



**Diseño de material
editorial para concientizar
a las mujeres sobre la
prevención y control del
cáncer cervicouterino, en la
Ciudad de Guatemala.**



Presentado por:
Mario Fernando Cristal Ixchop

Para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico



**Diseño de material
editorial para concientizar
a las mujeres sobre la
prevención y control del
cáncer cervicouterino, en la
Ciudad de Guatemala.**

Guatemala, octubre del 2025.

Presentado por:
Mario Fernando Cristal Ixchop

Para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

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



Junta Directiva

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

MSc. Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

Arqta. Mayra Jeanette Díaz Barillas
Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez
Vocal V

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría
Secretario

Tribunal examinador

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría
Secretario

MSc. Lic. Gustavo Jurado Duarte
Asesor metodológico

MSc. Lic. Carlos Enrique Franco Roldan
Asesor gráfico

Dra. Mirna Jeaneth Montenegro Rangel
Tercer Asesor



Agradecimientos

A mis padres por haberme apoyado en toda la carrera, por siempre darme la libertad para tomar mis propias decisiones, por siempre brindarme su amor y por ser las personas a las que más admiro y quiero en este mundo.

A mis hermanos por siempre apoyarme de manera económica y moral, también por nunca dejarme solo y darme todo su cariño.

A mis amigos, que me demostraron su apoyo en algún punto de la carrera y que me demostraron el verdadero valor de la amistad.

A OSAR Guatemala por abrirme las puertas de la institución, por su cálida acogida durante todo el proceso del proyecto y a las personas encargadas de la misma: Dra. Mirna, Doris Miranda y Sebastian Cabrera.

A todos los docentes de la Escuela de diseño que me guiaron durante la carrera y que fueron un espacio seguro de aprendizaje, en especial a los Licenciados Marco Morales, Wendy Herrera, Gustavo Jurado y Carlos Franco.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala por brindarme todas las herramientas necesarias para desarrollarme profesionalmente durante mi carrera.

Índice

	Presentación	11
--	---------------------	-----------

01	Introducción	13
	1.1 Antecedentes	14
	1.2 Definición y delimitación del problema de comunicación visual	17
	1.3 Justificación del Proyecto	18
	1.4 Objetivos	20

02	Perfiles	23
	2.1 Perfil de la institución	24
	2.2 Perfil del grupo objetivo	30

03	Planeación Operativa	35
	3.1 Flujograma	36
	3.2 Cronograma de trabajo	40
	3.3 Presupuesto	43

04	Marco Teórico	47
	4.1 Un silencioso enemigo para las mujeres	48
	4.2 Diseño, divulgación y aprendizaje para una mejor vida	52
	4.3 Previniendo, informando y diseñando: Material editorial gráfico	58

05	Definición Creativa	63
5.1	Brief de diseño	64
5.2	Referentes visuales	66
5.3	Descripción de la estrategia de las piezas de diseño	67
5.4	Definición del concepto creativo y premisas de diseño	68

06	Producción gráfica	79
6.1	Primer nivel de visualización	80
6.2	Segundo nivel de visualización	101
6.3	Tercer nivel de visualización	108
6.4	Propuesta final	112
6.5	Fundamentación técnica	116
6.6	Lineamientos para la puesta en práctica	121
6.7	Aporte económico del estudiante	122

07	Producción gráfica	125
7.1	Conclusiones	126
7.2	Recomendaciones	126
7.3	Lecciones Aprendidas	128

	Bibliografía	129
--	---------------------	------------



Presentación

El presente proyecto se centra en la elaboración de un material editorial sobre desarrollo de planes y estrategias para el control y eliminación del cáncer cérvico uterino.

La importancia de abordar de manera integral el control, prevención y eliminación del cáncer cervicouterino radica en la posibilidad de evitar un gran número de casos y muertes prevenibles.

Este trabajo se realiza en colaboración con el Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva, OSAR Guatemala y su objetivo es brindar a esta organización estrategias y materiales de comunicación visual para fortalecer sus acciones y contribuir a la reducción de la carga del cáncer cervicouterino en el país.

Para desarrollar este trabajo, se dividió en siete capítulos:

En el capítulo uno se presentan los antecedentes de la problemática social, de la misma manera se justifica el proyecto y se presentan los objetivos, tanto generales como específicos. En el capítulo dos se abordan los perfiles tanto de la institución como del grupo objetivo al cual está dirigido todo el esfuerzo de diseño que se ha realizado.

En el capítulo tres se presenta la planeación operativa, la cual presenta el proceso de distintas gestiones a través de un flujograma, se presenta el tiempo que se utilizó para realizar las actividades a través de un cronograma y se presenta un presupuesto para terminar de aterrizar el proyecto, hacia la parte financiera.

En el capítulo cuatro se presenta la fundamentación teórica de toda la problemática, por medio de tres ensayos, En el capítulo cinco se presenta la parte de definición creativa, que nos permitió obtener el concepto creativo, el cual está aplicado en el diseño de todo el proyecto. En el capítulo seis se aborda la producción gráfica, este muestra desde el bocetaje hasta la digitalización, del proyecto junto a su respectiva validación.

Por último se procedió a hacer la síntesis del proyecto, que consiste en la redacción de conclusiones y recomendaciones así como lecciones aprendidas por el estudiante. Se espera que este material contribuya al fortalecimiento de las acciones y políticas dirigidas al control y eliminación del cáncer cervicouterino. Concluido este proyecto es necesario agradecer a todas y cada una de las personas que colaboraron en la realización del mismo.

Un agradecimiento especial a usted que está leyendo este proyecto, el cual se espera que llene sus expectativas como lector.





Capítulo

01

Introducción

En el siguiente capítulo se presenta la investigación para la redacción de antecedentes, se identifica el problema de comunicación visual y también se abarca la justificación del proyecto. Junto a eso se deja en claro los distintos recursos que se tienen para el óptimo desarrollo, del mismo. Por último, se establecen objetivos generales y específicos del proyecto.

1.1 Antecedentes

1.2 Definición y delimitación del problema de comunicación visual

1.3 Justificación del Proyecto

1.4 Objetivos



1.1 Antecedentes

A lo largo de la historia, el cáncer ha afectado a la población guatemalteca, indiferentemente de su situación económica, sexo y origen étnico, siendo así la segunda causa de muerte por enfermedad no transmisible en Guatemala, cada día más personas son diagnosticadas con distintos tumores que pueden detectarse en edad temprana, sin embargo, en los hospitales se ve principalmente a pacientes que tienen enfermedades en etapas avanzadas.

Después de las enfermedades cardiovasculares, entre los tipos de cáncer más frecuentes se encuentran el cáncer de próstata, de estómago, de hígado, de mama y cuello uterino, que en total, fueron causantes de 9,000 muertes en 2018, según la Organización Mundial de la Salud (OMS). ¹ El cáncer de cérvix invasivo y cáncer de mama afectan directamente a la población guatemalteca de escasos recursos, estos son conocidos como “cánceres de la pobreza” ya que perjudican a las personas que no tienen acceso a diagnósticos médicos y buena alimentación.

Padecer dicha enfermedad afecta no solo moralmente a la persona que la tiene, sino también a sus familiares y seres queridos, sin mencionar el impacto negativo en la economía de las personas quienes están obligadas a pagar por los tratamientos y medicinas que se necesitan.

Muchas veces tampoco se habla sobre el impacto no solo en la salud física, si no también en la salud mental que las personas con cáncer, algunas enfermedades tan graves como está derivan diversos trastornos como la depresión.

Durante las últimas décadas, se han implementado programas que han apoyado a las personas que padecen cáncer de distintos tipos, todos estos llevados a cabo por distintas organizaciones como La Liga Nacional contra el Cáncer, desde programas de concientización, hasta jornadas de prevención en caso del cáncer cervicouterino, Guatemala ha intentado mantener los casos en un nivel bajo, sin embargo por el precario sistema de salud, esto no ha sido del todo posible.

En 2018 se registraron 2,167 casos nuevos casos de los cuales las mujeres representan un 72.3% y cuya edad promedio es de 56 años con una desviación estándar de 14 años y el 75% se encuentran entre las edades menor o igual de 66 años.

1. Alba Kihn Alarcón, “El cáncer en mi comunidad: El rol de la detección del cáncer en Guatemala”, Cancer.net, 12 de noviembre de 2020, <https://www.cancer.net/es/blog/2020-11/el-cáncer-en-mi-comunidad-el-rol-de-la-detección-del-cáncer-en-guatemala>.

Los lugares donde más se registraron casos de cáncer de cérvix son el departamento de Guatemala (32.6%) y Escuintla (7.0%) en el caso del cáncer de mama, la mayoría de mujeres que lo padecen residen en el departamento de Guatemala (40.2%) y Escuintla (8.2%).

Las cifras dadas por el INCAN, reportan en 2018, 528 casos de cáncer de cérvix invasivo y 291 casos de cáncer de mama y otros tumores de la piel.

La principal población afectada son las mujeres de escasos recursos, quienes por desconocimiento o pobreza no pueden optar a un examen que permita detectar a tiempo un cáncer. Para las mujeres, la detección del cáncer de mama, supone graves consecuencias psicológicas, muchas de ellas experimentan ansiedad, incertidumbre, miedo o depresión, además del miedo que produce al asociarse inevitablemente a la idea de morir.²

El cáncer, juega un papel negativo en la sociedad ya que se le asocia a muerte, dolor y sufrimiento. Es por ello que tiene un impacto tan fuerte en la subjetividad de las personas. Así mismo, las consecuencias tanto a nivel individual como colectivo dependerá de la gravedad de la enfermedad.

Sin embargo, sí se encuentran ciertos factores en común a la hora de medir cómo es afectado el núcleo familiar del enfermo. Entre ellas está el reacomodo de roles en la familia, ya que algunas personas deben cambiar de trabajo, por el tiempo que supone realizar dichos tratamientos, también existe un desequilibrio en las finanzas familiares al destinar parte de ella en medicinas, así como cambios físicos, notorios, en cuanto a energía y apetito.³

El impacto de la enfermedad en la vida laboral es una de las razones de por qué el cáncer puede desencadenar pobreza; ya que disminuyen los recursos familiares, al tiempo que se hace necesario hacer frente a más gastos. Las tasas tan altas de algunos tipos de cáncer como el de hígado o cérvix son el reflejo del poco acceso a la salud y cómo esto ha afectado en la baja economía de muchas personas.⁴



2. Del Valle, Bernardo. Informe de casos nuevos y defunciones de los casos de cáncer registrados en el Instituto de Cancerología y Hospital de la Liga Nacional Contra el Cáncer durante el año 2018. Guatemala, febrero de 2021.

3. De qué manera el cáncer afecta la vida familiar", Cancer.Net, septiembre de 2021, <https://www.cancer.net/es/asimilación-con-cáncer/diálogo-sobre-el-cáncer/de-qué-manera-el-cáncer-afecta-la-vida-familiar>.

4. Asociación Española Contra el Cáncer, "Cáncer y pobreza | Contra el Cáncer", Blog de la Asociación Española Contra el Cáncer, 21 de julio de 2021, <https://blog.contraelcancer.es/cancer-pobreza/>.

Si el número de personas con cáncer de cérvix y mama sigue en aumento, no solo se verá afectado el núcleo familiar del enfermo, sino también la propia economía guatemalteca al tener personas cuya producción de trabajo sea baja por los distintos procesos que deben realizarse para contrarrestar la enfermedad.⁵

Hasta el momento distintas entidades se han encargado de la difusión sobre cómo tratar prevenir el cáncer de cérvix y mama. Entre ellas la Liga Nacional contra el Cáncer -INCAN- quienes ofrecen calidad de vida en servicios de educación, prevención, diagnóstico y tratamiento de cáncer en jóvenes y adultos en Guatemala, además está la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, -APROFAM- quienes ofrecen servicios con relación a la detección de dichos cánceres por medio de chequeos médicos. También está el Observatorio de Salud Sexual y reproductiva -OSAR- quienes ayudan a monitorear y fiscalizar la implementación de las políticas públicas relacionadas con la salud reproductiva.



5. López-Guillén García, Araceli, and José Manuel Vicente Pardo. 2020. "Dificultades Del Retorno Al Trabajo Tras Cáncer de Mama." *Medicina y Seguridad Del Trabajo* 66 (258). SciELO Espana/Repisalud: 47–62. doi:10.4321/s0465-546x2020000100005.

1.2 Definición y delimitación del problema de comunicación visual

Después de realizar un análisis acerca de la situación, se concluye que existe un problema de comunicación relacionado con cómo es impartida la información, sobre la prevención y tratamiento del cáncer de cérvix y mama.

En este caso se busca que se comprenda en su totalidad la importancia de un diagnóstico a tiempo, para evitar complicaciones cuando la enfermedad esté en un punto más avanzado.



1.3 Justificación del proyecto

Trascendencia del problema

La implementación de apoyos visuales, junto con una diagramación que resulte cómoda de leer, en los textos acerca del cáncer de cérvix y mama, hará que la enseñanza del tema sea fácil de abordar, para el personal de salud, así como también apoyará a que las personas que lean el material, puedan entenderlo de forma más rápida y el aprendizaje del mismo sea duradero, al ser estos tipos de cáncer una enfermedad que afecta a cualquier mujer, el tener información que pueda ser comprendida fácilmente, apoyará a la concientización de los diagnósticos.

A largo plazo mientras más personas conozcan sobre cómo funciona el cáncer y que hacer para prevenirlo, más cuidado pondrán las mujeres a todas las señales físicas que presenten en sus respectivas revisiones médicas.

Incidencia del diseño gráfico editorial

El proyecto editorial contribuirá con una mejor comunicación de los temas del cáncer de cérvix y mama para los pacientes y apoyará al personal de salud en el proceso de enseñanza de los temas.

A través de los distintos apoyos visuales, las personas tendrán una mejor comprensión de los temas.

Durante las primeras interacciones se verá cierto entusiasmo con el nuevo material gráfico, conforme se vaya utilizando durante más tiempo, este será mejor explicado y se hallarán distintas formas de utilizar las imágenes para enseñar según sea el método de aprendizaje de cada persona.

Factibilidad del proyecto

El proyecto cuenta con el apoyo de las autoridades del Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva OSAR Guatemala.

Dentro de los recursos humanos, se cuenta con la colaboración del estudiante y su intervención tanto en el área gráfica como en el área de comunicación visual. También existe el apoyo de las personas encargadas de supervisar dicho proyecto, en el área gráfica y en el área de investigación; quienes aportarán su guía y retroalimentación en cada área en la que se especializan. Como recurso económico, se cuenta con los recursos económicos de la institución para reproducir y difundir el material a trabajar.

Por último, se cuenta con el apoyo de la Universidad San Carlos de Guatemala, para poder apoyar en todos los trámites correspondientes, así como su gestión.



1.4 Objetivos

Objetivo General

Apoyar al observatorio de salud sexual y reproductiva OSAR, en la producción e investigación, de una estrategia de comunicación visual que ayudará a la correcta difusión acerca del tema del cáncer cervicouterino.

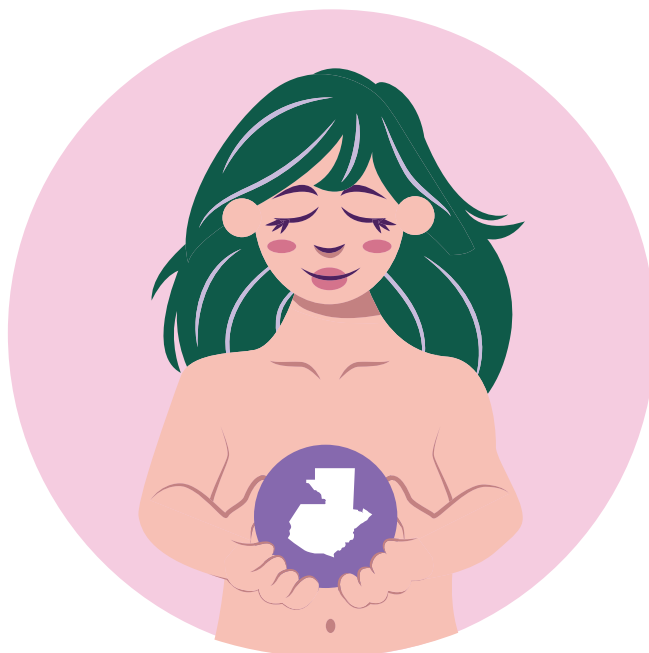
Objetivo de comunicación

Informar sobre la prevención y tratamiento del cáncer cervicouterino, por medio del diseño de distintos materiales gráficos.

Objetivo de diseño

Diseñar un material editorial para concientizar a las mujeres de la ciudad de Guatemala sobre el cáncer cervicouterino, a través de distintas estrategias de comunicación visual que permitan una mejor comprensión de cómo prevenir y tratar dicha enfermedad.





Concluida esta parte, en el siguiente capítulo se presentan los distintos perfiles tanto de la institución, así como del grupo objetivo.



Capítulo

02

Perfiles

En el siguiente capítulo se presenta la investigación realizada para poder identificar los perfiles de la institución, en esta parte se abarca la historia, misión, visión, objetivos y razón de ser de la institución, posterior a esto se comienza con el perfil de grupo objetivo, donde se identifican características, sociológicas, psicográficas y geográficas.

2.1 Perfil de la institución

2.2 Perfil del grupo objetivo



2.1 Perfil de la Institución

Características del Sector Social

«El observatorio de salud sexual y reproductiva se dedica a monitorear y fiscalizar la implementación de las políticas públicas relacionadas con la salud reproductiva. Siendo su principal inmersión el sector de la salud, educación, género y leyes.» ⁷

Historia

«El Congreso de la República de Guatemala, en cumplimiento de su función de fiscalización, en alianza con la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Médicas y de la Salud de la Universidad Mariano Gálvez, el Instituto Universitario de la Mujer de la USAC, la Instancia por la Salud y el Desarrollo de las Mujeres, el Colegio de Médicos y Cirujanos, la Asociación Guatemalteca de Mujeres Médicas y la Asociación de Ginecología y Obstetricia de Guatemala impulsa la formación de un Observatorio en Salud Reproductiva, con el fin de monitorear y fiscalizar la implementación de las políticas públicas relacionadas con la salud reproductiva.» ⁸

El Observatorio también tiene el fin de monitorear y fiscalizar la implementación de las políticas públicas relacionadas con la salud reproductiva,

Además de ofrecer la oportunidad para la participación de mujeres, sociedad civil, profesionales e investigadores, que contribuyan a generar información para reducir las desigualdades en el sistema de salud, principalmente en la salud reproductiva.

«Los indicadores de salud reproductiva de Guatemala muestran la urgente necesidad de monitorear la implementación del marco legal y asumir los retos que aún están pendientes para lograr la equidad en el acceso a los servicios de salud y el impacto deseado en la población.» ⁹



6. ¿Quiénes somos? – OSAR Guatemala. (s.f.). OSAR Guatemala – Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva. <https://osarguatemala.org/quienes-somos/>

7. ¿Quiénes somos? – OSAR Guatemala, s.f.)

8. ¿Quiénes somos? – OSAR Guatemala, s.f.)

9. ¿Quiénes somos? – OSAR Guatemala, s.f.)

Ya que en Guatemala el tema de la Salud Sexual y Reproductiva aún representa un tabú en algunas partes del país y en el pensamiento colectivo, la labor de Osar de monitorear las políticas públicas contribuyen a tener una población con mejor salud, así como apoyar al progreso de los distintos temas que trabajan.

«El Observatorio en Salud Reproductiva fundamenta su trabajo sobre la base del seguimiento sistemático y la aplicación de herramientas para la construcción de indicadores y recolección de datos que permitan contar con información oportuna y de calidad sobre el avance y desafíos de los procesos de implementación de las políticas.»

¹⁰ El trabajo sistemático que se realiza, no solo se fundamenta con conocimiento científico, sino también con conocimiento social, para así apoyar a todas las personas que necesiten algún tipo de apoyo en temas de Salud Sexual y Reproductiva, ya que muchas veces, están ligados también a factores externos de carácter económico, social o psicológico.

«El Observatorio como foro permanente es una oportunidad para la participación de mujeres, sociedad civil, profesionales e investigadores, que contribuyan a generar información para reducir las desigualdades en el sistema de salud, principalmente en la salud reproductiva. Cuenta con el apoyo de la Embajada de Suecia a través de PASMO Consorcio Ixoquib. Proyecto HEP plus USAID, Farmamundi, PATH.» ¹¹

Filosofía de la institución

Misión

«OSAR es un espacio de integración intersectorial, en alianza con el Congreso de la República de Guatemala, que promueve acciones políticas a partir del análisis y manejo de la información estratégica, sobre la situación de la salud reproductiva.»¹²

Visión

«OSAR es un espacio de integración intersectorial, en alianza con el Congreso de la República de Guatemala, que promueve acciones políticas a partir del análisis y manejo de la información estratégica, sobre la situación de la salud reproductiva.»¹³

10. (¿Quiénes somos? – OSAR Guatemala, s.f.)

11. (¿Quiénes somos? – OSAR Guatemala, s.f.)

12. Marco Legal – OSAR Guatemala. (s.f.). OSAR Guatemala – Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva. <https://osarguatemala.org/marco-legal/>

13. (Marco Legal – OSAR Guatemala, s.f.)

Valores

Equidad de género

Se procura velar por que hombres y mujeres puedan ser apoyados.

Empatía

Se procura tener un espacio seguro, para todas las personas que buscan apoyo.

Apoyo a la diversidad

Se proporciona distinto apoyo sin distinción de raza, sexo, orientación sexual o posición socioeconómica.

Pensamiento crítico

Se apoya a las personas, desde la perspectiva objetiva y justa, dejando de lado prejuicios religiosos o políticos.¹⁴

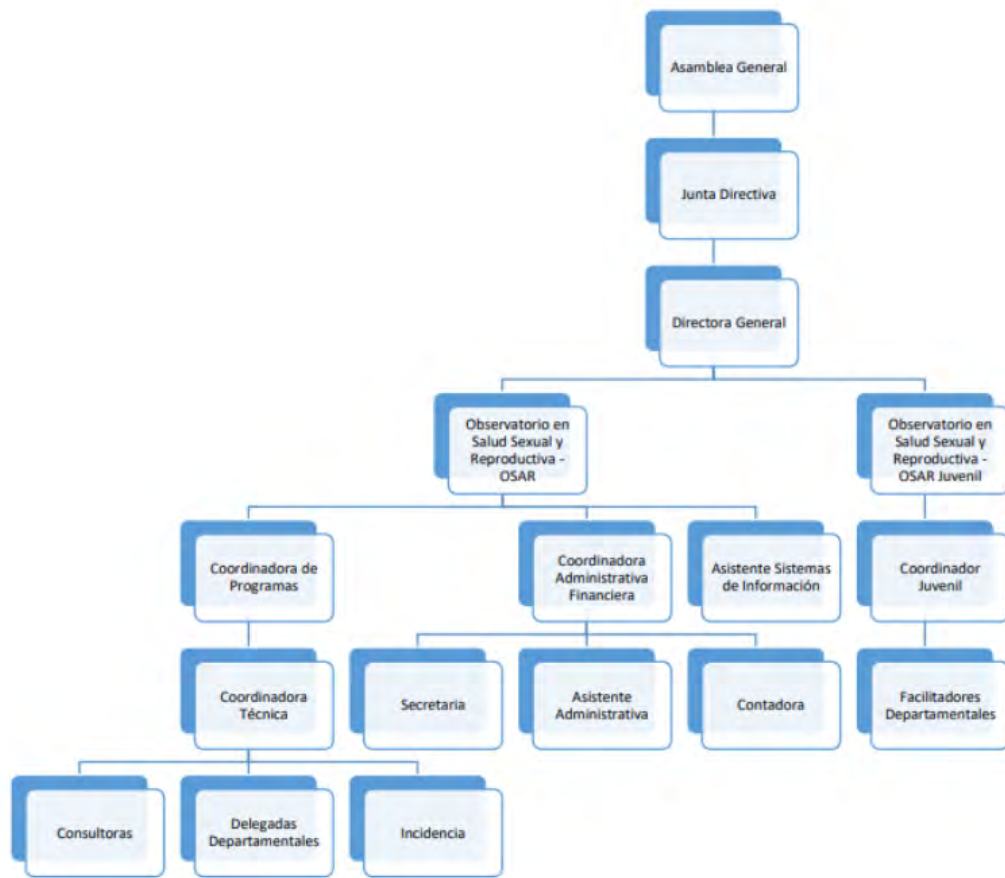
Objetivos

- Usar la información de forma estratégica
- Incidir en la política y auditoría social
- Priorizar la investigación
- Fomentar la participación ciudadana.»¹⁵

14. Sebastian Cabrera (asistente de dirección), en conversación con el encargado del área, febrero de 202

15. (¿Quiénes somos? – OSAR Guatemala, s.f.)

Organigrama de la institución



(Figura 1. Organigrama de Osar Guatemala, Fuente: Dirección general OSAR.)

Servicios

- Trabajan con Medios de Comunicación.
- Abogan por cambios políticos para disminuir brechas entre poblaciones
- Aseguran el acceso a servicios de salud reproductiva Incidencia Política.
- Capacitan y facilitan información acerca de la salud sexual y reproductiva.¹⁵

16. Guatemala, O. (2018). Propósitos del Observatorio en Salud Reproductiva: (Informe de servicios).

Antecedentes gráficos

El observatorio cuenta con distinto material gráfico que sirve de apoyo para redes sociales, uso interno y para los distintos centros con los que cuentan en todo el país, este material no tiene una línea gráfica consistente ya que no hay una identidad gráfica definida, existen distintos materiales con textos extensos que necesitan representación gráfica, sin embargo si existe una comunicación en medios digitales e impresos.



(Figura 2, post sobre el VPH, Fuente: Facebook, OSAR Guatemala)



(Figura 3, post sobre el VPH, Fuente: Facebook, OSAR Guatemala)

14. Sebastian Cabrera (asistente de dirección), en conversación con el encargado del área, febrero de 202
15. (¿Quiénes somos? – OSAR Guatemala, s.f.)

CÁNCER DE CÉRVIX (CÁNCER DE MATRIZ)



EN APOYO A



¡El cáncer no mata si se detecta y se trata de forma oportuna!

JORNADA DE IVAA PARA
DETECCIÓN RÁPIDA

30 DE NOVIEMBRE

Recomendada para mujeres
entre 25 y 50 años

G R A T I S

Lugar: 2da. Calle 11-51, Zona 2,
Cobán, Alta Verapaz.

Asociación ALAS Guatemala
(Frente a Escuela de Comercio)



*Somos
Salud*

CITAS Y DUDAS:



3227-1513

ALAS Guatemala



5630-2777

APS Comunidad Esperanza

(Figura 4, post sobre el cáncer de cérvix, Fuente: Facebook Osar Guatemala)

2.2 Perfil del grupo objetivo

Caracterización del Grupo Objetivo

El grupo objetivo, está conformado por mujeres de 30 a 50 años, residentes de la ciudad de Guatemala en el área metropolitana, son en su mayoría mujeres casadas o en unión libre con una pareja sentimental, poseen un nivel socioeconómico medio bajo, además en su mayoría contar con la responsabilidad de uno o varios hijos, algunas de ellas son de clase media y cuentan con más recursos para poder optar a vacunas contra enfermedades como el VPH, ya que esta, tiene un precio un poco más elevado.

La mayor parte de estas mujeres son de población indígena, además de contar con cierto nivel de educación básica, muchas de estas mujeres comprenden un sector especial que necesita apoyo en temas de salud, ya que por tiempo y recursos no pueden llevar un control diario ni detallado de cómo es su salud tanto física como psicológica.

Para el análisis del grupo objetivo se tomó como referencia distintas entrevistas con el encargado de la dirección.

Características Geográficas

Se utilizó como referencia la institución y algunas fuentes, para realizar el estudio de los datos geográficos.

La ciudad de Guatemala está ubicada en el «valle de la Ermita» con alturas que varían entre los 1.500,1.700 msnm) y las temperaturas medias oscilan entre los 10 y 25 °C.

- Altitud: 1.500 metros.
- Latitud: 14°37'15"N
- Longitud: 90°31'36 O
- Extensión: 996 km »¹⁷

17. Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología (INSIVUMEH). "Atlas Climatológico". INSIVUMEH. Última actualización 2023. https://insivumeh.gob.gt/hidrologia/ATLAS_HIDROMETEOROLOGICO/Atlas_Climatologico/.

Características Sociodemográficas

A continuación, se presentan los resultados del estudio realizado para el perfil del grupo objetivo.

Nacionalidad: Guatemala

Edad: 30 a 45 años

Integrantes de familia: 6 - 8 personas

Ocupación: Amas de casa, trabajadoras domésticas, comerciantes, emprendedoras, empleadas del sector público.

Educación: Nivel básico y diversificado

Ingresos mensuales: Q3,000 a Q4,000



Características Psicográficas

A continuación, se presentan los resultados del estudio realizado para el perfil del grupo objetivo.

Son mujeres muy trabajadoras y responsables, son encargadas de mantener una armonía en sus hogares, además de siempre velar por el bienestar de su familia. Tienen como principal motivación la educación y correcta alimentación de sus hijos, aunque muchas veces por falta de tiempo, esta no sea la más pertinente.

Tienen como valores principales, el amor, la generosidad, el respeto y la solidaridad. Tienen como entretenimiento, redes sociales, entre ellas Tik Tok, Facebook y televisión por cable, como novelas, noticias y programas de variedades.

Su círculo de amistad se basa en compañeros de trabajo y vecinos. Dentro de su cultura visual, tenemos la publicidad que existen en distintos comercios, como tiendas de abarrotes, así como la información que consumen en redes sociales, como Facebook o Tik Tok, también entran en juego distintos medios externos como la televisión, donde se consume mucho contenido relacionado a telenovelas.¹⁸

18. Sebastian Cabrera, "Proyecto A EPS", Entrevista por videollamada Martes 14 de febrero 2023

Características Psicográficas

Son mujeres de la clase media baja. Sus ingresos oscilan entre Q 3,000.00 a Q4,000.00. Tienen trabajos de tiempo completo y son parte importante de la economía familiar junto con su pareja, cuentan con servicios básicos como electricidad, agua, telefonía, cable o internet. Dentro de estas familias también existen mínimo un aparato electrónico. ¹⁹

Consumen mayoritariamente en mercados locales. Muchas de estas mujeres aparte de aportar económicamente al hogar tienen el trabajo extra de amas de casa, poseen poco tiempo libre, ya que la mayoría se va dedicado al trabajo, cuidado del hogar e hijos, por tanto también tienen poco tiempo y dinero para cuidar su salud, entre ello no solo chequeos médicos, si no también dentista o nutrición. ²⁰

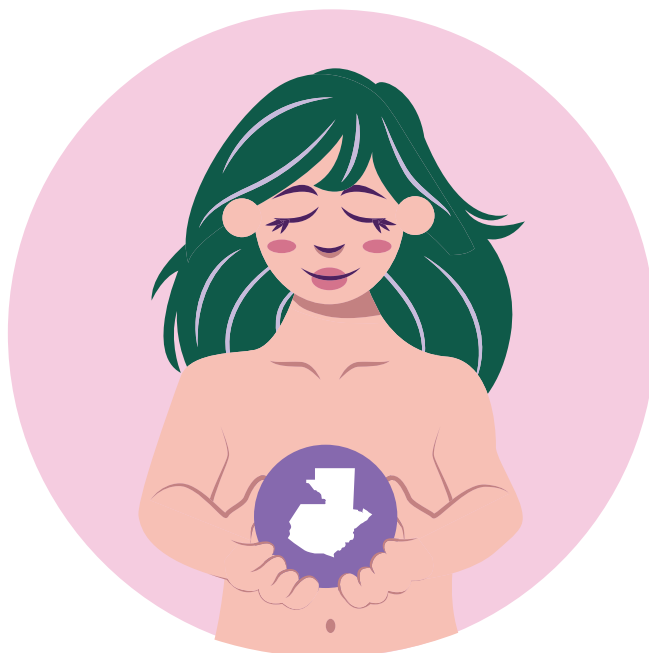
Relación de la institución con el grupo objetivo y la institución

El grupo objetivo, acude a la institución para recibir información sobre derechos sexuales y reproductivos, entre ellos se brinda apoyo por medio de distintas actividades para llevar dicha información a distintos grupos de personas, entre ellas este grupo objetivo, sin embargo dentro de este proyecto, el material editorial se distribuirá entre algunos centros de salud, con lo cual también existe una relación entre la institución, el grupo objetivo y el centro de salud, esta relación se da con un común denominador: La importancia de prevenir el cáncer en mujeres. ²¹

19. Cabrera, Entrevista.

20. Cabrera, Entrevista.

21. Cabrera, Entrevista.



Concluida esta parte, en el siguiente capítulo se presenta la planeación operativa del proyecto.



Capítulo

03

Planeación operativa

En este capítulo se abordan los temas técnicos sobre planeación, que incluye tiempos de trabajo así como un presupuesto.

3.1 Flujograma

3.2 Cronograma de trabajo

3.3 Presupuesto



3.1 Flujograma

«Un flujograma o diagrama de flujo es una herramienta gráfica que representa visualmente un proceso o un algoritmo. Es muy utilizado en los campos de la informática, la economía, la industria e incluso la psicología, para organizar de un modo simple las decisiones involucradas en algún tipo de proceso.»²²



«Un diagrama de flujo se caracteriza por lo siguiente: Se trata de un gráfico compuesto por distintos tipos de figuras geométricas y líneas, acompañadas de texto. Es sintético, secuencial y estructurado. Su rol principal es representar de manera fácil y concreta un proceso complejo.

Permite describir la toma de decisiones de un proceso y guiar visualmente a quienes estén involucrados en llevarlo a cabo.

Es mucho más rápido y fácil de leer que un texto completo, y al mismo tiempo permite organizar la información de manera lógica, con un inicio y final claramente reconocibles.

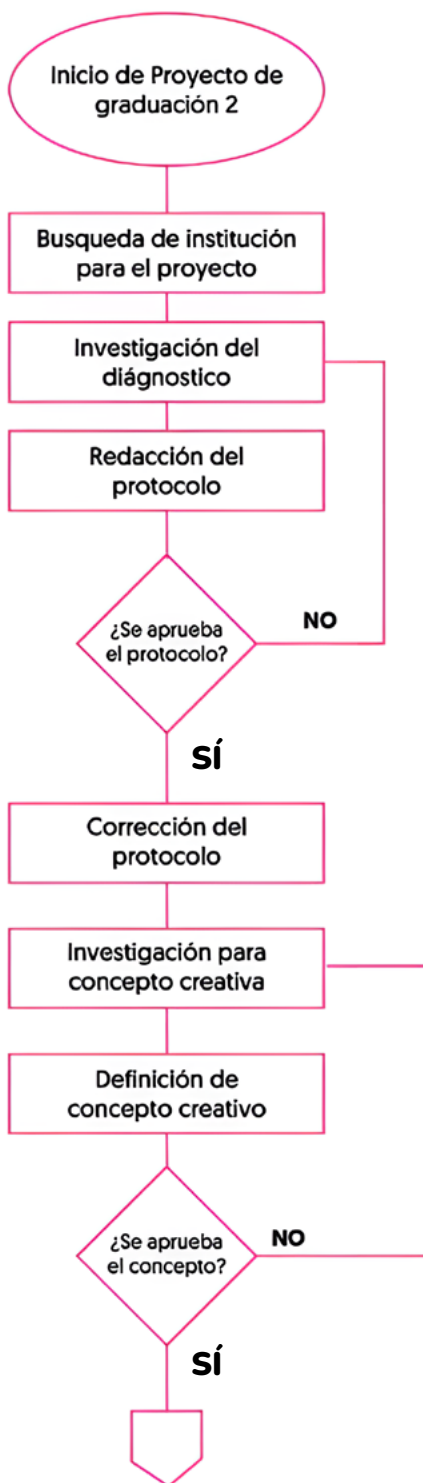
Es utilizado en diferentes contextos logísticos y organizacionales, desde la informática y la organización industrial, hasta la psicología y el diseño organizacional.»²³

22. Concepto.de, "Flujograma," Concepto.de, consultado el 23 de mayo de 2023, <https://concepto.de/flujograma/>.

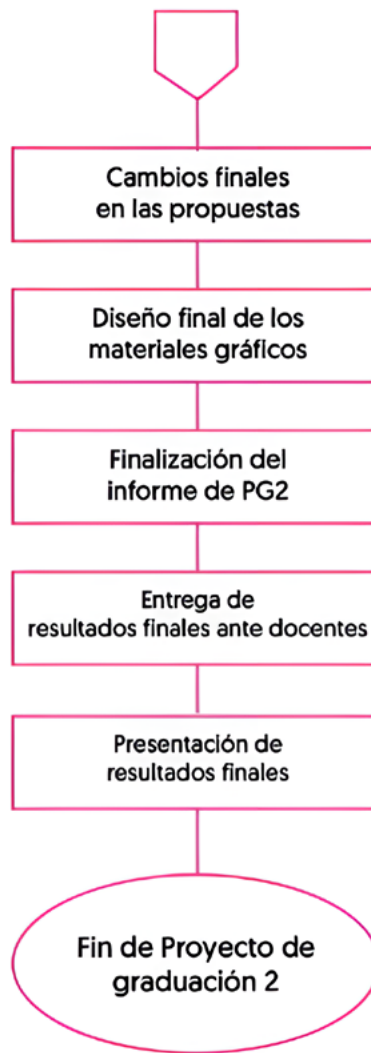
23.. Concepto.de, "Flujograma.



(Figura 5, Flujograma, Fuente: Elaboración propia.



(Figura 5, Flujograma, Fuente: Elaboración propia.)



(Figura 6, Flujograma, Fuente: Elaboración propia.

3.2 Cronograma de trabajo

El diagrama de Gantt es una herramienta valiosa para la planificación de proyectos, ya que brinda una visión general de las tareas programadas, permitiendo que todas las partes involucradas tengan claridad sobre las tareas que deben completarse y su fecha de finalización.

El diagrama de Gantt se caracteriza por contener lo siguiente.

- La fecha de inicio y finalización de un proyecto
- Qué tareas hay dentro del proyecto
- Quién está trabajando en cada tarea
- La fecha programada de inicio y finalización de las tareas
- Cómo se superponen las tareas y/o si hay una relación entre ellas



Actividad	Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	01	02	03	04	05	06	07	08	05	06	07	08	09	10	11	12
1. Búsqueda de institución	★															
2. Investigación del diagnóstico																
Elaboración de diagnóstico de necesidades			★													
Definición de los proyectos A,B,C			★													
Viabilidad de los Proyectos				★												
3. Redacción del protocolo																
Antecedentes				★												
Justificación del proyecto					★											
Planteamiento de los objetivos					★											
Redacción del perfil de la institución						★										
Caracterización del grupo objetivo						★										
Planeación operativa del proyecto						★										
Corrección del protocolo																
4. Definición creativa																
Investigación para el concepto creativo							★									
Desarrollo de Brief							★									
Desarrollo de técnicas creativas								★								
Desarrollo de premisas de diseño								★								
5. Nivel 1 de visualización																
Definición de retículas									★							
Elaboración de propuestas gráficas									★							
Distribución de contenidos									★							
6. Nivel 1 Autoevaluación																
Elaboración de instrumentos de validación										★						
Proceso de autovalidación										★						
Análisis de resultados obtenidos										★						

(Figura 7, Diagrama de Gantt Fuente: Elaboración propia.

Actividad	Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
7. Nivel de visualización 2 - Digitalización																
Digitalización de propuestas			★	★	★											
Preparación de archivos			★	★	★											
8. Nivel 2 Validación con expertos																
Elaboración de instrumentos de validación						★										
Validación con expertos						★										
Análisis de validaciones							★									
9. Nivel de visualización 3 - Propuestas finales																
Corrección de materiales							★	★								
Revisión de contenidos gráficos							★	★								
10. Nivel de visualización 3 - Validaciones																
Elaboración de instrumentos de validación									★							
Validación con expertos									★							
Análisis de validaciones									★							
11. Diseño final de materiales gráficos																
Cambios finales										★						
Preparación de piezas finales										★						
Realización de mockups										★						
12. Entrega de resultados																
Diagramación final del informe PG2											★					
Entrega a docentes											★					
Entrega a institución											★					
13. Fin de PG 2												★				

(Figura 8, Diagrama de Gantt Fuente: Elaboración propia.

3.3 Presupuesto

Un presupuesto es un plan financiero que estimula los ingresos y gastos esperados para un período determinado. Proporciona una base para la planificación, control y toma de decisiones financieras, y es una herramienta clave para una gestión efectiva de los recursos económicos.

Un presupuesto contempla las siguientes características:

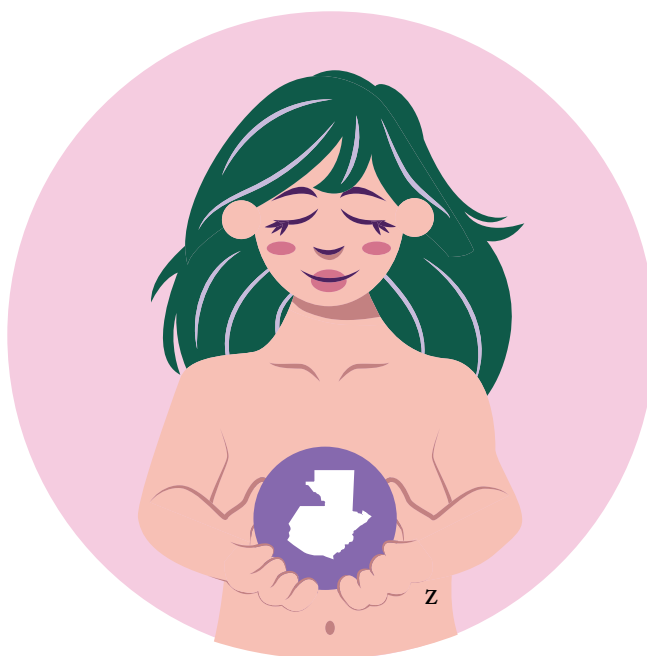
- Estimación de ingresos y gastos, el presupuesto involucra la estimación de los ingresos que se esperan recibir, ya sea por ventas, salarios u otras fuentes de ingresos, así como los gastos previstos, como costos operativos, inversiones, pagos de deudas, entre otros.
- Tiempo, el presupuesto cubre un período específico, que puede ser mensual, trimestral, anual u otro intervalo de tiempo determinado. Proporciona una visión a corto o largo plazo de las finanzas y permite un seguimiento y control adecuados.
- El presupuesto se basa en planificación de metas y objetivos financieros. Establece las prioridades y destinos de los recursos, permitiendo asignarlos de manera adecuada para lograr todos los resultados que se desean.²⁴



25. María González "Presupuesto: qué es, importancia, elementos y tipos", Gestipolis, <https://www.gestipolis.com/presupuesto-que-es-importancia-elementos-tipos/>

Descripción	Valor
Costos Fijos	6311
Agua	Q1,276
Luz	Q1,495
Teléfono	Q400
Internet	Q1,280
Software (Creative Cloud)	Q1860
COSTOS VARIABLES:	306
Útiles de Oficina	Q75
Tinta para impresora	Q145
Sketchbook de puntos	Q48
Resma de papel bond	Q38
SERVICIOS PROFESIONALES DE DISEÑO	Q47,211
Investigación Diagnóstica	Q1,000
Planificación	Q500
Brief de diseño	Q300
Conceptualización	Q1,000
Bocetaje	Q2,000
Diagramación del material editorial	Q12,00
Ilustraciones	Q11,000
Digitalización de propuestas	Q1,500
Desarrollo de Mockups	Q450
Validaciones (3 niveles)	Q1,300
Corrección de piezas finales	Q4,000
Depreciación de equipo	Q962
Honorarios de diseño	Q12,500
SUB TOTAL	Q53,828
IMPUESTOS:	Q9,150
IVA (12% sobre el total)	Q6,459
ISR (5% sobre el total)	Q2,691
TOTAL	Q62,978

(Figura 9, Presupuesto, Fuente: Elaboración propia.



Una vez finalizado el capítulo, se procede con el siguiente, que aborda el marco teórico, comprendido por 3 ensayos, donde se abarca el tema social, de diseño y de productos gráficos.



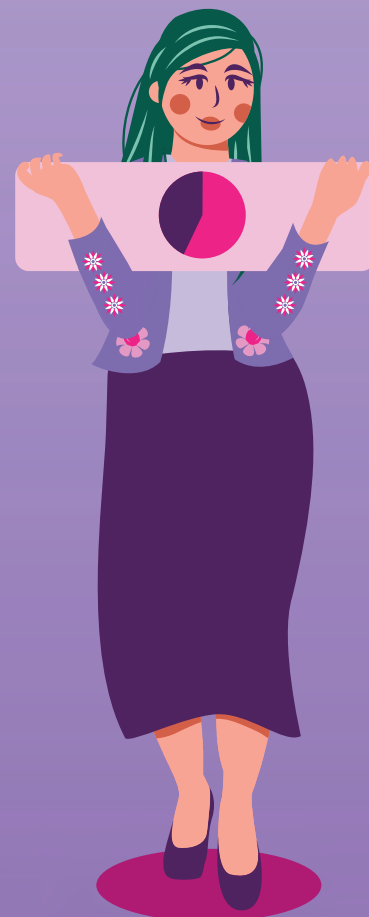
Capítulo

04

Marco Teórico

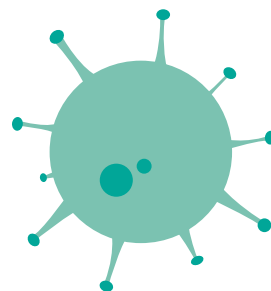
En el siguiente capítulo se abordarán tres ensayos, el primero sobre el cáncer cervicouterino en el entorno Guatemalteco, el segundo consiste en el diseño gráfico, su historia y como este puede apoyar en temas sociales como la prevención y concientización del cáncer cervicouterino, el tercer ensayo hablará sobre el material editorial y su incidencia social en este proyecto.

- 4.1 Un silencioso enemigo para las mujeres
- 4.2 Diseño, divulgación y aprendizaje para una mejor vida
- 4.3 Previniendo, informando y diseñando: Material editorial gráfico



4.1 Un silencioso enemigo para las mujeres

El cáncer se refiere a un conjunto de afecciones que se caracterizan por el crecimiento descontrolado de células anormales en el cuerpo, las cuales se multiplican y se expanden sin límites en diferentes partes del mismo. Estas células pueden formar masas o tumores de tejido que causan trastornos en la región afectada, y también tienen la capacidad de diseminarse a otras áreas del cuerpo.²⁵



En este ensayo, se discutirá qué es el cáncer cervicouterino, la historia del mismo, y los factores que influyen a que esta enfermedad sea tan grave en el contexto social guatemalteco.

A pesar de existir distintos tipos de cáncer el principal enfoque de este ensayo es el cáncer cérvico uterino, una enfermedad que se produce cuando las células del cuello uterino se vuelven anormales y crecen de manera descontrolada. Dentro de los principales factores de riesgo para el desarrollo del cáncer cervicouterino, están las infecciones por el Virus del Papiloma Humano (VPH), un sistema inmunológico débil, el inicio temprano de una vida sexual activa, así como tener múltiples parejas sexuales y no utilizar métodos de protección de barrera.²⁶

Esta enfermedad afecta a muchas mujeres en todo el mundo y la ciudad de Guatemala no es la excepción, siendo el tercer tipo más común entre mujeres guatemaltecas y principal causa de muerte de las mismas, es un problema que año con año afecta a una población específica, las mujeres de clase media y baja.²⁷

Históricamente el cáncer cervicouterino ha sido prevenido desde los años 1970, con la introducción del papanicolau que sirvió como una herramienta de detección temprana, a partir de 1980 distintos programas de detección y tratamiento han servido como una forma de mantener la salud de las mujeres guatemaltecas²⁸

25. Romero Romero, Laura, and Valeria Estefania Patiño González. 2021. "Qué Es El Cáncer?" RA RÍO GUENDARUYUBI 5 (13). Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca: 6–22. doi:10.53331/rar.v5i13.2041.

26. Lizano, Marcela. 2006. "Cáncer Cérvicouterino y El Virus Del Papiloma Humano: La Historia Que No Termina." Unidad de Investigación Biomédica En Cáncer. UNAM - INCan 1: 31–55. <http://www.incan.edu.mx/i/revista/articulos/articulo2.pdf>.

27. Organización Panamericana de la Salud (OPS), "Cáncer Cervicouterino: situación en Guatemala y propuestas de acción", Organización Panamericana de la Salud (OPS) - Representación en Guatemala, mayo de 2018, https://www.paho.org/gut/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=documentos-ops-oms-guatemala&alias=326-cancer-cervicouterino-situacion-en-guatemala-y-propuestas-de-accion&Itemid=101.

28. OPS, "Cáncer Cervicouterino", mayo de 2018.

En la ciudad de Guatemala han existido múltiples iniciativas dirigidas por organizaciones y grupos de la sociedad civil, con un fin en común, concientizar acerca de la importancia que tiene la detección temprana y el tratamiento de este cáncer. Un ejemplo es el lanzamiento del Programa Nacional de prevención y Control de Cáncer Cervicouterino, en Guatemala en el año ²⁰⁰⁴, el cual tiene como meta proporcionar servicios de detección y tratamiento por todo el país, incluyendo a la ciudad Capital. ²⁹

Además de las iniciativas llevadas a cabo por organizaciones y grupos de la sociedad civil, el sector gubernamental en Guatemala ha desempeñado un papel fundamental en la lucha contra el cáncer cervicouterino.

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social ha implementado políticas y programas de salud específicos para abordar esta enfermedad. Estas medidas incluyen la capacitación de profesionales de la salud en la detección y tratamiento del cáncer cervicouterino, la promoción de la vacunación contra el VPH y la mejora de la accesibilidad a servicios de atención médica en todo el país. A través de la colaboración entre el sector público y las organizaciones de la sociedad civil, se ha logrado un enfoque integral para combatir el cáncer cervicouterino en Guatemala.

Otro ejemplo son las organizaciones como la Liga Nacional Contra el Cáncer, que ha trabajado para educar a toda la población guatemalteca sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano, así como también ha ofrecido estos servicios para la población afectada

La realidad es que el sistema de salud enfrenta numerosos desafíos en términos de recursos, acceso y calidad de atención, lo que dificulta una respuesta efectiva a las necesidades de la población. Además, es importante destacar que la falta de campañas de prevención adecuadamente difundidas en los idiomas mayas, que son hablados por una parte importante de la población guatemalteca, limita el alcance y la efectividad de los programas de concientización. Asimismo, la poca cobertura de servicios en las áreas rurales y comunidades más alejadas del país contribuye a perpetuar las desigualdades en el acceso a la atención médica. Estos factores combinados plantean un desafío adicional en la lucha contra el cáncer cervicouterino y subrayan la necesidad de abordar de manera integral las barreras estructurales y socioeconómicas que dificultan el control de esta enfermedad.

29. "Cervical Cancer in Guatemala", Cervical Cancer-Free Coalition, consultado el 27 de marzo de 2023, <https://www.cervicalcancerfreecoalition.org/cervical-cancer-in-guatemala/>.

Incluso con los esfuerzos realizados, la cantidad de casos es elevada.

El cáncer cervicouterino es uno de los principales problemas de muerte en este país, con un sistema de salud que no responde a las necesidades mínimas que todo individuo tiene, la falta de campañas de prevención difundidas en los idiomas mayas y la poca cobertura en los pueblos de nuestro país nos hacen cada vez más estar lejos de ser un país en vías de desarrollo.

Hay factores que influyen en que esta enfermedad suponga un riesgo para las mujeres, estos están presentes en la población ya que muchas mujeres tienen su primer encuentro sexual a una edad temprana, la falta de acceso a la educación sexual y la prevención del VPH contribuyen a la propagación de esta infección.

Además, el acceso limitado a los servicios de salud, incluida la detección temprana y el tratamiento del cáncer cervicouterino, es un problema importante. ³⁰

Los factores socioeconómicos inciden de manera importante en la vulnerabilidad de las mujeres, quienes son las más afectadas, en las áreas rurales no se tiene acceso a la atención médica, exámenes, pruebas e incluso educación en sexualidad.

La promoción y difusión de campañas que promuevan métodos de protección, así como la importancia de acudir a realizarse un examen al año y así descartar las infecciones y afecciones del sistema reproductivo, sobre todo en su idioma, es fundamental y debería ser parte de los planes de cualquier gobierno.

Estos temas necesitan ser abordados, desde distintos enfoques, tomando en cuenta el contexto y el grupo objetivo que padece este cáncer, se podría apoyar con distintas iniciativas para mejorar la atención médica que reciben las personas en las áreas rurales y la población de escasos recursos.

También se necesita seguir educando y concientizando sobre la prevención y el tratamiento del cáncer cervicouterino, a través de distintos programas educativos en escuelas y campañas informativas dirigidas a las mujeres y población en general.

Es esencial enfocarse en los factores de riesgo subyacentes, tales como la infección del VPH, el consumo de tabaco, la buena alimentación y la sexualidad responsable, apoyar con programas que incluyan vacunación contra el VPH y programas antitabaco, junto a campañas acerca de salud sexual y física enfocada en la alimentación.

30. Cervical Cancer-Free Coalition, "Cervical Cancer in Guatemala".

En conclusión, esta enfermedad afecta la salud de la mujer guatemalteca, y puede ser prevenida, sin embargo muchas veces se detecta demasiado tarde, por lo que las complicaciones suelen agravarse y complica el tratamiento y el bienestar de la paciente, tanto la concientización de la enfermedad es fundamental, así como la divulgación de dicha información.

Distintos estudios muestran la realidad que padecen las mujeres con difícil acceso a servicios de salud, un factor importante a la hora de la propagación de este cáncer, tanto es así que se ha denominado al cáncer cervicouterino uno de “los cánceres de la pobreza”.

Solo queda exigir al gobierno implementar distintos programas de detección temprana y prevención, que apoyen a disminuir los casos que se dan por un deficiente sistema de salud, así como ofrecer mejores oportunidades para mejorar la condición de vida de todas las mujeres, solo así se podrá al fin, proteger la vida de la mujer guatemalteca.



4.2 Diseño, divulgación y aprendizaje para una mejor vida

El diseño gráfico es una disciplina que se ocupa de la creación y producción de elementos visuales, para transmitir un mensaje de manera efectiva, en palabras simples es comunicación visual, consistiendo en planificar y proyectar ideas y experiencias con contenidos visuales y textuales. A continuación se desarrollará la historia del diseño gráfico, definiciones, que ramas existen dentro del mismo, además de cómo el diseño gráfico es importante dentro de distintos enfoques sociales.

Historia y evolución del diseño gráfico

Podría plantearse el inicio del diseño gráfico en épocas prehistóricas, cuando los antiguos hombres se comunicaban mediante pinturas rupestres. En aquel entonces, los elementos gráficos resultaban suficientes para transmitir diversos mensajes sin la necesidad de emplear palabras. En tiempos posteriores, durante la era de Egipto, los jeroglíficos funcionaron como una modalidad de comunicación visual con un sistema propio de símbolos y signos, que daban lugar a distintas interpretaciones. En adición, destaca que los jeroglíficos egipcios mantuvieron un estilo específico, lo que permite su identificación visual por la forma en que se encuentran contruidos.

En este sentido, es importante considerar que, al igual que los mayas, los antiguos egipcios y griegos tenían un estilo específico de comunicación visual que se adaptaba a su cultura y a su época, lo cual podríamos definir como los primeros orígenes del diseño gráfico.

31

En tanto, en la Antigua Grecia, la escritura se convirtió también en un sistema de arte visual con la creación de la tipografía y la caligrafía. Posteriormente, la civilización Maya creó distintos códigos y glifos capaces de describir su cultura y algunas de sus tradiciones. Sin embargo, existe poca información sobre estos códigos ya que muchos de ellos fueron destruidos durante la conquista española.

31. Heller, S. 2017. Historia del diseño gráfico. Editorial Gustavo Gili.



Figura 10. Jeroglíficos egipcios, Fuente: https://www.autopista.es/planeta2030/como-se-descifraron-jeroglificos_245610_102.html

Edad Media

Cuando Johannes Gutenberg inventó la imprenta, en 1450, la historia del diseño gráfico cambió completamente, primero utilizándose para replicar libros, que en ese entonces se copiaban a mano, al poco tiempo distintas empresas empezaron a utilizar panfletos, que servían como una forma de publicitar sus productos.

Poco a poco, el diseño gráfico avanzó en distintas áreas. Distintos diseñadores como Talwin Morris, empezaron a diseñar portadas de libros. Con ilustraciones abstractas retratan temas para ilustrar mejor el contenido del libro.

Revolución industrial y la llegada de la Bauhaus

La Bauhaus fue una institución “anti académica”, fundada en 1919 por Walter Gropius en Weimar, considerada la primera escuela de diseño del mundo y un movimiento artístico innovador.

No solo se limitó a ser una escuela, sino que estableció las bases para el diseño moderno y se convirtió en un centro pedagógico y experimental de las artes.

La Bauhaus creó las bases normativas y fundamentos académicos del diseño industrial y gráfico, aportando un estilo propio y una nueva tipografía sin serifa. Su influencia en el mundo del diseño fue y sigue siendo de gran relevancia a nivel mundial. La Bauhaus fusionó todas las propuestas racionalistas, desde el neoplasticismo hasta el constructivismo, para desarrollar una metodología del diseño y el proyecto arquitectónico. Los diseños que surgieron de la Bauhaus aún son altamente valorados, aunque su mayor impacto fue en el campo de la arquitectura.

Uno de los principios fundamentales de la escuela era "la forma sigue a la función", lo que dio lugar a formas geométricas inspiradas en el arte grecolatino y renacentista para la construcción de edificios.³²

Como se puede apreciar durante esta época es donde el diseño comienza a tomarse como una disciplina y poco a poco se va alejando del camino artístico, siendo su principal enfoque la funcionalidad, dicho así por el lema inculcado en esos años "la forma sigue a la función" se deja de lado los ornamentos y la libre expresión para adentrarse en el minimalismo y como se puede comunicar ciertas ideas, incluso con la propia tipografía y caligrafía, se empieza a tomar en serio la legibilidad y se deja de lado las tipografías de estilo script, para dar pie a formas geométricas, no sólo en las fuentes, si no en el diseño en general, justo esto caracteriza esta época, la geometría y cómo estas formas básicas pueden aportar al diseño.

Además de ciertos usos de colores, en su mayoría primarios, como el rojo, amarillo y azul.

Durante esta época, se puede observar que incluso el arte toma estas ideas y las apropia, con artistas como Piet Mondrian o Pablo Picasso, el padre del cubismo. Sin embargo, aquí no termina la historia del diseño gráfico, poco a poco este va tomando relevancia en el mundo moderno y laboral.



32. Moove Magazine. "Bauhaus: la escuela del arte, del diseño y la arquitectura del siglo XX." Moove Magazine, 2013, <https://moovemag.com/2013/02/bauhaus-la-escuela-del-arte-del-diseno-y-la-arquitectura-del-siglo-xx/>.

Modernismo

Se menciona en la web Domestika que con la creación de los primeros logotipos y la fundación de la Bauhaus, a mitad del siglo XX, se introdujo la fotografía a color y se produjeron grandes avances en el diseño gráfico, especialmente en las publicaciones, como las revistas Vogue o Harper's Bazaar, donde las portadas competían por atraer la atención del público. En la década de los 60, el diseño gráfico llegó a los carteles de cine gracias al diseñador Saul Bass. Ya no era necesario utilizar una fotografía del actor o actriz para transmitir el mensaje, sino que se podrían emplear otros recursos, como se hizo en el famoso cartel de la película *Vértigo*.

A medida que avanzaban los años 70, los mayores avances en el diseño gráfico se centraron en la industria corporativa.

Se crearon sistemas de identidad corporativa y los logotipos se convirtieron en un elemento indispensable para cualquier marca.

Era Digital

Con los inicios de las computadoras, nace una nueva herramienta que cambia para siempre la industria del diseño, las computadoras personales en este caso, dieron hincapié a tener un pequeño espacio de trabajo, donde los diseñadores podían optimizar ciertas tareas que antes solían hacerse de forma análoga, experimentando así con distintas tipografías y formas, también surge el diseño digital, una forma de realizar diseño sin la necesidad de verse en forma física, esto explotó aún más con la llegada del internet y claro, las redes sociales, poco a poco junto con la llegada de distintos programas de vectores, edición de video, animación o retoque fotográfico, el diseñador empezó a ser independiente en su aprendizaje.

Sin embargo, se debe recordar que aunque existan miles de herramientas en la actualidad que ayuden a las personas a satisfacer las necesidades de comunicación visual que tienen, el estudio y la experiencia del diseñador es fundamental para poder comunicar de forma correcta, un mensaje, utilizando la estética y sobre todo, la asertividad, sin dejar de lado la funcionalidad.

Ramas del diseño gráfico

Según el artículo "Ramas del diseño gráfico" de la Universidad Europea (2021), el diseño gráfico se divide en diferentes ramas, cada una con sus propios objetivos y enfoques.

Diseño de identidad corporativa

Se destaca en crear una imagen visual consistente y reconocible para una empresa o marca. Esto incluye la creación de logotipos, papelería corporativa y la identidad visual para eventos y campañas.

Diseño editorial

Se encauza en la creación de diseños para publicaciones impresas, como revistas y periódicos. Esto incluye el diseño de portadas, la maquetación de contenidos y la selección de tipografía y colores.

Diseño publicitario

Se destaca en la creación de anuncios y campañas publicitarias efectivas. Esto incluye la creación de conceptos creativos, la selección de medios y la producción de materiales publicitarios.

Diseño de packaging

Se orienta en la creación de envases atractivos y funcionales para productos. Esto incluye la selección de materiales, la creación de diseños de etiquetas y la producción de envases.

Diseño de experiencia de usuario (UX design)

Se dedica a crear interfaces digitales intuitivas y atractivas.

El aporte del diseño en la concientización del cáncer cervicouterino

De acuerdo con lo anterior tenemos claro que el diseño gráfico es una herramienta poderosa a la hora de comunicar en masa, la cultura siempre influye en cómo percibimos ciertos mensajes y es esta misma cultura la que puede ayudarnos a darle mejor difusión a algunos temas. En este caso se hablará sobre el cáncer cervicouterino, uno de los principales problemas de salud en las mujeres a nivel nacional, a pesar de que existen distintas medidas para su prevención y tratamiento, sigue siendo un tema importante que debe tratarse. En este contexto el diseño gráfico puede contribuir de manera significativa a la concientización y divulgación de información sobre esta enfermedad.

Siendo así, se pueden emplear distintas ramas del diseño gráfico, para crear imágenes y mensajes que informen sobre prevención, factores de riesgo, síntomas, prevención y tratamientos para esta enfermedad.

Además no solo pueden ser medios visuales, puede incluirse acá medios audiovisuales, algunos medios de comunicación pueden unirse con el diseño para lograr resultados con los que el público pueda interactuar perfectamente, por ejemplo con las campañas sociales, aquí puede divulgarse la información utilizando materiales gráficos, utilizando canales de comunicación e información, como por ejemplo la televisión, la radio, redes sociales o medios Above The Line (ATL) y Below The Line (BTL).

Las ayudas visuales siempre son útiles en este caso, la ilustración y la iconografía correctamente aplicada en distintos materiales, como folletos o carteles pueden apoyar a la prevención y concientización de esta enfermedad, mostrando distinta información preventiva, así como información sobre donde estas personas pueden atenderse y avocarse, según las dudas que estas tengan.

Siguiendo un camino más interactivo, las redes sociales también pueden aportar en cómo las personas pueden recibir información las campañas en redes sociales intentando involucrar a las personas, siempre son útiles a la hora de buscar experiencias, así como compartirlas, con la ayuda gráfica correcta, esto puede volverse una poderosa herramienta de concientización que puede llegar a distintas personas, sin importar su poder adquisitivo, ni clase social.

Para concluir, el diseño gráfico, puede ser una herramienta efectiva para comunicar sobre el cáncer cervicouterino, ya que la prevención tan importante y el mantenerse informados, es una excelente herramienta para frenar los casos que día a día son vistos a nivel nacional. Con las distintas técnicas y herramientas correctas se puede informar y posteriormente concientizar sobre la importancia que tiene el prevenir y a donde dirigirse en caso de existir algún tipo de síntoma. Así como el diseño gráfico ha aportado anteriormente a distintas causas sociales, esta no es la excepción y solo queda esperar a que el mensaje sea correctamente recibido y comprendido.



4.3 Previniendo, informando y diseñando: Material editorial gráfico.

El material editorial, es la rama del diseño gráfico que se dedica al diseño y composición de publicaciones como, revistas, libros y periódicos, se verifican aspectos como la producción y diagramación de estos mismos. Desde los primeros manuscritos hasta la era digital, el material editorial ha evolucionado para satisfacer las necesidades y demandas de los lectores y usuarios. En este ensayo se analizará, la historia del material editorial, los diferentes tipos que existen y sobre todo que material se trabajará en el presente proyecto.³³

«Este concepto de diseño nació en la época del Renacimiento, siglo XV, inclusive mucho antes de la invención de la imprenta, atribuido a Johannes Gensfleisch Gutenberg (ca. 1398- 1468), la aparición del libro fue el principal difusor de la cultura occidental. Los copistas existían desde el Antiguo Egipto. En esa época eran muy valorados porque eran pocos quienes conocían o aprendían la escritura, para luego dedicarse a esta profesión. “Entre las herramientas que usaban están las plumas, el raspador y la tinta, tanto para realizar la escritura como los dibujos, también se les conocía amanuense que era su sinónimo”. (Catopodis, 2014). Los copistas fueron los primeros en reproducir textos en gran cantidad expuestos en libros.

A su vez eran adquiridos por muy pocos, dada la limitación que existía con los ejemplares. Además, los copistas fueron los primeros profesionales en el arte del diseño editorial porque trabajaban con las formas rectangulares que la tipometría ofrecía en aquel tiempo, esta era la manera apropiada para ordenar los textos dotándolos de dinamismo y estética.»³⁴



33. Guerrero Reyes, Leonardo. "El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas". Trabajo de fin de máster, Universidad Complutense de Madrid, 2021. Consultado el 30 de marzo de 2023. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/39751/1/TFM%20-%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.pdf>

34. Guerrero Reyes, "El Diseño Editorial."

«La retícula comenzó siendo parte fundamental en la creación de caracteres para su aplicación en la tipometría, que tomó protagonismo importante en las proporciones armónicas entre espacios impresos y formato del papel dentro del inicio del diseño editorial. Como resultado ofreció nuevas posibilidades expresivas a través de un nuevo método, que fue la creación de cajas tipográficas. Mediante la aparición de la imprenta, surgieron los caracteres tipográficos que dio origen a un mayor número y variedad de fuentes tipográficas. Comenzó con Gutenberg junto a Peter Schöffer y Johannes Fust, Estos colaboraron en la creación de los primeros tipos móviles con un estilo de textura gótica. Además, se crearon las tintas y papeles que fueron usados junto a este sistema. Los adelantos en los sistemas de impresión y tecnologías informáticas se remontan desde el siglo XX. Se han producido constantes cambios en el siglo XXI y el diseño editorial tiene nuevas tendencias. El libro existe como contexto social y de interacción entre el conocimiento y lo desconocido. Hay que reconocer que las revistas marcan un protagonismo mucho más comercial a diferencia del libro, la diferencia consiste en que ambos tienen diferentes públicos.»³⁵

Actualmente existen distintos tipos de materiales editoriales, siendo los libros el tipo más conocido y utilizado. Estos se dividen en distintas categorías como arte, ciencia, divulgación social, literatura, tecnología, etc.

También existen las revistas que toman un enfoque al entretenimiento, que son bastante comunes, sin embargo sí existen muchas revistas científicas y de divulgación. Otro material editorial son los periódicos que publican noticias diarias sobre distintos acontecimientos recientes, por último también es importante mencionar a los folletos y catálogos, que utilizan información para promocionar productos y servicios, sin embargo el material editorial se ha ido expandiendo, con la llegada de la tecnología, ahora también existen versiones digitales, libros y revistas electrónicas, algunas incluso con interacción, incluyendo imágenes, sonidos y videos.

Lo importante en este ensayo son los materiales editoriales tipo libro con ilustración, que es el que se trabajará.

35. Guerrero Reyes, "El Diseño Editorial."

Para ponerse en contexto «Un libro ilustrado es un tipo de libro que combina texto y elementos visuales, como ilustraciones, fotografías, dibujos, gráficos, entre otros. Estos elementos visuales complementan el texto y aportan una dimensión adicional a la narrativa o información que se presenta en el libro.» 36

Teniendo en cuenta lo que es un libro ilustrado, el trabajar un libro ilustrado con la información sobre la prevención y la concientización del cáncer cervicouterino en Guatemala puede ser una herramienta para llegar a un público amplio y ofrecer información clara y accesible sobre la enfermedad y sus medidas preventivas. Incluir ilustraciones mostrando procesos de detección y cómo realizarse distintos exámenes es una forma de prevenir la enfermedad para el grupo objetivo de este proyecto.

Con la información proporcionada por el Observatorio de Salud Sexual y Reproductiva (OSAR) sobre el cáncer cervicouterino, es importante presentar los aspectos técnicos de manera gráfica para facilitar la comprensión del público objetivo.

En este caso, se utilizarán ilustraciones para ilustrar varias páginas, y se mejorará la diagramación del documento para permitir una lectura cómoda y rápida.

Además, el material editorial tendrá su propia identidad basada en un concepto creativo, trabajado con distintas técnicas de generación de ideas, y se seleccionará una familia de fuentes y una paleta de colores adecuadas para transmitir el mensaje de manera efectiva y visualmente agradable. También se simplificarán algunos conceptos para facilitar el aprendizaje de los lectores.

En conclusión el material editorial ha servido como una forma de documentar, informar y transmitir distinto conocimiento a lo largo de la historia, sin embargo ha evolucionado y se ha ido expandiendo a lo largo de la historia, ya no limitándose únicamente al área impresa sino también al área digital.

Por consiguiente, se toma en cuenta que la información no únicamente puede ser transmitida por texto, las imágenes también pueden apoyar y potenciar ciertos mensajes y qué mejor manera que sintetizar todo en un libro, como se ha mencionado en este proyecto, se apoyará al Observatorio de Salud Sexual y Reproductiva OSAR.

Por medio de esta rama del diseño, se pueden utilizar los conocimientos adquiridos en la carrera del estudiante. Este material apoya en la divulgación y la concientización del cáncer cervicouterino en la ciudad de Guatemala, siendo así que todo el trabajo realizado toma un enfoque académico y es estrictamente trabajado bajo esta perspectiva.

36. Ríos, Mónica. "El libro ilustrado como herramienta didáctica en el aula de español como lengua extranjera." Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a la Enseñanza de Lenguas, vol. 25, 2019, pp. 108-126. Consultado el 9 de abril de 2023, <https://doi.org/10.26378/rnlael2512>.



Los ensayos presentados han evidenciado la trascendencia de la difusión y concientización del cáncer cervicouterino, así como su prevención, subrayando la relevancia de los recursos editoriales como valiosas herramientas en pos de alcanzar dicha meta. En el siguiente capítulo se abordarán las premisas de diseño del proyecto, su fundamentación y el proceso de cómo se llegó a tal resultado.



Definición Creativa

En este capítulo se abordarán distintos temas de conceptualización y definición creativa del proyecto, desde el brief hasta técnicas para generación de ideas, hasta las premisas de diseño, que ayudarán a definir los posteriores códigos de diseño.

- 5.1 Brief de diseño
- 5.2 Referentes Visuales
- 5.3 Descripción de la estrategia de las piezas de diseño
- 5.4 Definición del concepto creativo y premisas de diseño



5.1 Brief de diseño

El Brief es un archivo que contiene toda la información necesaria antes de iniciar el proceso de diseño, en el cual se describen los problemas, los objetivos y los resultados esperados de las piezas de diseño. Su objetivo principal es facilitar la comprensión de las restricciones o limitaciones del proyecto y, por lo tanto, ayudar en la toma de decisiones.

Información del cliente

El Observatorio en Salud Reproductiva fundamenta su trabajo sobre la base del seguimiento sistemático y la aplicación de herramientas para la construcción de indicadores y recolección de datos que permitan contar con información oportuna y de calidad sobre el avance y desafíos de los procesos de implementación de las políticas. El Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva impulsa la formación de un Observatorio en Salud Reproductiva, con el fin de monitorear y fiscalizar la implementación de las políticas públicas relacionadas con la salud reproductiva.

Nombre del proyecto:

“Diseño de material editorial para concientizar a las mujeres sobre la prevención y control del cáncer cervicouterino.

Datos de contacto

- **Nombre de la institución:** Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva
- **Nombre de la directora:** Dra. Mirna Montenegro y Sebastian Cabrera
- **Dirección:** 6a calle 1-36 zona 10 Edificio Valsari. Oficina 702
- **Correo electrónico: (Institución):** info@isdmguatemala.org
- **Correo electrónico (personal):** mmontenegro@isdmguatemala.org
- **Número de telefono:** 57049125

Programas

- Trabaja con Medios de Comunicación.
- Aboga por cambios políticos para:
- Disminuir brechas entre poblaciones
- Asegurar el acceso a servicios de salud reproductiva Incidencia Política.
- Capacita y facilita información acerca de la salud sexual y reproductiva.

Información del Proyecto

Diseñar un material editorial para concientizar a las mujeres de la ciudad de Guatemala, sobre el cáncer de mama y cérvix, a través de distintas estrategias de comunicación visual que permitan una mejor comprensión de cómo prevenir y tratar distintos tipos de cáncer. Los materiales a trabajar serán los siguientes:

- **Diseño de libro acerca del cáncer cervicouterino**
- **Ilustraciones para el material editorial**

Presupuesto

El presupuesto total es de Q 48,340.85 incluyendo el ISR y EL IVA y que corresponde solo a la parte de conceptualización y diseño. La implementación de los materiales corporativos se hará en 2023. Estas gestiones serán elaboradas por las personas internas OSAR.

Grupo Objetivo

El grupo objetivo, está conformado por mujeres de 30 a 50 años, residentes de la ciudad de Guatemala en el área metropolitana, son en su mayoría mujeres casadas o en unión libre con una pareja sentimental, poseen un nivel socioeconómico medio bajo, además en su mayoría contar con la responsabilidad de uno o varios hijos, algunas de ellas son de clase media y cuentan con más recursos para poder optar a vacunas contra enfermedades como el VPH.

Mensaje a Transmitir

El principal objetivo del proyecto es que la persona que lea el material entienda junto con la ayuda de las gráficas toda la información médica sobre el cáncer y la importancia de realizarse chequeos para prevenirlo, se busca que esta información también pueda ser recordada por el grupo objetivo.

Condiciones

No existen condiciones en específico con el proyecto, pero sí se menciona hacer representación de las personas indígenas, en todo el documento.

5.2 Referentes Visuales

Los referentes visuales son una herramienta muy útil para la comunicación visual, ya que permiten transmitir información de manera rápida y efectiva.



Figura 11. Ilustración de Michael Driver. Fuente: Behance.com



Figura 12. Ilustración de Michael Driver. Fuente: Behance.com



Figura 13: Ilustración de Nadezda Poltavskaya. Fuente: Behance.com



Figura 14: Ilustración de Gabriella Gouveia . Fuente: Behance.com



Figura 15: Ilustración de Tiago Araujo y Henrique Petrus y. Fuente: Behance.com

5.3 Descripción de la estrategia de las piezas de diseño

Con la utilización del método de las “6w” se plantea una estrategia para la aplicación de las piezas de diseño, a través de una serie de preguntas Who (Quién), What (Qué), Where (Dónde), When (Cuándo), Why (Por qué) y How (Cómo) que analizan las evidencias y los aspectos involucrados que direccionan el desarrollo del

Who (Quién)	— El Observatorio de Salud Sexual y Reproductiva
What (Qué)	— Un material editorial
Where (Dónde)	— En la ciudad de Guatemala
When (Cuándo)	— Desde los años 2023 al 2030
Why (Por qué)	— Porque es importante comunicar y concientizar sobre esta enfermedad que afecta a tantas mujeres guatemaltecas
How (Cómo)	— Por medio de estrategias para comunicar planes y acciones para la eliminación del cáncer cervicouterino.

5.4 Definición del concepto creativo y premisas de diseño

Concepto Creativo

Se ha llevado a cabo una labor de conceptualización con el fin de definir de manera precisa el término clave. La definición de este concepto es esencial para establecer las directrices y criterios de diseño gráfico, dado que un problema de comunicación visual puede tener varias soluciones viables. El concepto es la base fundamental sobre la cual se desarrollarán las propuestas de diseño, siendo necesario que este contenga elementos susceptibles de ser representados gráficamente.³⁷

Con este objetivo, se han propuesto diversas técnicas de conceptualización que permiten clarificar y enriquecer el proceso creativo en el campo del diseño gráfico. A continuación se presentan las siguientes técnicas creativas que se utilizaron para definir el concepto final:

Flor de Loto

La técnica conocida como "Flor de Loto" fue ideada por el diseñador japonés Yasao Matsumura. Su enfoque consiste en representar visualmente las asociaciones mentales que surgen al conectar diferentes conceptos en torno a un tema central, imitando la forma de una flor de loto.

Al utilizar esta técnica, se busca estimular la capacidad analítica y fomentar el pensamiento creativo, al permitir la generación de ideas originales a partir de la conexión de conceptos previamente establecidos.

37. Gustafson, Bruce. "Lotus Blossom Technique." The Creativity Post. Accedido el 10 de abril de 2023. https://www.creativitypost.com/article/lotus_blossom_technique.

Estudio	Doctor	Hospital	Seguras	Sonoridad	Información	Guerra	Protesta	Defensa
Paciente	MEDICINA	Consulta	Independientes	MUJERES	Delicadeza	Machismo	LUCHA	Igualdad
Vacuna	Enfermedad	Cura	Cuidado	Feminismo	Calidez	Apoyo	Económica	Demanda
Tipos	Terapia	Quimioterapia	Medicina	Mujeres	Lucha	Femenino	Sentido	Rosa
Metástasis	CANCER	Esperanza	Cáncer	Proyecto editorial CCU	Feminidad	Maternidad	FEMINIDAD	Instinto
Prevención	Prevención	Tratamiento	Solidaridad	Prevención	Exterior	Cuidador	Sonrisa	Elegancia
Colaboración	Comprensión	Humanidad	Cuidado	Control	Anticipación	Diagramación	Páginas	Reticula
Apoyo	SOLIDARIDAD	Empatía	Mitigación	PREVENCIÓN	Conscientización	Ilustración	EDITORIAL	Lomo
Beneficio	Ayuda	Valor	Advertencia	Detección	Señal	Palabras	Libro	Compaginado

Figura 16: Flor de loto, para C.C Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la estructura de la técnica, se identificaron distintas palabras importantes para realizar la conceptualización:

- Medicina
- Señales
- Prevención
- Humanidad
- Estudio
- Prevención
- Control
- Métodos

Luego de analizar todas las palabras y hallar ciertas relaciones se identificaron las siguientes frases:

- Transparencia que rompe barreras
- Barreras firmes
- Métodos que salvan
- Barreras en órbita

Finalmente se eligió la siguiente frase: "Barreras en Órbita"

Este concepto surge a partir de la palabra "barrera", la cual hace referencia a los métodos anticonceptivos de barrera. Estos métodos son una parte importante de la prevención del cáncer cervicouterino y transmiten un mensaje sobre la protección que se debe tener en el cuidado de la salud femenina de manera regular. La palabra "órbita" se utiliza como una analogía para ilustrar la armonía que siempre debe existir en torno al cuidado de la salud femenina. Para representar gráficamente la palabra "barrera", se utilizará la tendencia del Glass Morfismo mediante el uso de transparencias y marcos que hagan referencia a los métodos de barrera. La palabra "órbita" ofrece muchas posibilidades gráficas, ya que los círculos representan la figura femenina. Por tanto, se considerarán apropiados patrones circulares e ilustraciones que incluyan estas formas predominantes para representar el concepto creativo.

Mapa Mental

«Un Mapa mental es la forma más sencilla de gestionar el flujo de información entre tu cerebro y el exterior, porque es el instrumento más eficaz y creativo para tomar notas y planificar tus pensamientos»

Al analizar la estructura de la técnica, se identificaron distintas palabras importantes para realizar la conceptualización:

- Mujeres Ocupadas
- Obligaciones
- Información
- Gama de colores
- Diagnóstico

Luego de analizar todas las palabras y hallar ciertas relaciones se identificaron las siguientes frases:

- Las 2 respuestas
- Punto de divulgación
- Resaltando en lo cotidiano
- Aprender ojeando
- Feminidad eficaz

Finalmente se eligió la siguiente frase:

Finalmente se eligió la siguiente frase: "Resaltando en lo cotidiano"



Figura 17: Mapa Mental para C.C Fuente: Elaboración Propia

Relación Forzada

La relación forzada fue creada por Charles S. Whiting e implica generar asociaciones entre ideas o conceptos basadas en conexiones menos obvias. Esta técnica involucra la creación de una lista de palabras aleatorias para estimular la creatividad y fomentar la conexión entre conceptos que pueden parecer no relacionados a primera vista. Utilizando esta técnica, se generó un listado de palabras al azar.³⁹

Al analizar la estructura de la técnica, se identificaron distintas palabras importantes para realizar la conceptualización:

- Prevención
- Anticipación
- Apoyo ahh
- Humanidad
- Hormigas
- Dinero
- Videojuegos
- Señales
- Control
- Tránsito
- Deja vu
- Antropología



Figura 18: Diagrama para C.C Fuente: Elaboración Propia

39. Zhang, J., & Song, M. "The Application of Forced Relationship Technique in Creative Design." En Advances in Design Science: Proceedings of the 24th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management 2018, 845-854. Springer, 2019.

Luego de analizar todas las palabras y hallar ciertas relaciones se identificaron las siguientes frases:

- Prevención a través de la anticipación
- Prevenir, no peligrar
- Detectando las señales
- Acción en la prevención
- Ley de apoyo preventivo
- Controla, actúa y continua

Finalmente se eligió la siguiente frase: “Prevenir, no peligrar”

Este concepto se fundamenta en la medida primordial tomada para controlar los casos de cáncer de mama y cervicouterinos, la cual es la prevención. Como fuente de inspiración se utiliza una mezcla de señales de tránsito, las cuales son de tipo preventivo, informativo y reglamentario. Para ilustrar gráficamente este concepto se desarrollarán gráficos segmentados que informen, inviten a prevenir y obliguen al espectador.

Por ejemplo, se pueden presentar imágenes que fomenten la información sobre el cáncer y sus consecuencias, el uso de métodos anticonceptivos de barrera para prevenir el cáncer cervicouterino y la realización regular de chequeos médicos.



Concepto elegido: Barreras en órbita

Justificación

Este concepto se basa en la palabra “barrera” y hace referencia a los métodos anticonceptivos de barrera, que son importantes para prevenir el cáncer cervicouterino y transmitir un mensaje sobre la protección del cuerpo femenino. La palabra “órbita” se usa como analogía para ilustrar la armonía en el cuidado de la salud femenina.

Se utilizará la tendencia del Glass Morfismo para representar gráficamente la palabra “barrera” con transparencias y marcos que hagan referencia a los métodos de barrera. Los círculos, que representan la figura femenina, ofrecen muchas posibilidades gráficas, lo que permitirá utilizar patrones circulares e ilustraciones con estas formas para representar el concepto creativo.

Premisas de diseño

Tendencia

El Glassmorfismo es la principal tendencia que se tuvo en cuenta para la gráfica, adaptándolo en un medio impreso.

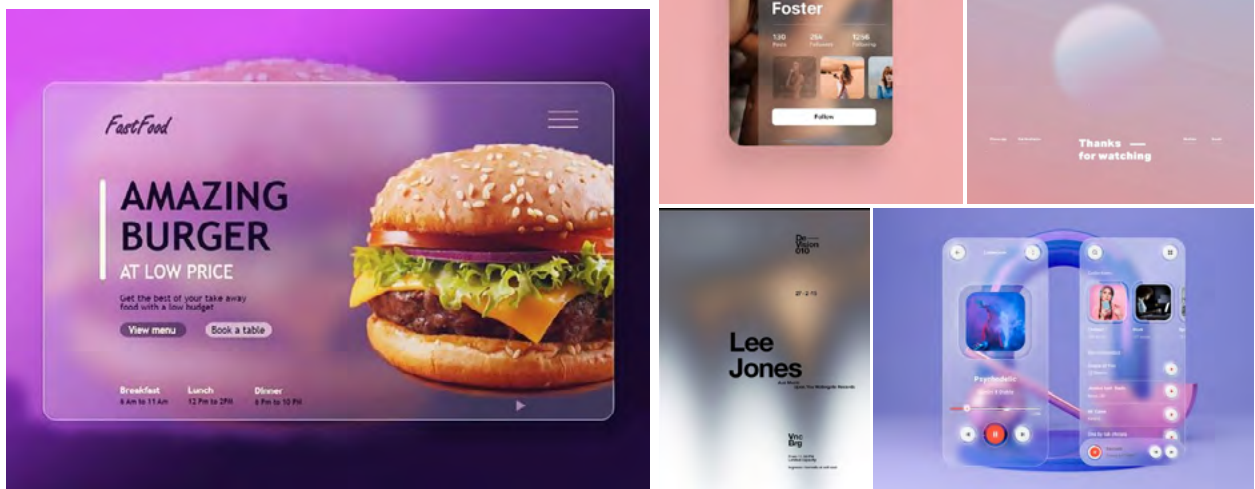


Figura 19: Moodboard de glassmorfismo Fuente: Elaboración Propia.

Sistema tipografico

Se pensó en utilizar tipografías con remates redondos, para hacer énfasis en la palabra “órbitas” Así mismo porque se busca una lectura óptima.

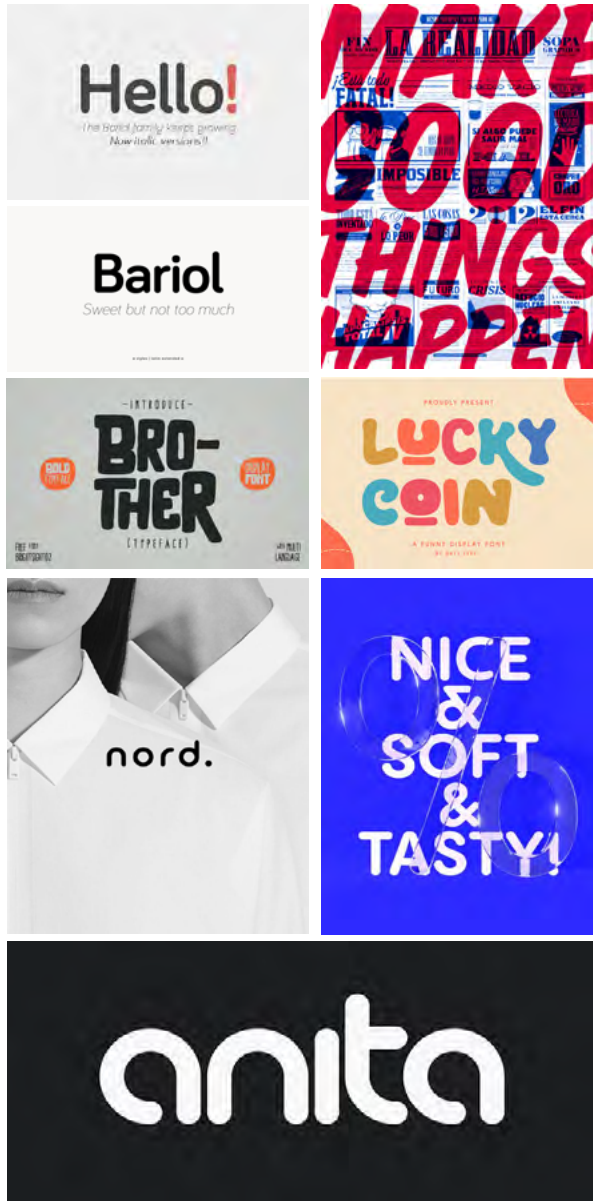


Figura 20: Moodboard de tipografía
Fuente: Elaboración Propia.

Sistema iconográfico

Se tuvo pensado utilizar iconografía flat para una mejor armonía entre fondos, ilustración y texto.

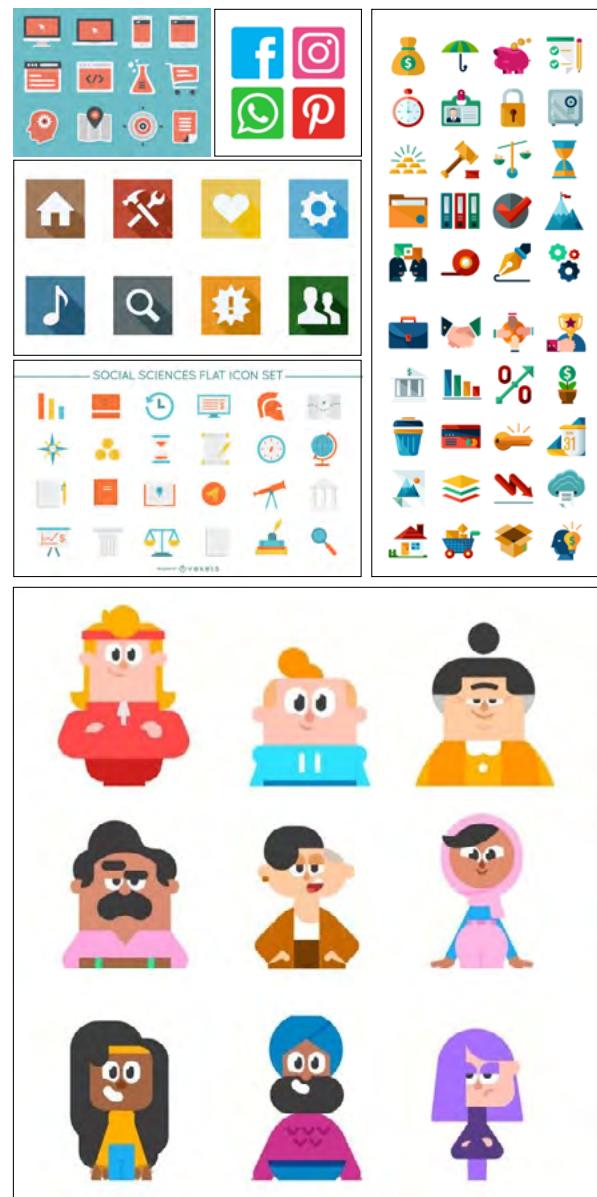


Figura 21: Moodboard de iconografía
Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración

Se pensó en ilustrar predominando formas redondas y figuras femeninas fluidas.

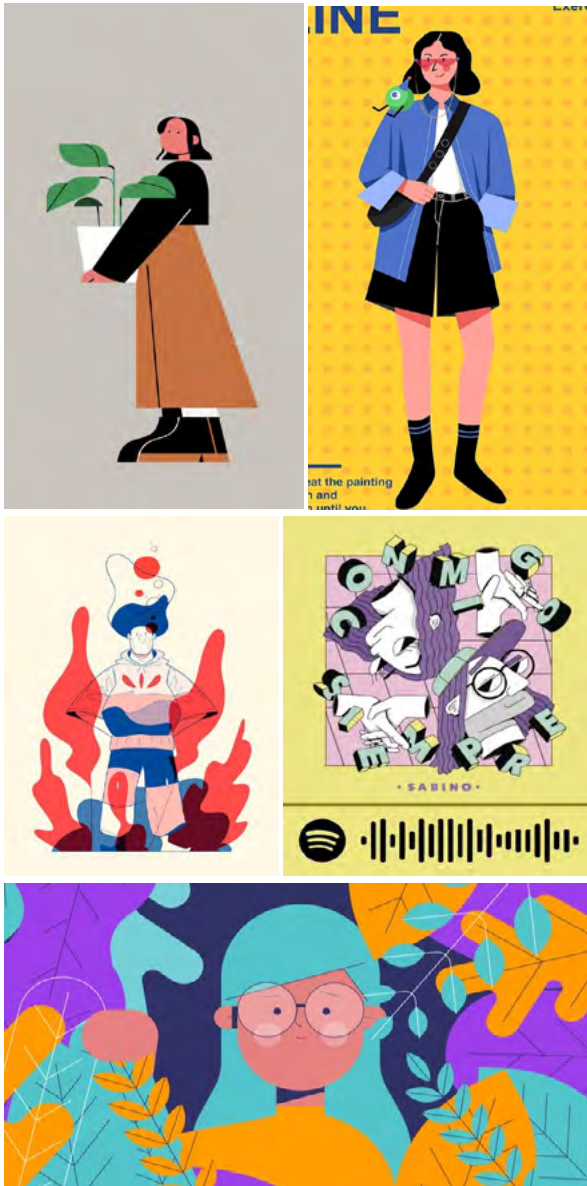


Figura 22: Moodboard de ilustración, Fuente: Elaboración Propia.

Diagramación

Se pensó en una retícula modular para tener un mejor orden de los espacios y ver como los elementos tienen armonía.



Figura 23: Moodboard de ilustración, Fuente: Elaboración Propia.

Sistema cromático

Se pensó en una paleta de triadas, con cierto enfoque en colores que representen los temas, idealmente los colores del movimiento feminista pueden ser pertinentes.



Figura 24: Moodboard de color, Fuente: Elaboración Propia.



Los resultados obtenidos, de haber aplicado distintas técnicas creativas para la generación de ideas, dio como resultado premisas interesantes en su aplicación dada la naturaleza del proyecto, el uso de colores, texturas y estilo iconográfico, se consideran pertinentes en su concepción. En el siguiente capítulo se presentan los códigos de diseño, aplicados ya en el proyecto, así como los niveles de validación que incluyen autoevaluación, evaluación con profesionales y grupo objetivo.



Capítulo

06

Producción Gráfica

En el siguiente capítulo se abordarán los distintos niveles de validación, los cuales son primer, segundo y tercer nivel. Además de verificar los códigos de diseño, que se definieron, lineamientos para la puesta en práctica y aporte económico del estudiante.

- 6.1 Primer nivel de Visualización
- 6.2 Segundo Nivel de Visualización
- 6.3 Tercer Nivel de Visualización
- 6.4 Propuesta final
- 6.5 Fundamentación técnica
- 6.6 Lineamientos para la puesta en práctica
- 6.7 Aporte económico del estudiante



6.1 Primer nivel de visualización

A continuación se presentarán las distintas propuestas para el primer nivel de validación, para este caso se bocetan 3 secciones principales, portada, contraportada y algunas páginas de la introducción.

Un boceto es un dibujo o diseño que representa visualmente una idea.

Después de definir las premisas y la parte conceptual de un proyecto, se crean varios bocetos de portada como propuestas. De estas opciones, se seleccionan una que mejor refleje el concepto y tiene el potencial de ser desarrollada para construir la identidad visual deseada.

Sección 1: Portada

Propuesta 1

En este primer boceto se muestran distintas mujeres en su diversidad, que representan al país, además de mostrar distintos elementos gráficos de los que se hablan en el documento, desde métodos de protección hasta algunas figuras que muestran órganos. El concepto muestra estas figuras, en órbita con las mujeres.



Figura 25. Boceto de portada, fuente: Elaboración propia

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		Bocetaje No. 1				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.		x			
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.		x			
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.			x		
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.				x	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.			x		
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas especifica es su referencia.	x				
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.		x			
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.			x		
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.		x			
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.	x				
TOTAL		23 v				

Tabla 1. Autoevaluación de proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Propuesta 2



Este boceto representa una mujer rodeada de distintos conceptos que se manejan en el documento, desde relaciones humanas, métodos de protección, métodos de prevención, siempre haciendo alusión a que están en armonía con la vida de la mujer, como una alusión al concepto creativo de órbitas.

Figura 26. Boceto de portada 2, fuente:
Elaboración propia



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		Bocetaje No. 2				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.				X	
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.			X		
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.			X		
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					X
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				X	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.			X		
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.					X
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	X				
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.			X		
TOTAL		36				

Tabla 2. Autoevaluación de proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Propuesta 3



Este boceto intenta hacer alusión al título del documento que menciona un plan de acción, en donde el fin es llegar a la meta, de igual forma se observan distintas figuras femeninas, además de algunos elementos relacionados al tema.

Figura 27. Boceto de portada 3, fuente: Elaboración propia



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		Bocetaje No. 3				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.				x	
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.					x
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.		x			
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.		x			
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.	x				
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.		x			
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.	x				
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.	x				
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	x				
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.				x	
TOTAL		23				

Tabla 3. Autoevaluación de proyecto. Fuente: Elaboración propia.

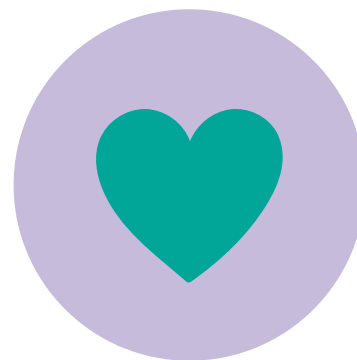
Sección 2: Contraportada

Propuesta 1



Este boceto se realizó tomando en cuenta a las mujeres en el área de la salud y a las mujeres pacientes, adjuntando elementos gráficos que son parte del concepto.

Figura 28. Boceto de contraportada 1, fuente: Elaboración propia



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		Bocetaje No. 1				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.				x	
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.					x
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.			x		
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.			x		
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.		x			
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.			x		
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.				x	
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	x				
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.				x	
TOTAL		34				

Tabla 4. Autoevaluación de proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Propuesta 2

Este boceto ilustra en primer plano la anatomía femenina, capturando de manera detallada y respetuosa la belleza y diversidad del cuerpo de la mujer.

Este enfoque centrado en la mujer resalta la importancia de reconocer y celebrar la singularidad de su forma, y promueve una visión inclusiva y empoderadora de la feminidad.

Al destacar la anatomía femenina de manera, este boceto se fomenta una apreciación amplia y enriquecedora de la diversidad, alentando a las mujeres a abrazar y amar sus propios cuerpos.



Figura 28. Boceto de contraportada 2, fuente: Elaboración propia



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		Bocetaje No. 2				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.		x			
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.		x			
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.			x		
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.	x				
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.		x			
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.		x			
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.			x		
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.		x			
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	x				
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.		x			
TOTAL		20				

Tabla 5. Autoevaluación de proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Propuesta 3

Este boceto ilustra la anatomía femenina junto con otros elementos mencionados en el material editorial, como lo son la salud y la prevención.

Con un enfoque claro en la mujer, esta ilustración detalla de manera precisa y comprensible la estructura anatómica, resaltando tanto los órganos internos como las características externas que definen la feminidad.

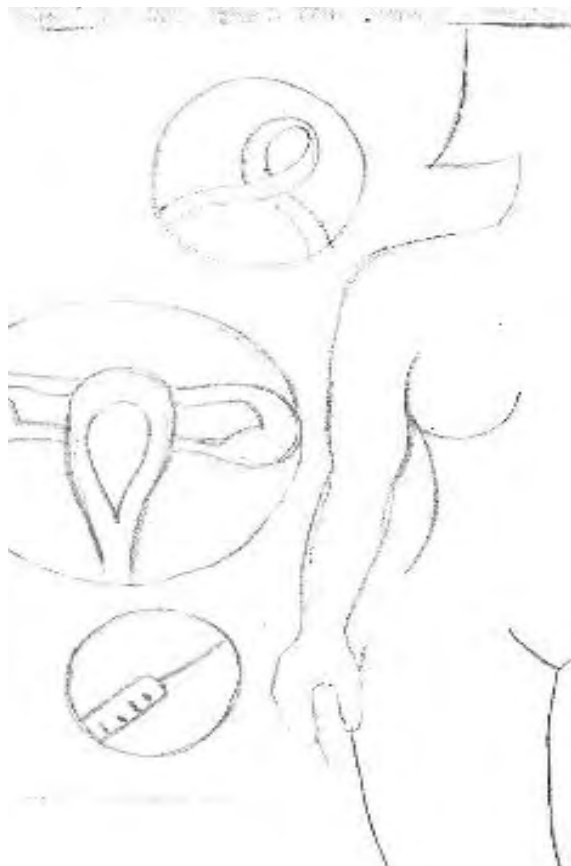


Figura 29. Boceto de contraportada 3, fuente: Elaboración propia



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		Bocetaje No. 3				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.			x		
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.			x		
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.			x		
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.				x	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				x	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.		x			
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.			x		
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.			x		
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	x				
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.		x			
TOTAL		28				

Tabla 6. Autoevaluación de proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Sección 3: Páginas

Propuesta 1



Figura 30 Boceto de páginas 1, fuente: Elaboración propia

Este boceto es diagramado a 4 columnas, ilustrando elementos circulares y utilizando figura humana para hacer dinámica la diagramación.



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		Bocetaje No. 1				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.		x			
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.		x			
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.				x	
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.			x		
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.		x			
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.			x		
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				x	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.			x		
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.		x			
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.				x	
TOTAL		29				

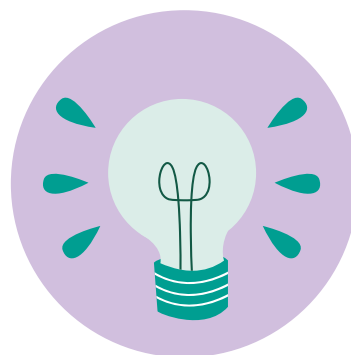
Tabla 7. Autoevaluación de proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Propuesta 2



Figura 31. Boceto de páginas 1, fuente: Elaboración propia

Este boceto tiene diagramación es a 4 columnas , donde la ilustración esta dividida en bloques de color, para marcar la línea de diagramación.



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		Bocetaje No. 2				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.				x	
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.				x	
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.			x		
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					x
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.				x	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.			x		
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.			x		
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.			x		
TOTAL		39				

Tabla 8. Autoevaluación de proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Propuesta 3



Figura 32 Boceto de páginas 3, fuente: Elaboración propia

Este boceto es realizado a diagramación de 4 columnas, los iconos toman mucho protagonismo y la ilustración pasa a segundo plano, se limita la figura humana en un cuadro de color.



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		Bocetaje No. 3				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.		x			
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.			x		
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.				x	
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.		x			
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.			x		
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas específica es su referencia.	x				
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.			x		
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.				x	
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.		x			
TOTAL		30				

Tabla 9. Autoevaluación de proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Sección 3: Páginas

Después de analizar las 3 propuestas de todas las secciones, se eligieron las siguientes.



Figura 33 Boceto portada, fuente: Elaboración propia

Se eligió esta propuesta, por la diagramación que es adecuada, el orden de los elementos y el estilo de la ilustración.



Figura 34 Boceto contraportada, fuente: Elaboración propia

Se eligió esta propuesta, ya que se acopla al estilo de ilustración de las propuestas anteriores, además de tener una diagramación armónica e ilustrar correctamente el contenido del material editorial.



Se eligió esta propuesta, ya que el bocetaje muestra un orden de lectura agradable, la aplicación de la ilustración es buena y permite delimitar el texto y la imagen.

Figura 35. Boceto de páginas, fuente: Elaboración propia



Ya definida la portada principal se procedió a digitalizar y construir las diferentes ilustraciones, aplicando las distintas premisas antes definidas.

Figura 36. Digitalización de portada, fuente: Elaboración propia

Coevaluación con estudiantes de diseño

Previo a la validación con los profesionales se realizó una coevaluación de la propuesta con el método del grupo focal donde los compañeros de la clase de Proyecto de Graduación dieron su retroalimentación sobre la misma.

- Revisar la composición de la portada para un mensaje más armónico.
- Colocar un solo estilo de ilustración en lugar de varios, es decir unificarlos.
- Quitar elementos como las pastillas de la portada.
- Integrar el cintillo de los logos del gobierno al diseño.
- Verificar la composición tipográfica del texto.

Tomando en cuenta las sugerencias de los compañeros, se procede con los cambios realizados del proyecto.



Figura 37. Digitalización de portada, fuente: Elaboración propia



Figura 38. Digitalización de portada, fuente: Elaboración propia

6.2 Segundo nivel de visualización

El segundo nivel de visualización consiste en presentar a distintos profesionales del diseño gráfico, algunas partes del material editorial. Para realizar la validación se reúnen a 5 profesionales, para obtener retroalimentación mediante críticas objetivas que ayuden a mejorar las piezas de diseño.

Síntesis de la propuesta presentada a los profesionales

Portada



Figura 39. Portada de material, Fuente: Elaboración propia.

Contraportada

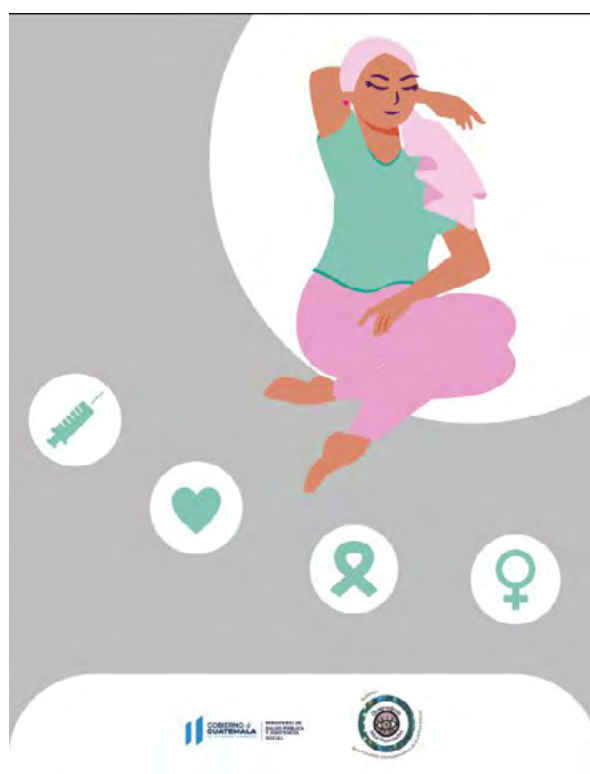


Figura 40. Contraportada de material, Fuente: Elaboración propia.

Plegio de páginas



Figura 41. Páginas de material, Fuente: Elaboración propia.

Validación con expertos

Técnica: Grupo focal

Se empleó el método de grupo focal con el fin de obtener una retroalimentación profesional sobre el proyecto. Para llevar a cabo dicha validación, se efectuó una presentación que comprendió una breve exposición contextual del proyecto y la institución, seguida de un cuestionario que abordó diversos aspectos del mismo.

Aspectos evaluados: Se evaluó el estilo de ilustración, color, tipografía, concepto creativo, diagramación y diagramación.

Perfil de los participantes:

Rubén Chumillas, diseñador gráfico y tipógrafo español
8 años de experiencia.

Andres Robles Ovalle, Diseñador gráfico e ilustrador
2 años de experiencia.

Dany Chajón, Diseñador gráfico especializado en branding,
1 año de experiencia.

Paula Mendoza, Ilustradora y comunicadora
4 años de experiencia.

Herber Crispín, diseñador gráfico e ilustrador
10 años de experiencia.

Resultados de la validación

Se empleó el método de grupo focal con el fin de obtener una retroalimentación profesional sobre el proyecto. Para llevar a cabo dicha validación, se efectuó una presentación que comprendió una breve exposición contextual del proyecto y la institución, seguida de un cuestionario que abordó diversos aspectos del mismo.

Aspectos evaluados: Se evaluó el estilo de ilustración, color, tipografía, concepto creativo, diagramación y diagramación.

Luego de aplicar la técnica de validación correspondiente se realizaron distintos cambios.

Iustración

Se colocaron sombras y detalles en la cara y en la ropa de las ilustraciones para apoyar el mensaje de las mismas.

Diagramación

Se marcó una línea de horizonte para mejorar la diagramación de los textos, así como revisar huérfanas.

Tipografía

Se hizo el cambio de tipografía Bariol, por Nunito por el tema de las licencias.

Tendencia

Se aplicó el glass morfismo en fondos y en algunos iconos.

Iconografía

Se verificaron algunos contrastes para mejorar la legibilidad del mensaje.

Portada



Figura 42

Antes



Figura 43

Después

Contraportada

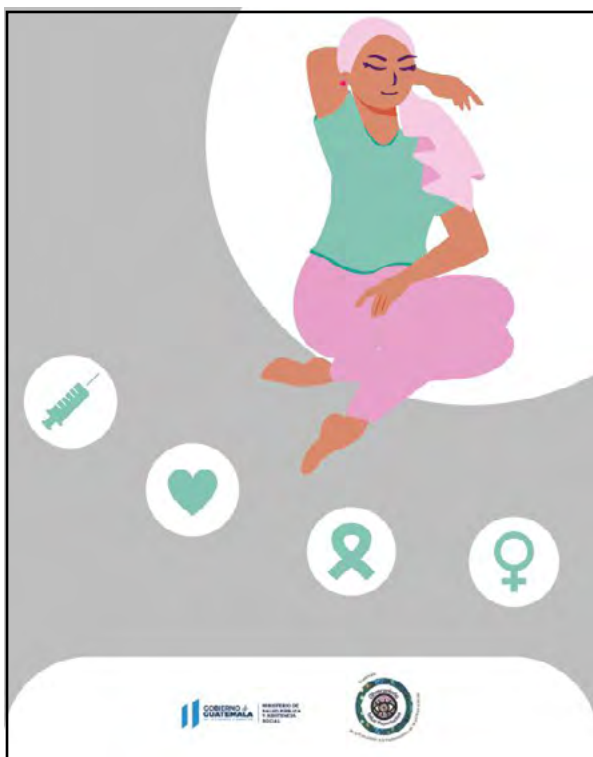


Figura 44

Antes

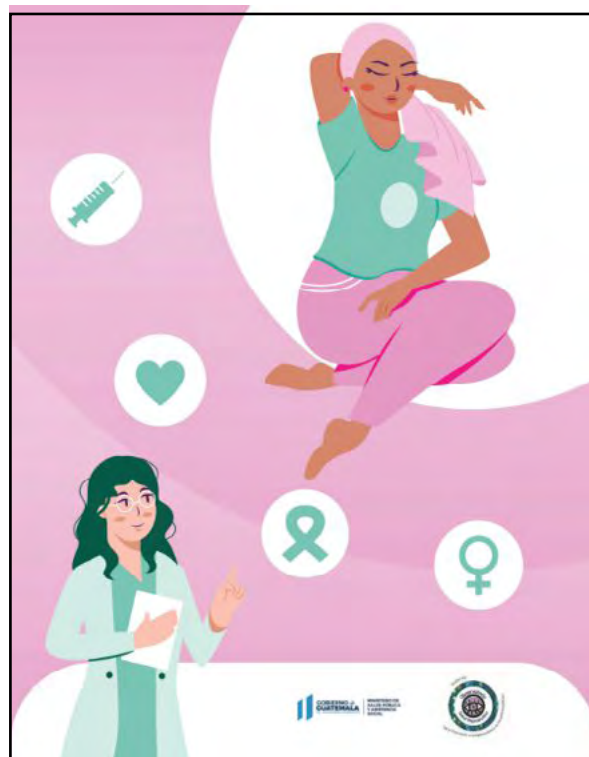


Figura 45

Después



Figura 46
Antes



Figura 42 a 47, partes del material editorial, fuente: Elaboración propia.

Después

Validación con expertos

Previo a la validación con los profesionales se realizó una coevaluación de la propuesta con el método del grupo focal donde los compañeros de la clase de Proyecto de Graduación dieron su retroalimentación sobre la misma.

- Verificar los numerales de páginas para que no interfiera con el diseño.
- Verificar el fondo de la portada para que se unifique con la contraportada.



6.3 Tercer nivel de visualización

Luego de los cambios sugeridos por los profesionales de diseño, se realizó la validación con las personas de la institución y grupo objetivo.

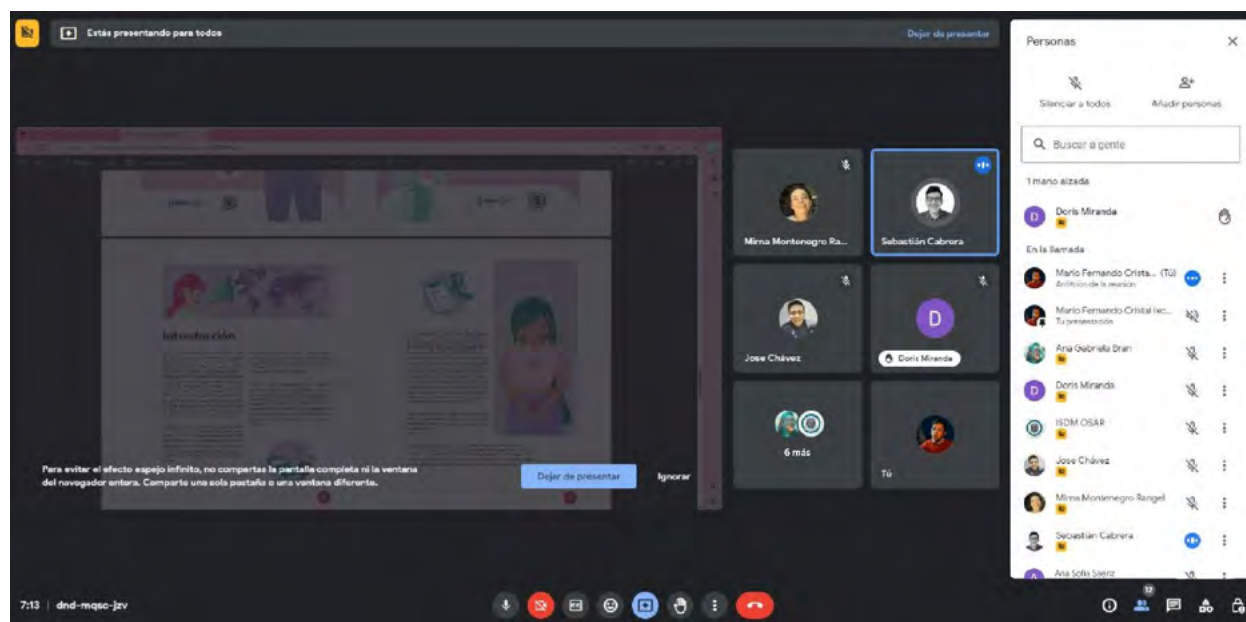


Figura 48, Reunión para validar con G.O. Fuente: Elaboración propia.

Aspectos Evaluados

Dentro de este grupo focal, se evaluaron distintos aspectos relacionados con la funcionalidad y la estética.

Funcionalidad: La pieza no presenta problemas de comunicación en cuanto a legibilidad y lecturabilidad.

Representación: La ilustración comunica correctamente al grupo objetivo y a las personas que acuden a la institución.

Comunicación: Facilidad y comprensión a los elementos de la propuesta.



Validación con Institución

Técnica

Grupo focal con varias personas

Para la validación con las personas de la institución se utilizó el grupo focal, a través de videollamada en Google Meet.

El grupo focal se realizó con la directora de la institución Mirna Montenegro, Sebastián Cabrera encargado del área juvenil, Doris Miranda, diseñadora de la institución, José Chavéz, asistente de la dirección ejecutiva, y Ana Gabriela Bran encargada del área de salud reproductiva de la mujer.

Resultados de validación con directivos

El personal de la institución aportó con los siguientes comentarios.

- Deberían ilustrar más personas indígenas para apoyar con la representación de la población indígena.
- Hay que enfocar la ilustración, un poco más en mujeres de distintas edades, desde niñas por el tema del tamizaje hasta mujeres un poco mayores.
- Los colores están muy bien elegidos y el estilo de la ilustración es pertinente.
- Hay que contrastar un poco más entre el fondo y la ilustración de las portadillas.
- Hay que corregir los numeros de pagina, en el marcador, para que tenga tanto peso.

Validación con grupo objetivo

Técnica

Grupo focal con varias personas. Para la validación con las personas del grupo objetivo, se utilizó el grupo focal a través de una videollamada por Google Meet. El grupo focal se realizó con las siguientes personas:

- **Norma Gervacio** | 38 años | zona 4 ciudad de Guatemala.
- **Valery Aguilar** | 26 años | zona 5 ciudad de Guatemala.
- **Vivian Alvarez** | 32 años | zona 18 ciudad de Guatemala.
- **Zicry Arana** | 51 años | zona 6 ciudad de Guatemala.
- **Maira Cardona** | 49 años | zona 1, Ciudad de Guatemala.



Comentarios de validación

- Quizas deberían colocar algunos dibujos extras de personas diversas.
- Los párrafos se leen bien y me gustan mucho los dibujos.
- Me parece que los colores están bonitos, se ven bien entre sí.
- Se entiende el mensaje del libro y me gusta mucho como se dibujaron a las mujeres.
- Deberían cambiar la portada por una mujer indígena.

Cambios sugeridos

Se procedió por cambiar al personaje principal, por una mujer indígena, ya que la mayor parte del grupo objetivo pertenece a este grupo étnico.



Figura 49, Portada de material editorial. Fuente: Elaboración propia.



Figura 50, Portada de material editorial. Fuente: Elaboración propia.

112

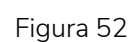




Figura 53



Figura 54



Figura 55



Figura 56



Figura 57

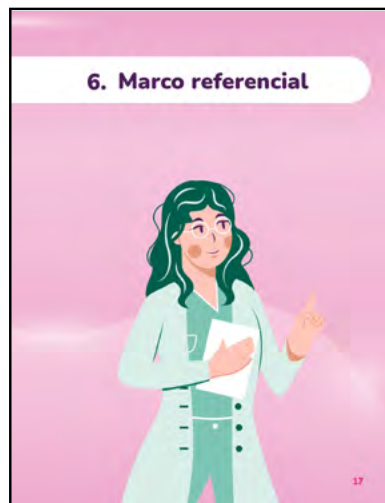


Figura 58



Figura 59



Figura 60



Figura 61



Figura 62



Figura 63

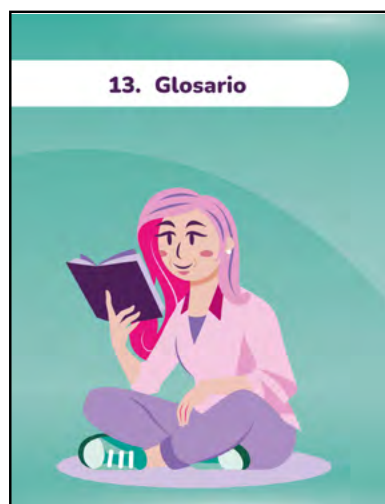


Figura 64



Figura 65

6.5 Fundamentación técnica

A continuación se presentan los códigos de diseño elegidos para el proyecto.

Formato

Se decidió por un tamaño de 8.5 pulgadas de ancho por 11 pulgadas de largo, para el material editorial, en orientación vertical, este material es de formato impreso, por lo que se tomó en cuenta esta medida al ser de fácil reproducción para la institución.

Figura 66 Portada y Contraportada de proyecto. Fuente: Elaboración propia



Composición

Se tomó la decisión de utilizar una retícula modular de 8 filas y 4 columnas, para distribuir los elementos dentro del espacio de manera equilibrada y dinámica, esta retícula ayuda a facilitar la información al lector.

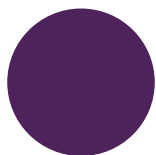
Los márgenes utilizados en la parte superior son de una pulgada, en la parte inferior y exterior de media pulgada y los márgenes interiores también son de una pulgada.



Figura 67. Retícula modular, Fuente: Elaboración propia

Código cromático

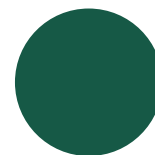
Se decidió por utilizar una triada de colores, relacionadas al tema del cáncer, así como también relacionada a la feminidad y al movimiento feminista, además de generar armonía entre ellos, además se utilizarán colores para generar los tonos de piel en personajes.



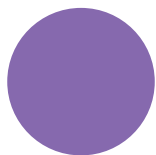
CMYK 13 / 61 / 0 / 65
RGB 78 35 90
Pantone 5125



CMYK 0 / 83 / 40 / 29
RGB 180 31 108
Pantone 7420



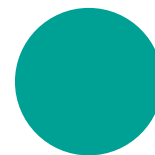
CMYK 75 / 0 / 21 / 65
RGB 22 89 70
Pantone 7477



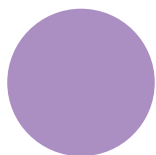
CMYK 23 / 40 / 0 / 32
RGB 134 105 174
Pantone 5135



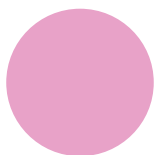
CMYK 0 / 92 / 45 / 10
RGB 229 19 125
Pantone 207



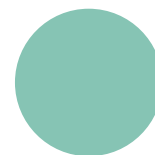
CMYK 100 / 0 / 7 / 37
RGB 0 161 149
Pantone 634



CMYK 12 / 27 / 0 / 24
RGB 171 143 195
Pantone 5215



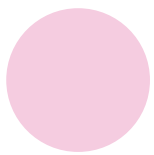
CMYK 0 / 30 / 14 / 9
RGB 232 162 200
Pantone 5015



CMYK 32 / 0 / 9 / 23
RGB 134 196 179
Pantone 5493



CMYK 6 / 13 / 0 / 12
RGB 211 196 225
Pantone 5225



CMYK 0 / 17 / 9 / 4
RGB 245 204 224
Pantone 502



CMYK 6 / 0 / 2 / 7
RGB 222 237 233
Pantone 5455

Código tipográfico

Se ha seleccionado la tipografía Nunito ®, la cual es una Sans Serif que destaca por su versatilidad en medios impresos y digitales, así como por su amplia gama de pesos y variantes disponibles. Sus caracteres geométricos y correcciones ópticas en la unión de trazos mejoran la legibilidad y comprensión del texto. Además, los terminales redondos de esta fuente se adecuan al concepto de diseño.

Esta fuente fue elegida para Titulares en su versión Extra bold con 36 puntos, y para subtítulos en su versión Bold con 24 puntos.



Figura 68. Tipografía Fuente: Elaboración propia

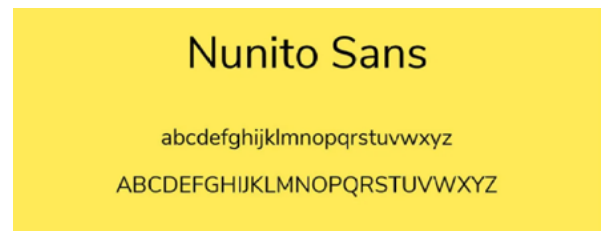


Figura 69. Tipografía Fuente: Elaboración propia

Para el cuerpo de texto y notas al pie de página se optó por utilizar la fuente Nunito Sans, en su versión regular, con un tamaño de 12 puntos.

Código icónico visual

Ilustración

Se optó al final por elegir proporciones anatómicas regulares, detalles pequeños y estilo flat con enfoque en sombras para resaltar detalles. Además de siempre resaltar las curvas y formas redondas, apegándose al concepto creativo.

La mayor parte de la ilustración se basa en la población guatemalteca femenina de mediana edad, siempre resaltando la diversidad.

Iconográfico

Se optó al final por elegir estilo flat, sin contorno para los iconos, siendo similar al de las ilustraciones para generar armonía entre ilustración e iconografía.





Figura 70. Ilustración, mujer cáncer
Fuente: Elaboración propia



Figura 71. Ilustración, mujer indígena
Fuente: Elaboración propia

Código lingüístico

El código lingüístico del material editorial se basa en los siguientes tipos.

Lenguaje científico

El material habla acerca de estudios, información verídica sobre medicina y salud reproductiva, utiliza términos que son de índole científica, además de siempre dirigirse a tercera persona, su principal enfoque es el de la divulgación.

Lenguaje Educativo

El lenguaje de tipo educativo se utiliza comúnmente en entornos de capacitación, y se enfoca en transmitir información de manera precisa y fácilmente comprensible.

Este tipo de lenguaje suele evitar la ambigüedad, el uso de jerga y expresiones informales, y se enfoca en utilizar términos técnicos de manera adecuada y en contexto.

Lenguaje Social

El material también tiene el propósito de comunicar información de forma adaptativa y establecer conexiones con el entorno.

6.6 Lineamientos para la puesta en práctica

Para poder garantizar la eficacia del proyecto se enlistan a continuación una serie de normas a tomar en cuenta.

Componentes del proyecto

Material editorial

- Archivo de lectura para impresión (PDF).
- Archivo Adobe InDesign® (.indd)
- Archivo IDML (.idml).
- Carpeta de Links (Imágenes y fotografías incrustadas).
- Carpeta de Fuentes (Fuentes tipográficas utilizadas).

Especificaciones Técnicas

Material editorial

- Archivo de lectura para impresión (PDF).
- Archivo Adobe InDesign® (.indd)
- Archivo IDML (.idml).
- Carpeta de Links (Imágenes y fotografías incrustadas).
- Carpeta de Fuentes (Fuentes tipográficas utilizadas).

Reproducción

- El archivo pdf de visualización está diseñado para imprimirse en sistema de tinta continuo, por lo que no debe compaginarse de otra forma.
- Al ser un archivo digital se puede compartir a través de correo electrónico o servidores en la nube como Google Drive.
- En caso de imprimirse, este debe ser a doble cara, en sistema de tinta continuo, tomando en cuenta el grosor del papel, que en este caso se recomienda utilizar un gramaje de 80.
- El material está pensado para utilizarse con encuadernado, bajo ninguna circunstancia se pueden modificar sus márgenes, ni la proporción del mismo ya que esto afectará la funcionalidad a la hora de utilizar el encuadernado de espiral.
- Las portadas y contraportadas pueden imprimirse en papel opalina, lino o texcote, sin embargo de no existir presupuesto para el mismo, puede imprimirse en papel bond de 80 gramos y únicamente aplicar la tapa plástica que viene con el servicio de encuadernado.

6.7 Aporte económico del estudiante

La siguiente tabla muestra el aporte económico realizado por el estudiante, desde la fase de investigación hasta la fase de diseño.

Descripción	Valor
Costos Fijos	6311
Agua	Q1,276
Luz	Q1,495
Teléfono	Q400
Internet	Q1,280
Software (Creative Cloud)	Q1860
COSTOS VARIABLES:	306
Útiles de Oficina	Q75
Tinta para impresora	Q145
Sketchbook de puntos	Q48
Resma de papel bond	Q38
SERVICIOS PROFESIONALES DE DISEÑO	Q47,211
Investigación Diagnóstica	Q1,000
Planificación	Q500
Brief de diseño	Q300
Conceptualización	Q1,000
Bocetaje	Q2,000
Diagramación del material editorial	Q12,00
Ilustraciones	Q11,000
Digitalización de propuestas	Q1,500
Desarrollo de Mockups	Q450
Validaciones (3 niveles)	Q1,300
Corrección de piezas finales	Q4,0
Depreciación de equipo	Q962
Honorarios de diseño	Q12,500
SUB TOTAL	Q53,828
IMPUESTOS:	Q9,150
IVA (12% sobre el total)	Q6,459
ISR (5% sobre el total)	Q2,691
TOTAL	Q62,978

Tabla 10. Aporte económico del proyecto. Fuente: Elaboración propia.



Concluida toda la parte de la producción gráfica, se procede con las síntesis de todo el proyecto, conclusiones del mismo, recomendaciones y lecciones aprendidas.



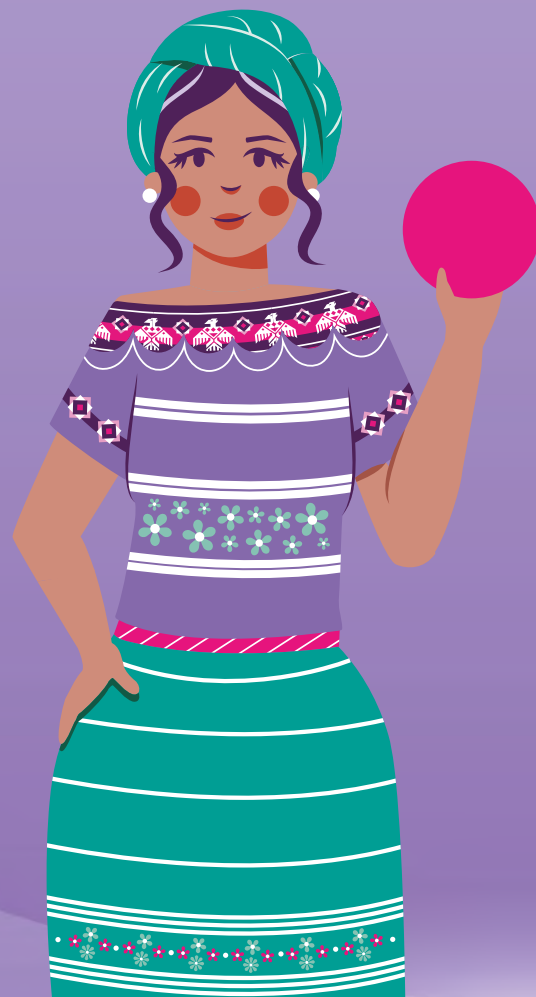
Síntesis del proceso

Una vez mostrados los niveles de validación y los códigos de diseño, concluida esa parte, a continuación se presenta una síntesis de diferentes incisos enfocados en el aprendizaje del estudiante en todo su proceso de diseño y gestión, entre los cuales se encuentran, conclusiones, recomendaciones a la institución, a la escuela de diseño gráfico y a los futuros estudiantes del décimo ciclo.

7.1 Conclusiones

7.2 Recomendaciones

7.3 Lecciones Aprendidas



7.1 Conclusiones

Se contribuyó con el Observatorio de Salud sexual y Reproductiva OSAR, en la producción e investigación, de una estrategia de comunicación visual que ayudó a la correcta difusión acerca distintos planes de acción para la erradicación y control del cáncer cervicouterino.

Se informó sobre la prevención y tratamiento del cáncer cervicouterino, por medio del diseño de distintos materiales gráficos.

Se diseñó un material editorial para concientizar a las mujeres de la ciudad de Guatemala, sobre el cáncer cervicouterino, a través de distintas estrategias de comunicación visual que permitirán una mejor comprensión de cómo prevenir y tratar dicha enfermedad.

7.2 Recomendaciones

A la Organización

Es importante establecer canales de comunicación efectivos y mantener una comunicación constante con los estudiantes para agilizar los procesos y dar un seguimiento estructurado a cada fase del proyecto.

A la Escuela de Diseño Gráfico

Se recomienda, realizar una base de datos de instituciones disponibles para poder trabajar el proyecto, ya que algunas instituciones de imprevisto cambian de personal o simplemente desertan con el proceso ya acordado.

Se recomienda desde los primeros ciclos, aprender sobre estos procesos aplicados a proyectos, sobre todo el cómo contactar con instituciones y ser asertivo para trabajarlos.

A los futuros estudiantes

Establecer cronogramas de trabajo y compartirlo con su institución para así, poder apegarse a un ritmo de trabajo constante, que permitirá un cierre satisfactorio, que no esté cargado de trabajo.

Realizar el proyecto, según la rama que mejor domine el estudiante de diseño, no involucrarse en ningún tipo de rama que no maneje o desconozca, en ese caso es mejor cambiar de proyecto, enfoque o institución.

Contactar con las distintas instituciones, con anticipación y solicitarles firmar una carta donde se comprometan a trabajar con el estudiante y continuar con los procesos establecidos.

Gestionar el tiempo suficiente, destinado a cada actividad que los profesores o la clase necesiten.

Al momento de realizar el diagnóstico a la Institución verificar que cuenten con el material necesario, la información y documentación para no generar ningún tipo de atraso en todo el proceso.

Contactar con anticipación al grupo objetivo y diseñadores, para poder realizar las validaciones correspondientes y no generar ningún tipo de atraso.

7.3 Lecciones Aprendidas

Se consideró tomar en cuenta las recomendaciones que siempre hace el cuerpo docente de la escuela de diseño gráfico para mantener una buena gestión de todo el proceso del proyecto de graduación es bueno avocarse a opiniones expertas, así como solicitar ayuda siempre que se necesite, aunque exista algún tipo de incomodidad.

El iniciar siempre y avanzar es un paso que lleva muchas veces a mejorar, muchas veces, los profesores no pueden apoyar al estudiante, si este no tiene nada que decirle, iniciar y avanzar según lo aprendido a lo largo de la carrera es sin duda una parte supremamente importante para culminar con el décimo ciclo, de manera puntual y satisfactoria.

Se resaltó la importancia de la investigación, la buena redacción y el cómo desenvolverse socialmente, ya que son parte importante, no solo de la carrera, si no también de la carrera profesional.

Se comprendió la importancia de distintas realidades sociales que rodean al país y como muchas personas viven de forma distinta a como a veces percibimos nuestra realidad, es importante estar conscientes de nuestros privilegios, para poder ayudar a otros.

Una vez concluidas todas las síntesis, se da por finalizado el contenido de los capítulos.



Referencias

- Alarcón, Alba Kihn. "El cáncer en mi comunidad: El rol de la detección del cáncer en Guatemala", Cancer.net, 12 de noviembre de 2020, <https://www.cancer.net/es/blog/2020-11/el-cáncer-en-mi-comunidad-el-rol-de-la-detección-del-cáncer-en-guatemala>.
- Asociación Española Contra el Cáncer. "Cáncer y pobreza | Contra el Cáncer", Blog de la Asociación Española Contra el Cáncer, 21 de julio de 2021, <https://blog.contraelcancer.es/cancer-pobreza/>.
- Cabrera, Sebastian. (asistente de dirección), en conversación con el encargado del área, febrero de 2023.
- Cabrera, Sebastian. "Proyecto A EPS", Entrevista por videollamada Martes 14 de febrero 2023.
- Del Valle, Bernardo. Informe de casos nuevos y defunciones de los casos de cáncer registrados en el Instituto de Cancerología y Hospital de la Liga Nacional Contra el Cáncer durante el año 2018. Guatemala, febrero de 2021.
- "De qué manera el cáncer afecta la vida familiar", Cancer.Net, septiembre de 2021, <https://www.cancer.net/es/asimilación-con-cáncer/diálogo-sobre-el-cáncer/de-qué-manera-el-cáncer-afecta-la-vida-familiar>.
- "Flujograma." Concepto.de. Consultado el 23 de mayo de 2023, <https://concepto.de/flujograma/>.
- González, María. "Presupuesto: qué es, importancia, elementos y tipos", Gestipolis, <https://www.gestipolis.com/presupuesto-que-es-importancia-elementos-tipos/>.
- Guillén García, Araceli López y Vicente Pardo, José Manuel. "Dificultades Del Retorno Al Trabajo Tras Cáncer de Mama." Medicina y Seguridad Del Trabajo 66 (258). SciELO España/Repisalud: 47–62. doi:10.4321/s0465-546x2020000100005, 2020.
- Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología (INSIVUMEH). "Atlas Climatológico". INSIVUMEH. Última actualización 2023, https://insivumeh.gob.gt/hidrologia/ATLAS_HIDROMETEOROLOGICO/Atlas_Climatologico/.

"Marco Legal – OSAR Guatemala." OSAR Guatemala – Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva. Consultado en fecha 25 de mayo de 2023, <https://osarguatemala.org/marco-legal/>.

"¿Quiénes somos? – OSAR Guatemala." OSAR Guatemala – Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva. Consultado en fecha 25 de mayo de 2023, <https://osarguatemala.org/quienes-somos/>.

Romero Romero, Laura y Patiño González, Valeria Estefania. "Qué Es El Cáncer?" RA RÍO GUENDARUYUBI 5 (13). Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca: 6–22. doi:10.533.

Lilian Patricia Guzmán Ramírez

Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717

Guatemala, 14 de octubre de 2024

Arquitecto
Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano en Funciones
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

Por este medio hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo, ortografía y redacción del proyecto de graduación: **"Diseño de material editorial para concientizar a las mujeres sobre la prevención y control del cáncer cervicouterino en la ciudad de Guatemala"** del estudiante **Mario Fernando Cristal Ixchop** quien se identifica con carné **201708448** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, previo a conferírsele el título de Diseñador gráfico en el grado académico de licenciatura.

Luego de 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 requerida.

Sin otro particular me suscribo,

Atentamente,



Lilian Patricia Guzmán Ramírez
LCDA. EN LETRAS
COLEGIADA No. 7596

Lic. Lilian Patricia Guzmán Ramírez
Licenciada en Letras
Colegiada 7596

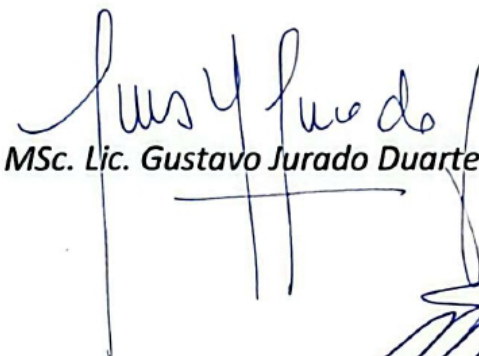
Diseño de material editorial Para concientizar a las mujeres sobre la prevención y control del cáncer cervicouterino. En la ciudad de Guatemala.

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Mario Fernando Cristal Ixchop

Asesorado por:



MSc. Lic. Gustavo Jurado Duarte



MSc. Lic. Carlos Enrique Franco Roldan



Dra. Mirna Jeaneth Montenegro Rangel

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala