

Universidad Rafael Landívar
Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico

**“Infórmate, previene...vive, Material informativo
sobre el cáncer de mama para la Liga Nacional
Contra el Cáncer”**

Proyecto final de Diseño

Presentado al Consejo de la Facultad de
Arquitectura y Diseño de la
Universidad Rafael Landívar

Por:

KAREN SOFÍA URÍZAR MANSILLA
Carné: 11439-05

Previo a optar al título de:

DISEÑADORA GRÁFICA

En el grado académico de:

LICENCIADA

Guatemala, abril de 2010
Campus Central

LISTADO DE AUTORIDADES

- **Autoridades Universidad Rafael Landívar**

P. Rolando Enrique Alvarado López, S.J.	RECTOR
Dra. Lucrecia Méndez de Penedo, S.J.	VICERRECTORA ACADÉMICA
P. Carlos Rafael Cabarrús Pellecer, S.J.	VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN
P. Eduardo Valdés Barría, S.J.	VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA
Lic. Ariel Rivera Irías	VICERRECTOR ADMINISTRATIVO
Licda. Fabiola De La Luz Padilla Beltranena	SECRETARIA GENERAL

- **Autoridades Facultad de Arquitectura y Diseño**

MDI Ovidio Morales Calderón	DECANO
Arq. Oscar Reinaldo Echeverría Cañas	VICEDECANO
Arq. Alice María Bécker	SECRETARIA
Arq. Rodolfo Castillo	DIRECTOR DEPTO. DE ARQUITECTURA
MA Licda. Regina López de la Vega	DIRECTORA DEPTO. DISEÑO GRÁFICO

Lic. D.I. Andrés del Valle

DIRECTOR DEPTO. DE DISEÑO INDUSTRIAL

Arq. Roberto Solares

REPRESENTANTE DE CATEDRÁTICOS

- **Terna que practicó la Defensa Privada de Tesis**

Licda. Dialma Fuentes

ÁREA DE PROYECTO DE DISEÑO

Licda. Sandra Monterroso

ÁREA DE INVESTIGACIÓN

Lic. Gustavo Ortiz

ÁREA DE GALERÍA DE TRABAJOS



CARTA DE APROBACIÓN DEL ASESOR



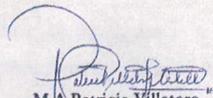
Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono (502) 242626 ext. 2428
Fax: (502) 242626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

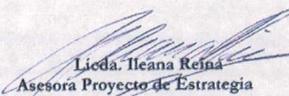
Reg. No. DG. 36-2009

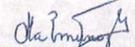
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a veintisiete días del mes de
noviembre de dos mil nueve

Por este medio hacemos constar que la estudiante **KAREN SOFIA, URIZAR MANSILLA**, con carné **11439-05**, cumplió con los requerimientos del curso de **Elaboración de Portafolio Académico**. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio Académico, previo a optar el grado académico de Licenciada.


M.A. Patricia Villatoro
Asesora Proyecto de Investigación


Licda. Heleana Reina
Asesora Proyecto de Estrategia


Licda. Rosario Muñoz
Asesor Portafolio Académico

/MJR
C.C. Archivo



CARTA DE AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

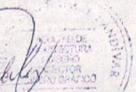
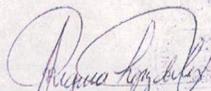


Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 2426262 ext. 2428
Fax: (502) 2426262 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16,
Ciudad de Guatemala, Guatemala, C.A.

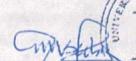
Reg. No. Arq. 04-2010

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
siete días del mes de abril de dos mil diez.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Presentación del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: **"Infórmate, previene... vive, Material informativo sobre el cáncer de mama para la Liga Nacional Contra el Cáncer"** realizado por la estudiante **Karen Sofia Urizar Mansilla**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.



Lidia Regina López de La Veja, M.A.
DIRECTORA DE DEPARTAMENTO



Arq. Alice María Becker
SECRETARIA DE FACULTAD



AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen por iluminarme y acompañarme durante todos los años de la carrera.

A mis papás, Lidia y Rony por brindarme su amor, apoyo incondicional y por haberme enseñado a luchar siempre por mis metas en la vida.

A mis hermanas Vivian y Katia por siempre estar a mi lado animándome a seguir adelante. Vivian sin ti no hubiera sido posible este proyecto, gracias.

A Mariana porque desde que naciste iluminaste la vida de todos.

A mi abuelita Nayta por siempre preocuparse, estar pendiente de mí y apoyarme.

A mis amigas del colegio Katya, Rocío, Gaby, Nancy, Beatricita y María José, por siempre estar allí cuando las necesité y por simplemente ser El Cuchubal.

A Marielos, Nathalie y Mayarí por compartir tantas noches de desvelo durante estos 5 años.



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1	9. MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN.....	60
2. NECESIDAD.....	3	9.1 Estrategia de Implementación.....	61
3. OBJETIVOS.....	5	9.2 Descripción de cada pieza.....	63
4. MARCO DE REFERENCIA.....	7	10. BOCETAJE.....	66
5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO.....	18	Propuesta Preliminar.....	115
5.1 información General del Cliente.....	19	11. VALIDACIÓN.....	124
5.2 Área de Diseño.....	22	12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓ.....	134
6. GRUPO OBJETIVO.....	32	13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN.....	160
7. CONCEPTUALIZACIÓN.....	36	14. CONCLUSIONES.....	171
8. CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO.....	52	Recomendaciones.....	171
8.1 Contenido del Texto.....	53	15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	173
8.2 Contenido Gráfico.....	54	ANEXOS.....	178



Resumen

El Cáncer de Mama es una enfermedad que afecta a una de cada diez mujeres guatemaltecas. Con el pasar de los años esta enfermedad se ha ido incrementando y más mujeres son víctimas y en su mayoría es por la falta de información sobre prevención, ya que ésta es la clave para poder detectar el cáncer de mama en una etapa temprana en donde todavía es posible un tratamiento clínico que pueda garantizar una cura casi completa.

La Liga Nacional Contra el Cáncer, una asociación de servicio social no lucrativa, dedicada a la atención integral del cáncer en todas sus manifestaciones, ha luchado por informar y atender a las mujeres guatemaltecas que padezcan de cualquier tipo de cáncer y en especial el cáncer de mama.

La principal causa de cáncer de mama en las mujeres, según la Liga es la falta de información y dicha institución no contaba con material que diera a conocer información sobre la prevención del cáncer de mama.

Fue así cómo se desarrolló el proyecto “Infórmate, previene...Vive”, en el cual se desarrollaron una serie de piezas en las cuales se daba a conocer qué era la autoexploración, los factores de riesgo y los exámenes clínicos preventivos para combatir esta enfermedad.

Dicho proyecto se desarrolló a través de la Estrategia Creativa E, la cual permitió desarrollar una propuesta que captara que no sólo lograra informar, sino a través de la imagen lograra captar la atención del grupo objetivo y de esa forma contribuí a erradicar el cáncer de mama en Guatemala.



1. INTRODUCCIÓN



1. INTRODUCCIÓN

La Liga Nacional Contra el Cáncer, una asociación de servicio social no lucrativa, dedicada a la atención integral del cáncer en todas sus manifestaciones, no poseían material de apoyo en el que dieran a conocer información sobre la prevención y factores de riesgo sobre el Cáncer de Mama, y exámenes clínicos para detectar a tiempo esta enfermedad.

Dada la oportunidad de ser éste un proyecto con un cliente real y tomando en cuenta el propósito de la Liga, el cual se enfocaba en la solidaridad que como institución querían transmitir para ayudar a las mujeres guatemaltecas, se confirmó el proyecto para crear una solución gráfica.

Dicho proyecto se desarrolló a través de la Estrategia Creativa E, la cual permitió desarrollar una propuesta de diseño que se adaptara a los requerimientos dicha institución y al grupo objetivo al cual iba dirigido.

Como aporte en cuanto a Diseño Gráfico, se tuvo la experiencia de trabajar con una institución nacional y crear una solución gráfica que se centrara en la solidaridad con el Cáncer de Mama y así cumplir el propósito de la Liga de apoyar en la lucha por erradicar esta enfermedad.

Es por eso que a continuación, se presenta de una forma detallada todos los pasos que se llevaron a cabo para la realización del proyecto Infórmate, previene... vive, de la Liga Nacional Contra el Cáncer.



2. NECESIDAD



2. NECESIDAD

Las mujeres guatemaltecas desconocen que la Liga Nacional Contra el Cáncer quiere solidarizarse con ellas, brindándoles apoyo para la prevención y factores de Riesgos del Cáncer de Mama y promoviendo la importancia de realizarse la autoexploración y los exámenes clínicos para detectar a tiempo esta enfermedad.



3. OBJETIVOS



3. OBJETIVOS

Diseñar material informativo que dé a conocer la importancia de la prevención del Cáncer de Mama, a las mujeres guatemaltecas entre los 20 y 45 años.



4. MARCO DE REFERENCIA



4. MARCO DE REFERENCIA

Área de estudio: Cáncer de Mama.

¿Qué es el cáncer?

Jaramillo (1991), define el cáncer como el crecimiento y reproducción anormal e ilimitada de un grupo de células malignas en el organismo. El cáncer se presenta en forma de tumores o masas que ocupan espacio dentro del cuerpo humano y éstos pueden invadir tejidos vecinos, ocasionando el deterioro de los mismos.

La aparición de una célula cancerosa resulta de una mutación genética de una célula previamente normal y que se convierte en maligna debido a un trastorno en la producción de proteína.

¿Qué es el cáncer de mama?

En Mundo Salud (2005), definen que el cáncer de mama consiste en un crecimiento anormal y desordenado de las células del tejido mamario.

Palacios (2000), expone que la mayoría de los cánceres de mama se origina en los conductos de leche que llegan hasta el pezón o en las glándulas productoras de leche.

La Liga Nacional contra el Cáncer (2009), afirma que en Guatemala 1 de cada 10 mujeres contrae cáncer de mama en Guatemala.

Tipos de cáncer de mama

Friedewald, Buzdar y Bokulick (1997), exponen que la mayoría de los tumores que se producen en la mama son benignos, no cancerosos, y se deben a formaciones fibroquísticas.

Los tumores benignos están relacionados en su mayoría con factores genéticos. Los síntomas que producen son dolor e inflamación, pero no se diseminan al resto del organismo ni son peligrosos.

Dentro de los tumores malignos, existen varios tipos en función del lugar de la mama donde se produzca el crecimiento anormal de las células.

Los tumores pueden ser localizados o haberse extendido, a través de los vasos sanguíneos o mediante los vasos linfáticos, y haber dado lugar a metástasis, es decir, a un cáncer en un órgano distante al originario.

De todos los casos de cáncer de mama, sólo el 7-10% de ellos presenta metástasis de inicio.

¿A quién le da cáncer de seno?

Friedewald, Buzdar, Bokulich (1997) afirman que no hay un gen responsable de todos (ni siquiera de la mayoría) de los cánceres de seno, tampoco existe una única característica o factor de riesgo que permita predecir a quién le va a dar.

Lo que sí se sabe es que las mujeres que padecen cáncer de seno suelen tener muchas cosas en común.

Factores de riesgo

En Mundo Salud (2005), consideran factor de riesgo aquella situación que aumenta las probabilidades de padecer la enfermedad.

Hay que tener en cuenta que aquellas mujeres que tengan mayores probabilidades de padecer cáncer de mama (por tener más factores de riesgo) pueden tomar medidas preventivas que reduzcan esa probabilidad como revisiones periódicas o cambios en su estilo de vida.

-Sexo: El cáncer de mama se da principalmente en la mujer aunque, también puede afectar a los hombres pero la probabilidad es mucho menor.

-Edad: Una mayor edad conlleva un aumento del número de cánceres. El 60% de los tumores de mama ocurren en mujeres de más de 60 años. Este porcentaje aumenta en mujeres que tienen más de 75 años. El cáncer de mama raramente se encuentra antes de los 25 años, salvo en ciertos casos familiares. La incidencia aumenta a lo largo de la vida de la mujer. La edad media de diagnóstico es de 64 años.

-Genes: La mutación de dos genes identificados, puede aumentar la probabilidad de desarrollar cáncer de mama.

-Antecedentes familiares: El cáncer de seno a veces es hereditario. Si una madre, una hermana o una hija, una pariente de “primer grado” tuvo cáncer de seno, el riesgo aumenta de una a tres veces. Este riesgo aumenta más si el cáncer de la pariente se desarrolló antes de la menopausia o si le afectó ambos senos. Pero más del 70% de las mujeres de estas familias no desarrollará cáncer de seno.

-Antecedentes personales: Una enfermedad mamaria benigna previa parece aumentar el riesgo en aquellas mujeres que tienen un gran número de conductos mamaros. Aún así, este riesgo es moderado.

-Raza: Aunque la incidencia de cáncer de mama es menos en mujeres de origen afroamericano, las mujeres de este grupo se presentan en una fase más avanzada y tienen una mayor tasa de mortalidad en comparación con las mujeres de raza blanca.

Se diagnostica un mayor número de cánceres de mama en mujeres menores de 40 años de raza negra que de raza blanca. Las que tienen menor riesgo de padecerlo son las mujeres asiáticas e hispanas.

Periodos menstruales (Menarquía temprana y Menopausia tardía).

Cuanto antes se comienza con la menstruación (antes de los 12 años), mayor es el riesgo de padecer esta enfermedad si se compara con aquellas que comenzaron más tarde (después de los 14 años). Lo mismo ocurre con la menopausia: las mujeres con una menopausia tardía (después de los 55 años) tienen mayor riesgo.

Edad tardía para el primer embarazo.

Cuanto más tarde se tenga el primer hijo, mayor es el riesgo, sobre todo si el embarazo se deja para después de los 30 años. El riesgo más bajo lo corren las mujeres que han tenido su primer hijo antes de los 18 años. Además, se ha comprobado que no tener hijos duplica el riesgo de cáncer de seno, en comparación con lo que sucede en mujeres que han tenido uno o más bebés.

Factores relacionados con el estilo de vida

En Mundo Salud (2005), han determinado algunos de los factores de riesgo más importantes, relacionados con el estilo de vida de las mujeres, así como también los síntomas que se manifiestan en las primeras etapas del cáncer.

-Uso prolongado de anticonceptivos

Los últimos estudios han demostrado que el uso prolongado de anticonceptivos no está relacionado con el cáncer de mama.

-Terapia hormonal sustitutiva

El tratamiento hormonal sustitutivo post-menopáusico, para aliviar los síntomas de la menopausia, aumenta ligeramente el cáncer de mama en las usuarias habituales, pero podría no aumentar el riesgo de muerte. Estrógenos y progesterona administrados conjuntamente aumentan el riesgo más que los estrógenos solos.

-Alcohol y Cafeína

El consumo de alcohol durante años está claramente vinculado al riesgo elevado de cáncer de mama. No existen datos sustanciales de que la cafeína aumente el riesgo de cáncer.

-Exceso de peso

Se ha sugerido que diversos elementos de la dieta, en concreto la dieta grasa, aumentan el riesgo, aunque amplios estudios no han conseguido encontrar una firme relación. Sin embargo, la grasa del cuerpo produce estrógenos y el aumento de estos en la circulación es un riesgo más en las mujeres que han pasado por la menopausia.

Síntomas

En Mundo Salud (2005), demuestran que en las etapas de inicio del cáncer de mama, la mujer no suele presentar síntomas. El dolor de mama no es un signo de cáncer aunque el 10% de estas pacientes lo suelen presentar sin que se palpe ninguna masa.

El primer signo suele ser un bulto que, al tacto, se nota diferente del tejido mamario que lo rodea. Se suele notar con bordes irregulares, duro, que no duele al tocarlo. En ocasiones aparecen cambios de color y tirantez en la piel de la zona afectada.

No todos los tumores malignos presentan estas características pues algunos tienen bordes regulares y son suaves al tacto. Por este motivo, cuando se detecte cualquier anomalía se debe consultar con el médico.

En las primeras fases, el bulto bajo la piel se puede desplazar con los dedos. En fases más avanzadas, el tumor suele estar adherido a la pared torácica o a la piel que lo recubre y no se desplaza. El nódulo suele ser claramente palpable e incluso los ganglios de las axilas pueden aumentar de tamaño. Los síntomas de estas etapas son muy variados y dependen del tamaño y la extensión del tumor.

Otros signos que pueden aparecer son:

- Dolor o retracción del pezón.
- Irritación o hendiduras de la piel.
- Inflamación de una parte del seno.
- Enrojecimiento o descamación de la piel o del pezón.
- Secreción por el pezón, que no sea leche materna.

Diagnóstico

Viana (2007), determina que en la actualidad la mejor lucha contra el cáncer de mama es una detección temprana del tumor pues aumentarán las posibilidades de éxito del tratamiento.

Exámenes Preventivos o para la detección temprana del cáncer de mama

Cura, (2007) recomienda que existen cuatro exámenes que ayudan a prevenir y detectar el cáncer de mama.

Autoexploración

Toda mujer debe realizar un autoexamen. Éste se realiza días después de la menstruación.

Consiste en:

-Palpación de sus glándulas.

-La palpación de alguna dureza.

-Su inspección, preferentemente ante un espejo en busca de: cambios de color y/o del tamaño aparición de deformidades en las mamas, en el pezón o en la areola o secreción por el pezón.

La autoexploración sistemática permite detectar tumores más pequeños que los que pueda detectar el médico o la enfermera pues la mujer estará familiarizada con sus senos y podrá detectar cualquier pequeño cambio.

En las revisiones ginecológicas, el médico comprueba que no exista ninguna irregularidad en las mamas, también que no haya ninguna inflamación de los ganglios linfáticos axilares.

Bankowski, (2005), recomienda que todas las mujeres mayores de 20 años deben realizarse este examen mensualmente, después de la menstruación. Las mujeres menopáusicas deberán asociarla a un día del mes, pues conviene que se realice siempre en estados similares.

La mujer debe estar tranquila y realizarla en el lugar que crea más adecuado. A algunas mujeres les parecerá más cómodo realizarla en el momento de la ducha, sin embargo, a otras, pueden preferir hacerla al acostarse.

Se pueden realizar varios movimientos para la exploración:

Con la yema de tres dedos hay que ir realizando movimientos circulares desde la parte más externa de la mama hacia el pezón, a modo de espiral.

Otro movimiento que se puede realizar con los dedos es en forma de "eses", ir recorriendo el seno de un lado al otro.



El tercer movimiento es radial, comenzando desde el pezón hacia fuera.

Conviene ser muy cuidadosa en la zona del cuadrante superior externo, pues están cercanos los ganglios axilares, y es ahí donde se detectan el mayor número de tumores.

Hay que comprimir un poco el pezón y comprobar si se produce alguna secreción (avise al médico si esto es así, intente identificar el color de la secreción).

Una vez explorada la mama, hay que realizar la exploración de la axila para intentar descubrir la existencia de bultos en esta zona.

Bankowski, (2005), recomienda que todas las mujeres mayores de 20 años deben realizarse este examen mensualmente.

Exámenes médicos

Toda mujer debe realizar un control mediante examen médico de sus mamas, por lo menos una vez al año, a partir de los 35 años de edad.

Este examen consiste en el examen clínico y en la elaboración y/o seguimiento de la historia clínica de la paciente.

Mamografía

Se recomienda a partir de los 35 años salvo indicación estricta. Es el método ideal para realizar el diagnóstico precoz del cáncer de mama con todos los beneficios que ella trae. Normalmente es indoloro y solo exige entre 15 y 20 minutos para su realización.

Se realizan un mínimo de 2 mamografías de cada seno en diferentes posiciones.

El especialista determinara la necesidad o no de realizar otras mamografías más específicas.

El buen uso de la mamografía y realizada con aparatos modernos ha permitido disminuir más de un 50% la tasa de mortalidad por cáncer de mama.

Dificultades de la Mamografía

A pesar de su alta sensibilidad, solo el 10% de los diagnósticos de cáncer de mama se realizan por este medio por los siguientes motivos:

1. Su uso infrecuente por causas de la propia mujer que:

- Desconoce la importancia de este método
- Desconoce que la realización de una mamografía no debe ser causa de dolor

2. Por falta de normas de control sanitario que:

- Permiten el uso de aparatos de mamografía antiguos.
- Que son inservibles para un diagnóstico precoz pues no tienen sensibilidad e irradian la mama innecesariamente.
- Es decir que además de no cumplir con el fin para lo cual se lo utiliza, también hacen daño.

Ecografía Mamaria

La ecografía mamaria consiste en la utilización del sonido como método de diagnóstico. Tiene la ventaja de ser inocuo y puede repetirse sin consecuencias para la paciente.

En la mujer adulta, la ecografía se utiliza como elemento de diagnóstico complementario de la Mamografía. En la mujer adolescente o muy joven, comúnmente, se utiliza la ecografía como primer elemento de diagnóstico.

Solidaridad

González, (2003), define que la solidaridad es una de los valores humanos por excelencia, del que se espera cuando una persona requiere de los buenos sentimientos para salir adelante. En estos términos, la solidaridad se define como la colaboración mutua en la personas, como el sentimiento que mantiene a las personas unidas en todo momento, sobre todo cuando se vivencia experiencias difíciles de las que no resulta fácil salir. La solidaridad es más que nada un acto social, una acción que le permite al ser humano mantener y mantenerse en su naturaleza de ser social. Debido a lo anterior es que resulta fundamental fomentar y desarrollar la solidaridad en todas sus aristas, ya que no sólo será necesario llevar a cabo las acciones de las que se requerirá en momentos de guerra o desastres naturales, sino que será fundamental de aplicar cuando algún ser querido, ya sean amigos o familiares, tenga algún problema en el que la ayuda o compañía sean un aporte para mejorar en cierto modo la situación.

La solidaridad desde la salud

La solidaridad, desde el punto de vista de la Salud, no es un concepto sino un símbolo. Un símbolo es algo vivo, que no solo ordena y estructura la realidad, sino que la motiva y la genera.

La solidaridad resultaría de juntar "consenso", el definir en común una meta o una norma, con "empatía", una emoción compartida. Ser solidario es un acompañarse, cognitiva y emocionalmente.

Sin embargo, cuando se habla de la pérdida de la salud, se piensa en un evento negativo, y la solidaridad se torna en un "acompañar" a alguien que no solo sufre, sino que se encuentra en desventaja a nivel social. De ahí se deriva la relación entre la solidaridad en salud y el principio ético de la justicia.

En el caso de Instituciones que se dedican a dar a conocer información y a tratar casos referentes a enfermedades específicas, estas se solidarizan brindando información y tratamientos a los ciudadanos.

De esa forma, no sólo acompañan, en situaciones difíciles, sino que también se solidarizan con las personas desde el momento que les puedan brindar la información para prevenir la enfermedad.



5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO



5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

5.1 Información general del cliente:

Liga nacional Contra el Cáncer

-Dirección: 6a. Avenida 6-58, zona 11, Ciudad de Guatemala, C.A

-Teléfono: 2417-2100

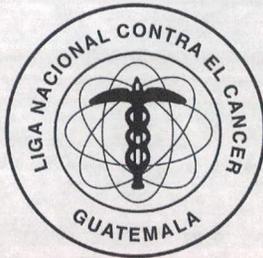
-Fax: 2473-6390

-Página Web: info@ligacancerguate.org,

www.ligacancerguate.org

-Contacto: Mirna Carolina Torres de Mansilla. /Gerente de la Liga Nacional Contra el Cáncer.

-E-mail: mtorresdemansilla@gmail.com



En la página oficial de La Liga Nacional contra el Cáncer, (2009), definen que ésta es una asociación de servicio social, no lucrativa, con más de 54 años ininterrumpidos al servicio de la población guatemalteca en la atención integral del cáncer en todas sus manifestaciones.

En el año se atienden aproximadamente 6,000 consultas a nuevos pacientes, y 20,000 reconsultas, aproximadamente, lo que evidencia el nivel de cobertura que proporciona la Institución, y el alarmante incremento de casos de cáncer que se reportan anualmente.

Visión

Ver libre de cáncer a la población guatemalteca a través de una institución que prevenga, diagnostique, trate y reincorpore al paciente a su familia con calidad humana y con la tecnología más avanzada, agrupando a la mayor cantidad de socios organizados en una liga eficiente, sólida y próspera que sea ejemplo a nivel nacional e internacional.

MISIÓN

Atender a la población guatemalteca con los mejores recursos tecnológicos y humanos en la lucha contra el cáncer a través de:

-La prevención: facilitar el acceso a la población además de informar, sensibilizar, educar y formar hábitos, respetando la naturaleza multiétnica y pluricultural.

-El diagnóstico oportuno: de los pacientes que permita disminuir su enfermedad, mejorar la calidad de vida y sobrevivencia.

-El tratamiento científico e integral: a través del mejor hospital oncológico del país.

-La reincorporación: al seno de su familia y sociedad en la mejor forma posible.

La liga en esta lucha, buscará las alianzas necesarias con todas las instituciones nacionales y extranjeras que ayuden a lograr las metas.

-Desarrollar programas que permitan incorporar a la mayor cantidad de voluntarios y socios que encuentren en la liga, la mejor forma de desarrollar su labor de servicio social.

-La eficiencia, solidez, crecimiento e integración tanto de la liga como de sus diferentes órganos y filiales, serán un ejemplo a nivel nacional e internacional.

-Todo lo anterior se logrará contando con el mejor recurso humano, el cual, altamente motivado y recompensado brinde lo mejor de sí en los servicios prestados.

Solidaridad desde la liga nacional contra el cáncer

La Liga Nacional contra el Cáncer, además de atender a la población Guatemalteca con los mejores recursos tecnológicos y humanos, tiene como propósito ser una institución solidaria que promueva la importancia de informarse sobre prevención, factores de riesgo y tratamientos de los diversos tipos de Cáncer que existen en la Sociedad Guatemalteca.

Esto en la Actualidad se realiza teniendo material informativo gratuito disponible en las instalaciones de la Liga. Asimismo, se imparten conferencias informativas a instituciones o empresas públicas y privadas, dando a conocer información acerca del cáncer. Además, se cuenta con el personal capacitado para informar a las personas que asisten a las instalaciones, sobre la variedad de tratamientos y prevención de enfermedades cancerosas.

De esta forma la Liga Nacional Contra el Cáncer, además de solidarizarse con los ciudadanos guatemaltecos brindando tratamientos para combatir esta enfermedad, brinda información sobre el cáncer, para que de esa forma, las personas estén enteradas especialmente de los métodos de prevención de cada tipo de cáncer y así disminuya gradualmente, los casos de cáncer en Guatemala.

Antecedentes gráficos y competencia

Actualmente la Liga Nacional Contra el Cáncer no cuenta con antecedentes de diseño, ya que la única información que manejan es a través de presentaciones en Power Point, que utilizan como material de apoyo en conferencias informativas, en el que predomina únicamente texto sobre información de cáncer de mama.

Asimismo, hasta el día de hoy la Liga es la única asociación de servicio social dedicada a la atención integral del cáncer en Guatemala y por tal motivo, no tiene competencia.

5.2 Área de Diseño: Material Informativo

Material informativo

Ruiz (2002), define que un material informativo es un medio concreto desarrollado con el propósito de comunicar ideas, mensajes o información a una audiencia específica. Se desarrolla esperando una respuesta o reacción de quién o quiénes lo reciben.

Sagastume (2007), define que la función de un material informativo es lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a la temática sugerida.

Elementos a tomar en cuenta en el diseño de material informativo.

Las imágenes deben apoyar el mensaje. Es conveniente abstenerse de utilizar todo tipo de imagen que no contribuya a la correcta difusión del mensaje.

Se deben incluir imágenes que faciliten la comprensión del mensaje. La imagen siempre atrae la atención por sobre el texto.

Los dibujos, diseños reproducibles, diagramas, mapas o fotografías constituyen una parte fundamental de la publicación. Sin embargo, demasiado material gráfico disminuye su influencia. Por tal motivo las ilustraciones deberán elegirse cuidadosamente a efectos de realzar el texto.

Aspectos a tomar en cuenta en la utilización de imagen para un material informativo

Según Ruíz (2002), todo material gráfico informativo debe ser realizado a través de una adecuada combinación y composición de formas, tamaños, colores, imágenes, ilustraciones, fotografías, etc., que darán como resultado una mejor visualización del tema y facilitarán la comprensión del contenido.

El diseñador debe incentivar que el grupo objetivo se interese, comprenda, interprete, siga y se involucre mentalmente con el material para que de esa forma se identifique y aprenda el contenido.



Existen ciertas características que se deben a tomar en cuenta para la aplicación de imagen de un material informativo:

- Atraer la atención del grupo objetivo.
- Transmitir los beneficios básicos del producto o servicio.
- Crear un estado de ánimo o un sentimiento positivo.
- Estimular la lectura del cuerpo de texto.

Tipos de material informativo

Existe gran variedad de tipos de materiales gráficos. Sin embargo los más elaborados son:

-Folletos

Rosell (1995), expone que el folleto es una de los más prácticos auxiliares. Es un medio de comunicación versátil. Es Ágil y atractivo. Son publicaciones que por lo general guían hacia un tema específico y profundo enfocado de manera concisa. Su función principal es la de servir de documento de referencia común y básica como una guía general.

Según Nerici (1985), las principales ventajas del folleto son:

- Proporciona acceso fácil a los mensajes que contiene y posee ilustraciones.
- Es portátil
- Barato.
- Fácil de conseguir y conservar
- Su formato es de fácil legibilidad.
- Proporciona material básico sobre un tema específico.
- Si posee un buen diseño es un medio de alto impacto.

Desventajas:

- No puede ser utilizado como medio masivo, a menos que se tengan suficientes ejemplares para distribuir a un público determinado.
- Si tiene un mal diseño, es posible que el público lo descarte sin leerlo.

Afiche

Según Rosell (1996), un afiche es un medio de comunicación visual que estando en exhibición sirve como instrumento para dar a conocer juicios, ideas, conceptos o para crear necesidades y deseos, con el objetivo de crear reacciones en un grupo objetivo determinado.

Sagastume (2003), menciona que un cartel es uno de los retos más atractivos que un diseñador puede encontrar, ya que están hechos para captar la atención a las personas mientras, éstas, se encuentran en movimiento y para que sean visibles desde grandes distancias e impactantes por su gran dimensión

Gráficamente un cartel debe presentar un correcto equilibrio de todos los elementos que contiene. Las imágenes, gráficos, fotos y textos deben representar una línea de comunicación que permita al ojo humano (y al cerebro) dirigirse de un punto de información a otro. Esto crea movimiento y dinamismo.

Los puntos de información no son colocados por casualidad, sino que son creados por el diseñador para influir en el lector

Funciones del afiche

Godoy (1992), afirma que el afiche tiene las siguientes funciones:

La función de la información: forma parte de una red de comunicaciones que relaciona un emisor con un receptor (el individuo) con vista a llevar un conocimiento y su objetivo a modificar su comportamiento.

La función de persuasión: Lo que propone el afiche, es un repertorio de los significados ideales y emotivos de un producto, que introducen en la persona sentimientos complejos como: deseo de compra, confianza en la marca, originalidad o imagen satisfactoria.

La función económica: el afiche tiene que hacer vender un producto.

La función de seguridad: El universo creado por la publicidad es un universo estable y seguro.

La función educadora: La imagen por su contacto inmediato y totalizador respecto al receptor implica una nueva estructuración de sus hábitos sensitivos y cognitivos; constituye de hecho, un proceso de educación.

La función ambiental: El afiche hoy en día es un elemento del escenario urbano.

La función estética: El afiche constituye un medio plástico que puede contener un elevado valor estético.

La función creativa: El creador tiene que recurrir a las innovaciones constantemente, del grafismo de la Psicología, de las técnicas (nuevos procedimientos de impresión, materiales (backline, gigantografía).

El afiche es un gran crisol en el que se funde arte, ciencia y técnica propiciando muchas veces un alto nivel creativo.

Plegables

Tal como menciona Samayoa (2000) en su investigación, estas piezas pueden asumir diversas formas, las cuales pueden ser: Membretes, tarjetas, volantes, carteles, anuncios, hojas de instrucción, sobres, etc.

Estas formas son principalmente impresas y los principios de diseño en la elaboración de las imágenes visuales se aplican a la planeación del mensaje que quieren dar a conocer.

Otros tipos de Material Informativo/Impreso

Según el sitio Web Publicaciones y Materiales Impresos (2008), exponen que en la actualidad existen otros materiales informativos impresos que son útiles en actividades de divulgación de información y que no requieren un gran presupuesto. Éstos, mientras más atractivos sean, más gente los utilizará y tendrán presente el mensaje que se dé a conocer a través de estos medios.



-Marcadores de Libros/Separadores: Pieza de papel o clip que se utiliza para señalar la página de un libro, para luego reanudar la lectura.

-Picaporte/ Colgador para Puerta: Dispositivo sujeto a una puerta que sirve para abrirla o cerrarla.

-Calendarios: Publicación anual que puede contener información de algunos temas determinados.

-Tarjetas Postales: Pieza rectangular de papel grueso o cartón, hecha para escribir o mandar correos sin necesidad de un sobre.

-Stickers: Es un soporte de texto o imágenes impresas o serigrafiadas sobre una lámina de vinilo o papel en cuya parte posterior se ha dispuesto de una fina capa de adhesivo.

La Diagramación

Según Rosell (1996), diagramar es componer. Una buena diagramación dependerá de la buena disposición de todos los elementos visuales, titulares, textos, imágenes y elementos gráficos, que en conjunto deben lograr un diseño funcional. Los elementos deben disponerse de tal forma que el producto final organice, simplifique y comunique, de la misma manera que logre atraer.

Díaz y Vargas (1989), definen elementos de la diagramación como herramientas que el diseñador tiene para poder diagramar.

-Contenido palabra e imagen: En la diagramación se debe sintetizar la información en palabras e imágenes.

-Tipografía: La tipografía es importante dentro del concepto de diseño que se tenga, ya que dependerá en su mayoría de la imagen.



En Fotonostra (2005), sugieren que el denominado tipo de letra estándar, es más legible que otro de tipo decorativo. Los tipos con serifas son más legibles que las de palo seco.

El espacio entre letras o palabras no tiene que ser ni muy amplio, ni demasiado reducido, para que tengan una buena visibilidad y legibilidad.

El tamaño, si el tipo es demasiado grande, o pequeña, cansa mucho al lector y reduce la legibilidad. También ocurre con las columnas, donde un ancho corto, cansa al usuario, ya que tiene que cambiar de línea constantemente.

Un texto, todo en negrita es muy denso y también dificulta la lectura.

-Fotografía: Apoya los temas principales de una página o puede ser el tema principal. Capta y atrae la atención del grupo objetivo, informando a detalle lo que se desea transmitir.

Alvizures (2005) citando a Langford, define la fotografía como una herramienta científica y documental de primera importancia, como un medio creativo por derecho propio.

Bauret (1999), define la fotografía como un acto espontáneo que mantiene una relación “directa” con la realidad. Asimismo, plantea que la fotografía se afirma cada vez más como un modo de expresión, de información y de comunicación esencial y específico. Además, ésta es plural, importante y objeto de interés en la medida en que es testimonio artístico o periodístico sobre el mundo, así como también práctica social popular.

Fotografía Artística: Según Newhall (1990), a mediados del siglo XIX apareció una nueva tendencia artística llamada naturalismo. Esta nueva tendencia, centrada en la objetividad, buscaba imitar la realidad y la naturaleza con un alto grado de perfección y despreciaba la subjetividad.

Así, el naturalismo fue la puerta que se abrió para dar a la fotografía una verdadera importancia en el arte ya que al imitar de una forma casi perfecta la realidad, superaba ampliamente a la pintura en este aspecto.

Por otra parte, el constante desarrollo de la fotografía en esa época, básicamente con las nuevas técnicas sobre la utilización de la luz del sol, dio origen a fotos con un mayor significado estético, lo que llevó a un nuevo acercamiento de la fotografía hacia el arte.

La fotografía como arte, ciencia y experiencia humana fueron evolucionado. En cuanto fue posible hacer de la cámara un dispositivo móvil fácil de manejar apareció la posibilidad de influir en el espectador mediante la posición de la cámara y su enfoque, lo que permitían trasladar la subjetividad del fotógrafo a la fotografía, además de ir construyendo un lenguaje artístico.

En la actualidad, la fotografía artística tiene un carácter subjetivo. El impresionismo en la pintura y su consiguiente marcha hacia lo abstracto tuvo un gran efecto en la fotografía. Ya en la actualidad, la fotografía artística pura es casi completamente subjetiva y la manipulación de las imágenes se ha convertido en una herramienta fundamental en su expresión artística.

El lenguaje artístico fotográfico partió de la herencia de la pintura. Sin embargo, rápidamente amplió su léxico gracias a la facilidad de hacer enfoques extremos (picados, contrapicados, etc.), la captura del movimiento con largos tiempos de obturador y la decisión del momento.

La presión sobre el fotógrafo para marcar su subjetividad en la fotografía forjó un lenguaje lleno de sutilezas pero perfectamente comprensible, muy directo para cualquier observador.



Roberts (2007), afirma que la fotografía artística tiene la capacidad de mover a los espectadores para que no sólo miren un objeto o una imagen, sino que vean una emoción, una pasión o un concepto que ponga en movimiento los pensamientos.

Los mismos espectadores a menudo no pueden determinar exactamente qué es lo que causa esta respuesta extrema dentro de ellos mismos cuando se les presenta una imagen. Algunos de los fotógrafos artísticos más famosos, tales como Ansel Adams, Anne Geddes o Dorteia Lange, tenían todos un asunto o un tema específico que fotografiaban, a menudo representando las imágenes de una forma que no era típica de cómo son vistas normalmente.

Toda la fotografía artística es una combinación de la suerte y de la disciplina técnica. Poder esperar la luz, la expresión o el movimiento perfectos para capturar lo que el fotógrafo está intentando explorar es a la vez un arte y una ciencia.

Los fotógrafos artísticos que se han hecho famosos por su talento y formación han pasado años desarrollando técnicas y estilos que hacen que sus fotos sean verdaderamente únicas.

-Ilustración: Debe ser diseñada en función de cómo se utilizará. La fotografía recoge toda la información, mientras que las ilustraciones son elementos que se utilizan para comunicar de manera eficaz la información textual, transmitiendo el mensaje de forma clara y atractiva. La ilustración es más eficaz cuando se trata de transmitir ideas, mientras que la fotografía es más literal, aunque ésta posee una mayor fuerza emocional.

Factores a tomar en cuenta en el diseño de materiales informativos en pro de la salud.

Según Coe, (1998), la comunicación para la salud se define como "la modificación del comportamiento humano y los factores ambientales relacionados con ese comportamiento que directa o indirectamente promueven la salud, previenen enfermedades o protegen a los individuos del daño", o como "un proceso de presentar y



evaluar información educativa persuasiva, interesante y atractiva que dé por resultado comportamientos individuales y sociales sanos".

Los elementos claves de un programa de comunicación para la salud son:

- El uso de la teoría de la persuasión
- La investigación
- La segmentación de la audiencia
- Un proceso sistemático de desarrollo de programas.

El interés por entender lo que motiva a las personas a adoptar o no adoptar comportamientos que mejorarán su calidad de vida ha sido un tema de investigación para muchas disciplinas desde los años setenta.

Entre las teorías usadas con frecuencia para explicar este proceso se encuentran las relacionadas con los modelos de las etapas del cambio de comportamiento y las teorías de la persuasión, que pueden aplicarse a distintas culturas y a distintos comportamientos relacionados con la salud.

Las teorías o los modelos del cambio de comportamiento postulan que la adopción de comportamientos sanos es un proceso en el cual los individuos avanzan, a través de diversas etapas, hasta que el nuevo comportamiento se convierta en parte de la vida diaria. Los modelos recalcan que los mensajes y programas transmitidos por los medios de comunicación son más eficaces en las etapas iniciales, aunque las comunicaciones interpersonales y las redes comunitarias de apoyo social son sumamente importantes durante las etapas posteriores.

La investigación sobre el público destinatario, es clave para elaborar programas exitosos de comunicación para la salud, se usa para preparar mensajes, información y materiales pertinentes y para identificar los canales que

...tienen más probabilidades de llegar a los que se encuentran en gran riesgo y, así, tener alguna influencia sobre ellos.

El público destinatario se segmenta para identificar grupos más amplios de personas que comparten valores similares, tienen las mismas creencias o tienen en común otros atributos claves que repercutirán en su atención y en su respuesta a la información sanitaria.

La información y la comunicación en salud son fundamentales para la adopción de modos de vida sanos, en forma individual y colectiva. Dado que el comportamiento humano es un factor primordial en los resultados de salud, las inversiones sanitarias deben centrarse tanto en los comportamientos como en los establecimientos de salud y la prestación de servicios. La solución de los problemas de salud requiere que las personas comprendan y estén motivadas para adoptar o cambiar ciertos comportamientos. Por lo tanto, la comunicación eficaz debe formar parte de cualquier estrategia de inversión sanitaria.



6. GRUPO OBJETIVO



6. GRUPO OBJETIVO

Información tomada de: Instrumento aplicado para definir Grupo Objetivo (Encuesta). (Anexo1).

6.1 Perfil Demográfico

Sexo: Femenino.

Edad: 20 a 45 años. (Estudiantes, ejecutivas de empresas públicas o privadas, dueñas de negocios medianos, profesionales, comerciantes, ejecutivas de mandos medios).

Zona Geográfica: Viven dentro del perímetro de la Ciudad Capital de Guatemala. Habitan casas residenciales o en colonias, casas modestas pero confortables. También pueden habitar viviendas ubicadas en barrios o colonias populares, las cuales en muchos casos son alquiladas.¹

¹ Cardona, P. (2003). Definiciones del Nivel Socioeconómico. Diseño Promocional. Universidad Rafael Landívar.

Nivel Socioeconómico: Para la realización de este proyecto se delimitó dos tipos de nivel socioeconómico:

- **Nivel Medio:** El ingreso mensual de las familias des de aproximadamente es de Q. 5,000 a Q. 11,999.

- **Nivel Medio Bajo:** Su ingreso mensual es de Q. 4,999 a Q. 1,000.

6.2 Perfil Psicográfico

Información tomada de: Instrumento aplicado para definir Grupo Objetivo (Encuesta). (Anexo1).

Definiciones de Nivel Socioeconómico. (2003).

Nivel Medio: Son mujeres que se caracterizan por ser conscientes, respetables y obedientes. Luchan por ser dueñas de su casa, en lugar de alquilar. A la hora de realizar sus compras, son muy conscientes, ya que cuando compran lo hacen de acuerdo a su presupuesto y ocupación. El nivel académico en el cual se encuentran es de Diversificado y Universitario.

Si son madres de familia, esperan que sus hijos puedan asistir a la universidad. Su estilo de vida es modesto, pueden comprar aparatos eléctricos populares a plazos. Muchas de ellas se transportan en carro propio y en bus urbano.

Entre las actividades que realizan están: Ver televisión, escuchar música, navegar en Internet y asistir a actividades sociales. Viajan generalmente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.

Nivel Medio Bajo: Las ciudadanas de este nivel tienen una vida generalmente de rutina. Su educación es limitada, ya que muchas de ellas no les es posible asistir a la universidad o incluso, terminar el nivel Diversificado. Buscan seguridad y permanencia en su trabajo. Si son familias, varios de los miembros colaboran con el ingreso del hogar. Su estilo de vida es bastante modesto, ya que viven en barrios o colonias populares, que en su mayoría son alquiladas. Los productos que poseen son un poco más limitados y son de marcas económicas. El medio de transporte que utilizan es el bus urbano.

Entre las actividades que realizan están: Ver televisión y asistir a actividades sociales. Los viajes que realizan, por lo general son al interior del país.

Analizando la información, las mujeres jóvenes y adultas, entre los 20 y 45 años, conocen en qué consiste el cáncer de mama y los exámenes clínicos para poder detectarlo. Muy pocas conocen acerca de las medidas de prevención y los factores de riesgo del mismo. La mayoría se ha informado sobre el cáncer de mama a través de campañas publicitarias e instituciones que se dedican a promover este tipo de enfermedad. Otras, se han informado a través de familiares o amigos. La falta de información, la falta de interés y la Ignorancia, son algunas de las razones por las que el cáncer de mama se ha incrementado en nuestro país, según el Instrumento para definir el grupo objetivo. (Anexo 1).

En cuanto al tipo de materiales que han observado referentes al cáncer de mama son afiches, bifolios o trifolios, vallas publicitarias y anuncios de televisión.



En cuanto al análisis relacionado con los aspectos de diseño, la paleta de colores que más relacionan con el Cáncer de Mama, son tonalidades de rosado. Una minoría opto por las tonalidades de amarillo.

La imagen, el mensaje y el color, son los elementos que más llamarían la atención en un material referente al cáncer de mama. El tipo de imagen que prefieren es la fotografía y la ilustración.

El tipo de mensaje que prefieren en un material referente al cáncer, es positivo, reflexivo e informativo.

El material que logra llamar más su atención son los afiches en su mayoría. Otros medios que también captan su atención son los trifoliales y despleables. Los elementos gráficos que relacionan con el cáncer de mama son los círculos, espirales y las ondas irregulares.

Por último, el tipo de letra que más se les facilita leer, no poseen serifas. Su estructura es geométrica y pueden estar compuestas por la letra "a" script o por la "a" convencional.



7. CONCEPTUALIZACIÓN



7. CONCEPTUALIZACIÓN

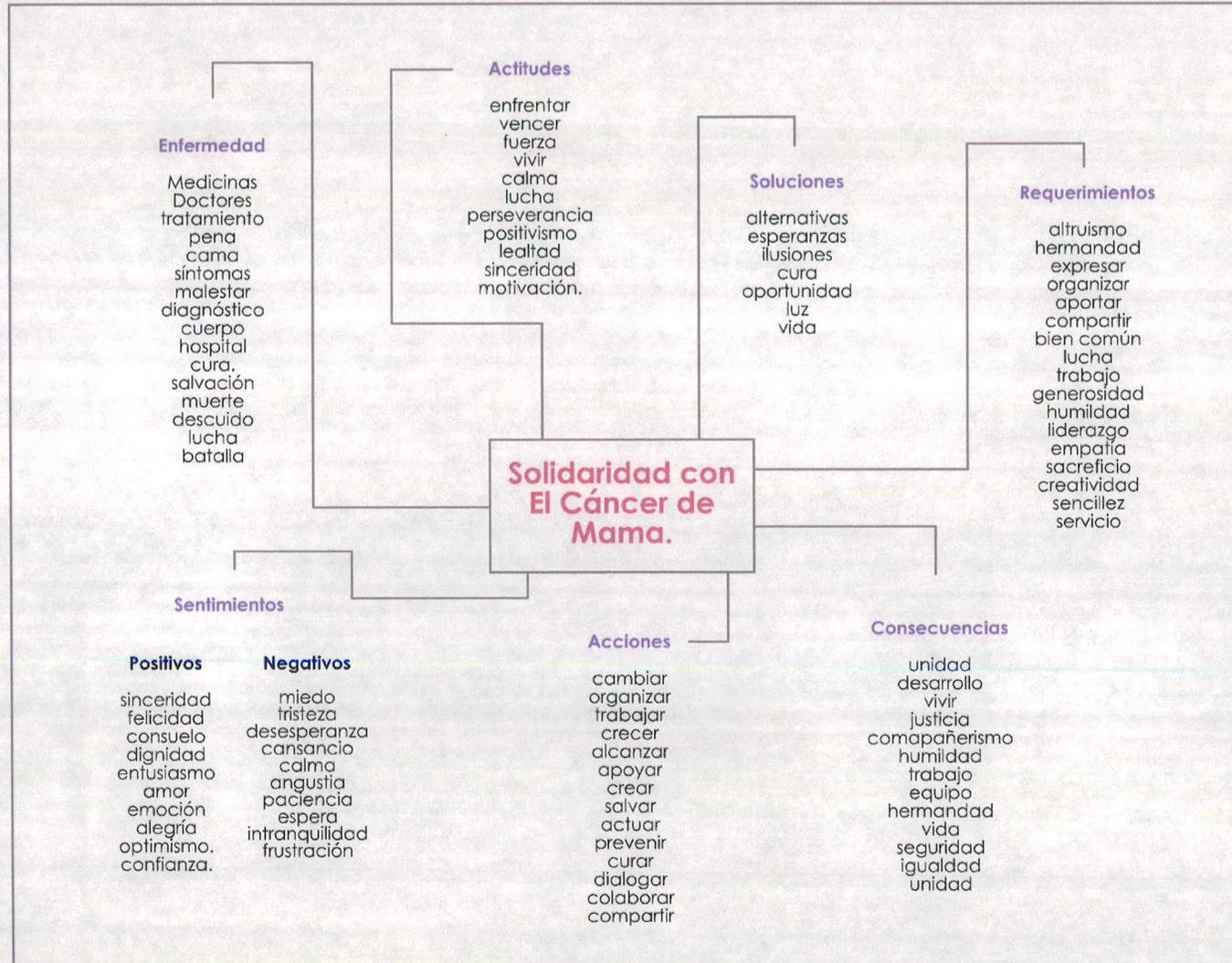
Para la conceptualización, se utilizaron como ejes centrales las temáticas de cáncer de mama, solidaridad y mujeres, debido a que estos temas engloban el propósito central de este proyecto que es la solidaridad hacia una enfermedad muy común en las mujeres guatemaltecas como lo es el cáncer de mama.

Para ello, se desarrollaron tres técnicas en las que se lograron extraer características significativas de cada una. Las técnicas que se realizaron fueron: Mapa de Relaciones, Opuestos y la Técnica de Da Vinci. Después de desarrollar cada una, se crearon frases conceptuales y como resultado se obtuvo un concepto como eje central del proyecto.



MAPA DE RELACIONES

Solidaridad con el Cáncer de Mama



Después de realizar la técnica, se procedió a realizar un listado de ideas que se relacionaran con la temática de Solidaridad con el Cáncer de Mama. Se hizo lo mismo con cada una de las técnicas que se desarrollaron.

IDEAS/ Mapa de Relaciones

- Tratamiento preventivo.
- Creando Oportunidades.
- Oportunidades de vida.
- Apoyando oportunidades.
- **Tratamiento de alternativas.**
- Mujeres enfrentando tratamientos.
- Fuerza de mujer.
- **Creando alternativas de vida.**
- Compartiendo alternativas.
- Lucha compartida.
- Lucha femenina compartida.
- Flores combatiendo batallas.
- Oportunidades renaciendo.
- Flores combatiendo barreras.
- Creciendo en fortaleza.
- Enfrentando tratamientos.
- Diagnóstico preventivo.
- Acciones crecientes.
- Curando heridas.
- Previniendo heridas.
- **Alternativas que curan.**
- Creando oportunidades de vida.
- Enfrentando espinas.
- Combatiendo espinas.



- Regando jardines.
- Luchando con espinas.
- Compartiendo alternativas preventivas.
- **Construyendo jardines.**
- **Construyendo jardines de fortalezas.**
- Creando jardines.
- Regando jardines.
- Desarrollando esperanza.
- **Fortalezas enlazadas.**
- Combatiendo miedos.

Opuestos

Para desarrollar esta técnica se eligieron palabras que se relacionaran con sentimientos y lo que tiene que ver con la información propiamente sobre Solidaridad con el Cáncer de Mama. Luego de elegir las palabras, se procedió a colocar el opuesto de las mismas, para luego crear ideas que podrían convertirse en conceptos.



Solidaridad con el Cáncer de Mama

PALABRA	OPUESTO
Desarrollo Crecer Integridad Decisión Oportunidad Fraternidad Conocer Construir Objetivo Capacidad Vivir Compartir Felicidad Valorar Ayudar Crear Enseñar Interés Aprender Inculcar Luz	Retroceso Disminuir Esclavitud Indecisión Inoportunidad Enemistad Ignorar Destruir Subjetivo Incapacidad Morir Egoísmo Tristeza Desvalorar Perjudicar Aniquilar Ocultar Perdida Olvidar Disuadir Oscuridad

IDEAS/ Opuestos

- Previniendo lamentos.
- Metas egoístas.
- Previniendo consecuencias.
- Metas arrasando lamentos.
- Deteniendo barreras.
- Deteniendo caminos.
- Mujeres abandonando lamentos.
- Combatiendo desagradados.
- Valorando la luz.
- Disminuyendo decisiones.
- Felicidad desvalorada.
- Aprendiendo de las pérdidas.
- Oportunidades que destruyen barreras.



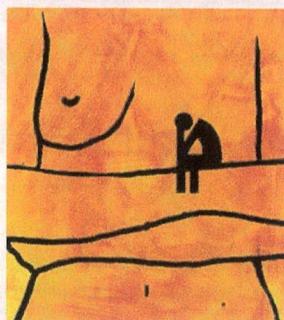
- Desarrollo perjudicando la ignorancia.
- Intereses negativos olvidados.
- Compartiendo verdades ocultas.
- Creciendo en el retroceso de inoportunidades.
- **Construyendo fraternidad.**
- Egoísmo desvalorizado por las oportunidades.
- Compartiendo luz en la oscuridad.
- Luz en la oscuridad.
- Ayudando a perjudicar la oscuridad.
- Uniendo capacidades, para desunir incapacidades.
- Enseñando lo oculto.
- Felicidad valorada, tristeza desvalorada.



Técnica de Da Vinci

Solidaridad con el Cáncer de Mama

Para desarrollar esta técnica, se utilizaron dos imágenes, la primera de Solidaridad y la Segunda, una imagen conceptual acerca del cáncer de Mama. De cada una se realizó una lluvia de ideas y se seleccionaron palabras relacionadas con los temas.



Huellas Marcar Auxilio Gusto Ver Arriba Caminar Extender Agarrar Profundizar Actuar Vivir Definir Determinar Esperar Meditar Proponer Llegar Estrechar Cambio Cualidades Construir Esperar Enlazar	Mente Pensar Incitar Proponer Formar Cadenas Desconocido Decidir Espontáneo Humano Hermandad Colaborar Cooperar Gente Enlazar Aclarar Proposición Ayudar Sujetar Generaciones Tomar Dar Lazos Caminos	Conciencia Meditar Actuar Curar Llorar Faltar Explorar Examinar Lágrimas Lamentos Control Experimentar Diagnóstico Perdición Desilusión Luz Vida Cambio Oportunidad Alternativa Circunstancia Mensaje Cuidarse Incompleto Defecto Situación Acción Ausencia Faltar Esperanza Razonar Enseñar	Continuar Vencer Tropezar Canalizar Reflexión Avisar Informar Alerta Preparar Impedir Dolor Paciencia Cuidar Vivir Contemplar Sentimientos Familia Amigos Frustración Tristeza Llorar Pensar Organizar Continuar Abrazar Mujeres Proponer Contar Ayudar Cuidar Tolerar Barreras Obstáculos
---	--	---	--

SOLIDARIDAD		CÁNCER DE MAMA	
Unidad Amor Manos Cadena Cambio Personas Ruleta Ayuda Experiencia	Reflexionar Causa Razón Confianza Cariño Combinar Motivo Circunstancia Aclarar	Prevenir Ver Observar Frustración Solidaridad Espera Tristeza Lucha Perseverancia	Quererse Amar Sentir Fe Claridad Muerte Tratamiento Arriba Actitud

Luego, se desarrollaron ideas, tomando en cuenta las palabras que surgieron:

- Cadena de huellas femeninas.
- Aclarando alternativas.
- Mujeres en acción.
- Construyendo caminos.
- Mujeres construyendo.
- Lucha de flores.
- Explorando oportunidades.
- Tratamiento de confianza.
- Proponiendo diagnósticos.
- Lazos que salvan.
- Abriendo caminos.
- Barreras abriendo caminos.

- Voces que salvan.
- Barreras que salvan.
- Uniendo barreras.
- Barreras salvando vidas.
- Informando barreras, salvando vidas.
- Informando barreras, enlazando vidas.

Posteriormente, se separaron las frases, Mujer, Cáncer de Mama y Solidaridad, y de cada una se realizaron pequeñas lluvias de ideas que ayudaran a extraer más ideas de cada una.



MUJER	CÁNCER DE MAMA
Delicadeza Dulzura Paciente Amorosa Perseverante Luchadora Fortaleza Consejo Comprensión Afecto Amor Trabajo Perlas Flores Rosas Magnolias Rosales.	POSITIVO Familia Amigos Disciplina Experiencia Historia Anécdotas Recuerdo Huella Marca Medicamento Cura Batalla Motivación Vivir Oportunidad. Lucha Reto Emoción Apoyo Diálogo Perseverancia Entrega Sentimiento Solidaridad Esperanza Oración Fe Consejos. NEGATIVO Peligro Muerte Frustración Descuido Estilo de vida Tristeza Desesperación

	Desesperanza Increíble Lágrimas Obstáculos Barreras Paredes
--	--

Después de retomar nuevamente estas palabras, se desarrollaron frases conceptuales con las mismas.

- Lazos de esperanza.
- Acciones construyendo fortalezas.
- Construcción de fortalezas.
- Construyendo fortalezas.
- Mujeres construyendo fortalezas.
- Enlazando barreras, construyendo fortalezas.
- Fortalezas en Construcción.
- Enlazando fortalezas en construcción.
- Lazos construyendo fortalezas.

- Flores en construcción de lazos de fortalezas.
- Mujeres enlazando fortalezas.
- Mujeres construyendo fortalezas.
- Enlazando mujeres de fortaleza.
- Enlazando fortalezas de mujeres.
- Construyendo lazos de mujeres de fortalezas.
- Construyendo mujeres de fortaleza.

Después de realizar este proceso y según las frases elegidas, no se logró obtener un concepto propio del proyecto y encontrar un conector específicamente con la palabra “mujer”, debido a que el cáncer de mama es propio de las mujeres.

Por esa razón se decidió realizar una lluvia de ideas con la frase “Tipos de Flores”, la cual está estrechamente relacionada con el hecho de ser mujer y por características como la belleza y delicadeza.

Luego, se eligieron las que más llamaban la atención por su nombre:

Tipos de flores

Rosas Tulipanes Margaritas Rosales Valeriana Violetas Nardo	Gerberas Girasoles Geranio Claveles Capullos Verónica Amapola	Hortensia Geranios Jacinto Orquídea Camelia Magnolia Begonia
---	---	--

Después de seleccionar el nombre de las flores, se procedió a buscar su significado.

- Valeriana: tranquilidad, resignación.
- Violetas: belleza interior y lealtad.
- Gérberas: importancia de las cosas.
- Geranios: amor a la tierra, cariño y armonía.
- Camelia: belleza, amanecer.
- Magnolia: amor a la naturaleza, simpatía.

El significado de cada una de las flores, ayudó a determinar que la mejor que se adecua a la temática de la solidaridad del cáncer de mama, es la Camelia, por su significado de belleza y amanecer, muy relacionado directamente a la mujeres. A continuación se investigó un poco más acerca de las características de esta flor.

Camelia



Miel, Anne. (2007). Camelia.

Según un artículo sobre el Significado de las Flores (2009), la camelia es un flor de origen oriental, también llamada Rosa del Japón (su nombre botánico es Camelia Japónica), que se introdujo en Occidente a lo largo del siglo XVI de la mano de los navegantes europeos que traficaban en Oriente.

La Camelia significa belleza y amanecer. Está relacionado con todo lo que tenga que ver con hermosura y belleza perfecta.

Características de las camelias

Su flor es bastante grande. Posee una hilera de pétalos formando la corola o varias superpuestas. En algunas especies pueden llegar a medir más de 12 cm, y sus colores van del blanco al púrpura, rojo, rosa, salmón, amarillo o bicolor.

Las hojas de la planta son muy consistentes y ovaladas, de color verde oscuro, muy brillante. En general, si algo caracteriza a la camelia es su variedad de tamaños, colores y formas.



Cuidados que deben tener

La camelia es una planta muy conservadora, que le disgustan los cambios en general: variaciones de temperatura, riego irregular, trasplantes, etc.

No es adecuada para regiones muy frías ni para jardines expuestos al sol. Por esta razón el lugar debe ser fresco, muy ventilado y claro, pero sin que el sol le dé directamente. No soporta las habitaciones cerradas con calefacción. Es importante protegerla de los rayos del sol y del aire.

Hay que regarla abundantemente con agua tibia, evitando encharcarla. Su mayor exigencia es la humedad, que debe ser superior al 60%. La camelia es una planta de crecimiento lento.

Después de realizar este proceso de investigación, se realizaron frases conceptuales, tomando en cuenta lo que ya se había realizado y con esta nueva información sobre las Camelias.

También se seleccionaron las frases que podían funcionar como concepto:

- Magnolias de Acero.
- Enlazando Magnolias de Acero.
- Enlazando Camelias de Acero.
- Hilera de Pétalos.
- Construyendo jardines de acero.
- Construyendo camelias de acero.
- Amoldando camelias de acero.



Selección de frases Conceptuales

En esta lista, se encuentran todas las frases conceptuales, desde el inicio del proceso.

- Tratamiento de alternativas.
- Creando alternativas de vida.
- Construyendo jardines.
- Construyendo jardines de fortalezas.
- Fortalezas enlazadas.
- Oportunidades que destruyen barreras.
- Construyendo fraternidad.
- Mujeres en acción.
- Proponiendo diagnósticos.
- Informando barreras, enlazando vidas.
- **Construyendo fortalezas.**
- **Mujeres construyendo fortalezas.**
- Mujeres construyendo fortalezas.
- **Lazos construyendo fortalezas.**
- **Mujeres enlazando fortalezas.**
- **Magnolias de Acero.**
- **Enlazando Magnolias de Acero.**
- **Enlazando Camelias de Acero.**
- **Hilera de Pétalos.**
- **Construyendo jardines de acero.**
- **Construyendo camelias de acero.**
- **Amoldando camelias de acero.**



Posibles frases

- Construyendo fortalezas.
- Lazos construyendo fortalezas.
- Mujeres enlazando fortalezas.
- Hilera de Pétalos.
- Enlazando Camelias de Acero.
- Construyendo Camelias de acero.

Concepto seleccionado

“Construyendo Camelias de acero”.

La palabra “Construyendo” engloba el tema de solidaridad, pero más que todo es un medio de desarrollo o de cómo quiere la Liga llegar a las mujeres guatemaltecas a través de la información que les brindarán. En cuanto a los elementos gráficos de diseño que se pueden utilizar para representar esta parte del concepto están las formas geométricas que evoquen estabilidad, como cuadrados, triángulos rectángulos, líneas rectas, etc.

“Camelias”, es la palabra que se relaciona directamente con las mujeres guatemaltecas. La Camelia significa belleza y amanecer. Es una flor que necesita cuidados especiales y cada una es diferente por su forma y su color. Poseen hileras de pétalos que caracterizan su forma tan especial, pero a su vez son flores muy conservadoras.



Todas estas características mencionadas, se enlazan con las características de las mujeres, ya que todas son diferentes y únicas. Los pétalos son todas esas características que las conforman y de las que están hechas.

Con esta palabra, también se diferencia que el proyecto es específicamente para las mujeres. Los elementos que pueden representar esta parte, pueden ser formas irregulares, formas de pétalos, círculos, rosetones, elementos que evoquen feminidad, delicadeza.

“De Acero”, esta parte del concepto se refiere a la función de la información que proporcionará la Liga Nacional Contra el Cáncer a las mujeres. Teniendo en cuenta que con esta información, las mujeres tendrán la oportunidad no sólo de informarse, sino que también podrán prevenir o detectar el cáncer de mama a tiempo, disminuyendo así el riesgo de propagación de la esta enfermedad.

Además, la información será parte de las mujeres y ésta las hará más fuertes, estarán mejor preparadas, ya que el conocimiento es poder, es fuerza y por eso estará representado con esta palabra.

Los elementos que pueden apoyar son figuras geométricas, líneas rectas.

El concepto ya en conjunto, representa la solidaridad que la Liga contra el Cáncer quiere promover a través de la construcción de mujeres guatemaltecas a través de la información, logrando con ello disminuir los riesgos de cáncer de mama y la detección temprana de esta enfermedad.

8. CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO



8. CONTENIDOS DEL MATERIAL GRÁFICO

8.1 Contenido del Texto

- En qué consiste el Cáncer de Mama.
- Factores de Riesgo.
- Prevención/Autoexploración.
- Exámenes clínicos para detectar y prevenir el cáncer.
- Referencias institucionales:
 - Logotipo
 - Datos generales de la Liga Contra el Cáncer.



8.2 Contenido Gráfico

ELEMENTO DE DISEÑO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
FORMATO	Práctico y fácil de manejar.	Se utilizarán formatos geométricos, con posibilidad de troqueles. La medida aproximada más grande a utilizar será de 9 x 15 pulgadas, el resto de formatos serán menores que estas medidas.	Elegancia.
RETÍCULA	Lograr versatilidad en la diagramación.	Se utilizará una retícula modular que permita una lectura no saturada de la información.	Seguridad.

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA TITULAR:

Resaltar una frase específica en el material.

En los títulos, la tipografía será caligráfica, con un ángulo de inclinación y rasgos sutiles. El tamaño a utilizar será un máximo de 35 puntos.

Elegancia.

TIPOGRAFÍA CUERPO DE

TEXTO: Establecer jerarquía visual.

Para los textos, tipografía geométrica con formas cuadradas, sin remate y con diferentes grosores y tamaños. Éste último aspecto variará según el tipo de material. El tamaño máximo a utilizar será de 18 puntos.

Estabilidad.

<p>COLOR</p>	<p>Establecer jerarquías visuales y captar la atención del grupo objetivo.</p>	<p>Diferentes tonalidades del color rosado, ya que éste es el color que mundialmente caracteriza al cáncer de mama y tiene una estrecha relación con las mujeres. El color utilizado será un PANTONE, del cual se extraerán las diferentes tonalidades que se apliquen.</p>	<p>Feminidad y delicadeza.</p>
<p>ELEMENTOS GRÁFICOS</p>	<p>Apoyar el concepto de diseño y complementar la diagramación del texto.</p>	<p>Se utilizarán círculos y formas irregulares con calidad de línea. También figuras con colores sólidos en las que se combinen formas formas geométricas y formas curvas, para el colocar los textos.</p>	<p>Dinamismo y feminidad.</p>

FOTOGRAFÍA

Llamar la atención de las mujeres y ser un elemento complementario de la información.

Se trabajará con fotografía artística, en las que se trabajarán contrastes, resaltando la luz y la sombra. Éstas serán de acciones que apoyen la información sobre el cáncer de mama. Algunas de ellas tendrán poca profundidad de campo, para resaltar la acción en un primer plano y de esa forma darles un efecto interesante. Se considerará la opción de utilizar algún tipo de filtro, para lograr un efecto interesante.

Reflexión y feminidad.

<p>DIAGRAMACIÓN</p>	<p>Establecer jerarquía visual a través de una diagramación no saturada, enfatizando la imagen como punto focal.</p>	<p>Se aplicará una diagramación en la que haya mucha limpieza y equilibrio entre el texto, la imagen y los elementos gráficos. Los ejes de diagramación serán inclinados y también se utilizarán ejes curvos.</p>	<p>Dinamismo.</p>
<p>SOPORTE</p>	<p>Proporcionar al material firmeza y buena calidad de impresión.</p>	<p>Se utilizará papel grueso para los materiales y que a la hora de la impresión tengan una buena resolución. Los tipos de papel que mejor podrían funcionar serían el texcote, el fotográfico grueso, vinil adhesivo o glossy.</p>	<p>Fuerza.</p>

Fotografías

Muestra	Descripción
Foto 1	Fotografías en las que se mostrará una mujer realizándose una autoexploración. Ésta será muy sutil y será tomada por detrás, por lo tanto sólo se muestra el perfil de una mujer. La iluminación se resaltarán en el rostro y en parte del brazo.
Foto 2	En esta se mostrará una autoexploración, con ángulo de frente. Sin embargo, no se mostrará la cara de la modelo, sino que sólo sus hombros, parte del brazo y del pecho. Será una foto muy sutil porque no muestra un desnudo completo. La iluminación resaltarán en la mano que está tapando el pecho de la modelo y en parte del brazo.
Foto 3	Esta foto también mostrará una autoexploración. En ésta la modelo se encontrará en una posición de $\frac{3}{4}$ y si muestra parte de su pecho. Además, se trabajará con color rosado para dar un toque de delicadeza.

9. MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN



9. MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

9.1 Estrategia de Implementación

Para la estrategia de implementación se propone lanzar el primer material en el mes de octubre, ya que en este mes inicia en la Liga Nacional Contra el Cáncer, la campaña del cáncer de mama. En el día de la inauguración de esta campaña, se piensa lanzar el calendario 2010, con el que se pretende informar sobre qué es el cáncer de mama, los factores de riesgo y métodos de prevención. Éste se les dará después de la sesión inaugural de la campaña a todas las mujeres que asistan a ella. También, la Liga contactará con dueños de salones de belleza del sector de la zona 11 cercanos a las instalaciones de la Liga, para distribuirles calendarios para que ellos puedan distribuirlos a sus clientas al visitar su local. Este no tendrá costo adicional.

El segundo material a lanzar será el cartel para puertas de servicio sanitario.

Este se implementará durante la segunda semana del mes de octubre hasta diciembre y estará disponible tanto en la Liga, como en los servicios públicos de centros comerciales, como Miraflores, PeriRoosevelt y Los Próceres, ya que estos son centros comerciales céntricos que son muy visitados por el grupo objetivo. Este material tiene como objetivo reflexionar sobre la prevención del cáncer de mama y brindar información de la ubicación y teléfonos de la Liga.

Posteriormente, en enero de 2010, se lanzará el sticker para buses públicos que circulen en la Zona 11, el cual estará vigente hasta el mes de marzo, con el objetivo de informar acerca de la autoexploración y su importancia. De esta forma varias personas lo podrán leer mientras van en el transporte público, camino hacia su trabajo. Por el tipo de lugar en el que se encuentra, no sólo estará disponible para mujeres, sino también para adolescentes, jóvenes y hombres, lo cual es muy positivo ya que pueden informar a sus parientes o amigas mujeres acerca de la autoexploración.

En abril, estará disponible en la Liga contra el Cáncer el Separador, con el que se pretende informar sobre factores de riesgo y exámenes para prevenir el cáncer de mama. También estará disponible el Colgador, el cual posee información sobre la Autoexploración y una forma de control donde las mujeres pueden marcar los meses en los que se han realizado la autoexploración. Éste puede ser utilizado por las mujeres en la puerta de su habitación y de su baño, para que de esa forma se recuerden a ellas mismas que deben realizarse el autoexamen. Ambos materiales estarán disponibles únicamente en la Liga y será para las conferencias que ellos ofrecen a otras instituciones sobre el Cáncer de Mama.

Todas las piezas que se realizaron tienen un carácter informativo. Además, en todas las piezas aparece el contacto de la Liga contra el Cáncer, para que las mujeres puedan asistir e informarse. Los materiales son prácticos y específicamente el calendario, el separador y el colgador tienen una doble función, ya que pueden ser utilizados de una forma más personal por las mujeres.

El cartel y el sticker se pensaron con el objetivo que puedan ser vistos mientras las personas hagan actividades de su vida diaria, como lo es visitar un servicio público o viajar en un bus urbano. Se decidió lanzarlas en diferentes meses entre el año 2009 y 2010 y por un lapso determinado de tiempo, para que la Liga Contra el Cáncer tenga tiempo suficiente para conseguir el patrocinio de cada material, ya que primero deben buscar instituciones interesadas, luego se lleva a cabo el proceso de aprobación y finalmente consiguen la autorización y es entregado el dinero para la reproducción del mismo.

Todos los materiales serán entregados a la gerente de la Liga, la señora Mirna Torres de Mansilla, quién se encargará de la impresión y la distribución de cada uno de los materiales de forma gratuita.



9.2 Descripción de cada Pieza

PIEZA	MEDIO		FORMA DE DISTRIBUCIÓN		
Propósito	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
<p>Calendario</p> <p>Informar acerca de qué es el cáncer, factores de riesgo y prevención.</p>	Impreso.	Informativo	Mirna Torres de Mansilla/ Trabajadores de la Liga el día de la conferencia inaugural.	Octubre del año 2009.	Liga Nacional contra el Cáncer.
<p>Cartel para puertas de Servicios Sanitarios.</p> <p>Reflexionar acerca de la prevención del cáncer de mama, mediante una frase alusiva al tema e informar sobre el contacto de la Liga contra el cáncer.</p>	Impreso	Informativo	Mirna Torres de Mansilla.	Segunda semana de octubre de hasta diciembre de 2009.	Liga Nacional contra el Cáncer y Centros Comerciales.

<p>Sticker para asientos de atrás de transporte urbano.</p> <p>Informar acerca de La autoexploración.</p>	<p>Impreso</p>	<p>Informativo</p>	<p>Mirna Torres de Mansilla hará el contacto con dueños de buses urbanos.</p>	<p>Enero hasta marzo de 2010.</p>	<p>La Liga Contra el Cáncer distribuirá a dueños de buses públicos, en los que estará colocado el material.</p>
<p>Separador</p> <p>Informar sobre los factores de riesgo del cáncer de mama y sobre los exámenes clínicos para detectarlo</p>	<p>Impreso</p>	<p>Informativo</p>	<p>Mirna de Mansilla y conferencistas de la Liga contra el cáncer.</p>	<p>Abril hasta septiembre de 2010.</p>	<p>Liga Nacional Contra el Cáncer para las conferencias que impartan a instituciones particulares.</p>

<p>Colgador (Picaporte).</p> <p>Informar acerca de los pasos para hacerse una autoexploración y llevar un control de la misma.</p>	<p>Impreso</p>	<p>Informativo</p>	<p>Mirna de Mansilla y conferencistas de la Liga contra el cáncer.</p>	<p>Abril hasta septiembre de 2010.</p>	<p>Liga Nacional Contra el Cáncer para las conferencias que impartan a instituciones particulares.</p>
---	----------------	--------------------	--	--	--



10. BOCETAJE



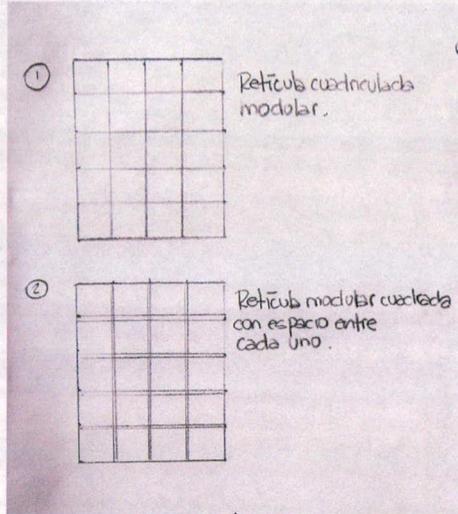
10. BOCETAJE

Para la realización del Bocetaje, se tomó en cuenta la tabla de Contenidos de Material Gráfico para determinar el orden cronológico de cada uno de los elementos de diseño. Sin embargo, existían elementos en común como la retícula, la tipografía, el color, la tipografía y elementos gráficos. Por ese motivo, se dispuso bocetar primero los comunes y posteriormente realizar los bocetos del formato y diagramación de cada material.

En cada uno de los elementos que se desarrollaron, se buscó representar el concepto “Construyendo Camelias de Acero”, tomando como base la tabla de Contenido de Material Gráfico.

Retícula / Elementos en Común.

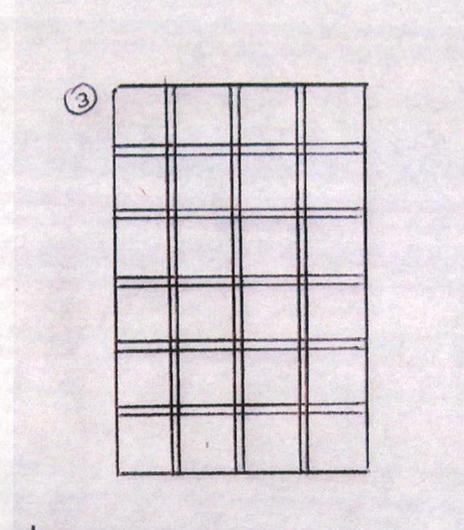
Etapa 1



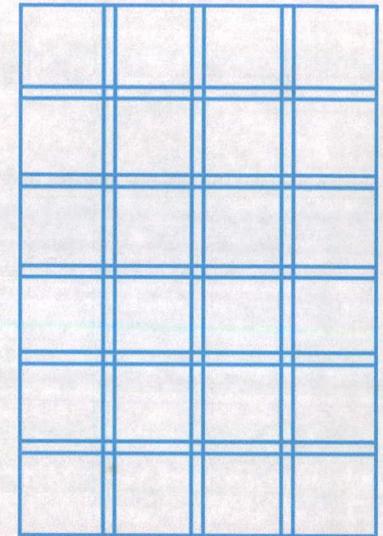
Se inició dibujando retículas que permitieran desarrollar una diagramación dinámica en los materiales. Se experimentó con la posibilidad de una retícula modular para cada una de las piezas del material a realizar, debido a que estas serán geométricas. En la primera gráfica se dibujó una retícula de aproximadamente 20 módulos, sin espacio entre ellos.

En la segunda gráfica se probó con la misma cantidad de módulos, dejando un espacio entre ellos, para lograr una mayor versatilidad y dinamismo en la diagramación.

Etapa 2



Se procedió a dibujar la retícula en relación al formato de cada pieza y posteriormente se digitalizó.



Cuerpo de Texto / Elementos en Común.

Etapa 1

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Se buscó tipografías que lograran expresar estabilidad, para que representaran la parte del concepto de “Construyendo” y “Acero”. Se seleccionaron tipos de letra con estructura geométrica San Serif, con remates redondeados y geométricos, para lograr una mejor legibilidad en el texto. Posteriormente, se realizó una selección de las tipografías que mejor se adaptaban a las características anteriores y se resaltaron con un recuadro.

Etapa 2

Cáncer de Mama

Se realizó otra selección, de la cual se eligieron las tipografías que cumplían mejor con las características de legibilidad y geometría.

Etapa 3

En esta etapa se escogieron las tres tipografías que se consideraban más legibles y que expresaran estabilidad. Dos de ellas poseen remates completamente rectilíneos, mientras que la tipografía del medio tiene remates redondeados. Las tres poseen muy buena legibilidad y lo único que las hace diferenciarse es su grosor y la forma de la "a".

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

La tipografía Avant Guard es la que posee más rasgos de los mencionados anteriormente. Además de ser una tipografía muy estable, por su grosor y sus rasgos geométricos, tiene una gran legibilidad y por ese motivo puede ser muy bien utilizada para el cuerpo de texto del material.



Tipografía para Títulos/ Elementos en Común

Etapa 1

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Cáncer de Mama

Para los títulos del material, se buscó tipografías caligráficas con serifas y sin serifas o que tuvieran cierta inclinación para lograr expresar elegancia y feminidad que apoye la parte del concepto de “Camelias”. Se marcaron con un recuadro las que mejor cumplieran estas características.

Etapa 2

Se eligieron las tres tipografías, descartando las caligráficas ya que pueden no resultar muy legibles. Se eligieron tipografías serif que tuvieran cierta inclinación con el objetivo de facilitar la lectura de los títulos.

Cáncer de Mama
Cáncer de Mama
Cáncer de Mama

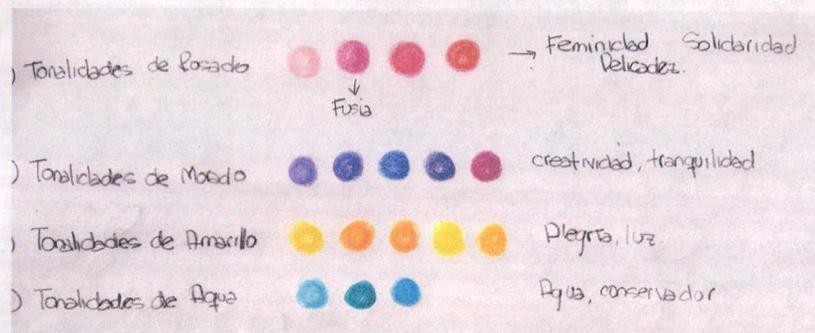
Cáncer de Mama

La tipografía Lucida Sans es la que mejor se adapta a los rasgos elegantes que se buscaban para los títulos del material. Es una tipografía fácil de leer, tiene rasgos similares a la tipografía Avan Guard, la cual se eligió para el cuerpo de texto. De esta forma, las tipografías tanto de títulos como de cuerpo de texto, también guardan cierta similitud en cuanto a la letra “a” y esto al mismo tiempo permitirá unificar el texto de los materiales.



Color/ MATERIAL

Etapa 1



Se probó con colores fríos como el morado y un azul celeste, y colores cálidos como amarillos y rosados. Se ideó la posibilidad de variar la paleta de colores, ya que en materiales sobre el cáncer de mama, se utiliza generalmente el rosado. Por tal motivo, se buscaron otras posibilidades y durante el proceso se determinará si estas posibles gamas de colores funcionan en este tipo de material.

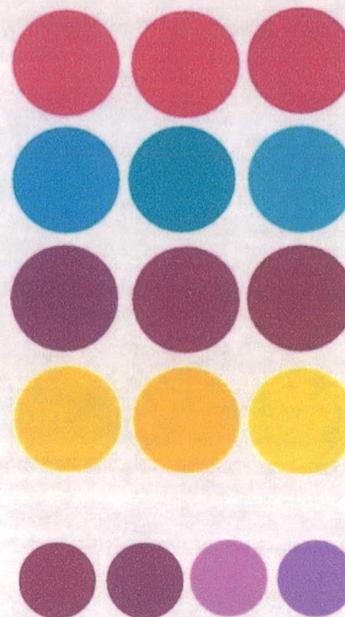
En esta primera etapa se establecieron gamas de color que logran expresar delicadeza y feminidad y que permitieran también representar el concepto de “Construyendo Camelias e Acero”.

Etapa 2

Se procedió a buscar las paletas de colores digitalmente. De cada color se buscaron varias tonalidades, para tener suficientes opciones para evaluar la combinación de colores.



Etapa 3



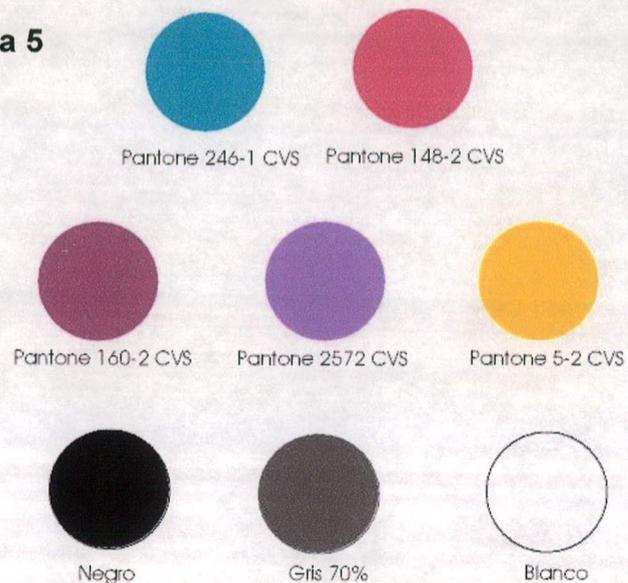
Se lograron seleccionar tres tonalidades diferentes de cada color, para disminuir las posibilidades. Estas tonalidades fueron las que más se adecuaron a las características de delicadeza y feminidad. Además, también se amplió la búsqueda de la gama de los morados, incluyendo al color lila como otra alternativa, ya que en nuestro país este color es representativo cuando se conmemora el Día Internacional de la Mujer.

Etapa 4

Se evaluó la posibilidad de utilizar colores que complementen al material y que apoyen el concepto de diseño específicamente la parte de “Acero”, como por ejemplo blanco, negro y tonalidades de grises.



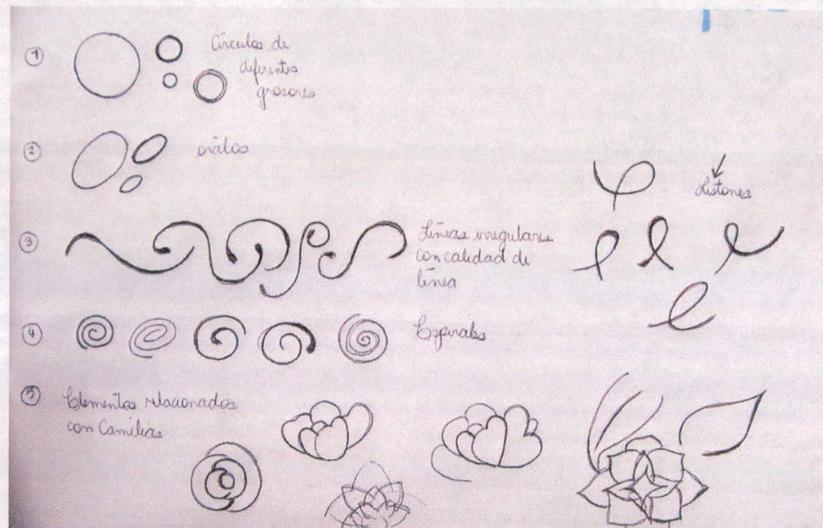
Etapa 5



Finalmente, se eligió como posible paleta de color el rosado y el morado, ya que son los colores que logran identificar feminidad y delicadeza, características muy relacionada con el concepto diseño específicamente con las palabras *Camelia* y *Acero*. Se realizarán pruebas con el color morado, turquesa y amarillo con el propósito de variar el color en el material sobre cáncer de mama. El negro, el gris y el blanco pueden ser un punto de equilibrio en el uso del color.

Elementos Gráficos/ ELEMENTOS EN COMÚN.

Etapa 1

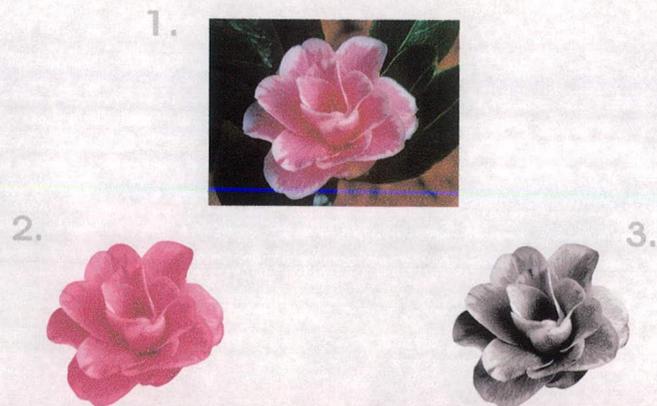


Se bocetaron elementos gráficos que se pudieran relacionar con el concepto, como por ejemplo, círculos, óvalos, espirales, formas orgánicas, irregulares, espirales y círculos, que expresaran dinamismo y feminidad. Además, pueden ser utilizados como elementos que unifiquen cada una de las piezas.

Etapa 2

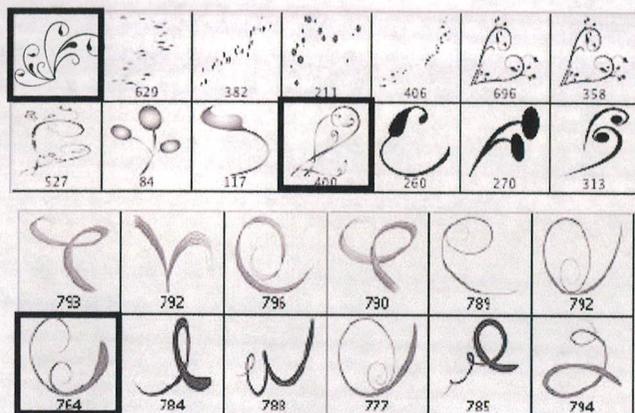
Se digitalizaron los elementos. Se eligió principalmente la Camelia y las ondas irregulares orgánicas, para apoyar la parte del concepto de "Camelias". Como primer paso, se tomó de referencia una fotografía de Camelia de un sitio web gratuito. Posteriormente, se le dio una tonalidad de rosado más intenso y después se cambió a tonalidades de gris, el cual se asocia muy bien con el acero.

Para las ondas orgánicas, se buscó un brush orgánico, que tuviese una buena calidad de línea.



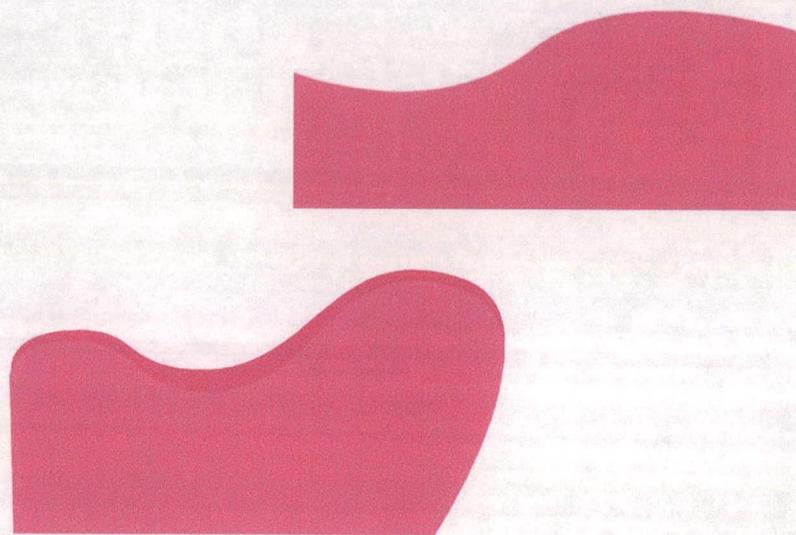
Etapa 3

Se buscaron brushes que pudieran complementar la flor de camelia y que pudieran dar dinamismo y feminidad al material. Se eligieron algunas opciones de brushes orgánicos estilizados. Se eligieron tres opciones y finalmente la elegida fue un brush con calidad de línea, que tuviera una disposición dinámica y fuera elegante.



brush elegido

Etapa 4



Se buscaron formas, dentro de las cuales se pudiese poner el texto dentro del material con el objetivo de variar la diagramación. Se dio énfasis a las formas irregulares y curvilíneas para resaltar feminidad y delicadeza.



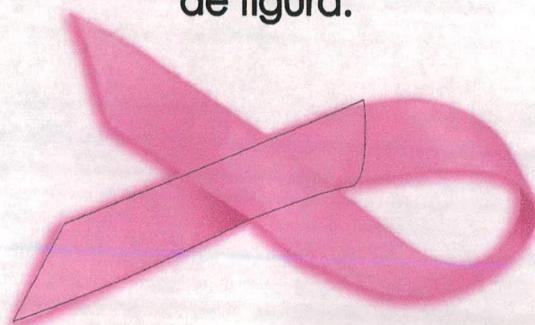
Etapa 5

Se siguió experimentando con el objetivo de evolucionar los elementos gráficos anteriores. Por tal motivo, se buscó una referencia de un listón de solidaridad del cáncer de mama, para extraer una figura interesante del mismo y así lograr un elemento gráfico diferente y que se relacionara directamente con la temática del material.

Este estudio dio como resultado, una forma gráfica muy interesante, tomada de un listón que simboliza la solidaridad, el cual puede ser utilizado para colocar texto en el material. También, puede funcionar como elemento unificador de las piezas del material y puede utilizarse completo o solamente una porción del mismo.



1. Referencia

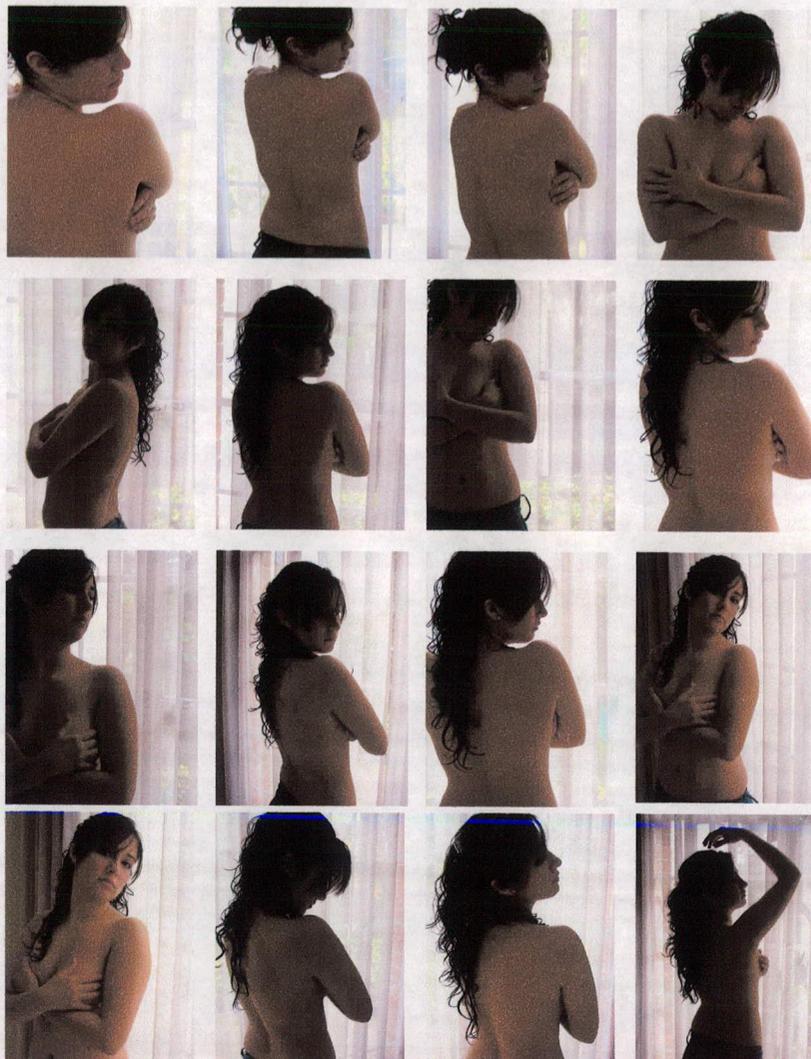


2. Extracción de figura.



3. Figura resultante.

Etapa 1





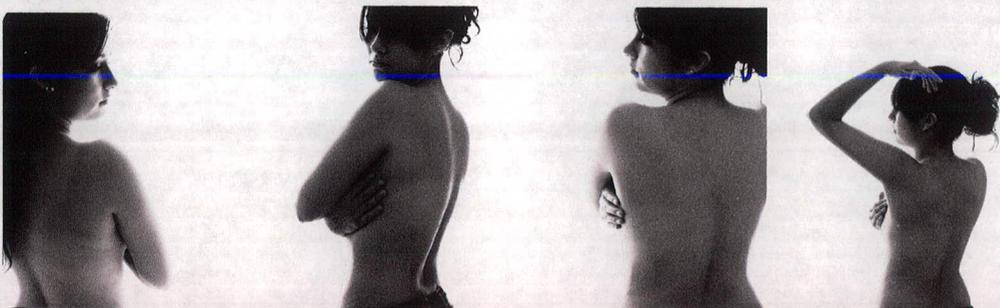
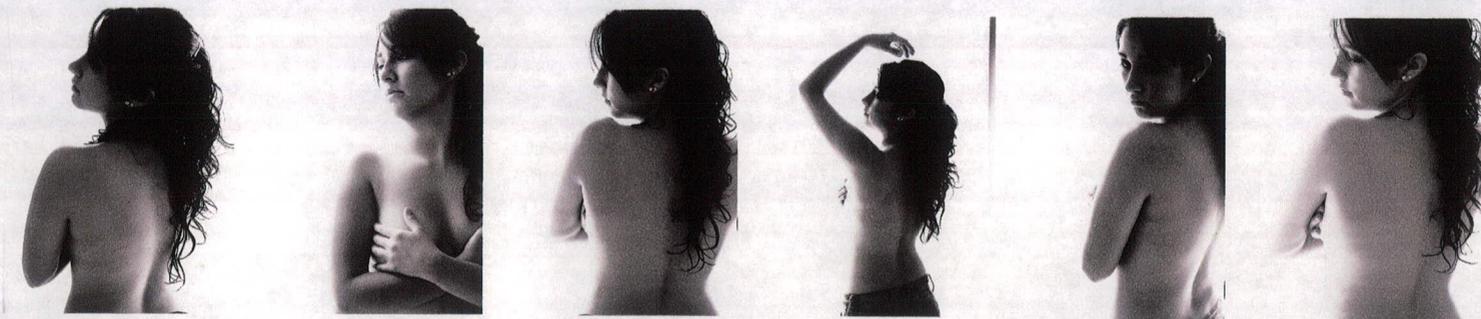
Se tomaron varias fotografías en las que se pudiera trabajar la luz y la sombra y de éstas se eligieron 24 posibles opciones. Estas muestran acciones referentes al cáncer de mama, en especial la autoexploración. Muestran poses muy femeninas, delicadas en donde una mujer reflexiona sobre su cuerpo, lo cual está muy relacionado a la parte del concepto de “Construyendo”, por el carácter reflexivo e informativo y “Camelias”, por las acciones delicadas y femeninas. Además con las imágenes se busca captar la atención del grupo objetivo y complementar la información sobre el cáncer de mama.

Etapa 2



De las pruebas de fotografía que se realizaron con anterioridad, se experimentó con el uso del color. En la primera imagen se experimentó alto contraste a color. En la segunda, se le dio color rosado a la fotografía, sin embargo ésta **no logró resaltar** mucho. En la tercera, se le dio tratamiento de blanco y negro. Ésta última es la que logró llamar más la atención, además el alto contraste le da un efecto interesante.

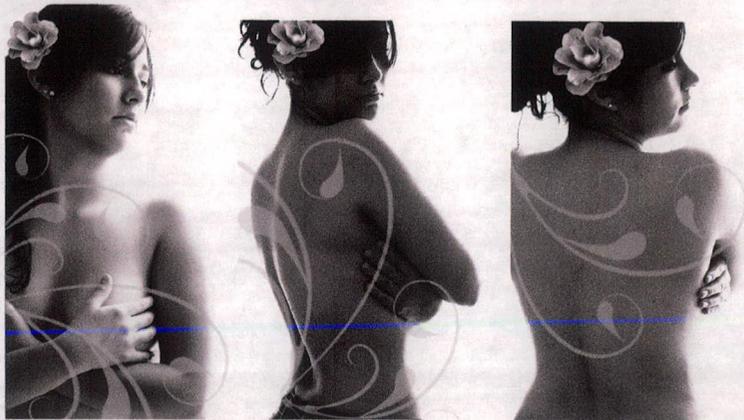
Etapas 3



Una vez teniendo claro qué tipo de tratamiento se le iba a dar a la fotografía, se seleccionaron las posibles imágenes. Cada una se trabajó en blanco y negro, resaltando el alto contraste, la luz y la sombra, para lograr un efecto interesante.



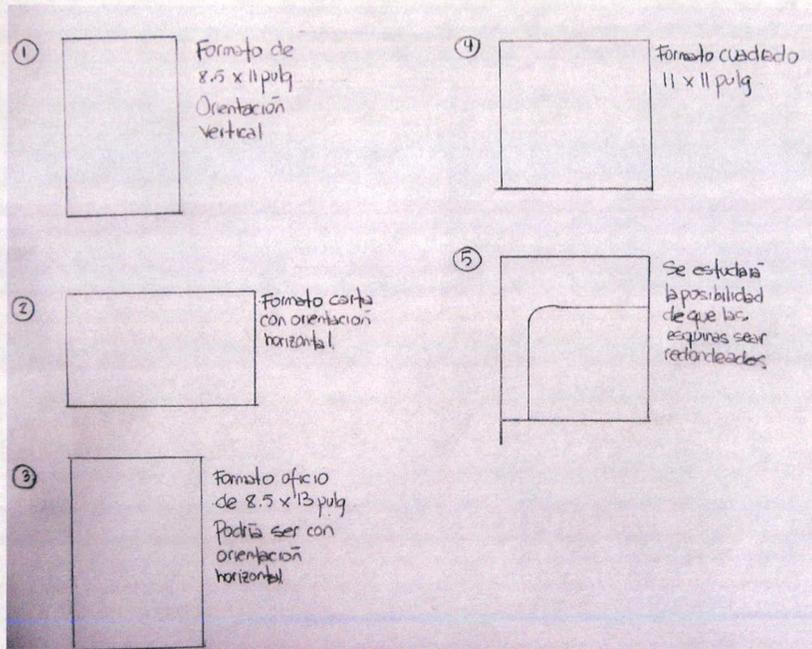
Etapa 4



Se eligieron 7 fotografías y se utilizaron los elementos complementarios como la camelia y las ondas orgánicas bocetadas con anterioridad, para que a través de la fotografía fuera más evidente el concepto de diseño. Se adicionaron a las fotos Camelias, como adornos en el cabello y las ondas orgánicas en color gris, que dieron como resultado una imagen más femenina y delicada. La posibilidad del cambio de color del brush y de camelia a una tonalidad de rosado, se experimentará más adelante en cada uno de los materiales.

Formato /Cartel

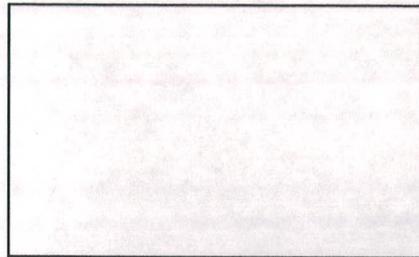
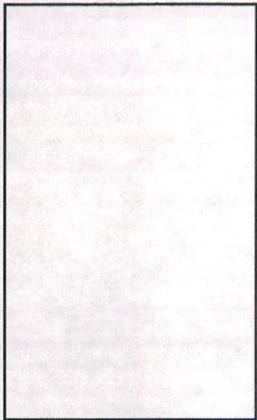
Etapa 1



En esta primera etapa se experimentaron con formas geométricas como cuadrados y rectángulos. En el último boceto se estudió la posibilidad de utilizar las puntas del formato redondeadas para que el formato expresara elegancia y fuera diferente. Ésta última se descartó ya que se toma como troquelado y aumentaría el presupuesto de impresión. Es por eso que los formatos que se buscarán serán geométricos y expresarán estabilidad, lo cual se relaciona muy bien al concepto.

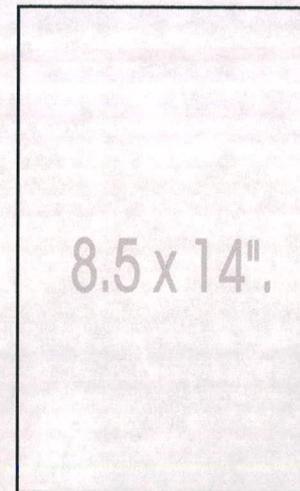
Etapa 2

Se determinó un formato rectangular sin puntas redondeadas para el cartel. Sin embargo, se siguió probando con su orientación, tanto vertical como horizontal.



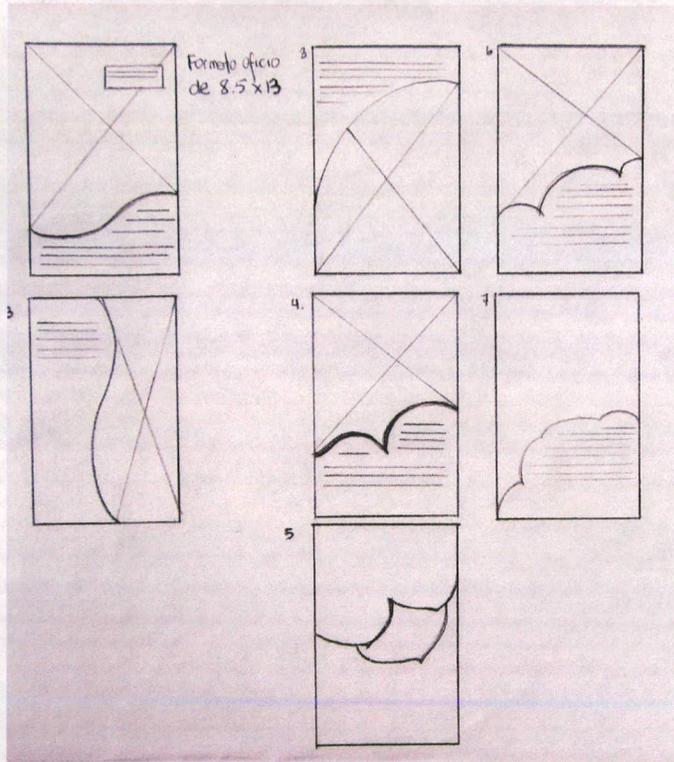
Etapa 3

Por su practicidad, se delimitó un formato vertical rectangular, con una medida de 8.5 x 14 pulgadas.



Diagramación / CARTEL

Etapa 1



Se bocetó diferentes diagramaciones que logran expresar estabilidad, pero a la vez logran versatilidad en cuanto a la disposición de elementos gráficos. En la mayoría de los bocetos se experimentó colocando el texto arriba o abajo del formato y se destinó gran parte del formato especialmente a la fotografía, la cual es el centro de la diagramación.

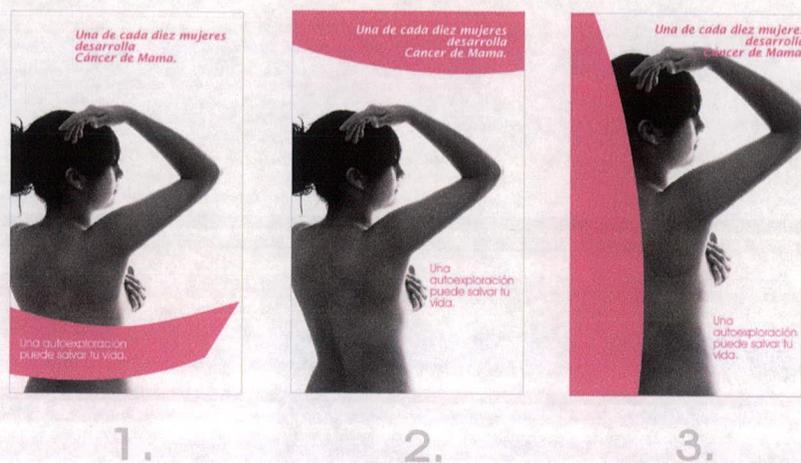


Etapa 2

Se procedió a digitalizar las propuestas. En la primera y segunda gráfica se colocó el texto en la parte inferior del formato, dentro del elemento gráfico del listón. En el tercer y cuarto boceto, se cambió la disposición, ya que se colocó el texto en la parte superior. Además se añadió texto en la parte inferior. Sin embargo, la diagramación no posee unidad.



Etapa 3



Se siguió experimentando con la disposición del formato. En el primero, se colocó texto en la parte superior e inferior, sin embargo no se logró un buen resultado. En el segundo, se logró unificar un poco más la línea de diseño. Y en el tercero, se cambió a una disposición vertical el elemento gráfico, pero no funcionó ya que disminuye el espacio para texto dentro del formato.

Etapa 4



1.

2.

3.

Se probó cambiar la fotografía, lo cual favoreció, ya que es mucho más impactante que la anterior. El elemento gráfico se colocó en la parte inferior, logrando un resultado bastante favorable. La disposición del texto, tanto el de la parte superior como de la inferior, logra crear jerarquías visuales. En la segunda y tercera opción, sólo se varió la disposición de los elementos en la parte inferior.

Etapa 5



1.

2.

Se realizaron dos últimas opciones. La primera, en la que el texto de la parte de abajo, se encuentra alineado a la izquierda y en la segunda opción, se encuentra en una sola línea, alineado un poco hacia el centro. Ambas diagramaciones, son muy favorables por su estabilidad y dinamismo en cuanto a los elementos.

Soporte/ Cartel

Se buscaron tipos de papel que fueran resistentes, que expresaran fuerza, para apoyar la parte del concepto de “Acero”, y que se obtuviera buena resolución de impresión. Las opciones que se tomaron en cuenta fueron:

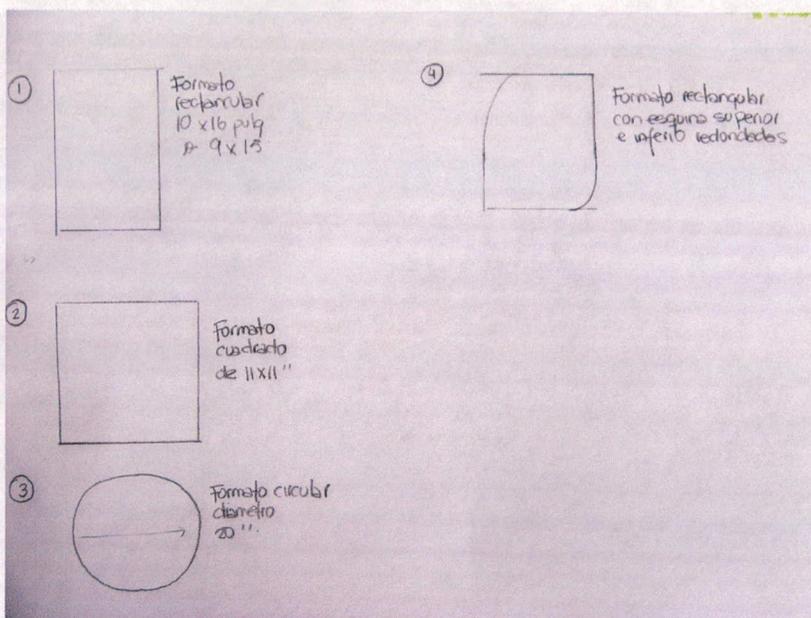
- **Papel fotográfico brillante:** Posee muy buena calidad de impresión. Por su grosor es resistente y su costo es elevado.
- **Papel Glossy:** Tiene un acabado brillante, la calidad de impresión es buena. Su precio es más económico que el fotográfico, pero no posee variedad de calibres.
- **Papel Texcote:** Es bastante resistente por su grosor, la calidad de impresión es muy buena y se le puede aplicar barniz uv para un acabado brillante. Su precio resultaría cómodo para el cliente y posee variedad de calibres.

El papel texcote, podría ser una muy buena opción, ya que posee la resistencia suficiente para el tipo de lugar en donde se colocará. Además, su precio es favorable para el cliente.



Formato / Sticker

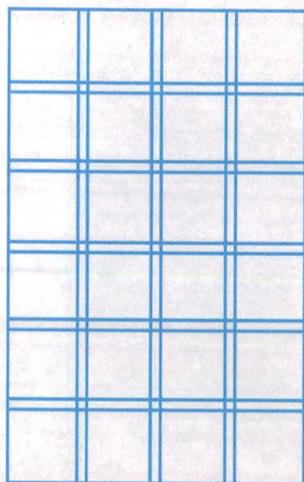
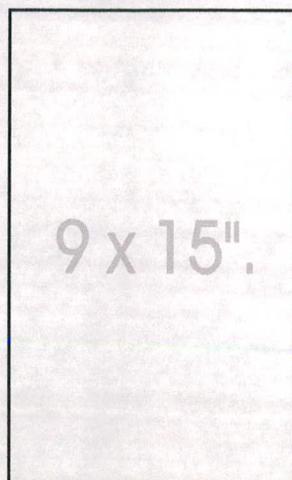
Etapa 1



Como primer paso, se experimentó bocetar formatos en su mayoría geométricos como rectángulos y cuadrados. Se realizó una prueba con la forma de un círculo para variar el material. Sin embargo se descartó esta opción, ya que con el formato se buscaba expresar estabilidad. En la última opción, se pensó en la posibilidad de implementar un pequeño troquel en la esquina superior izquierda y en la esquina inferior derecha. Sin embargo, esto se descartó ya que puede elevar el costo de impresión.

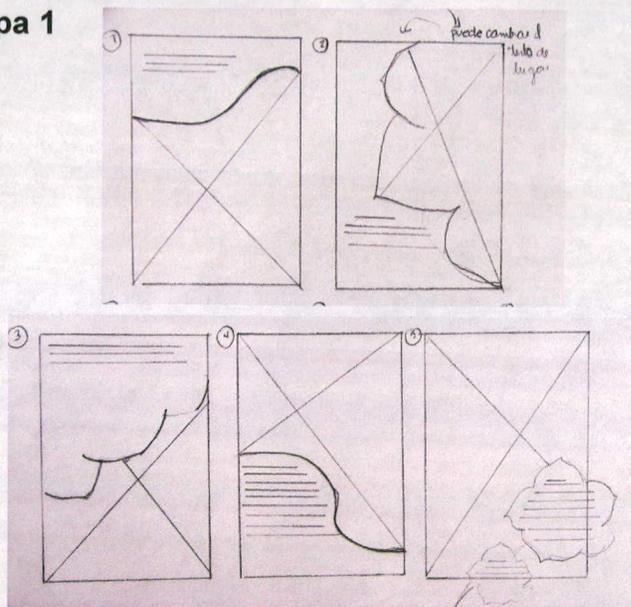
Etapa 2

Se procedió a digitalizar el formato. Se delimitó un tamaño de 9 X 15 pulgadas, con orientación vertical. Esto con el propósito de apoyar el concepto de diseño y además porque la disposición y el tamaño del mismo son muy prácticos en cuanto al manejo. En el segundo dibujo, se muestra la aplicación del formato con su respectiva retícula.



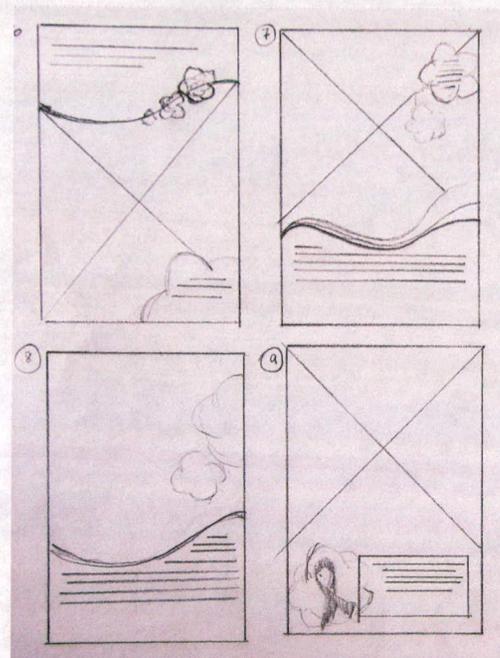
Diagramación / Sticker

Etapa 1



Se inició bocetando con formas irregulares y orgánicas, específicamente para colocar el texto de la diagramación. En el último boceto, se consideró la posibilidad de implementar un troquel de camelia para esta única pieza, sin embargo el tamaño de este elemento gráfico era pequeño para la cantidad de información que se debe colocar.

Etapa 2



Al igual que la etapa anterior, se experimentó con formas irregulares y orgánicas, con excepción del último boceto que posee formas geométricas en el espacio destinado para el texto. Se siguió reservando gran parte del formato para la fotografía. En esta serie de bocetos, se observa la utilización del elemento gráfico de las camelias, aportando dinamismo a la diagramación.

Etapa 3

Se digitalizaron las propuestas. En la primera gráfica, se utilizaron elementos gráficos como el brush, la camelia, en el pelo de la modelo como un ornamento y como parte del texto. Se utilizó un elemento gráfico con forma irregular. En la segunda propuesta, se eliminó la camelia que se encontraba arriba del texto titular y se movió el brush hacia la parte inferior. Se posicionó más abajo el elemento gráfico inferior para que de esa forma el diseño no fuese tan saturado, ya que se buscaba una diagramación no saturada, dinámica, en la que la imagen fuera el punto focal.



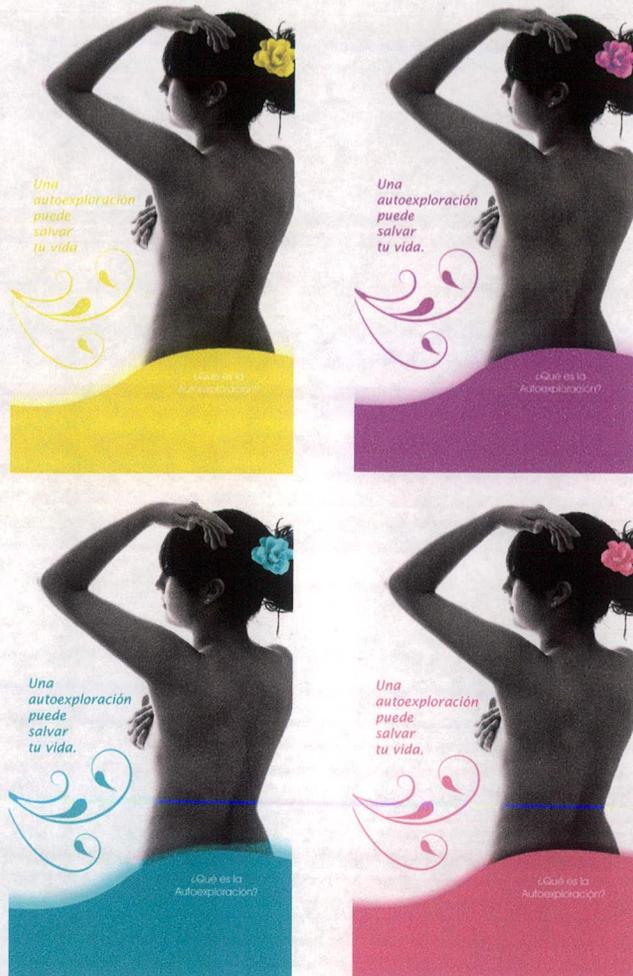
1.



2.



Etapa 4



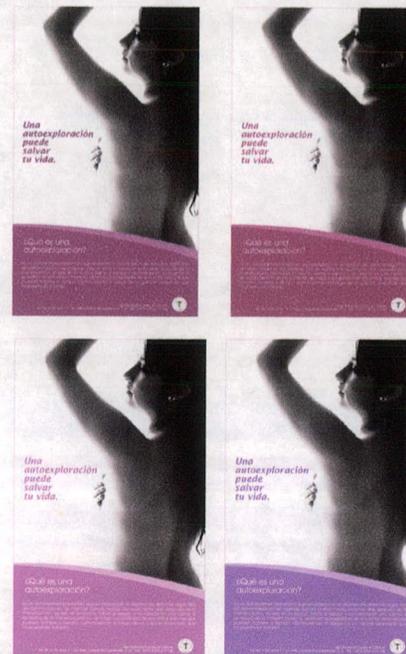
En esta etapa se trabajó con el mismo layout, con la diferencia que el brush cambió de posición aportando dinamismo a la composición. Se experimentó con la aplicación de colores como el amarillo, el morado y el turquesa. El morado podría utilizarse en otras tonalidades más suaves. Además, podría ser una opción para variar y porque en Guatemala el color lila se relacionar con el día Internacional de la Mujer. En cambio el amarillo y el turquesa, a pesar de ser colores llamativos y femeninos, no logran dar el toque de feminidad y relacionarse directamente con la temática del cáncer de mama que posee el rosado, que es el color que se utiliza en la mayoría de campañas a nivel internacional para el Cáncer de Mama. Además, al evaluar muy bien el elemento gráfico donde se colocará el texto informativo, se determinó que se seguirá experimentando con el mismo.

Etapa 5



Al evaluar la forma del elemento gráfico donde se colocará el texto, se siguió experimentando con el objetivo de aportar al diseño variedad. Ahora, el elemento gráfico cuenta con una sola inclinación, lo cual permite que la diagramación sea más estable. En el segundo boceto, sólo se cambia la disposición del texto a dos columnas. Sin embargo, esto no se relaciona mucho con la línea de diseño. En el tercer boceto se cambió la dirección de la franja inferior.

Etapa 6

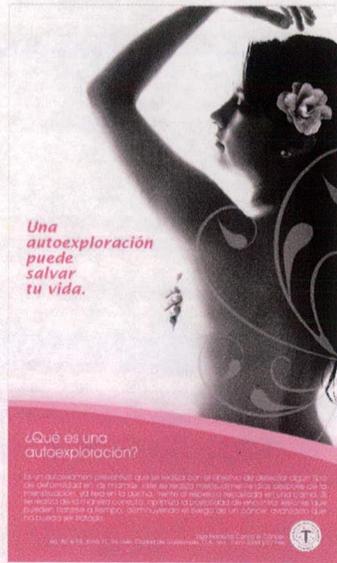


En esta parte se cambió la disposición de la franja utilizada como elemento gráfico para colocar la información. El texto se mantiene como un sólo bloque de texto. En esta etapa se realizó una prueba con tonalidades de morado y lila. En los primeros dos bocetos el morado es muy fuerte. En cambio, en los otros dos siguientes, el morado es mucho más delicado.

Etapa 7



1.



2.

En estas últimas propuestas, se volvió a implementar el color rosado. En la primera propuesta, se buscó que la diagramación fuese limpia. Se agregaron elementos gráficos a la fotografía que van de acuerdo al concepto. En la segunda propuesta, se cambió la disposición del brush de la foto, de esta manera se logra un efecto más delicado y femenino. Se logró una disposición de elementos dinámica y estable.

Soporte/ Sticker

Por ser un sticker, se buscaron soportes resistentes y que fueran adhesivos, ya que éstos son más prácticos. Se tomaron en cuenta los siguientes:

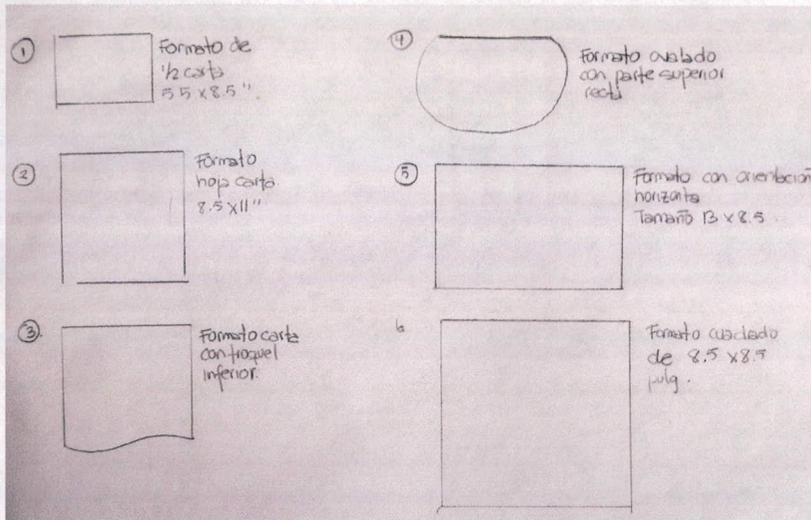
Vinil Adhesivo: Posee muy buena calidad de impresión y es resistente por su grosor. Además, no ocasiona daños a la superficie en la que se adhiere. Su precio puede resultar elevado para el cliente.

Papel Calcomanía: La calidad de impresión es buena, sin embargo puede llegar a dañar la superficie en la que se coloca. Su precio es cómodo en relación al vinil adhesivo, sin embargo en éste no permite realizar tirajes grandes de impresión.

El Vinil adhesivo, podría funcionar muy bien para el sticker, ya que es un soporte muy resistente. A pesar de que es más caro que el papel calcomanía, vale la pena utilizarlo, ya que en los buses urbanos los materiales gráficos tienen mayor probabilidad de deterioro.

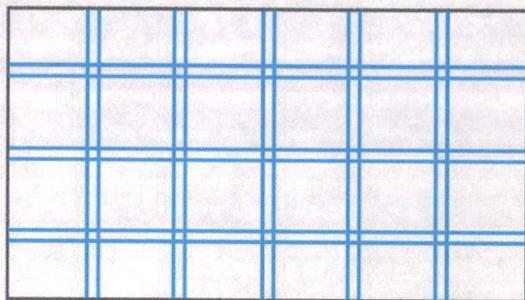
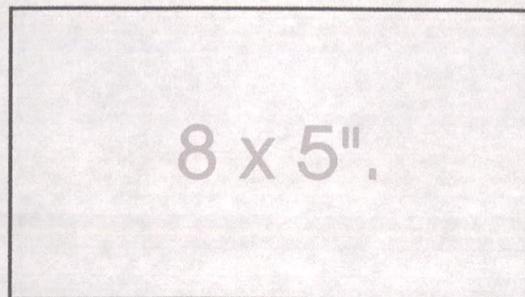
Formato/ Calendario

Etapa 1



Se realizaron bocetos de formatos geométricos que expresaran estabilidad. En principio se propuso un formato rectangular con orientación horizontal. Como segunda, un formato cuadrado. En las siguientes dos gráficas se estudió la posibilidad de formatos que tuviesen troquel con forma irregular o con alguna forma geométrica como el círculo, siendo la parte superior plana. Los siguientes dos bocetos, siguieron siendo con formatos rectangulares y cuadrados con un mayor tamaño.

Etapa 2

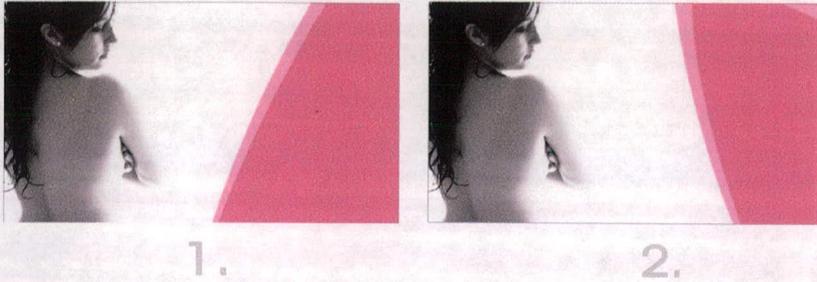


Se determinó un formato de 8 X 5 pulgadas. De las piezas que se han realizado hasta el momento, ésta es la única con orientación horizontal con el propósito de variar la disposición de las piezas y lograr versatilidad en cuanto a la disposición de los elementos. En la segunda gráfica, se puede observar la aplicación de la retícula en el formato.



Diagramación/ Calendario

Etapa 1



En esta etapa se bocetaron posibilidades en cuanto a la ubicación de los elementos gráficos y de las fotografías. En el primer boceto, se colocó en la franja con orientación vertical y con una ligera inclinación. En la segunda opción, el elemento gráfico se cambió de posición. En estas primeras posibilidades, todavía no se colocó texto.

Etapa 2



Surgieron nuevas posibilidades de diagramación y de posición de elementos gráficos y fotografía. En la primera opción predomina el elemento gráfico, el espacio para el texto es más reducido. En la segunda opción, el espacio en blanco es mayor, lo cual permite una diagramación bastante limpia. En el tercer boceto, el elemento gráfico disminuye su lugar en el espacio del formato y por tal razón existen más espacios en blanco para color del texto.

Etapa 3

1.

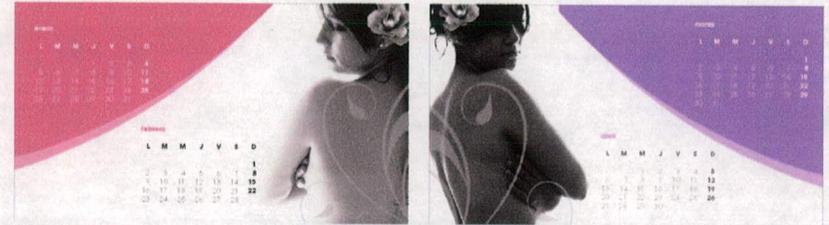


2.



Se continuó experimentando. En el primer boceto, la diagramación se realizó de forma vertical/inclinada. Los elementos gráficos de diseño, se encuentran también con una disposición vertical y se reservó un espacio en la parte derecha para colocar texto. En el segundo boceto, existe una mejor distribución de los elementos, ya que en la diagramación prevalece la dirección horizontal. Esta última opción, resulta muy favorable para la disposición dinámica pero a la vez, estable de todos los elementos gráficos.

Etapa 4

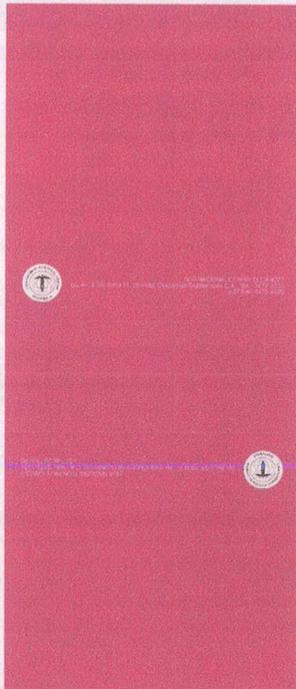


Siguiendo el patrón del último boceto, se realizaron diagramaciones con algunas variantes, sin perder la línea de diseño. Se colocó de forma simétrica el elemento gráfico del listón, para proporcionar al material variedad y dinamismo. Además, en esta pieza sí se implementó el uso del color lila. De esta manera la diagramación lleva un orden, posee estabilidad y a la vez dinamismo.



Etapa 5

En esta última etapa se realizó la base del calendario de escritorio, la cual posee la información de la Liga Nacional contra el cáncer. En esta pieza no se quiso saturar el diseño, sino que al contrario, se trabajó de una manera sencilla para que resaltaran los elementos gráficos utilizados en las piezas del calendario.



Soporte/ Calendario

Base y Hojas del Calendario: El calendario por ser un material que se manipula diariamente, se buscó soportes resistentes y donde se obtenga buena calidad de impresión:

Papel Texcote: Muy resistente y se obtiene buena calidad de impresión. Además, podría ser muy útil para la base del calendario, la cual debe tener la suficiente resistencia. Además, el precio de éste es cómodo para el cliente.

Papel Fotográfico: Este papel tiene muy buena resolución de impresión. Sin embargo, éste es resistente, pero no tanto como el texcote. El costo de este papel es más elevado que el texcote.

Tomando en cuenta las características anteriores, el papel texcote podría ser una buena opción por su resistencia y por la comodidad de su costo.

Engargolado: El tipo de engargolado en este material es muy importante, ya que debe tener resistencia para que las personas lo puedan manipular fácilmente. Por esa razón, se tomaron en cuenta los siguientes espirales:

Espiral Plástico: Es resistente y su costo es cómodo para el cliente.

Espiral Metálico: Es más resistente que el engargolado plástico, por esa razón el costo del mismo es elevado en relación al plástico.

El espiral metálico, podría funcionar muy bien para este material. A pesar de que su costo es más elevado, facilita el cambio de hojas y no se romperá con facilidad, lo que lo hace funcional.

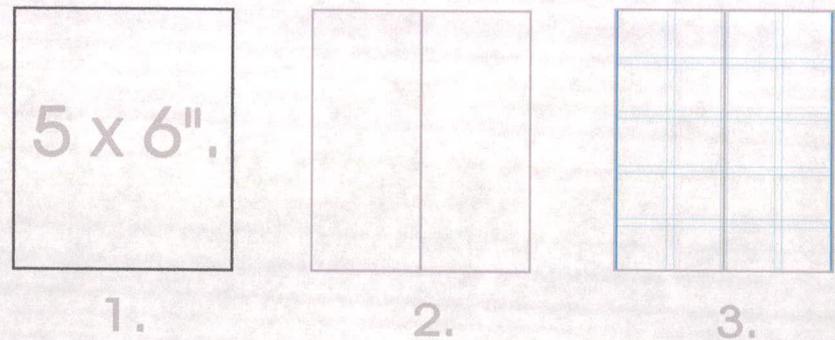
Formato/ Separador

En un principio para este Proyecto sobre el Cáncer de Mama, se había planteado realizar tres piezas, las cuales consistían en: Un cartel, un sticker y un calendario. Sin embargo, por la necesidad que tiene la Liga de tener un material más pequeño y que contenga información, se agregó a este proyecto una pieza adicional, que consiste en un separador informativo.

Éste tiene como objetivo una doble función, ya que es un separador que puede utilizarse para los libros de lectura y además es un díptico informativo, acerca de los factores de riesgo y exámenes clínicos para detectar el cáncer de mama.

Etapa 1

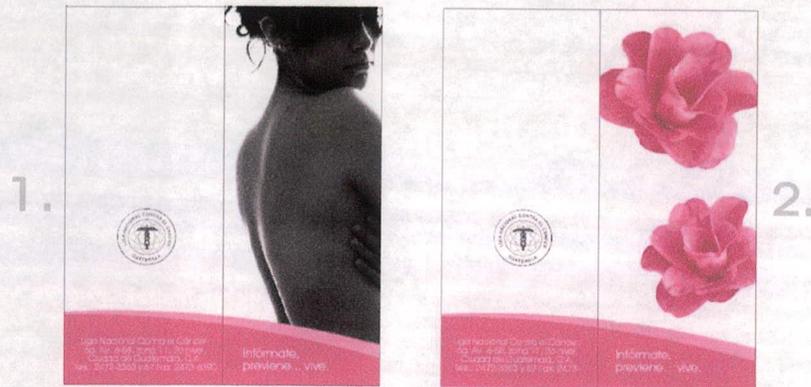
Tomando en cuenta la línea de formato que se ha trabajado hasta el momento, se propuso un formato rectangular, con un tamaño de 5 X 6 pulgadas. Dando como resultado al doblarlo, un formato vertical de 2.5 X 6 pulgadas. Con éste, se buscó expresar estabilidad, apoyando también la parte del concepto de Construyendo y Acero.



En la primera imagen, aparece el formato real, tanto de la parte exterior como la inferior. En la segunda opción, aparece el doblado del separador y en la tercera imagen, se muestra la aplicación de la retícula en el formato seleccionado.

Diagramación / SEPARADOR

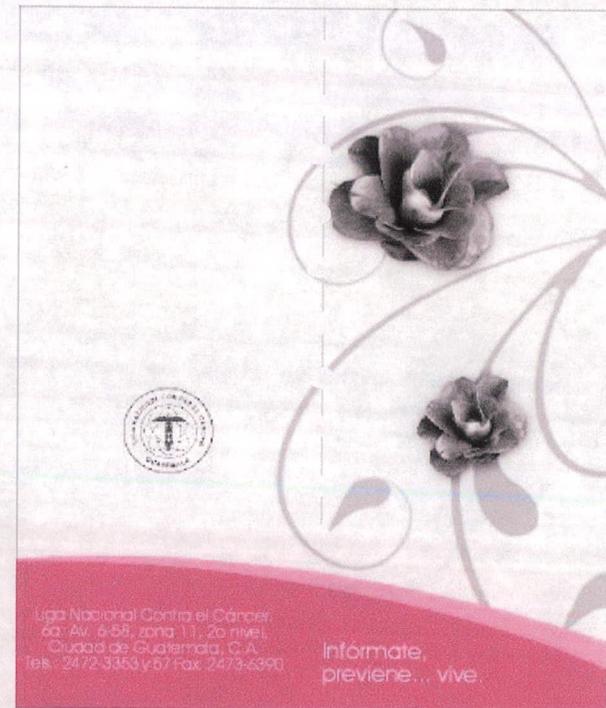
Etapas 1



Se consideró la posibilidad de utilizar la imagen de una mujer para la parte exterior del separador, pero para variar las piezas, en el segundo boceto se experimentó con las camelias en color rosado, logrando un diseño no saturado.

Etapas 2

Se realizó una prueba en donde se cambiaron a color gris las Camelias y se implementó el brush de esa misma tonalidad como fondo, logrando más dinamismo en la diagramación. Se siguió trabajando con el elemento gráfico del listón en color rosado.



Etapa 3



En esta última etapa se experimentó ocupar el formato completo, sin mucho espacio en blanco. En el primer boceto, se probó con color rosado. En el segundo boceto, se trabajó mejor la imagen y se implementó el color lila, para que el material tuviese un color diferente en la parte interior.

Soporte/ Separador

Papel

El Separador por ser un material que se manipula constantemente, se buscó soportes resistentes y de buena calidad de impresión:

Papel Couché: En este se logra una óptima calidad de impresión. Su grosor es delgado, sin embargo es muy resistente. Además, sus dos caras poseen el mismo acabado. Su costo es cómodo para el cliente.

Papel Fotográfico: Posee alta resolución de impresión y su grosor es resistente. Sin embargo, sólo una de sus caras posee acabado brillante o mate. Su costo de impresión es mayor que el couché.

Papel Texcote: Posee buena calidad de impresión y es resistente. Sin embargo, sólo una de sus caras posee el acabado brillante. El precio es más cómodo que el fotográfico.

El papel Couché podría ser una muy buena opción para este material y también el Papel Texcote, ya que éste a pesar de no tener el mismo acabado en ambos lados, podría aplicarse barniz uv en la otra cara para lograr el mismo efecto. Además, ambos son más cómodos en cuanto a precio, comparado con el fotográfico.

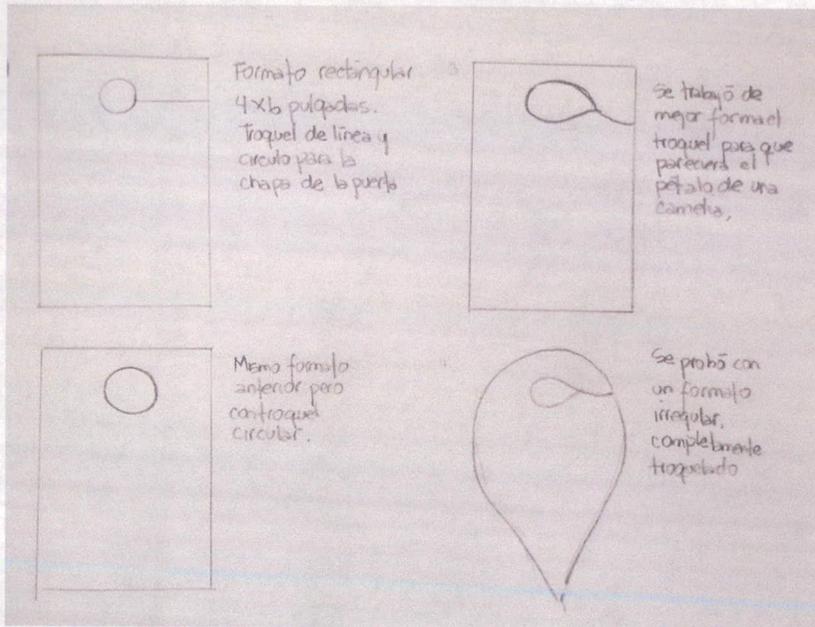
Otros elementos/ Listón:

Para el separador se propone utilizar listón de textura lisa, sin ningún estampado, para manejar la misma línea del material. El listón en el separador es muy importante, ya que el listón rosado es reconocido mundialmente como símbolo de solidaridad del Cáncer de Mama. El separador es el único material donde se utilizará el listón, ya que en el resto de materiales se utiliza gráficamente como parte de la diagramación.



Formato/ Colgador

Etapa 1

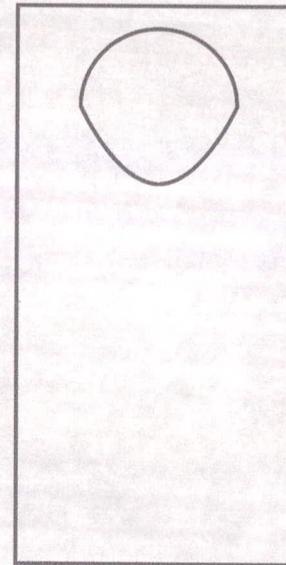


Se inició bocetando formatos geométricos en forma de rectángulo. Particularmente, se trabajó en la parte del troquel para que el colgador se pudiera colocar en la puerta. Se planteó la posibilidad de utilizar un troquel completamente circular y uno con forma de hoja. También se planteó la posibilidad de utilizar un formato troquelado en forma de pétalo de camelia, sin embargo esto se descartó ya que podía elevar el precio de impresión.

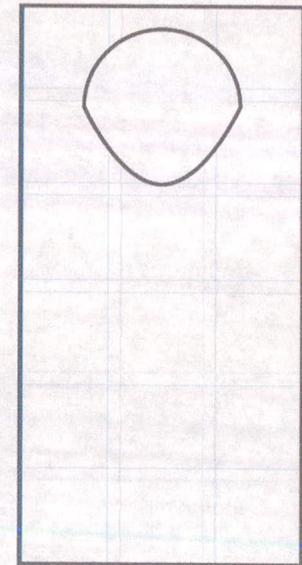


Etapa 2

Se digitalizó el formato y se estableció que tendría un tamaño 5 x 10 pulgadas, con orientación vertical. Esto con el propósito de apoyar el concepto de diseño y porque el tamaño es práctico. En la segunda imagen se muestra la aplicación de la retícula en el formato. El troquel que se eligió, fue el troquel con forma de un pétalo de camelia, pero no tan orgánico y un poco más geométrico, con el propósito de variar.



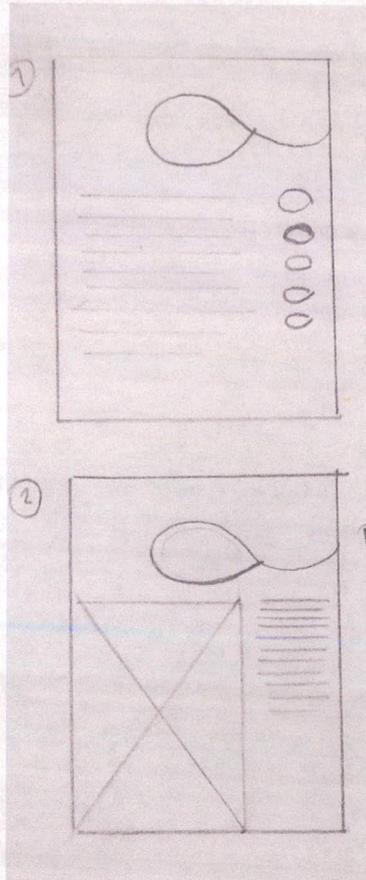
5 x 10".



Diagramación/ Colgador

Tiro del Colgador

Etapa 1



Para la parte de adelante del separador se bocetaron diagramaciones en las que se aplicó el elemento gráfico extraído del listón de solidaridad de cáncer de mama. En la primera imagen se colocó solamente el texto y figuras troqueladas con las cuales las mujeres pudiesen llevar un control de la autoexploración. En la segunda imagen, se colocó una imagen con el texto en la parte derecha del formato. Sin embargo se decidió seguir experimentando.

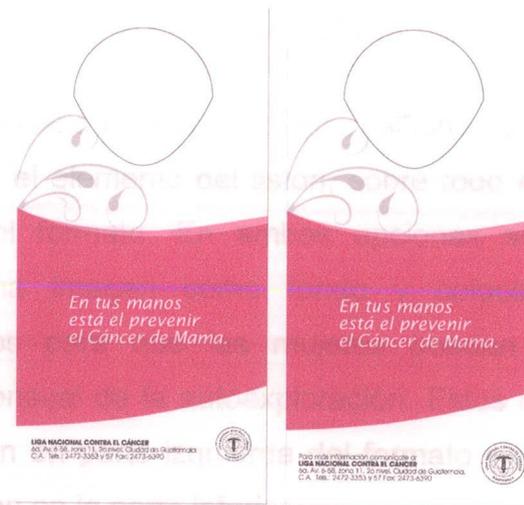
Etapa 2



En la primera opción se colocó una imagen como fondo y texto en la parte inferior dentro del elemento gráfico extraído del listón de solidaridad del cáncer de mama. Sin embargo, el peso visual sólo estaba en la parte inferior del formato. En la segunda prueba, el listón abarca más de la mitad del formato, se colocó en la parte central el texto titular y en la parte inferior la información de la Liga y su logotipo. Se agregó además, un brush en la parte superior para que diseño estuviera más integrado a las demás piezas.

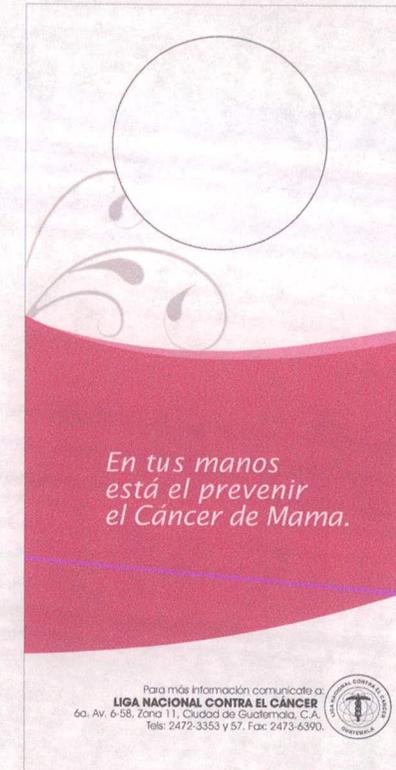
Etapa 3

Se siguió experimentando y se colocó el elemento del listón en la parte central del formato, logrando que hubiese más espacio en blanco en la parte superior e inferior. Se cambió el color del texto de la información de la Liga a gris, para que resaltara más en el diseño. Sin embargo, esta información estaba colocada muy cerca del elemento gráfico del listón. Es por eso que en la segunda imagen, se decidió bajar el texto para que quedara más equilibrado el diseño.



Etapa 3

En esta etapa, se mejoró la alineación del texto, en relación a la imagen, para que el texto lograra resaltar mejor la postura de la modelo en el formato, dando como resultado un diseño más integrado. Además, se añadió texto en la parte de arriba de los círculos troquelados. En esta parte también, se cambió el troquel que permite colocar el colgador en la manecilla de la puerta, a un troquel circular más sencillo.



Soporte/ Colgador

Papel

El Colgador por ser un material que se mantiene durante un tiempo de terminado en el mismo lugar, sin protección alguna, se buscó soportes resistentes y de buena calidad de impresión:

Papel Fotográfico: Posee alta resolución de impresión y su grosor es resistente. Sin embargo, sólo una de sus caras posee acabado brillante o mate. Su costo de impresión puede resultar elevado para el cliente.

Papel Texcote: Posee buena calidad de impresión y es resistente. Sin embargo, sólo una de sus caras posee el acabado brillante. El precio es más cómodo que el fotográfico.

El papel texcote podría ser una muy buena opción para el separador, ya que su calidad de impresión es muy buena, su grosor es ideal para este tipo de material y también resulta tener un precio cómodo. A pesar de no tener el mismo acabado brillante en ambas caras, se puede aplicar barniz uv en la otra cara para lograr el mismo efecto.



PROPUESTA PRELIMINAR/

A continuación se presentan las propuestas preliminares de cada una de las piezas.

Cartel para Puertas

Tamaño: 8.5 x 14 pulgadas.



Sticker

Tamaño: 9 x 15 pulgadas.



*Una
autoexploración
puede
salvar
tu vida.*

¿Qué es una
autoexploración?

Es un autoexamen preventivo que se realiza con el objetivo de detectar algún tipo de deformidad en las mamas. Este se realiza mensualmente días después de la menstruación, ya sea en la ducha, frente al espejo o recostada en una cama. Si se realiza de la manera correcta, optimiza la posibilidad de encontrar lesiones que pueden tratarse a tiempo, disminuyendo el riesgo de un cáncer avanzado que no pueda ser tratado.

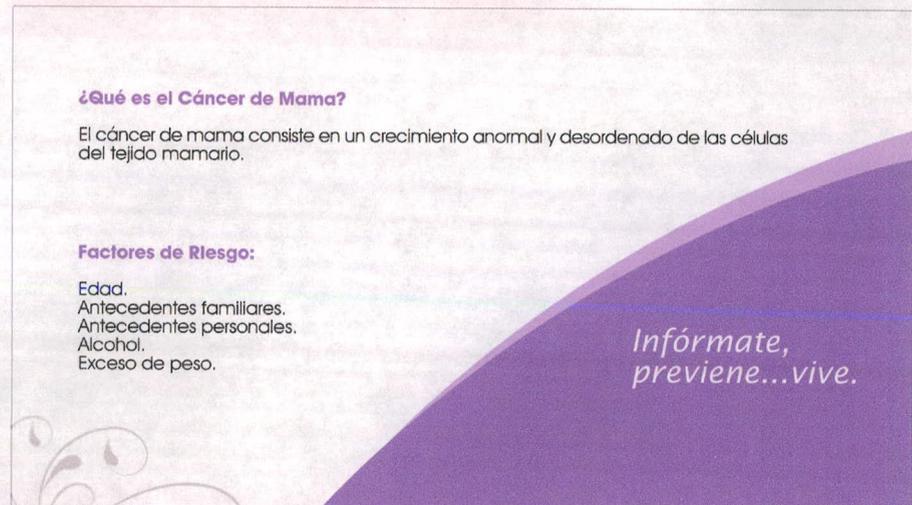
Liga Nacional Contra el Cáncer
6a. Av. 6-58, zona 11, 2o nivel, Ciudad de Guatemala, C.A. Tels.: 2472-3353 y 57 Fax:





Calendario

TAMAÑO: 8 X 5 pulgadas.



¿Qué es el Cáncer de Mama?

El cáncer de mama consiste en un crecimiento anormal y desordenado de las células del tejido mamario.

Factores de Riesgo:

Edad.
Antecedentes familiares.
Antecedentes personales.
Alcohol.
Exceso de peso.

*Infórmate,
previene...vive.*

enero

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

febrero

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

mayo

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

junio

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

marzo

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

abril

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

julio

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

agosto

L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

septiembre

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

octubre

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

noviembre

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

diciembre

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

UNION NACIONAL CONTRA EL CÁNCER
 Av. 6-58, zona 11, 2º nivel, Ciudad de Guatemala, C.A. Tels: 2472-8353
 y 971 442-6390

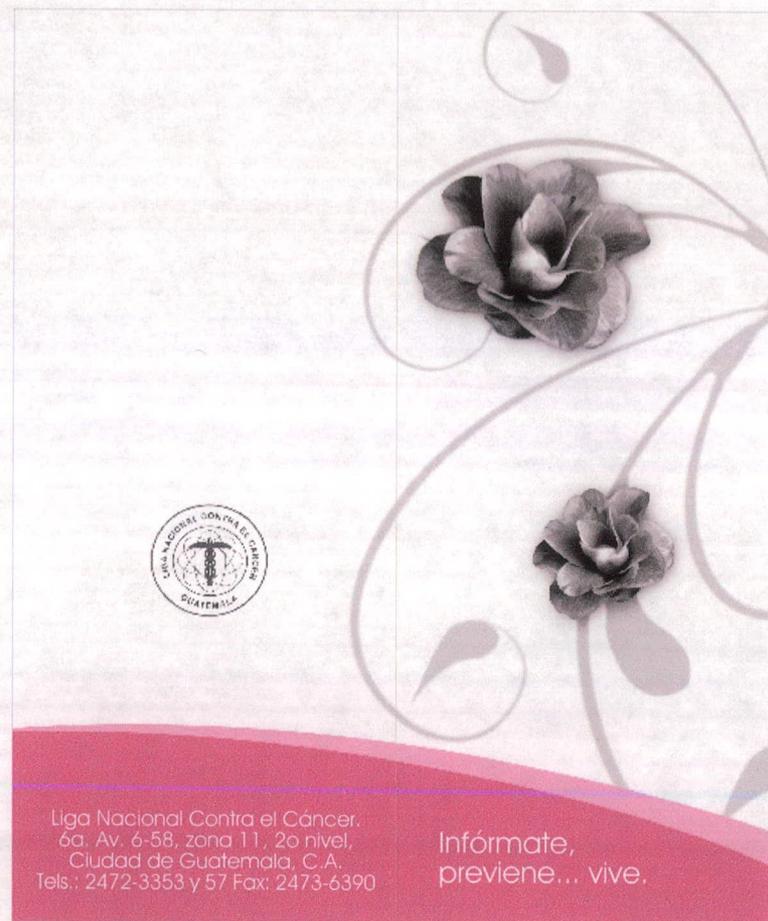


UNION NACIONAL CONTRA EL CÁNCER
 Av. 6-58, zona 11, 2º nivel, Ciudad de Guatemala, C.A. Tels: 2472-8353
 y 971 442-6390



Separador/ exterior.

TAMAÑO: 5 X 6 pulgadas.



SEPARADOR/ interior.

TAMAÑO: 5 X 6 pulgadas.

*Tú puedes
prevenir
el Cáncer de
Mama...*

Factores de Riesgo:

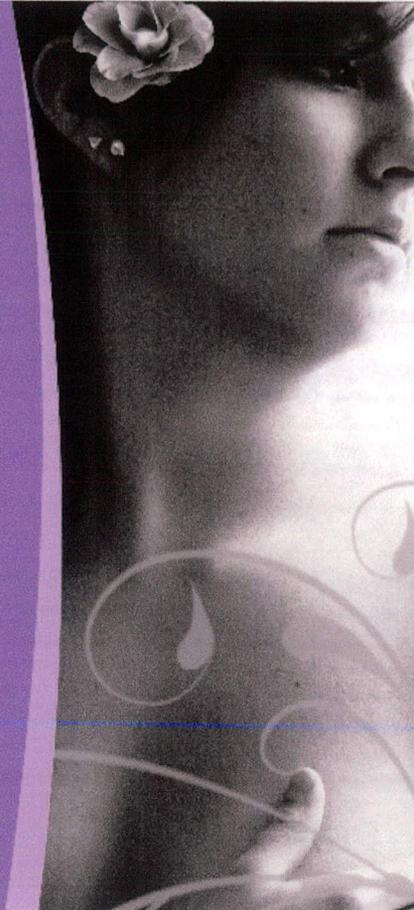
Edad.
Antecedentes familiares.
Alcohol.
Exceso de peso.

Síntomas:

Abultamientos en la zona
mamaria.
Dolor o retracción del pezón.
Irritación.
Inflamación.
Enrojecimiento o
descamación de la piel o el
pezón.
Secreción por el pezón.

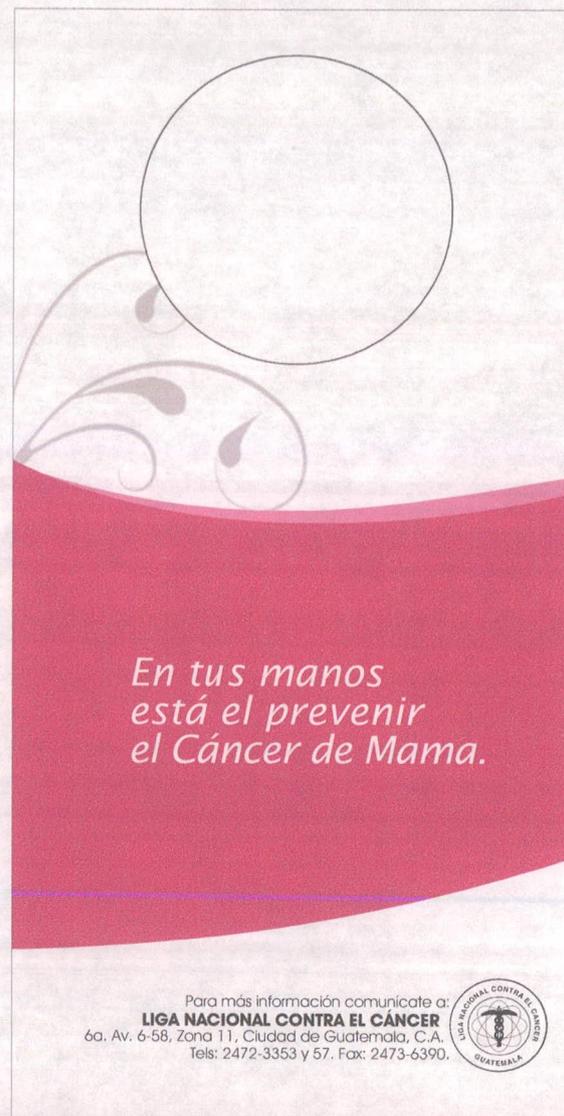
Exámenes de prevención:

Autoexamen.
Mamografía.
Ecografía Mamaria.



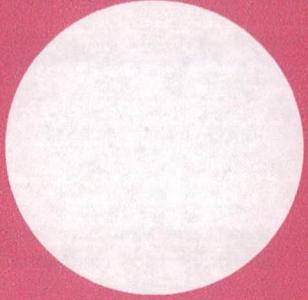
Colgador / tiro.

TAMAÑO: 5 X 10 pulgadas.



Colgador/ retiro.

TAMAÑO: 5 X 10 pulgadas.



Pasos para realizar una Autoexploración.

Coloque la almohada debajo de su hombro derecho y ponga el brazo derecho debajo de la cabeza.

Con la mano izquierda extendida, examínese usando la yema de los dedos.

Examínese cada área del seno, haciendo presión y movimientos circulares.

Haga presión en el pezón y observe si presenta alguna secreción.

Busque cambios en toda el área del seno, arriba y abajo del cuello y en la axila.

Repita estos pasos en el seno izquierdo.



Previene el cáncer de mama realizándote una autoexploración mensual.

ENE. FEB. MAR. ABR. MAY. JUN. JUL. AGO. SEP. OCT. NOV. DIC.

11. VALIDACIÓN



11. VALIDACIÓN

A través del Instrumento de Validación (Encuesta, Anexo 2), los expertos en el tema como doctores y directores de la Liga Nacional contra el Cáncer, el grupo objetivo de mujeres entre los 20 y 45 años y los diseñadores gráficos, lograron determinar fortalezas y aspectos a mejorar dentro del material.

En cuanto a los aspectos generales del material, los encuestados de las tres áreas establecieron que:

- El formato es práctico, fácil de manejar y que expresa estabilidad.
- El tipo de letra posee muy buena legibilidad y expresa estabilidad, elegancia y permite establecer jerarquías visuales.
- El color, fue el elemento representativo de la feminidad y delicadeza.

- La fotografía fue uno de los elementos que logra llamar mucho la atención, ya que logró crear reflexión y se relacionó directamente con el Cáncer de Mama.
- Lograr transmitir el concepto de diseño a través de la imagen y los elementos gráficos como las ondas irregulares y la camelia.
- La paleta de colores se relaciona muy bien con la temática.

Los aspectos a mejorar en el material fueron:

Grupo Objetivo

- Cuidar que los textos de la información estén completos.



Expertos en el tema:

- Cuidar que la información esté completa.
- Considerar realizar el calendario para el año 2010, en lugar de 2009 por razón de tiempo de reproducción y de patrocinio del mismo.

Diseñadores Gráficos:

- Evaluar la utilización del color lila en la propuesta del calendario y el separador. En el calendario, el color lila no combina con la base del calendario.
- Considerar no dejar muchos espacios en blanco en el área de información del calendario. Evaluar la posibilidad de reacomodar el texto, sobretodo en la primera hoja de información del calendario.
- Evaluar el tamaño del calendario ya que por su funcionalidad, podría ser más pequeño.
- Evaluar la posibilidad de agregar una frase como “Contáctanos” o “Para más información puede

comunicarse a...”, arriba de la información de la Liga Contra el Cáncer, ya que esa forma se incentivaría más a las mujeres a llamar a dicha institución e informarse sobre el cáncer de mama.

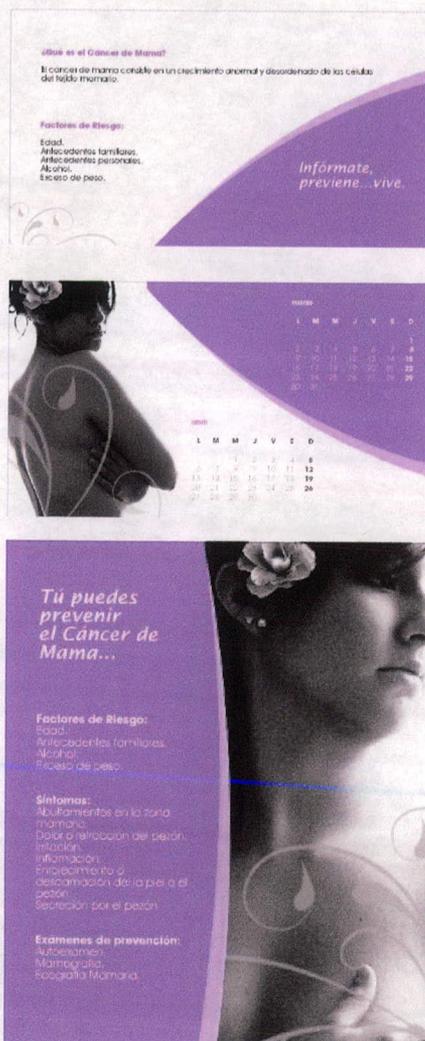
En general, el material logra captar la atención, crear interés y reflexión a través de los distintos elementos gráficos. La validación fue muy positiva porque se pudieron identificar las fortalezas y debilidades del material. La respuesta de las personas consultadas fue muy buena y especialmente les llamó mucho la atención la fotografía, lo cual es muy positivo, ya que era lo que principalmente se quería resaltar.

El Colgador, pieza que se implementó al final, como complemento de la serie de piezas propuestas con anterioridad, se validó en clase, con el instrumento de validación para diseñadores gráficos. En esta pieza no se realizaron cambios. (Anexo 3).

A través de las observaciones se realizaron los siguientes cambios:

ANTES

En la propuesta preliminar, tanto en la mitad de páginas del calendario como en el interior del separador, se manejó dos tonalidades de color lila, esto con el fin de implementar un color que fuese significativo para la mujer guatemalteca. Sin embargo con la combinación del rosado, tenía un efecto muy contrastante en el material.

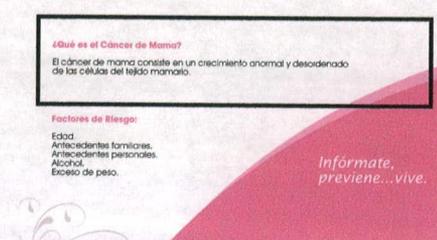
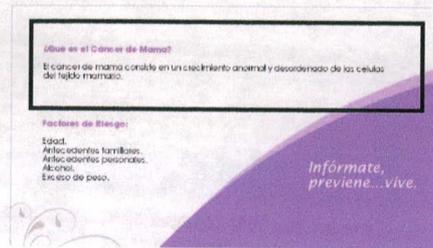


DESPUÉS

En la nueva propuesta, se decidió eliminar el color lila y se trabajaron las hojas del calendario y el interior del separador con la misma tonalidad de rosado aplicado en el resto del material. De esta manera se logró unidad a través del color.

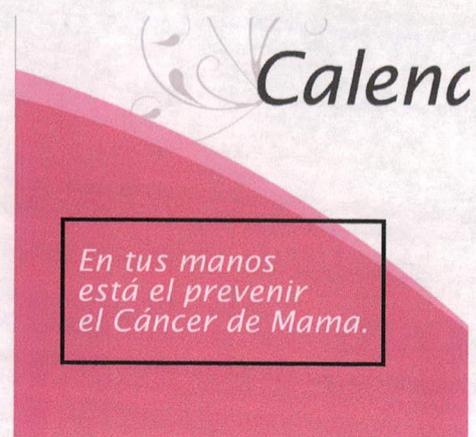
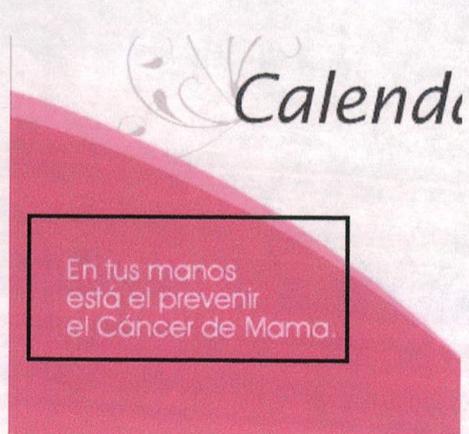


En la primera sección de información del calendario, la línea del primer texto quedó muy alargada, dejando mucho espacio en blanco en la propuesta.



Se reacomodó el primer párrafo de texto, dejando la primer línea del párrafo más corta. Esto permitió seguir manejando el estilo minimalista en la diagramación, logrando una mejor distribución del texto.

En la portada del calendario, la frase que se encuentra en la esquina inferior izquierda, se trabajó con la tipografía Avant Guard, la cual posee rasgos geométricos. Esto con la intención de variar, ya que en la portada había varios elementos gráficos con forma irregular.



En la nueva propuesta, se cambió la tipografía por la Lucida Sans. Ésta posee también rasgos geométricos, pero es elegante por la inclinación que posee. Además, esta misma tipografía es la que se utilizó en el resto de hojas del calendario para las frases resaltadas y por ese motivo se utilizó nuevamente, dando como resultado unidad en toda la pieza.

Se realizó el calendario para el año 2009 y al inició se determinó un formato de 8 x 5 pulgadas.



Se cambió el año del calendario para el 2010, por motivos de tiempo y para que la Liga tuviese el suficiente tiempo de encontrar patrocinador.

Se propuso cambiar el tamaño a uno de 5.25 x 3 pulgadas. Esto con el objetivo de hacerlo más personal.

Además, el tamaño más reducido permite que sea más práctico y sea utilizado por las mujeres guatemaltecas en un escritorio.

En la parte inferior de cada una de las piezas se colocó el contacto de la Liga Contra el Cáncer. En el separador se colocó en la parte de atrás.

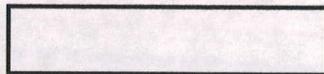


Cartel



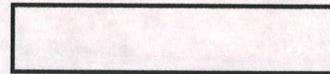
En la parte superior de la información del contacto de la Liga, se colocó la frase "Para más información comunícate a:", con el propósito de incentivar a las mujeres a comunicarse con la Liga para que puedan apoyarlas con información. Además, se resaltó el nombre de la institución aumentando el grosor de la tipografía, con el propósito de que resaltará más en el material.

En el sticker, se había propuesto que la información de la Liga ocupara dos líneas.

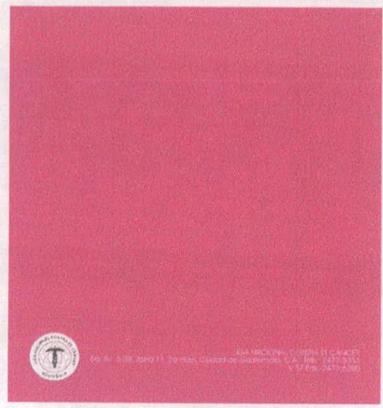


Sticker

Se reorganizó la información para que ésta quedara de tal forma que quedara alineada hacia el logo de la Liga y tuviese una pequeña curvatura.



En el calendario se propuso que el texto tuviese alineación hacia la derecha.

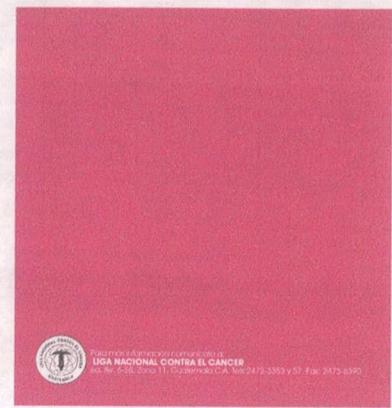


Base Calendario

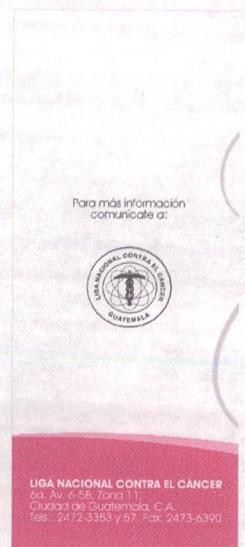


Separador

En el separador se colocó el logotipo en la parte inferior junto con la información, dentro de la forma gráfica de color rosado.



Se cambió la alineación de la información para el lado izquierdo, logrando que el bloque de texto tuviera curvatura para que se integrara con el logotipo de la liga.



Se agrandó el logotipo para que destacara en el material. Además se cambió la alineación del texto hacia la izquierda y se resaltó el nombre de la Liga.

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN



12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Cartel

Tamaño: 8.5 x 14 pulgadas.



*Una
de cada
diez mujeres
desarrolla
Cáncer
de Mama.*

Infórmate,
previene... vive.



Para más información comuníquese a:
LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER
6a. Av. 6-58, Zona 11, Ciudad de Guatemala, C.A. Tels: 2472-3353 y 57. Fax: 2473-6390

Sticker

Tamaño: 9 x 15 pulgadas.



*Una
autoexploración
puede salvar
tu vida.*

¿Qué es una
autoexploración?

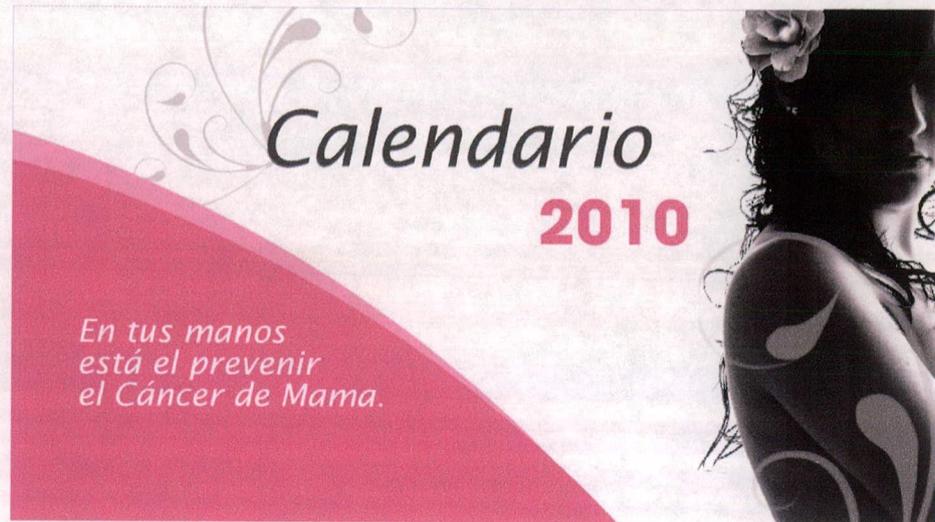
Es un autoexamen preventivo que se realiza con el objetivo de detectar algún tipo de deformidad en las mamas. Este se realiza mensualmente días después de la menstruación, ya sea en la ducha, frente al espejo o recostada en una cama. Si se realiza de la manera correcta, optimiza la posibilidad de encontrar lesiones que pueden tratarse a tiempo, disminuyendo el riesgo de un cáncer avanzado que no pueda ser tratado.

Para más información comuníquese a:
LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER
6a. Av. 6-58, Zona 11, Ciudad de Guatemala, C.A. - Tels.: 2472-3353 y 57 Fax: 2473-6390



Calendario/hojas.

Tamaño: 5.25 x 3 pulgadas.



¿Qué es el Cáncer de Mama?

El cáncer de mama consiste en un crecimiento anormal y desordenado de las células del tejido mamario. La mayoría de casos se desarrolla en los conductos de leche que llegan hasta el pezón o en las glándulas productoras de leche.

Factores de Riesgo:

Edad: El 60% de casos ocurren en mujeres mayores de 60 años.

Antecedentes Familiares: El cáncer de mama en ocasiones es hereditario.

Alcohol: El consumo de alcohol aumenta el riesgo de cáncer.

Exceso de peso: El consumo de una dieta grasa aumenta el riesgo de cáncer.

*Infórmate,
previene...vive.*

Movimientos para realizar una Autoexploración:

Con la yema de tres dedos hay que ir realizando movimientos circulares desde la parte más externa de la mama hacia el pezón, a modo de espiral.

Otro movimiento que se puede realizar con los dedos es en forma de eses, ir recorriendo el seno de un lado al otro.

El tercer movimiento es radial, comenzando desde el pezón hacia fuera.

Hay que comprimir un poco el pezón y comprobar si se produce alguna secreción (avise al médico si esto es así, Intente identificar el color de la secreción).

Una vez explorada la mama, hay que realizar la exploración de la axila para intentar descubrir la existencia de bultos en esta zona.

En tus manos está el prevenir el Cáncer de Mama.

Una autoexploración puede salvar tu vida.

Síntomas:

- Crecimiento anormal de tejido diferente al tejido mamario.
- Dolor o retracción del pezón.
- Irritación o hendiduras de la piel.
- Inflamación de una parte del seno.
- Enrojecimiento o descamación de la piel o del pezón.
- Secreción por el pezón, que no sea leche materna.

Autoexploración:

La autoexploración sistemática permite detectar tumores más pequeños que los que pueda detectar el médico o la enfermera pues la mujer estará familiarizada con sus senos y podrá detectar cualquier pequeño cambio.

enero

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

febrero

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

marzo

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

abril

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

mayo

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

junio

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

julio

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

agosto

L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

noviembre

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

diciembre

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

septiembre

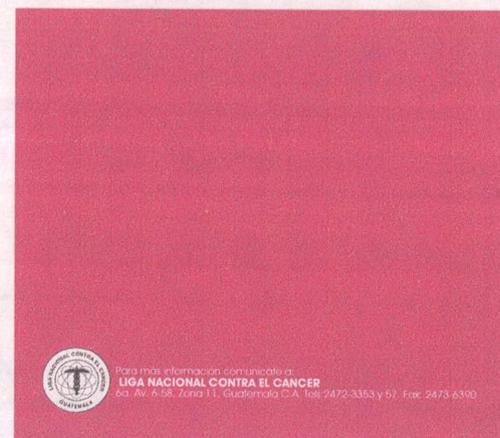
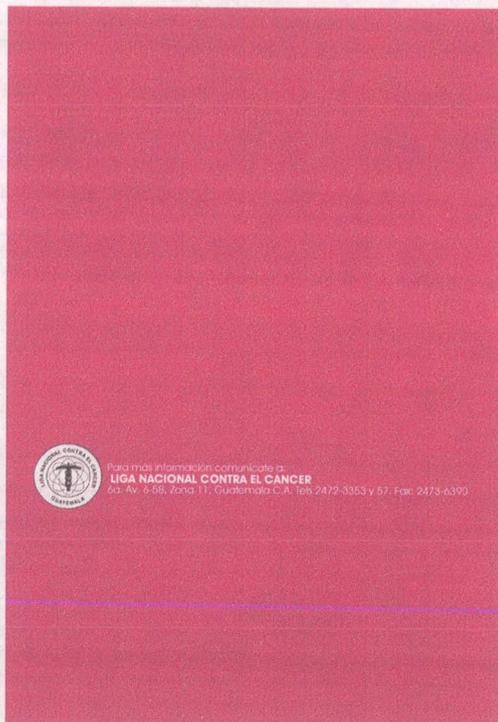
L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

octubre

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

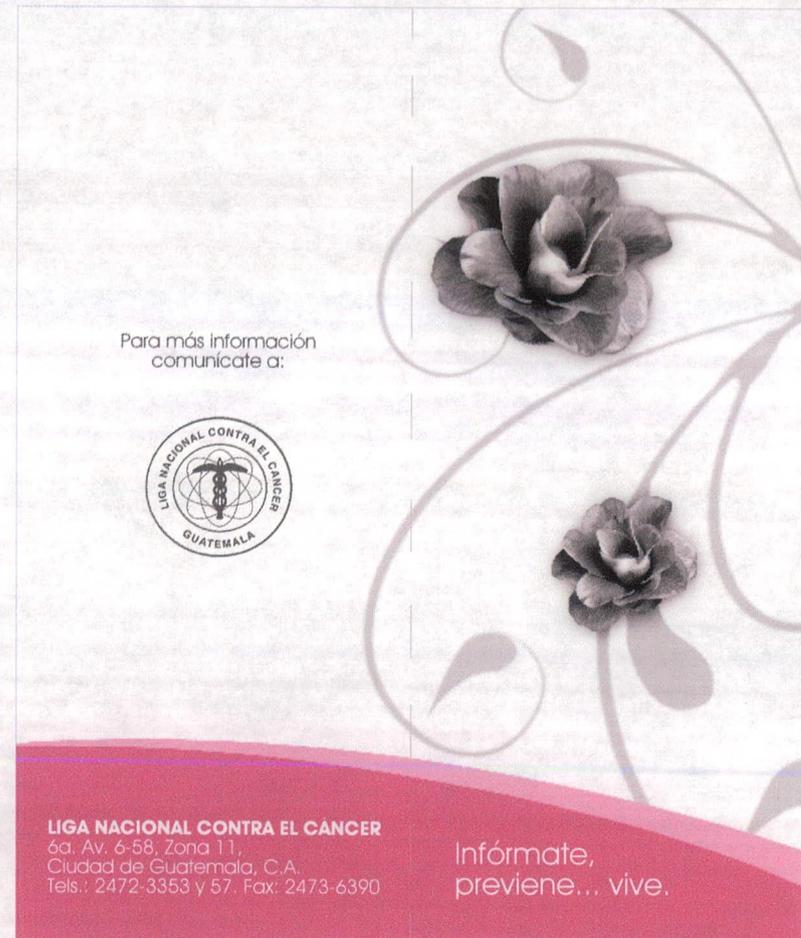
Calendario/Base

Tamaño: 5.25 x 5 pulgadas.



SEPARADOR / Tiro.

Tamaño: 5.25 x 3 pulgadas.



SEPARADOR / Retiro.

Tamaño: 5.25 x 3 pulgadas.

Tú puedes prevenir el Cáncer de Mama...

Factores de Riesgo:

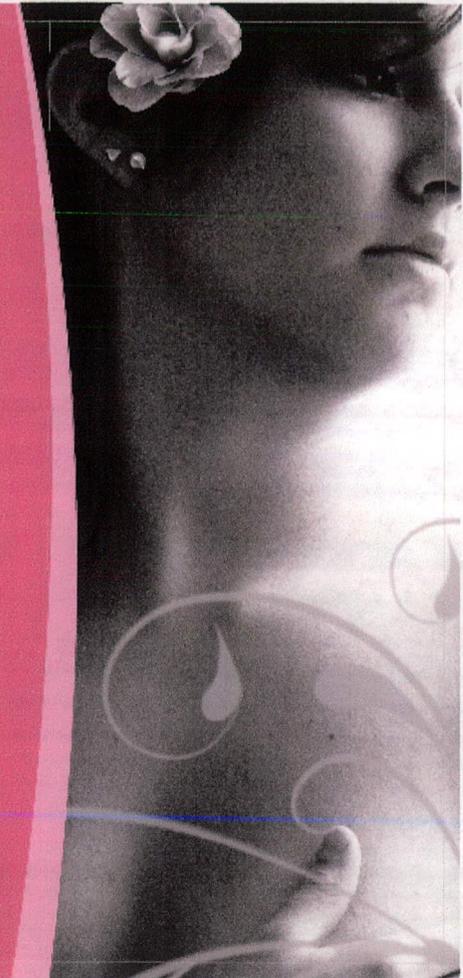
- Edad: El 60% de casos ocurren en mujeres mayores de 60 años.
- Antecedentes Familiares: El cáncer de mama en ocasiones es hereditario.
- Alcohol: El consumo de alcohol aumenta el riesgo de cáncer.
- Exceso de peso: El consumo de una dieta grasa aumenta el riesgo de cáncer.

Síntomas:

- Abultamientos en la zona mamaria.
- Dolor o retracción del pezón.
- Irritación.
- Inflamación.
- Entrojecimiento o descamación de la piel o el pezón.
- Secreción por el pezón.

Exámenes de prevención:

- Autoexamen.
- Mamografía.
- Ecografía Mamaria.



Separador / dummie.



COLGADOR / tiro.

TAMAÑO: 5 X 10 pulgadas.



Colgador / retiro.

TAMAÑO: 5 X 10 pulgadas.



Pasos para realizar una Autoexploración.

Coloque la almohada debajo de su hombro derecho y ponga el brazo derecho debajo de la cabeza.

Con la mano izquierda extendida, examínese usando la yema de los dedos.

Examínese cada área del seno, haciendo presión y movimientos circulares.

Haga presión en el pezón y observe si presenta alguna secreción.

Busque cambios en toda el área del seno, arriba y abajo del cuello y en la axila.

Repita estos pasos en el seno izquierdo.

Previene el cáncer de mama realizándote una autoexploración mensual.

ENE. FEB. MAR. ABR. MAY. JUN. JUL. AGO. SEP. OCT. NOV. DIC.

FUNDAMENTACIÓN

Tipografía

¿Qué es una autoexploración?

Es un autoexamen preventivo que se realiza con el objetivo de detectar algún tipo de deformidad en las mamas. Este se realiza mensualmente días después de la menstruación, ya sea en la ducha, frente al espejo o recostada en una cama. Si se realiza de la manera correcta, optimiza la posibilidad de encontrar lesiones que pueden tratarse a tiempo, disminuyendo el riesgo de un cáncer avanzado que no pueda ser tratado.

Liga Nacional Contra el Cáncer
6a. Av. 6-58, zona 11, 2o nivel, Ciudad de Guatemala, C.A. Tels.: 2472-3353 y 57 Fax:



La tipografía elegida para el cuerpo de texto del material fue la Avant Guard, la cual se caracteriza por sus rasgos geométricos y la ausencia de remates.

*Una
de cada
diez mujeres
desarrolla
Cáncer
de Mama.*

Se eligió la tipografía Lucida Sans, la cual posee una estructura geométrica sin remates. La inclinación que se le aplicó a la misma, permitió que las frases principales de cada material transmitieran elegancia. El objetivo primordial de ambas tipografías es permitir buena legibilidad. De esa forma, La Liga Nacional Contra el Cáncer da a conocer la solidaridad con las mujeres guatemaltecas, brindándoles información, lo cual es el propósito primordial.

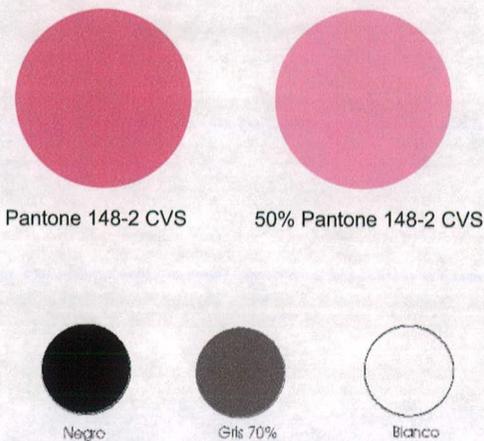
Además, por la estructura de la tipografía Lucida Sans, la cual es geométrica con una leve inclinación, se logró el propósito de establecer jerarquías visuales en el material, ya que con esta tipografía se resaltaron frases importantes de la propuesta, llamando la atención del grupo objetivo.



Otro aspecto muy importante, es la aplicación de diferentes tamaños de letra en ambas tipografías, lo que permitió establecer un orden en la lectura.

La tipografía evidencia el concepto “Construyendo Camelias de Acero”, ya que ambas tipografías tienen una estructura geométrica que transmite estabilidad y a la vez elegancia. La parte del concepto que se refiere a construir y “de acero”, se evidencia en la tipografía Avant Guard, por su estructura y la estabilidad que transmite. La parte de “Camelias”, está muy relacionada a la tipografía Lucida Sans, porque transmite elegancia al igual que la Camelia misma.

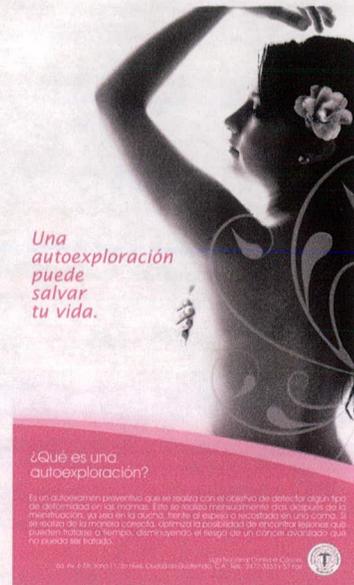
Color



Los colores aplicados en el material, pertenecen a la gama de fríos y cálidos. Se aplicaron tonalidades de rosado y gris; el blanco, se utilizó con la intención de dar equilibrio a la gama seleccionada.

El color rosado que se utilizó está relacionado con la solidaridad mundial con el Cáncer de Mama y aporta a la propuesta feminidad y delicadeza, siendo un color muy característico de la mujer. El gris, es el color que logra dar estabilidad y el blanco logra dar equilibrio. La combinación de los colores da como resultado que el material logre captar la atención por medio del contraste.

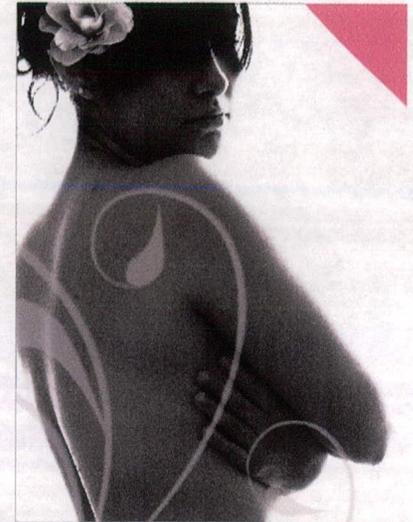
Otro objetivo muy importante del color fue el de establecer jerarquías visuales y esto se llevó a cabo a través de los títulos de cada una de las piezas, ya que en su mayoría se aplicó el color rosado en la tipografía y con el fondo blanco, se logra atraer la atención.



En el caso del separador y el colgador, se utilizó el color blanco en la tipografía y como fondo el rosado con el propósito de variar. Los colores del material son sólidos con el fin de transmitir solidez y estabilidad, muy ligados al concepto. Las tonalidades de rosado se relacionan con la flor de la Camelia y con las mujeres, y los colores negro, gris y blanco se relacionan directamente con construir y con el acero, ya que son colores que transmiten seriedad.

Fotografía

La fotografía implementada en el diseño busca principalmente generar reflexión, complementar la información sobre cancer de mama y captar la atención del grupo objetivo. Tal como lo indica Bauret (1999), quien afirma que “la fotografía es un acto



espontáneo que mantiene relación directa con la realidad”. Asimismo Roberts (2007), afirma que “la fotografía artística tiene la capacidad de mover a los espectadores para que no solo miren un objeto o una imagen, sino vean una emoción, una pasión o un concepto que ponga en movimiento el pensamiento”.

Fue por eso que la fotografía de este proyecto es el punto focal, ya que se utilizaron imágenes artísticas de

una mujer que transmite delicadeza y feminidad a través de poses espontáneas, alusivas a la autoexploración.

Cada una de las fotografías muestra a una mujer que cuida y protege su cuerpo, las cuales están trabajadas bajo el concepto de diseño, el cual también ayudó a delimitar el tratamiento de imagen que se aplicaría.

Las imágenes fueron trabajadas en blanco y negro enfatizando los contrastes y se adicionaron diferentes elementos gráficos, como las formas irregulares que la modelo tiene en la espalda y la Camelia que tiene en el cabello.

Las formas irregulares en la fotografía, van muy de la mano con el concepto, ya que la información brindada permite que las mujeres conozcan acerca del cáncer de mama y por ese motivo, estas formas aparecen de tal forma que recubren o forman parte del cuerpo de la mujer, lo cual está muy relacionado con el propósito de la información propiamente.

La Camelia utilizada, es un elemento que además de apoyar gráficamente el concepto, es un elemento muy significativo ya que es una flor que se caracteriza por ser muy bella, conservadora pero sobretodo fuerte, ya que se caracteriza por tener hileras de pétalos. Ésta necesita cuidados especiales, al igual que las mujeres necesitan ciertos cuidados, especialmente para prevenir enfermedades como lo es el cáncer de mama.



Todas las fotografías poseen unidad por la técnica utilizada y la luz que se trabajó en cada una, logró dar contraste, logrando captar la atención. Todas se manejaron en un fondo blanco con el propósito de implementar modernidad y resaltar a la modelo.



Otro aspecto muy importante en cuanto a los contrastes, es que estos van muy relacionados con la información en sí, ya que el cáncer es manejado como algo oscuro y por eso es que se implementa también la fotografía en blanco y negro.

En cambio la información, es un elemento clave para salvar las vidas de las mujeres, es como una luz en la oscuridad y por eso es que se aplica el blanco en el fondo y el rosado en los elementos gráficos.

En general todas las imágenes logran relacionarse con el concepto, ya que la información es el elemento que logra construir y ser parte de las mujeres, para que ellas estén preparadas e informadas sobre esta enfermedad.

Elementos Gráficos



Los elementos gráficos utilizados son básicamente formas irregulares orgánicas, con el objetivo de hacer alusión al cuerpo de las mujeres, el cual es estilizado.

Además, para colocar los bloques de texto se utilizó una forma extraída del listón de la solidaridad mundial del cáncer de mama, la cual se aplicó en diferentes posiciones dentro del material.

También, se aplicaron las Camelias, como un elemento representativo de la delicadeza y belleza de la mujer. Tanto las Camelias, como las formas irregulares, se logran integrar



muy bien, ya que estas últimas poseen formas de plantas o ramas, lo que permite visualizar ambos elementos como un todo.

El propósito principal de los elementos gráficos es el de transmitir dinamismo, lo cual se logró a través de la irregularidad de las formas y la curvatura que poseen las mismas. La disposición de cada una cambia dependiendo del material, logrando variedad en cada una de las piezas.

Respecto al concepto propiamente, las formas irregulares orgánicas representan la parte de construcción, de cómo esa información protege a las mujeres. La Camelia es la imagen principal representativa del concepto y la extracción del listón convertida en una forma geométrica para colocar el texto también se relaciona con ese construir a través de la información.

Diagramación

Para la diagramación de cada una de las piezas se utilizaron formatos con forma rectangular.

Esto con el objetivo de apoyar la parte del concepto “Construyendo”, ya que los rectángulos se acoplan muy bien a las formas de los ladrillos o los block de construcción. Además, por ser una figura geométrica, logra transmitir estabilidad y son prácticos de manejar.

La retícula elegida para la diagramación del material fue una retícula con módulos cuadrados. Esto con el fin de proporcionar una diagramación dinámica sin que perdiera estabilidad



Toda la diagramación, conserva la misma línea de diseño.

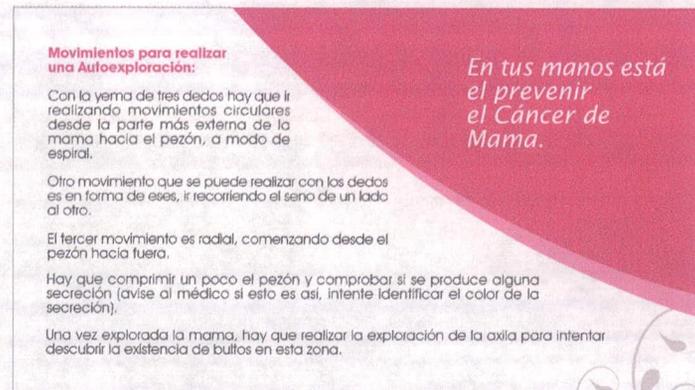
Tanto el formato, la retícula, los ejes, la tipografía, el color, los elementos gráficos y la fotografía, se integran para reflejar en el material delicadeza y feminidad, pero a la vez estabilidad por la información que la Liga contra



el Cáncer está dando a conocer a las mujeres, ya que el propósito de la misma es informar para proteger a las mujeres y construir de esa forma Camelias de Acero es decir mujeres de acero.

Esto permite que las mujeres guatemaltecas comprendidas entre los 20 y 45 años, se identifiquen con el material y con el contenido del mismo y lo apliquen a su vida diaria.

La retícula y los ejes proporcionan dinamismo y estabilidad a la diagramación. Los dos tipos de tipografía utilizados, una para los títulos que es inclinada y otra para los cuerpos de texto, la cual se caracteriza por ser geométrica, son legibles y permiten a su vez establecer jerarquías visuales. Además, la combinación de ambas, logran dar a la propuesta delicadeza, estabilidad y feminidad.



Cada una de las piezas, dan a conocer información acerca de prevención, factores de riesgo o exámenes que deben realizar las mujeres para prevenir y detectar tempranamente el cáncer.

Al mismo tiempo, esta información va acompañada de un mensaje reflexivo, con el que se incentiva a las mujeres a cuidarse, dando a conocer datos verídicos de los porcentajes de mujeres que desarrollan cáncer de mama.

Los elementos gráficos además de apoyar el concepto de diseño, logran complementar la diagramación del texto, logrando un diseño femenino y muy delicado.



FUNDAMENTACIÓN/Función

Cartel



El cartel propuesto tiene una función específicamente informativa, por los datos que se dan a conocer.

Además, el mensaje en la parte inferior es propiamente reflexivo, ya que estarán disponibles en puertas de servicios sanitarios de centros comerciales. Es práctico por el formato que mide 8.5 x 14 pulgadas.

Además, en la propuesta se trabajó la imagen como punto focal de la diagramación y se colocó un mensaje corto pero conciso que provocara una reacción positiva por parte de las mujeres guatemaltecas, en el que se les invita a reflexionar sobre la cantidad de mujeres que desarrollan cáncer de mama y a informarse sobre esta enfermedad. Por tal motivo, en la parte inferior aparece el contacto de la Liga Contra el Cáncer, para que ellas puedan informarse en dicha institución.

Todo lo anterior va muy relacionado con lo que Rosell (1996) expone: “un afiche es un medio de comunicación visual que estando en exhibición sirve para dar a conocer juicios, ideas, conceptos o para crear necesidades y deseos, con el objetivo de crear reacciones en un grupo objetivo determinado”.

Sticker



El Sticker al igual que el Cartel, cumple una función informativa. Esta pieza además de tener una frase reflexiva, contiene información sobre qué es y la importancia una autoexploración.

Sagastume (2003), define que “la función de un material informativo es “lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a la temática sugerida”.

Debido a que es un material que estará dentro de buses públicos, se colocó información más extensa, a diferencia del Cartel, ya que las personas pasan un tiempo determinado dentro de los autobuses, teniendo la posibilidad de leer. De esa forma, se buscó captar la atención a través del mensaje y la imagen, para invitar a leer la información y de esa manera dar a conocer la información al grupo objetivo y obtener una reacción positiva acerca de este autoexamen y hacerlas reflexionar acerca de la importancia para la prevención del cáncer de mama.

Calendario



El calendario, por su tamaño, logra cumplir una función práctica e informativa, ya que éste además de proporcionar fechas, proporciona información acerca de qué es el cáncer de mama, sus factores de riesgo y métodos de prevención, logrando así que un recurso impreso de uso diario sirva también como material informativo sobre el tema del cáncer de mama

Además, también cumple una función reflexiva, ya que en sus páginas de información, están colocadas frases que incentivan a las mujeres a cuidarse y también se utilizaron fotografías que apoyaran la temática y captara la atención de las mujeres guatemaltecas.

Todo lo anterior se relaciona con lo que Ruiz (2002), menciona "todo material informativo debe ser realizado a través de una adecuada combinación y composición de formas, tamaños, colores, imágenes y fotografías, que darán como resultado una mejor visualización del tema y facilitarán la comprensión del contenido".

Por su tamaño compacto permite que las mujeres puedan manipularlo con facilidad y también da lugar a que sea un material personal que puede ser utilizado en un escritorio personal. Por tal motivo apoya la función de ser práctico y manejable.

Separador



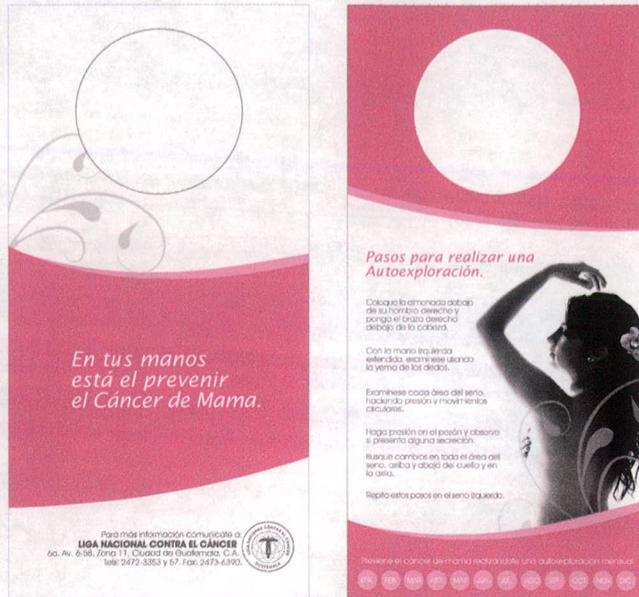
El separador, al igual que los materiales anteriores cumple una función práctica e informativa, ya que posee información sobre factores de riesgo y exámenes preventivos y a la vez, es un material que las mujeres pueden transportar a todo lugar, todos los días. Es un medio que pueden llevar a todos los lugares o simplemente tenerlo en el interior de sus hogares.

Esto relaciona con lo expuesto por la Web Publicaciones y Materiales Impresos (2008), “en la actualidad existen otros materiales informativos impresos que son útiles en actividades de divulgación de información. Éstos mientras más atractivos sean, más gente los utilizará y tendrá presente el mensaje que se dé a conocer a través de estos medios”.

Por ser un material informativo, siempre se buscó resaltar la imagen como apoyo de la información. Es por eso que el diseño del tiro del separador, no es una fotografía de una modelo, sino un diseño de camelias en tonalidades grises y la imagen interior muestra a una mujer con una pose reflexiva.

El formato elegido es sencillo y fácil de transportar. Otra de sus funciones, es ser reflexivo a través del mensaje que se utilizó, ya que en el tiro del separador aparece la frase de “Infórmate, previene... vive”, la cual es una forma de incentivar a las mujeres a informarse y de esa forma provocar una reacción en ellas.

Colgador



El Colgador al igual que los materiales anteriores cumple una función informativa, ya que da a conocer los pasos específicos para realizar una autoexploración.

El material fue diseñado específicamente para informar a las mujeres sobre la autoexploración y tiene unos círculos desprendibles con los cuales pueden llevar el control mensual de este examen, lo cual permite que las

mujeres interactúen con el material, tal como Ruiz (2002), expone “el diseñador debe incentivar para que el grupo objetivo se interese, comprenda, interprete, siga y se involucre mentalmente con el material para que de esa forma se identifique y aprenda el contenido”.

Por ser un material muy personal, ya que puede utilizarse en las puertas de sus habitaciones o de sus sanitarios, lugares idóneos para realizarse un autoexamen, se diseñó con tiro y retiro. El tiro posee sólo una frase alusiva al cáncer de mama junto con el contacto de la Liga. En el retiro, posee cada uno de los pasos de la autoexploración y tiene una imagen de apoyo.

En esta pieza, al igual que las anteriores se busca enfatizar la imagen y captar la atención a través de un mensaje reflexivo que sirva para provocar una reacción y provocar un cambio positivo en el comportamiento de las mujeres guatemaltecas.

13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN



13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

13.1 especificaciones técnicas para el desarrollo de las piezas

Cartel

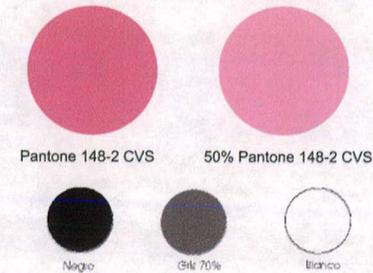
TAMAÑO: 8.5 X 14 Pulgadas.

ORIENTACIÓN DEL FORMATO: Vertical.

TIPO DE SOPORTE: Impreso. El papel que se utilizará será Texcote para tener un acabado brillante en la impresión. Además, es suficientemente grueso y permite que el material sea más duradero. También se puede realizar en papel fotográfico, el cual tendría una calidad de impresión muy buena.

EJEMPLARES POR PIEZA: 1000 ejemplares.

APLICACIÓN TÉCNICA DE COLOR: Los colores de los afiches se trabajaron en la gama PANTONE COATED. Se utilizaron dos tintas, el Pantone 148-2 CVS y el negro puro.



- **SISTEMA DE IMPRESIÓN:** Offset.
- **TAMAÑO TRABAJADO EN EL ARCHIVO:** Tamaño real.
- **ACABADO:** Se aplicará barniz UV, para que tenga un acabado brillante.
- **TROQUEL:** Ninguno.

STICKER

TAMAÑO: 9 X 15 Pulgadas.

ORIENTACIÓN DEL FORMATO: Vertical.

TIPO DE SOPORTE: Impreso. Se utilizará adhesivo brillante.

EJEMPLARES POR PIEZA: 1000 ejemplares.

APLICACIÓN TÉCNICA DE COLOR: Dos tintas.

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Offset o Digital.

TAMAÑO TRABAJADO EN EL ARCHIVO: Tamaño real.

ACABADO: Ninguno

TROQUEL: Ninguno.

Calendario

TAMAÑO: 5.25 X 3 pulgadas (hojas). 5.25 x 5 pulgadas (base del calendario).

ORIENTACIÓN DEL FORMATO: Hojas del calendario, horizontal.

TIPO DE SOPORTE: Impreso. Todo el calendario se imprimirá en Texcote con acabado brillante.

EJEMPLARES POR PIEZA: 1000 ejemplares.

APLICACIÓN TÉCNICA DE COLOR: Dos tintas.

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Offset.

TAMAÑO TRABAJADO EN EL ARCHIVO: Tamaño real.

ACABADO: Barniz UV y se colocará espiral metálico de color negro en la parte superior, para que se puedan correr las hojas del calendario.

TROQUEL: Ninguno.



Separador

TAMAÑO: 5 X 6 pulgadas

ORIENTACIÓN DEL FORMATO: Vertical.

TIPO DE SOPORTE: Impreso. Papel Couché de alta resolución o Texcote.

EJEMPLARES POR PIEZA: 1.000 ejemplares.

APLICACIÓN TÉCNICA DE COLOR: Dos tintas.

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Offset.

TAMAÑO TRABAJADO EN EL ARCHIVO: Tamaño real.

ACABADO: Se hará una perforación en la esquina superior izquierda para colocar el listón rosado. Además si es papel texcote se le aplicará Barniz UV.

TROQUEL: En la parte superior izquierda del formato para colocar un listón.

Colgador

TAMAÑO: 5 X 10 pulgadas

ORIENTACIÓN DEL FORMATO: Vertical.

TIPO DE SOPORTE: Impreso. Papel Couché de alta resolución o Texcote.

EJEMPLARES POR PIEZA: 1.000 ejemplares.

APLICACIÓN TÉCNICA DE COLOR: Dos tintas.

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Offset.

TAMAÑO TRABAJADO EN EL ARCHIVO: Tamaño real.

ACABADO: Se hará una perforación circular en la parte superior del formato.

TROQUEL: En la parte superior del formato. (Ver guía de troquel en el archivo).



13.2 informe técnico que acompaña los archivos digitales a imprenta

EL CD para la imprenta tendrá lo siguiente:

Una Carpeta llamada Proyecto Cáncer de Mama. Dentro de ésta habrá 3 carpetas más, las cuales serán:

Carpeta Tipografía

En esta carpeta estará adjunta la tipografía Avant Guard y Lucida Sans, por si más adelante se realiza algún cambio en la información del material.

Carpeta de Imágenes

Dentro de ésta habrá 5 carpetas más. La primera se llamará Imágenes Cartel, la segunda, Imágenes Sticker, la tercera Imágenes Calendario, la cuarta Imágenes Separador y la quinta Imágenes Colgador. Dentro de cada carpeta estará cada una de las imágenes utilizadas en cada material.

Carpeta Artes Finales.

En esta carpeta estarán los archivos de Freehand 10 de cada uno de los materiales. En el primer archivo llamado Cartel, aparecerá el cartel con su respectivo excedente, la tipografía en path y sus respectivos vínculos.

El segundo archivo se llamará Sticker , el tercero Calendario, el cuarto Separado y el quinto Colgador. En todos los archivos aparecerán cada una de las propuestas para cada material, la tipografía en Paths y las imágenes con su vínculo. La guía de troquel de los cuatro archivos aparecerá en un layer respectivo en cada material.

Las imágenes fueron trabajadas en Photoshop y fueron guardadas en TIFF. La diagramación se realizó en Freehand 10 y todas las medidas dadas para cada uno de los materiales están dadas en pulgadas.



Guatemala, mayo 2009

Estimados Señores de Impresos Computarizados:

Adjunto encontrarán un CD que contiene una carpeta con el nombre de: PROYECTO CÁNCER DE MAMA. Dentro de ésta, encontrarán tres carpetas más: La primera llamada TIPOGRAFÍA, la cual contiene las tipografías utilizadas en el material. La segunda llamada IMÁGENES, dentro de la que habrá cinco carpetas más, CARTEV, STICKER, CALENDARIO, SEPARADOR Y COLGADOR. Cada una de ellas tendrá las imágenes utilizadas en cada material.

Por último estará la carpeta de "MATERIAL", que contendrá cinco archivos, CARTEV, STICKER, CALENDARIO, SEPARADOR Y COLGADOR. Cada archivo contiene las artes finales de los materiales respectivos. Todos los archivos aparecerán cada una de las propuestas para cada material, la tipografía en Path y las imágenes con su vínculo.

La guía de troquel de los archivos aparecerá en un layer respectivo en cada material. Las imágenes fueron trabajadas en Photoshop y fueron guardadas en JPG, con una resolución alta. La diagramación se realizó en Freehand 10 y todas las medidas dadas para cada uno de los materiales están dadas en pulgadas.

Favor imprimir:

1000 Carteles en papel texcote.

1000 Stickers, en papel adhesivo con acabado brillante.

1000 Calendarios en texcote con barniz uv.

1000 Separadores en papel couché de alta resolución.

1000 Colgadores en papel texcote.

Para cualquier duda, comunicarse al teléfono 5721-7326.

Atentamente,

Karen Sofía Urizar Mansilla

Diseñadora Gráfica.



13.3 presupuesto de diseño y de impresión

Presupuesto de diseño

DESCRIPCIÓN	PRECIO
Concepto	Q. 1,000.00
Fotografías	Q. 3,000.00
Diseño y Diagramación de Cartel	Q. 1,500.00
Diseño y Diagramación de Sticker	Q. 1,800.00
Diseño y Diagramación de Calendario	Q. 2,000.00
Diseño y Diagramación de Separador	Q. 1,000.00
Diseño y Diagramación de Colgador	Q. 700.00
Total	Q. 11,000.00



Presupuesto de impresión (Anexo 4).

Cotización de Impresos Computarizados. (12 Av. 0-36, Zona 11 Tel: 2471-0168)

Material	Tamaño	Tipo de Papel	Cantidad	Precio
Cartel	8.5 x 14 pulgadas.	Texcote con barniz uv.	1000	Q. 1,250.00
Calendario	5.25 x 3 pulgadas.	Texcote con barniz uv.	1000	Q.3,425.00
Separador	5x6 pulgadas	Couché	1000	Q.1,200.00
Sticker	9 x 15 Pulgadas.	Adhesivo Brillante.	1000	Q.1,975.00
Colgador	5 x 10 pulgadas.	Papel Husky Cover.	1000	Q.1,000.00

- El total de la cotización de los materiales es de: **Q.8, 850.00.**

Cotización de Casa Gráfica (3ª. Calle 11-22 Zona 15, Colonia Tecún Umán. Av. 0-36, Zona 11 Tel: 2471-0168).

Material	Tamaño	Tipo de Papel	Cantidad	Precio
Cartel	8.5 x 14 pulgadas.	Texcote con barniz uv.	1000	Q. 1,875.00
Calendario	5.25 x 3 pulgadas.	Hojas en papel Couché. Base en Texcote con barniz uv.	1000	Q.2,100.00
Separador	5x6 pulgadas	Couché	1000	Q.960.00
Sticker	9 x 15 Pulgadas.	Papel Autoadhesivo.	1000	Q.2,530.00
Colgador	5 x 10 pulgadas.	Texcote	1000	Q.1,370.00

- El total de la cotización de los materiales es de: **Q.8, 835.00.**



Cotización de Imprenta y Offset Escobedo. (13. Calle B 29-92, Zona 7 Kaminal Juyú II. Tel: 2473-9751).

Material	Tamaño	Tipo de Papel	Cantidad	Precio
Cartel	8.5 x 14 pulgadas.	Texcote con barniz uv.	1000	Q. 1,575.00
Calendario	5.25 x 3 pulgadas.	Hojas en papel Couché. Base en Texcote con barniz uv.	1000	Q.3,150.00
Separador	5x6 pulgadas	Couché	1000	Q.1,025.00
Sticker	9 x 15 Pulgadas.	Papel Autoadhesivo.	1000	Q.2,300.00
Colgador	5 x 10 pulgadas.	Texcote	1000	Q.1,300.00

- El total de la cotización de los materiales es de: **Q.8, 835.00.**



13.4 Sistema de impresión y reproducción

El Sistema de Impresión que se recomienda es el de OFFSET, ya que todos los materiales poseen tirajes largos. Además, ofrecen el tipo de papel propuesto y entregan todos los materiales armados y cortados.



14. CONCLUSIONES



14. CONCLUSIONES

Se diseñó material informativo que consistió en una serie de piezas: un cartel, un sticker, un calendario, un separador y un colgador. Dichas piezas se desarrollaron aplicando la fotografía artística como punto focal de la diagramación, una tipografía legible, un formato práctico, colores que transmitieran feminidad y solidaridad con el cáncer de mama y una diagramación no saturada, para que en conjunto, el material lograra llamar la atención de las mujeres guatemaltecas y dar a conocer la solidaridad que la Liga Nacional contra el Cáncer quería dar a conocer, proporcionando información sobre qué es el cáncer de mama, los factores de riesgo y los exámenes para prevenir esta enfermedad.

Recomendaciones/

Para futuros proyectos de diseño en el área de solidaridad, es recomendable enfatizar la imagen como punto focal de la diagramación.

Es importante que ésta se relacione con el contenido del tema que se quiera dar a conocer y logre identificarse con el grupo objetivo. En el caso de este proyecto referente a la solidaridad con el Cáncer de Mama, funcionó la fotografía artística en la que se resalta la feminidad y delicadeza de la mujer a través de la fotografía artística en blanco y negro, la cual logró que las mujeres se sintieran identificadas con el material.



15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvizures, S. (2005). El papel de la fotografía y el titular en la portada de un diario. Tesis Inédita. Universidad Rafael. Guatemala.

Bankowski, B. et. al. (2005). John Hopkins, Ginecología y Obstetricia. Baltimore, Maryland: Morbán.

Bauret, G. (1999). De La Fotografía. Argentina: La Marca.

Cáncer de Mama: El Mundo Salud. (2005). (Documento www). Disponible en:

<http://www.elmundo.es/elmundosalud/especiales/cancer/mama.html>

Fecha de consulta: Enero de 2009.

Cardona, P. (2003). Definiciones del Nivel Socioeconómico. Diseño Promocional. Universidad Rafael Landívar.

Coe, G. (1998). Comunicación en Salud. (Documento www). Disponible en:
<http://chasqui.comunica.org/coe.htm>

Fecha de consulta: Febrero de 2009.

Cura, J. (2007). Prevención del Cáncer de Mama. (Documento www). Disponible en:

http://www.santafeconicet.gov.ar/udam/paginadelamujer/cancer_de_mama.htm

Fecha de consulta: Enero de 2009.

Díaz, E. y Vargas, M. (1989). El Diseño Gráfico en la Diagramación. Tesis Inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Fotonostra (2005). Un Tipo de Letra para cada tipo de Texto. (Documento www). Disponible en:
<http://www.fotonostra.com/grafico/tipostextos.htm>

Fecha de consulta: Enero de 2009.

Friedewald, V., Buzdar, U., Bokulich, M. (1997). *Cáncer de Seno. Todo lo que usted debería saber*. Colombia: Grupo Norma.

Godoy, A. (1992). *Historia del Afiche Chileno*. Santiago de Chile: Universidad Arcis.

Historia de la Fotografía/ Wikipedia. (2009). (Documento www). Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_fotograf%C3%ADa

Fecha de consulta: Febrero de 2009.

González (2003). *¿Qué es la Solidaridad?*

(Documento www). Disponible en:
<http://www.misrespuestas.com/que-es-la-solidaridad.html>

Fecha de consulta: Febrero de 2009.

Jaramillo, J. (1991). *El Cáncer. Fundamentos de Oncología*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

Liga Nacional Contra el Cáncer. (2008). *Web Oficial de la Liga Nacional Contra el Cáncer en Guatemala*. (Documento www). Disponible en:
www.ligacancerguate.org

Fecha de consulta: Enero de 2009.

Mundo Salud. (2005). *Cáncer de Mama*.

(Documento www). Disponible en:

<http://www.elmundo.es/elmundosalud/especiales/cancer/mama.html>

Fecha de consulta: Febrero de 2009.

Nerici (1985). *Hacia una Didáctica General Dinámica*. Buenos Aires, Argentina: Kapelusz.

Newhall, B. (1990). *Historia de la Fotografía*. Estados Unidos: Gustavo Gilli.

Palacios, S. (2000). Introducción al Cáncer de mama. (Documento www.) Disponible en:

http://www.saludalia.com/docs/Salud/web_saludalia/tu_salud/doc/mujer/doc/doc_causas_cancer_mama.htm

Fecha de Consulta: Febrero 2010.

Publicaciones y Materiales Impresos (2008). Documento www). Disponible en: <http://www.wipo.int/ip-outrreach/es/tools/guides/tools/publications.html>

Fecha de consulta: Febrero de 2009.

Roberts, T. (2007). La Magia de la Fotografía Artística. (Documento www). Disponible en: <http://www.articulosgratis.com/content/view/703/69/>

Fecha de consulta: Febrero de 2009.

Rosell, E. (1995). Catálogos y Folletos. Catálogos y Folletos. México: Gustavo Gilli.

Rosell, E. (1996). Carteles. México: Ediciones Gustavo Gilli.

Ruiz, A. (2002). El Diseño Gráfico como apoyo en el Tratamiento de la Espina Bífida. Tesis Inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Sagastume (2007). Apuntes sobre El Cartel.

Documento PDF, Material Gráfico. (Documento www). Disponible en:

<http://64.233.169.104/search?q=cache:RPNUqx2aRSkJ:www.telecable.es/personales/armando3/cam/Apuntes/El%2520cartel.pdf+tipos+de+material+gr%C3%A1fico&hl=es&ct=clnk&cd=5&gl=gt>

Fecha de consulta: Febrero de 2009.

Samayoa, P. (2000). Propuesta de Material Gráfico Informativo para la Lactancia Materna. Tesis Inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.



Significado de las Flores. AndesFlor (2009). (Documento
www). Disponible en:

[http://www.andesflorgifs.com/6.2flores_significados.php#
a](http://www.andesflorgifs.com/6.2flores_significados.php#a)

Fecha de consulta: Febrero de 2009.

Viana, C. (2007). Guías Clínicas/ Cáncer de Mama.

(Documento www). Disponible en:

<http://www.fisterra.com/GUIAS2/MAMA.ASP>

Fecha de consulta: Febrero de 2009.



ANEXOS



Anexo 1: Instrumento para Definir Grupo Objetivo

- Instrumento para definir Grupo Objetivo.....161
- Tabulación de Resultados.....166

Anexo 2: Instrumentos para Validación de la propuesta preliminar.

- Instrumento para Diseñadores Gráficos.....171
- Tabulación de Resultados.....174
- Instrumento para Expertos.....177
- Tabulación de Resultados.....180

- Instrumento para Grupo Objetivo.....183
- Tabulación de Resultados.....186

Anexo 3

- Instrumento para Diseñadores Gráficos (Colgador).....189

Anexo 4: Cotizaciones para Presupuesto de Impresión.

- Cotización de Impresos Computarizados.....192
- Cotización Casa Gráfica.....193
- Cotización Imprenta y Offset Escobedo.....194



ANEXO 1 / Instrumento para definir Grupo Objetivo.

ENCUESTA

Buen día. Soy estudiante de nivel universitario y agradecería unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta.
De antemano, muchas gracias por su colaboración

- **INSTRUCCIONES:** Marque con una "X" la letra que corresponda a su respuesta.

1. ¿Qué aspectos conoce sobre el Cáncer de Mama?

- a. En qué consiste.
- b. Prevención
- c. Factores de Riesgo.
- d. Exámenes clínicos para detectarlo.
- e. Ninguna de las Anteriores.
- f. Todas las anteriores.

2. ¿A través de quién se ha informado sobre el Cáncer de Mama?

- a. Familia.
- b. Amigos.
- c. Instituciones.
- d. Campañas Publicitarias.

3. ¿A qué cree que se debe que el Cáncer de Mama haya aumentado en nuestro país?

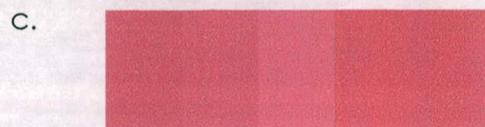
- a. Falta de información.
- b. Falta de interés por parte de las Mujeres.
- c. Ignorancia.
- d. Miedo.

4. ¿Qué tipos de Materiales ha observado referentes al Cáncer de Mama?

- a. Afiches
- b. Bifoliares o Trifoliares.
- c. Folletos.
- d. Vallas Publicitarias.

e. Otros: _____

5. ¿Qué colores relaciona más con el Cáncer de Mama?



6. ¿Qué elemento llamaría más su atención en un material referente al Cáncer de Mama?

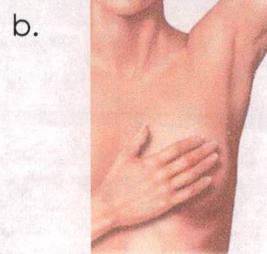
a. La imagen.

b. El tipo de letra.

c. El mensaje.

e. El color.

7. ¿Qué tipo de imagen preferiría para dicho material?



8. ¿Qué tipo de mensaje le gustaría que tuviera este tipo de material referente al Cáncer de Mama?

- a. Examínate. Tú puedes Salva tu vida.
- b. Si no te examinas, corres el riesgo de desarrollar cáncer de mama.
- c. Una de cada diez mujeres desarrollan cáncer de Mama. Examínate. Cuídate.
- d. Otro: _____

9. ¿Qué material logra llamar más su atención?



a. Afiches



b. Trifoliales

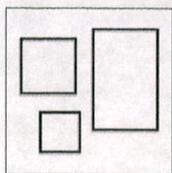


c. Desplegables

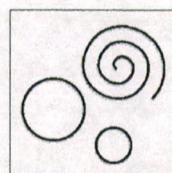


d. Folletos

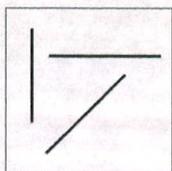
10. ¿Qué figuras relaciona más con el Cáncer de Mama?



a. Cuadrados y rectángulos



b. Círculos y espirales



c. Líneas Rectas



d. Ondas Irregulares

11. ¿Cuál de los siguientes textos se le facilita leer?

<p>a. El cáncer no es una enfermedad, sino más bien muchas enfermedades. De hecho, hay 100 tipos diferentes de cáncer y todos empiezan en las células.</p>	<p>b. El cáncer no es una enfermedad, sino más bien muchas enfermedades. De hecho, hay 100 tipos diferentes de cáncer y todos empiezan en las células.</p>
<p>c. El cáncer no es una enfermedad, sino más bien muchas enfermedades. De hecho, hay 100 tipos diferentes de cáncer y todos empiezan en las células.</p>	<p>d. El cáncer no es una enfermedad, sino más bien muchas enfermedades. De hecho, hay 100 tipos diferentes de cáncer y todos empiezan en las células.</p>

OBSERVACIONES: _____

¡Muchas Gracias!

ANEXO 1 / Tabulación de Resultados

A continuación se presentan los resultados de las encuestas realizadas por el grupo objetivo. En cada una de las preguntas, se encuentra el número de personas que marcaron cada una de las opciones.

ENCUESTA

Buen día. Soy estudiante de nivel universitario y agradecería unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

- **INSTRUCCIONES:** Marque con una "X" la letra que corresponda a su respuesta.

1. ¿Qué aspectos conoce sobre el Cáncer de Mama?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| a. En qué consiste. | 5 |
| b. Prevención | 4 |
| c. Factores de Riesgo. | |
| d. Exámenes clínicos para detectarlo. | 5 |
| e. Ninguna de las Anteriores. | |
| f. Todas las anteriores. | 5 |

2. ¿A través de quién se ha informado sobre el Cáncer de Mama?

- | | |
|----------------------------|----|
| a. Familia. | 4 |
| b. Amigos. | 1 |
| c. Instituciones. | 4 |
| d. Campañas Publicitarias. | 11 |

3. ¿A qué cree que se debe que el Cáncer de Mama haya aumentado en nuestro país?

- a. Falta de información. 4
- b. Falta de interés por parte de las Mujeres. 9
- c. Ignorancia. 4
- d. Miedo. 1

4. ¿Qué tipos de Materiales ha observado referentes al Cáncer de Mama?

- a. Afiches 8
- b. Bifolios o Trifolios. 6
- c. Folletos. 2
- d. Vallas Publicitarias. 2
- e. Otros: _____ Anuncios de Televisión _____

5. ¿Qué colores relaciona más con el Cáncer de Mama?



6. ¿Qué elemento llamaría más su atención en un material referente al Cáncer de Mama?

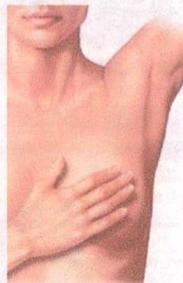
- | | |
|----------------------|----|
| a. La imagen. | 13 |
| b. El tipo de letra. | 0 |
| c. El mensaje. | 3 |
| e. El color. | 1 |

7. ¿Qué tipo de imagen preferiría para dicho material?

a. 8



b. 7



c. 0



8. ¿Qué tipo de mensaje le gustaría que tuviera este tipo de material referente al Cáncer de Mama?

- | | |
|---|---|
| a. Examínate. Tú puedes Salva tu vida. | 6 |
| b. Si no te examinas, corres el riesgo de desarrollar cáncer de mama. | |
| c. Una de cada diez mujeres desarrollan cáncer de Mama. Examínate. Cuídate. | 8 |
| d. Otro: ___Una combinación entre la b y la c. _____ | |

9. ¿Qué material logra llamar más su atención?



a. Afiches 11



b. Trifoliales 2

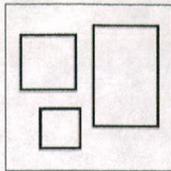


c. Desplegables 3

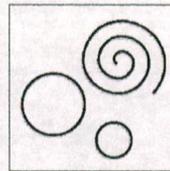


d. Folletos 1

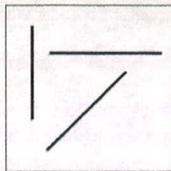
10. ¿Qué figuras relaciona más con el Cáncer de Mama?



a. Cuadrados y rectángulos



b. Círculos y espirales 10



c. Líneas Rectas



d. Ondas Irregulares 5

11. ¿Cuál de los siguientes textos se le facilita leer?

<p>a. El cáncer no es una enfermedad, sino más bien muchas enfermedades. De hecho, hay 100 tipos diferentes de cáncer y todos empiezan en las células.</p> <p>8</p>	<p>b. El cáncer no es una enfermedad, sino más bien muchas enfermedades. De hecho, hay 100 tipos diferentes de cáncer y todos empiezan en las células.</p>
<p>c. El cáncer no es una enfermedad, sino más bien muchas enfermedades. De hecho, hay 100 tipos diferentes de cáncer y todos empiezan en las células.</p> <p>7</p>	<p>d. El cáncer no es una enfermedad, sino más bien muchas enfermedades. De hecho, hay 100 tipos diferentes de cáncer y todos empiezan en las células.</p>

OBSERVACIONES: En general no hace falta información, sino que las mujeres piensan que nos son propensas a esta enfermedad. Existe mucho descuido de parte de las mujeres.

ANEXO 2 / Instrumentos para Validación de la propuesta preliminar.

Instrumento para Diseñadores Gráficos

VALIDACIÓN DISEÑADORES GRÁFICOS

Buen día. Soy estudiante de Diseño Gráfico y agradecería mucho unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

NECESIDAD

Las mujeres guatemaltecas entre 20 y 45 años, desconocen que la Liga Nacional Contra el Cáncer quiere solidarizarse con ellas, brindándoles apoyo para la prevención y factores de Riesgos del Cáncer de Mama y promoviendo la importancia de realizarse la autoexploración y los exámenes clínicos para detectar a tiempo esta enfermedad.

OBJETIVO

Diseñar material informativo que dé a conocer la solidaridad que tiene la Liga Nacional Contra el Cáncer, para promover la importancia de la prevención del cáncer de mama, los factores de riesgo, la autoexploración y los exámenes clínicos, a las mujeres guatemaltecas entre los 20 y 45 años.

CONCEPTO: Construyendo camelias de acero.

INSTRUCCIONES: Observe el material que se le proporcionara y en base a éste marque con una "X" la opción que corresponda a su respuesta.

1. El formato del material expresa:

- a. Elegancia.
- b. Estabilidad.
- c. Dinamismo.
- d. Energía.

2. El tipo de letra utilizado transmite:

- a. Confianza y geometría.
- b. Modernidad y seguridad.
- c. Dinamismo y seguridad.
- d. Estabilidad y elegancia.

3. ¿Qué elemento resalta más en el material?

- a. El texto.
- b. La imagen.
- c. El color.
- d. El tipo de soporte en el que esté impreso.

4. Los colores utilizados en el material expresan:

- a. Feminidad.
- b. Delicadeza.
- c. Sobriedad.
- d. Estabilidad.

5. Las imágenes utilizadas en el material transmiten:

- a. Impacto.
- b. Reflexión.
- c. Sarcasmo.
- d. Realidad.

6. La retícula utilizada en el material expresa:

- a. Dinamismo
- b. Estabilidad
- c. Seguridad
- d. Simetría

7. La retícula en el material:

- a. Logra llamar la atención.
- b. Es simétrica.
- c. Establece jerarquías visuales.
- d. Apoya el concepto de diseño.

8. La tipografía utilizada en el material:

- a. Posee buena legibilidad.
- b. Apoya el concepto de diseño.
- c. Establece jerarquías visuales.
- d. Logra captar la atención el público.

9. Los elementos gráficos expresan:

- a. Modernidad.
- b. Estabilidad
- c. Dinamismo.
- d. Sobriedad.

¡Muchas gracias!

ANEXO 2 / Tabulación de Resultados de Encuesta dirigida Grupo Objetivo.

A continuación se presentan los resultados de las encuestas realizadas a Diseñadores Gráficos. En cada una de las preguntas, se encuentra el número de personas que marcaron cada una de las opciones.

VALIDACIÓN DISEÑADORES GRÁFICOS

Buen día. Soy estudiante de Diseño Gráfico y agradecería mucho unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

NECESIDAD

Las mujeres guatemaltecas entre 20 y 45 años, desconocen que la Liga Nacional Contra el Cáncer quiere solidarizarse con ellas, brindándoles apoyo para la prevención y factores de Riesgos del Cáncer de Mama y promoviendo la importancia de realizarse la autoexploración y los exámenes clínicos para detectar a tiempo esta enfermedad.

OBJETIVO

Diseñar material informativo que dé a conocer la solidaridad que tiene la Liga Nacional Contra el Cáncer, para promover la importancia de la prevención del cáncer de mama, los factores de riesgo, la autoexploración y los exámenes clínicos, a las mujeres guatemaltecas entre los 20 y 45 años.

CONCEPTO: Construyendo camelias de acero.

INSTRUCCIONES: Observe el material que se le proporcionara y en base a éste marque con una "X" la opción que corresponda a su respuesta.

1. El formato del material expresa:

- a. Elegancia.
- b. Estabilidad. 3
- c. Dinamismo.
- d. Energía. 1

2. El tipo de letra utilizado transmite:

- a. Confianza y geometría. 1
- b. Modernidad y seguridad.
- c. Dinamismo y seguridad. 2
- d. Estabilidad y elegancia. 1

3. ¿Qué elemento resalta más en el material?

- a. El texto.
- b. La imagen. 4
- c. El color.
- d. El tipo de soporte en el que esté impreso.

4. Los colores utilizados en el material expresan:

- a. Feminidad. 3
- b. Delicadeza. 1
- c. Sobriedad.
- d. Estabilidad.

5. Las imágenes utilizadas en el material transmiten:

- a. Impacto. 1
- b. Reflexión. 2
- c. Sarcasmo.
- d. Realidad. 1

6. La retícula utilizada en el material expresa:

- a. Dinamismo 2
- b. Estabilidad
- c. Seguridad 1
- d. Simetría 1

7. La retícula en el material:

- a. Logra llamar la atención. 1
- b. Es simétrica.
- c. Establece jerarquías visuales. 3
- d. Apoya el concepto de diseño.

8. La tipografía utilizada en el material:

- a. Posee buena legibilidad. 3
- b. Apoya el concepto de diseño.
- c. Establece jerarquías visuales. 1
- d. Logra captar la atención el público.

9. Los elementos gráficos expresan:

- a. Modernidad.
- b. Estabilidad 1
- c. Dinamismo. 3
- d. Sobriedad.

ANEXO 2 / Instrumento para Expertos en el Tema.

VALIDACIÓN EXPERTOS

Buen día. Soy estudiante de Diseño Gráfico y agradecería mucho unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

✿ **INSTRUCCIONES:** Observe el material que se le proporcionara y en base a éste marque con una "X" la opción que corresponda a su respuesta.

1. El formato del material:

- a. Es práctico.
- b. Es fácil de manejar.
- c. Es estable.
- d. Es interesante.

2. El tipo de letra en el material:

- a. Es fácil de leer.
- b. Establece un orden para la lectura.
- c. Llama la atención.
- d. Es difícil de leer.

3. ¿Qué aspecto del material llama más su atención?

- a. El contenido.
- b. La fotografía
- c. El color.
- d. El tamaño del formato.

4. La fotografía del material:

- a. Se relaciona con el tema.
- b. Es confusa.
- c. Es interesante.
- d. Es reflexiva.

5. La forma en la que se da a conocer la información:

- a. Es interesante.
- b. Es reflexiva.
- c. Es aburrida.
- d. Es impactante.

6. El contenido y las imágenes del material logran:

- a. Crear interés.
- b. Crear indiferencia.
- c. Crear reflexión.
- d. Crear impacto.

7. El tipo lenguaje utilizado en el material es:

- a. Fácil de comprender.
- b. Muy Complicado.
- c. Práctico.
- d. Inadecuado.

8. El contenido del material:

- a. Es interesante.
- b. Es aburrido.
- c. Es reflexivo.
- d. Es indiferente.

9. El material:

- a. Logra captar la atención.
- b. Logra crear indiferencia.
- c. Logra crear interés.
- d. Logra crear reflexión.

10. Los colores utilizados en el material transmiten:

- a. Delicadeza.
- b. Feminidad.
- c. Aburrimiento.
- d. Reflexión.

OBSERVACIONES: _____

¡Muchas gracias!

ANEXO 2 / Tabulación de Resultados de Instrumento para Expertos en el Tema.

VALIDACIÓN EXPERTOS

Buen día. Soy estudiante de Diseño Gráfico y agradecería mucho unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

- ☀ **INSTRUCCIONES:** Observe el material que se le proporcionara y en base a éste marque con una "X" la opción que corresponda a su respuesta.

1. El formato del material:

- | | |
|-------------------------|---|
| a. Es práctico. | 1 |
| b. Es fácil de manejar. | 1 |
| c. Es estable. | |
| d. Es interesante. | 1 |

2. El tipo de letra en el material:

- | | |
|--|---|
| a. Es fácil de leer. | 3 |
| b. Establece un orden para la lectura. | |
| c. Llama la atención. | |
| d. Es difícil de leer. | |

3. ¿Qué aspecto del material llama más su atención?

- | | |
|---------------------------|---|
| a. El contenido. | 1 |
| b. La fotografía | 1 |
| c. El color. | 1 |
| d. El tamaño del formato. | |

4. La fotografía del material:

- a. Se relaciona con el tema. 2
- b. Es confusa.
- c. Es interesante.
- d. Es reflexiva. 1

5. La forma en la que se da a conocer la información:

- a. Es interesante. 1
- b. Es reflexiva. 1
- c. Es aburrida.
- d. Es impactante. 1

6. El contenido y las imágenes del material logran:

- a. Crear interés.
- b. Crear indiferencia.
- c. Crear reflexión. 3
- d. Crear impacto.

7. El tipo lenguaje utilizado en el material es:

- a. Fácil de comprender. 3
- b. Muy Complicado.
- c. Práctico.
- d. Inadecuado.

8. El contenido del material:

- a. Es interesante. 1
- b. Es aburrido.
- c. Es reflexivo. 2
- d. Es indiferente.

9. El material:

- a. Logra captar la atención.
- b. Logra crear indiferencia.
- c. Logra crear interés.
- d. Logra crear reflexión.

3

10. Los colores utilizados en el material transmiten:

- a. Delicadeza.
- b. Feminidad.
- c. Aburrimiento.
- d. Reflexión.

1

2

OBSERVACIONES: _____

ANEXO 2 / Instrumento de Validación para Grupo Objetivo.

VALIDACIÓN GRUPO OBJETIVO

Buen día. Soy estudiante de Diseño Gráfico y agradecería mucho unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

INSTRUCCIONES: Observe el material que se le proporcionara y en base a éste marque con una “X” la opción que corresponda a su respuesta.

1. El formato del material:

- e. Es práctico.
- f. Es fácil de manejar.
- g. Es estable.
- h. Es interesante.

2. El tipo de letra en el material:

- e. Es fácil de leer.
- f. Establece un orden para la lectura.
- g. Llama la atención.
- h. Es difícil de leer.

3. ¿Qué aspecto del material llama más su atención?

- e. El texto.
- f. La fotografía
- g. El color.
- h. El formato.

4. Al observar la fotografía del material, usted pensó que se trataba de:

- a. Valores Morales.
- b. Derechos Humanos.
- c. Solidaridad con el Cáncer de Mama.
- d. Prevención de enfermedades.

5. Las fotografías utilizadas en el material son:

- e. Impactantes.
- f. Reflexivas.
- g. Sarcásticas.
- h. Aburridas.

6. El mensaje del material:

- e. Es sarcástico.
- f. Es informativo.
- g. Es reflexivo.
- h. Es analítico.

7. Los colores utilizados en el material le dan la sensación de:

- a. Tranquilidad.
- b. Feminidad.
- c. Dinamismo.
- d. Alegría.

8. El contenido del material:

- e. Es interesante.

- f. Es aburrido.
- g. Es reflexivo.
- h. Es indiferente.

9. El material:

- e. Logra captar su atención.
- f. Logra crear indiferencia.
- g. Logra crear interés.
- h. Logra crear reflexión.

OBSERVACIONES: _____

¡Muchas gracias!

ANEXO 2 / Tabulación de Resultados de Instrumento de Validación para Grupo Objetivo.

VALIDACIÓN GRUPO OBJETIVO

Buen día. Soy estudiante de Diseño Gráfico y agradecería mucho unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

INSTRUCCIONES: Observe el material que se le proporcionara y en base a éste marque con una "X" la opción que corresponda a su respuesta.

1. El formato del material:

- | | |
|-------------------------|---|
| a. Es práctico. | 4 |
| b. Es fácil de manejar. | 1 |
| c. Es estable. | |
| d. Es interesante. | 1 |

2. El tipo de letra en el material:

- | | |
|--|---|
| a. Es fácil de leer. | 6 |
| b. Establece un orden para la lectura. | |
| c. Llama la atención. | |
| d. Es difícil de leer. | |

3. ¿Qué aspecto del material llama más su atención?

- a. El texto.
- b. La fotografía 5
- c. El color. 1
- d. El formato.

4. Al observar la fotografía del material, usted pensó que se trataba de:

- a. Valores Morales.
- b. Derechos Humanos.
- c. Solidaridad con el Cáncer de Mama. 6
- d. Prevención de enfermedades.

5. Las fotografías utilizadas en el material son:

- a. Impactantes.
- b. Reflexivas. 6
- c. Sarcásticas.
- d. Aburridas.

6. El mensaje del material:

- a. Es sarcástico.
- b. Es informativo. 3
- c. Es reflexivo. 3
- d. Es analítico.

7. Los colores utilizados en el material le dan la sensación de:

- a. Tranquilidad.
- b. Feminidad. 6
- c. Dinamismo.
- d. Alegría.

8. El contenido del material:

- a. Es interesante.
- b. Es aburrido.
- c. Es reflexivo. 6
- d. Es indiferente.

9. El material:

- a. Logra captar su atención. 1
- b. Logra crear indiferencia.
- c. Logra crear interés. 1
- d. Logra crear reflexión. 4

OBSERVACIONES: _____

ANEXO 3/ Instrumento para validación del Colgador dirigido a Diseñadores Gráficos.

VALIDACIÓN DISEÑADORES GRÁFICOS

Buen día. Soy estudiante de Diseño Gráfico y agradecería mucho unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

NECESIDAD

Las mujeres guatemaltecas entre 20 y 45 años, desconocen que la Liga Nacional Contra el Cáncer quiere solidarizarse con ellas, brindándoles apoyo para la prevención y factores de Riesgos del Cáncer de Mama y promoviendo la importancia de realizarse la autoexploración y los exámenes clínicos para detectar a tiempo esta enfermedad.

OBJETIVO

Diseñar material informativo que dé a conocer la solidaridad que tiene la Liga Nacional Contra el Cáncer, para promover la importancia de la prevención del cáncer de mama, los factores de riesgo, la autoexploración y los exámenes clínicos, a las mujeres guatemaltecas entre los 20 y 45 años.

CONCEPTO: Construyendo camelias de acero.

INSTRUCCIONES: Observe el material que se le proporcionara y en base a éste marque con una "X" la opción que corresponda a su respuesta.

1. El formato del material expresa:

- e. Elegancia.
- f. Estabilidad. 4
- g. Dinamismo.
- h. Energía.

2. El tipo de letra utilizado transmite:

- e. Confianza y geometría. 1
- f. Modernidad y seguridad.
- g. Dinamismo y seguridad. 1
- h. Estabilidad y elegancia. 2

3. ¿Qué elemento resalta más en el material?

- e. El texto.
- f. La imagen. 4
- g. El color.
- h. El tipo de soporte en el que esté impreso.

4. Los colores utilizados en el material expresan:

- e. Feminidad. 4
- f. Delicadeza.
- g. Sobriedad.
- h. Estabilidad.

5. Las imágenes utilizadas en el material transmiten:

- e. Impacto.
- f. Reflexión. 2
- g. Sarcasmo.
- h. Realidad. 2

6. La retícula utilizada en el material expresa:

- e. Dinamismo 3
- f. Estabilidad
- g. Seguridad 1
- h. Simetría

7. La retícula en el material:

- e. Logra llamar la atención. 2
- f. Es simétrica.
- g. Establece jerarquías visuales. 2
- h. Apoya el concepto de diseño.

8. La tipografía utilizada en el material:

- e. Posee buena legibilidad. 2
- f. Apoya el concepto de diseño.
- g. Establece jerarquías visuales. 2
- h. Logra captar la atención el público.

9. Los elementos gráficos expresan:

- e. Modernidad.
- f. Estabilidad 1
- g. Dinamismo. 3
- h. Sobriedad.

ANEXO 4 / Cotizaciones para Presupuesto de Impresión

COTIZACIÓN IMPRESOS COMPUTARIZADOS



- 12 Avenida 0-36, Zona 11
- Tels.: (502) 2471-0168, 2472-2614
- Fax: (502) 2472-1853
- Guatemala, Guatemala, C. A.

COTIZACION

No. 023-04 - 2009

	DIA	MESES	AÑO
Guatemala,	24	abril	2009

Señores:
LIGA NACIONAL CONTRA EL CANCER
tel fax

Atencion:
KAREN URIZAR

Estimados Señores: según su requerimiento le cotizamos de la siguiente manera:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNIT.	VALOR
1.000	AFICHES, 8.50 X 14 TEXCOTE MAULE C-12 MAS U.V.	1.25	Q. 1,250.00
1.000	STICKER, 9 X 15, ADHESIVO	1.97	1,975.00
1.000	BIFOLIARES, TIRO Y RETIRO, DOBLADOS, PERFORADOS, CON LISTON	1.20	1,200.00
1.000	CALENDARIOS BASE TEXCOTE MAULE C-12 SISADOS Y PEDADOS 5.25 X 12 HOJAS 12 IMPRESAS SOLO TIRO, EN PAPEL COUCHE 100 GRAMOS CON ESPIRAL METALICO	3.425	3,425.00
1.000	COLGADORES PIOCAPORTES 5X8 IMPRESOS SOBvre HUSKY COVER C-12	1.00	1,000.00

Los precios anteriores incluyen el IVA.

VALOR TOTAL Q. 8,850.00

Firma de Aprobación

Atentamente

ALARICK CELADA celular 5510-6919

alarick@impresoscomputarizados.com
alarick28impresos@gmail.com

COTIZACIÓN CASA GRÁFICA



CASA GRÁFICA
 3a. Calle 11-22, Zona 15, Col. Tecún Umán
 01015 Guatemala, Centro América
 Tel/Fax: 2369-3164
 www.micasagrafica.com

COTIZACIÓN	
No. 81/09	SERIE E
Fecha:	27/04/2009
Vendedor:	Miriam de Abadia

Nombre:	LIGA CONTRA EL CANCER		
Dirección:	CIUDAD	Tel:	5721-7326
Atención:	Karen Urizar	E-mail:	

Los precios aquí estipulados tendrán una validez de 15 días. Precio con IVA incluido. Las condiciones de pago son las siguientes:
50% anticipo y 50% contra entrega Todo trabajo será entregado A convenir hábiles DESPUES DE AUTORIZADOS LOS ARTES.

Cantidad	Descripción del Trabajo	Precio unitario	Precio Total
1000	Afiche, impresos a dos colores, tamaño 8.5" x 14", en textcote 12 con barniz UV.	Q. 1.875	Q. 1875.00
1000	Sticker, impresos a dos colores, tamaño 9" x 15", en papel autoadhesivo.	Q. 2.53	Q. 2530.00
1000	Bifoliar, impresos a dos colores en papel couché, tamaño carta, doblado.	Q. 0.96	Q. 960.00
1000	Calendarios: Consta de 10 hojas, impresas a dos colores, sobre papel couché 100, tamaño 5 1/4 x 3 Bse de Calendario, tamaño 5 1/4" x 12, sobre textcote, con espiral.	Q. 2.10	Q. 2,100.00
1000	Colgador (picaporte) tamaño 5 x 10", impreso de ambos lados a dos colores, sobre textcote calibre 12.	Q. 1.370	Q. 1,370.00
<small>Nota: Por producción la cantidad a entregar del trabajo puede variar un +/- 10%</small>		Total Q.	

POR ESTE MEDIO AUTORIZO LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO BAJO LAS INDICACIONES Y PRECIOS ESTABLECIDOS EN LA PRESENTE COTIZACIÓN.

NO SE ELABORAN ARTES SIN AUTORIZACIÓN FIRMADA DE ESTA COTIZACIÓN.
 FAVOR ENVIARLA AUTORIZADA DE VUELTA VIA FAX

 Firma Autorizada Cliente

 Fecha:

Afiches, Trifoliales, Carpetas, Papel Membretado, Facturas, Envíos, Volantes, Etiquetas Autoadhesivas, etc.

COTIZACIÓN IMPRENTA Y OFFSET ESCOBEDO

Enviados

Eliminados (11)

bb

Katia Urizar

Katya Gutiérrez

[Administrar carpetas](#)

Lugares relacionados

Hoy

Lista de contactos

Calendario

[conéctate con tus amigos](#)

[Privacidad >](#)

Verdana 10

Date: Thu, 23 Apr 2009 15:07:33 -0700
From: imprentaescobedo@yahoo.com
Subject: Re: COTIZACIÓN MATERIAL PARA LIGA CONTRA EL CÁNCER
To: karenurizar@hotmail.com

Karen, recibí la solicitud y las muestras, gracias.
A continuación le adjunto los precios para cada uno de los materiales. De todos los materiales se cotizó para 1000 ejemplares a dos tintas. Me cuenta qué le parece la cotización.
Saludos.

Otto Escobedo
Cel: 55112691

Cartel: Q. 1,575.00
Calendario: Q. 3,150.00
Separador: Q. 1,025.00
Sticker: Q. 2,300.00
Colgador: Q. 1,300.00