráfica No.4. Verificación sobre el conocimiento de los servicios gratuitos de las clínicas de mama del Hospital General San Juan de Dios. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

• **Anexo 7. Procesamiento de información de la institución**

Tabla 3

Análisis de procesamiento de información Institucional

Necesidad de Comunicación Visual Detectadas	Factores que lo causan	Soluciones propuestas por el profesional de Diseño Gráfico
Dar a conocer sus servicios e imagen propia como clínica de mama dentro del Hospital San Juan de Dios	Falta de un seguimiento constante sobre sus servicios.	Branding e imagen propia de la clínica.
Informar de manera más específica sobre la enfermedad de Cáncer de mama en Guatemala.	Falta de apoyo político y social, así como la falta de apoyo para brindar la información necesaria.	Pack de infografías informativas.
Dar a conocer sus clínicas para que las mujeres conozcan y crear confianza para asistir a ellas.	Falta de recursos y voluntariados para ampliar el personal de ayuda.	Audio visual informativo
Viralizar el programa de cáncer de mama del Hospital San Juan de Dios.	No hay un plan de seguimiento constante mensual del programa.	Campañas en redes sociales de manera semanal o mensual.

Identificación de problemas y posibles soluciones de comunicación visual hacia la institución, clínicas del Hospital General San Juan de Dios.

- **Anexo 8. Diagnóstico de necesidades de comunicación visual en grupo objetivo**

## **Diagnóstico**

### **Instrumentos**

#### **Cualitativos**

- Entrevista
- Google Formularios

#### **Anécdotas**

- Sobrevivientes de cáncer de mama son ejemplo de fortaleza, [http://www.prensalibre.com/salud/Testimonios-cancer\\_de\\_mama-salud-vida\\_0\\_1230477190.html](http://www.prensalibre.com/salud/Testimonios-cancer_de_mama-salud-vida_0_1230477190.html)
- Isabel sobrevivió al cáncer de seno, <http://www.prensalibre.com/revista-d/isabel-sobrevivio-al-cancer-de-seno>

#### **Biografías**

- Isabel Herbruger, <http://salvatuvidahoy.com/noticia/conoce-a-isabel-herbruger/>

### **Cuantitativos**

#### **Encuesta**

- Google Formularios

#### **Social media**

- Facebook
- Instagram

### **Fuentes internas**

#### **Información por la institución**

- Mujeres atendidas en clínicas de mama, comprenden un rango de edad de 14 a 80 años aproximadamente
- Casos especiales en hombres

### **Fuentes externas**

#### **Páginas web ajenas**

- Instituto Nacional de Cancerología, <http://www.ligacancerguate.com>
- Fundecan, <https://fundecan.org/>
- Cirugía Cáncer, [www.cirurgiacancer.com](http://www.cirurgiacancer.com)

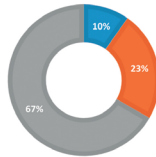
#### **Instituciones ajenas a la empresa**

- Hospital Roosevelt, <https://hospital-roosevelt.gob.gt/>
- Incan
- Fundecan

## • Anexo 9. Resultados graficados del grupo objetivo

EDAD DEL GRUPO OBJETIVO

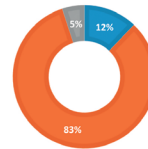
■ 17-21 ■ 21-25 ■ 26 en adelante



Gráfica No. 5. Datos sobre la edad del grupo objetivo de las clínicas de mama del Hospital General San Juan de Dios. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿CÓMO TE ENTERASTE DE LOS SERVICIOS DE LA CLÍNICA DE MAMA DEL HOSPITAL GENERAL SAN JUAN DE DIOS?

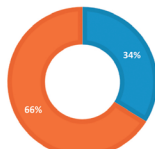
■ Documentos Impresos ■ Redes Sociales ■ Página Web



Gráfica No. 6. Información sobre el conocimiento de los servicios de las clínicas de mama del Hospital General San Juan de Dios hacia las mujeres guatemaltecas. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿TIENEN LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA LA PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE MAMA?

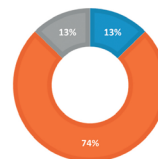
■ SI ■ NO



Gráfica No. 7. Datos sobre el conocimiento de la prevención del cáncer de mama en Guatemala ya sea por entidades públicas o privadas del país. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿QUÉ MEDIO PARA RECIBIR INFORMACIÓN PREFIERE?

■ Documentos Impresos ■ FB ■ Clínicas del Hospital



Gráfica No. 8. Datos sobre la preferencia del grupo objetivo para obtener información constante sobre la prevención del cáncer de mama. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## • Anexo 10. Procesamiento de información del grupo objetivo

Tabla 4

Análisis de procesamiento de información del Grupo Objetivo

Necesidad de Comunicación Visual Detectadas	Factores que lo causan	Soluciones propuestas por el profesional de Diseño Gráfico
Recibir información constante sobre el cáncer de mama en Guatemala y su prevención.	Falta de organización y síntesis de información a compartir.	Kit que incluya varios materiales, Panfletos, afiches y material editorial impreso.
Conocer sobre el programa de cáncer de mama del Hospital San Juan de Dios.	El desconocimiento de los servicios que ofrece el Hospital San Juan de Dios.	Infografía Informativa.
Informarse sobre los servicios que ofrece la clínica de mama de una manera atractiva y llamativa.	Falta de material llamativo, sin estudio previo.	BTL y campaña de servicios sociales a la mujer.
Compartir información en medios masivos y no masivos, más utilizados por mujeres guatemaltecas de clase media.	Falta de presupuesto y estrategias de distribución informativa.	Campañas publicitarias impresas y en redes sociales.

Identificación de problemas y posibles soluciones de comunicación visual hacia el Grupo Objetivo, de clínicas del Hospital General San Juan de Dios.

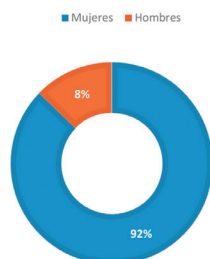
• **Anexo 11. Gráfica de resultados de características sociodemográficas**

## Esquema de encuesta

- ¿Sólo sexos femeninos atienden?
- ¿Cuál es el rango de edad de las mujeres que acuden por ayuda a las clínicas?
- ¿Las mujeres a las que atienden saben leer y escribir?
- ¿Las mujeres a las que atienden son en su mayoría madres con hijos o solteras?

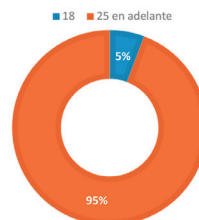
## Gráfica de resultados

¿SÓLO GÉNERO FEMENINO ATIENDEN?



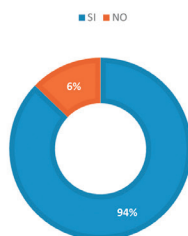
*Gráfica No. 1.* Según los resultados el 8% son hombres y el 92% son mujeres, ambos géneros son atendidos en las clínicas siendo con mayor frecuencia las mujeres las que recurren por ayuda eventualmente. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿CUÁL ES EL RANGO DE EDAD DE LAS MUJERES QUE ACUDEN POR AYUDA A LAS CLÍNICAS?



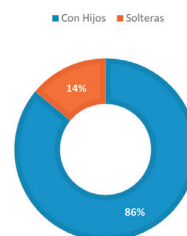
*Gráfica No. 2.* Según los resultados el 5% de mujeres tienen 18 años y el otro 95% tiene 25 años en adelante, por lo que son mujeres en un rango de edad intermedia las que recurren con mayor frecuencia por ayuda médica. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿LAS MUJERES A LAS QUE ATIENDEN SABEN LEER Y ESCRIBIR?



*Gráfica No. 3.* Según los resultados el 6% de mujeres no saben leer ni escribir y el otro 94% si por lo que un alto porcentaje de mujeres guatemaltecas, tiene una educación a nivel primario. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿LAS MUJERES A LAS QUE ATIENDEN SON EN SU MAYORÍA MADRES CON HIJOS O SOLTERAS?



*Gráfica No. 4.* Según los resultados el 14% de mujeres son solteras y el otro 86% son mujeres con hijos, por lo que la mayoría de mujeres que recurren por ayuda son en su mayoría quienes ya tienen 1 o más hijos. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

• **Anexo 12. Gráfica de resultados de características socioeconómicas**

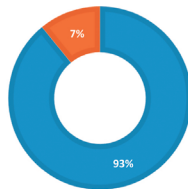
## Esquema de encuesta

- ¿Las mujeres en su mayoría son de escasos recursos o de clase media?
- ¿Qué medio de transporte utilizan?
- ¿Poseen algún dispositivo móvil para comunicarse?
- ¿Cuentan con electrodomésticos en sus hogares?
- ¿Qué tipo de alimentos consumen?
- ¿Qué horario es el usual para la compra de alimentos?
- ¿Con que frecuencia realizan compras?

## Gráfica de resultados

¿LAS MUJERES EN SU MAYORÍA SON DE ESCASOS RECURSOS O DE CLASE MEDIA?

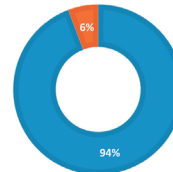
■ Escasos Recursos ■ Clase Media



*Gráfica No.5.* Según los resultados el 7% de mujeres son de Clase Media y el otro 83% son de Escasos Recursos, por lo que la mayoría de mujeres viven con limitaciones para su sobrevivencia diaria, tanto personal como familiar. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZAN?

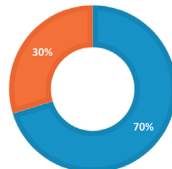
■ Público ■ Privado



*Gráfica No.6.* Según los resultados el 6% de mujeres utilizan transporte privado y el otro 94% transporte público, por lo que la mayoría de mujeres utilizan el servicio colectivo por economía. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿POSEEN ALGÚN DISPOSITIVO MÓVIL PARA COMUNICARSE?

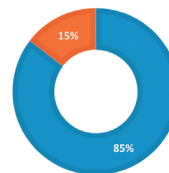
■ SI ■ NO



*Gráfica No.7.* Según los resultados el 30% de mujeres no posee un dispositivo móvil y el otro 70% si lo posee, por lo que la mayoría tiene acceso a un teléfono celular normal y en pocas ocasiones a uno inteligente. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿CUENTAN CON ELECTRODOMÉSTICOS EN SUS HOGARES?

■ Refrigeradora, TV, Estufa, Equipo de Sonido  
■ Computadora, Teléfono Inteligente, Lavadora, Microondas

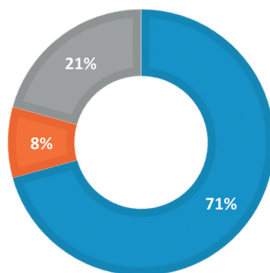


*Gráfica No.8.* Según los resultados el 15% de mujeres poseen Computadora, Teléfono Inteligente, Lavadora, microondas y el otro 85% solo posee refrigeradora, TV, Estufa y Equipo de sonido, por lo que la mayoría tiene acceso a electrodomésticos de bajo costo. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>



### ¿QUÉ TIPO DE ALIMENTOS CONSUMEN?

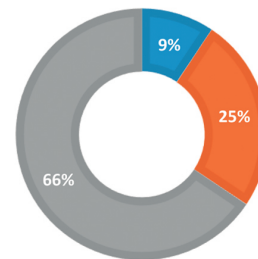
■ Granos Básicos Agranel ■ Comida Rápida ■ Productos Marca Suli



*Gráfica No.9.* Según los resultados el 8% de mujeres consumen Comida Rápida, el 21% Productos Marca Suli y el otro 71% Granos Básicos a granel, por lo que la mayoría de mujeres consumen alimentos de bajo costo para nivelar su economía. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

### ¿QUÉ HORARIO ES EL USUAL PARA LA COMPRA DE ALIMENTOS?

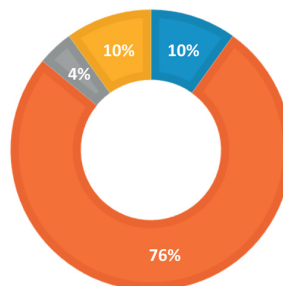
■ 8:30 a. m. ■ 10:00 a.m ■ 11:00 a.m.



*Gráfica No.10.* Según los resultados el 9% compra alimentos a las 8:30 a.m., el 25% a las 10:00 a.m. y el otro 66% restante a las 11:00 a.m. por lo que la mayoría de mujeres compran sus alimentos de 11:00 a.m. en adelante, para tener la comida lista para sus hijos o para el tiempo de almuerzo del trabajo. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

### ¿CON QUE FRECUENCIA REALIZAN COMPRAS?

■ Semanal ■ Mensual ■ Diario ■ Quincenal



*Gráfica No.11.* Según los resultados el 10% de mujeres realizan compras de manera Semanal y Quincenal, el 4% a diario y el otro 76% restante de manera Mensual por lo que la mayoría de mujeres realizan compras con poca frecuencia esto debido a su estado económico. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

- **Anexo 13. Gráfica de resultados de la relación entre el grupo objetivo y la institución**

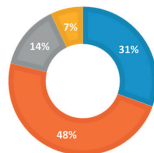
## Esquema de encuesta

- ¿Cada cuánto visita las clínicas de mama del hospital San Juan de Dios?
- ¿Realiza consulta en línea o por alguna red social para comunicarse con las clínicas de mama del Hospital San Juan de Dios?
- ¿Por qué medio prefiere sus consultas, en línea o de manera presencial en el lugar?
- ¿Conoce sobre los servicios que ofrece la clínica de mama del Hospital San Juan de Dios?  
Si su respuesta fue afirmativa, ¿Qué servicios conoce?
- ¿En qué rango de 1 a 10 califica el servicio que les brinda las clínicas de mama del hospital San Juan De Dios?
- ¿Cómo describen la atención personal que les brindan los trabajadores de la clínica de mama y el personal en general del Hospital General San Juan de Dios?

## Gráfica de resultados

¿CADA CUÁNTO VISITA LAS CLÍNICAS DE MAMA DEL HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS?

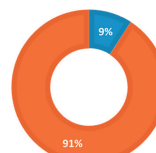
■ Mensual ■ Semanal ■ Trimestral ■ Semestral



**Gráfica No.11.** Según los resultados el 31% de mujeres visita las clínicas mensualmente, el 48% semanalmente, el 14% de manera trimestral, y el 7% restante de manera semestral, por lo que la mayoría de mujeres visitan las clínicas de manera semanal y mensual. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

¿REALIZA CONSULTA EN LÍNEA O POR ALGUNA RED SOCIAL PARA COMUNICARSE CON LAS CLÍNICAS DE MAMA DEL HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS?

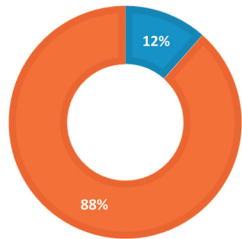
■ SI ■ NO



**Gráfica No.12.** Según los resultados el 9% de mujeres realiza consultas en línea mediante página web a las clínicas de mama, y el 91% restante por alguna red social, por lo que la mayoría de mujeres realizan consultas por medio de redes sociales siendo las más utilizadas FB y WhatsApp, aunque es un bajo porcentaje quienes cuentan con un dispositivo para realizar este tipo de consultas o servicios. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿CONOCE SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA CLÍNICA DE MAMA DEL HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS?**

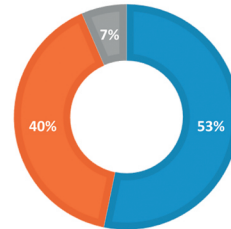
■ SI ■ NO ■



*Gráfica No.13.* Según los resultados el 12% de mujeres conocen a cerca de los servicios de las clínicas de mama y el 88% restante los desconocen, por lo que un alto porcentaje de mujeres guatemaltecas no conocen los servicios que presta esta clínica. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**SI SU RESPUESTA FUE AFIRMATIVA, ¿QUÉ SERVICIO CONOCE?**

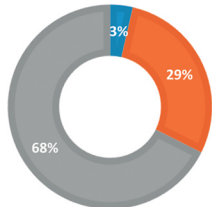
■ Radioterapias ■ Servicios Oncológicos ■ Quimioterapia



*Gráfica No.14.* Según los resultados el 53% de mujeres conocen a cerca de los servicios de Radioterapia, el 40% sobre Servicios Oncológicos y el 7% restante de Quimioterapia, por lo que un porcentaje elevado de mujeres guatemaltecas desconoce de todos los servicios que ofrece la clínica en conjunto. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿EN QUE RANGO DE 1 A 10 CALIFICA EL SERVICIO QUE LES BRINDA LAS CLÍNICAS DE MAMA DEL HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS?**

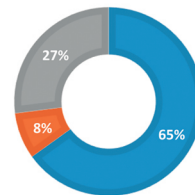
■ 1 ■ 5 ■ 10



*Gráfica No.15.* Según los resultados el 3% de mujeres califican el servicio en una ponderación de 1pts., el 29% en una ponderación de 5pts. y el 68% restante en un rango de 5 a 10 pts., por lo que un porcentaje elevado de mujeres guatemaltecas se sienten satisfechas con la atención recibida en la clínica. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿CÓMO DESCRIBEN LA ATENCIÓN PERSONAL QUE LES BRINDAN LOS TRABAJADORES DE LA CLÍNICA DE MAMA Y EL PERSONAL EN GENERAL DEL HOSPITAL GENERAL SAN JUAN DE DIOS?**

■ Buena ■ Mala ■ Regular



*Gráfica No.16.* Según los resultados el 65% de mujeres califican el servicio Bueno, el 8% mala y el 27% restante regular, por lo que un porcentaje elevado de mujeres guatemaltecas califican la atención recibida por el personal como buena. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

- *Anexo 14. Justificación del proyecto*

## *Incidencia*

Guatemala con más de 13 millones de habitantes, Tiene más de cinco mil casos de cáncer de mama reportados al año, en los hospitales nacionales. El problema está en que, en países desarrollados, cuando una mujer es diagnosticada, el 13 por ciento resulta en mortandad, pero en países no desarrollados, como el nuestro, es el 67 por ciento, debido a que los casos ya están tan avanzados que disminuye las probabilidades de combatir la enfermedad.

En Guatemala hay entre 14 mil y 16 mil personas viviendo con cáncer, mueren 7 mil 250 y hay aproximadamente 8 mil casos nuevos cada año”, informó el galeno, quien aseguró que los tratamientos para curar este mal son costosos, algunos alcanzan un costo de hasta Q1 millón.

Aunque esta enfermedad es propagada en todas las mujeres sin importar su clase social con mayor afluencia afecta en mayor número a las mujeres de escasos recursos y clase media que no cuentan con el apoyo tanto económico como apoyo por parte de la sociedad para poder afrontar la enfermedad.

La clínica de Quimioterapia de Mama del Hospital General San Juan de Dios actualmente cuentan con un programa oncológico para las pacientes con esta enfermedad, el cual es de beneficio para muchas mujeres de escasos recursos, que ayudan a salvar y a mantener una vida normal por medio de los tratamientos gratuitos que ellos dan a los pacientes.

## *Trascendencia*

Para las clínicas de Quimioterapia de mama del Hospital General San Juan de Dios, es importante la detección temprana de cáncer, de las mujeres de la población guatemalteca ya que sus servicios son prestados de manera gratuita a las mujeres de escasos recursos con la finalidad de salvar vidas y dar los tratamientos necesarios para reducir el índice de mortandad en nuestro país.

El personal que conforma las clínicas de mama, han luchado por ser escuchados y por mantener material informativo a la disposición de las mujeres como método de prevención en contra del cáncer, ya que para ellos el cáncer es sinónimo de vida y no de muerte como muchas personas piensan, es por lo cual por medio de apoyo de material informativo se pretende incidir de una manera masiva en las mujeres de escasos recursos y de clase media para disminuir la mortandad que esta enfermedad deja cada año y aumentar la sensibilidad de vida en las mujeres provocando sensibilidad y deseo de realizar sus chequeos médicos constantemente sin temor alguno, para poder prevenir la enfermedad antes que la enfermedad las sorprenda a ellas.

El problema del cáncer de mama más que un tema social, es una temática a nivel nacional, mundial y socioeconómico, la incidencia de la pobreza en Guatemala es un factor que determina el número de muertes anuales ya que las mujeres no se informan de los tratamientos gratuitos que existen actualmente en el país y por su situación

económica no puede cubrir con el gasto tan elevado de los tratamientos.

Una de las funciones de las clínicas de mama del Hospital General San Juan de Dios es la lucha contra la prevención temprana del cáncer de mama en las mujeres para reducir el alto nivel de mortandad en la mujer guatemalteca perdiendo el derecho a la vida pudiendo salvarse a tiempo, para poder desarrollarse y luchar por nuestra sociedad.

Las mujeres vulnerables de la ciudad de Guatemala, son un grupo de mujeres de 30 años en adelante las que padecen de esta enfermedad con mayor frecuencia.

El kit informativo incluirá distintos materiales didácticos interactivos que serán de apoyo para las campañas de prevención será especialmente para mujeres de 25 años en adelante de escasos recursos de nivel medio bajo. La información incluida será de acuerdo al estudio previo anteriormente realizado de acuerdo al perfil, socioeconómico, físico, psicológico, emocional del grupo objetivo.

• Anexo 15. Antecedentes gráficos


Guía Educativa

Guía Educativa

## Técnicas y métodos para el autoexamen



Usa las yemas de tus tres dedos medios para revisar tus senos.



Busca bultos, nódulos, hoyuelos, inflamaciones o engrosamientos. Está atenta a cambios de tamaño, forma, color o secreción.

**FRONTE AL ESPEJO**



Con los brazos a los lados observa detenidamente el aspecto de los senos.



Con las manos en la cintura, mueva los codos hacia adelante. Fíjate si hay deformación en los senos.



Con las manos detrás de la cabeza, presiona hacia adelante. Observa si hay bultos.

**FRONTE AL ESPEJO**



Palpa suavemente en busca de bultos o engrosamientos anormales.



Levanta el brazo derecho y examina el seno con la otra mano.



Levanta el brazo izquierdo y examina el seno con la otra mano.

**EN LA CAMA**



Acuéstate sobre la espalda, coloca una almohada bajo tu hombro y coloca el brazo detrás de la cabeza.



Examina el seno con la otra mano y luego cambia de lado. Está alerta ante cualquier anomalía en las mamas y axilas.

### Plan de detección temprana de acuerdo a su edad

20+	40+	50+
<ul style="list-style-type: none"><li>Autoexamen mensual preferiblemente una semana después de la menstruación.</li><li>Examen clínico anual</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Autoexamen mensual</li><li>Examen clínico mamario anual</li><li>Mamografía cada dos años dependiendo de los resultados anteriores</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Autoexamen mensual</li><li>Examen clínico mamario anual</li><li>Mamografía cada año</li></ul>



**Video Informativo 1, Fudecan/  
reportaje Programa Sin Reservas,  
Guatevisión Julio 2012**

YouTube

Buscar



Fundecan / Reportaje Programa Sin Reservas, Guatevisión, Julio 2012

489 vistas

1 0 COMPARTIR ...

**Video Informativo 1, Sala de  
Quimioterapias San Juan de Dios**

YouTube

Buscar



Sala de Quimioterapias San Juan de Dios

3,094 vistas

2 0 COMPARTIR ...

## Página de FB, fanpage cáncer de mama Guatemala, portada inicial

The screenshot shows the Facebook cover page for the page 'Cancer de Mama Guatemala'. The cover image features a hand holding a glowing sphere with the text 'Cáncer de mama' and 'Observe Tumor'. Below the cover image, there are buttons for 'Me gusta', 'Seguir', 'Recomendar', and 'Contactarnos'. The left sidebar contains navigation options: 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Opiniones', 'Videos', 'Publicaciones', 'Eventos', and 'Comunidad'. On the right, there are recommendations for 'Clínica de salud de la mujer en Ciudad de Guatemala' and 'Comunidad'.

## Publicaciones informativas

This screenshot shows a post on the 'Cancer de Mama Guatemala' Facebook page. The post is from 'Cancer de Mama Guatemala' and is dated '29 de octubre de 2016'. It includes a link to a YouTube video: 'https://youtu.be/12gEM4kUZgY'. The video title is 'Clínica de Mama' and the description is 'Clínica de Mama hospital General San Juan De Dios. Reporte Sin Reservas en Guatevisión'. The post has 13 likes and 16 shares. Below the post, there is a comment box with the text 'Escribe un comentario...'. On the right side of the page, there are recommendations for other pages: 'Clínica de Mama...', 'Lutando contra o...', and 'Tactical Combat...'. At the bottom, there are language options and a footer with 'Facebook © 2018'.



• **Anexo 16. Instrumento de autoevaluación nivel de producción gráfica 1**

**Tabla de cotejo / Campaña publicitaria**

Criterios para la selección de opciones De Campaña Publicitaria	Opción A		Opción B		Opción C	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Presenta impacto de comunicación visual la jerarquía de los elementos?	■			■	■	
¿Es legible la frase del copy dentro de la diagramación?	■		■			■
¿Es una propuesta de diseño que se puede adaptar a varios medios de comunicación sin perder su esencia?	■		■		■	
¿Se cuenta con recursos humanos, físicos y financieros por parte de la institución?	■		■		■	
¿La composición tiene una buena lectura a la hora del recorrido visual?	■			■		■
¿Está propuesta generará impacto en la mujer guatemalteca?	■			■		■
¿Cumple la propuesta de campaña con el objetivo principal de la institución?	■		■		■	
¿Ofrece facilidad de ejecución la propuesta de diseño?	■		■		■	
¿La propuesta de diseño es agradable a primera vista?	■			■	■	
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>3</b>
<b>Prioridad</b>	<b>1</b>		<b>3</b>		<b>2</b>	


**Tabla de cotejo / Folleto informativo e ilustrativo**

Criterios para la selección de opciones de páginas interiores de folleto informativo	Opción A		Opción B		Opción C	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Presenta impacto y legibilidad la propuesta planteada?	■		■			■
¿Es funcional la distribución y diagramación de los elementos dentro de la composición presentada?		■	■			■
¿Tiene una lectura visual adecuada la información e ilustración dentro de las páginas interiores del folleto de esta opción?	■		■		■	
¿Se cuenta con recursos humanos, físicos y financieros por parte de la institución para su reproducción?	■		■		■	
¿Leerán correctamente las mujeres de la ciudad capital el contenido según la jerarquía propuesta en las páginas del folleto?		■	■			■
¿Según la presentación de diagramación del contenido será de interés para la mujer guatemalteca?	■		■			■
¿Ofrece facilidad de ejecución la propuesta de diseño?	■		■		■	
¿Es funcional que sea un formato cuadrado y no rectangular al acostumbrado usualmente ?	■		■		■	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Prioridad</b>	<b>2</b>		<b>1</b>		<b>3</b>	

*Tabla de cotejo / Fichas para juego preventivo*

Criterios para la selección de opciones de fichas informativas- ilustrativas de juego educativo	Opción A		Opción B		Opción C	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Representa impacto y legibilidad la propuesta?	■			■	■	
¿Es funcional la información y elementos propuestos dentro de las fichas del juego?	■		■		■	
¿Es legible la distribución de información e ilustración dentro de las fichas del juego?	■		■		■	
¿Se cuenta con recursos humanos, físicos y financieros por parte de la institución para su reproducción?		■	■		■	
¿Podrá la institución por medio de esta propuesta generar impacto y educar a la mujer guatemalteca?	■			■	■	
¿La propuesta de ficha informativa cumple con los elementos necesarios para informar la esencia del tema?	■		■		■	
¿Según la presentación gráfica de las fichas será de interés para la mujer guatemalteca?		■		■	■	
¿Es funcional realizar fichas con otro tipo de forma a la rectangular o cuadrada acostumbrados a ver en los juegos?	■		■		■	
¿Ofrece facilidad de ejecución la propuesta de diseño?		■	■		■	
¿Tiene impacto la forma y diseño visual de la ficha en esta propuesta?	■			■	■	
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
<b>Prioridad</b>		<b>2</b>		<b>3</b>	<b>1</b>	

• Anexo 17. Instrumento de validación para diseñadores gráficos



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

**NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN / VALIDACIÓN**  
Proyecto de Graduación

A continuación, se presenta una serie de variables que serán evaluadas con personas profesionales en Diseño Gráfico, para el Kit editorial preventivo cáncer de mama ¡Una alerta rosa! de apoyo visual informativo para la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios, como parte del Proyecto "A" de Graduación. El concepto es **Sostén fuerte y reforzándolo con la frase de cierre ¡Una alerta rosa!**

**Instrucciones:** Después de haber revisado el contenido para el kit editorial preventivo cáncer de mama, marque la respuesta que considere correcta según su criterio profesional.

En esta sección responde según tu criterio luego de haber analizado la pieza de diseño que incluye el Kit preventivo cáncer de mama anteriormente presentada

En la escala: 1. Deficiente 2. Malo 3. Bueno 4. Muy bueno 5. Excelente

**Validación Campaña Publicitaria**

- ¿Crea impacto a primera vista la pieza de diseño en cuanto a composición y colores?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Cómo considera el mensaje de comunicación visual?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Cómo considera la representación gráfica en la pieza?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿La tipografía es adecuada para la pieza de diseño?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente

- ¿Es legible la composición en cuanto a contraste?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Observación o recomendación que desee aportar para mejorar la pieza de diseño como profesional en el ámbito del diseño gráfico?

**Validación de diagramación para folleto**

- ¿Cree que es funcional un formato cuadrado para un folleto?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Considera funcional el recorrido visual la diagramación?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Es legible la tipografía empleada para el cuerpo del texto?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿La diagramación facilita la lectura del contenido?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Se distingue la información e ilustraciones con el contraste de color utilizado?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Observación o recomendación que desee aportar para mejorar la pieza de diseño como profesional en el ámbito del diseño gráfico?

**Validación de Fichas informativas para juego educativo (Autoexamen y alertas)**

- ¿Llama la atención la pieza de diseño en cuanto a forma, colores y composición?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Considera adecuada la diagramación dentro de la ficha?  

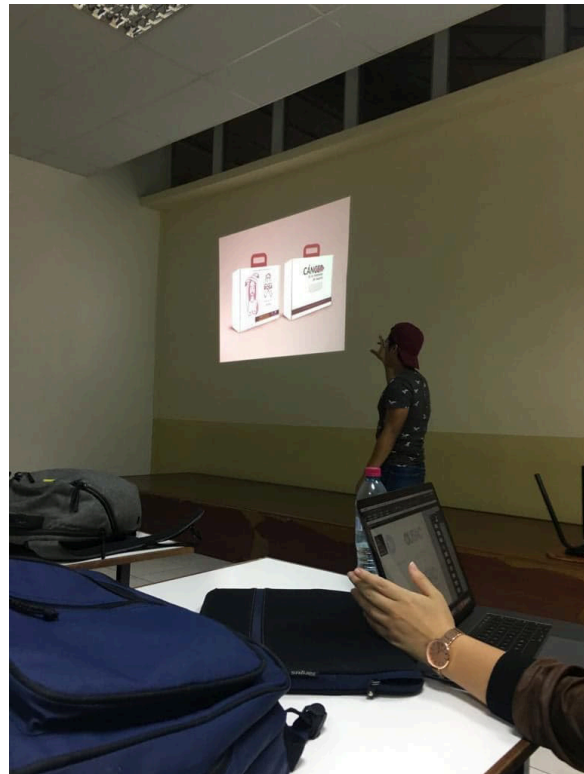
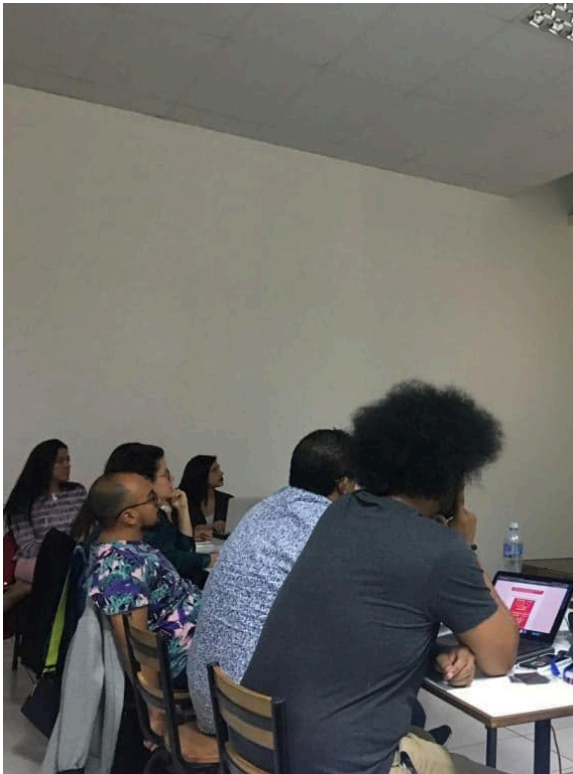
	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Considera funcional la pieza en cuanto al troquelado de la forma?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Tiene peso visual la ilustración dentro de la pieza de diseño?  

	1	2	3	4	5	
Deficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente
- ¿Observación o recomendación que desee aportar para mejorar la pieza de diseño como profesional en el ámbito del diseño gráfico?

¡Muchas gracias por su apoyo, será de gran ayuda para poder finalizar con éxito mi Proyecto de Graduación!

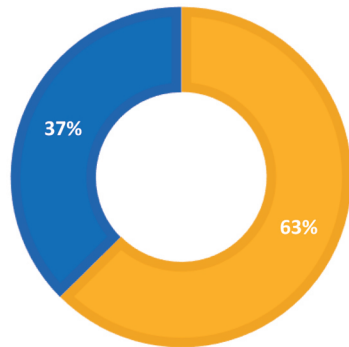
- **Anexo 18. Validación proyecto de graduación con profesionales de diseño gráfico**



• **Anexo 19. Resultados Gráficos de la validación con profesionales de diseño gráfico, campaña publicitaria**

### ¿CREA IMPACTO A PRIMERA VISTA LA PIEZA DE DISEÑO EN CUANTO A COMPOSICIÓN Y COLORES?

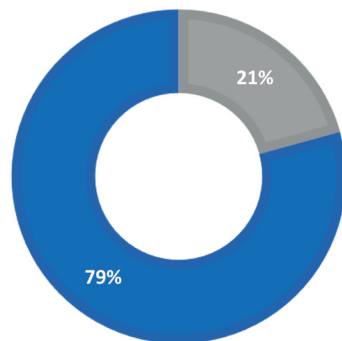
■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.1.** Según los resultados obtenidos durante la validación de la campaña publicitaria refleja un 37% excelente el otro 63% muy bueno en relación al impacto visual a primera vista que genera la pieza de diseño en color y composición en general, por lo que la mayoría de profesionales consideran muy bueno el impacto que brinda la pieza de diseño a primera vista. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

### ¿SE ENTIENDE EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN VISUAL?

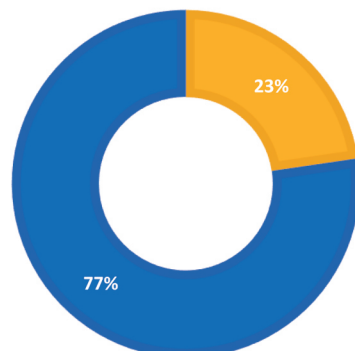
■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.2.** Según los resultados obtenidos durante la validación en la campaña publicitaria refleja un 21% bueno y el otro 79% excelente afirmando que, si se entiende el mensaje de comunicación visual, por lo que la mayoría de profesionales consideran que si es eficiente y se comprende el mensaje de comunicación visual dentro de la pieza de diseño. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

### ¿SE ENTIENDE LA REPRESENTACIÓN GRÁFICA?

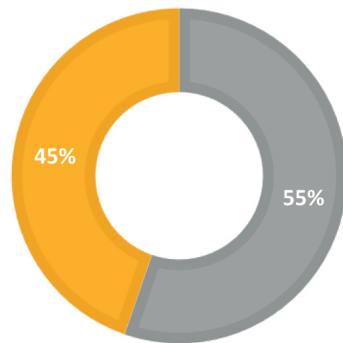
■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.3.** Según los resultados obtenidos durante la validación de la campaña publicitaria refleja un 23% muy bueno y el otro 77% excelente en relación que si se comprende la representación gráfica, por lo que la mayoría de profesionales consideran que si es eficiente la ilustración ya que si se entiende dentro de la pieza de diseño. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿CREE QUE LA FORMA EN QUE SE DIAGRAMÓ EL CONTENIDO LLAME LA ATENCIÓN PARA QUE SE INTERESEN EN PODER LEER EL CONTENIDO?

■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente

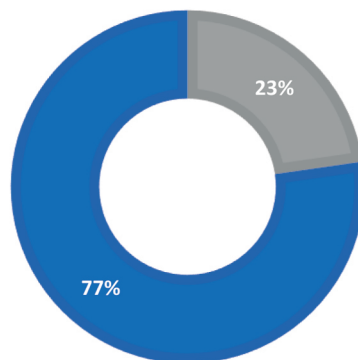


**Gráfica No.4.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las páginas interiores del folleto refleja un 55% bueno y el otro 45% muy bueno en cuanto a si llama la atención leer el contenido del folleto con la diagramación y retícula utilizada, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que es una buena propuesta de diagramación moderna y que se sale de lo común. Formularios de google.

Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿ES LEGIBLE LA INFORMACIÓN E ILUSTRACIONES CON EL CONTRASTE DE COLOR UTILIZADO?

■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



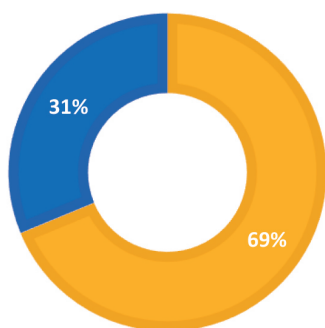
**Gráfica No.5.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las páginas interiores del folleto refleja un 77% excelente y el otro 23% bueno en cuanto a legibilidad de información e ilustraciones con el contraste de color utilizado, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que se hace buen uso del color ya que contrasta tanto la información como las ilustraciones en conjunto. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>



• **Anexo 20. Resultados gráficos de la validación con profesionales de diseño gráfico, páginas interiores de folleto**

**¿CREE QUE ES FUNCIONAL UN FORMATO DISTINTO, EN ESTA OCASIÓN CUADRADO AL ESTÁNDAR QUE ES RECTANGULAR?**

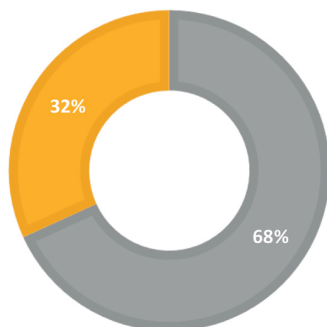
■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.1.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las páginas interiores del folleto refleja un 69% bueno y el otro 31 % excelente en cuanto a tamaño de formato empleado, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que si es funcional la elaboración del folleto en un formato distinto al usual. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿TIENE UN BUEN RECORRIDO VISUAL LA DIAGRAMACIÓN?**

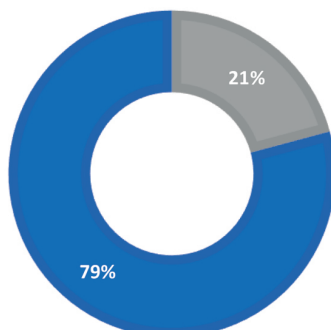
■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.2.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las páginas interiores del folleto refleja un 68% bueno y el otro 32% muy bueno en cuanto al buen recorrido visual de la diagramación, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que se tiene en las páginas un buen recorrido visual en cuanto a la lectura. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿ES LEGIBLE LA TIPOGRAFÍA EMPLEADA PARA EL CUERPO DEL TEXTO?**

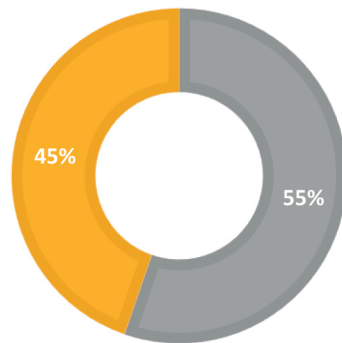
■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.3.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las páginas interiores del folleto refleja un 79% excelente y el otro 21% bueno en relación al uso correcto de la tipografía en el cuerpo de texto, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que es una buena selección tipográfica para el cuerpo de texto del folleto presentado. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿CREE QUE LA FORMA EN QUE SE DIAGRAMÓ EL CONTENIDO LLAME LA ATENCIÓN PARA QUE SE INTERESEN EN PODER LEER EL CONTENIDO?

■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente

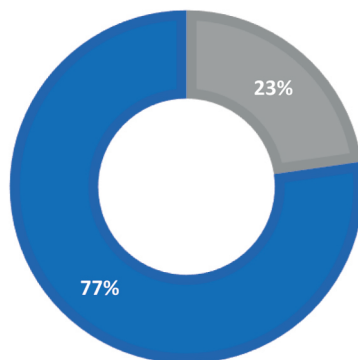


**Gráfica No.4.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las páginas interiores del folleto refleja un 55% bueno y el otro 45% muy bueno en cuanto a si llama la atención leer el contenido del folleto con la diagramación y retícula utilizada, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que es una buena propuesta de diagramación moderna y que se sale de lo común. Formularios de google.

Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿ES LEGIBLE LA INFORMACIÓN E ILUSTRACIONES CON EL CONTRASTE DE COLOR UTILIZADO?

■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



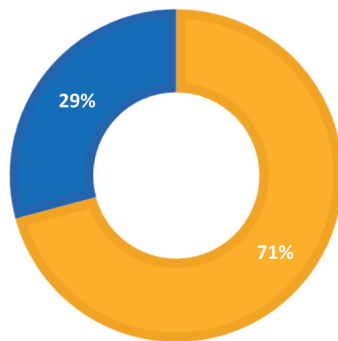
**Gráfica No.5.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las páginas interiores del folleto refleja un 77% excelente y el otro 23% bueno en cuanto a legibilidad de información e ilustraciones con el contraste de color utilizado, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que se hace buen uso del color ya que contrasta tanto la información como las ilustraciones en conjunto. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>



- **Anexo 21. Resultados gráficos de la validación con profesionales de diseño gráfico, fichas para juego educativo síntomas y autoexamen**

## ¿LLAMA LA ATENCIÓN LA PIEZA DE DISEÑO EN CUANTO A FORMA, COLORES Y COMPOSICIÓN?

■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente

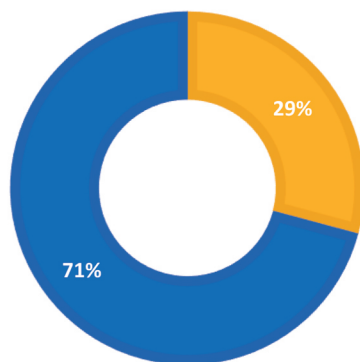


**Gráfica No.1.** Según los resultados obtenidos durante la validación de las fichas para juego educativo síntomas y pasos para el Autoexamen refleja un 71% muy bueno y el otro 29% excelente en relación a si llama la atención la pieza de diseño en cuanto a forma, color y composición, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que son piezas llamativas desde la forma hasta los colores empleados para las mismas.

Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿ES LEGIBLE LA INFORMACIÓN COLOCADA DENTRO DE LA FICHA?

■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente

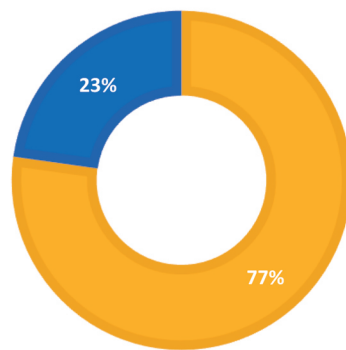


**Gráfica No.2.** Según los resultados obtenidos durante la validación de las fichas para juego educativo síntomas y pasos para el Autoexamen refleja un 71% excelente y el otro 29% muy bueno en el grado de legibilidad de la información dentro de la composición, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que la información es legible ya que se resalta por medio del contraste de color de fondo. Formularios de google.

Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿CONSIDERA FUNCIONAL LA PIEZA EN CUANTO A FORMA?

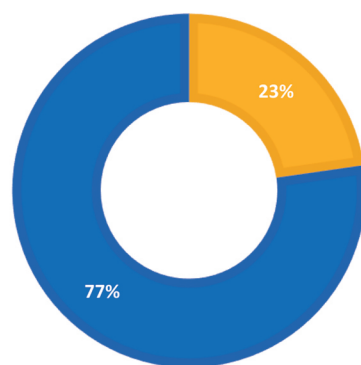
■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.3.** Según los resultados obtenidos durante la validación de las fichas para juego educativo síntomas y pasos para el Autoexamen refleja un 77% muy bueno y el otro 23% excelente en relación de funcionalidad de la forma de la pieza de diseño, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que es una forma atractiva y llamativa al salirse de la forma usual rectangular. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>


## ¿SE ENTIENDE LA REPRESENTACIÓN GRÁFICA VISUAL ?

■ Deficiente ■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.4.** Según los resultados obtenidos durante la validación de las fichas para juego educativo síntomas y pasos para el Autoexamen refleja un 77% excelente y el otro 23% muy bueno hablando de la eficiencia de la representación gráfica visual, por lo que la mayoría de profesionales, consideran que la representación gráfica dentro de las fichas es legible y se entiende perfectamente. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

• Anexo 22. Instrumento de validación para el grupo objetivo



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

**NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN / VALIDACIÓN**  
Proyecto de Graduación

A continuación, se presenta una serie de variables que serán evaluadas con el grupo objetivo, para el Kit editorial preventivo cáncer de mama [Una alerta rosa] de apoyo visual informativo para la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios, como parte del Proyecto "A" de Graduación.

**Instrucciones:** Después de haber revisado e interactuado con el contenido para el kit editorial preventivo cáncer de mama, responda las preguntas que se le proporcionan a continuación:

Nombre: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Tiene Hijos: **SI NO**

**Validación Campaña Publicitaria**

1. ¿En qué orden observó los elementos de la imagen presentada? Numere según como fue observando en la imagen.

----- [DESPIERTA] Examinarte a tiempo te salva la vida  
----- dibujo con el síntoma  
----- Nombre del síntoma fluidos desconocidos  
----- Hazte el AUTOEXAMEN  
----- Consulta al médico cirujano mastólogo

2. ¿Entendió el dibujo que se le presentó? Subraye la respuesta que considere correcta.

**1. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**

3. ¿Qué texto es el que más recuerda de la imagen presentada? Subraye el que más recuerde de los que se presentan a continuación:

A. [DESPIERTA]  
B. Examinarte a tiempo te salva la vida  
C. Fluidos Desconocidos  
D. Hazte el AUTOEXAMEN  
E. Consulta al médico cirujano mastólogo

4. ¿Encontró con facilidad el síntoma presentado? Subraye la respuesta que considere correcta.

**1. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**

5. ¿Se le facilitó la lectura de las palabras y frases en la imagen o se le dificultó? Subraye la respuesta que considere correcta.

**2. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**

**Validación de folleto informativo**

1. ¿Le llama la atención la portada del folleto y el título RECETAS PARA MAMA? Si su respuesta es no escribir el por qué.

2. ¿En qué orden vio los elementos dentro de la hoja?

3. ¿Se le facilitó la lectura del texto que contienen la página? Subraye la respuesta que considere correcta.

**1. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**

4. ¿Le llama la atención leer la información? Subraye la respuesta que considere correcta.

**1. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**

**Validación de Fichas Informativas para juego educativo (Autoexamen y alertas)**

1. ¿Qué dibujo ve en las imágenes presentadas a continuación acerca del tema autoexamen?

2. ¿Qué dibujo ve en la imagen presentada a continuación acerca de los síntomas del cáncer de mama?

3. ¿Le gusta o le llama la atención el juego conocido como memoria? Subraye la respuesta que considere correcta.

**1. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**

4. ¿Le parece bien el juego tipo memoria para educar acerca del tema cáncer de mama, o sugiere un juego de mesa distinto?

**1. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**

5. ¿Le llama la atención la forma de las fichas? Subraye la respuesta que considere correcta.

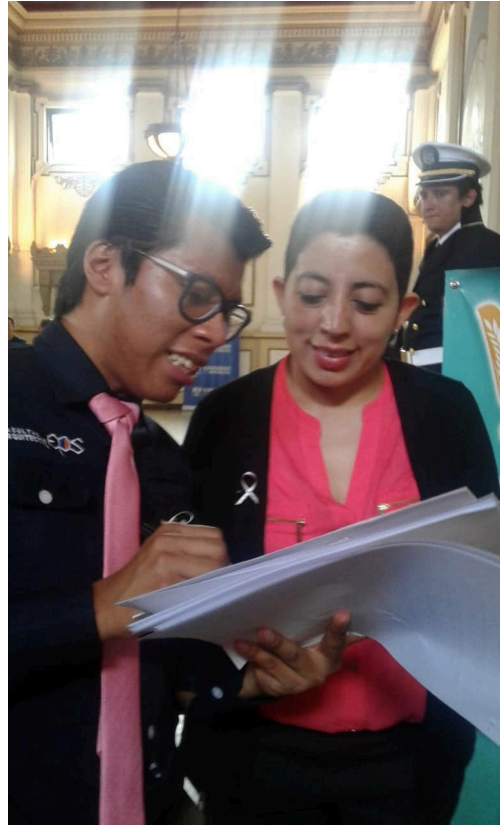
**1. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**

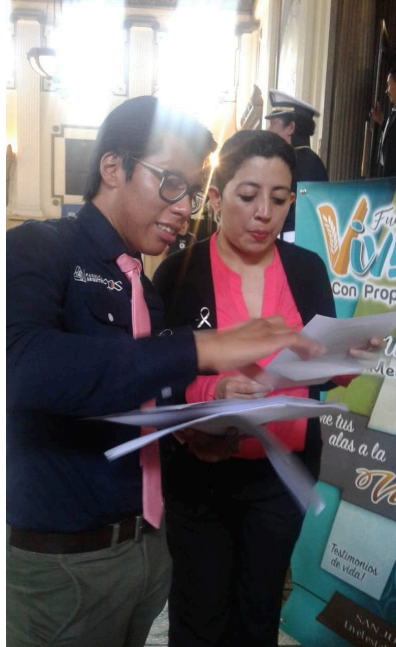
**[Muchas gracias por su apoyo, será de gran ayuda para poder generar un material visual educativo eficiente, para prevenir a la mujer guatemalteca del cáncer de mama!]**

• Anexo 23. Validación con el grupo objetivo en el Congreso de la República de Guatemala







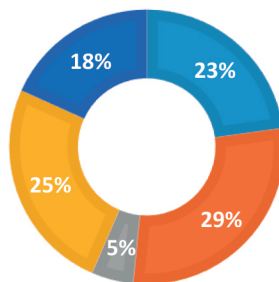




• **Anexo 24. Resultados gráficos de la validación con grupo objetivo, campaña publicitaria**

**¿EN QUÉ ORDEN VIO LOS ELEMENTOS DE LA IMAGEN PRESENTADA? NUMERE SEGÚN COMO FUE OBSERVANDO EN LA IMAGEN.**

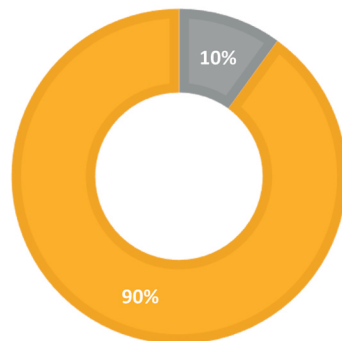
- 2. ¡DESPIERTA! Examinarte a tiempo te salva la vida
- 1. Dibujo con el síntoma
- 4. Nombre del síntoma fluidos desconocidos
- 3. Hazte el AUTOEXAMEN
- 5. Consulta al médico cirujano mastólogo



**Gráfica No.1.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la campaña publicitaria refleja un 5% en el numeral 4, 18% en el numeral 5, 23% en numeral 2, 25% en el numeral 3 y el otro 29% en el numeral 1, por lo que la mayoría de pacientes oncológicas vieron primero la representación gráfica del síntoma presentado, luego el copy y frase complementaria. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿ENTENDIÓ EL DIBUJO QUE SE LE PRESENTÓ? SUBRAYE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA.**

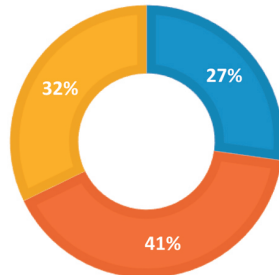
- Malo
- Bueno
- Muy Bueno
- Excelente



**Gráfica No.2.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la campaña publicitaria refleja un 10% bueno y el otro 90% excelente, por lo que la mayoría de pacientes oncológicas entendieron a la perfección la representación gráfica de la ilustración que presenta el síntoma. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿QUÉ TEXTO ES EL QUE MÁS RECUERDA DE LA IMAGEN PRESENTADA? SUBRAYE EL QUE MÁS RECUERDE DE LOS QUE SE PRESENTAN A CONTINUACIÓN:**

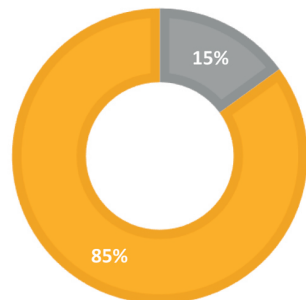
- ¡DESPIERTA!
- Examínate a tiempo te salva la vida
- Fluidos Desconocidos
- Hazte el AUTOEXAMEN
- Consulta al médico cirujano mastólogo



**Gráfica No.3.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la campaña publicitaria refleja un 27% recuerdan la palabra “Despierta”, 32% “Hazte el autoexamen” y el otro 41% “Examínate a tiempo te salva la vida” por lo que la mayoría de pacientes oncológicas si recuerdan la frase de prevención y la alerta presentada en el mensaje de comunicación visual. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿ENCONTRÓ CON FACILIDAD EL SÍNTOMA PRESENTADO? SUBRAYE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA.**

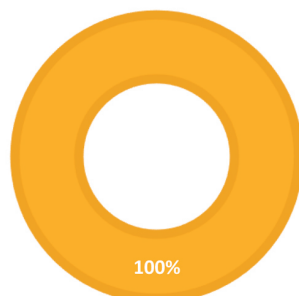
- Malo
- Bueno
- Muy Bueno
- Excelente



**Gráfica No.4.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la campaña publicitaria refleja un 15% muy bueno y el otro 85% excelente por lo que la mayoría de pacientes oncológicas encontraron con facilidad el síntoma presentado en el mensaje de comunicación visual. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿SE LE FACILITÓ LA LECTURA DE LAS PALABRAS Y FRASES EN LA IMAGEN O SE LE DIFICULTÓ? SUBRAYE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA.**

- Malo
- Bueno
- Muy Bueno
- Excelente



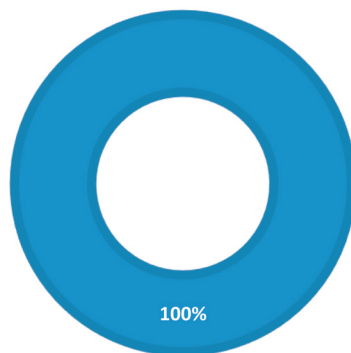
**Gráfica No.5.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la campaña publicitaria refleja un 100% excelente por lo que a todas las pacientes oncológicas se les facilitó la lectura de las frases y palabras utilizadas en el mensaje de comunicación visual preventivo. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>



• **Anexo 25. Resultados gráficos de la validación con grupo objetivo, páginas interiores de folleto**

**¿LE LLAMA LA ATENCIÓN LA PORTADA DEL FOLLETO Y EL TÍTULO RECETAS PARA MAMA? SI SU RESPUESTA ES NO ESCRIBIR ÉL POR QUÉ.**

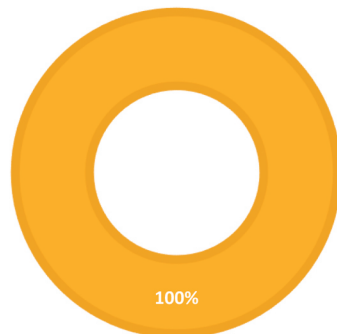
■ Sí ■ NO ■ por que



**Gráfica No.1.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la portada del folleto un 100% respondió Sí, por lo que a todas las pacientes oncológicas les pareció llamativo y atractivo el título y la composición de la portada del folleto Recetas para mamá . Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿SE LE FACILITA LA LECTURA DEL TEXTO QUE CONTIENE LA PÁGINA? SUBRAYE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA.**

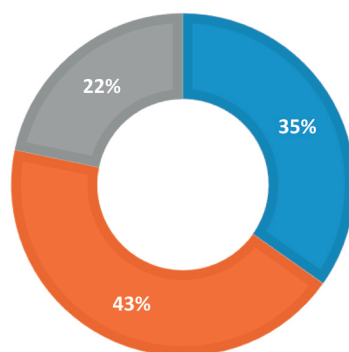
■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.2.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto al folleto un 100% respondió excelente, por lo que a todas las pacientes oncológicas se les facilitó la lectura del cuerpo de texto por la síntesis y tamaño de la tipografía. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿EN QUÉ ORDEN VIO LOS ELEMENTOS DENTRO DE LA HOJA?

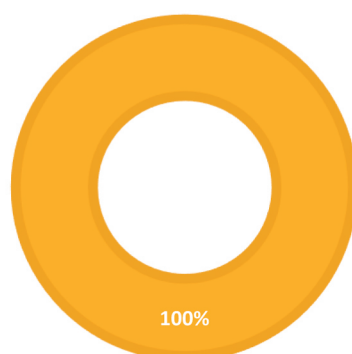
■ 2. Ilustración ■ 1. Título ■ 3. Subtitulares



**Gráfica No.3.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto al folleto un 22% vio el subtítular en tercer orden, 35% la ilustración en Segundo orden y el otro 43% el titular en primer orden, por lo que a todas las pacientes oncológicas si tuvieron un recorrido visual lógico durante la visualización de las páginas. Formularios de google.  
Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿LE LLAMA LA ATENCIÓN LEER LA INFORMACIÓN? SUBRAYE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA.

■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente

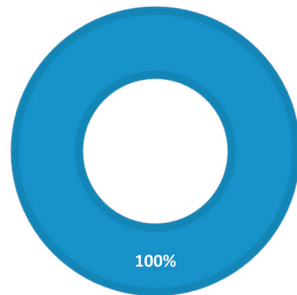


**Gráfica No.4.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto al folleto un 100% respondió excelente, por lo que todas las pacientes oncológicas se mostraron satisfechas con el material editorial realizado ya que les llamo la atención la forma en que se diagramó el contenido, las ilustraciones y los colores empleados dentro del mismo. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

• **Anexo 26. Resultados gráficos de la validación con grupo objetivo, fichas para juego educativo síntomas y autoexamen**

**¿QUÉ DIBUJO VE EN LAS IMÁGENES PRESENTADAS A CONTINUACIÓN ACERCA DEL TEMA AUTOEXAMEN?**

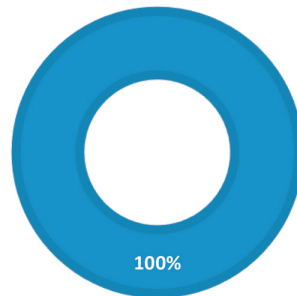
■ Mujer ■ Otros ■ No se entiende



**Gráfica No.1.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las fichas para juego educativo síntomas y autoexamen, un 100% respondió que ve una mujer en la representación gráfica, por lo que todas las pacientes oncológicas captaron con facilidad la representación gráfica de la ilustración. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿QUÉ DIBUJO VE EN LAS IMÁGENES PRESENTADAS A CONTINUACIÓN ACERCA DEL TEMA SÍNTOMAS DEL CÁNCER DE MAMA?**

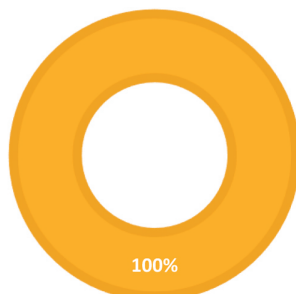
■ Mamas con el síntoma ■ Otros ■ No se entiende



**Gráfica No.2.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las fichas para juego educativo síntomas y autoexamen, un 100% respondió que ve las mamas con el síntoma en la representación gráfica, por lo que todas las pacientes oncológicas captaron con facilidad la representación gráfica de los síntomas presentados. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿LE GUSTA O LE LLAMA LA ATENCIÓN EL JUEGO CONOCIDO COMO MEMORIA? SUBRAYE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA.**

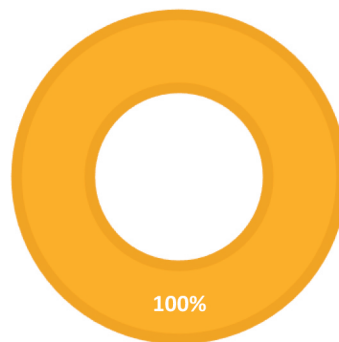
■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.3.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las fichas para juego educativo síntomas y autoexamen, un 100% respondió que ve las mamas con el síntoma en la representación gráfica, por lo que todas las pacientes oncológicas captaron con facilidad la representación gráfica de los síntomas presentados. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿LE PARECE BIEN EL JUEGO TIPO MEMORIA PARA EDUCAR ACERCA DEL TEMA CÁNCER DE MAMA, O SUGIERE UN JUEGO DE MESA DISTINTO?

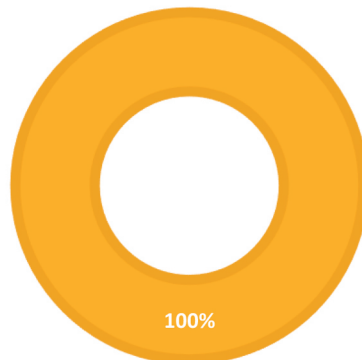
■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.4.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las fichas para juego educativo síntomas y autoexamen, un 100% respondió excelente, por lo que a todas las pacientes oncológicas les gusto la idea de aprender los síntomas y pasos para el autoexamen por medio del juego conocido como "memoria". Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

## ¿LE LLAMA LA ATENCIÓN LA FORMA DE LAS FICHAS? SUBRAYE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA.

■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.5.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a las fichas para juego educativo síntomas y autoexamen, un 100% respondió excelente, en el troquelado de las fichas, por lo que a todas las pacientes oncológicas les gusto una forma distinta a la cuadrada. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

• Anexo 27. Instrumento de validación para el cliente



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

**NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN / VALIDACIÓN**  
Proyecto de Graduación

A continuación, se presenta una serie de variables que serán evaluadas por parte de personal involucrado en el proyecto, para el Kit editorial preventivo cáncer de mama |Una alerta rosa| de apoyo visual informativo para la Clínica de Mama #31 del Hospital General San Juan de Dios, como parte del Proyecto "A" de Graduación.

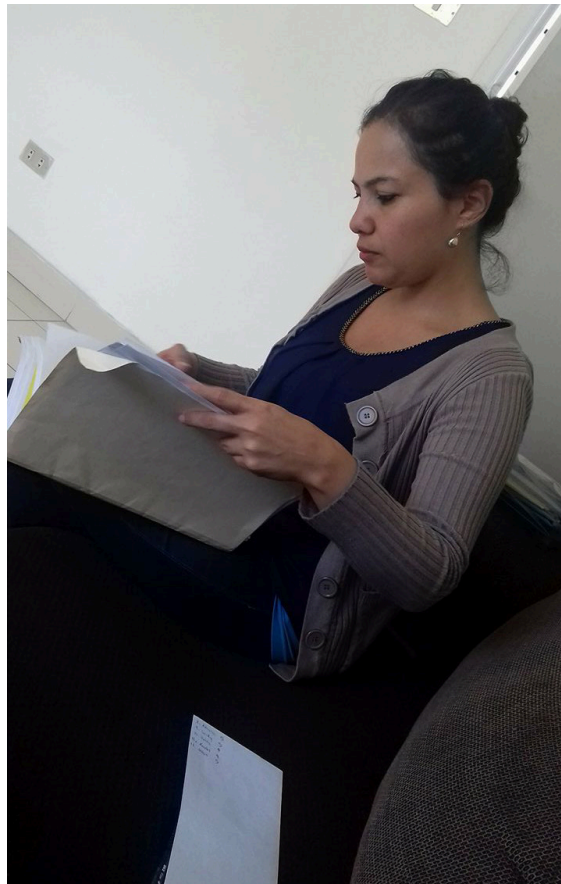
**Instrucciones:** Después de haber revisado e interactuado con el contenido para el kit editorial preventivo cáncer de mama, responda las preguntas que se le proporcionan a continuación:

1. ¿En donde se distribuirá el material de diseño realizado?
2. ¿Quién o quienes serán las personas encargadas de divulgar y gestionar la distribución o pauta de los materiales de diseño realizados?
3. ¿Cuentan con el presupuesto para reproducir la campaña publicitaria en medios masivos (vallas publicitarias y mupies)? Subraye la respuesta que considere correcta.  
**1. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**
4. ¿Cuentan con el presupuesto para reproducir el material editorial realizado (folleto / juego educativo)? Subraye la respuesta que considere correcta.  
**2. Malo                      2. Bueno                      3. Muy bueno                      4. Excelente**
5. ¿Qué cantidad es la que tienen pensado reproducir de cada material? Coloque la cantidad aproximada de cada material en los espacios que se le presentan a continuación:  
-----Folletos                      ----- Juego del autoexamen/ síntomas  
-----Infografías                      ----- Campaña publicitaria  
-----Kit completo (folleto, infografías, juego del autoexamen/ síntomas y campaña publicitaria)
6. ¿Cuentan con alguna litografía o imprenta para la reproducción de los materiales de diseño?

7. ¿Considera aceptable los acabados propuestos para los materiales de diseño realizados? ¿Se acopla al presupuesto destinado para la reproducción de los materiales?
8. ¿Sugiere algún material en específico para los acabados finales de los materiales de diseño realizados?

**¡Muchas gracias por su apoyo, será de gran ayuda para poder garantizar que el material diseñado pueda llegar al grupo objetivo para quien está destinado!**

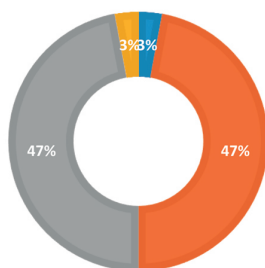
• Anexo 28. Validación con institución, Clínica de Mama #31, Hospital General San Juan de Dios



- **Anexo 29. Resultados gráficos, validación de reproducción, tiraje con cliente, campaña publicitaria, folleto, fichas para juego educativo síntomas y autoexamen.**

### ¿EN DONDE SE DISTRIBUIRÁ EL MATERIAL DE DISEÑO REALIZADO?

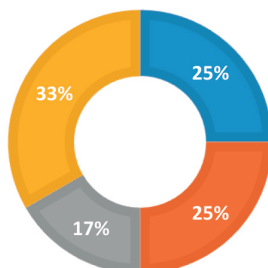
■ Área privada ■ Centro de Salud ■ Hospital San Juan de Dios ■ Otros



**Gráfica No.1.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la reproducción y tiraje de los materiales de diseño realizados, un 47% refleja que se reproducirá en centros de salud pública y el otro 47% en el Hospital General San Juan de Dios, por lo que los materiales si serán distribuidos en la ciudad capital de Guatemala. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

### ¿QUIÉN O QUIENES SERÁN LAS PERSONAS ENCARGADAS DE DIVULGAR Y GESTIONAR LA DISTRIBUCIÓN O PAUTA DE LOS MATERIALES DE DISEÑO REALIZADOS?

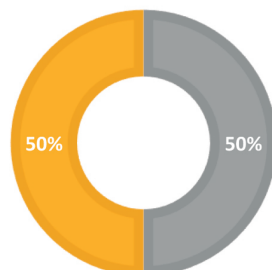
■ Licda. Lea Echeverría ■ Dr. Sergio Ralon ■ Hospital San Juan de Dios ■ Ministerio de Salud Pública



**Gráfica No.2.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la reproducción y tiraje de los materiales de diseño realizados, un 25% de participación tendrá la Licda. Lea Echeverría, un 25% Dr. Sergio Ralon, un 33% Ministerio de Salud Públicas y el otro 17% Hospital General San Juan de Dios, por lo que varias personas e instituciones estarán a cargo de la gestión y reproducción de los materiales diseñados . Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

### ¿CUENTAN CON EL PRESUPUESTO PARA REPRODUCIR LA CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MEDIOS MASIVOS (VALLAS PUBLICITARIAS Y MUPIS)? SUBRAYE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA

■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente

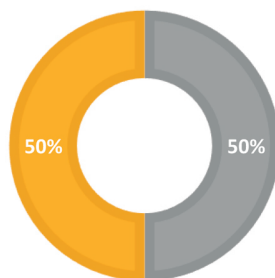


**Gráfica No.3.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la reproducción de la campaña publicitaria, un 50% muy Bueno y el otro 50% excelente, por lo que si se tiene presupuesto y contactos para gestionar la impresión y pauta en medios de comunicación. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>



**¿CUENTAN CON EL PRESUPUESTO PARA REPRODUCIR EL MATERIAL EDITORIAL REALIZADO (FOLLETO / JUEGO EDUCATIVO)? SUBRAYE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA**

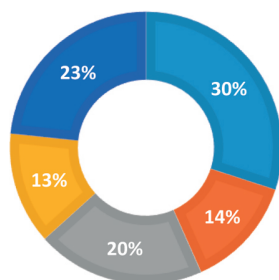
■ Malo ■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente



**Gráfica No.4.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la reproducción de los folletos (guías psicoeducativas), un 50% muy Bueno y el otro 50% excelente, por lo que si se tiene presupuesto y contactos para gestionar la impresión de los materiales diseñados. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿QUÉ CANTIDAD ES LA QUE TIENEN PENSADO REPRODUCIR DE CADA MATERIAL? COLOQUE LA CANTIDAD APROXIMADA DE CADA MATERIAL EN LOS ESPACIOS QUE SE LE PRESENTAN A CONTINUACIÓN:**

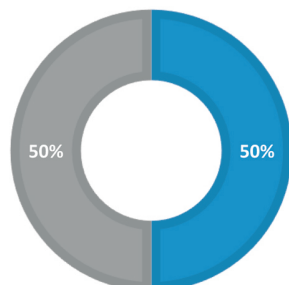
■ 5 millares -Folletos ■ 100- Infografías  
 ■ 100- Materiales editoriales completos ■ 100- Juego del autoexamen y síntomas  
 ■ 3 puntos estratégicos -Campaña publicitaria



**Gráfica No.5.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a la reproducción de todos los materiales de diseño realizados, un 30%. 5 millares de folletos, 20%. 100 materiales editoriales completos, un 23%. 3 puntos estratégicos para la pauta de la campaña publicitaria, 14%. 100 impresiones de infografías y el otro 13%. 100 reproducciones del juego autoexamen y síntomas, por lo que si se tiene presupuesto y contactos para gestionar la impresión de tirajes mayores de los materiales diseñados . Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿CUENTAN CON ALGUNA LITOGRAFÍA O IMPRENTA PARA LA REPRODUCCIÓN DE LOS MATERIALES DE DISEÑO?**

■ Sí ■ NO ■ Propia de la Institución ■ Otros

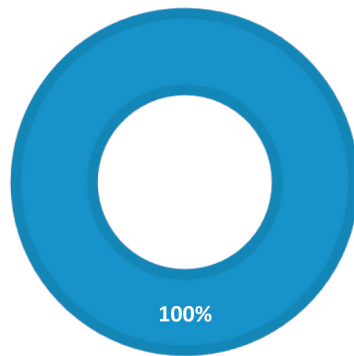


**Gráfica No.6.** Según los resultados obtenidos durante la validación en relación a si cuentan con alguna imprenta o litografía para reproducir los materiales, un 50% sí, el otro 50% cuentan con una propia de la institución, por lo que si se tienen los insumos y herramientas necesarias para la reproducción de los materiales propuestos. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>



**¿CONSIDERA ACEPTABLE LOS ACABADOS PROPUESTOS PARA LOS MATERIALES DE DISEÑO REALIZADOS? ¿SE ACOPLA AL PRESUPUESTO DESTINADO PARA LA REPRODUCCIÓN DE LOS MATERIALES?**

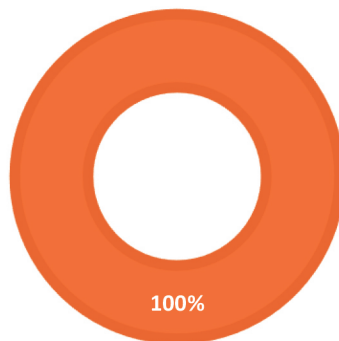
■ Sí ■ NO ■ Otros ■



**Gráfica No.7.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a si consideran aceptables los acabados propuestos para la reproducción de los materiales, el 100% respondió que sí están de acuerdo, por lo que serán reproducidos según las sugerencias colocadas en la puesta en práctica del proyecto. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

**¿SUGIERE ALGÚN MATERIAL EN ESPECÍFICO PARA LOS ACABADOS FINALES DE LOS MATERIALES DE DISEÑO REALIZADOS?**

■ Sí ■ NO ■ Otros ■



**Gráfica No.8.** Según los resultados obtenidos durante la validación en cuanto a si consideran aceptables los acabados o sugieren algún otro material para la reproducción de los materiales, el 100% respondió que no, que estan bien los propuestos con anterioridad, por lo que serán reproducidos según las sugerencias colocadas en la puesta en práctica del proyecto. Formularios de google. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms>

Guatemala, septiembre 19 de 2019.


Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **RUDY ALEXANDER LÓPEZ FAJARDO**, Carné universitario: **201318514**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DESARROLLO DE UN CONJUNTO DE MATERIALES EDITORIALES PARA LA PREVENCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER DE MAMA, EN LAS MUJERES GUATEMALTECAS, PARA LA CLÍNICA #31 DEL HOSPITAL GENERAL SAN JUAN DE DIOS**,

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Lic. Maricella Saravia  
Colegiada 10,804  
Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

*LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA*  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com

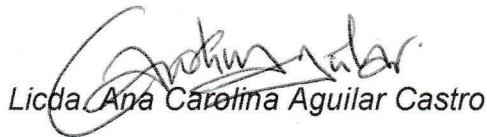
**“Desarrollo de un conjunto de materiales editoriales para la prevención temprana de cáncer de mama, en las mujeres guatemaltecas, para la Clínica #31 del Hospital General San Juan de Dios”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

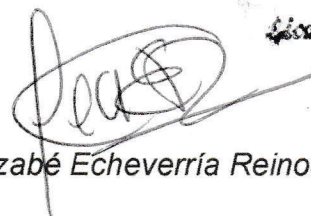


Rudy Alexander López Fajardo

Asesorado por:



Licda. Ana Carolina Aguilar Castro



Licda. Lea Echeverría R.  
Psicóloga  
C.C. No. 12238  
Licda. Lea Betzabé Echeverría Reinoso

Imprimase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Decano



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA