



**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

“DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN  
CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30  
AÑOS DE EDAD QUE SE RELACIONAN CON LA FUNDACION. FUNDACIÓN AMIGOS  
CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017”

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Guatemala, CA.

**ELABORADO POR**

Leslie Anaité Marroquín Meléndez  
No. de Carné 13001132

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, 2017

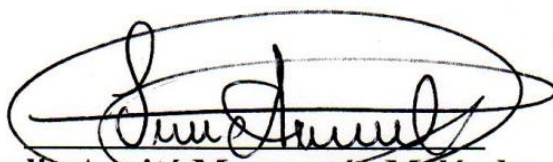
Guatemala 12 de diciembre de 2016

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

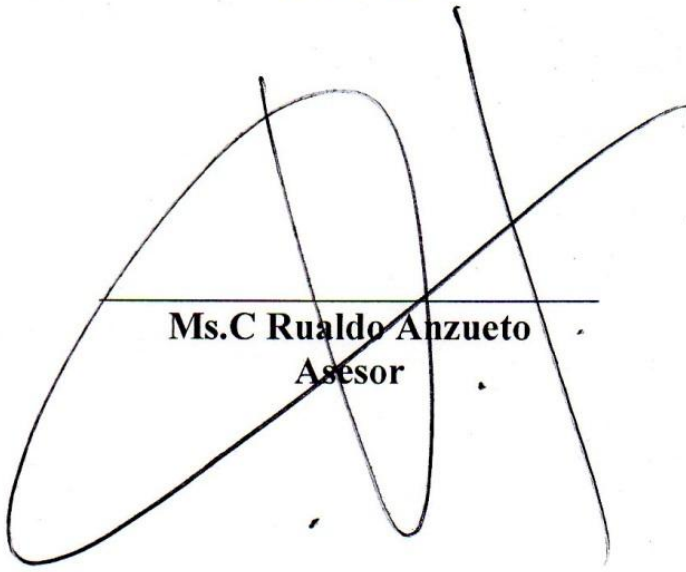
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE SE RELACIONAN CON LA FUNDACIÓN. FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

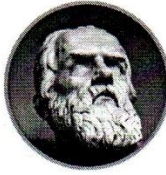
Atentamente,



**Leslie Anaité Marroquín Meléndez**  
13001132



**Ms.C Rualdo Anzueto**  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 06 de enero de 2017

**Señorita:**  
**Leslie Anaité Marroquín Meléndez**  
**Presente**

Estimada Señorita Marroquín:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE SE RELACIONAN CON LA FUNDACIÓN. FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Así mismo, se aprueba al Lic. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

*[Faint handwritten notes and a signature in the bottom left corner.]*



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 09 de enero de 2017

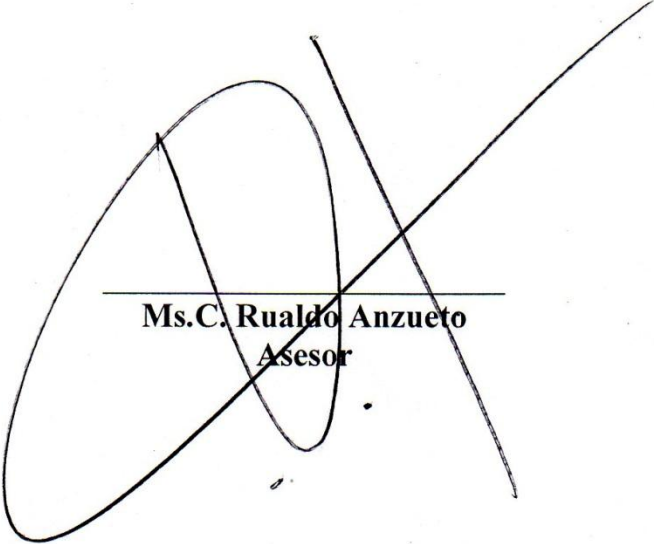
**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE SE RELACIONAN CON LA FUNDACIÓN. FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por la estudiante: Leslie Anaité Marroquín Meléndez, con número de carné: 13001132, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

  
Ms.C. Rualdo Anzueto  
Asesor





**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 01 de febrero de 2017

**Señorita  
Leslie Anaité Marroquín Meléndez  
Presente**

Estimada Señorita Marroquín:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler  
Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 21 de febrero de 2017.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

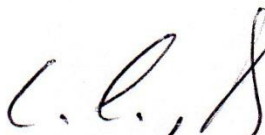
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE SE RELACIONAN CON LA FUNDACIÓN. FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017***, de la estudiante Leslie Anaité Marroquín Meléndez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 27 de febrero de 2017

**Señorita:**  
**Leslie Anaité Marroquín Meléndez**  
**Presente**

Estimada Señorita Marroquín:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE SE RELACIONAN CON LA FUNDACIÓN. FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por la estudiante: Leslie Anaité Marroquín Meléndez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

**Autoridades:**

Rector.

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Vicerrectora General.

Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrector Administrativo.

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Secretario General.

Lic. Jorge Retolaza.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Leizer Kachler.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Rualdo Anzueto Ms.C.



## Dedicatoria

Pongo en primer lugar a Dios por la sabiduría y gracia que me brindo a lo largo de este camino guiando mis pasos para alcanzar esta meta en mi vida profesional.

A mis padres y abuela, por todo su apoyo, oraciones y motivación, así como por la ayuda económica que me brindaron para culminar mis estudios. Gracias.

A mi madre, especialmente por formar parte importante en mi vida. Gracias por los buenos momentos que hemos pasado juntas, por su gran amistad y cariño. Gracias por creer en mí, por su apoyo incondicional, consejos y aliento para seguir adelante.

A toda mi familia, que de una u otra manera me apoyó, ayudó a seguir adelante y creyó en mí. Gracias por su cariño incondicional en toda mi vida.

## Resumen

La Fundación Amigos Contra el Cáncer carece del diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad. Por lo que se planteó diseñar una presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por mujeres de 18 a 30 años de edad y expertos en el área de comunicación y diseño, así como doctores especializados en oncología.

El resultado obtenido fue que se logró diseñar una presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama, a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad y se recomendó que la presentación sea impartida a un grupo amplio de mujeres. La proyección del material se debe proyectar en un salón donde no entre mucha luz y con cañonera para su amplia visualización y así lograr una comunicación social masiva adecuada.

Respetar el diseño de la presentación, al guardar siempre la unidad de diagramación del diseño, sin alterar o cambiar colores. Si se quieren agregar más diapositivas utilizar, el diseño de la retícula, así como conservar el diseño de las ilustraciones para no perder la unidad.

Para efectos legales únicamente la autora, Leslie Anaité Marroquín Meléndez, es responsable del contenido de este proyecto.

## Índice

1.1 Introducción .....	1
Capítulo II: Problemática.	
2.1 Contexto .....	3
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño .....	5
2.3 Justificación .....	5
2.3.1 Magnitud .....	5
2.3.2 Vulnerabilidad .....	6
2.3.3 Trascendencia .....	6
2.3.4 Factibilidad .....	7
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	7
2.3.4.2 Recursos Organizacionales .....	7
2.3.4.3 Recursos Económicos .....	7
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos .....	8
Capítulo III: Objetivos de diseño.	
3.1 El objetivo general .....	10
3.2 El objetivo específico .....	10
Capítulo IV: Marco de referencia	
4.1 Información general del cliente .....	12
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	
5.1 Perfil geográfico .....	22
5.2 Perfil demográfico .....	22



5.3 Perfil psicográfico .....	23
5.4 Perfil conductual .....	23
Capítulo VI: Marco teórico	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio .....	25
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño .....	31
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias .....	48
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico .....	62
7.2.1 Método .....	68
7.2.2 Definición del concepto .....	72
7.3. Bocetaje .....	73
7.4 Propuesta preliminar .....	98
Capítulo VIII: Validación técnica	
8.1 Población y muestreo .....	135
8.2 Método e instrumentos .....	136
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	141
8.4 Cambios en base a los resultados .....	157
Capítulo IX: Propuesta gráfica final .....	
180	
Capítulo X: Producción, reproducción, distribución y margen de utilidad	
10.1 Plan de costos de elaboración .....	221
10.2 Plan de costos de producción .....	221
10.3 Plan de costos de reproducción .....	222
10.4 Plan de costos de distribución .....	222

10.5 Margen de utilidad .....	222
10.6 Cuadro resumen .....	223
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
11.1 Conclusiones .....	225
11.2 Recomendaciones .....	226
Capítulo XII: Conocimiento general .....	228
Capítulo XIII: Referencias .....	230
Capítulo XIV: Anexos .....	239



# Capítulo I

## Introducción

## Capítulo I

### 1.1 Introducción

FUNDECÁN es una fundación no lucrativa, de servicio social, eminentemente benéfico e independiente, que divulga las formas de detección temprana del cáncer de seno en la mujer, brindando cirugías, radioterapia, quimio terapias preventivas y curativas. La fundación no cuenta con un diseño de presentación digital que le ayude a impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama, por lo que se determinó desarrollar el “Diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 a 30 años de edad que se relacionan con la fundación”

El proyecto tiene como finalidad educar a un grupo amplio de mujeres a través del diseño de una presentación digital que servirá como apoyo para brindar charlas informativas para la prevención del cáncer de mama.

Se aplicará en la metodología la técnica creada por Charles S. Whiting, llamada “Relaciones forzadas”, que consiste en definir un objetivo al crear un listado de ideas para cada una y al conectar o cruzar al azar diversos aspectos de varios bloques que provocan conexiones que generan ideas muy inusuales. La aplicación de este método contribuirá a la utilización de técnicas y parámetros del diseño, útiles para la elaboración del proyecto.

Se concluyó que, gracias a la investigación y recopilación de información adecuada, se pudo informar correctamente acerca de todos los temas que abarca la prevención del cáncer de mama. También se lograron ilustrar elementos gráficos e iconos para todo el contenido de la presentación obteniendo un diseño atractivo y dinámico para el grupo objetivo.





# Capítulo II

## Problemática

## Capítulo II: Problemática

Fundación Amigos contra el Cáncer no cuenta con un diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama.

Por lo que se determinó el diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad que se relacionan con la fundación.

### 2.1 Contexto:

FUNDECÁN actualmente no cuenta con un equipo de comunicación y diseño gráfico, ya que toda la ayuda que recibe la fundación es voluntaria. Para acercarse a la fundación se realizó una investigación de segunda mano por medio de facebook, ya que FUNDECÁN posee bastante actividad por esta red social.

Al investigar se encontraron algunas necesidades de comunicación y diseño en la página de la fundación, entre las que se pudo observar que la mayoría de las personas no está informada que la fundación cuenta con un programa de donación de cabello, también requerían de material para impartir charlas de prevención.

Se contactó con la fundación y se programó la primera cita con la licenciada Isabel Herbruger y Verónica Toj.

El día de la cita se platicó acerca de la situación de FUNDECÁN. Actualmente no cuenta con ningún diseñador gráfico en la fundación, por lo que carecen de material adecuado para dar a conocer la fundación, sus programas, y el material necesario para impartir charlas de prevención, lo único con lo que informan y cuentan es la página de facebook.

En la reunión se plantearon varias propuestas que se podrían llevar a cabo en la fundación, ya que de primera estancia la fundación pretendía que se ayudara con la campaña de

donación de pelo que se llevaría a cabo en junio, pero se fue claro en que se necesitaban 9 meses para la realización del proyecto de graduación.

Se dieron varias propuestas como material digital informativo, acerca de la donación de cabello, material digital informativo sobre la fundación, material que promueva la donación de cabello y un manual de capacitación sobre el cáncer de mama. Finalmente dichas propuestas se discutieron entre el comité ejecutivo y se decidió que se trabajaría una presentación digital para impartir charlas preventivas, ya que es un material muy importante con el que la fundación no cuenta.

Definiendo que la presentación sería para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama en mujeres jóvenes, siendo uno de sus principales objetivos de la fundación alertar y divulgar formas de detección temprana de la enfermedad en torno a la mujer.

Por lo que en la última reunión se acordó que la propuesta a realizar sería una presentación digital para impartir charlas de prevención, principalmente a las mujeres jóvenes de 18 a 30 años de edad, ya que en esta etapa se puede lograr una alerta temprana contra el cáncer y prevenirlo a tiempo, al lograr la educación correcta y medidas necesarias contra la enfermedad.

La presentación será una material visualmente agradable y conciso para al espectador, también debe contener un mensaje claro para llegar a educar al grupo objetivo de forma adecuada. Este proyecto permitirá que FUNDECÁN cumpla el objetivo de informar correctamente sobre el cáncer de mama y las medidas de prevención que se deben tomar antes de caer en la enfermedad y lograr mujeres capacitadas en el tema para que se detecte antes de tiempo.

## 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño:

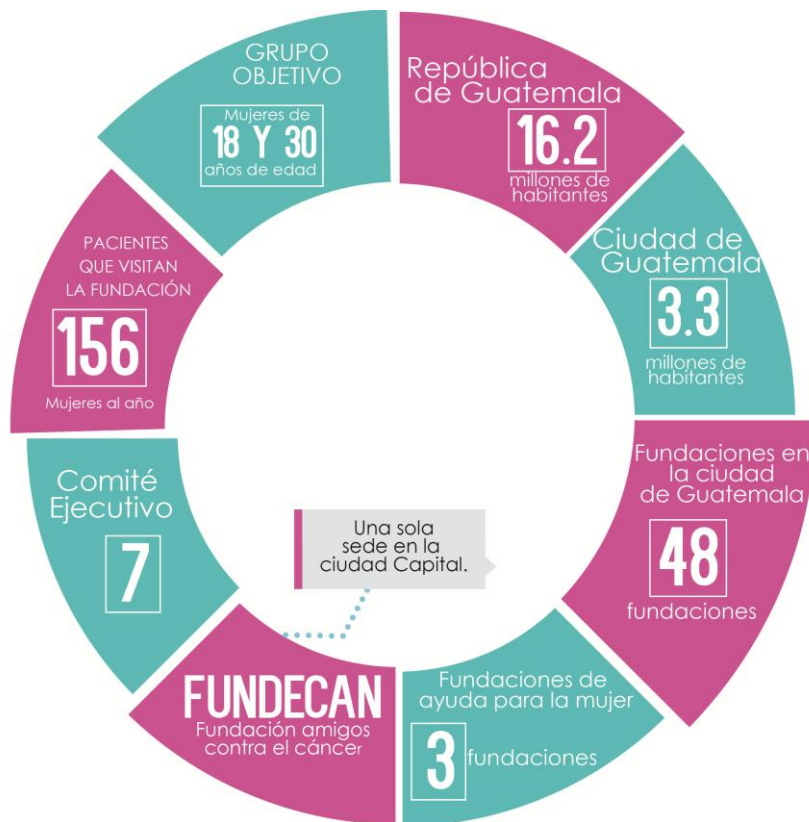
La Fundación Amigos contra el Cáncer carece del diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad que se relacionan con la fundación.

## 2.3 Justificación:

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador. Se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

a) magnitud; b) trascendencia; y) vulnerabilidad; c) factibilidad.

### 2.3.1 Magnitud:



Según los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadística – INE, Guatemala cuenta con una población de 16, 176,133 de habitantes, están divididos en 7, 903,664 hombres y 8, 272,469 mujeres. Dentro de la ciudad capital habitan 3, 353,952 de habitantes.

Existen 48 fundaciones no lucrativas en la ciudad de Guatemala que se dedican a diferentes tipos de ayuda social; tanto en niños; jóvenes; mujeres; hombres y ancianos. Las fundaciones que específicamente brindan ayuda a la mujer son 3: Fundación Sobrevivientes, Fundación Guatemala y Fundación Progresar. Actualmente FUNDECÁN es la única dedicada a impartir apoyo económico y psicológico contra el cáncer de mama en la mujer, junto con la búsqueda de la prevención.

La fundación dispone de un total de 7 personas en el comité ejecutivo sin incluir a todo el voluntariado que se une a la causa. Actualmente FUNDECÁN recibe anualmente 156 mujeres pacientes y en el año 2015 se cuenta con 39 pacientes, ya en procedimiento de tratamiento.

#### 2.3.2 Vulnerabilidad:

Al no contar con el diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad, impide que la fundación Amigos contra el Cáncer cumpla su objetivo de informar correctamente a la mujer sobre el cáncer y las medidas de prevención que debe tomar antes de caer en la enfermedad.

Por lo que en este proyecto se busca orientar y apoyar correctamente a la mujer joven, de igual forma se espera que se logre una correcta educación a través de una comunicación unilateral correcta; así como que sea visualmente agradable al grupo objetivo.

#### 2.3.2 Trascendencia:

Al contar con el diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad, permitirá que la fundación Amigos contra el Cáncer cumpla su objetivo de informar correctamente sobre el cáncer y las medidas de prevención que se deben tomar antes de caer en la enfermedad y lograr que el grupo objetivo capacitado en el tema se detecte antes de tiempo.

#### 2.3.4 Factibilidad:

El proyecto diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad, sí es factible, ya que cuenta con todo el apoyo del comité ejecutivo de la fundación.

FUNDECÁN cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo la presentación digital, este proyecto es viable.

##### 2.3.4.1 Recursos Humanos:

La Fundación Amigos contra el Cáncer cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de los demás recursos, lo que da la posibilidad de desarrollar las funciones que desempeñan dentro de la fundación.

##### 2.3.4.2 Recursos Organizacionales:

La Fundación Amigos contra el Cáncer está dispuesta a impartir todo el apoyo en el desarrollo del proyecto, brindando toda la información necesaria de la fundación para llevar a cabo este proyecto hasta la culminación del mismo.

##### 2.3.4.3 Recursos Económicos:

La Fundación Amigos contra el Cáncer es una fundación no lucrativa, los recursos con los que cuenta son por medio de donaciones, patrocinios o voluntariado que prestan las personas, por esto mismo la presentación será digital, ya que se les presentará a un grupo extenso de mujeres que serán capacitadas y no se necesitará de recursos económicos para llevarse a cabo.

#### 2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:

La Fundación Amigos contra el Cáncer cuenta con el equipo y las herramientas necesarias para transmitir visualmente la presentación digital de prevención a un grupo amplio de mujeres que serán capacitadas. De esta manera se logrará proyectar el resultado del proyecto de graduación; para llevar a cabo el diseño de la presentación digital se necesitará una Laptop Toshiba Qosmio X505.



# Capítulo III

## Objetivos de Diseño



## Capítulo III – Objetivos del diseño

### 3.1 Objetivo General:

Diseñar una presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad que se relacionan con la fundación.

### 3.2 Objetivos Específicos:

3.2.1 Investigar, a través de referencias bibliográficas, el contenido gráfico e información que debe contener una presentación digital para impartir una educación adecuada referente a la prevención del cáncer de mama para el grupo objetivo.

3.2.2 Recopilar información acerca de las medidas de prevención del cáncer de mama, para conocer a fondo la enfermedad y todos los factores importantes que se deben tomar en cuenta para las mujeres de 18 a 30 años de edad.

3.2.3 Ilustrar a través de elementos gráficos e iconos el contenido de la presentación digital para lograr un diseño visualmente estético y dinámico para el grupo objetivo.



# Capítulo IV

Marco de Referencia

## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información General del cliente

Fundación dedicada a ayudar con radioterapias a mujeres de escasos recursos con cáncer de mama.

Nombre de la empresa: Fundación Amigos contra el Cáncer. FUNDECÁN

Dirección: Carretera Roosevelt Km 14.5, 4-15 zona 3 de Mixco Colonia Cotio

Email: fundecanoficina@gmail.com

Tel: 2250-3299

Contacto: Licda. Isabel Herbruger y Verónica Toj

Pagina web: [www.fundecan.org](http://www.fundecan.org)

Redes sociales: Fundecán

### 4.2 Antecedentes

FUNDECÁN (Fundación Amigos contra el Cáncer) nació en el año 2010 por un deseo de proveer esperanza, alivio, consuelo y salud a pacientes con cáncer de mama y cérvix, en su mayoría madres de familia con dependientes, menores de edad.

Es una fundación no lucrativa, de servicio social, constituida por un grupo de mujeres y hombres que voluntariamente con amor y esfuerzo se dedican a facilitar a las mujeres de escasos recursos, los medios necesarios para detectar y prevenir el cáncer.

FUNDECÁN es una institución eminentemente benéfica e independiente, que divulga las formas de detección temprana de la enfermedad, brindando cirugías, radioterapia, quimio terapias preventivas y curativas.

El propósito de la fundación es recaudar fondos y financiar tratamientos de cáncer, para mujeres de escasos recursos que necesitan ser tratadas de cáncer de mama. Los logros han sido

sorprendentes. Del año 2011 al 2014 se pudo impartir ayuda en tratamientos de quimioterapia y radioterapia a 156 pacientes. En lo que va del 2015 se cuenta con 39 pacientes ya en sus tratamientos. El objetivo es llegar a más personas, ya que la lista de espera los supera.

FUNDECÁN trabaja de la mano con el INCAN y el Hospital General San Juan de Dios, brindando la ayuda para los tratamientos a las pacientes que les son referidas por dichas instituciones. Un ciclo de 25 sesiones de radioterapia cuesta alrededor de 13 mil quinientos quetzales; una sesión de quimioterapia puede valer entre 2 mil quinientos y 10 mil quetzales, y generalmente se requieren de 4 a 6 sesiones por paciente.

La enfermedad deja profundas secuelas físicas, emocionales, psíquicas, familiares, sentimentales, laborales y financieras por lo que los tratamientos, para que sean completos, deben ser físicos y psíquicos y así incorporar a las personas a su vida cotidiana, laboral y familiar.

Las medicinas para la quimioterapia son de las más caras y escasas del mercado. Los laboratorios farmacéuticos que producen los medicamentos oncológicos los dan a muy alto precio porque son producto de una investigación profunda. Por lo mismo FUNDECÁN provee ayuda económica y grupos de apoyo, los que ayudan a las pacientes a sobrellevar la enfermedad.

Durante el año se llevan a cabo varias actividades de recaudación de fondos, ya establecidas, como la Cena de Gala y la Carrera 10K, y se han llevado a cabo otras más pequeñas, muchas de estas son iniciativas de personas que quieren colaborar con el proyecto.

Consideramos que la labor más importante que tenemos entre manos es la de la información y la prevención. La satisfacción de tener la oportunidad de ayudar a salvar la vida de una mujer que lo necesita, no tiene precio.

#### 4.3 Oportunidad identificada

Se observó la necesidad del diseño de presentación digital para prevenir el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad.

#### 4.4 Misión

Llenar el vacío existente en nuestro país para ayudar a las mujeres de escasos recursos en la prevención y cura del mal silencioso del cáncer de mama a través de información, educación y donaciones.

#### 4.5 Visión

Disminuir la mortalidad, al prevenir y brindar apoyo para tratar el cáncer de mama en mujeres de escasos recursos de Guatemala, con la ayuda de alianzas estratégicas locales e internacionales.

#### 4.6 Nuestros Clientes:

Toda mujer de escasos recursos con necesidad de recibir apoyo para tratar el cáncer de mama.

#### 4.7 Objetivo

Brindar apoyo económico a la mujer de escasos recursos para que pueda solventar los largos y costosos tratamientos que implica la enfermedad.

#### 4.8 Objetivos estratégicos

Promover la formación y educación de las mujeres, a fin de prevenir el cáncer de mama, al promover el conocimiento y la investigación en los campos estratégicos de acción.

Lograr un sistema de administración y finanzas que permita la eficiente y eficaz gestión de las operaciones de la fundación.

Lograr un nivel constante de crecimiento en las operaciones de la fundación.

#### 4.9 Áreas de acción

Educación

Publicidad

Recaudación

Tratamientos

#### 4.10 Valores

Mística de trabajo, lealtad, consenso, solidaridad, éticos, dinámicos, amistad, comunicación, productivos, respeto, sinceridad, responsabilidad, disciplina, puntualidad y trabajo en equipo.

#### 4.11 Ancla de la fundación

Esperanza de vida, por un acto de amor

#### 4.12 Delimitación Geográfica

Guatemala, ciudad de Guatemala

#### 4.13 Grupo objetivo

Mujeres de 18 y 30 años de edad de nivel socioeconómico C y C-.

#### 4.14 Principal beneficio del Grupo objetivo

Por medio de las charlas que se impartirán acerca de la prevención del cáncer de mama se logrará mujeres informadas y educadas en el tema al enseñarles cómo tomar las medidas de prevención adecuadas para que detecten antes de tiempo el cáncer.

#### 4.15 Posicionamiento

Fundación donde toda mujer de bajos recursos pueda acudir, apoyarse buscando ayuda económica.

#### 4.16 Factores de diferenciación

- Donación de pelucas con pelo virgen a las mujeres afectadas por el cáncer de mamá,
- Provee ayuda económica y grupos de apoyo, los que ayudan a las pacientes a sobrellevar la enfermedad.
- Brinda cirugías, radioterapia, quimio terapias preventivas y curativas.
- Campaña “Donación de al pelo” para las personas con cáncer de mama.

#### 4.17 Objetivo de Mercadeo

La aportación de una herramienta digital (presentación digital) que será enfocado a mujeres jóvenes de 18 a 30 años de edad, para que se lleve a cabo una educación preventiva adecuada siendo de ayuda contra el cáncer de mama.

#### 4.18 Objetivo de Comunicación

Que la fundación Amigos contra el Cáncer pueda impartir las charlas adecuadamente al grupo objetivo a través de la presentación digital al impartir educación preventiva contra el cáncer de mama.

#### 4.19 Mensajes claves a comunicar

Fundación Amigos contra el Cáncer, donación de cabello, ¿Que es el cáncer de mama?, tipos de cáncer, factores, síntomas, autoexamen, prevención, medidas necesaria, detección temprana, estilo de vida y alimentación.

#### 4.20 Estrategia de comunicación

Diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad.

#### 4.21 Reto del diseño y trascendencia

Al contar con el diseño de presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad, permitirá que la fundación Amigos contra el Cáncer cumpla su objetivo de informar correctamente sobre el cáncer y las medidas de prevención que se deben tomar antes de caer en la enfermedad y lograr al grupo objetivo capacitado en el tema para que se detecte antes de tiempo.

#### 4.22 Materiales a realizar

Presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama.

#### 4.23 Presupuesto

Será basado en la entrega de un CD que contenga la presentación digital.

### 5. Datos del Imagotipo



#### 5.1 Forma:

El imagotipo de FUNDECÁN cuenta con la diagramación de los lazos que representan el cáncer en la mujer, un lazo diagramado de lado derecho color rosado y el celeste diagramado de lado izquierdo. La tipografía se colocó en la parte inferior del Isotipo junto con el nombre completo de la fundación.



## 5.2 Colores:

Celeste, celeste claro, Rosado, rosado claro y Azul oscuro.

#25A8E0	#8BD6F3	#EA599E	#FAD3E1	#29398E
C 70.66%	C 40.83%	C 1.7%	C 0%	C 100%
M 15.89%	M 0.36%	M 80.13%	M 20.68%	M 93.95%
Y 0.03%	Y 1.26%	Y 1.12%	Y 0.96%	Y 6.18%
K 0%	K 0%	K 0%	K 0%	K 0.69%
R 37	R 139	R 233	R 250	R 41
G 168	G 214	G 89	G 211	G 57
B 224	B 243	B 158	B 225	B 142

## 5.3 Tipografía:

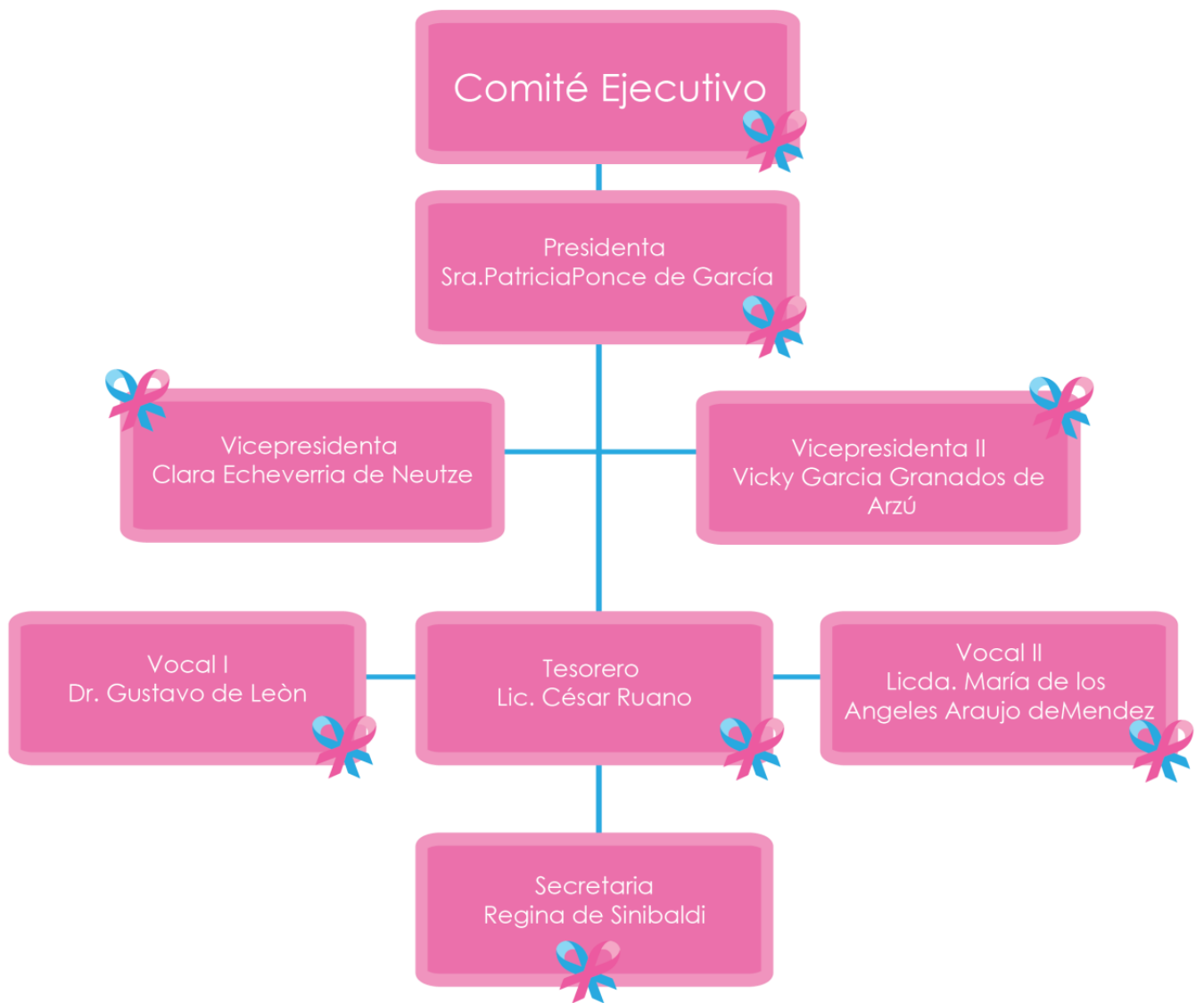
Tipografía Journal para Fundecán

A B C D E F J H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W  
X Y Z  
a b c d e f j h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

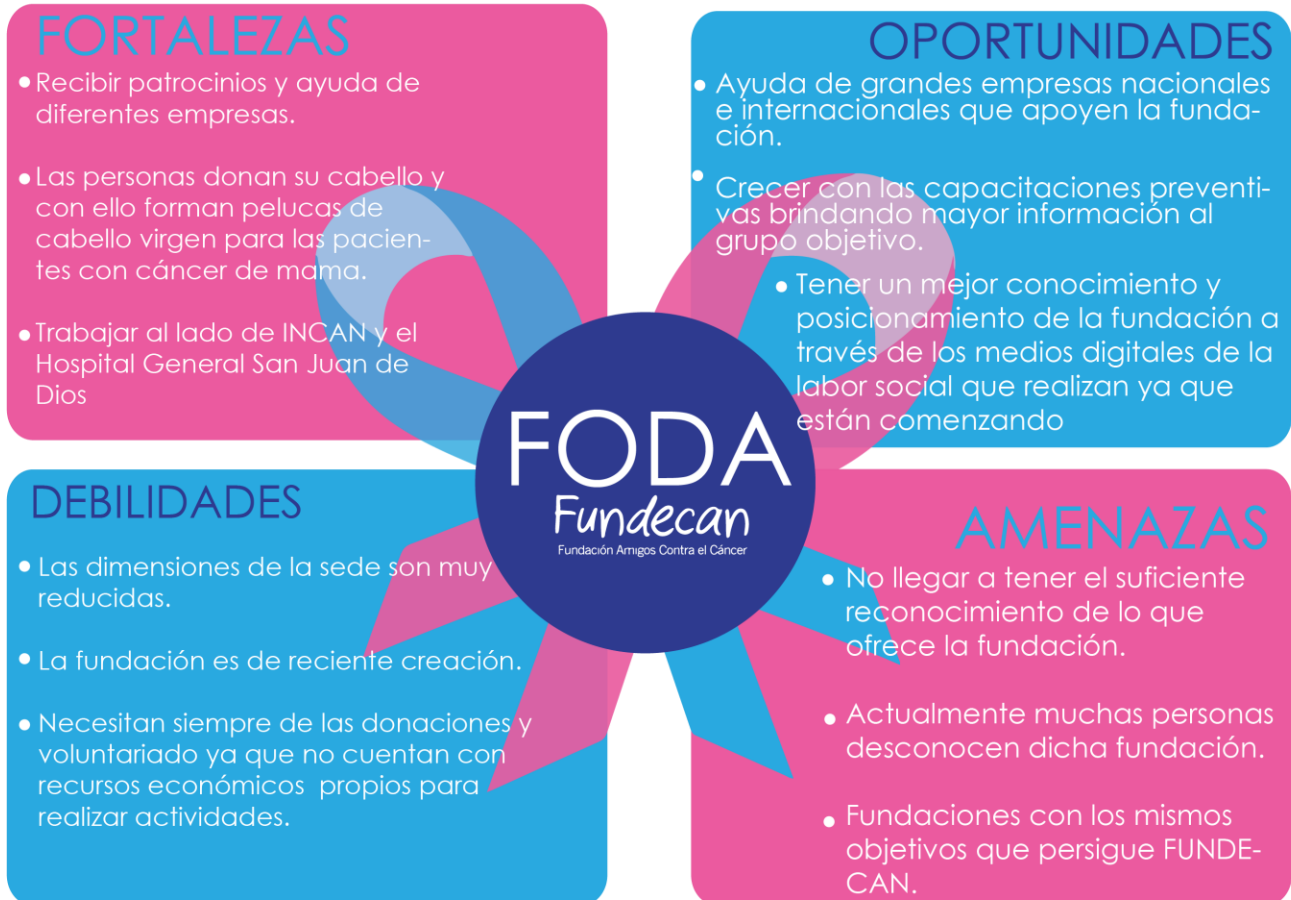
Tipografía Arial para Fundación amigos contra el cáncer

A B C D E F J H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f j h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

## 6. Organigrama



## 7. FODA





# Capítulo V

Definición del Grupo Objetivo

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo son mujeres que residen en la ciudad de Guatemala, en el rango de 18 a 30 años de edad, con nivel socioeconómico C y C-. Buscan una forma de educación preventiva adecuada para prevenir el cáncer de mama.

### 5.1 Perfil geográfico:

El grupo objetivo se encuentra situado en la ciudad de Guatemala, ubicado en la región metropolitana del país. El tamaño del área es de 108,889 km<sup>2</sup> y el de la ciudad es de 996km<sup>2</sup>, está ubicado a 1,500 metros de altitud, 14° 37' 15 " N de latitud y 90° 31' 36 " O de latitud. Guatemala cuenta con un total de 16.2 millones de habitantes y clima templado. El Instituto Nacional de Estadística y su proyección realizada para el periodo 2008–2020 muestra que en 2015, la población femenina es de 8, 272,469 (INE, 2002).

### 5.2 Perfil demográfico:

Edad: 18 a 30 años de edad

Género: Femenino

El nivel socioeconómico C y C- con ingresos superiores a los Q.12.000 hasta un mínimo de Q.8.000 mil mensuales, cuentan con un nivel de educación superior, licenciatura o media completa; son ejecutivos, comerciantes, vendedores o dependiente. Poseen casa o departamento rentado o financiado de 1 a 2 recamaras, 1 a 2 baños, sala, garaje para dos vehículos o sala. No cuentan con otras propiedades y el personal de servicios es contratado por día eventual o solamente eventual.

Son madres con hijos menores en colegios privados o escuelas y mayores en U estatal. Poseen un auto compacto de 4 a 5 hasta 8 a 10 años sin seguro. Entre los bienes que disfrutan está un teléfono de 1 a 2 celulares, cable, radio, 1 a 2 TV, electrodomésticos básicos. Visitan

centros comerciales, cine, parques temáticos locales, parques o el estadio. Poseen una cuenta monetaria y de ahorro o solamente una cuenta de ahorro (Multivex Sigma Dos Guatemala, Definición de Niveles Socio Económicos, áreas urbanas, zona metropolitana, 2009).

### 5.3 Perfil Psicográfico:

El grupo objetivo son mujeres solteras o casadas, amas de casa, madres o estudiantes, que dentro de los hábitos se encuentran: levantarse temprano, estudiar, ahorrativas, cuidadosas; práctica hobbies como viajar, comprar ropa, ejercitarse, leer, ir al gimnasio.

Entre las actividades que realizan están las salidas al cine, viajes dentro del país, conciertos, ir a la universidad, trabajar, amas de casa, estudiantes, cuidar a sus hijos, asistir a actividades en el colegio de sus hijos ir al gimnasio. Tienen costumbres en las que participan en actividades escolares, actividades universitarias, integradas a una religión, reuniones con la familia, responsables y cuidan de su salud.

### 5.4 Perfil Conductual:

Mujeres en la búsqueda constante de su salud, que se preocupan por su bienestar, fuertes, independientes, seguras de sí mismas. Buscan ayuda tanto económica, psicológica y de apoyo contra el cáncer de mama cuando no encuentran los recursos económicos necesarios para combatir la enfermedad.



# Capítulo VI

## Marco Teórico

## Capítulo VI: Marco teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

#### 6.1.1 Fundación:

Es una institución privada reconocida por la Ley y cuya finalidad consiste en prestar a la sociedad unos determinados servicios considerados de interés público.

Surgen por voluntad de una o varias personas, denominadas fundadores o instituidores, que adscriben un determinado patrimonio al cumplimiento de un fin de interés general. Las Fundaciones se financian a través de las rentas que genera su patrimonio y por las aportaciones, legados y donaciones que reciban. El órgano de gobierno de una Fundación se denomina Patronato, integrado por una o varias personas designadas por el fundador. (Rioja, 2010)

#### 6.1.2 Fundación No lucrativa

Es una entidad cuyo fin no es la persecución de un beneficio económico sino que principalmente persigue una finalidad social, altruista, humanitaria, artística y comunitaria. Este tipo de instituciones por lo general se financian gracias a ayudas y donaciones derivadas de personas físicas, empresas, e instituciones y organizaciones de todo tipo. (Rioja, 2010)

#### 6.1.3 Servicio social

Es una acción que tiene como finalidad ayudar a una determinada sociedad o grupo de personas con alguna necesidad, por eso mismo está vinculado con la sociedad, un servicio social es muy importante para el bienestar social de alguna comunidad o institución no lucrativa para aumentar la calidad de vida de los individuos que integran la misma. (definicion.de, 2012)

#### 6.1.4 Donaciones

Es cuando una empresa o una institución ceden sus bienes a otra, las donaciones se llevan a cabo para la ayuda social de alguna institución, ONG o Fundación, para poder obtener un



beneficio fiscal de una donación, debe haber constancia de la misma. Las donaciones están reguladas por la ley y sujetas a impuestos obligatorios, por otro lado para obtener un beneficio fiscal se debe hacer constancia de ellas. (Consumer., 2010)

#### 6.1.5 Recaudación de fondos

Son apoyos ya sea para fundaciones, ONGS o instituciones que lo necesiten, es importante que para desarrollar fondos se diseñe o desarrolle un plan para el funcionamiento de la recaudación de fondos, esto creara un apoyo o una estrategia para que los aliados donantes o financiadores estén motivados para que aporten a la recaudación. (Mujeres, 2012)

#### 6.1.6 Escasos recursos económicos

Son los bienes o factores de producción que se encuentran en cantidades inferiores a lo que normalmente demanda el mercado, una persona de escasos recursos no posee los recursos suficientes para subsistir o solamente poseen lo básico. (Mujeres, 2012)

#### 6.1.7 Salud

La medicina es una ciencia que estudia la salud, por lo tanto, la salud se dedica al bienestar de una persona, ya sea físico, corporal o mental, ya que estar saludables permite al individuo estar en armonía y tener equilibrio tanto en el cuerpo como en el entorno natural y social. Entre las acciones que debemos tomar encuentra para estar saludables es el ejercicio físico, comer saludable y lo necesario, como proteínas, grasas y vitaminas que nos permitan estar saludables. (Definición, 2016)

#### 6.1.8 Paciente

Es la persona que se le designa un tratamiento, puede estar curada o en proceso de mejorarse, también cabe mencionar que un paciente también es una persona que práctica la

automedicación, ya que desde que se hacen exámenes o se visita al doctor ya se considera un paciente. (Benchmark., 2016)

#### 6.1.9 Cáncer

Es el conjunto de enfermedades relacionadas, esta enfermedad se puede dar en casi cualquier lugar del cuerpo humano, ya que el cuerpo está formado por muchas células y estas células pueden dividirse sin detenerse y esto causa el cáncer. Muchos cánceres forman tumores sólidos, esto quiere decir que son masas de tejido, como los cánceres de la sangre, como las leucemias, estos no forman tumores sólidos. (Cáncer, 2015)

#### 6.1.10 Cáncer de mama

El cáncer de seno es un tumor maligno que se origina en las células del seno. Se produce a través de un tumor maligno, que es un grupo de células cancerosas que pueden crecer invadiendo tejidos en diferentes áreas distantes del cuerpo. Este cáncer ocurre casi exclusivamente en las mujeres, pero los hombres también lo pueden padecer. La mayoría de masas en el seno no son cancerosas, sino benignas. (AVC, 2011)

##### 6.1.10.1 Tipos de cáncer de mama

El cáncer de seno se puede dividir en diferentes tipos en función de la forma en que las células cancerosas se ven al microscopio.

La mayoría de los cánceres de seno son carcinomas, un tipo de cáncer que comienza en las células (células epiteliales) que revisten los órganos y los tejidos como el seno. Los cánceres de seno son a menudo un tipo de carcinoma llamado adenocarcinoma, que es el carcinoma que comienza en el tejido glandular. Otros tipos de cáncer también pueden ocurrir en el seno, como los sarcomas, que empiezan en las células del músculo, grasa o tejido conectivo. (ASCO, 2015)

## 6.1.11 Tratamientos

### 6.1.11.1 Cirugías

Es la extirpación del tumor y el tejido, la cirugía también se utiliza para evaluar los ganglios linfáticos. Una lumpectomía consiste en la extirpación del tumor y de un pequeño margen de tejido sano sin cáncer alrededor. La mastectomía es la extirpación quirúrgica de toda la mama. (ASCO, 2015)

### 6.1.11.2 Cirugía reconstructiva

Es una reconstrucción mamaria, es decir que se crea una mama a partir del tejido extraído de otra parte del cuerpo o de implantes sintéticos, esto solo se realiza cuando las mujeres se realizaron una mastectomía, generalmente esta la realiza un cirujano plástico. Un implante mamario usa moldes rellenos con salina o con gel de silicona para reconstruir la mama. (ASCO, 2015)

### 6.1.11.3 Radioterapia

La radioterapia es el uso de rayos X u otras partículas con alta potencia para matar las células cancerosas. El médico que se especializa en administrar radioterapia es un radio oncólogo. El tratamiento más común se denomina radioterapia con haz externo, que se realiza desde una máquina externa al cuerpo. (ASCO, 2015)

### 6.1.11.4 Quimioterapia

Es el uso de fármacos para destruir las células cancerosas, para evitar que se dividan. El profesional encargado de este tratamiento es un oncólogo clínico experto en cáncer con medicamentos. Algunos de los métodos de la quimioterapia es por tuvo intravenoso que se coloca en una vena con una aguja, o una pastilla por vía oral. (ASCO, 2015)

#### 6.1.12 Prevención de cáncer de mama

Para la detección temprana del cáncer de mama tomar en cuenta:

- Examinar los senos frecuentemente y reportar cualquier cambio al médico.
- Visita médica a partir de los 20 años para la revisión.
- Realizar mamografías anuales a partir de los 40 años, sobre todo si se tienen antecedentes familiares de cáncer de mama.
- Comer frutas y verduras ricas en fibra y antioxidantes.
- Conservar un peso saludable. El exceso de peso es un riesgo adicional.
- Limitar el consumo de alcohol y tabaco.
- Hacer ejercicio por lo menos 45 minutos al día. ((NCI), 2013)

#### 6.1.13 Síntomas

Los signos y los síntomas que se deben analizar con el médico incluyen:

- Un bulto que se palpa como un nudo firme o un engrosamiento de la mama o debajo del brazo.  
Es importante palpar la misma zona de la otra mama para asegurarse de que el cambio no sea parte del tejido mamario sano de esa área.
- Cualquier cambio en el tamaño o la forma de la mama.
- Secreción del pezón que se produce de forma repentina, contiene sangre o se produce solo en una mama.
- Cambios físicos, como pezón invertido hacia dentro o una llaga en la zona del pezón.
- Irritación de la piel o cambios en esta, como rugosidades, hoyuelos, escamosidad o pliegues nuevos.
- Mamas tibias, enrojecidas e hinchadas, con o sin erupción cutánea con rugosidad que se asemeja a la piel de una naranja, llamada piel de naranja.

- El dolor en la mama, generalmente no es un síntoma de cáncer de mama, pero debe comunicarse al médico. (ASCO, 2015)

#### 6.1.14 Autoexamen

Los exámenes para diagnosticar y vigilar a los pacientes con cáncer de mama son: mamografía, ultrasonido, biopsia de mama, resonancia magnética, pruebas de laboratorio, tomografía.

Un autoexamen de mamas es un chequeo que una mujer se realiza en casa para buscar cambios o problemas en el tejido mamario. El autoexamen de mama no reemplaza la mamografía. Es un método de auto cuidado realizado por la mujer donde se examina sus glándulas mamarias, mirando y tocando en busca de una anormalidad, cambio en el color, retracciones o nódulos. El mejor momento para hacerse un autoexamen de las mamas es más o menos de 3 a 5 días después del comienzo del periodo menstrual. Las mamas no están tan sensibles o con protuberancias en ese tiempo de su ciclo menstrual. Si has llegado a la menopausia, realízate el examen el mismo día de cada mes. ((NCI), 2013)

##### 6.1.14.1 Mamografía

Es la toma de imágenes por medio de los rayos X de los senos para detectar en forma temprana el cáncer.

Para realizar este tipo de examen es recomendable no llevar joyas, vestir ropa holgada y cómoda, no colocarse desodorante, talco o perfume debajo de los brazos porque dichos productos pueden interferir en el diagnostico correcto. ((NCI), 2013)

#### 6.1.15 Alimentación.

Llevar una alimentación balanceada no sólo ayuda adquirir los nutrientes que necesita tu cuerpo para funcionar adecuadamente, sino que reduce el riesgo de padecer enfermedades como

el cáncer de mama. Al elegir alimentos efectivos contra el cáncer de mama evitarás el desarrollo de tumores

Es importante consumir jitomates por sus vitaminas y minerales, ya que aumenta los niveles de metabolismo lo cual reduce el desarrollo de tumores en los senos, el té verde contiene polifenoles que ayudan a frenar el desarrollo de las células cancerígenas en el seno, el brócoli contiene sulforafano y esto ayuda a prevenir el desarrollo de tumores, el ajo según el instituto nacional de cáncer, si se consume este ingrediente constantemente tiene un riesgo menor de padecer el cáncer, por último el consumo de nueces ralentiza el crecimiento de tumores debido a su contenido de ácidos grasos omega 3. (180, 2015)

#### 6.1.16 Educación

La educación se desarrolla desde que convivimos en el hogar, nuestros padres son la primera fuente de educación. Esta se va desarrollando también a través de situaciones y experiencias vividas por cada individuo durante toda su vida, la educación va desde el nivel de cortesía hasta la capacidad de socialización ya que la cultura es un factor importante en la evolución de la educación. (Significados., 2015)

### 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño

#### 6.2.1 Comunicación

La comunicación es el acto por el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitir una información. Mediante la comunicación se transmite y se recibe información, se expresan y almacenan sentimientos y valoraciones, o se emiten y se reciben órdenes. (Orozco, 2014)

### 6.2.1.1 Elementos de la comunicación

1. Comunicador o Emisor: Es la persona que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje, lo codifica para llevarlo de manera entendible al receptor; el emisor inicia el proceso de comunicación.

2. Receptor: Es la persona al que se le destina el mensaje, en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer. Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o perceptor que aparte de recibir el mensaje lo percibe y lo almacena.

3. Código: Conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizara para transmitir su mensaje, ya que tiene que estar de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo.

4. Mensaje: Es el contenido de la información, son las ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor.

5. Canal: Es el medio a través del cual se transmite la información que se quiere comunicar estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor ya sea por un silbato, señales de humo conversación telefónica o cualquier otro medio.

6. Contexto: Es el entorno socio- económico y cultural donde se emiten los mensajes, es un factor importante en la elaboración de los mismos.

7. Retorno: Se produce cuando se formula una respuesta. Al mensaje recibido se le conoce como retroalimentación que puede regresar al emisor por el mismo canal o por uno distinto.

8. Codificación: Proceso consciente mediante el que se genera una estructura y forma simbólica a los pensamientos.

9. Decodificación: Proceso en el que el receptor da sentido y significado a los símbolos transmitidos en el mensaje.

10. Ruido: Interrupción de cualquier tipo de inferencia durante el proceso de la comunicación que evita que el mensaje complete el proceso.

11. Denotación: Se refiere al significado primario del mensaje y su utilidad práctica, una fecha de caducidad es un mensaje que indica antes de que fecha se debe consumir el producto.

12. Connotación: Son las asociaciones que se le da a un mensaje o emociones con las que se vincula el signo.

13 Campo Semántico: Conjunto de palabras o elementos con significados relacionados, debido a que comparten un núcleo de significación común. Este está constituido por un grupo de palabras relacionadas por su significado, compartiendo ciertas características comunes o semánticas. (Hernández, 2008)

#### 6.2.1.2 Funciones de la Comunicación

1. Informativa: Se le proporciona al individuo toda la transmisión y recepción de la información, tanto de experiencia en cualquier tema como en formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye aportando nueva información.

2. Emotiva: El emisor le otorga a su mensaje una carga afectiva que el requiera darle, ya que no todos los mensajes requieren de la misma emotividad.

3. Reguladora: Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes, la capacidad de auto regular del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo.

4. Referencial: Llamar las cosas por nombre.

5. Fática: Consiste en iniciar, interrumpir, continuar, o finalizar la conversación.



6. Metalingüística: Adorna palabras, explica un contexto de una forma más agradable.

7. Poética: Se centra en el mensaje mismo. Se relaciona con la literatura en general, porque se refiere a cómo se configura el mensaje, a su forma; identificable en todos los recursos que utilizamos para destacar alguna información modificando la forma normal y la estructura típica del mensaje.

8. Apelativa: Los sentimientos más que a la razón. (Hernández, 2008)

### 6.2.3 Comunicación verbal

Se da a través del lenguaje, sonidos, elemento vocal, signos orales o palabras. Esta comunicación es efímera, unilateral ya que se da directamente entre el emisor y receptor, tiene la ventaja que se puede dar una retroalimentación inmediata y puede ser apoyada por expresiones corporales, como gestos, posiciones o actitudes. (Hernández S. , 2013)

### 6.2.4 Comunicación no verbal

Es por medio de signos, imágenes, captadas por los sentidos, gestos o movimientos corporales, ya que el mensaje es transmitido no verbalmente este puede modificarse, complementarse adicionalmente. La cultura tiene mucho que ver en este tipo de comunicación ya que va a variar con cada cultura, ampliando o reduciendo el significado del mensaje. (Hernández S. , 2013)

#### 6.2.4.1 Lenguaje Icónico

Es aquel que utiliza los símbolos básicos utilizando maneras para combinarlos y que sean de una posible comprensión como expresión. Los símbolos básicos vienen a ser el vocabulario, y la forma de combinarlos corresponde a la gramática del lenguaje.

El lenguaje icónico es un sistema de representación tanto lingüístico como visual. Al tratar de representar la realidad con imágenes estamos practicando un lenguaje icónico. (Kailep, 2007)

#### 6.2.5 Comunicación Interpersonal

Se da entre dos personas que están físicamente próximas. Cada una de las personas produce mensajes. Es una relación de intercambio por medio de la cual dos o más personas comparten su percepción de la realidad.

La comunicación se da entre dos personas y para entenderla se trata de comprender como se relacionan las personas entre si ya que es simbólica en los sonidos, gestos, letras, números y palabras. (México, 2007)

#### 6.2.6 Comunicación Masiva

La comunicación de masas es la interacción de entre un comunicador y entre un receptor masivo. Una de las principales finalidades de la comunicación masiva es comunicar un mensaje a un gran grupo de personas heterogéneas y dispersas.

##### 6.2.6.1 Características de la Comunicación Masiva

- La audiencia, el grupo de personas debe ser muy grande para que exista una comunicación masiva.
- La audiencia debe ser heterogénea.
- La audiencia está repartida en un sector grande así que el emisor y el receptor no tienen contacto físico a la hora de ser transmitido el mensaje. (Orozco, 2014)

#### 6.2.7 Comunicación Social

Estudia los cambios sociales y por ende los comunicativos. Esta comunicación no solo estudia el uso del mensaje si no también se interesa por el uso de la comunicación como fórmula

del empoderamiento humano, la relación que existe entre ambos es bidireccional, por eso se afirma que la comunicación afecta a la sociedad como la sociedad a la comunicación. (Inventaria, 2012)

#### 6.2.7 Comunicación Educativa

Es un tipo de comunicación humana que persigue logros educativos. Según la perspectiva constructivista, la comunicación educativa constituye el proceso mediante el cual se estructura la personalidad del educando, lo cual se logra a través de las informaciones que este recibe, quien las reelabora en interacción con el medio y con los propios conceptos construidos. Según lo dicho, el proceso de aprendizaje humano no es reducible a un esquema comunicativo de carácter mecánico, por cuanto el receptor no está pasivo, sino que reelabora los mensajes según sus propios esquemas cognitivos.

La comunicación educativa, pues, ha de tener ciertas características tales como:

1. Postura abierta en el emisor y receptor para lograr un clima de mutuo entendimiento
2. Bidireccionalidad del proceso, para que el flujo de los mensajes pueda circular en ambos sentidos, si bien mayoritariamente lo haga de educador a educando.
3. Interacción en el proceso, que suponga la posibilidad de modificación de los mensajes e intenciones según la dinámica establecida.
4. Moralidad en la tarea, para rechazar tentaciones de manipulación. (México, 2007)

#### 6.2.8 Comunicación Icónica o Visual

Es el lenguaje visual que a través de la comunicación le da un significado por medio de símbolos visuales o audiovisuales. Es un lenguaje elemental de imágenes y es directo, preciso y universal ya que no se necesita de idioma o vocabulario para entenderlo. (Kailep, 2007)

### 6.2.9 Interacción y Comunicación:

Los seres humanos establecen relaciones con los demás por medio de interacciones, entendidas como procesos sociales. La interacción, además de estar estrechamente relacionada con la comunicación en entornos educativos, se vincula también a los procesos de socialización en general de una comunidad. La socialización supone que el sujeto cuenta con los mecanismos necesarios para enviar y recibir información, para interpretarla y significarla. (Quees.la, 2016)

### 6.2.10 Interacción educativa:

La comunicación educativa parte de la observación de las situaciones comunicativas que se dan en el aula. El proceso enseñanza-aprendizaje requiere de cooperación entre las personas que están involucradas en la interacción, entre los dos sujetos involucrados esta el facilitador y el alumno por eso este es un proceso de comunicación porque se desarrolla en el marco de relaciones de interacción, compartiendo conocimientos, habilidades, por medio del dialogo entre ambos, es decir el emisor y el receptor. (General., 2013)

## 6.2.2 Conceptos Fundamentales Relacionados con el diseño

### 6.2.2.1 Diseño

El diseño es un medio por el cual se resuelven problemas a través del planteamiento de necesidades, ya que para que exista debe haber un motivo. Todos los productos y mensajes que nos rodean en nuestra vida diaria son tratados con el diseño, se define que el diseño es el proceso mediante el cual se traduce un propósito o un mensaje, es el resultado final del mensaje, cuyo objetivo es buscar la mejor solución ante cualquier problemática de comunicación tratado lo mas practico posible, siendo a su vez, funcional y estético.

Se pueden utilizar distintas técnicas para aplicar el diseño como, bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas para poder llegar a su aplicación. (Munari, 2012)

### 6.2.2.2 Diseño Grafico

Es un arte y una práctica que consiste en planificar y proyectar ideas y experiencias con un contenido visual y textual. El diseño grafico se puede plasmar en cualquier aspecto de nuestras vidas, tanto física, como virtualmente, puede incluir palabras, imágenes o formas gráficas. Su propósito es utilizado para diferentes ámbitos como en un bien comercial, educacional, comercial, político y cultural, tanto en una persona como en una empresa, negociación, ONG, fundación entre muchos otros más. (Munari, 2012)

### 6.2.2.3 Elementos del diseño grafico

#### Elementos Visuales

**Forma:** Es la representación gráfica de un objeto. La forma es cualquier cosa.

**Tamaño:** Depende de la relación y comparación entre una forma y otra, de mayor a menor tamaño.

**Color:** La forma puede percibirse gracias al color, este junto con la textura, conforma el aspecto superficial de la forma.

**Textura:** Es la forma que percibimos mediante la vista y el tacto según la superficie de la misma, la textura en forma puede recibir variaciones en cuanto a color y a una forma de textura rigurosa

**Posición:** Donde irán ubicadas las formas, es decir la composición de la forma y su espacio.

#### Elementos de Relación

Se refiere a la ubicación y la interacción de las formas de un diseño, como la posición, dirección, espacio y gravedad.

**Dirección:** Depende de la dirección hacia donde ve el espectador la composición del diseño.

**Posición:** Es donde está ubicado en la composición del diseño.

**Espacio:** Cualquier forma grande o pequeña ocupa un espacio, este puede estar lleno o vacío o puede tener una profundidad.

**Gravedad:** Es una sensación psicológica mas no visual de estas se componen como la pesantez, liviandad, estabilidad o inestabilidad que representa la composición de formas de un diseño.

#### Elementos Prácticos

Son los elementos que subyacen el contenido y el alcance de un diseño.

**Función:** Se hace presente cuando un diseño debe servir a un determinado propósito.

**Significado:** Se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.

**Representación:** Grafismos para dar la idea de un concepto determinado. (Fotonostra, 2016)

#### 6.2.2.4 Presentación Digital

Es una herramienta digital muy sencilla y eficaz para comunicar ideas. Consta de una serie de imágenes que pueden ir acompañadas no solo de texto sino también de gráficos y de interactividad mostrándose en formas de diapositivas.

La presentación permite expresar ideas, transmitir información o dar a conocer un proyecto o producto, de forma clara y concisa, ante un grupo amplio de personas. La presentación puede llevar varios elementos como textos, imágenes, videos o archivos de audio. Toda presentación esta forma por un conjunto de elementos que sirven para reforzar la exposición de una idea, haciéndola más atractiva e intuitiva. (NorfiPC)

### 6.2.2.5 Reglas para crear una presentación

Estas son algunas de las reglas que los especialistas en comunicación indican que se debe tener en cuenta al realizarla.

1. Que sean simples.
2. Representar un estilo personal y único con las presentaciones.
3. Ser fáciles de ver y leer, aun en pantallas pequeñas. Utilizar tipografías que faciliten la lectura para el lector así como establecer el tamaño adecuado de la misma es fundamental.
4. Usar imágenes, fotografías o elementos gráficos, estas son procesadas más rápidamente por el cerebro que ver demasiado texto.
5. Cuando sea necesario utilizar audio y videos, agregarán valor.
6. Evitar transiciones muy complicadas y sofisticadas.
7. Utilizar la reproducción automática sabiamente.
8. Utilizar las notas para agregar información extra con moderación.
- 9 Revisar siempre que la presentación lleve buena ortografía y gramática. (NorfiPC)

### 6.2.2.6 Características de Una presentación

Simplicidad y sencillez en las presentaciones:

Para comunicar de forma efectiva, manteniendo la atención del público, reduce el número de diapositivas al más mínimo que se pueda. Dar una idea central por cada una de ellas, para que sean menos diapositivas incluyendo más imágenes que texto.

La regla “ Guy Kawasaki” de 10-20-30, especifica que una presentación no debe tener más de 10 diapositivas, durar más de 20 minutos y no tener ningún texto con menos de 30 puntos de tamaño. La regla “20-20” debe tener 20 diapositivas con una duración de 20 segundos para evitar aburrir al lector. Por supuesto ninguna de ellas es exacta.

## La visibilidad del texto en las presentaciones

### El tamaño y la fuente:

El tamaño de la letra no debe ser menor a 34 puntos para el título y para el cuerpo de la diapositiva debe ser mayor de 24 puntos. Para el título se deben usar mayúsculas y preferentemente minúsculas para el cuerpo. La tipografía usada debe ser clara, sencilla y limpia, no se deben emplear más de tres tipos de fuentes.

Siempre se deben usar fuentes incluidas en Windows, para poder reproducirla en otro equipo, las fuentes que se deben usar son tipografías San Serif, son las que se leen mejor en la pantalla evitando usar cursivas. Simplificar lo más posible el texto y expresiones como “a” “el” “un” etc.

### Color de fondo

Para una mejor visualización de la diapositiva debe existir un contraste entre el fondo y la letra, la mejor combinación es un texto oscuro sobre un fondo claro o viceversa.

Siempre se trata de que los colores sean complementarios evitando colores muy brillantes como el amarillo o naranja, así como el uso de muchos colores diferentes.

### Formato de texto

Evitar párrafos largos y bloques de texto. El exceso de texto debe ser eliminado y puesto en las notas. Si quieres resaltar alguna palabra evita el subrayado la mejor forma es utilizar negritas o cursivas. Para realizar listas más atractivas usar iconos atractivos.

### Imágenes y elementos gráficos

Las imágenes y fotografías, son un medio poderoso de comunicación. Las imágenes deben ser de calidad y con la apropiada resolución, también deben de poseer relación con la exposición, estas se colocan antes que el texto.



## Uso de transiciones

Las transiciones en exceso pueden causar mucha distracción y hacen más lenta la presentación, en general pueden causar muchas molestias. El efecto recomendado es “Desvanecer” ya que es un efecto limpio, sencillo y puede ser lo ideal.

## Reproducción

Si se configura la presentación para una reproducción automática, evitar darle demasiado tiempo a cada diapositiva y tampoco que sea demasiado rápida la transición. (NorfiPC)

### 6.2.2.7 Elementos de una presentación digital

**Diapositivas:** Son cada una de las páginas que componen una presentación.

**Títulos:** Es fundamental en toda presentación ya que indica el tema que se tratara en cada diapositiva, entre las características que se debe tomar en cuenta para escribir un titulo es: tiene que ser identificativo, no tienen que ser muy largo, ha de estar resaltado frente a los demás elementos es decir un mayor tamaño, es recomendable que este en negrita y se tienen que mostrar en la primera diapositiva.

**Fondo:** O background, constituye un elemento importante ya que se repetirá a lo largo de toda la presentación. Entre las normas que se deben seguir para un fondo es: Si se usan colores procurar no usar colores suaves, usar fondos claros con letras oscuras o fondos oscuros con letras claras, es recomendable que el fondo incluya elementos gráficos que sean de soporte, evitar el uso de texturas así como los degradados, es recomendable utilizar colores planos.

**Anotaciones:** Permiten la introducción de indicaciones en la parte inferior con el fin de ayudar a complementar la presentación, estas no se visualizan a la hora de realizar la presentación.

Elección del dispositivo de salida: La presentación puede proyectarse hacia varios destinos como un video proyector para ser mostrada ante un público o una pizarra digital, para ser mostrada e interactuar con ella en público. Una página web, para que se pueda ver a través de la red, un documento de papel y un documento PDF. (NorfiPC)

#### 6.2.2.8 Maquetación

Es la composición total de una página y la compaginación de sus diferentes elementos, es decir, texto, imágenes, ilustraciones o gráficos entre otros elementos, diseñando una composición agradable y equilibrada a la vista para que sea agradable al lector. (Samara, 2006)

#### 6.2.2.9 Retícula

La retícula hace que la lectura se efectúe con mayor rapidez, se visualicen los contenidos a distancias más lejanas y se retenga con más facilidad en nuestra memoria la información que estamos recibiendo. Las retículas simples se encuentran casi en todos los etiquetados, envasados, periódicos, revistas, libros, folletos, manuales, entre otros.

La retícula de 2 y 4 columnas: Es una retícula muy utilizada por los diseñadores, ya que les permite componer una distribución equilibrada, aunque son demasiado simétricas.

La retícula de 3 y 6 columnas: Se utiliza para el diseño de los folletos publicitarios. Proporciona anchas y columnas muy legibles, y además se tiene la opción, que la de tres columnas se puede subdividir a su vez en 6 columnas. (Samara, 2006)

#### 6.2.2.10 Columnas

Son las que dividen la hoja a la hora de diseñar para que se tenga un orden y un sentido al maquetar, las columnas van acompañadas de las retículas, ya que el diseño de la retícula nos guiara cuantas columnas utilizar.

De una columna: Suele emplearse para libros, mostrando solo el texto, o sólo una imagen, o bien una imagen acompañada de texto.

De dos columnas: Tiene más posibilidades de combinación entre textos e imágenes, también es el que se utiliza habitualmente en los libros.

De tres columnas: Otro formato muy utilizado, sobre todo para la combinación de imágenes y textos de diferentes tamaños, se utiliza mucho en publicaciones.

De cuatro columnas: La utilizan habitualmente periódicos y revistas. Facilitan mucho la composición cuando existe mucho texto. (Munari, 2012)

#### 6.2.2.11 Márgenes

Se utilizan cuatro márgenes en un documento, margen superior, inferior, interior y el exterior, la medida de los márgenes no es fija ya que se puede modificar según el documento que se va a imprimir o publicar en la web.

Se puede aplicar la siguiente norma del margen:

- 1- 0.75 margen inferior
- 2- Doble margen interior al exterior
- 3- Doble margen superior al margen inferior (Munari, 2012)

#### 6.2.2.12 Composición

Es la distribución que daremos a todos los elementos que incluiremos en el diseño de una forma perfecta y equilibrada, los elementos pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, gráficos etc. En toda composición, los elementos que se sitúan en la parte derecha, poseen mayor peso visual, y nos transmiten una sensación de avance. En cambio los que se encuentran en la parte izquierda, nos proporcionan una sensación de ligereza. Cada composición es diferente ya que

todas tendrán un propósito diferente, para lograrlo solo se debe buscar un buen equilibrio visual utilizando los elementos del diseño gráfico. (Gómez, 2007)

#### 6.2.2. 13 Modelo de color RGB

Este espacio de color es el formado por los colores primarios Rojo, Verde y Azul. RGB son las siglas en inglés de los colores Red, Green y Blue. Este sistema es el más adecuado para representar imágenes que serán mostradas en monitores y que, finalmente, serán impresas en impresoras de papel fotográfico. (MINCETUR-AECI, 2006)

#### 6.2.2.14 Imagen

Es una representación visual o mental de alguna cosa o situación, las imágenes pueden ser de todo tipo como de diseño, pinturas, grabados, fotografías, imagen cinematográfica, televisivas e infografías. Todas estas son percibidas por los sentidos en el mundo exterior, las imágenes pueden ser visuales, sonoras o audiovisuales. (Conceptodefinición.de., 2014)

#### 6.2.2.15 Ilustración

Es un dibujo o imagen que va acompañado de un texto con el fin de complementar una composición, sirve como un apoyo a fundamentar el texto del documento, al mismo tiempo hace más fácil la comunicación con el consumidor. La ilustración fundamentalmente se utilizó con fines publicitarios, como en carteles, anuncios, portadas de libros, comics o para describir en imágenes las acciones de cuentos especialmente infantiles. (Olivares, 2015)

#### 6.2.2.16 Signos Icónicos

Pueden incluirse toda clase de imágenes, dibujos, pinturas, fotografías o esculturas. Son representaciones reales y con naturalidad cada vez que se representan, no poseen propiedades de la realidad, sino que la transcriben según la percepción visual. Entre las cuatro características que

tienen los signos icónicos son: ser naturales, convencionales, analógicos y de estructura digital. (Kailep, 2007)

#### 6.2.2.17 Resolución

Es la calidad de imagen en la que será guardada y se verá la publicación digital, para la resolución de las imágenes son los píxel por pulgada (p/p) o por centímetro, que indican los píxel o celdas por pulgada lineal. Cuanto mayor sea la resolución mayor será la calidad de la imagen, pero también ocupará mayor volumen de información. La resolución óptima de las imágenes para su posterior impresión es de 300 p/p o 120 p/cm. (Gómez, 2007)

#### 6.2.2.18 Digitalización

El bit es la cantidad de información binaria que conforma una imagen. La profundidad de bit define la cantidad o gama de colores y tonalidades que poseerá la imagen digital, ya sea en color o en blanco y negro, determinada por la cantidad de información (bit), que se le asigna a cada píxel durante la fase de digitalización. (Gómez, 2007)

#### 6.2.2.19 Formatos de archivo

JPG: Es el formato más utilizado, sobre todo en cámaras y para fotografías en Internet por su capacidad de conseguir imágenes suficientemente reales y con un gran número de colores. Este formato soporta los modos de color CMYK, RGB y la escala de grises sin canales alfa.

TIFF: Este formato es utilizado sobre todo en la impresión de imágenes digitales, debido a que crea archivos de gran calidad. Soporta casi todos los modos de color: RGB, CMYK, Lab, Indexado y escala de grises, todos ellos con canales alfa, y mapa de bits sin canales alfa.

RAW: En este archivo se guarda la imagen tal y como se captura en la cámara, aunque los datos se comprimen, por lo que son archivos muy grandes.

PNG: Produce transparencias de fondo y soporta los modos RGB, escala de grises y color indexado sin canales alfa.

PDF: Es un documento perfecto para libros electrónicos o documentos de empresa. Además, no es un formato de texto corriente, sino que los textos son generalmente tratados como imágenes, de tal modo que puedes crear un documento original de puño y letra y verlo tal cual en cualquier ordenador del mundo. (Clic, 2012)

#### 6.2.2.20 Adobe Photoshop

Es uno de los programas de Adobe, enfocado principalmente al tratamiento de imágenes digitales, pero que abarca desde la manipulación fotográfica hasta la pintura digital. Es una herramienta tan potente y amplia que se ha convertido en una herramienta totalmente imprescindible para diseñadores gráficos, diseñadores web, ilustradores y dibujantes en general, fotógrafos, editores de video, creadores en 3D. (Morrisson, 2012)

#### 6.2.2.1 Adobe Ilustrador

Esta dedicada al dibujo vectorial y al diseño de elementos gráficos casi para cualquier tipo de soporte y dispositivo, pudiendo ser usado tanto en diseño editorial, dibujo profesional, maquetación web, gráficos para móviles, interfaces web, o diseños cinematográficos. Las imágenes vectorizadas o vectoriales, se componen de puntos en un espacio virtual que vamos uniendo por medio de trazados, para rellenarlos luego y así obtener imágenes de gran calidad. (online, 2014)

#### 6.2.2.22 Adobe Indesign

Es utilizado para el diseño de documentos que eventualmente que se va a imprimir de manera estándar o que sea visualizado en línea. Comúnmente se usa para paginar periódicos, revistas y otros materiales de publicación. En Indesign se puede realizar una gran variedad de

trabajos dando como resultado un producto terminado de aspecto profesional. En este software se crean páginas de una publicación o ya sea completas, puede imprimirse de forma tradicional o publicarse en internet. (online, 2014)

#### 6.2.2.23 Power Point:

Es una aplicación de Microsoft muy utilizada para presentaciones, consta de tres pantallas en las cuales se pueden copiar imágenes, añadir texto y otros elementos a la diapositiva, consta de un clasificador de diapositivas en la cual se puede crear una idea rápida del contenido de la presentación.

Esta herramienta se usa para distintos ámbitos como para motivos empresariales, escolares, gubernamental, medico entre muchos otros campos. PowerPoint es una herramienta que simplifica la exposición de los temas mediante, graficas, imágenes, videos y textos que producen una rápida y mejor comprensión de todo lo que se quiera informar o educar. Esta herramienta también cuenta con variedad de plantillas prediseñadas, así como variedad de extensiones en las cuales se puede guardar el archivo es por eso que es uno de los programas más demandados ya que es sencillo y con una gama muy extensa de herramientas. (Ejmplode.com, 2016)

### 6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

#### 6.3.1 Ciencias:

##### 6.3.1.1 Semiología

Es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos y señalizaciones, así como el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos. El teórico suizo Ferdinand de Saussure definió la semiología como “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. (Kailep, 2007)

#### 6.3.1.1.2 Semiología de la Imagen

Es el estudio del signo icónico y los procesos de su significación a partir del estudio de la imagen visualmente analizando los colores, formas, iconos, composición, para dar paso a los elementos antropológicos que forman parte de la semiótica del imagen, lo visual implica un análisis entre lo estático, dinámico, hasta la sintaxis o la recepción. (Kailep, 2007)

#### 6.3.1.1.3 Signo

La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes. Esta operación implica un objeto, una cosa de la que se habla o referente, signos y por lo tanto un código un medio de transmisión y evidentemente, un emisor y un destinatario.

Significado: La forma que el signo toma modelo diádico del signo.

Significantes: El concepto que el signo representa. (Kailep, 2007)

#### 6.3.1.1.4 Funciones del signo

**Función referencial:** Es la base de toda comunicación. Su objetivo principal es formular información verdadera, objetiva, observable y verificable, esta función es objetiva y formula relaciones entre el mensaje y el objeto.

**Función emotiva:** Define las relaciones entre el mensaje y el emisor. Expresión de nuestra actitud con respecto al referente, bueno, malo, bueno feo.

**Función connotativa o conminativa:** Define las relaciones entre el mensaje y el receptor.

**Función poética o estética:** es la relación del mensaje consigo mismo. Aquí el referente se convierte en objeto de la comunicación.

**Función fática:** Tiene por objeto, afirmar, mantener o detener la comunicación. Su objetivo es prolongar la comunicación.



Función metalingüística: Tiene por objeto definir el objeto de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor. (Kailep, 2007)

#### 6.3.1.1.5 Tipos de signo

Simbólico: El significado es arbitrario o convencional y la relación debe ser aprendida.

Símbolo: Un signo convencional que depende de nuestros hábitos.

Ícónico: Se le da significado al significante pero como imitación.

Índice: El significante no es arbitrario pero está directamente conectado en alguna forma al significante. (Kailep, 2007)

#### 6.3.1.1.6 Psicología

La Psicología es la ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales. Trata de describir y explicar todos los aspectos del pensamiento, de los sentimientos, de las percepciones y de las acciones humanas. Por ser una ciencia, la psicología se basa en el método científico para encontrar respuestas. La psicología es el estudio científico de la conducta y la experiencia de como los seres humanos y los animales sienten, piensan, aprenden, y conocen para adaptarse al medio que les rodea. (Psicología., 2013)

#### 6.3.1.1.7 Psicología Educativa

Rama de la psicología cuyo objeto de estudio son las formas en las que se produce el aprendizaje humano dentro de los centros educativos. De esta forma, la psicología educativa estudia cómo aprenden los estudiantes y en qué forma se desarrollan.

La psicología de la educación se interesa por el estudio de la conducta humana en situaciones educativas que no tienen límite de tiempo, lugar y persona. La psicología de la educación debe estudiar el aprendizaje en todo el ciclo vital. No se puede reducir en una etapa concreta. (EcuRed, 2012)

#### 6.3.1.1.8 Psicología del consumidor

La psicología del consumidor se encarga de estudiar el comportamiento del consumidor y los aspectos psicológicos que influyen en la decisión de compra de una persona. Según esta disciplina estos procesos están influenciados por tres grupos externos los cuales determinan de alguna manera la decisión final del consumidor. Estos tres grupos han sido clasificados en primarios secundarios y terciarios.

El grupo primario lo conforma la familia, pues en primera instancia, son estos lo que generan ciertos hábitos en cada persona. El grupo secundario lo conforman las amistades en general y los centros escolares, que influyen bastante sobre las decisiones del individuo. Por último, el grupo terciario en el cual están involucrados los medios de comunicación y líderes de opinión. (Moore, 2010)

#### 6.3.1.1.9 Psicología del color

El color puede significar diferentes expresiones en el ambiente estos pueden transmitirnos sensaciones como la calma, plenitud, violencia, alegría, todas estas sensaciones varían según la cultura y la situación en la que nos encontremos respecto al color. La psicología de los colores fue estudiada por grandes maestros a lo largo de nuestra historia como por ejemplo Goethe o Kandinsky.

**Blanco:** Es el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia. Es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz y significa paz o rendición en la cultura occidental.

**Negro:** Es la ausencia total de luz. Es símbolo del error, del mal, el misterio y de la muerte. Sin embargo, también hace referencia a la nobleza, a la sofisticación y la elegancia.

**Gris:** Es el producto de la mezcla del negro y el blanco. Simboliza la neutralidad, la indecisión y la ausencia de energía. También expresa tristeza, duda y melancolía.

Amarillo: Es uno de los colores primarios en cuanto a pigmentos. Se ha asociado tradicionalmente con la intelectualidad, la inteligencia, las emociones o, con la deficiencia mental.

Rojo: Es uno de los colores más usados en diseño. Los objetos de color rojo tienen la capacidad de parecer que están más cerca que los de su alrededor que son de otro color. Es por eso por lo que nos llaman antes la atención.

Naranja: Actúa como estimulante de las personas tristes o tímidas. Evoca la tranquilidad, la calidez, la comodidad, la seguridad, la abundancia y la diversión. Simboliza entusiasmo y exaltación y cuando es muy encendido o rojizo, ardor y pasión.

Azul: Es el color de la intelectualidad. Como connotaciones positivas evoca la inteligencia, la confianza, la serenidad, la eficiencia, la lógica, la reflexión y la calma. Su parte negativa es que nos lleva a pensar en la frialdad, la falta de emociones, la indiferencia y la esterilidad. Simboliza la profundidad del mar.

Violeta: Es el color de la templanza, la lucidez y la reflexión. Transmite profundidad y experiencia. Tiene que ver con lo emocional y lo espiritual.

Verde: Es un color de extremo equilibrio, porque está compuesto por colores de la emoción que es el amarillo y del juicio el azul. Se le asocia con las personas superficialmente inteligentes y sociales que gustan de la vanidad de la oratoria y simboliza la primavera y la caridad.

Marrón: Es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista.

Rosado: Este color expresa lujo, realeza, sabiduría y creatividad, es un color asociado a lo espiritual y psíquico, utilizado en marcas centradas en contenidos de entretenimiento, lujo y fantasía. (Moore, 2010)

#### 6.3.1.1.10 Sociología

La sociología es la ciencia que estudia el comportamiento social de las personas, de los grupos y de la organización de las sociedades. La sociología trata de estudiar fenómenos sociales, el bienestar y comportamiento de las personas. Esta ciencia también estudia la familia, la religión, las instituciones educativas, las empresas, las administraciones, la ciencia, se ocupa de los rasgos que caracterizan a las sociedades, como la desigualdad, los valores y creencias, las manifestaciones culturales, la criminalidad y las migraciones, entre otros muchos.

Esta disciplina se ocupa también de la vida laboral de los jóvenes, como es su inserción al mercado laboral, así como las diferentes trayectorias profesionales de mujeres y hombres y cambios históricos de las clases sociales. (Sociología., 2015)

#### 6.3.1.1.11 Andragogía

Es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Etimológicamente la palabra adulto, proviene de la voz latina *adultus*, que puede interpretarse luego de la etapa de la adolescencia. A diferencia del niño, el adulto como individuo maduro, manifiesta las siguientes características: tiene auto concepto, experiencia, prisa en aprender, orientación para el aprendizaje y motivación para aprender. (Yturralde, 2016)

#### 6.3.1.1.12 Componentes para un modelo andragogico

El participante adulto: El aprendizaje solo puede efectuarse si existe continuidad y total congruencia.

El andragogo: Profesor, catedrático o docente es un facilitador competente en el proceso de transferencia de conocimientos y transferencia de experiencias, que el participante puede aportar.

Los participantes: Voluntad por aprender, interacciones interpersonales. Actividad educativa cuyo el participante debe ser el principal actor.

El entorno: La creación de un ambiente socio-emotivo adecuado es necesaria para hacer propicio el proceso de aprendizaje, los espacios físicos ayudan de igual manera, así como los recursos tecnológicos con los que se cuentan, influyen los colores, el clima, la comodidad, la tranquilidad. (Yturralde, 2016)

#### 6.2.11.13 Pedagogía

Tiene por objeto el estudio de la educación, de transmitir experiencias, conocimientos, valores con los recursos que se tienen al alcance organizando el proceso educativo de toda persona. La pedagogía se complementa a un conjunto de principios reguladores, constituye un sistema y usa métodos científicos como la observación y la experimentación. También es considerada una técnica, pues son los parámetros y normas que delimitan el arte de educar. (Dra. Bernal)

#### 6.2.11.14 Economía

Es una ciencia social con el objetivo de observar el comportamiento humano, utiliza el método científico experimental, inductivo y deductivo como la observación, medición formulación de hipótesis o de modelos de una teoría consistente, es una ciencia empírica, predecible y factible. Un bien se puede ver afectado no por la calidad o por su disponibilidad en el mercado sino porque su precio ha caído. (U.N.I.P)

## 6.3.2 Artes

### 6.3.2.1 Artes Gráficas

Son todo tipo de elementos visuales como la técnica del dibujo, grabado y especialmente técnicas con la imprenta. Las artes graficas ayudan al proceso artístico de la creación de un diseño utilizando la imagen como referencia convirtiéndola en una expresión artística única.

Estas artes se emplean en la publicidad, aplicándose en diferentes técnicas, como en rótulos, carteles, páginas web, envases, cajas, botellas, etiquetas. Se incluye la impresión digital como arte grafica así como la fotografía. (Fotonostra, 2016)

### 6.3.2.1 Dibujo

Es una técnica lineal que representa en dos dimensiones un objeto o una idea, utilizando la mano para hacerlo bien, por lo general se usa el papel como soporte, y el lápiz como instrumento. El dibujo es un medio para comunicarse sin utilizar las palabras, ya que no se necesita del idioma para ser comprendido, se pueden contar historias mediante dibujos. (infantiles, 2016)

### 6.3.2.2 Tipos de Dibujo

El dibujo a mano alzada, croquis o el natural, donde se realizan caricaturas o dibujo artístico, el dibujo técnico que es geométrico, arquitectónico, con plantillas o industrial y el dibujo digital, realizado con diferentes programas de dibujo. (infantiles, 2016)

### 6.3.2.3 Fotografía

Es aquella que integra los componentes de una obra de arte. La fotografía se puede definir en dos categorías principales: el dominio técnico y su contenido. A través del desarrollo de ambas cualidades, puede realizarse una fotografía con profundidad conceptual. (Artlex, 2010)

#### 6.3.2.4 Arte Digital

Es una disciplina creativa donde se realizan obras donde las herramientas principales son los elementos digitales en el proceso de producción o realización. El arte digital tiene la capacidad de crear mundos alternativos, aunque no físicos, una realidad excepcional. La interactividad es uno de los puntos principales de muchas obras de arte digital. (Fotonostra, 2016)

#### 6.3.2.5 Dibujo Digital

Es una técnica artística, pues utiliza métodos propios para la realización y necesita las herramientas tecnológicas para desarrollar un dibujo. Esta técnica se lleva a cabo a través de un software y hardware, para obtener resultados en el dibujo digital hay que conocer los protocolos, procesos, métodos, normas y reglas para poder conseguir la realización del dibujo. (Fuentes, Dibujo digital, 2015)

#### 6.3.2.5 Infografía

Se define como una herramienta de comunicación que permite explicar visualmente procesos complejos a través del diseño de piezas gráficas para su fácil comprensión, donde los elementos visuales son de gran ayuda explicativa combinados con el texto. Las infografías son usadas para explicar de forma rápida y clara información o datos muy complejos como mapas, textos técnicos y material educativo. A través de infografías se pueden transmitir mensajes, condensar información sin saturar al lector valiéndose de recursos gráficos para la fácil comprensión. (Infografías, 2014)

#### 6.3.2.6 Tipos de Infografías

Infografía de estadística, de línea de tiempo, procesos de producción y localización. (Infografías, 2014)

### 6.3.2.7 Tipografía

Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas. La fuente tipográfica es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes, también existen familias en las cuales podemos clasificar varios tipos de tipografía por medio de características comunes. (Satué, 2007)

### 6.3.3 Teorías

#### 6.3.3.1 Teoría del Color

Cuando percibimos la luz de los objetos es el color, esto quiere decir que todo lo que nos rodea es siempre e color y cuando haya luz. La luz está constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 km por segundo, esta viaja en ondas, es lo que se denomina como carácter ondulatorio de la luz cada onda tiene diferente longitud lo que produce diferentes tipos de luz, como por ejemplo la luz infrarroja, la luz ultravioleta o el espectro visible.

El espectro visible es aquel que solo el ojo humano es capaz de percibir. Las propiedades de la luz hacen que los objetos devuelvan los rayos y nuestro cerebro interpreta esas radiaciones electromagnéticas que los objetos reflejan como lo que llamamos Color. (Moore, 2010)

#### EL arcoíris

Tiene todos los colores del espectro solar. Podemos verlos porque las gotas de agua actúan a modo de prisma y descomponen los rayos de luz en ondas permitiéndonos ver los colores. Esta teoría fue demostrada por Isaac Newton que, a pesar de descomponer la luz nunca llegó a comprender por qué

#### Propiedades del Color



Son aquellos atributos que cambian y hacen único a cada color. Estos atributos son tres: El tono, la saturación y el brillo.

El tono también conocido como matiz, tinte, croma. Es la propiedad que diferencia un color de otro y por la cual designamos los colores: verde, violeta, rojo, etc.

La saturación representa la claridad u oscuridad de un color, está determinado por la cantidad de luz que un color tiene.

La luminosidad es la cantidad de luz reflejada por una superficie en comparación con la reflejada por una superficie blanca en iguales condiciones de iluminación. (Moore, 2010)

#### 6.3.4 Tendencias:

##### 6.3.4.1 Diseño responsive:

El diseño debe ser adaptable para todo tipo de pantallas, ya que la usabilidad se ha vuelto un factor importante en todas las plataformas como el móvil y la tablet, Un buen diseño responsive tendrá una usabilidad perfecta para móviles, su objetivo es que el usuario disfrute totalmente de su sitio navegando en su móvil y no presente problemas para navegar. (AristoPixel., 2015)

##### 6.3.4.2 Diseño fuera de cuadrícula

Es una técnica en la que todo se construye usando una matriz pero no se necesita guiarse del estilo clásico de la cuadrícula con líneas y columnas iguales. Debe de tener una estructura libre, desordenado, que cree cierta libertad, esto lograra que el diseño se haga más interesante y atractivo cuando se lea, esto puede ser aplicado en el diseño web, diseño editorial o cualquier tipo de diseño. (AristoPixel., 2015)

#### 6.3.4.3 Diseño con ilustraciones por encargo

La ilustración creativa será el factor primordial que destacara en los diseños, ya que no hay mejor manera de contar con una ilustración única para contar una historia de la manera más creativa y a la medida del servicio o producto, dejando a un lado los gráficos gratuitos, o vectores muy reconocibles. (AristoPixel., 2015)

#### 6.3.4.4. Uso de tipografías como recurso grafico

El uso de tipografías más creativas destacando en el diseño, entre la tendencia que encontramos en las tipografías son: tipografías grandes, superpuestas a imágenes, customizadas, uso de tipografías artísticas en la web, tipografías sans serif light, siendo un recurso grafico muy importante. (AristoPixel., 2015)

#### 6.3.4.5 Flat Desing o semi flat

Es el diseño plano, ya que visualmente es un diseño más simple y menos sobrecargado, ya que en esta tendencia se dice que menos es mas en todo aquello que tiene que ver con la estética visual. El diseño semi- flat es una evolución del flat desing más avanzado incluye algunos efectos tridimensionales para hacerlo más usables. (Carreño, 2015)

#### 6.3.4.6 Cuadriculas y formas geométricas

El diseño moderno y minimalista se alimentara fundamentalmente de los principios del estilo suizo uno de los principios se define como “todo debe estar planteado sobre una matriz geométrica”, este diseño es claro, fácil de poner en práctica y de entender para los usuarios. Habrá un aumento de formas libres que vienen a ser como las formas geométricas pero con defectos e irregularidades siendo un rasgo del neo-grunge. (Carreño, 2015)

#### 6.3.4.7 Infografías

La infografía ha tenido su auge en todos los ámbitos del marketing online, redes sociales, SEO, marketing de contenidos ya que las infografías se comparten tres veces más que cualquier otro tipo de contenido visual. Las infografías que generan más impacto son las que tienen la capacidad de contar una historia, un análisis profundo que permitan visualizaciones de datos y uno o dos tipos de letra muy bien elegidos. (Creativo, 2013)

#### 6.3.4.8 Colores vivos y vibrantes

El uso de colores brillantes pero no como protagonistas, sino acentuando detalles. La tendencia de los colores monocromáticos es una de las más sobresalientes ya que se utiliza con el fin de usar la misma tonalidad de color para evitar distracciones. La paleta de colores de los años 80 será la referencia de colores utilizados para este 2016. (Carreño, 2015)



# Capítulo VII

Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

### 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

#### 7.1.1 Ciencias:

##### 7.1.1.1 Semiología

Es un factor importante en el proyecto, ya que se deben seleccionar los correctos signos, ilustraciones y textos que sean adecuados y relacionados con el entorno. De esta forma se puede lograr estructurar una conexión entre el mensaje que quiere ser comunicado al grupo objetivo, esto se debe a la decodificación que se realiza al momento de observar los dibujos, iconos o ilustraciones y cómo se complementan con el mensaje central que se quiere comunicar junto con el concepto de diseño.

##### 7.1.1.2 Semiología de la Imagen

El diseño de la presentación se analizará visualmente, para saber si estáticamente es agradable para el grupo objetivo. Por medio de esta ciencia se examinará si los colores, formas, iconos y composición comunican lo que realmente se quiere transmitir y representar al grupo objetivo al lograr una percepción adecuada.

##### 7.1.1.3 Psicología

Gracias a psicología se conocerá el comportamiento y conducta del grupo objetivo, por qué es importante para ellas cuidar su salud, cuál es su postura referente a la prevención del cáncer de mama, conocer sus hábitos, pensamientos y sentimientos ayudará a acercarse al grupo objetivo al lograr transmitir un mensaje adecuado para que se forme educación sobre la prevención.

#### 7.1.1.4 Psicología Educativa

Es una rama de la psicología que, dentro del proyecto, ayudará a conocer las formas en que se produce el aprendizaje humano dentro de los centros educativos. Es decir que estudia cómo aprenden los estudiantes y en qué forma se desarrollan. Servirá de apoyo para dominar las formas de aprendizaje del grupo objetivo, por medio de métodos funcionales para poder informar correctamente sobre el cáncer de mama y las medidas que se deben tomar.

#### 7.1.1.5 Psicología del color

El uso de los colores adecuados permite crear sensaciones, sentimientos, emociones y el impacto adecuado para el grupo objetivo. Para la presentación se necesitará el análisis de los colores correctos para que visualmente sea agradable tanto visualmente como estático, logrando una fácil lectura para el grupo objetivo. Con los colores también se pretende captar la atención para que las mujeres que reciban las charlas de prevención demuestren interés en la presentación.

#### 7.1.1.6 Sociología

El ser humano es un ente social, por lo tanto la sociología es una ciencia en la que debe apoyarse el proyecto, ya que dicha ciencia se preocupa por el bienestar y el comportamiento de las personas, estudia la familia y el comportamiento de hombres y mujeres. Este proyecto será un aporte al crecimiento social de la población femenina tanto en educación preventiva como en evitar la enfermedad, ya que el objetivo es eludir el cáncer y las muertes que se dan debido a que no se tiene el conocimiento necesario para prevenir el cáncer de mama.

Esta enfermedad está afectando a todo el mundo y no sólo afecta a la mujer, también los familiares son afectados psicológicamente. El proyecto ayudará a tener el entorno social femenino capacitado, que sea consciente de la prevención, buscando el bienestar tanto en prevenir el cáncer como en cuidar la alimentación, la condición física y evitar malos hábitos.

#### 7.1.1.7 Andragogía

Este proyecto está basado en la Andragogía, ya que su principal objetivo es educar a las mujeres para la prevención del cáncer de mama. Esta presentación digital quiere inculcar aprendizaje, conocimiento e informar adecuadamente a las mujeres al hacer conciencia en que se pongan en práctica todos los conocimientos impartidos en la presentación. La Andragogía es el aprendizaje que se enfoca en el adulto, en esta presentación se aplica, ya que el grupo objetivo es de 18 a 30 años de edad. Se quiere lograr que las mujeres tengan motivación por aprender y auto concepto propio para obtener una comunicación bidireccional entre el capacitador y grupo objetivo, es decir que puedan participar y que el capacitador sea un facilitador de contenido.

#### 7.1.1.8 Pedagogía

La pedagogía también hace referencia al proyecto, ya que se van a transmitir conocimientos, valores, experiencias y métodos para el aprendizaje.

#### 7.1.1.9 Economía

Todo proyecto está apoyado con la economía, es decir de los suficientes recursos económicos para llevarlo a cabo. El proyecto será un material digital que no necesitará fondos para llevarlo a cabo, ya que se pensó en buscar un material que quedara favorable para que la fundación pueda realizar constantemente charlas a un grupo alto de mujeres que serán el grupo objetivo, tomando en cuenta que FUNDECÁN trabaja solamente con donaciones.

### 7.1.2 Artes

#### 7.1.2.1 Artes Gráficas

En todo el proyecto se utilizarán las artes gráficas como los elementos fundamentales para el diseño de la presentación, ya que ayudarán al proceso artístico para la creación del diseño basándose en una expresión artística única. (fotos, 2009)

#### 7.1.2.2 Dibujo

El dibujo es una herramienta muy importante en la elaboración de una propuesta, ya que es fundamental para un arte final. Para el proyecto se utilizará dibujo natural o bocetaje previo a la idea que se va a plasmar digitalmente. Se presentará el bocetaje como parte de un borrador que contendrá todos los elementos gráficos visuales que se emplearon en el arte final, como la ilustración, diagramación, composición, tipografía, uso del color, entre otros.

#### 7.1.2.3 Arte Digital

El proyecto estará en gran parte representado por el arte digital, ya que el formato será un archivo digital de todos los elementos del diseño de la presentación como ilustraciones, dibujos, iconos, y cualquier elemento gráfico será representado digitalmente.

#### 7.1.2.4 Dibujo Digital

Se plasmará en la presentación como un método y herramienta que servirá de apoyo fundamental para explicar los mensajes que se comunicarán en la presentación, para hacer una forma más agradable de conocer procedimientos o instrucciones que se transmitirán al grupo objetivo. Para realizar dibujos digitales se necesitarán de herramientas tecnológicas y utilizar programas de diseño como ilustrador y photoshop. Los dibujos digitales predominaran en el diseño, ya que por medio de la ilustración se explicará de manera más dinámica, simple y concisa, cada concepto que se quiera desarrollar.

#### 7.1.2.5 Infografía

Una herramienta de comunicación primordial, que en este proyecto funcionará para ejemplificar, explicar procesos complejos e importantes, instrucciones, demostraciones o temas muy extensos dentro de la presentación digital. Se explicará visualmente procesos complejos de



información a través de los elementos visuales que contenga la infografía para la fácil y rápida comprensión de los temas y trasladar la información precisa sin extenderse.

#### 7.1.2.6 Tipografía

Por medio de la tipografía se comunica el mensaje adecuado para el grupo objetivo y lograr una lectura agradable que guarde relación de tamaño, al utilizar las familias tipográficas adecuadas, un estilo y apariencia que vaya acorde al diseño y al grupo objetivo.

#### 7.1.3 Tendencias

##### 7.1.3.1 Diseño fuera de cuadrícula

Formará la composición fundamental de la presentación con una estructura libre, un poco desordenada, pero que cree cierta libertad en toda la composición. Esto logrará que el diseño visualmente se aprecie interesante y atractivo al leerlo, ya que uno de los propósitos para el diseño de esta presentación es que sea atrayente y cautive la atención del grupo objetivo.

##### 7.1.3.2 Diseño con ilustraciones por encargo

Se realizarán ilustraciones propias y únicas para contar una historia de la manera más creativa, siendo una forma más dinámica para aprender. Se quiere lograr que, por medio de la ilustración, se ejemplifique todos los puntos más importantes que tengan que destacar en la información que se va a comunicar. Para llevar esta tendencia a cabo en el proyecto se proyectará en forma de infografía.

##### 7.1.3.3 Uso de tipografías como recurso gráfico

Se emplearán diseños donde la tipografía tendrá el protagonismo de destacar en el diseño, teniendo una tendencia creativa, de un tamaño grande o superpuesto a imágenes. La tipografía será san serif light ya que está marcando tendencia.

#### 7.1.3.4 Flat Desing o semi flat

En todo el diseño de la presentación digital se manejará un diseño plano, ya que visualmente es un diseño más simple y menos sobrecargado que logrará una estética visual para la composición del proyecto. Con el flat desing también se persigue que el diseño de la presentación destaque por tener un diseño conciso y preciso y no sobrecargar la imagen visual, para no confundir al grupo objetivo.

#### 7.1.3.5 Cuadriculas y formas geométricas

El diseño se complementará con formas geométricas o cuadriculas, ya que en esta tendencia también se utilizan estas formas que dan como resultado un diseño mejor comprendido para el grupo objetivo. Esta tendencia se complementará con las formas libres geométricas o bien la tendencia anteriormente mencionada, “diseño fuera de cuadrícula”.

#### 7.1.3.7 Colores vivos y vibrantes

Visualmente la presentación digital debe captar la atención del grupo objetivo, no se quiere utilizar la tendencia de colores vivos y vibrantes como protagonistas, ya que el propósito de atraer la atención no se logra solo con los colores. Es fundamental poseer un balance en todos los elementos del diseño. Para esto se utilizará la tendencia de colores monocromáticos con el fin de usar la misma tonalidad de color y evitar distracciones y el uso de colores brillantes acentuando detalles importantes o que necesiten ser destacados.

### 7.1.4 Teorías

#### 7.1.4.1 Teoría del color

Es importante tener conocimiento de la teoría del color para aplicarlo en el proyecto, ya que cada color expresa diferentes sensaciones y emociones, por lo que se dice que puede influir el ánimo

de las personas, tanto como en la observación y la lectura del mismo. Es importante utilizar los colores adecuadamente para transmitir de la mejor manera el mensaje a comunicar.

## 7.2 Conceptualización:

### 7.2.1 Método:

Conexiones morfológicas forzadas propuesta por Koberg y Bagnall, se define como la suma de los principios básicos de dos técnicas, listado de atributos creado por R.P. Crawford y las Relaciones forzadas por Charles S. Whiting. Esta técnica es funcional, ya que facilita a que surjan ideas de aspectos que no habíamos tenido en cuenta, así como analogías muy inspiradoras. Antes de llevar a cabo este método primeramente se define el objetivo creativo con unas cuantas ideas por medio del brainstorming. Los pasos son los siguientes:

Descomponer el objetivo creativo en componentes o bloques.

Se lista en cada bloque distintos aspectos o partes. Esto nos ayuda a generar nuevas ideas.

Al conectar o cruzar al azar diversos aspectos de varios bloques, provoca conexiones que generan ideas muy inusuales.

#### Paso 1

“Idea para realizar el concepto de diseño y comunicación de la presentación digital, para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres.”

## Brainstorming

Ilustración	Prevenir	Diagramación
Capacidad	Cáncer	Diseño
Orientar	Fundación	Mensaje
Guiar	Color	Ayuda
Contra	Tipografía	Concientizar
Digital	Mujer	Contra
Prevención	Joven	Impartir
Unión	Cáncer de mama	Presentación
Capacitación	Temas	Charlas
Graficar	Información	Educación
Detección	Conocimiento	Interés
Salud	Tratamientos	Consejos

## Paso 2

Diseño y Comunicación	Presentación Digital	Grupo Objetivo	Prevención del cáncer
Color	Digital	Mujeres	De mama
Tipografía	Informar	Jóvenes	Charlas
Diagramación	Capacitar	Extrovertidas	Concisas
Composición	Prevenir	Trabajadoras	Adecuada
Elementos	Ayudar	Estudiantes	Ayuda
Gráficos	Orientar	Mamas	Correcta
Ilustraciones	Preciso	Hijas	Detección
Mensaje	Visualmente	Cáncer	Temprana
Información	Agradable	Vida	Salud
Infografías	Dinámico	Futuro	Hábitos
Creativo	Concientizar	Oportunidad	Control
Tendencias	Grupo	Apoyo	Alimentación
	Contenido	Conocimiento	Factores
			Tratamientos

Paso 3

Mensaje – Preciso – mujeres – Detección – Temprana

“Comunicar un mensaje preciso para que la detección temprana del cáncer en la mujer”

Comunicación – Ayudar – Charlas – Correcta

“Con la ayuda de la comunicación brindemos charlas correctas”

Mensaje – Concientiza r- ayuda

“Un mensaje de ayuda para concientizar tu salud”

Orientar – Futuro – Salud – Ayuda

“Orienta tu salud a un futuro sano”

Vida – Informar – Futuro – Temprana – Detección

La detección temprana, salva tu vida y futuro.

Orientar – futuro – salud

“Pensar en tu futuro, es orientar correctamente tu salud”

Educar – Vida – Salud – Futuro – Ayuda

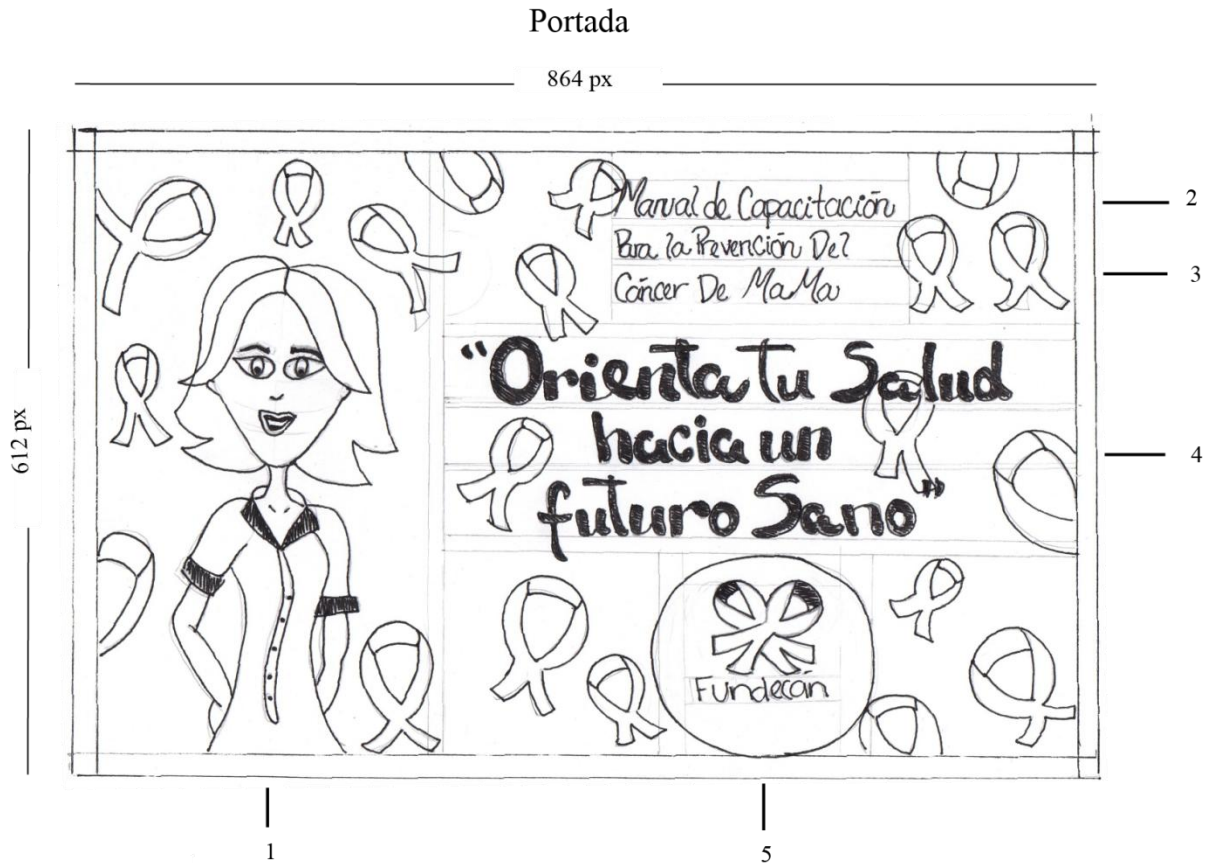
“Educate para cuidar tu vida y salud”

### 7.2.2. Definición del Concepto

Después de finalizar los 3 pasos de método de conexiones morfológicas forzadas el concepto elegido fue: **“Orienta tu salud hacia un futuro sano”**, que se dio a través de la conexión entre, orientar, futuro, salud y ayuda. Se eligió esta frase, ya que el propósito que tiene la presentación digital para la fundación es educar e incentivar a la mujer. Lo importante es el cuidado de la salud, que piensen en el futuro junto con el de la familia, orientándose adecuadamente a la prevención del cáncer de mama, que es lo que quiere comunicar la presentación digital.

## 7.3 Bocetaje

Bocetaje de la presentación propuesta 1.



Portada

1. Ilustración de mujer a medio cuerpo que representa a una mujer joven que se refiere al grupo objetivo al que va dirigido.
2. Fondo con el símbolo que representa el cáncer de mama con opacidad.
3. Sub titular con tipografía san Serif, que indica la descripción de la función de la presentación.
4. Titular con slogan, con tipografía script bold.

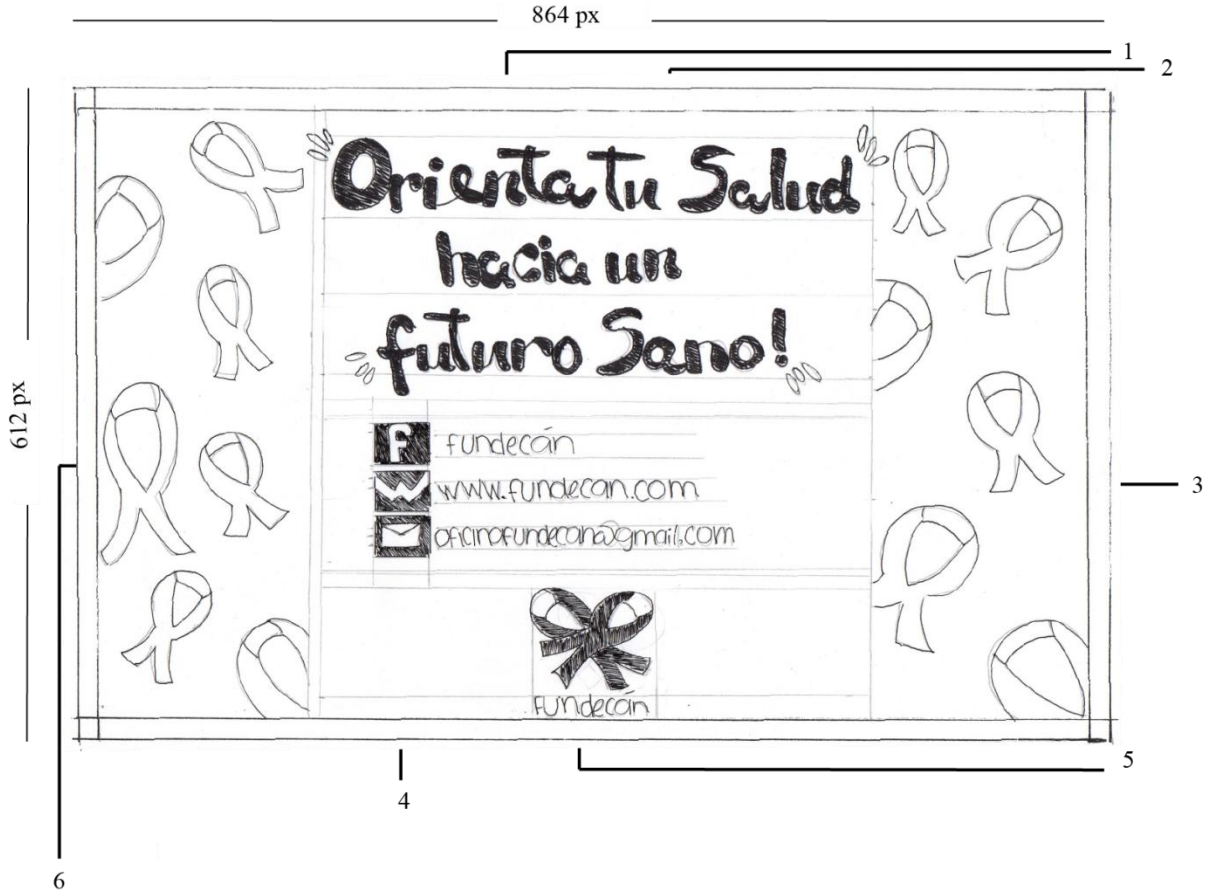


5. Diagramación de un círculo como fondo para colocar el imagotipo de la fundación.

Propuesta a color, portada



## Contraportada



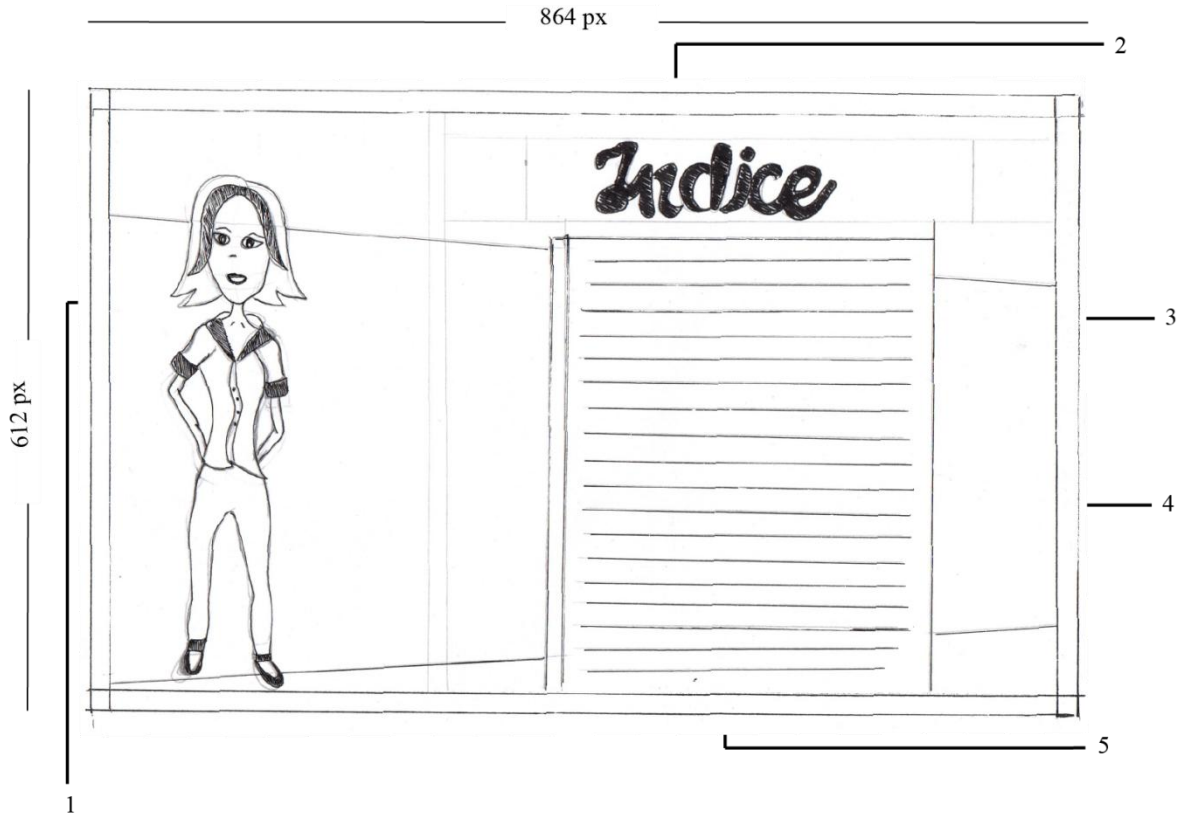
## Contraportada

1. Titular con slogan, que utiliza tipografía script bold de forma inclinada con una diagramación de líneas expresivas a los lados para que forme más énfasis.
2. Diagramación de un rectángulo que contendrá información de redes sociales, imago tipo y slogan para que resalte y se visualice de mejor manera.
3. Diagramación de un rectángulo que contendrá la información de facebook, página web y correo electrónico de la fundación.
4. Diagramación de iconos de facebook, página web y correo electrónico en forma cuadrada con las esquinas redondeadas.
5. Imago tipo de la fundación.

6. Fondo que utiliza el símbolo que representa el cáncer de mama con opacidad.

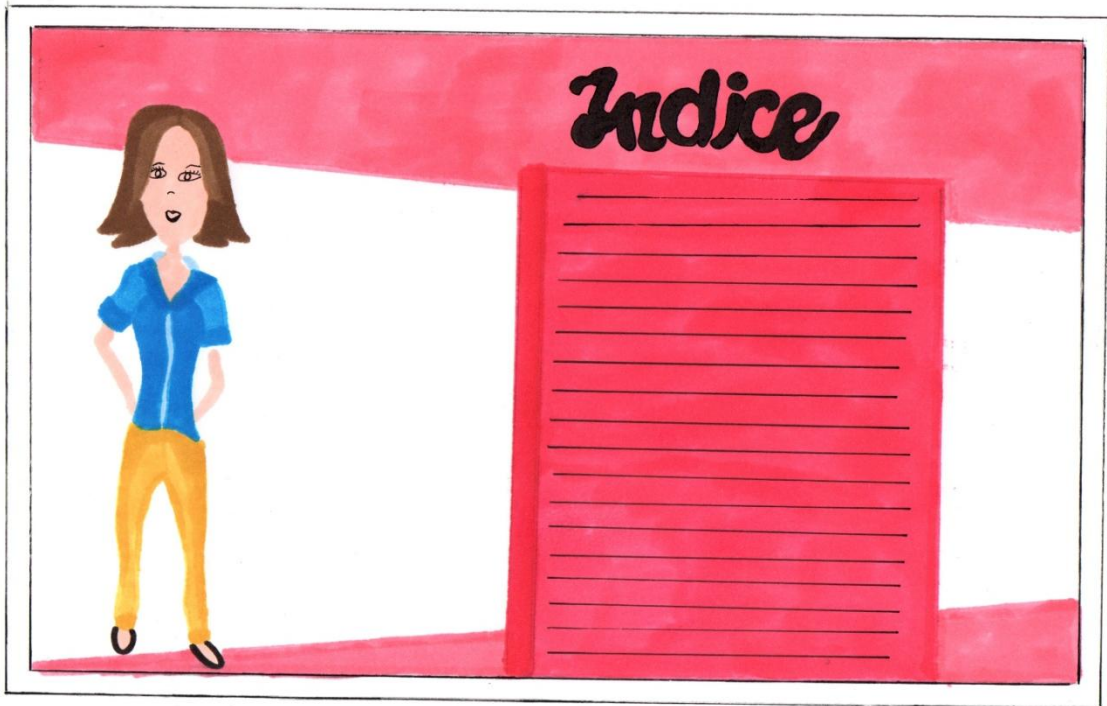
Propuesta a color, contraportada

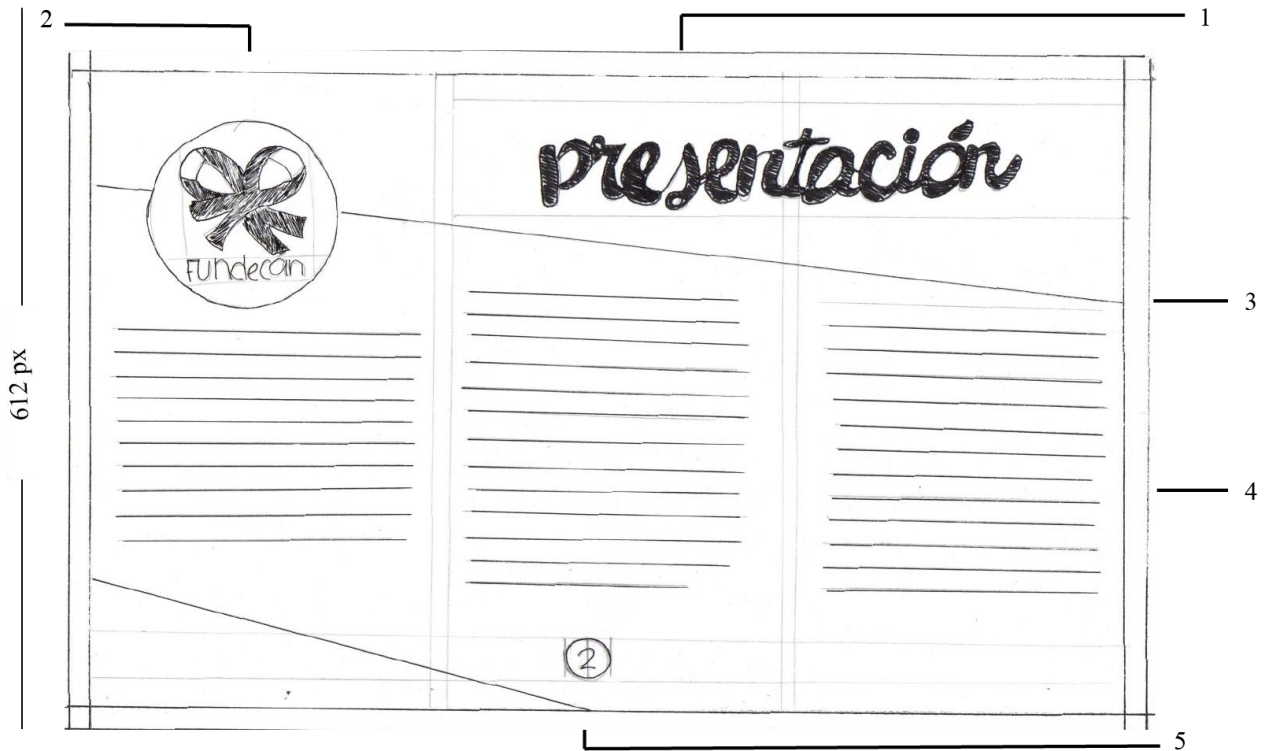




Página 1

1. Ilustración de mujer de cuerpo completo que representa a una mujer joven haciendo referencia al grupo objetivo al que va dirigido.
2. Titular grande que utiliza tipografía script bold.
3. Diagramación de rectángulo como fondo con las esquinas desiguales que abarque toda la hoja.
4. Texto simulado que explicará el contenido de la presentación, se diagramará en una sola columna.
5. Diagramación de rectángulo en forma vertical como fondo con sombra donde se colocará el contenido de la presentación.





Página 2

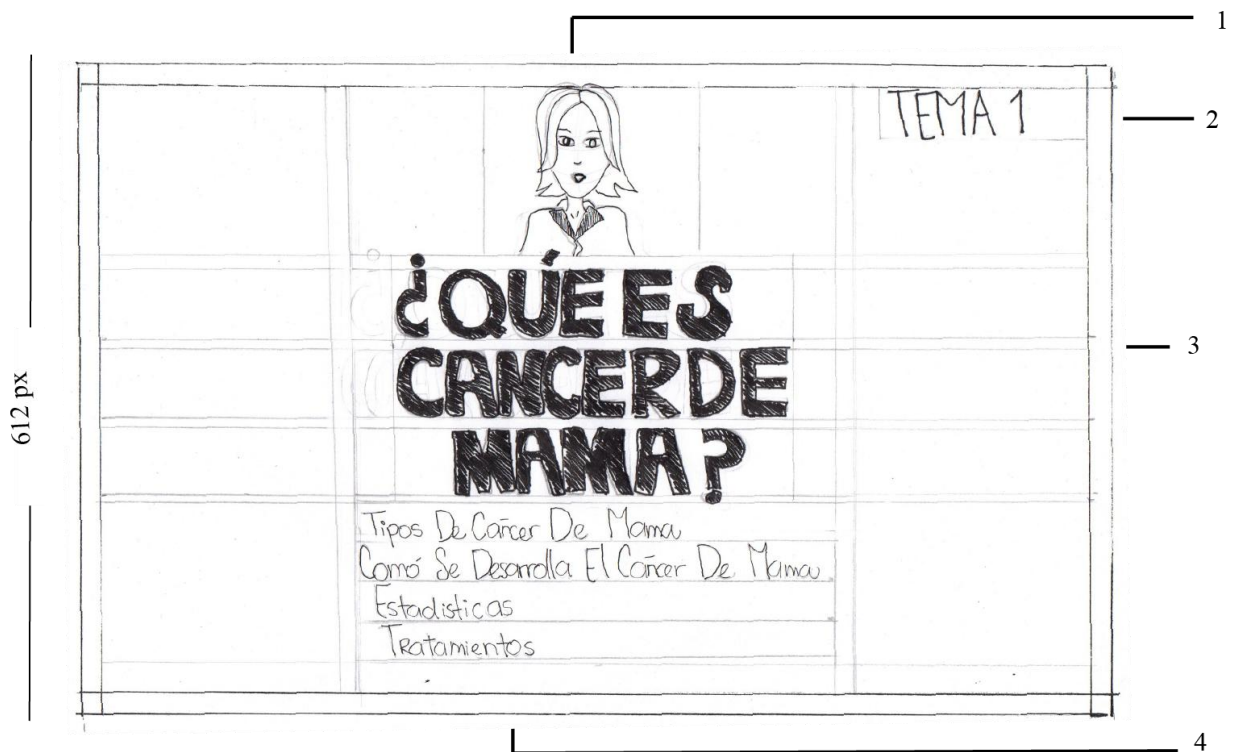
1. Titular grande que utiliza tipografía script bold
2. Diagramación de un círculo como fondo para colocar el imagotipo de la fundación.
3. Diagramación de rectángulo como fondo con las esquinas desiguales que abarque toda la hoja.
4. Texto simulado que explicará la presentación de la presentación digital, se diagramará en tres columnas.
5. Diagramación de un círculo pequeño que contendrá la numeración de página de la presentación digital.





Central 1

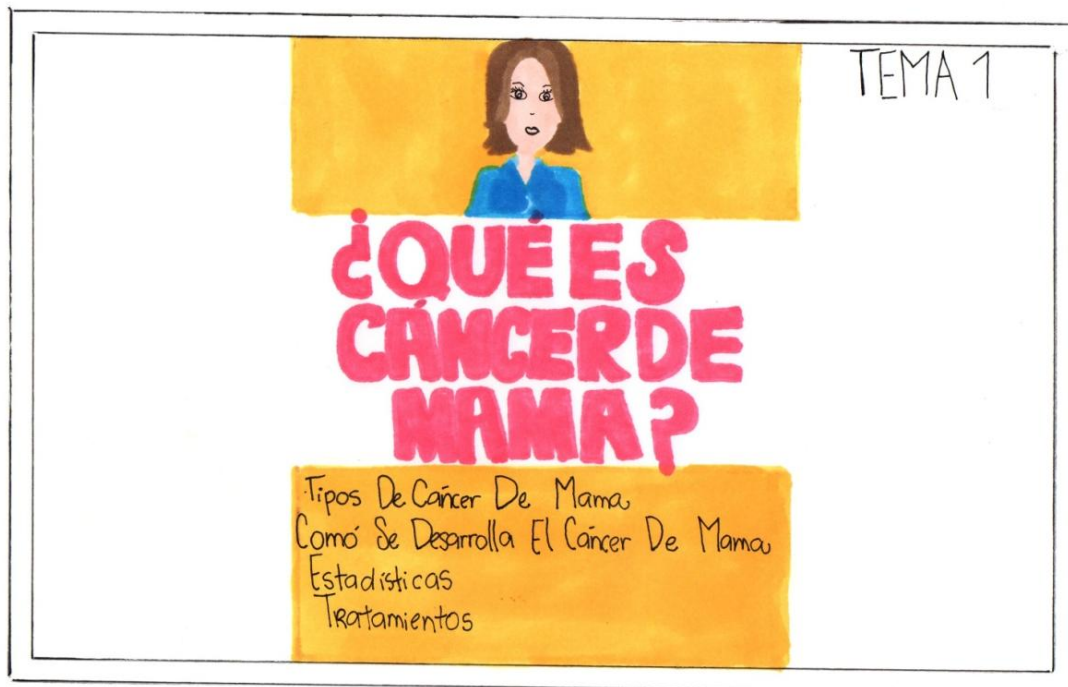
864 px



## Página Central

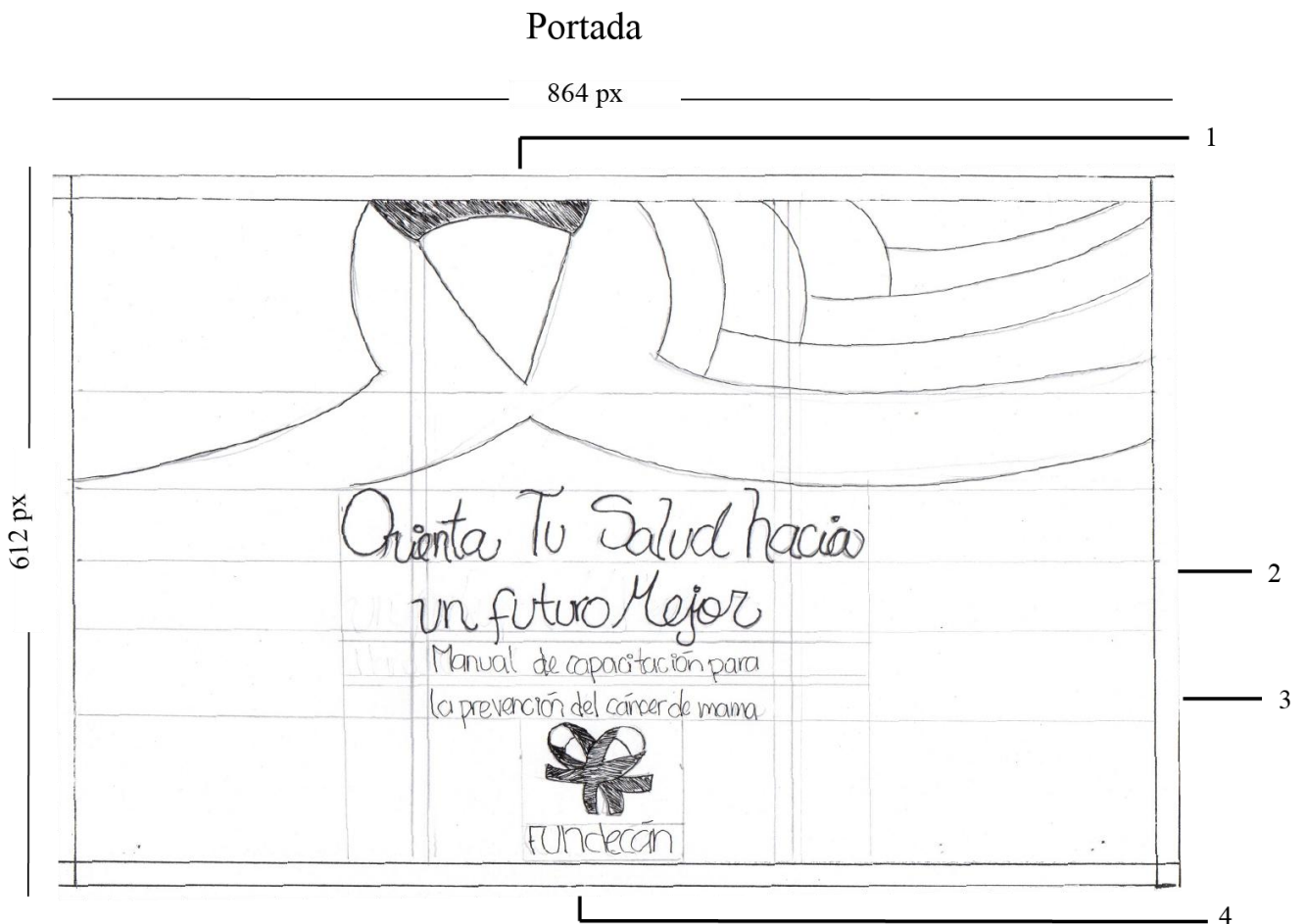
1. Ilustración de mujer en plano medio de una mujer joven haciendo referencia al grupo objetivo al que va dirigido, para cada título.
2. Se colocará el número de tema que trata cada página central.
3. Titular de cada tema a tratar con tipografía San Serif bold.
4. Sub titular que indique el desglose de sub temas que se tratarán en el tema indicado en la página, con tipografía San Serif.

Prueba a color, página central





## Bocetaje de la presentación propuesta 2



### Portada

1. Diagramación del símbolo del cáncer de mamá como ilustración principal de la portada en toda la parte superior en forma degradada de colores.
2. Titular grande con el slogan y tipografía script bold.
3. Sub titular con tipografía san Serif que indica la descripción de la función de la presentación.
4. Diagramación del imagotipo de la fundación.

Prueba a color, portada



## Contraportada

864 px



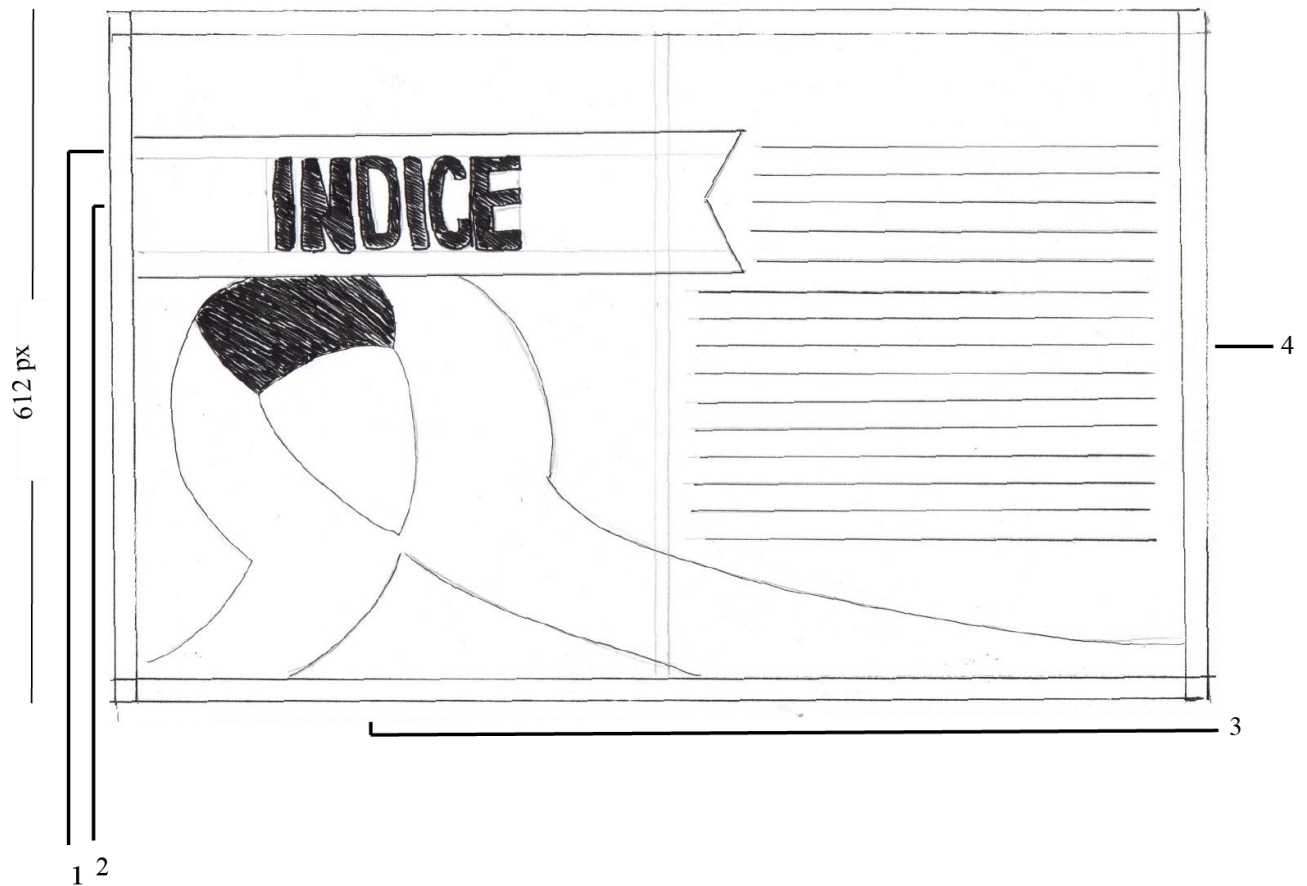
### Contraportada

1. Diagramación del imagotipo de la fundación.
2. Titular grande con el slogan, que utiliza tipografía script bold.
3. Diagramación de dos rectángulos horizontales en forma de banderines que funcionen como fondo para colocar texto resaltándolo.
4. Texto simulado que contendrá la información de facebook, página web y correo electrónico de la fundación.
5. Diagramación de iconos de facebook, página web y correo electrónico en forma cuadrada con las esquinas redondeadas.

6. Diagramación del símbolo del cáncer de mamá en la esquina izquierda que abarca toda la página.

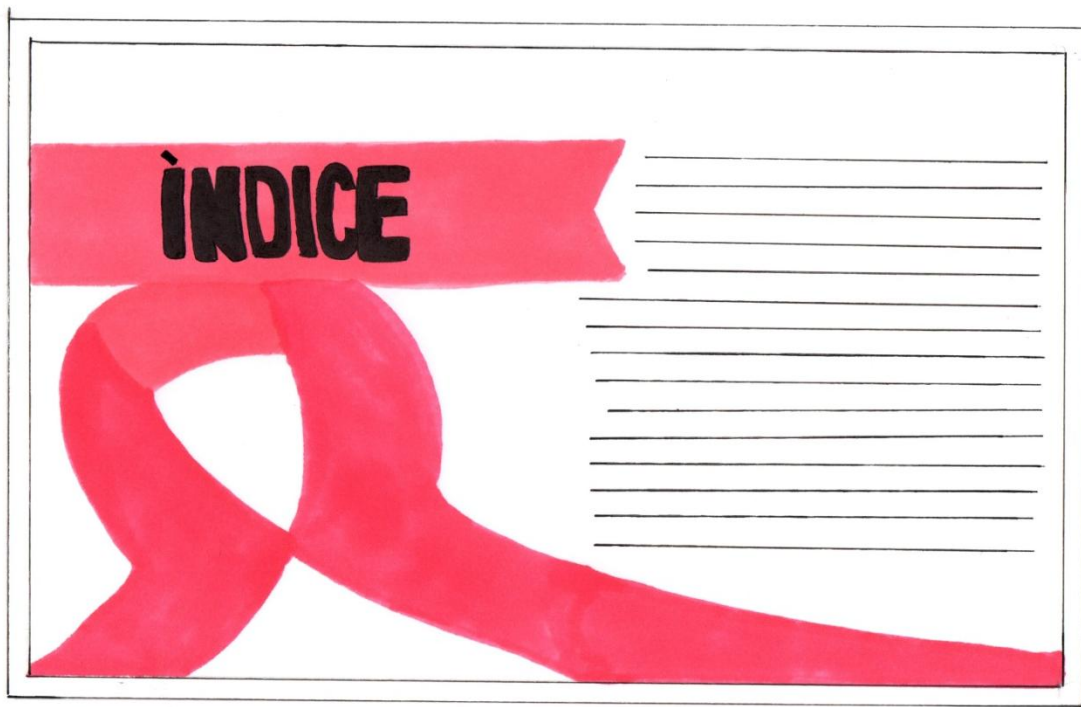
Prueba a color, contraportada

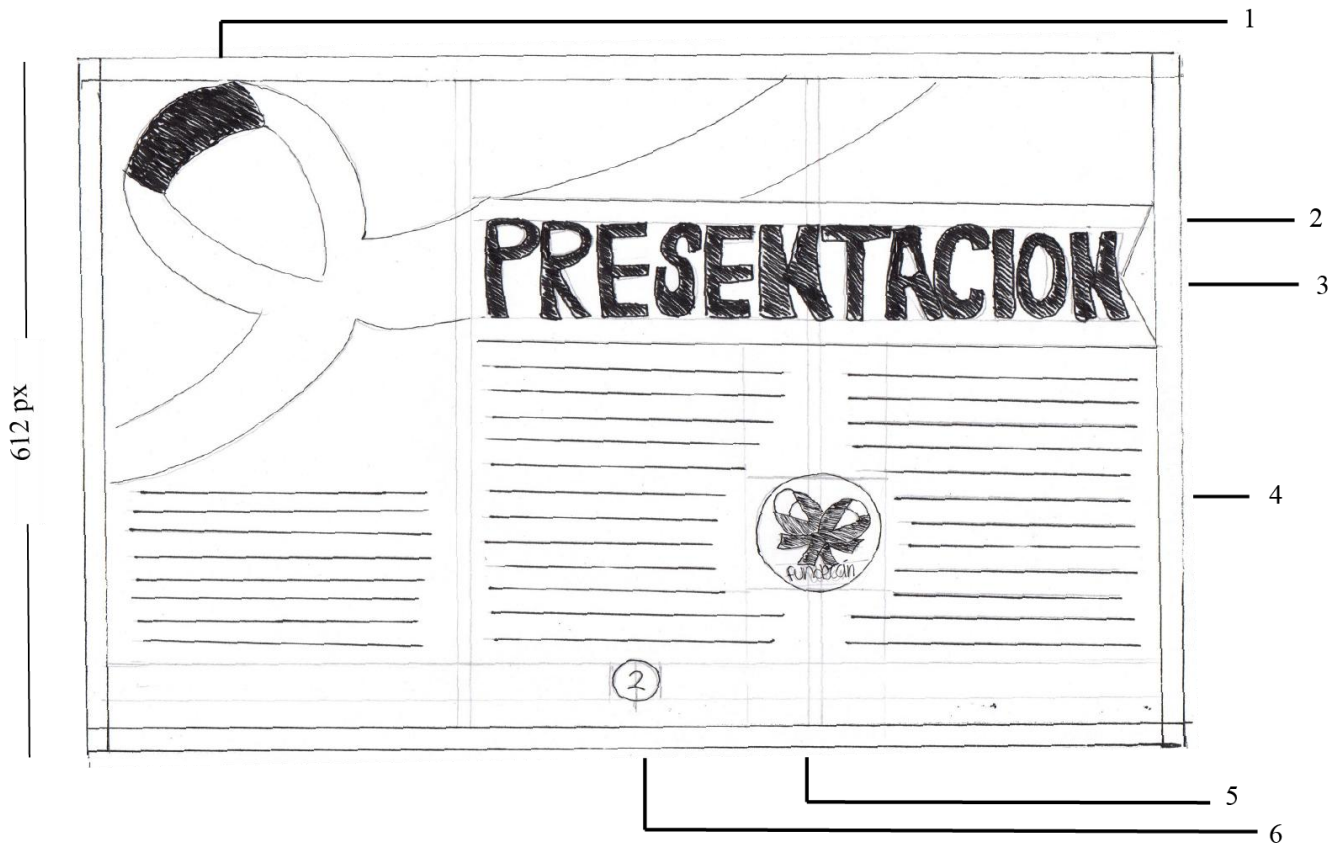




Página 1

1. Diagramación de un rectángulo horizontal en forma de banderín que funcione como fondo para el titular de la página.
2. Titular grande, con tipografía San Serif bold.
3. Diagramación del símbolo del cáncer de mamá en la esquina izquierda que abarca las dos columnas.
4. Texto simulado que explicará el contenido de la presentación digital, se diagramará en una sola columna.





Página 2.

1. Diagramación del símbolo del cáncer de mamá en la esquina izquierda que abarca las dos columnas en la parte superior.
2. Diagramación de un rectángulo horizontal en forma de banderín que funcione como fondo para el titular de la página
3. Titular grande, utilizando tipografía San Serif bold.
4. Texto simulado que explicará la presentación de la presentación digital, se diagramará en tres columnas.



5. Diagramación de un círculo en medio de las dos columnas de texto como fondo con el imagotipo de la fundación.
6. Diagramación de un círculo pequeño que contendrá la numeración de página de la presentación.

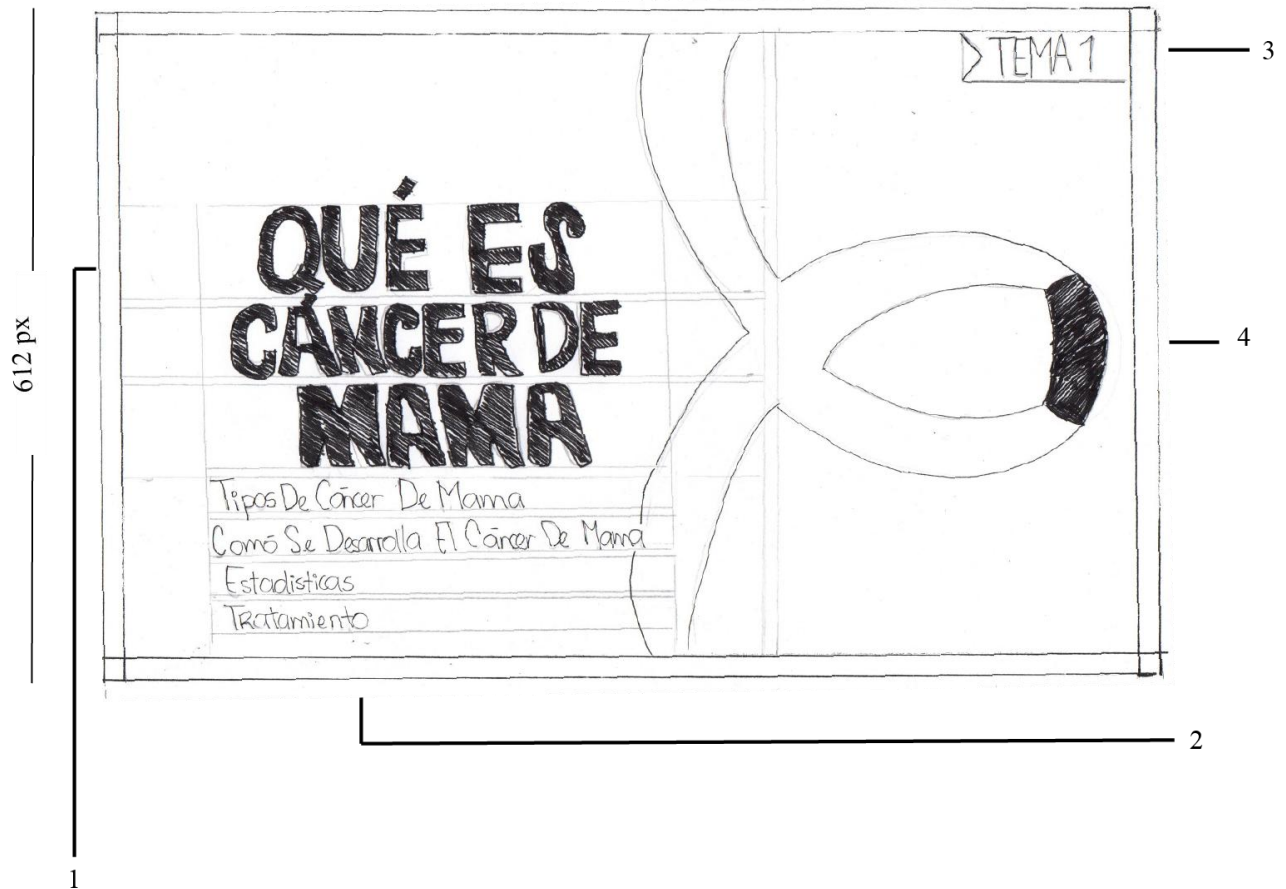
Prueba a color, página 2





## Central 2

864 px



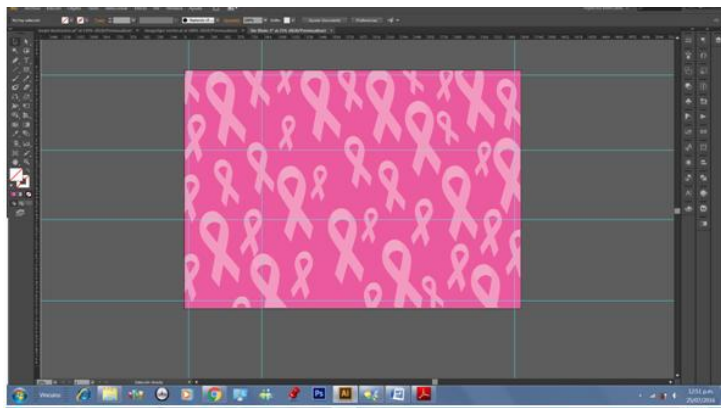
### Página Central 2

1. Titular de cada tema a tratar que utiliza tipografía San Serif bold.
2. Sub titular indicando el desglose de sub temas que se tratarán en el tema indicado en la página.
3. Se colocará el número de tema que trata cada página central con fondo de un rectángulo horizontal en forma de banderín.
4. Diagramación del símbolo del cáncer de mamá con los lazos dirigidos al titular que abarca toda la página.

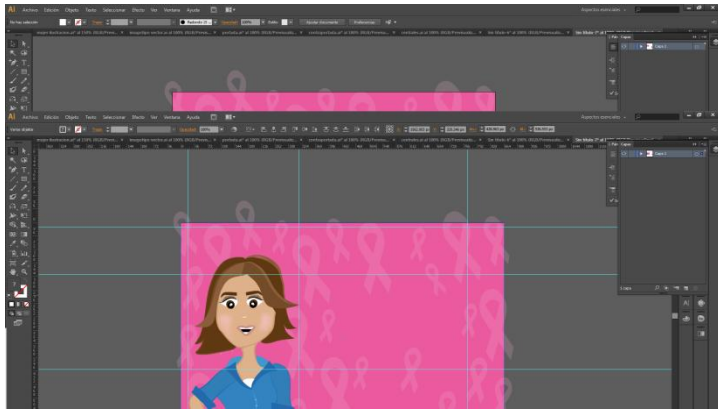
Prueba a color, página central



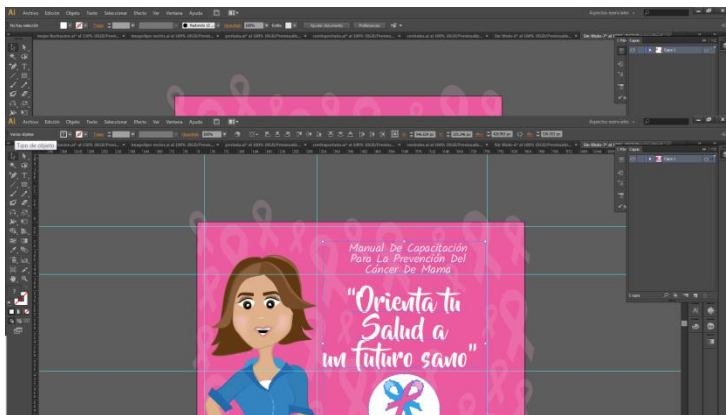
### 7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos



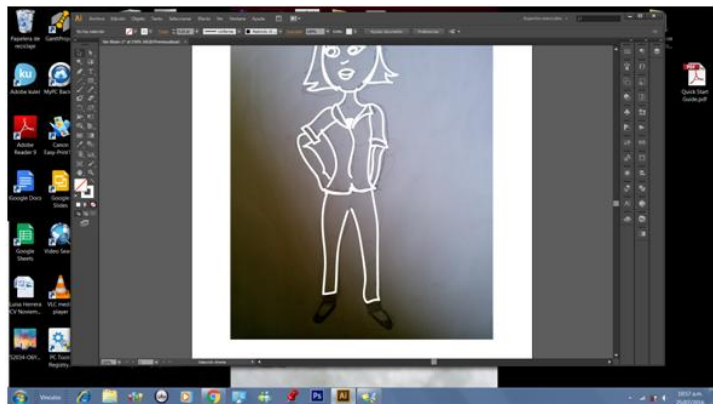
Se diagramó el fondo con el símbolo del cáncer de mama formando un patrón dinámico con opacidad para la portada.



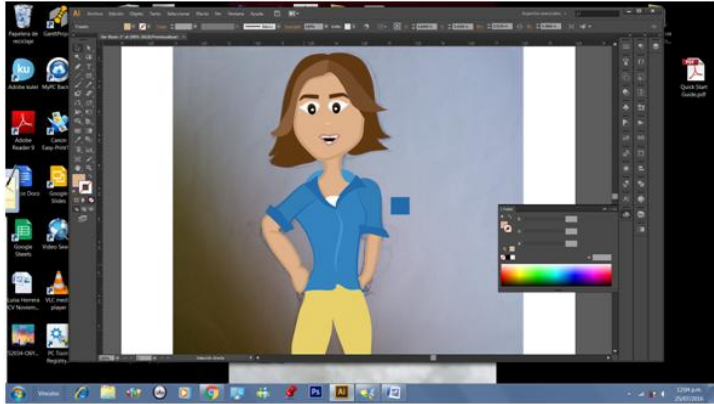
Se colocó la ilustración de la mujer joven de lado izquierdo de la portada en plano medio.



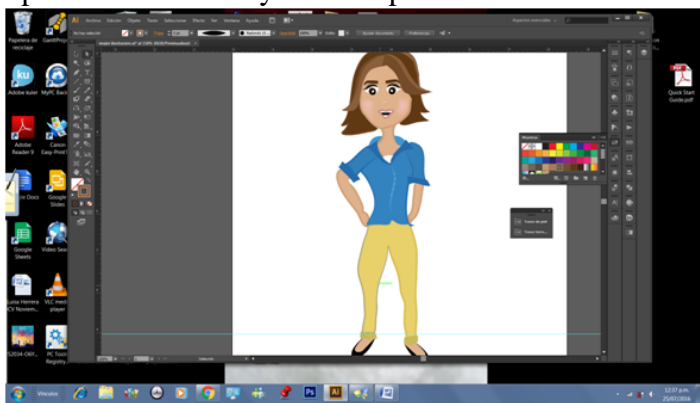
Se colocó el subtítulo y titular en la respectiva retícula, así como el logo de FUNDECÁN en la parte inferior resaltándolo con un círculo blanco de fondo.



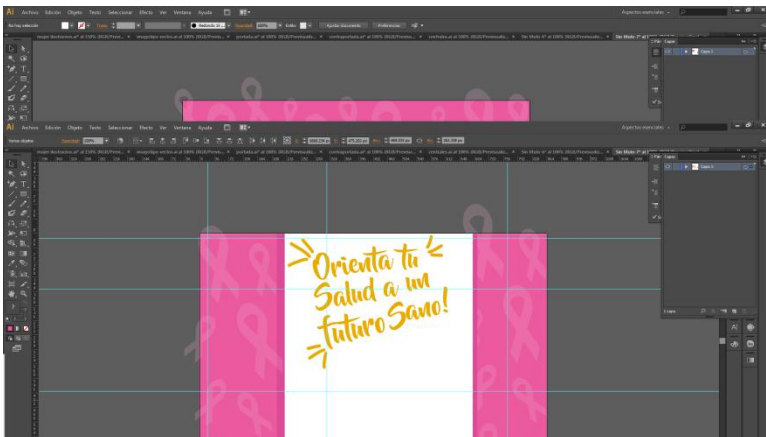
Diagramación de la ilustración vectorial de la mujer joven con la herramienta pluma.



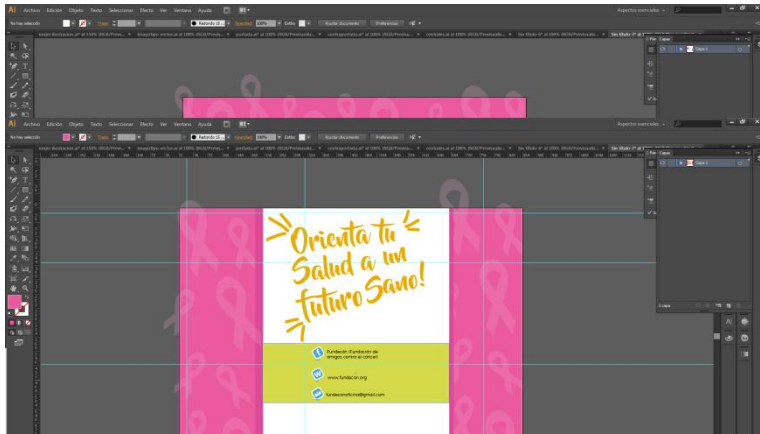
Aplicación de color y detalles para resaltar la ilustración.



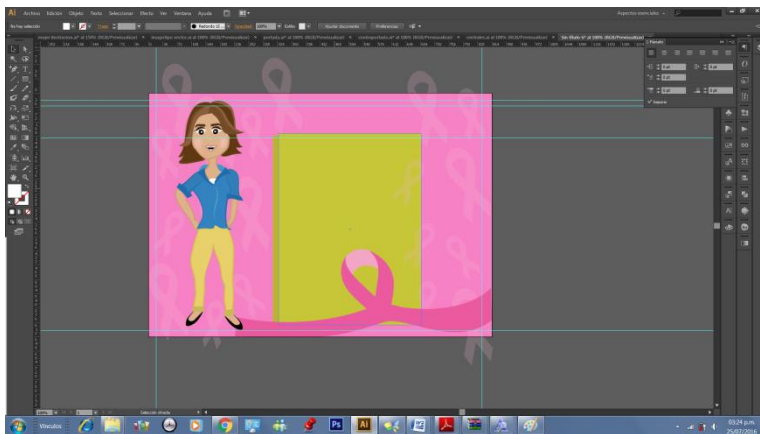
Arte final de la ilustración cuerpo completo de la mujer joven con colores claros.



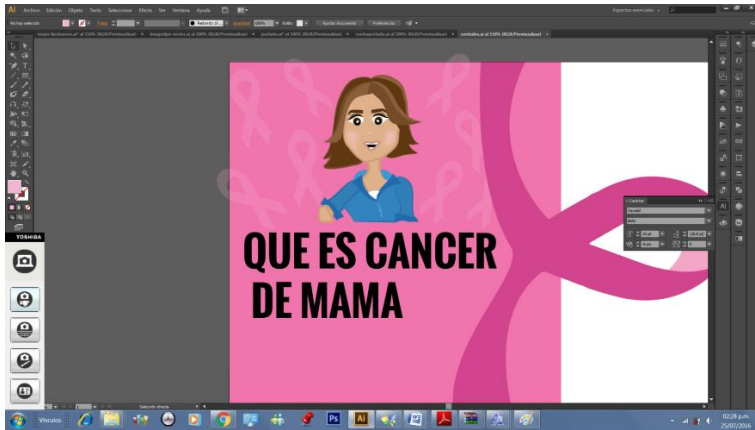
Diagramación de la contraportada con el slogan y el fondo del patrón con el símbolo del cáncer de mama.



Se diagramó un cintillo verde donde se colocaran los iconos e información de facebook, página web y correo de la fundación en una sola columna, con su descripción correspondiente al lado.



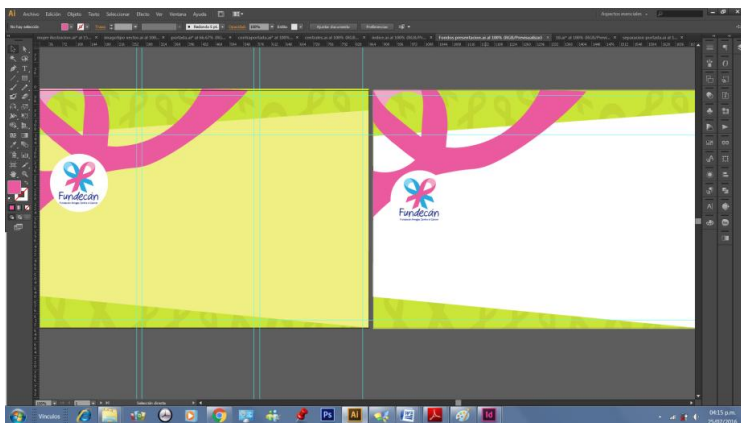
Diagramación del índice, con la ilustración de la mujer joven de cuerpo completo, así como el símbolo del cáncer de mama para que sobresaliera en la parte inferior de donde se colocará texto. Los colores son femeninos, ya que son vivos y claros.



Diagramación del patrón de fondo con opacidad. Se colocó la ilustración de la mujer joven como protagonista de los titulares de cada tema a tratar en la presentación.



Se aplico color y diagramó de una forma armónica la página central los diferentes tonos de rosado para que haga referencia a la mujer y el amarillo que representa alegría.





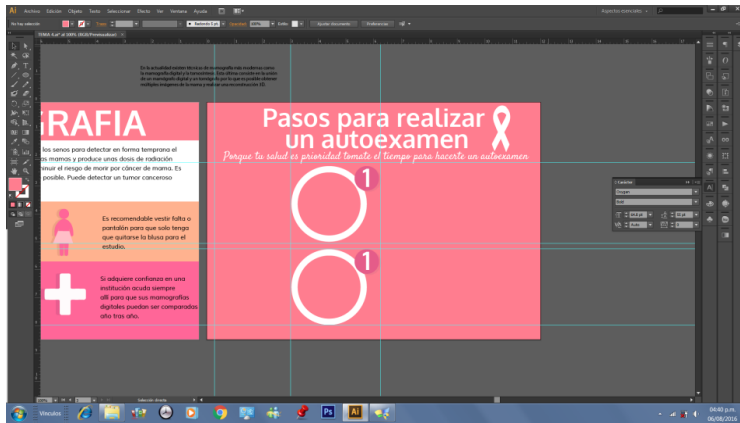
Diagramación vectorial de páginas interiores. Se utilizaron 3 columnas y color blanco de fondo ya que contendrá mucha información. Se diagramó el símbolo de cáncer de mama en la parte superior izquierda y un fondo que destacara, se aplico el símbolo en marca de agua.



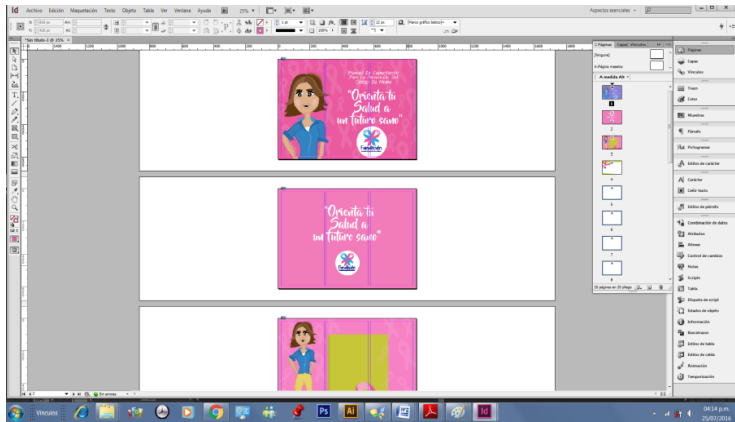
Diagramación de páginas interiores de la presentación. Diseño de la diagramación de infografía informativa acerca de las estadísticas del cáncer de mama, se diseñó a base de rectángulos y cuadrados para que guardara la forma relativa del diseño.



En ilustrador se diagramaron tres columnas con diferente tonalidad de rosado, para ilustrar cada síntoma del cáncer de mama.



Diagramación de los pasos para realizar el autoexamen, se utilizaron colores rosados y círculos que contendrán las ilustraciones explicativas.



Se comenzó a maquetar la presentación digital en Indesign.

#### 7.4 Propuesta preliminar

Se presenta a continuación cada una de las páginas que conforman la presentación digital. El formato tiene un tamaño de 864 px por 612 px. Horizontal. La presentación en total consta de 36 páginas.



## Propuesta preliminar página 1: Portada



La diagramación de la portada consta de la ilustración de una mujer joven colocada en la parte izquierda de la hoja que va dirigida a mujeres. En la parte derecha se plasmó el subtítulo y el titular que es el slogan con tipografía bold script.


El imagotipo de la fundación se le diagramó un círculo blanco como fondo para que no se perdiera en el color del fondo. Para el fondo se diseñó un patrón con el símbolo del cáncer de mama aplicándole opacidad para que resaltara el color rosado.

## Propuesta preliminar página 2: Página Interior



En esta página se situó el slogan en la parte superior y en la parte inferior se diagramó el imogotipo en un círculo blanco como fondo.

864 px

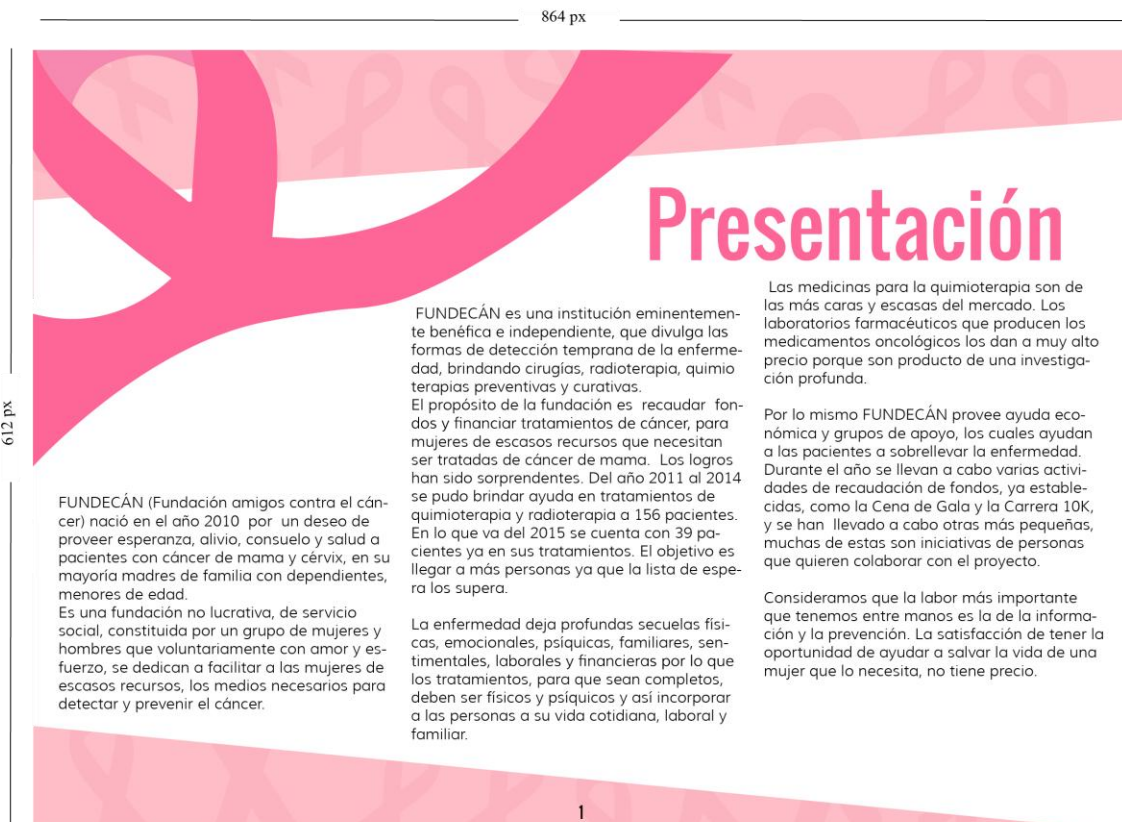


# INDICE

Presentación.....	1-2
Introducción del manual.....	3
Objetivos del manual.....	4
Empleo del manual.....	5
TEMA 1: Qué es el cáncer de mama.....	6-11
TEMA 2: Síntomas y factores de riesgo.....	12-16
TEMA 3: Prevención del cáncer de mama.....	17-21
TEMA 4: Autoexamen .....	22-26
TEMA 5: Alimentación .....	27-29
TEMA 6: Mitos y realidades .....	30-32

612 px

La página de índice ha sido diagramada con el propósito de facilitar al lector la lectura de la presentación digital con la ubicación del contenido, al igual que le proporciona información de cada tema que contiene el mismo. En cada tema se diagramó un rectángulo para que sobresaliera la información del contenido. En la parte izquierda se ubicó la ilustración de una mujer joven, que se refiere al grupo objetivo.



En esta página se colocó toda la información correspondiente a FUNDECÁN, para que se tenga conocimiento de la fundación. Se diagramaron en tres columnas de texto con el símbolo de cáncer de mama grande en la parte superior izquierda. El titular con tipografía San Serif bold en la parte derecha, finalmente, cada hoja estará identificada con el número de página en la parte inferior de la misma.

## Propuesta preliminar página 5: Presentación de FUNDECÁN

864 px

612 px



**Misión**

Llenar el vacío existente en nuestro país para ayudar a las mujeres de escasos recursos en la prevención y cura del mal silencioso del cáncer de mama a través de información, educación y donaciones.

**Visión**

Disminuir la mortalidad, previniendo y brindando apoyo para tratar el cáncer de mama en mujeres de escasos recursos de Guatemala, con la ayuda de alianzas estratégicas locales e internacionales.

**Objetivo**

Brindar apoyo económico a la mujer de escasos recursos para que puedan solventar los largos y costosos tratamientos que implica la enfermedad.

**Objetivos Estratégicos**

- Promover la formación y capacitación de las mujeres, a fin de prevenir el cáncer de mama, promoviendo el conocimiento y la investigación en los campos estratégicos de acción.
- Lograr un sistema de administración y finanzas que permita la eficiente y eficaz gestión de las operaciones de la fundación.
- Lograr un nivel constante de crecimiento en las operaciones de la fundación.

**Clientes**

Toda mujer de escasos recursos con necesidad de recibir apoyo para tratar el cáncer de mama.

**Valores**

Mística de trabajo, lealtad, consenso, solidaridad, éticos, dinámicos, amistad, comunicación, productivos, respeto, sinceridad, responsabilidad, disciplina, puntualidad y trabajo en equipo.

**Áreas de acción**

- Educación
- Publicidad
- Recaudación
- Tratamientos

2

En esta página se siguió colocando toda la información correspondiente a FUNDECÁN, como misión, visión, objetivos, valores, entre otros. Se diagramaron en tres columnas de texto con el símbolo de cáncer de mama grande en la parte superior izquierda.

## Propuesta preliminar página 6: Introducción a la presentación



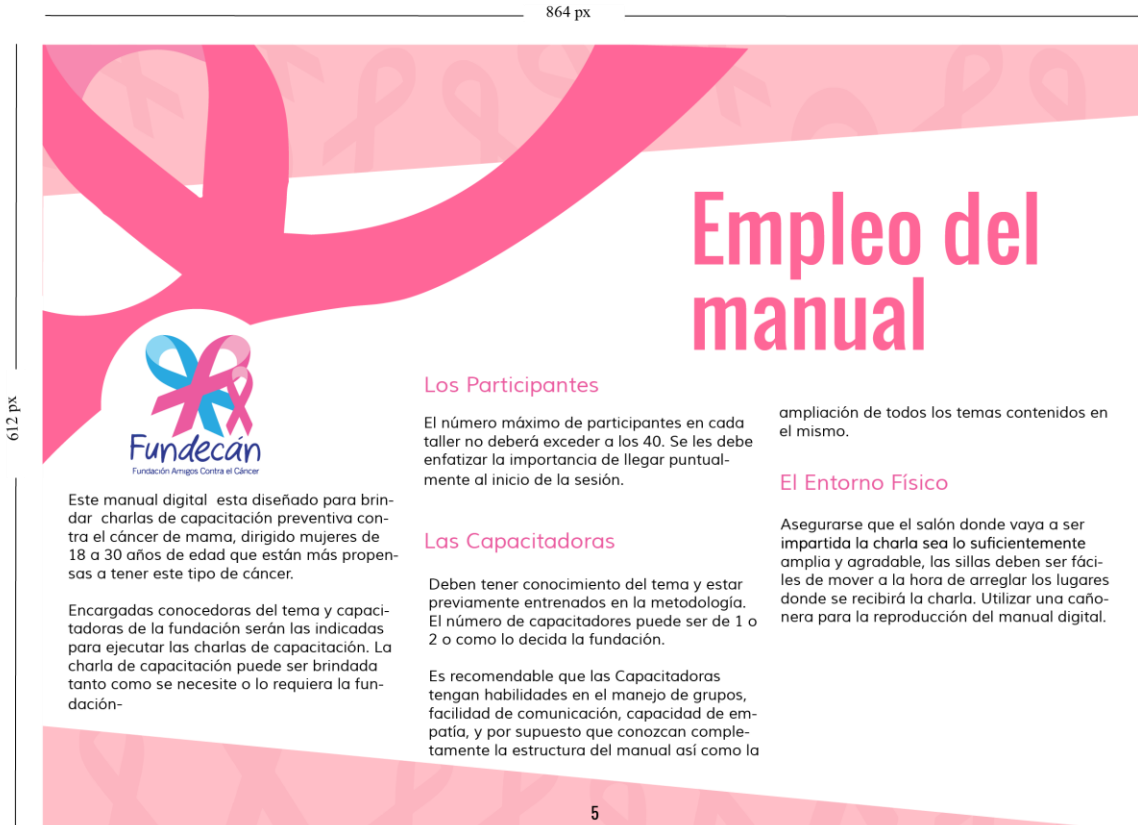
En esta página se explica el fundamento de la presentación, así como su propósito y los temas que va a tratar en la misma. Con la diagramación se mantuvo un diseño uniforme respetando las 3 columnas de texto. Así como el titular en San Serif bold y el número de página en la parte inferior.

## Propuesta preliminar página 7: Objetivos de la presentación



Esta página tiene el propósito de que los capacitadores, tanto como las mujeres que reciban la charla, conozcan los objetivos que la presentación pretende con la divulgación del mismo. Para la diagramación se mantuvo el mismo diseño de fondo al utilizar 2 columnas y resaltar con un rectángulo el texto informativo, al lado izquierdo se diagramó el símbolo del cáncer de mama.

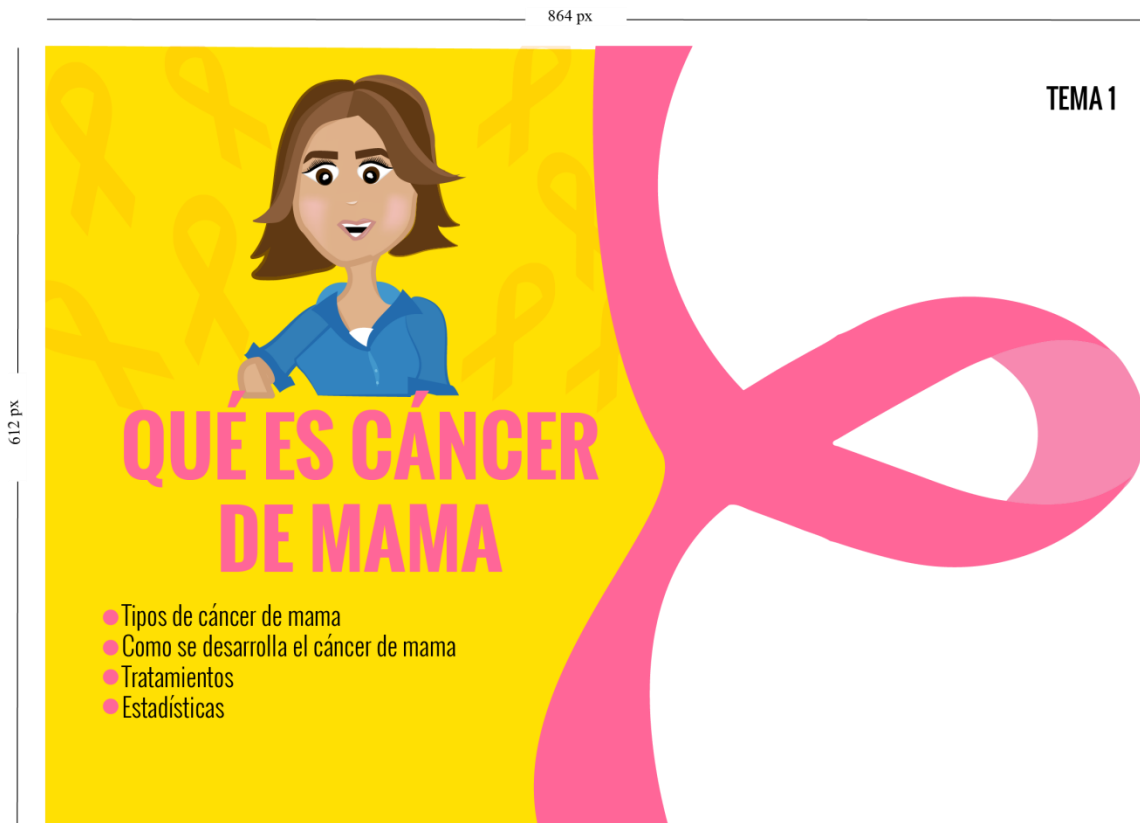
## Propuesta preliminar página 8: Empleo de la presentación



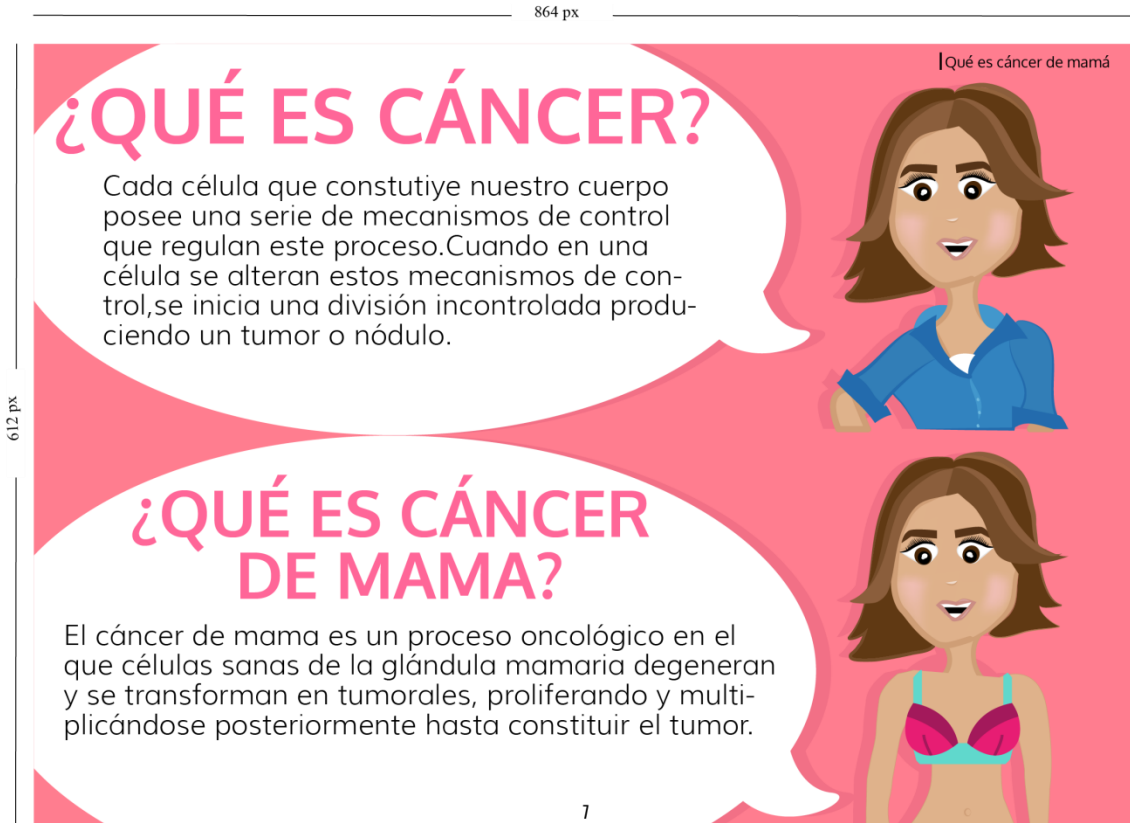
En esta página se explica para el mejor provecho de la presentación de qué forma se debe emplear para los participantes, las capacitadoras y un entorno físico agradable, para impartir una correcta charla de prevención. Con la diagramación se mantuvo un diseño uniforme al respetar las 3 columnas de texto, los subtítulos de color rosado para que destacaran de los párrafos. El titular en San Serif bold y el número de página, en la parte inferior.



## Propuesta preliminar página 9: Tema 1 Que es cáncer de mama



La página central contendrá cada tema a tratar de la presentación. Con el diseño de esta página primero se diagramó la ilustración de la mujer joven en la parte superior y el símbolo del cáncer de mama que abarca toda la página con una curva en las cintas que representan el cuerpo de la mujer. El titular se ubicó en color rosado para que destacara del fondo, la tipografía es San Serif bold que simboliza fuerza. En la parte inferior un subtítulo que explica cada sub tema a tratar en el tema principal. Finalmente se situó el número de tema en la esquina superior derecha.



Esta página está diagramada en dos columnas. En la columna izquierda se diagramaron burbujas que hacen referencia a que la ilustración de la mujer joven hablaba. Se manejó el texto explicativo en las burbujas con los titulares respectivos. Se ilustraron dos tipos de mujeres jóvenes para cada tema. En la parte superior derecha se diagramó un cintillo de texto que se colocará a cada hoja según el tema que se esté tratando.

864 px

Qué es cáncer de mamá

# TIPOS DE CÁNCER DE MAMA

Según el grado de invasión del tumor.

**IN SITU.** Se localiza dentro de los conductos galactóforos que conducen la leche hasta el pezón.

**INFILTRANTE.** Rompe el conducto galactóforo e invade la grasa de la mama que rodea el conducto. Las células pueden llegar a los pequeños vasos sanguíneos y linfáticos de la mama.

Según el lugar donde se origina el tumor y el aspecto de las células que lo forman.

**Lobular.** Se origina en las glándulas que fabrican la leche.

**Ductal.** Hay presencia de células anormales en el revestimiento de un conducto de la mama.

**Medular.** Las células cancerosas se encuentran agrupadas.

**Coloide.** Es un tipo de carcinoma ductal infiltrante.

**Tubular.** Es otro tipo de carcinoma ductal infiltrante.

**Inflamatorio.** Las células cancerosas bloquean los vasos linfáticos de la piel produciendo una inflamación en la mama.

612 px

8

Esta página se dividió en dos columnas, cada rectángulo de diferente tonalidad de rosado, hace referencia a un distinto tipo de cáncer de mama. Se diseñó de esta manera para que fuera visualmente más fácil su lectura y destacara la información. El titular está en la parte superior de forma centrada a las dos columnas con tipografía San Serif bold. El número de página, en la parte inferior y el cintillo en la esquina superior derecha.



Esta página está en tres columnas, la compone una infografía explicativa que está ilustrada correctamente, paso por paso, indicando cómo se desarrolla el cáncer de mama. Se utilizaron ilustraciones con diseño plano, colocadas dentro de un círculo. El proceso se indicó por medio de la diagramación de flechas y números, en cada paso a desarrollar con su descripción correspondiente.

864 px

| Qué es cáncer de mamá

# TRATAMIENTOS



## CIRUGIA

Es la extirpación del tumor y el tejido, la cirugía también se utiliza para evaluar los ganglios linfáticos. Una lumpectomía consiste en la extirpación del tumor y de un pequeño margen de tejido sano sin cáncer alrededor. La mastectomía es la extirpación quirúrgica de toda la mama.



## CIRUGIA RECONSTRUCTIVA

Es una reconstrucción mamaria, es decir que se crea una mama a partir del tejido extraído de otra parte del cuerpo o de implantes sintéticos, esto solo se realiza cuando las mujeres se realizaron una mastectomía, generalmente esta la realiza un cirujano plástico. Un implante mamario usa moldes rellenos con salina o con gel de silicona para reconstruir la mama.



## RADIOTERAPIA

La radioterapia es el uso de rayos X u otras partículas con alta potencia para matar las células cancerosas. El médico que se especializa en administrar radioterapia es un radio oncólogo.

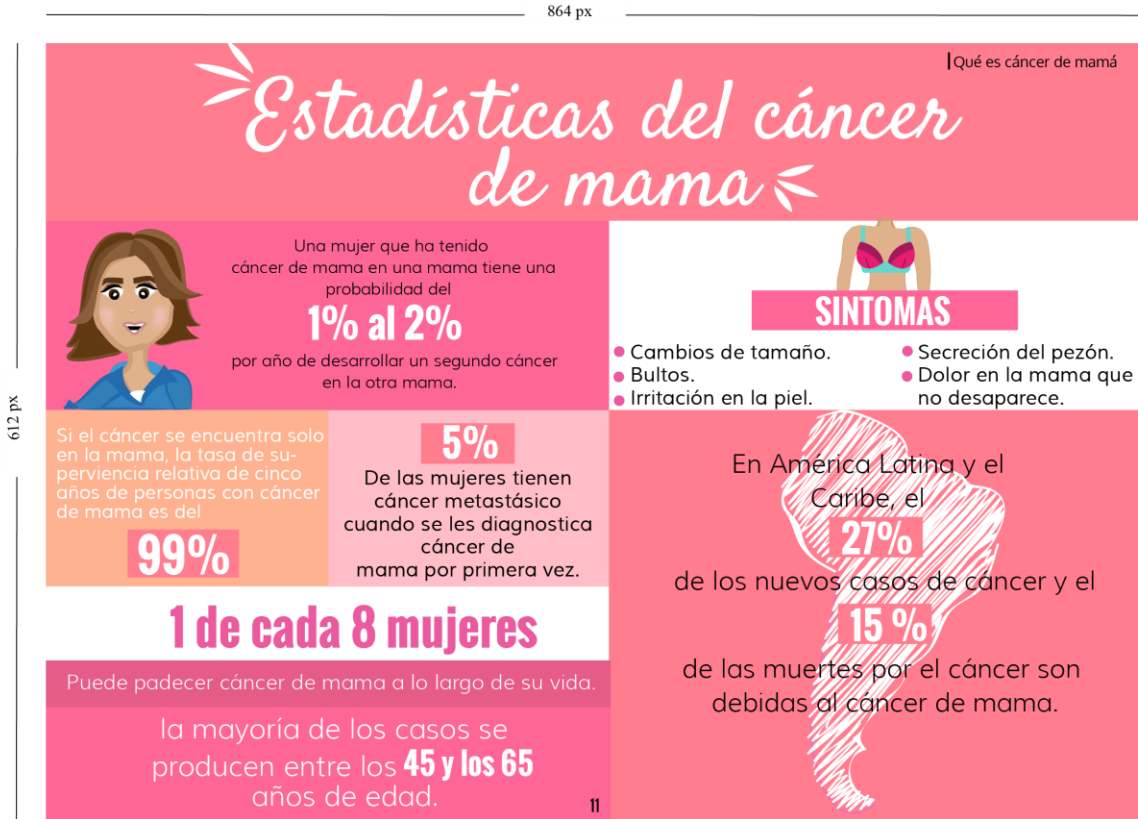


## QUIMIOTERAPIA

Es el uso de fármacos para destruir las células cancerosas, para evitar que se dividan. Algunos de los métodos de la quimioterapia es por tuvo intravenoso que se coloca en una vena con una aguja, o una pastilla por vía oral.

10

En esta página se ubicó el titular en toda la pagina con tipografía San Serif bold. Está diagramada en dos columnas, en la columna de la izquierda se ilustró cada uno de los tratamientos con ilustraciones de dibujos planos colocados en un círculo como fondo para que se diferenciara el fondo y la ilustración. Se separaron por rectángulos de diferentes tonalidades de rosados cada tratamiento, con el texto descriptivo correspondiente.



Infografía informativa ilustrada acerca de las estadísticas del cáncer de mama. Se situó en dos columnas y las divisiones de cada sub tema a tratar se dividieron en forma de rectángulo y cuadrado con diferentes tonalidades de rosado, donde se localizo el texto descriptivo correspondiente. El titular en la parte superior con un rectángulo de fondo y tipografía script para que fuera más femenino.



Página central del tema 2, se diagramó la ilustración de la mujer joven en la parte superior y el símbolo del cáncer de mama que abarca toda la página con una curva en las cintas que representan el cuerpo de la mujer. El titular se ubicó en color rosado para que destacara del fondo, la tipografía es San Serif bold que simboliza fuerza. En la parte inferior un subtítular que explica cada sub tema a tratar en el tema principal. Finalmente se situó el número de tema en la esquina superior derecha.

864 px

Síntomas y factores de riesgo

# DIAGNOSTICO

para el cáncer de mama



Las técnicas que se emplean para establecer un diagnóstico requieren alta calidad (aparatos específicos y profesionales expertos en patología mamaria).

## ¿Cómo detectarlo?

612 px

- 01 MAMOGRAFIA**

Es una exploración que utiliza los rayos X de baja potencia para localizar zonas anormales en la mama. Las radiaciones de esta técnica no suponen ningún peligro y puede localizar tumores que son demasiado pequeños para ser detectados por el tacto.


- 02 ECOGRAFIA**

Emplea ultrasonidos que son convertidos en imágenes. Con ella se pueden diferenciar los tumores formados por líquido (quistes) de las masas sólidas. La ecografía es una exploración que aporta mucha información, sobretudo en las mujeres menores de 30 años.


- 03 BIOPSIA**

Una vez detectado el tumor mediante una o varias de las técnicas mencionadas, se debe realizar una biopsia para confirmar el diagnóstico. Consiste en la extracción de una muestra de tejido microscópico que puede hacerse por punción, con agujas especiales, o por intervención quirúrgica.


- 04 RESONANCIA MAGNETICA**

Se trata de una técnica que obtiene imágenes sometiendo al paciente a un potente imán que utiliza ondas de radiofrecuencia.



13

Infografía informativa con ilustraciones de diseño plano en tres columnas. Se diagramaron banderines en forma rectangular para colocar el texto descriptivo de los diferentes diagnósticos a tratar, de lado derecho de cada explicación se ilustró cada método para lograr una mejor comprensión visual, y del lado izquierdo el numero de subtema. El título se ubicó en la parte superior con tipografía San Serif bold y en la parte de abajo una pequeña introducción al tema con la ilustración de una tabla de resultados.





Infografía completamente ilustrativa con subtítulos en cada tema, se diagramaron tres columnas donde se diseñó cada ilustración con un rectángulo de fondo de dos tonalidades diferentes de rosado, en la parte inferior de cada cuadrado se situó un cintillo donde se acomodó el título del por qué de cada ilustración. La ilustración es un diseño plano que representa el cuerpo de una mujer con los brazos hacia arriba mostrando los senos para hacer referencia al tema de los síntomas.



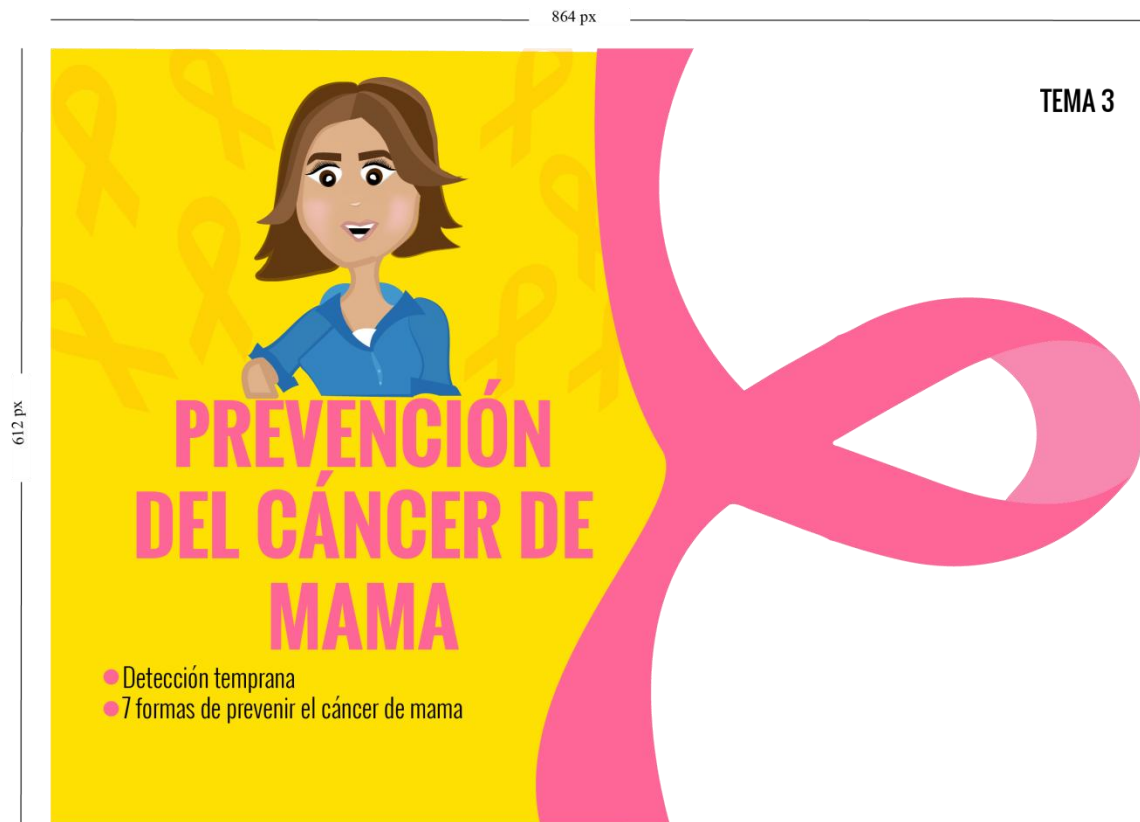
Infografía ilustrada en tres columnas con círculos de fondo que contienen una ilustración diferente para cada factor de riesgo. Las ilustraciones están diagramadas con un diseño plano, en la parte inferior se manejó la descripción de cada ilustración. El titular con tipografía San Serif bold.

Propuesta preliminar página 19: Factores de riesgo página 2



Infografía ilustrada en tres columnas con círculos de fondo que contienen una ilustración diferente para cada factor de riesgo. Las ilustraciones tienen un diseño plano, en la parte inferior se localizo la descripción de cada ilustración.

## Propuesta preliminar página 20: Prevención del cáncer de mama



Página central del tema 3, se diagramó la ilustración de la mujer joven en la parte superior y el símbolo del cáncer de mama que abarca toda la página con una curva en las cintas que representan el cuerpo de la mujer. El titular se ubicó en color rosado para que destacara del fondo, la tipografía es San Serif bold que simboliza fuerza. En la parte inferior un subtítulo que explica cada sub tema a tratar en el tema principal. Finalmente se situó el número de tema en la esquina superior derecha.

864 px

612 px

Prevenición del cáncer de mama

# DETECCIÓN TEMPRANA

La detección temprana del cáncer de mama puede significar la diferencia entre la vida y la muerte

-  **Examinar Frecuentemente**  
Examinar los senos frecuentemente y reportar cualquier cambio al médico.
-  **Visita Médica**  
Visita médica a partir de los 20 años para la revisión.
-  **Mamografías Anuales**  
Realizar mamografías anuales a partir de los 40 años, sobre todo si se tienen antecedentes familiares de cáncer de mama.
-  **Alimentación Saludable**  
Comer frutas y verduras ricas en fibra y antioxidantes.
-  **Hacer Ejercicio**  
Conservar un peso saludable haciendo ejercicio por lo menos 45 minutos al día.



18

La página se dividió en dos columnas. Se diseñaron iconos de “chek in” para representar los puntos más importantes de la detección temprana creando un diseño en forma de lista, luego se diagramaron rectángulos para cada texto descriptivo y al lado izquierdo una ilustración representativa de cada tema.

## Propuesta preliminar página 22: Formas de prevención



Se diagramaron tres columnas para esta página. En este diseño destaca el diseño de iconos ilustrativos que representan las formas de prevención. Las ilustraciones constan de un diseño plano monocromático, es decir se utilizaron dos colores contrastados para que sobresaliera la ilustración de fondo. En la parte inferior se situó un rectángulo que contiene datos importantes dejando los números en cuadrados para que resaltaran y el titular con tipografía San Serif bold.



El diseño de esta página es una infografía informativa ilustrada con iconos y diseño plano.

Se divide en cuatro columnas donde cada rectángulo de bloque tiene la explicación de cada paso.

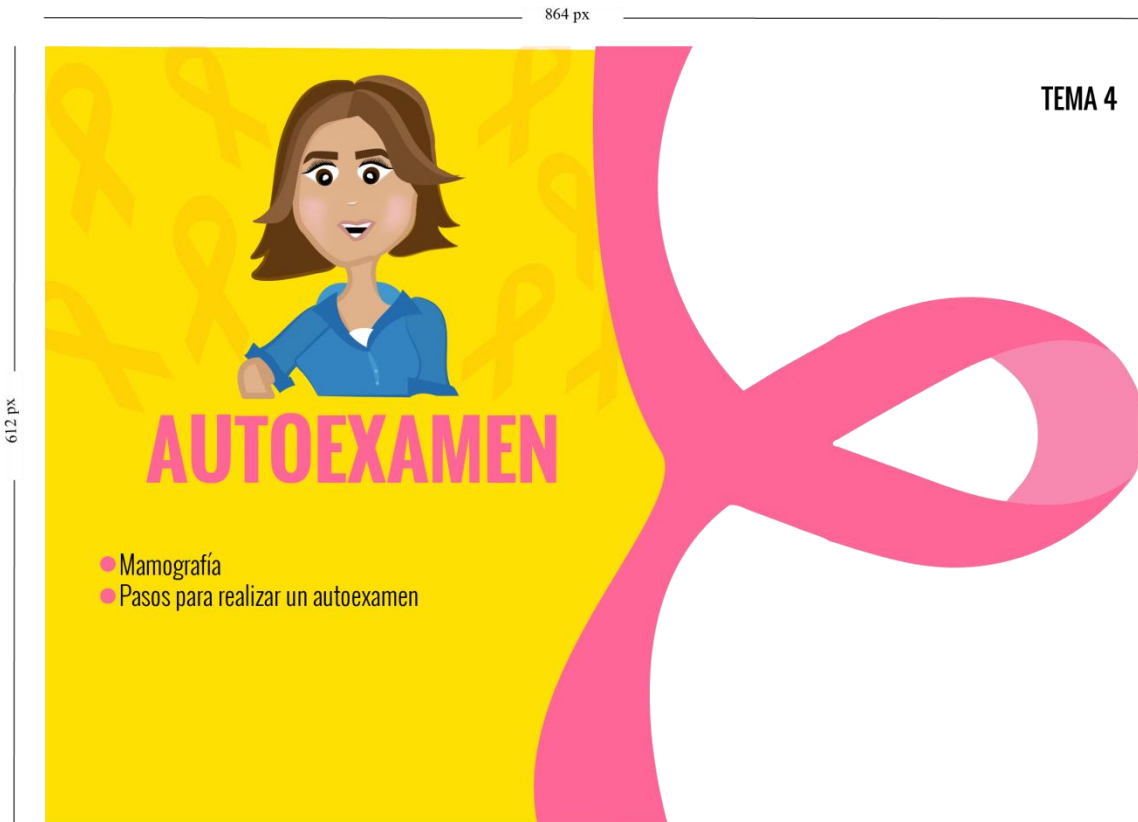
Se utilizó siempre la paleta de colores de tonos rosados para hacer referencia al tema. Para el titular tipografía script y el número con tipografía San Serif bold. Se mantuvo un diseño simple a base de figuras geométricas en toda la infografía, como rectángulos y cuadrados.

Propuesta preliminar página 24: 7 formas de prevenir el cáncer de mama



Segunda parte de la infografía terminando con los pasos que faltaban por describir e ilustrar, se mantuvo un diseño simple a base de figuras geométricas en toda la infografía, como rectángulos y cuadrados así como los tonos rosados e ilustraciones de diseño plano. Cada paso consta de su respectiva descripción concisa y una ilustración representativa que fuera visualmente agradable para el lector.






Página central del tema 4, se diagramó la ilustración de la mujer joven en la parte superior y el símbolo del cáncer de mama que abarca toda la página con una curva en las cintas que representan el cuerpo de la mujer. El titular se ubicó en color rosado para que destacara del fondo, la tipografía es San Serif bold que simboliza fuerza. En la parte inferior un subtítular que explica cada sub tema a tratar en el tema principal. Finalmente se situó el número de tema en la esquina superior derecha.

864 px

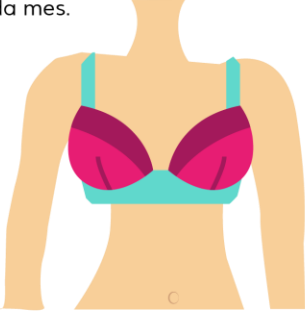
612 px

Autoexamen



# AUTOEXAMEN

Un autoexamen de mamas es un chequeo que una mujer se realiza en casa para buscar cambios o problemas en el tejido mamario. El autoexamen de mama no reemplaza la mamografía. Es un método de auto cuidado realizado por la mujer donde se examina sus glándulas mamarias, mirando y tocando en busca de una anomalía, cambio en el color, retracciones o nódulos. El mejor momento para hacerse un autoexamen de las mamas es más o menos de 3 a 5 días después del comienzo del periodo menstrual. Las mamas no están tan sensibles o con protuberancias en ese tiempo de su ciclo menstrual. Si has llegado a la menopausia, realízate el examen el mismo día de cada mes.



23

Se diagramaron dos columnas de texto explicativo para esta página y al final se ilustró el cuerpo de una mujer joven en brasier representando el tema de autoexamen. Para el titular se utilizó tipografía San Serif bold en la parte superior colocado encima de un rectángulo desigual en forma de cintillo con la diagramación del icono del cáncer de mama en la parte superior izquierda.

864 px

# MAMOGRAFÍA | Autoexamen

Es la toma de imágenes por medio de los rayos X de los senos para detectar en forma temprana el cáncer, cuya forma está adaptada a la situación de las mamas y produce unas dosis de radiación mínima. Es el único método que ha demostrado disminuir el riesgo de morir por cáncer de mama. Es la herramienta capaz de detectarlo lo más temprano posible. Puede detectar un tumor canceroso hasta 2 años antes de presentar síntomas.

## Consejos al realizarla

 <p>Evitar este examen la semana antes de su periodo menstrual. En estos días, los senos están más sensibles y esto puede generar dolor.</p>	 <p>Es recomendable vestir falda o pantalón para que solo tenga que quitarse la blusa para el estudio.</p>
 <p>El día del examen, es preferible no usar desodorantes ni talcos, así como joyas, ya que pueden aparecer en la imagen e interferir en los resultados.</p>	 <p>Si adquiere confianza en una institución acuda siempre allí para que sus mamografías digitales puedan ser comparadas año tras año.</p>

24

612 px

Se diagramaron dos columnas donde en la parte superior se situó el titular con tipografía San Serif bold, en la parte inferior se ubicó texto explicativo y cuatro rectangulares divididos dos en cada columna con texto explicativo relacionado al tema. Se colocaron ilustraciones de diseño plano de lado izquierdo en cada cuadro explicativo. A los rectángulos se les aplicó diferentes tonos de rosado utilizados en las propuestas anteriores para que el diseño fuera uniforme y así cada consejo pudiera resaltar.

# Pasos para realizar un autoexamen

Porque tu salud es prioridad tomate el tiempo para hacerte un autoexamen

Aprende en 4 pasos rápidos como hacerte un autoexamen de mamas. Si tienes 20 años o más deberías realizarlo al menos una vez al mes.

**1** Levanta el brazo derecho con la mano izquierda aprieta suavemente el seno derecho en pequeños círculos, empezando en el borde exterior y haciendo círculos hasta el pezón buscando cambios en el seno. Repita la misma operación en el seno izquierdo.

**2** Examina cada parte del seno y la axila. Aprieta suavemente ambos pezones y fíjate si hay alguna secreción nueva o anormal. Examina directamente el pezón, oprimir con un dedo para examinar posibles cambios.

**3 min. al mes te pueden salvar**

25

En esta página se realizó una infografía informativa ilustrada, donde se pudiera distinguir con cada ilustración adecuada el paso a paso de cómo realizar un autoexamen junto con el texto explicativo. Se ubicó cada ilustración en un círculo blanco con su respectiva numeración para que se identificara de mejor manera. En la parte inferior se ilustró un cintillo con la ilustración de un reloj de lado derecho con un mensaje que motivara a la mujer a realizar el autoexamen. Se situó el símbolo del cáncer de mama en la esquina superior derecha al lado del titular de la infografía.

## Propuesta preliminar página 29: Pasos para realizar un autoexamen

864 px

612 px

Autoexamen

**3** Delante de un espejo coloca los brazos a los lados, luego levántalos sobre la cabeza e inspecciona cuidadosamente cada seno para ver si hay cambios en el tamaño, forma o contorno en cada uno, también busca arrugas, hendiduras o cambios de textura en la piel.

**4** Acostada coloca una almohada debajo del hombro derecho y pon el brazo y la mano derecha detrás de la cabeza. Examina el seno derecho con la mano izquierda haciendo movimientos circulares buscando anomalías. Repite esta operación en el seno izquierdo.

**DEDOS PARA AUTOEXAMEN**  
Use 3 niveles de presión distintos.

**MOVIMIENTOS**


ARRIBA, ABAJO

CIRCULAR

HACIA ADENTRO

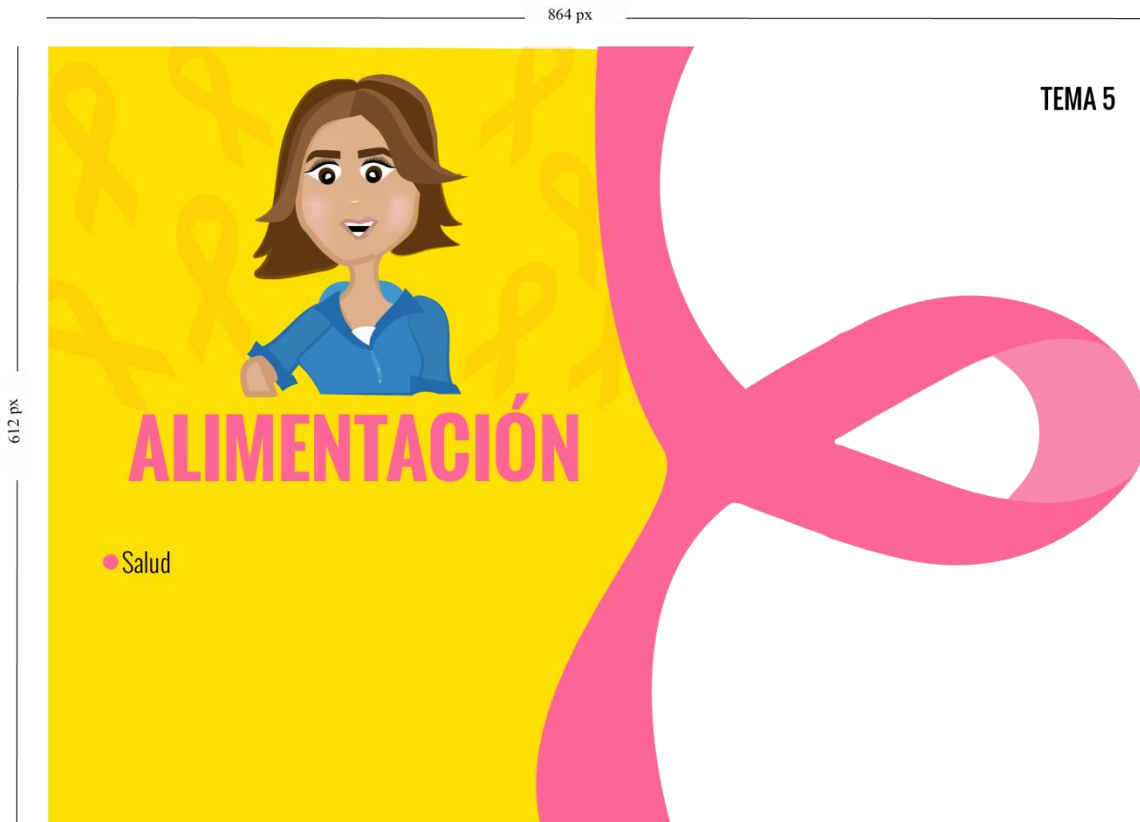
**3 min. al mes te pueden salvar**

26

The infographic is set against a pink background. Step 3 shows a woman standing with arms raised. Step 4 shows a woman lying down with a pillow under her right shoulder. The 'MOVIMIENTOS' section includes three diagrams: 'ARRIBA, ABAJO' (up and down arrows), 'CIRCULAR' (circular arrows), and 'HACIA ADENTRO' (inward-pointing arrows). A clock icon is next to the motivational message '3 min. al mes te pueden salvar'. The page number '26' is at the bottom center.

En esta página se colocaron los últimos dos pasos con las ilustraciones dentro de un círculo blanco con su respectiva numeración para que se identificara de mejor manera. Se acomodó una ilustración explicativa con los movimientos correctos y la utilización adecuada de los dedos a la hora de realizarlo. En la parte inferior un cintillo con la ilustración de un reloj de lado derecho con un mensaje que motivara a la mujer a realizar el autoexamen.

## Propuesta preliminar página 30: Alimentación



Página central del tema 5, se diagramó la ilustración de la mujer joven en la parte superior y el símbolo del cáncer de mama que abarca toda la página con una curva en las cintas que representan el cuerpo de la mujer. El titular se ubicó en color rosado para que destacara del fondo, la tipografía es San Serif bold que simboliza fuerza. En la parte inferior un subtítular que explica cada sub tema a tratar en el tema principal. Finalmente se situó el número de tema en la esquina superior derecha.

864 px

Alimentación

# ALIMENTACIÓN

The infographic features a central pyramid with five distinct sections, each representing a different food item. The pyramid is composed of overlapping shapes in various shades of pink and orange. Each section includes a title, a descriptive paragraph, and a small circular icon of the food item. The sections are: Jitomates (top), Té Verde (right), Ajo (left), Nueces (bottom center), and Brocoli, Repollo, Coliflor (bottom right). The pyramid is set against a white background with a vertical line on the left side.

612 px

**JITOMATES**  
Es importante consumir jitomates por sus vitaminas y minerales, ya que aumenta los niveles de metabolismo lo cual reduce el desarrollo de tumores en los senos.

**TÉ VERDE**  
Contiene polifenoles que ayudan a frenar el desarrollo de las células cancerígenas en el seno.

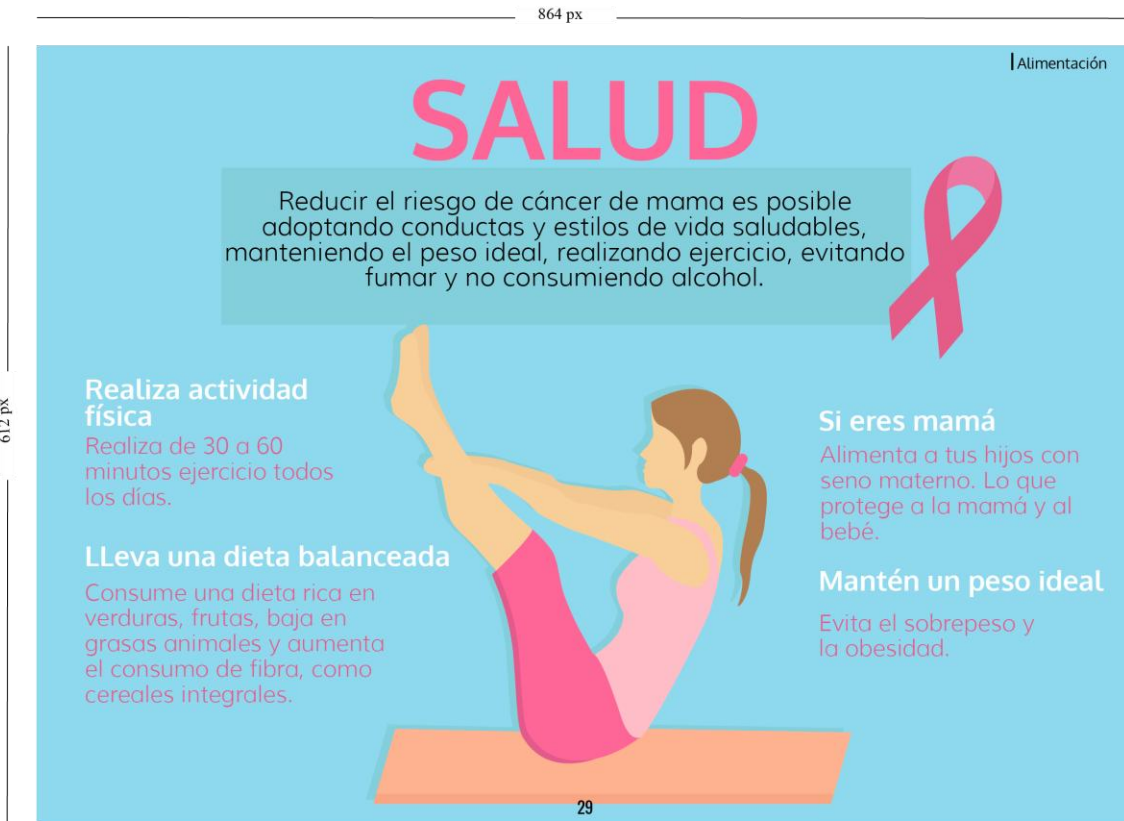
**AJO**  
Según el instituto nacional de cáncer, si se consume este ingrediente constantemente tiene un riesgo menor de padecer el cáncer.

**NUECES**  
Ralentiza el crecimiento de tumores debido a su contenido de ácidos grasos omega 3.

**BROCOLI  
REPOLLO  
COLIFLOR**  
Contiene sulforafano y esto ayuda a prevenir el desarrollo de tumores.

28

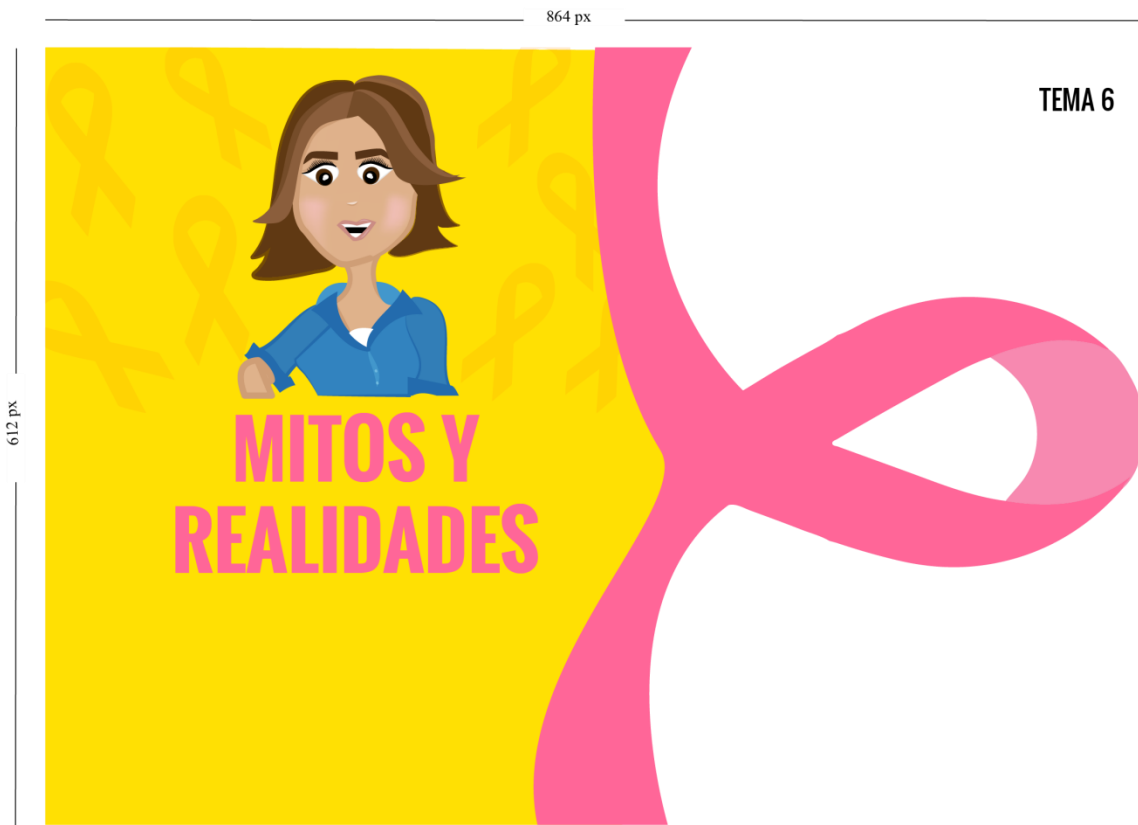
En esta página se ubicó el titular en la parte superior de toda la página. Se ilustró una pirámide con diferentes separaciones y tonalidades de rosado que contuviera la descripción de los alimentos más importantes que pueden evitar el cáncer de mama. A los lados de cada separación respectiva se localizó una ilustración encerrada en un círculo del color de cada alimento para que fuera más dinámica y agradable la explicación.



Se diagramaron tres columnas. La ilustración de la mujer es un diseño plano, abarca el protagonismo de la infografía dando referencia de lo importante que es cuidar la salud. El texto descriptivo se ubicó en las columnas de los lados. El titular con tipografía San Serif bold y al lado se diagramó el símbolo del cáncer de mama en color rosado.



## Propuesta preliminar página 33: Mitos y realidades



Página central del tema 6, se diagramó la ilustración de la mujer joven en la parte superior y el símbolo del cáncer de mama que abarca toda la página con una curva en las cintas que representan el cuerpo de la mujer. El titular se ubicó en color rosado para que destacara del fondo, la tipografía es San Serif bold que simboliza fuerza. En la parte inferior un subtítular que explica cada sub tema a tratar en el tema principal. Finalmente se situó el número de tema en la esquina superior derecha.

864 px

Mitos y Realidades

# Mitos y Realidades

acérca del cáncer de mama

MITO	Las mujeres con senos grandes corren más riesgo de padecer cáncer de mama.	FALSO. El tamaño de los senos no tiene ninguna relación con el riesgo, si bien los senos grandes son más difíciles de examinar.	REALIDAD
MITO	No palpar ningún bulto o bolita en el seno significa que no tienes cáncer.	FALSO. La mamografía detecta muchos cánceres pequeños antes de que puedas identificarlos con el tacto.	REALIDAD
MITO	Los desodorantes y los sostenes con alambre causan cáncer de mama.	FALSO. Ese rumor se extendió con rapidez, pero no hay ningún estudio que haya demostrado que la utilización de desodorantes o de algún tipo de sostén aumente el riesgo de sufrir cáncer de mama.	REALIDAD

612 px

31

Se diagramaron rectángulos de diferente color para que resaltara cada texto descriptivo, siendo fácil e interesante de leer ya que contiene mucha información. En la parte de las esquinas se acomodó una pestaña con una opacidad y tipografía San Serif bold indicando que texto es mito y realidad para cada uno de los rectángulos. Se siguieron utilizando diferentes tonalidades de rosado para mantener el diseño uniforme.

## Propuesta preliminar página 35: Mitos y Realidades

864 px

Mitos y Realidades

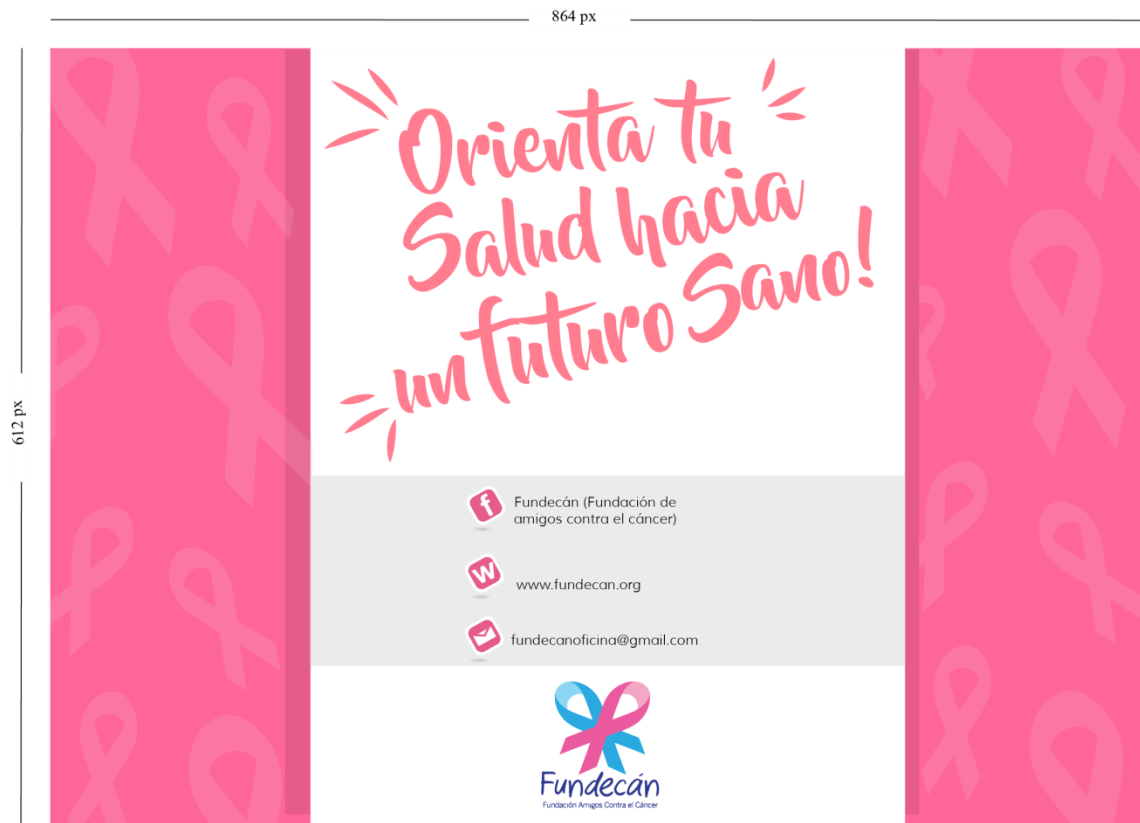
MITO	Tener hijos y amamantarlos es una protección segura contra el cáncer de mama.	FALSO. Es cierto que tener dos hijos y amamantarlos antes de los 30 años de edad reduce el riesgo de cáncer, pero eso no es una garantía contra el cáncer de pecho.	REALIDAD
MITO	Las píldoras anticonceptivas provocan cáncer de mama.	FALSO. Antes las píldoras contenían una dosis más alta de hormonas para evitar la concepción lo que representaba un riesgo mayor de cáncer de mama. Hoy en día no se ha encontrado relación entre estas y el riesgo de cáncer de mama	REALIDAD
MITO	Descubrir un nódulo en el seno significa que tienes cáncer de mama.	FALSO. 8 de cada 10 nódulos son benignos o no cancerosos. Si descubres un bulto persistente en tu seno o cualquier cambio en el tejido del seno, es muy importante que consultes al médico de inmediato.	REALIDAD
MITO	Las prótesis mamarias causan cáncer de mama.	FALSO. Las prótesis mamarias no causan cáncer de mama y tampoco impiden el diagnóstico oportuno.	REALIDAD

612 px

32

Se diagramaron rectángulos de diferente color para que resaltara cada texto descriptivo. En la parte de las esquinas se colocó una pestaña con una opacidad y tipografía San Serif bold indicando que texto es mito y realidad para cada uno de los rectángulos.

## Propuesta preliminar página 36: Contraportada



Para la contraportada se utilizó el mismo patrón de fondo del símbolo de cáncer de mama con opacidad como en la portada para guardar unidad visual en el diseño. En la parte de en medio un rectángulo en blanco para que resaltara el titular que es el slogan con tipografía script bold. Se ilustró un cintillo donde se diagramaron con un diseño plano los iconos de: facebook, página web y correo con su respectiva definición. El imagotipo de FUNDECÁN se situó en la parte superior de la página.



# Capítulo VIII

## Validación Técnica

## Capítulo VIII: Validación técnica

El proceso de validación tiene como efectivo evaluar la efectividad de la propuesta preliminar del diseño de presentación digital, para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad y que sea aceptada por el grupo objetivo.

### 8.1 Población y muestreo:

Para llevar a cabo la validación se encuestó a un total de 25 personas que estuvieron conformadas por tres grupos divididos: en 3 especialistas en Diseño Gráfico y 2 doctores en el tema del cáncer de mama, 3 clientes de la fundación FUNDECÁN y 17 mujeres de 18 a 30 años que son el grupo objetivo.

#### 1. Expertos especialistas en Diseño Gráfico, entre otras áreas.

Entrevistados: 5

Licenciado Carlos Franco

Especialista en: Diseño Gráfico

Licenciada Wendy Franco

Especialista en: Comunicación para Educación

Licenciada Andrea Aguilar

Especialista en: Comunicación y Diseño Gráfico

Doctor Juan Carlos del Cid Cuyún

Especialista en: Oncología

Doctor Sergio Ralon

Especialista en: Oncología

#### 2. Clientes

Presidenta de la Fundación, Patricia Ponce de García, María Verónica Toj, Coordinadora de Programas y Mildred Bolaños, Trabajadora Social.

Entrevistados: 3

### 3. Grupo Objetivo

Ciudadanas de la capital, mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad.

Entrevistados: 17

Total de personas entrevistadas: 25

### 8.2 Método e instrumentos

El método utilizado en el proceso de validación fue la encuesta, por lo tanto, se elaboró un cuestionario de respuesta múltiple, fue dividido en tres áreas correspondientes: área objetiva, área semiológica y área operativa. En la parte objetiva las preguntas están relacionadas a los objetivos del proyecto, al emplear preguntas dicotómicas, cuyas dos posibles respuestas son Sí o No.

En la parte semiológica se evaluaron las percepciones respecto a los elementos del diseño de la presentación, como los colores, la tipografía, la ilustración, la diagramación, los personajes, para lo que se utilizaron preguntas y respuestas en la escala de liker, teniendo tres variables como respuesta : mucho, poco o nada.

En la parte operativa se evaluó la utilidad y la funcionalidad de la propuesta, empleando preguntas y respuestas también en la escala de liker. Finalmente se plasmó un área de observaciones, para que el encuestado pueda aportar comentarios y sugerencias respecto a la propuesta de la presentación.

La encuesta también se realizó de forma virtual, que se publicó en la red social “Facebook” por medio de una plataforma llamada “Typeform”, ya que al ponerla en una red

social se podrá abarcar totalmente al grupo objetivo al que se quiere llegar. Este tipo de encuesta también se aplicó con algunos de los expertos, ya que no todos podían estar de forma presencial para realizarla.

El diseño de la encuesta tiene una forma más dinámica para llevarla a cabo, así como es una herramienta de fácil uso, tanto en Smartphones, Ipads y laptops, ya que el grupo objetivo son mujeres jóvenes.





FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

**Género:** F  M   
**Edad:**

**Experto:**   
**Cliente:**   
**Grupo Objetivo:**

**Nombre:**   
**Profesión:**   
**Puesto:**   
**Años de experiencia en el mercado:**

### Encuesta de Validación del Proyecto

“DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD. FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017”

#### Antecedentes

FUNDECÁN es una fundación no lucrativa, de servicio social, eminentemente benéfico e independiente, que divulga las formas de detección temprana del cáncer de seno en la mujer, brindando cirugías, radio-terapia, quimio terapias preventivas y curativas. FUNDECÁN está constituida por un grupo de mujeres y hombres que voluntariamente se dedican a ayudar a las mujeres de escasos recursos que tienen la enfermedad tomando las medidas necesarias para detectar y prevenir el cáncer.

El propósito de la fundación es recaudar fondos y financiar tratamientos de cáncer, para mujeres de escasos recursos que necesitan ser tratadas de cáncer de mama. La labor más importante es informar a todas las mujeres sobre la prevención del cáncer de seno. Ya que uno de los objetivos es tener la satisfacción de poder ayudar a salvar la vida de una mujer que lo necesita.

#### Instrucciones

Con base a la información anterior, observe el manual y según su criterio responda las siguientes preguntas.

#### Parte Objetiva

1). ¿Considera usted necesario diseñar una presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad?

Sí  No

2). ¿Considera usted que es importante investigar a través de referencias bibliográficas el contenido gráfico e información que debe contener una presentación digital para impartir una educación adecuada referente a la prevención del cáncer de mama para el grupo objetivo?

Sí  No

3). ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de las medidas de prevención del cáncer de mama para conocer a fondo la enfermedad y todos los factores importantes que se deben tomar en cuenta para las mujeres de 18 a 30 años de edad?

Sí  No

4). ¿Considera usted necesario ilustrar a través de elementos gráficos e iconos el contenido de la presentación digital para lograr un diseño visualmente estético y dinámico para el grupo objetivo?

Sí  No

**Parte Semiológica :**

5). ¿Considera usted que el diseño e imagen visual de la presentación va dirigido a mujeres de 18 a 30 años es ?

Adecuado  Poco Adecuado  Nada Adecuado

6). ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el cuerpo de la presentación digital?

Muy Legible  Legible  Poco Legible

7). ¿Considera usted que el tamaño y tipografía de los titulares de la presentación es ?

Adecuado  Poco Adecuado  Nada Adecuado

8). ¿Considera que el contenido e información de la presentación son suficientes para la comprensión del tema?

Mucho  Poco  Nada

9). ¿Considera que el personaje principal ilustrado en la presentación es representativo al grupo objetivo?

Mucho  Poco  Nada

10). Según su criterio ¿Las ilustraciones realizadas en la presentación son visualmente atractivas, adecuadas y facilitan la comprensión del contenido?

Mucho  Poco  Nada

11). ¿Considera que los colores utilizados en la presentación son?

Adecuados       Poco Adecuados       Nada Adecuados

12). ¿Considera que a la hora de impartir las charlas con la presentación la lectura del contenido será?

Fácil       Normal       Difícil

**Parte Operativa**

13). ¿Considera que el tamaño del formato digital de la presentación es?

Adecuado       Poco Adecuado       Nada Adecuado

14). ¿Visualmente considera que la resolución digital de la presentación es?

Excelente       Buena       Pésima

15). ¿Considera que la cantidad de páginas y el contenido de la presentación es?

Adecuado       Poco Adecuado       Nada Adecuado

16). Según su criterio, ¿la diagramación del diseño de la presentación es adecuada y lógica para la comprensión del contenido?

Mucho       Poco       Nada

Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio :

**Observaciones**

---

---

---

---

---

---

---

---

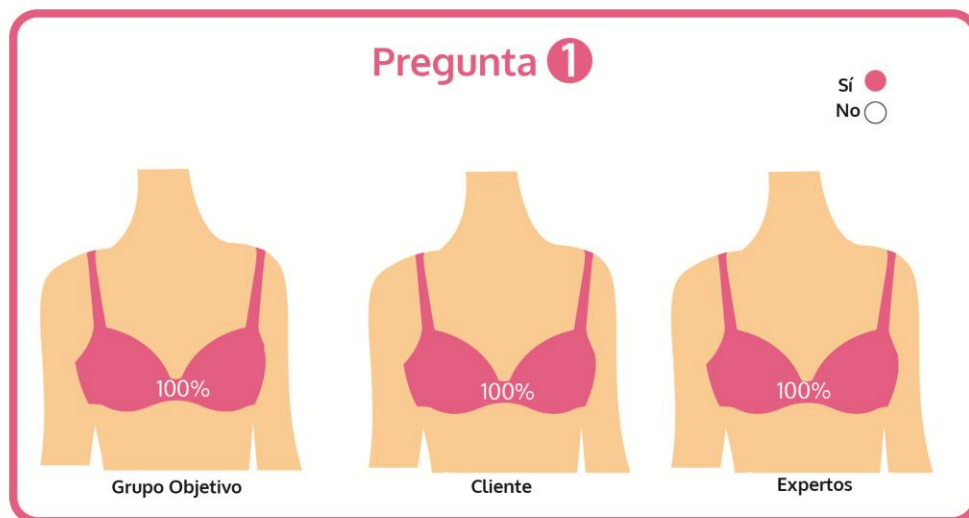
Gracias por contribuir al proyecto de tesis "DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD. FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017". Su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados:

A continuación se presenta a través de gráficas los resultados obtenidos en la validación, cada una cuenta con su respectiva interpretación.

Validación parte objetiva:

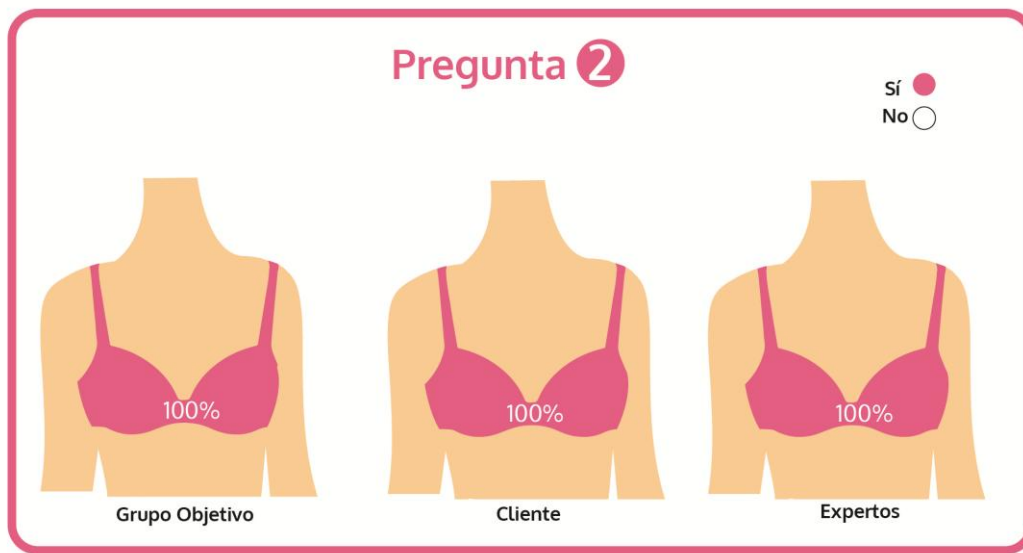
1. ¿Considera usted necesario diseñar una presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad?



Interpretación:

El 100% del grupo objetivo, cliente y expertos considera que es necesario el diseño de una presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad. Esto indica que es necesaria la creación del proyecto de diseñar una presentación digital.

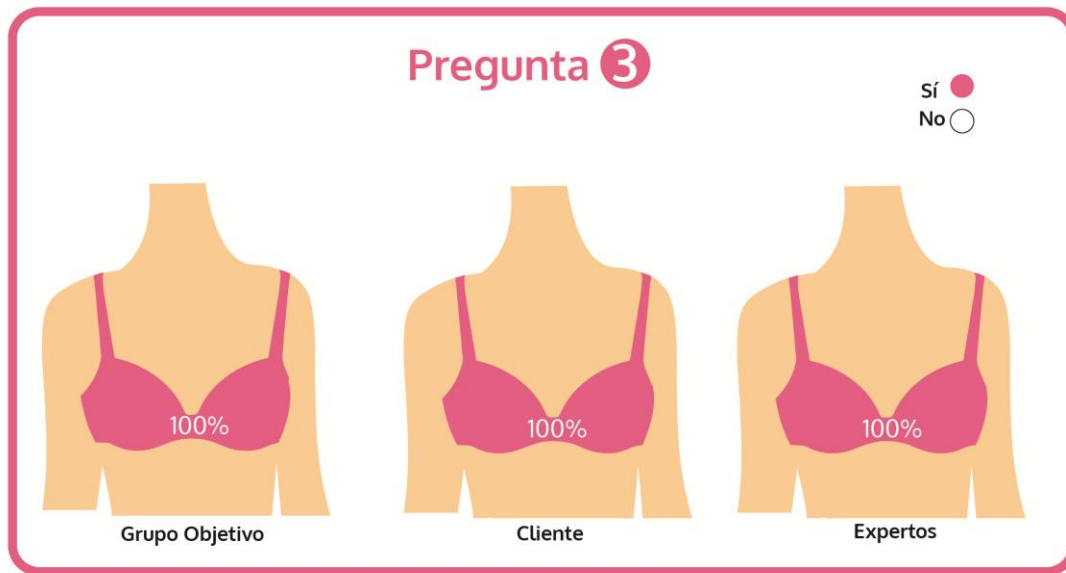
2. ¿Considera usted que es importante investigar a través de referencias bibliográficas el contenido gráfico e información que debe contener una presentación digital para impartir una educación adecuada referente a la prevención del cáncer de mama para el grupo objetivo?



Interpretación:

El 100% del grupo objetivo, cliente, expertos consideró que efectivamente es necesario investigar a través de referencias bibliográficas el contenido gráfico e información que debe contener una presentación digital para impartir una educación adecuada referente a la prevención del cáncer de mama para el grupo objetivo. Esto muestra que la creación del proyecto contribuirá a la educación acerca de la prevención del cáncer de mama a las mujeres guatemaltecas.

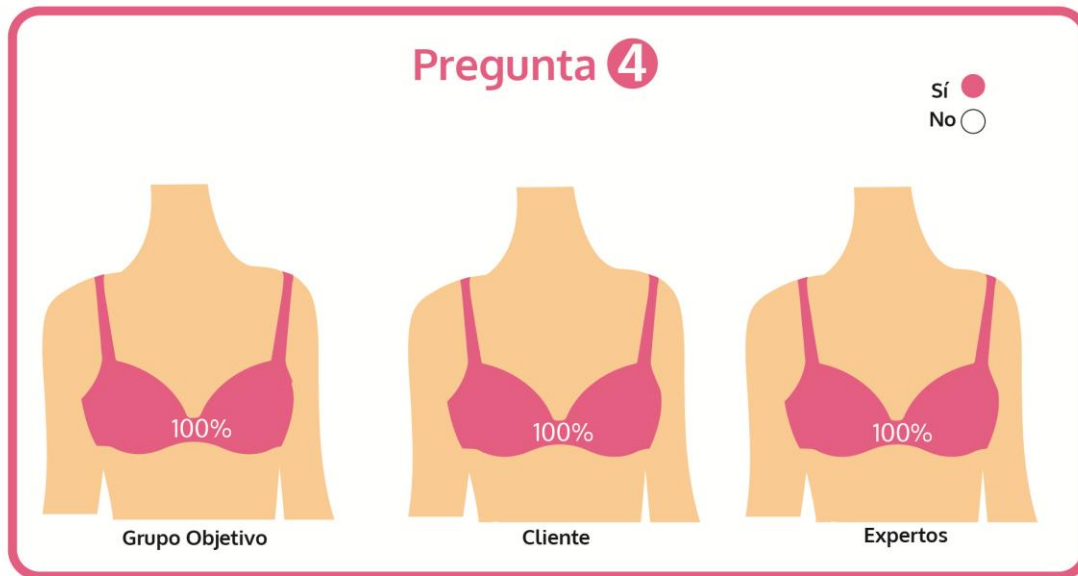
3. ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de las medidas de prevención del cáncer de mama para conocer a fondo la enfermedad y todos los factores importantes que se deben tomar en cuenta para las mujeres de 18 a 30 años de edad?



Interpretación:

El 100% del grupo objetivo, cliente y expertos considera que es importante recopilar información acerca de las medidas de prevención del cáncer de mama para conocer a fondo la enfermedad y todos los factores importantes que se deben tomar en cuenta para las mujeres de 18 a 30 años de edad, efectivamente al tener un contenido certero y amplio, se podrá brindar la información adecuada.

4. ¿Considera usted necesario ilustrar a través de elementos gráficos e iconos el contenido de la presentación digital para lograr un diseño visualmente estético y dinámico para el grupo objetivo?

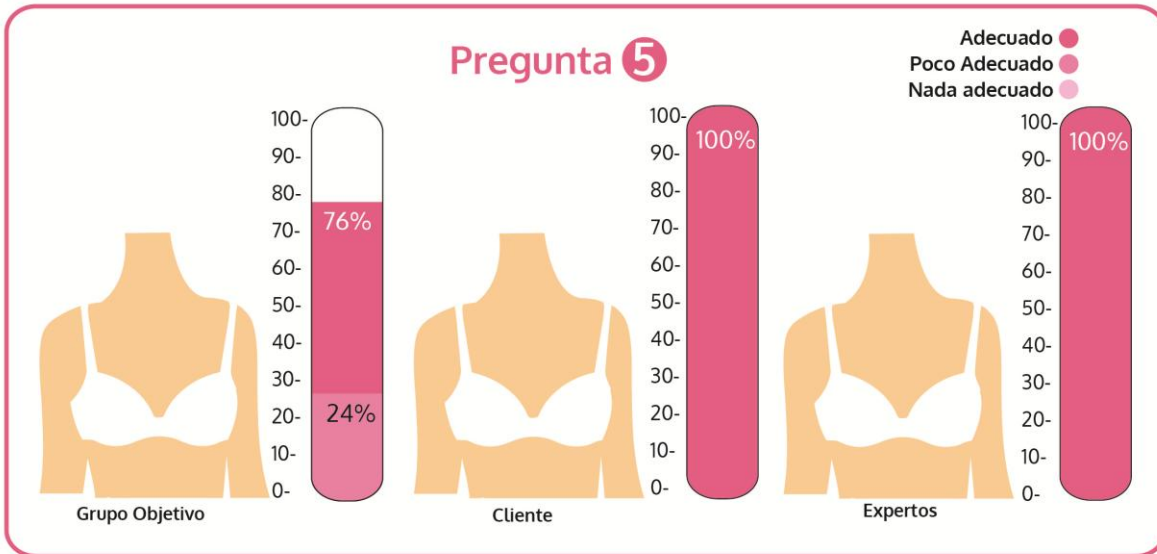


Interpretación:

El 100% del grupo objetivo, cliente y expertos considera que es necesario ilustrar a través de elementos gráficos e iconos el contenido de la presentación digital para lograr un diseño visualmente estético y dinámico para el grupo objetivo. Por lo tanto, la presentación digital se forma de gran parte de ilustraciones y elementos gráficos.

Parte Objetiva:

5. ¿Considera usted que el diseño e imagen visual de la presentación va dirigido a mujeres de 18 a 30 años es?

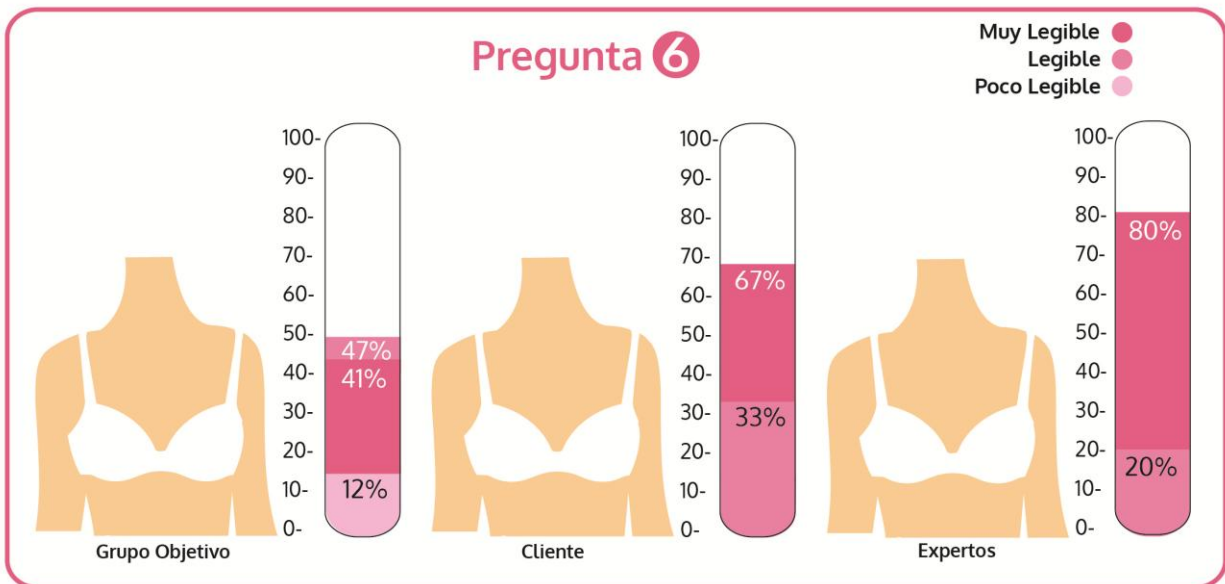


Interpretación:

El 76% del grupo objetivo considera que el diseño e imagen visual de la presentación va dirigido a mujeres de 18 a 30 años adecuado y el 24% poco adecuado. El 100% del cliente y experto lo considera adecuado. Esto quiere decir que la mayor parte considera que el diseño e imagen visual son adecuados para el grupo objetivo.



6. ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el cuerpo de la presentación digital?

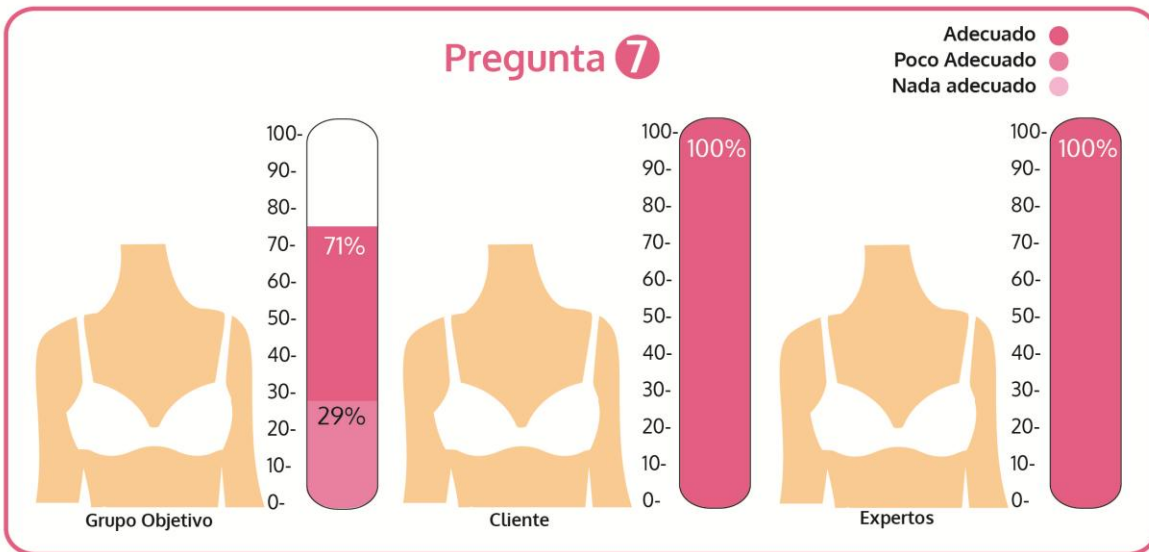


Interpretación:

El 41% del grupo objetivo considera que la tipografía utilizada en el cuerpo de la presentación digital es muy legible, el 47% considera que es legible y el 12% poco legible.

El 67% del cliente considera que es muy legible y el 33% legible. Mientras que el 80% de los expertos considera la tipografía muy legible y el 20% legible. Por lo que se cambiará la tipografía para que sea más legible.

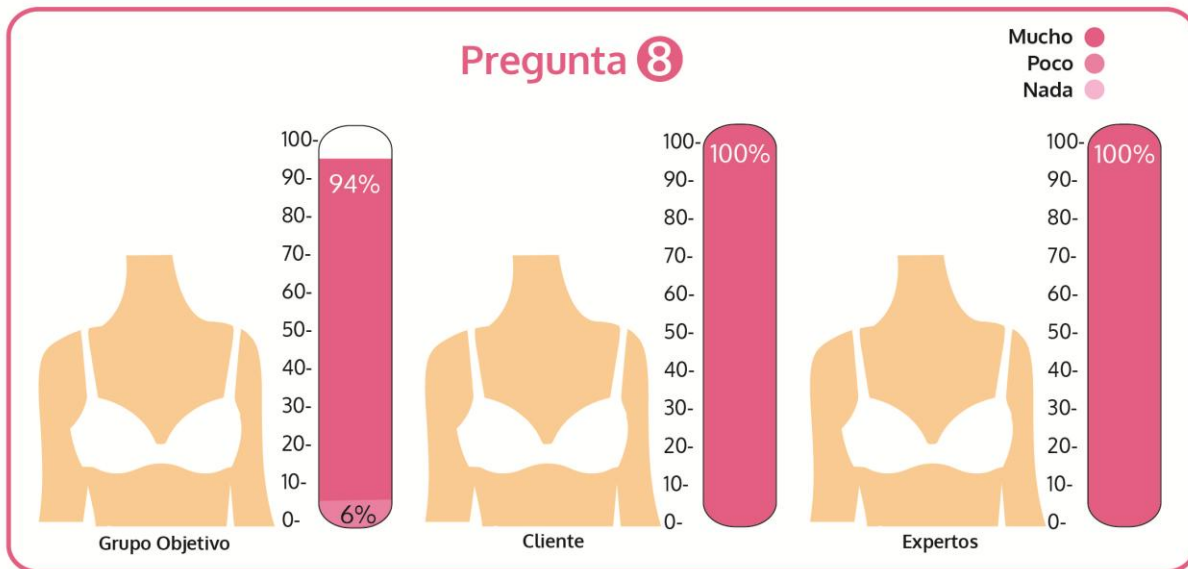
7. ¿Considera usted que el tamaño y tipografía de los titulares de la presentación es?



Interpretación:

El 71% del grupo objetivo considera que el tamaño de la tipografía de los titulares de la presentación es adecuado y el 29% considera que es poco adecuado. El 100% del cliente y experto lo considera adecuado. Esto quiere decir que la mayor parte considera que el tamaño de los titulares es adecuado.

8. ¿Considera que el contenido e información de la presentación son suficientes para la comprensión del tema?

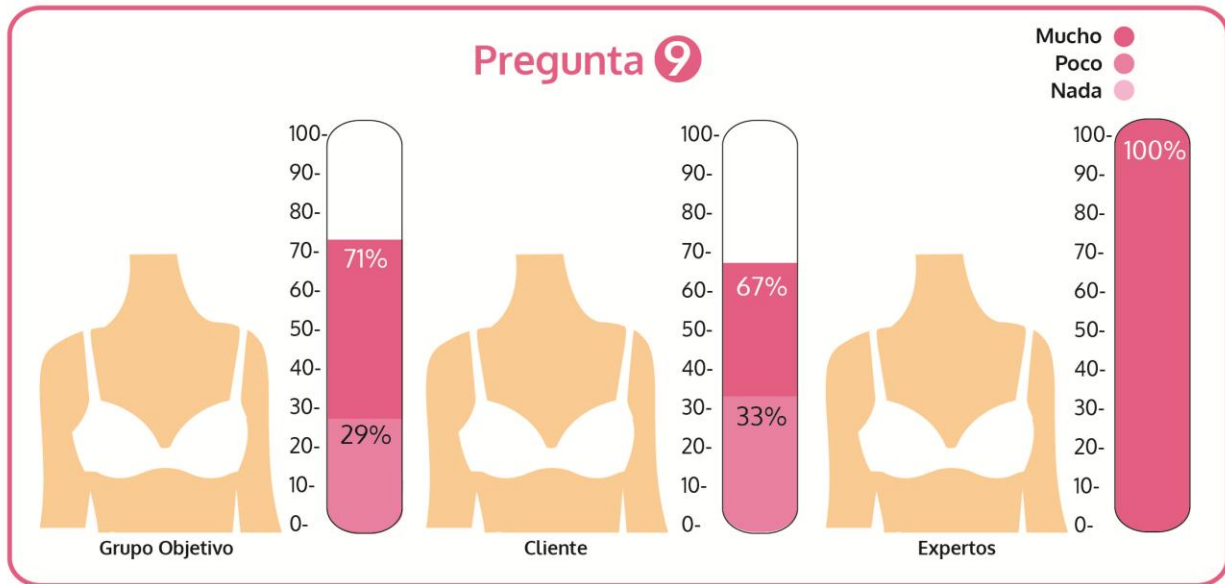


Interpretación:

El 94% del grupo objetivo considera que el contenido e información de la presentación para la comprensión del tema es mucho y el 6% poco.

El 100% del cliente y experto lo considera adecuado. Por lo que el contenido de la presentación digital incluye la suficiente información para la comprensión del tema.

9. ¿Considera que el personaje principal ilustrado en la presentación es representativo al grupo objetivo?

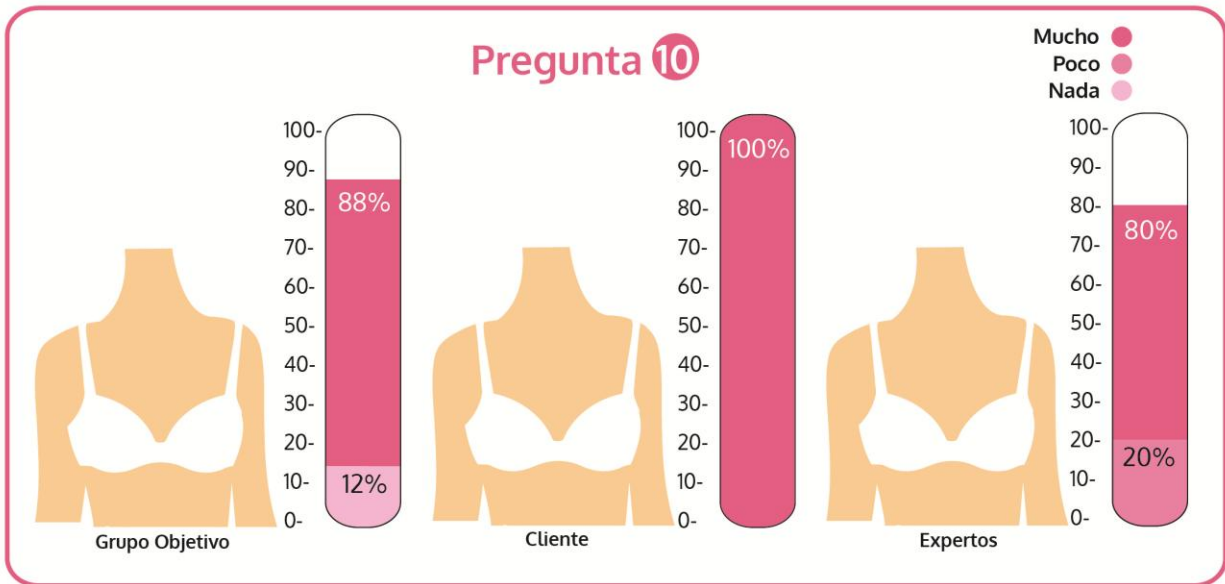


Interpretación:

El 71% del grupo objetivo considera que el personaje principal ilustrado en la presentación es muy representativo al grupo objetivo y el 29% lo considera poco.

El 76% del cliente lo considera mucho y el 33% poco. El 100% de los expertos lo considera muy representativo. Por lo que se cambiarán algunos aspectos ilustrativos del personaje para lograr mejor representación hacia el grupo objetivo.

10. Según su criterio ¿Las ilustraciones realizadas en la presentación son visualmente atractivas, adecuadas y facilitan la comprensión del contenido?

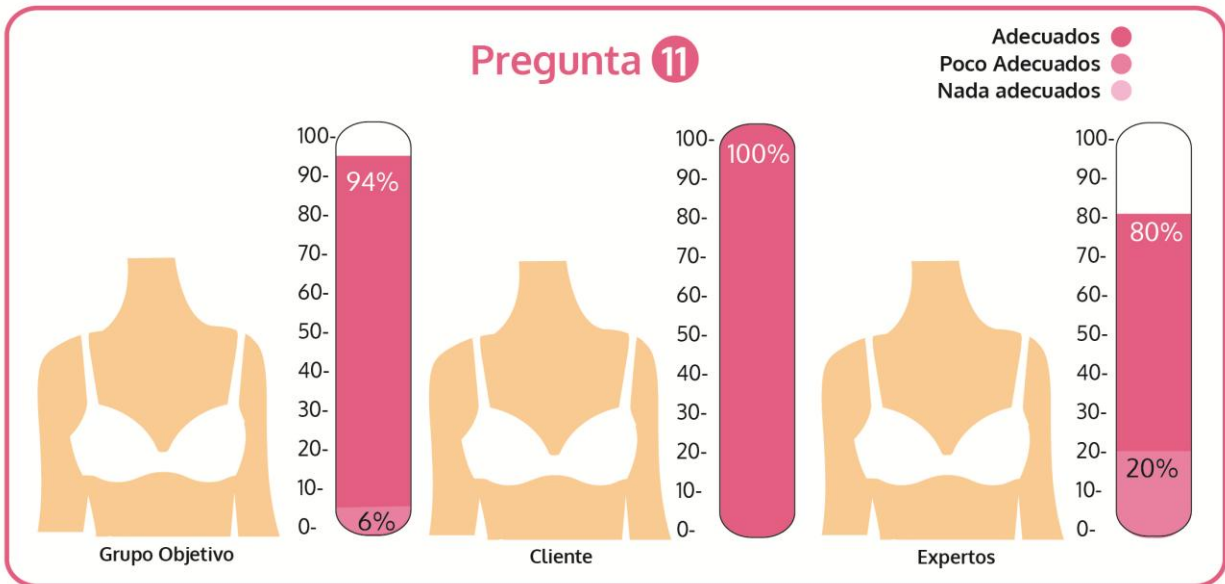


Interpretación:

El 88% del grupo objetivo considera las ilustraciones visualmente muy atractivas, adecuadas y que facilitan la comprensión del contenido y el 12% poco.

El 100% del cliente las considera muy atractivas. El 80% de los expertos las considera muy atractivas y el 20%, poco. Por lo que las ilustraciones realizadas en la presentación sí llenan las expectativas requeridas.

11. ¿Considera que los colores utilizados en la presentación son?

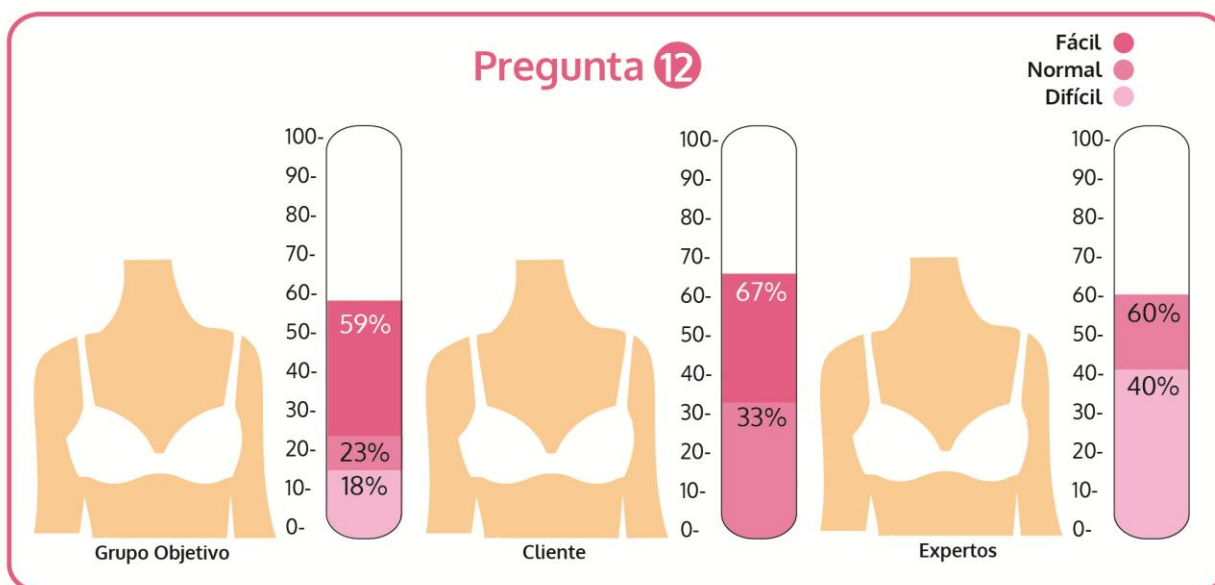


Interpretación:

El 94% del grupo objetivo considera que los colores utilizados en la presentación son adecuados y el 6%, poco adecuados.

El 100% del cliente los considera 100% adecuados. El 80% de los expertos considera los colores adecuados y el 20%, poco adecuados. Esto quiere decir que la mayor parte considera que los colores utilizados en la presentación son adecuados.

12. ¿Considera que a la hora de impartir las charlas con la presentación la lectura del contenido será?



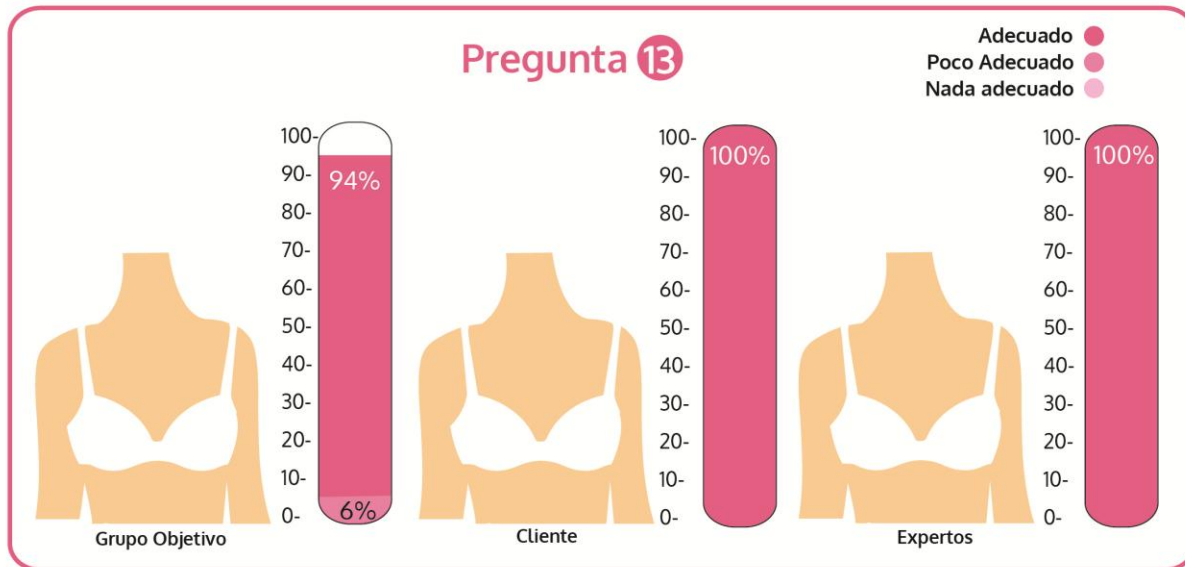
Interpretación:

El 59% del grupo objetivo considera que a la hora de impartir las charlas con la presentación la lectura del contenido será fácil; el 23%, normal y el 18%, difícil.

El 67% del cliente lo considera fácil y el 33% normal. El 60% del los expertos lo considera normal y el 40% difícil. Por lo que se cambiarán aspectos de contenido y tipografía para que la lectura del contenido logre su objetivo.

## Parte Objetiva

13. ¿Considera que el tamaño del formato digital de la presentación es?

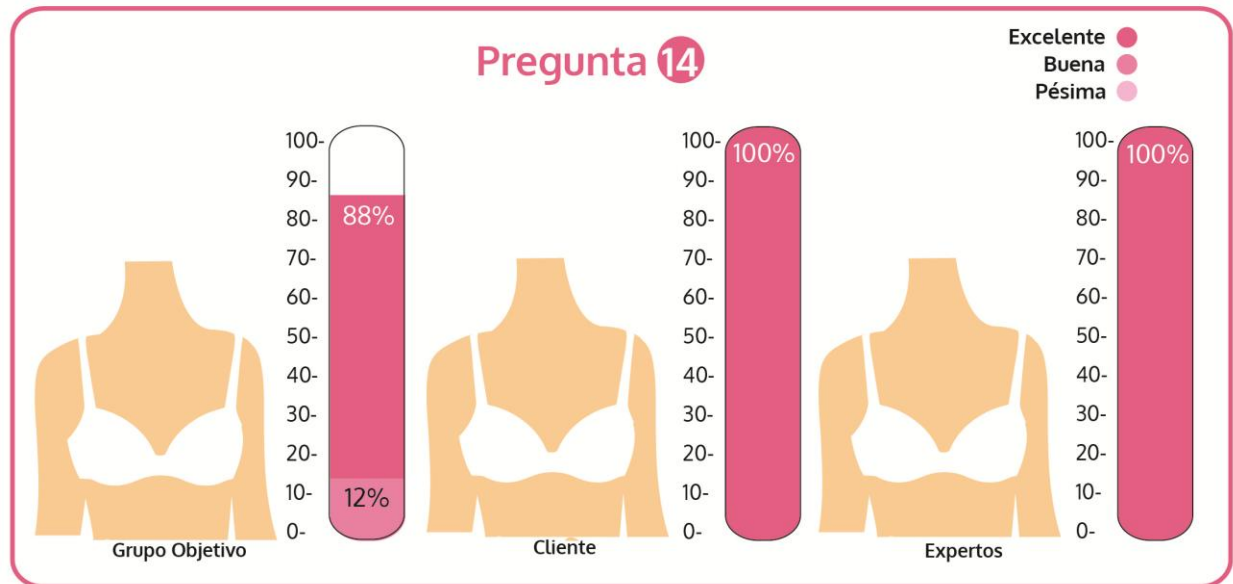


### Interpretación:

El 94% del grupo objetivo considera que el tamaño del formato digital de la presentación es adecuado y el 6% es poco adecuado. El 100% del cliente y los expertos lo consideran adecuado. Esto quiere decir que la mayor parte considera que el tamaño del formato digital de la presentación es el adecuado para impartir las charlas.



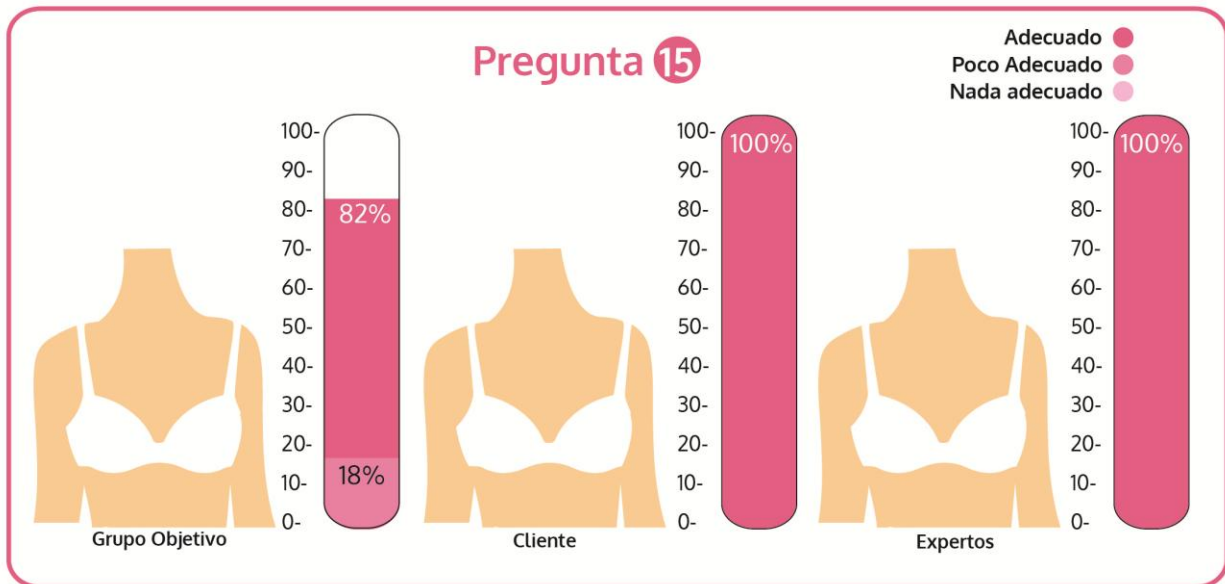
14. ¿Visualmente considera que la resolución digital de la presentación es?



Interpretación:

El 88% del grupo objetivo considera que la resolución digital de la presentación es excelente y el 12% la considera buena. El 100% del cliente y los expertos la consideran excelente. Esto quiere decir que la mayor parte considera que la resolución digital de la presentación es excelente para la reproducción de la misma.

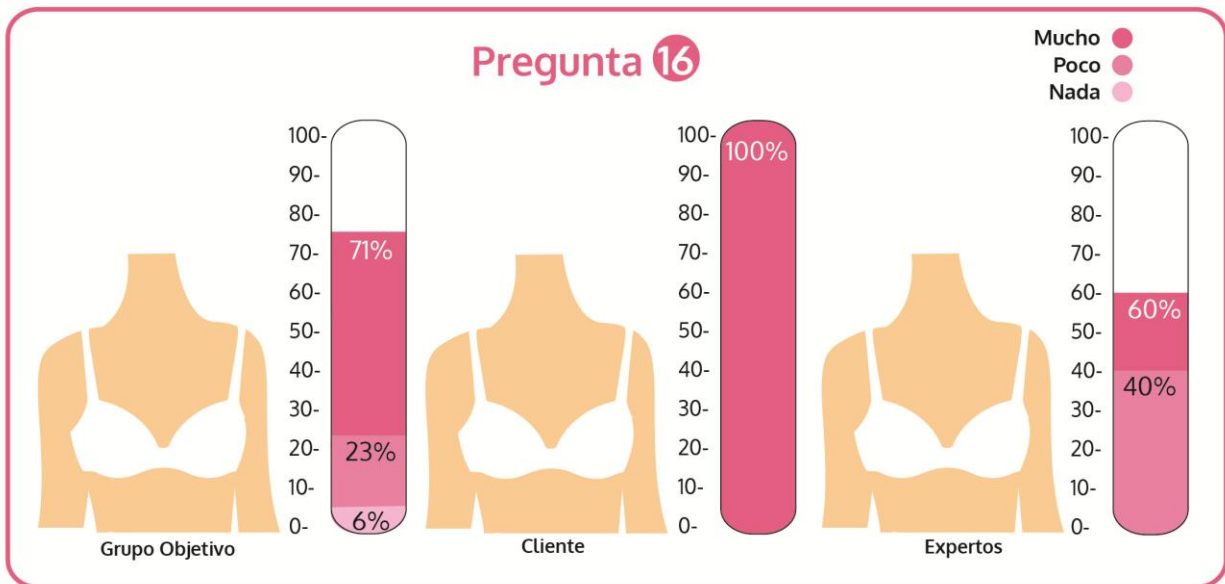
15. ¿Considera que la cantidad de páginas y el contenido de la presentación es?



Interpretación:

El 82% del grupo objetivo considera que la cantidad de páginas y el contenido de la presentación es adecuado y el 18% poco adecuado. El 100% del cliente y los expertos la consideran adecuada. Esto quiere decir que la mayor parte considera que cantidad de páginas y contenido de la presentación es el adecuado para impartir las charlas.

16. Según su criterio, ¿la diagramación del diseño de la presentación es adecuada y lógica para la comprensión del contenido?



Interpretación:

El 71% del grupo objetivo considera que la diagramación del diseño de la presentación es muy adecuada y lógica para la comprensión del contenido, el 23% considera que es poco adecuada y el 6% nada.

El 100% del cliente considera muy adecuada y lógica la diagramación del diseño para la comprensión del contenido. El 60% de los expertos lo consideran muy adecuada y el 40% poco. Por lo que se cambiarán algunos aspectos de la diagramación, en cuanto a composición del diseño de la presentación para la comprensión rápida y satisfactoria del contenido.

## 8.4 Cambios en base a resultados

### Portada



1. Se mejoró la ilustración de la mujer por un rostro más suave, figura más definida y con una blusa con el logo de FUNDECÁN.
2. Se hizo más pequeño el logo para mejor composición.
3. Se cambió el slogan a 2 líneas para su mejor lectura
4. Se diagramó el listón del cáncer de mama con tela típica que representa a Guatemala.

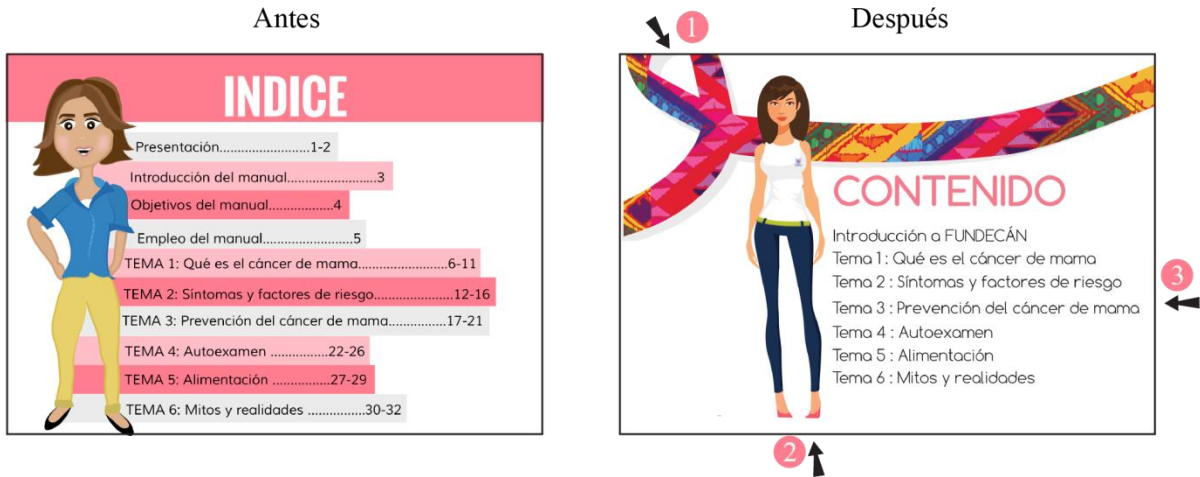
### Página 1



1. Se agregó la ilustración de la mujer.

2. Se agregó información con diferente tipografía.
3. Se cambió el rosado de fondo por uno más oscuro.
4. Se cambió el tamaño y la tipografía del titular.

Página 2



1. Se diagramó el listón típico que abarca toda la página.
2. Se cambió la ilustración de la mujer.
3. Se cambió el contenido alineadamente y se cambió “índice” a contenido.

Página 3



1. Se cambió a un listón típico que abarcara toda la página.
2. Se agregó un titular y cambio la tipografía.
3. Se agregó el logotipo de FUNDECÁN.

#### Página 4



1. Se cambió la ilustración de la mujer.
2. Se cambió el listón en tela típica.
3. Se cambió la tipografía y se agregó un subtítular que indica el número de tema.

#### Página 5-6

##### Antes



Después



Después



1. Se cambió la tipografía del titular y tamaño.
2. Se redujo el contenido y se utilizó la tipografía del titular
3. Se agregó la diagramación del listón en tela típica que abarca toda la página.
4. Se agregó una página para mejor composición.
5. Se cambió la ilustración de la mujer.

## Página 7-8

Antes

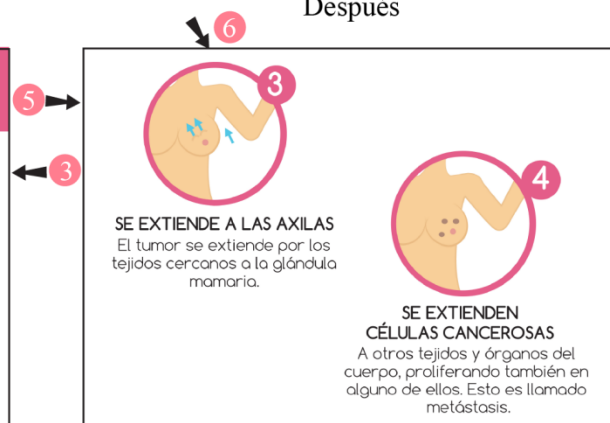
TIPOS DE CÁNCER DE MAMA	
Según el grado de invasión del tumor.	Ductal. Hay presencia de células anormales en el revestimiento de un conducto de la mama.
IN SITU. Se localiza dentro de los conductos galactoforos que conducen la leche hasta el pezón.	Medular. Las células cancerosas se encuentran agrupadas.
INFILTRANTE. Rompe el conducto galactoforo e invade la grasa de la mama que rodea el conducto. Las células pueden llegar a los pequeños vasos sanguíneos y linfáticos de la mama.	Coloide. Es un tipo de carcinoma ductal infiltrante.
Según el lugar donde se origina el tumor y el aspecto de las células que lo forman.	Tubular. Es otro tipo de carcinoma ductal infiltrante.
Lobular. Se origina en las glándulas que fabrican la leche.	Inflamatorio. Las células cancerosas bloquean los vasos linfáticos de la piel produciendo una inflamación en la mama.





1. Se agregó una página para una mejor composición.
2. Se colocó el título en una sola línea, se cambió la tipografía y tamaño.
3. Se cambió el subtítulo a una sola línea con la diagramación de un cintillo simple.
4. Se agregaron ilustraciones representativas al tema.
5. Se cambiaron los subtítulos, se colocaron en cajas como fondo y se cambió la tipografía a la del titular.
6. Se cambió a utilizar 3 tipos de rosado.
7. Se redujo el contenido y se utilizó la misma tipografía que la del titular.
8. Se cambió el subtítulo a una sola línea con la diagramación de un cintillo simple.
9. Se cambió la composición y orden de los elementos.





1. Se cambió la tipografía del titular y tamaño.
2. Se mejoraron las ilustraciones y se agrandaron.
3. Se cambió la numeración cerca de la ilustración y dentro de un círculo.
4. Se redujo el contenido, se colocaron subtítulos para cada paso y se cambió a la tipografía del titular.
5. Se agregó una página para mejor composición.
6. Se utilizó solo un color rosado oscuro.

Antes

**TRATAMIENTOS** ¿Qué es cáncer de mama?

**CIRUGIA**  
Es la extirpación del tumor y el tejido, la cirugía también se utiliza para evaluar los ganglios linfáticos. Una lumpectomía consiste en la extirpación del tumor y de un pequeño margen de tejido sano sin cáncer alrededor. La mastectomía es la extirpación quirúrgica de toda la mama.

**CIRUGIA RECONSTRUCTIVA**  
Es una reconstrucción mamaria, es decir que se crea una mama a partir del tejido extraído de otra parte del cuerpo o de implantes sintéticos, esto solo se realiza cuando las mujeres se realizaron una mastectomía, generalmente esta la realiza un cirujano plástico. Un implante mamario usa moldes rellenos con salina o con gel de sílica para reconstruir la mama.

**RADIOTERAPIA**  
La radioterapia es el uso de rayos X u otras partículas con alta potencia para matar las células cancerosas. El médico que se especializa en administrar radioterapia es un radio oncólogo.

**QUIMIOTERAPIA**  
Es el uso de fármacos para destruir las células cancerosas, para evitar que se dividan. Algunos de los métodos de la quimioterapia es por tuvo intravenoso que se coloca en una vena con una aguja, o una pastilla por vía oral.

Después

**TRATAMIENTOS**

**CIRUGÍA**  
Es la extirpación del tumor y el tejido, también se utiliza para evaluar los ganglios linfáticos.

**CIRUGÍA RECONSTRUCTIVA**  
Es una reconstrucción mamaria, se crea una mama a partir del tejido extraído de otra parte del cuerpo o de implantes sintéticos.

Después

**RADIOTERAPIA**  
Es el uso de rayos X u otras partículas con alta potencia para matar las células cancerosas.

**QUIMIOTERAPIA**  
Es el uso de fármacos para destruir las células cancerosas, para evitar que se dividan. Algunos de los métodos es por tuvo intravenoso, o una pastilla por vía oral.

1. Se cambió la tipografía del titular, el tamaño y se agregó un cintillo simple.
2. Se mejoraron las ilustraciones y se agrandaron.
3. Se redujo el contenido, se cambió de color y tipografía a la del titular dentro de una caja de simple.
4. Se agregó una página para mejor composición
5. Se cambió la composición a dos colores.

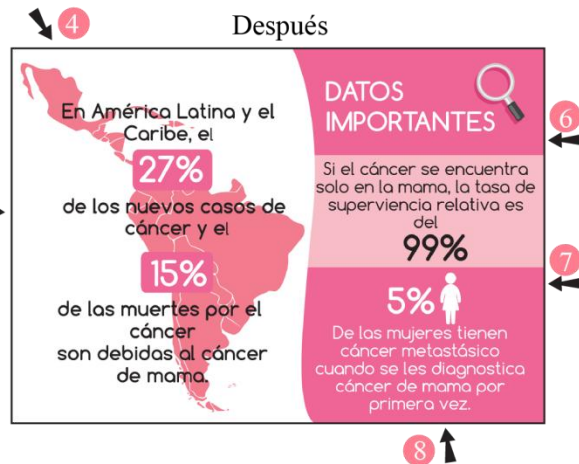
Antes



Después



Después



1. Se cambió la tipografía del titular y el tamaño.
2. Se cambió a diagramar un solo cintillo con la información y se modificó la ilustración de la mujer.
3. Se cambió la tipografía a la del titular, con un subtítular agregando un icono de una mujer y el color.
4. Se agregó una página para mejor composición.

5. Se cambió la ilustración del mapa y el color, los rectángulos se diagramaron con esquinas curvas y se agrandaron los números de los porcentajes.
6. Se agregó la ilustración de una lupa.
7. Se cambió a utilizar solo 3 tipos de rosado.
8. Se agregó una caja para colocar los datos importantes.

Página 16-17

Antes



Después

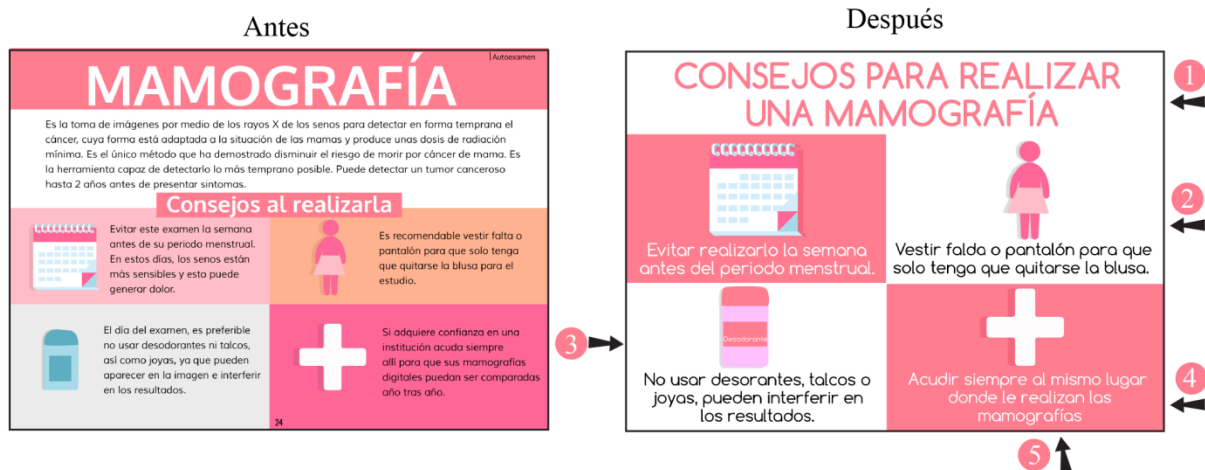


Después

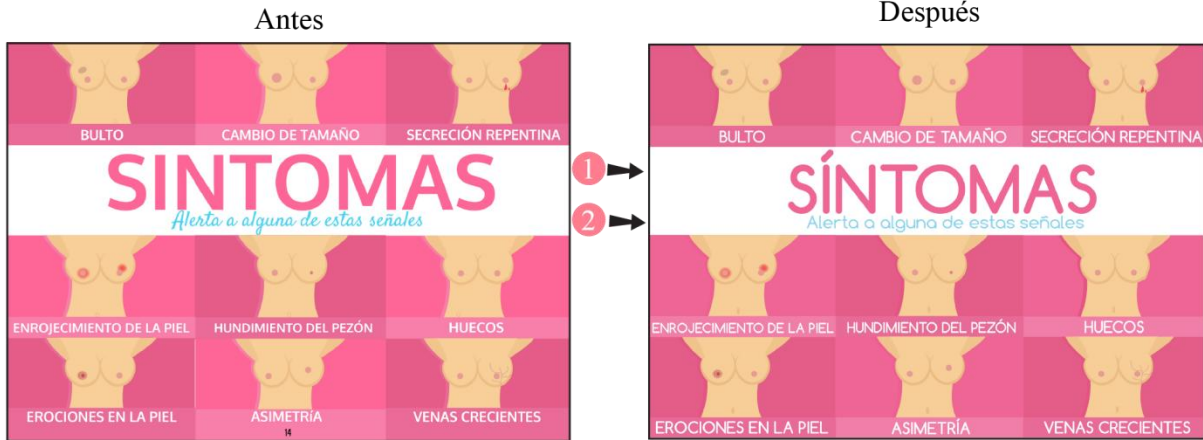


1. Se cambió la tipografía, el tamaño y se agregó “para detectarlo”.
2. Se cambió el tamaño de las ilustraciones.
3. Se cambió la numeración al colocar la diagramación de un círculo como fondo y utilizando la misma tipografía que el título.
4. Se agregó una página para mejor composición.
5. Se redujo el contenido y se modificó a la tipografía del titular dentro de una caja de simple.
6. El color celeste de fondo se oscureció.

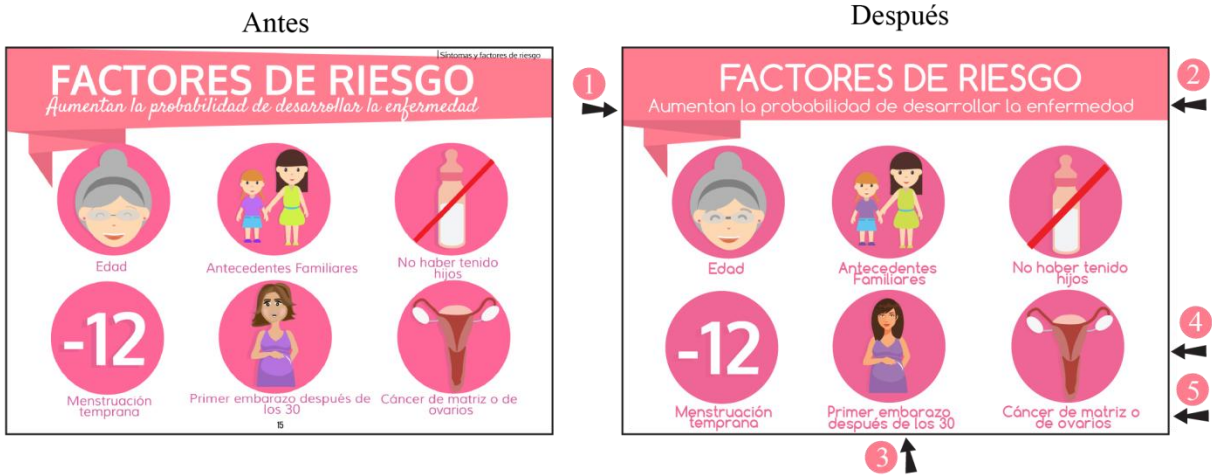
Página 18



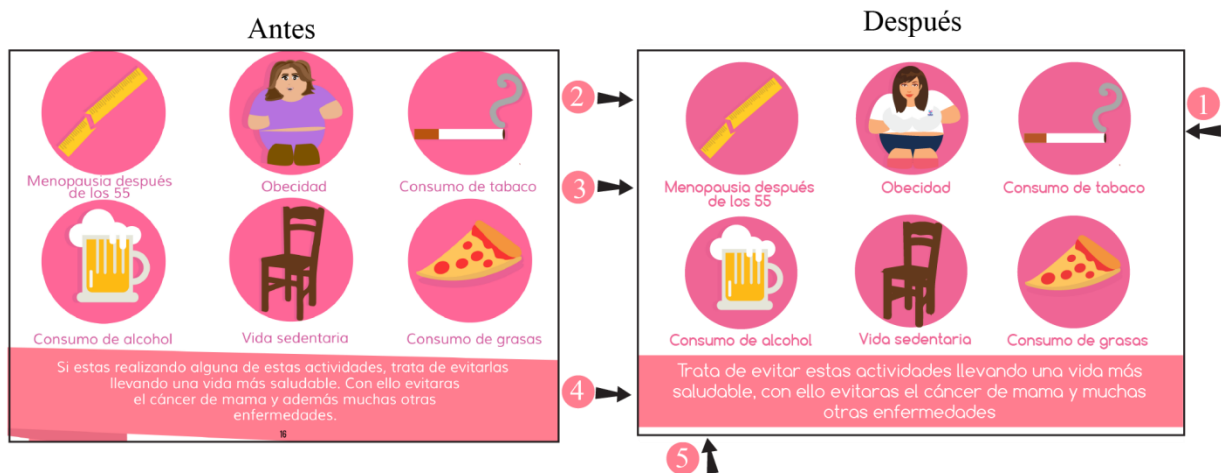
1. Se cambió el titular, la tipografía y su tamaño.
2. Se cambió el ordenamiento de los elementos.
3. Se mejoró el icono del desodorante y se modificó el titular a “desodorante”.
4. Se utilizó solo un color rosado.
5. Se redujo el contenido y se cambió la tipografía a la del titular.



1. Se cambió la tipografía del titular, se tildó la letra mayúscula y se modificó el tamaño.
2. Se cambió la tipografía a la del titular y el tamaño.



1. Se cambió la tipografía del titular y el tamaño, el subtítular se alternó a la tipografía del titular.
2. Se cambió el cintillo en forma recta.
3. Se cambió la ilustración de la mujer embarazada a la ilustración nueva.
4. Se cambió el color de fondo de todos los iconos.
5. Se cambió el color del subtítular y se centro.



1. Se cambió la ilustración de obesidad al personaje nuevo.
2. Se cambió el color del círculo de fondo de todos los iconos.
3. Se cambió el color del subtítulo y se centró.
4. Se redujo el contenido del texto y se sustituyó a la tipografía del titular.
5. Se cambió el cintillo en forma recta.

Antes

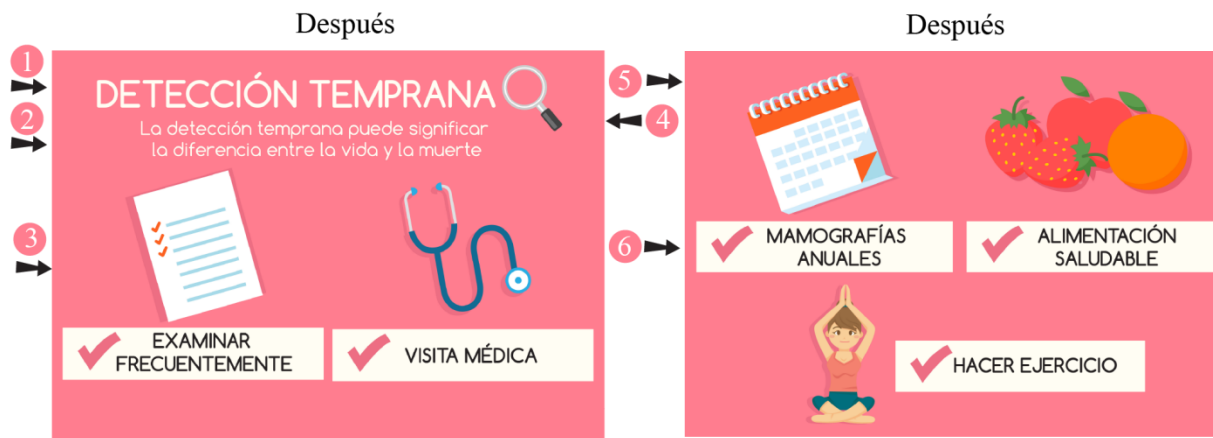
Prevenición del cáncer de mama

## DETECCIÓN TEMPRANA

La detección temprana del cáncer de mama puede significar la diferencia entre la vida y la muerte

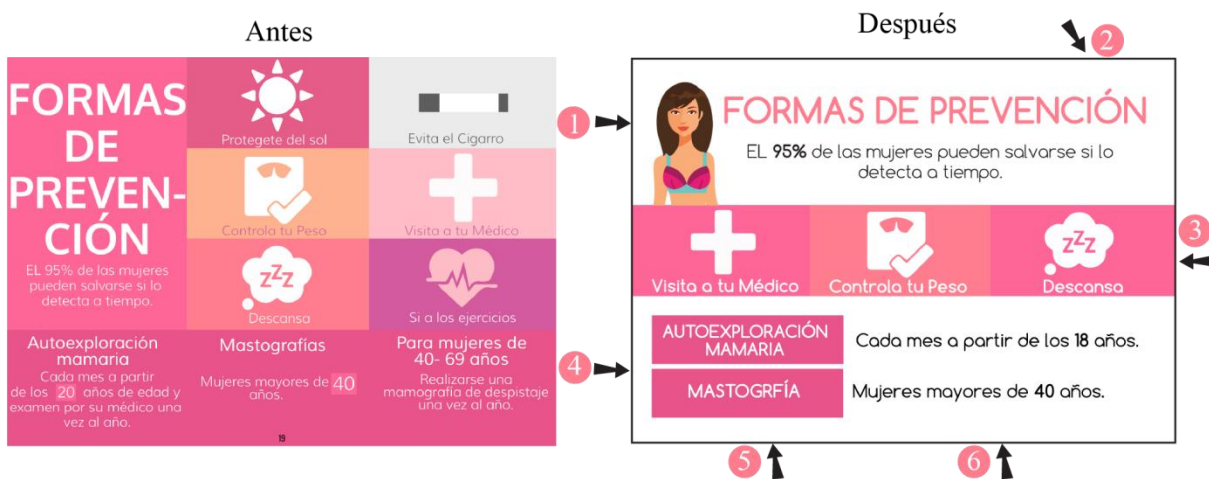
- ✓ **Examinar Frecuentemente**  
 Examinar los senos frecuentemente y reportar cualquier cambio al médico.
- ✓ **Visita Médica**  
 Visita médica a partir de los 20 años para la revisión.
- ✓ **Mamografías Anuales**  
 Realizar mamografías anuales a partir de los 40 años, sobre todo si se tienen antecedentes familiares de cáncer de mama.
- ✓ **Alimentación Saludable**  
 Comer frutas y verduras ricas en fibra y antioxidantes.
- ✓ **Hacer Ejercicio**  
 Conservar un peso saludable haciendo ejercicio por lo menos 45 minutos al día.





1. Se cambió la tipografía del titular y el tamaño.
2. Se redujo la información.
3. Se cambió el tamaño de las ilustraciones.
4. Se cambió de posición la ilustración de la lupa.
5. Se agregó una página para mejor composición.
6. Se diagramaron cajas simples con los subtítulos y el icono “chek- in”.

Página 25

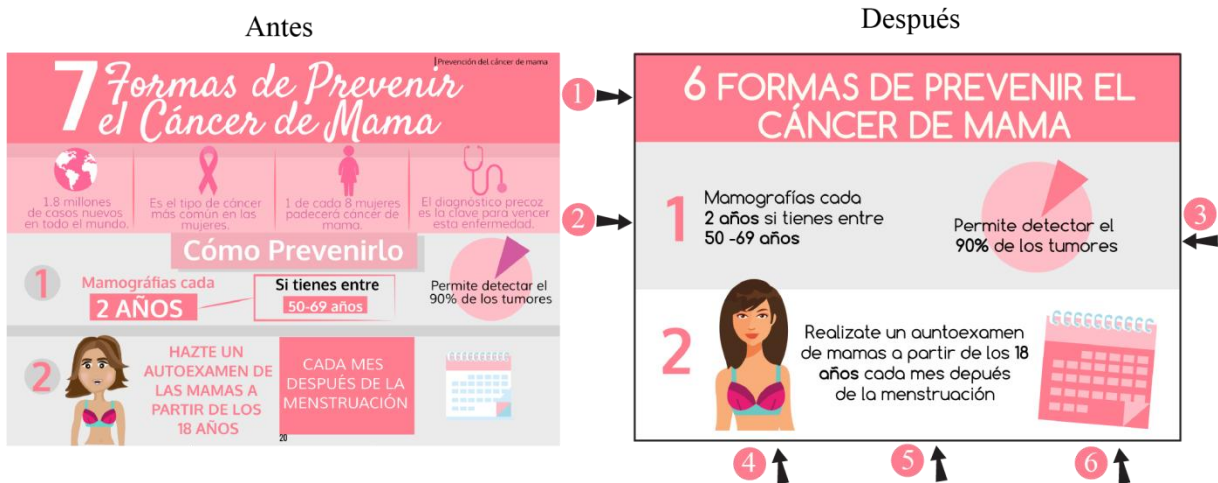


1. Se agregó la ilustración de la mujer.
2. Se cambió la tipografía del titular, el tamaño y se manejó en una sola línea, y se redujo el contenido en 2 líneas.

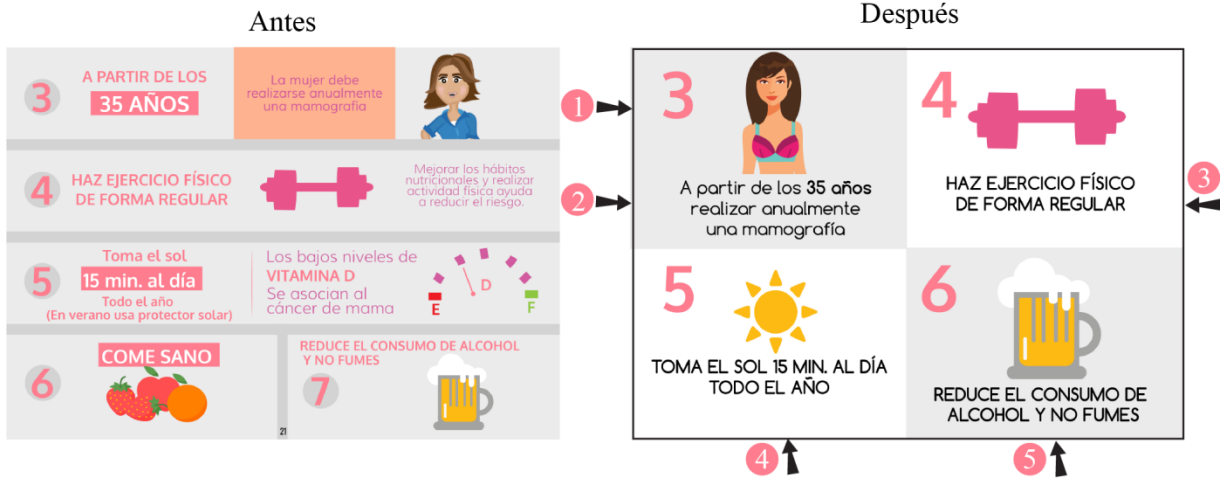


3. Se cambió la diagramación en forma horizontal de 3 iconos.
4. Se colocó una caja simple para colocar los subtítulos con la tipografía del titular.
5. Se cambió el color a utilizar 3 tipos de color rosado.
6. Se redujo la información a una línea y se resaltaron los datos importantes en negrita, la tipografía es la misma que la del titular.

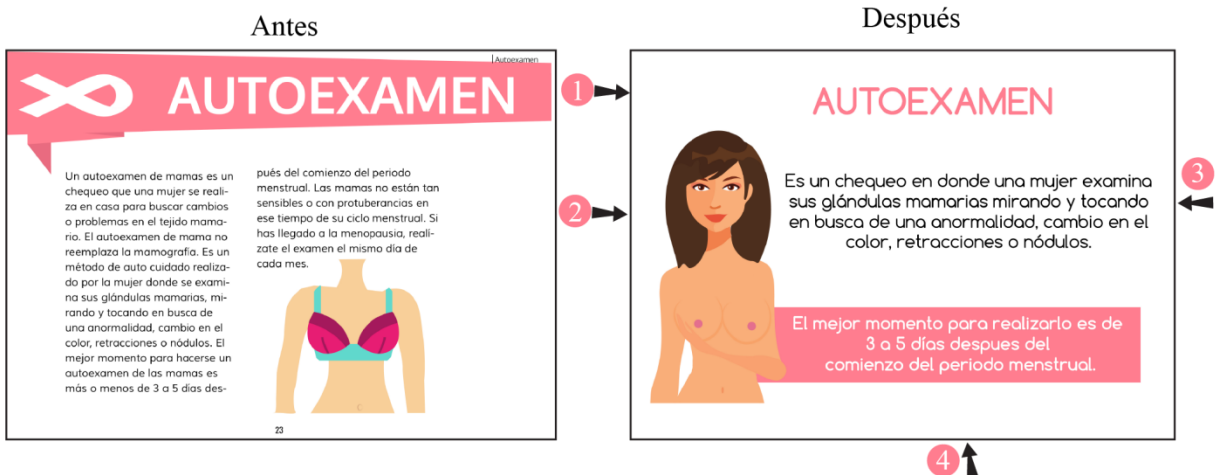
Página 26



1. Se cambió la tipografía del titular, el tamaño y se eliminó una forma de prevención.
2. Se cambiaron los números a mayor tamaño.
3. Se redujo el contenido y los colores de la gráfica.
4. Se cambió la ilustración de la mujer.
5. Se unió la información y se modificó la tipografía a la del titular.
6. Se cambió el tamaño, posición y color de la ilustración del calendario.



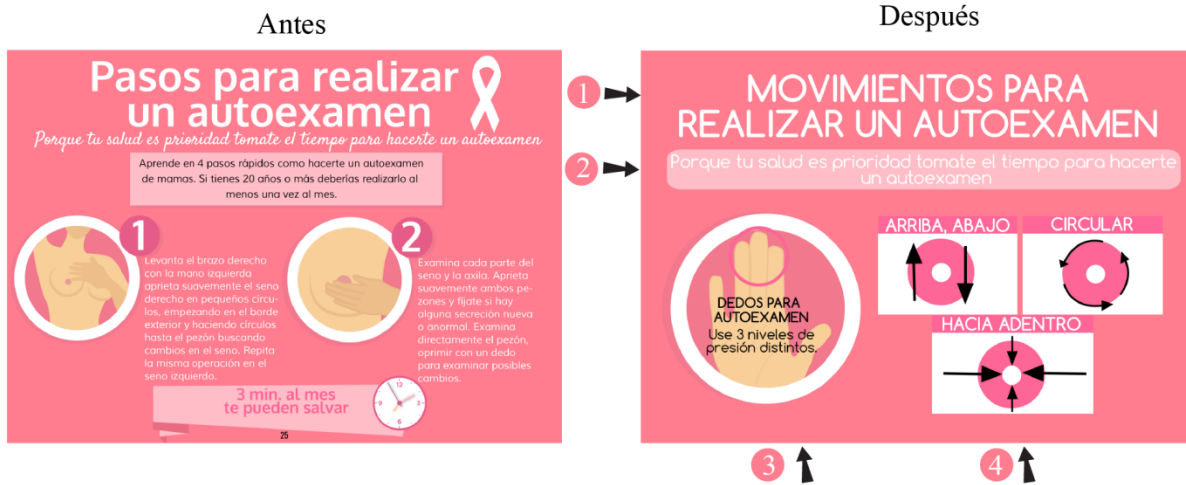
1. Se cambió la numeración a una más grande.
2. Se unificó el texto y se modificó la tipografía.
3. Se agregaron subtítulos.
4. Se agregó una ilustración de un sol.
5. Se cambió el orden y la diagramación de la página.



1. Se alternó la tipografía del titular y el tamaño.
2. Se agregó la ilustración de una mujer tocándose los senos.

3. Se redujo el contenido y se diferenci6 la tipograf1a a la del titular.
4. Se agreg6 una caja simple contenida con texto informativo.

P1gina 30



1. Se cambi6 la tipograf1a y el tama1o, y agreg6 un nuevo titular.
2. Se agreg6 un cintillo con esquinas curvas y se redujo la informaci6n.
3. Se cambi6 la ilustraci6n que indica los dedos para autoexamen.
4. Se cambiaron las gr1ficas de los movimientos a seguir en un autoexamen.

P1ginas 31-32

Antes



Después

**4 PASOS PARA REALIZAR UN AUTOEXAMEN**

3 min. al mes te pueden salvar

**1**

**LEVANTA EL BRAZO Y APRIETA**  
Suavemente el seno en pequeños círculos, empezando en el borde y haciendo círculos hasta el pezón buscando cambios en el seno.

**2**

**EXAMINA CADA PARTE**  
Del seno y la axila. Aprieta suavemente ambos pezones y fíjate si hay alguna secreción nueva o anormal.

Después

**3**

**DELANTE DEL ESPEJO**  
Coloca los brazos a los lados, luego levántalos sobre la cabeza e inspecciona cuidadosamente cada seno para ver si hay anomalías.

**4**

**ACOSTADA**  
Coloca una almohada debajo del hombro y pon el brazo y la otra mano detrás de la cabeza. Examina el seno haciendo movimientos circulares con la otra mano buscando anomalías.

**5**

1. Se agregó y modificó el titular, la tipografía y el tamaño
2. Se cambió el cintillo con el icono del reloj a la parte superior.
3. Se cambió el tamaño de las ilustraciones.
4. Se agregó una página para mejor composición.
5. Se agregaron subtítulos y se redujo el contenido.

Página 34-35

Antes

**ALIMENTACIÓN**

**JITOMATES**  
Es importante consumir jitomates por sus vitaminas y minerales, ya que aumenta los niveles de metabolismo lo cual reduce el desarrollo de tumores en los senos.

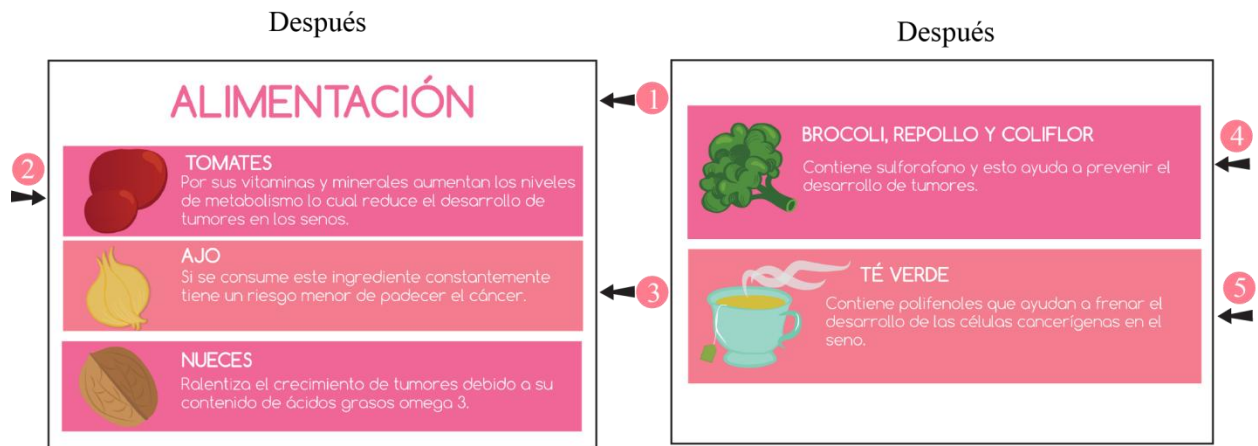
**TÉ VERDE**  
Contiene polifenoles que ayudan a frenar el desarrollo de las células cancerígenas en el seno.

**AJO**  
Según el instituto nacional de cáncer, si se consume este ingrediente constantemente tiene un riesgo menor de padecer el cáncer.

**NUECES**  
Retardiza el crecimiento de tumores debido a su contenido de ácidos grasos omega 3.

**BROCOLI REPOLLO COLIFLOR**  
Contiene sulforafano y esto ayuda a prevenir el desarrollo de tumores.

Alimentación



1. Se cambió la tipografía y el tamaño.
2. Se agrandaron las ilustraciones.
3. Se diagramó un cintillo simple que contenga el contenido, este se redujo y se cambio la tipografía a la del titular.
4. Se agregó una página para mejor composición.
5. Se utilizaron dos tipos de color rosado.

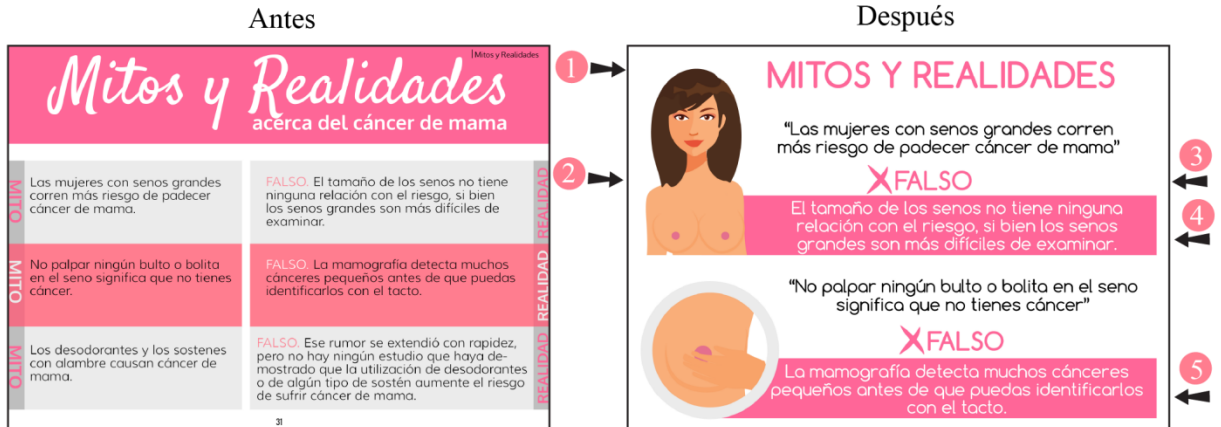
Página 36



1. Se cambió la tipografía y el tamaño.
2. Se redujo el contenido y se cambió a la tipografía del titular.

3. Se redujo el contenido, se cambio a la tipografía del titular y el color.
4. Se cambió el fondo celeste a uno más oscuro.

Página 38



1. Se cambió la tipografía y el tamaño.
2. Se agregaron ilustraciones representativas a cada mito.
3. Se agregó el icono de una x y “Falso” con la misma tipografía que la del titular.
4. Se cambió el color y se hizo más delgada y larga la caja de texto.
5. Se redujo el contenido y se diversificó la tipografía a la del titular.

Antes

Mitos y Realidades	
<b>MITO</b> Tener hijos y amamantarlos es una protección segura contra el cáncer de mama.	<b>FALSO.</b> Es cierto que tener dos hijos y amamantarlos antes de los 30 años de edad reduce el riesgo de cáncer, pero eso no es una garantía contra el cáncer de pecho.
<b>MITO</b> Las píldoras anticonceptivas provocan cáncer de mama.	<b>FALSO.</b> Antes las píldoras contenían una dosis más alta de hormonas para evitar la concepción lo que representaba un riesgo mayor de cáncer de mama. Hoy en día no se ha encontrado relación entre estas y el riesgo de cáncer de mama.
<b>MITO</b> Descubrir un nódulo en el seno significa que tienes cáncer de mama.	<b>FALSO.</b> 8 de cada 10 nódulos son benignos o no cancerosos. Si descubres un bulto persistente en tu seno o cualquier cambio en el tejido del seno, es muy importante que consultes al médico de inmediato.
<b>MITO</b> Las prótesis mamarias causan cáncer de mama.	<b>FALSO.</b> Las prótesis mamarias no causan cáncer de mama y tampoco impiden el diagnóstico oportuno.

32

Después

"Los desodorantes y los sostenes con alambre causan cáncer de mama."

**X FALSO**

No hay ningún estudio que haya demostrado que estos dos elementos aumenten el riesgo del cáncer de mama.

"Tener hijos y amamantarlos es una protección segura contra el cáncer de mama."

**X FALSO**

Amamantarlos antes de los 30 reduce el riesgo pero no es una garantía contra el cáncer de mama.

Después

"Las píldoras anticonceptivas provocan cáncer de mama."

**X FALSO**

No se ha encontrado relación entre estas y el riesgo de cáncer de mama.

Descubrir un nódulo en el seno significa que tienes cáncer de mama.

**X FALSO**

8 de cada 10 nódulos son benignos o no cancerosos.

Las prótesis mamarias causan cáncer de mama.

**X FALSO**

No causan cáncer de mama.

1. Se agregaron ilustraciones representativas a cada mito.
2. Se redujo el contenido y se cambió la tipografía a la misma que la del titular.
3. Se agregó el icono de una x y "Falso" con la tipografía a la del titular.
4. Se agregó una página para mejor composición.
5. Se cambió el color y se hizo más delgada y larga la caja de texto.





1. Se cambió la posición del slogan.
2. Se agregó la diagramación del listón en tela típica.
3. Se redujo el tamaño del imagotipo de FUNDECÁN.
4. Se diversificó el tamaño de los iconos y se colocaron de forma recta.
5. Se modificó la tipografía.





# Capítulo IX

Propuesta Gráfica Final

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

A continuación se presenta la propuesta gráfica final, después de realizados los cambios de la propuesta preliminar.

### Portada



Se diagramó en la parte superior el listón representativo al cáncer de mama en tela típica representando a Guatemala, se colocó de lado izquierdo la ilustración referente al grupo objetivo, de lado derecho el slogan y en la parte inferior el imagotipo de la fundación.

# MUJERES RESPONSABLES



“Queremos lograr una educación correcta sobre la prevención del cáncer de mama para que las mujeres tomemos las medidas necesarias para prevenirlo”

Esta página representa el objetivo principal que la presentación pretende lograr hacia todas las mujeres, por lo que se ubicó un título motivador, la frase con el objetivo y la ilustración de la mujer de lado derecho.



Se diagramó el listón representativo del cáncer de mama en tela típica en la parte superior, la ilustración de cuerpo completo en la parte derecha y el contenido alineado a una sola columna.

Página interior 4:



Se diagramó el listón representativo al cáncer de mama con tela típica en la parte superior y en la parte inferior se colocó el titular y el imagotipo de la fundación.



En esta página se colocó el número de tema y los subtemas que tratará cada tema principal en la parte inferior. El fondo es color amarillo y en la parte superior se colocó a plano medio la ilustración de la mujer. Finalmente, en la parte derecha se diagramó el listón representativo al cáncer de mama, en tela típica, para guardar la unión de diagramación en toda la presentación.

612 px

## ¿QUÉ ES CÁNCER?

El cuerpo está conformado por células que poseen una serie de mecanismos de control para el mismo, cuando se alteran estos mecanismos de control, se inicia una división incontrolada produciendo un tumor o nódulo.



Se colocó un titular y la descripción del tema con lo más esencial para no recargar la página; finalmente se diagramó en la parte interior el listón representativo al cáncer de mama en tela típica.



612 px

## ¿QUÉ ES CÁNCER DE MAMA?

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

An illustration of a woman with dark hair, wearing a pink and blue bikini top and green bottoms. She is standing next to a large, colorful awareness ribbon that is knotted on the left side. The ribbon features various geometric patterns in shades of red, purple, blue, yellow, and green. The entire graphic is enclosed in a thin black border.

Se colocó un titular y la descripción del tema con lo más esencial para no recargar la página, se diagramó en la parte interior el listón representativo al cáncer de mama en tela típica, junto con la ilustración de la mujer en brasier.



# TIPOS DE CÁNCER DE MAMA

Según el grado de invasión del tumor.

The diagram illustrates two types of breast cancer. On the left, 'IN SITU' cancer is shown as a cluster of cells confined within a duct. A 'Normal' duct is shown next to it for comparison. On the right, 'INFILTRANTE' cancer is shown as a mass of cells that has broken through the duct wall and is invading the surrounding fatty tissue. A label 'anormal' is placed near the cancerous mass.

**IN SITU**

Se localiza dentro de los conductos galactóforos que conducen la leche hasta el pezón.

**INFILTRANTE**

Rompe el conducto galactóforo e invade la grasa de la mama que rodea el conducto.

Se colocó el titular en la parte superior, para la representación de los temas se realizaron ilustraciones representativas a cada tipo de cáncer con titulares y la información más importante resumida.



Se diagramó la composición en cuatro secciones para mejor distribución de espacio, cada una con su ilustración correspondiente a cada tipo de cáncer, titular y la información más importante resumida. Se utilizaron tres tipos de color rosado para no saturar la página.

# ¿CÓMO SE DESARROLLA EL CÁNCER DE MAMA?



**1**

**EL CÁNCER SE CONCRETA**  
Se hace un nódulo (bulto) inferior a los 2 cm de diámetro y no se extiende aún a otros tejidos fuera de la mama.

**2**

**SE EXTIENDE A LOS GANGLIOS DE LA AXILA**  
El nódulo ha crecido 5cm. con un 50% de probabilidades de haberse extendido a los ganglios axilares

Se colocó el titular en la parte superior en la diagramación de una caja de color. En la parte interior se diagramaron ilustraciones para cada paso del desarrollo con la numeración en la parte inferior derecha, a cada ilustración se le colocó un subtítulo y texto explicativo resumido para cada uno.

612 px



**SE EXTIENDE A LAS AXILAS**  
El tumor se extiende por los tejidos cercanos a la glándula mamaria.


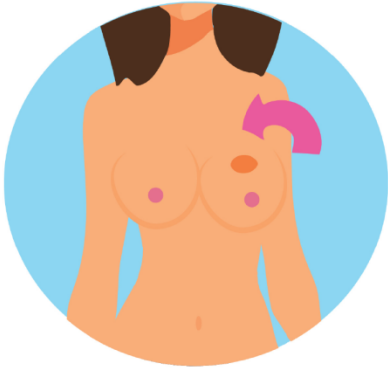


**SE EXTIENDEN CÉLULAS CANCEROSAS**  
A otros tejidos y órganos del cuerpo, proliferando también en alguno de ellos. Esto es llamado metástasis.

Se diagramaron dos ilustraciones para no saturar la página, y para cada paso del desarrollo se le colocó la numeración en la parte inferior derecha. A las ilustraciones se le colocó un subtítulo y texto explicativo resumido para cada una.

612 px

# TRATAMIENTOS



## CIRUGÍA

Es la extirpación del tumor y el tejido, también se utiliza para evaluar los ganglios linfáticos.

## CIRUGÍA RECONSTRUCTIVA

Es una reconstrucción mamaria, se crea una mama a partir del tejido extraído de otra parte del cuerpo o de implantes sintéticos.

Se colocó el titular en la parte superior con la diagramación de una caja de color rosado como fondo, se diagramaron ilustraciones representativas para cada tratamiento. A cada ilustración se le colocó texto explicativo resumido.



### RADIOTERAPIA

Es el uso de rayos X u otras partículas con alta potencia para matar las células cancerosas.



### QUIMIOTERAPIA

Es el uso de fármacos para destruir las células cancerosas, para evitar que se dividan. Algunos de los métodos es por tubo intravenoso, o una pastilla por vía oral.

En esta página se colocaron las 2 ilustraciones restantes para no saturar la página. A cada ilustración se le colocó texto explicativo resumido.

864 px

612 px

# ESTADÍSTICAS DEL CÁNCER DE MAMA



Una mujer que ha tenido cáncer de mama en una mama tiene una probabilidad del

**1% al 2%**

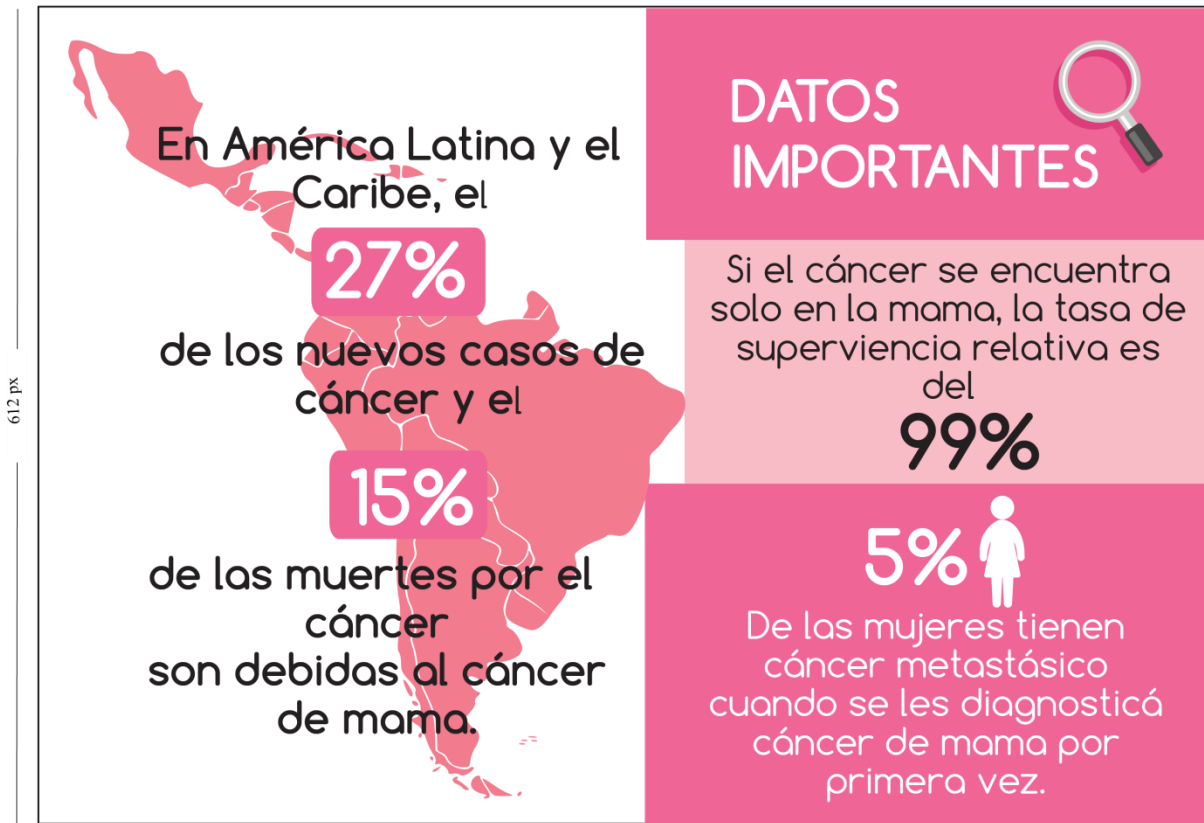
por año de desarrollar un segundo cáncer en la otra mama.



**1 de cada 8 mujeres**

Puede padecer cáncer de mama a lo largo de su vida.  
La mayoría de los casos se producen entre los **45** y **65** años de edad.

Se colocó en la parte superior el titular, en la parte de en medio se diagramó una caja curva como fondo para el texto explicativo, de lado izquierdo se colocó la ilustración de la mujer a plano medio, en la parte inferior se colocó un subtítular con el icono de una mujer y texto explicativo resumido.



En la parte derecha de la hoja se diagramó la ilustración de un mapa como fondo con texto explicativo y cajas de texto como fondo para colocar porcentajes sobresalientes. De lado izquierdo se colocó una caja de fondo con forma curva donde se colocaron datos importantes estadísticos y se diagramó la ilustración de una lupa, en la parte superior derecha.





En esta página se colocó el número de tema y los subtemas que tratará cada tema principal en la parte inferior. El fondo es color amarillo y en la parte superior se colocó a plano medio la ilustración de la mujer. Finalmente, en la parte derecha se diagramó el listón representativo al cáncer de mama, en tela típica, para guardar la unión de diagramación en toda la presentación.

**DIAGNÓSTICO PARA DETECTARLO**

**1 MAMOGRAFÍA**  
Es una exploración que utiliza los rayos X de baja potencia para localizar zonas anormales en la mama.

**2 ECOGRAFÍA**  
Emplea ultrasonidos que son convertidos en imágenes. Se pueden diferenciar los quistes de las masas sólidas.

Se colocó el titular en la parte superior y se diagramó en la parte izquierda la ilustración de una tabla de datos, en la parte de en medio se diagramaron ilustraciones representativas para cada diagnóstico. A cada ilustración se le colocó numeración, subtítular y texto explicativo resumido.



The infographic is set against a light blue background. On the left, there is a stylized illustration of a woman's torso in orange, with a pink arrow pointing to her right breast. On the right, there is a grey illustration of an MRI machine. Below these illustrations are two colored boxes: a light yellow one on the left and a pink one on the right. Each box contains a numbered title and a short paragraph of text.

**3 BIOPSIA**  
Consiste en la extracción de una muestra de tejido microscópico que puede hacerse por punción, con agujas especiales, o por intervención quirúrgica.

**4 RESONANCIA MAGNÉTICA**  
Se somete al paciente a un potente imán que utiliza ondas de radiofrecuencia para obtener las imágenes.

En esta página se colocaron los últimos dos diagnósticos para no saturarla, para esto se diagramaron ilustraciones representativas para cada diagnóstico. A cada ilustración se le colocó numeración, subtítulo y texto explicativo resumido.

# CONSEJOS PARA REALIZAR UNA MAMOGRAFÍA



Evitar realizarlo la semana antes del periodo menstrual.



Vestir falda o pantalón para que solo tenga que quitarse la blusa.



No usar desodorantes, talcos o joyas, pueden interferir en los resultados.



Acudir siempre al mismo lugar donde le realizan las mamografías

Se colocó el titular en la parte superior y se diagramó la composición en cuatro espacios, cada uno con la ilustración tipo icono de cada consejo y una pequeña descripción explicativa.

Página interior 20:



Se diagramaron tres columnas donde se colocaron ilustraciones, cada una representativa a cada síntoma. En la parte inferior de cada ilustración se diagramó un cintillo donde se colocó el subtítulo. En la parte de enmedio se colocó el titular y subtítulo correspondiente.

612 px

# FACTORES DE RIESGO

Aumentan la probabilidad de desarrollar la enfermedad

The infographic is a pink rectangular box with a white banner at the top. The banner contains the title 'FACTORES DE RIESGO' in large white letters and the subtitle 'Aumentan la probabilidad de desarrollar la enfermedad' in smaller white letters. Below the banner, there are six circular icons arranged in a 2x3 grid. Each icon is surrounded by a pink circular background. The icons are: 1. An elderly woman with grey hair and glasses. 2. Two women, one younger and one older, holding hands. 3. A baby bottle with a red diagonal line through it. 4. The number '-12' in white on a pink background. 5. A pregnant woman in a purple dress. 6. A diagram of a female reproductive system (uterus and ovaries).

Edad

Antecedentes Familiares

No haber tenido hijos

-12

Menstruación temprana

Primer embarazo después de los 30

Cáncer de matriz o de ovarios

Se colocó en la parte superior un cintillo que contiene el titular y el subtítulo, en la parte inferior se diagramó en tres columnas, círculos como fondo, donde se colocaron ilustraciones representativas a cada factor de riesgo con subtítulo.



Se diagramó en tres columnas, círculos como fondo, donde se colocaron ilustraciones representativas a cada factor de riesgo con subtítular. En la parte superior se colocó un cintillo que contiene texto explicativo.

Página interior 23:



En esta página se colocó el número de tema y los subtemas que tratará cada tema principal en la parte inferior. El fondo es color amarillo y en la parte superior se colocó a plano medio la ilustración de la mujer, Finalmente, en la parte derecha se diagramó el listón representativo al cáncer de mama, en tela típica, para guardar la unión de diagramación en toda la presentación.





Se colocó el titular en la parte superior, de lado derecho se diagramó la ilustración de una lupa. Se colocó un subtítular en la parte interior. En la parte de enmedio se colocaron las ilustraciones de los factores más importantes para la detección temprana. Para colocar los subtítulos se diagramó un cintillo de color blanco de fondo y de lado izquierdo la ilustración de un chek in.

864 px



# FORMAS DE PREVENCIÓN

EL **95%** de las mujeres pueden salvarse si lo detecta a tiempo.



Visita a tu Médico



Controla tu Peso



Descansa

**AUTOEXPLORACIÓN  
MAMARIA**

Cada mes a partir de los **18** años.

**MASTOGRAFÍA**

Mujeres mayores de **40** años.

612 px

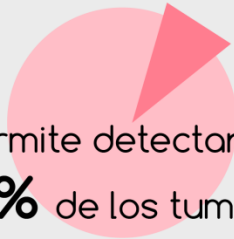
Se colocó el titular en la parte superior y de lado izquierdo la ilustración de la mujer. En la parte de enmedio se diagramó la ilustración de tres iconos con subtulares y una caja como fondo para cada uno. En la parte inferior se diagramaron cintillos con subtulares dentro de ellos y de lado derecho texto informativo.



612 px

# 6 FORMAS DE PREVENIR EL CÁNCER DE MAMA

- 1** Mamografías cada 2 años si tienes entre 50 -69 años

Permite detectar el **90%** de los tumores


- 2** Realízate un autoexamen de mamas a partir de los 18 años cada mes, después de la menstruación



En la parte inferior se colocó el titular en un cintillo de color rosado como fondo. En la parte inferior se colocaron ilustraciones representativas para cada forma de prevención con la numeración correspondiente de lado izquierdo y texto informativo resumido.



Se diagramó la composición en cuatro secciones para mejor distribución de espacio, se colocaron ilustraciones representativas para cada forma de prevención con la numeración correspondiente de lado izquierdo y texto informativo resumido.

Página interior 28:



En esta página se colocó el número de tema y los subtemas que tratará cada tema principal en la parte inferior. El fondo es color amarillo y en la parte superior se colocó a plano medio la ilustración de la mujer. Finalmente, en la parte derecha se diagramó el listón representativo al cáncer de mama, en tela típica, para guardar la unión de diagramación en toda la presentación.

864 px

612 px

## AUTOEXAMEN



Es un chequeo en donde una mujer examina sus glándulas mamarias mirando y tocando en busca de una anomalía, cambio en el color, retracciones o nódulos.

El mejor momento para realizarlo es de 3 a 5 días, después del comienzo del periodo menstrual.

En la parte superior se colocó el titular, en el lado derecho se diagramó la ilustración de la mujer, en la parte inferior un cintillo de color rosado donde se colocó texto informativo.



En la parte superior se colocó el titular, en la parte de abajo se diagramó un cintillo con el subtítulo, en la parte inferior se diagramó de lado izquierdo la ilustración de los dedos a utilizar para el autoexamen y de lado derecho la ilustración de los movimientos a realizar.

# 4 PASOS PARA REALIZAR UN AUTOEXAMEN

3 min. al mes te pueden salvar 



**1**

## LEVANTA EL BRAZO Y APRIETA

Suavemente el seno en pequeños círculos, empezando en el borde y haciendo círculos hasta el pezón buscando cambios en el seno.



**2**

## EXAMINA CADA PARTE

Del seno y la axila. Aprieta suavemente ambos pezones y fíjate si hay alguna secreción nueva o anormal.

En la parte superior se colocó el titular y en la parte inferior un subtítular con la ilustración de un reloj de lado derecho. En la parte de en medio se diagramaron las ilustraciones de los pasos para el autoexamen con la numeración de lado derecho en la parte superior del círculo. Finalmente se le colocó un titular y texto informativo a cada ilustración.





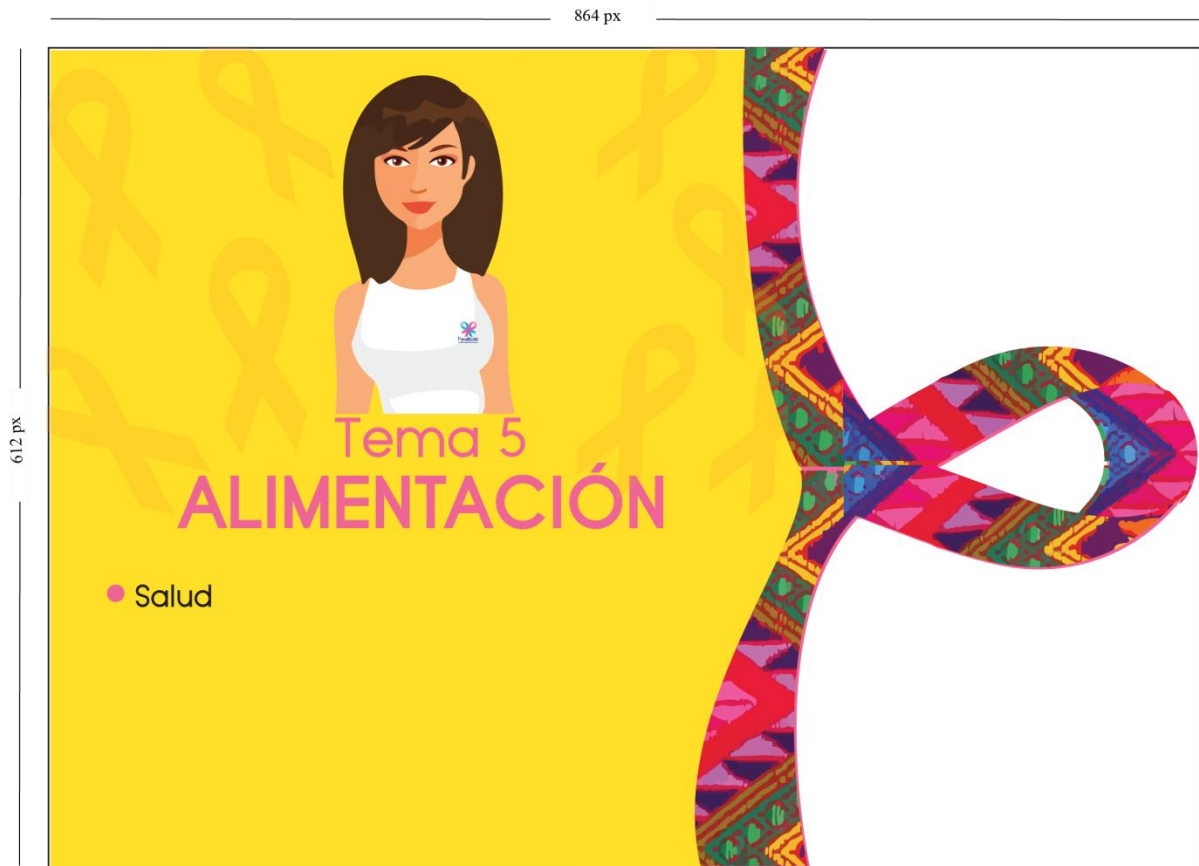
**3** **DELANTE DEL ESPEJO**  
Coloca los brazos a los lados, luego levántalos sobre la cabeza e inspecciona cuidadosamente cada seno para ver si hay anomalías.



**4** **ACOSTADA**  
Coloca una almohada debajo del hombro y pon el brazo y la otra mano detrás de la cabeza. Examina el seno haciendo movimientos circulares con la otra mano buscando anomalías.

Se colocaron los últimos dos pasos para realizar el autoexamen y se diagramaron ilustraciones de los pasos con la numeración de lado derecho en la parte superior del círculo. Finalmente se le colocó un titular y texto informativo a cada ilustración.

Página interior 33:



En esta página se colocó el número de tema y los subtemas que tratará cada tema principal en la parte inferior. El fondo es color amarillo y en la parte superior se colocó a plano medio la ilustración de la mujer. Finalmente, en la parte derecha se diagramó el listón representativo al cáncer de mama, en tela típica, para guardar la unión de diagramación en toda la presentación.

# ALIMENTACIÓN



## TOMATES

Por sus vitaminas y minerales aumentan los niveles de metabolismo lo cual reduce el desarrollo de tumores en los senos.



## AJO

Si se consume este ingrediente constantemente tiene un riesgo menor de padecer el cáncer.



## NUECES

Ralentiza el crecimiento de tumores debido a su contenido de ácidos grasos omega 3.

Se colocó el titular en la parte superior, se diagramaron cintillos como fondo donde se colocaron ilustraciones de cada alimento con subtítulos y texto informativo.

The infographic is contained within a large rectangular frame. It features two horizontal bars. The top bar has a pink background and contains an illustration of a head of broccoli on the left. To its right, the text reads 'BROCOLI, REPOLLO Y COLIFLOR' in white, bold, uppercase letters, followed by 'Contiene sulforafano y esto ayuda a prevenir el desarrollo de tumores.' in a smaller white font. The bottom bar has a light red background and contains an illustration of a teal teacup with a tea bag and steam on the left. To its right, the text reads 'TÉ VERDE' in white, bold, uppercase letters, followed by 'Contiene polifenoles que ayudan a frenar el desarrollo de las células cancerígenas en el seno.' in a smaller white font.

Se colocó el titular en la parte superior, se diagramaron cintillos como fondo donde se colocaron ilustraciones de cada alimento con subtítulos y texto informativo.

612 px

# SALUD

Adopta conductas y estilos de vida saludables, manteniendo el peso ideal, realizando ejercicio.



**Realiza actividad física**  
Realiza de 30 a 60 minutos ejercicio todos los días.

**LLeva una dieta balanceada**  
Consume una dieta rica en verduras y frutas.

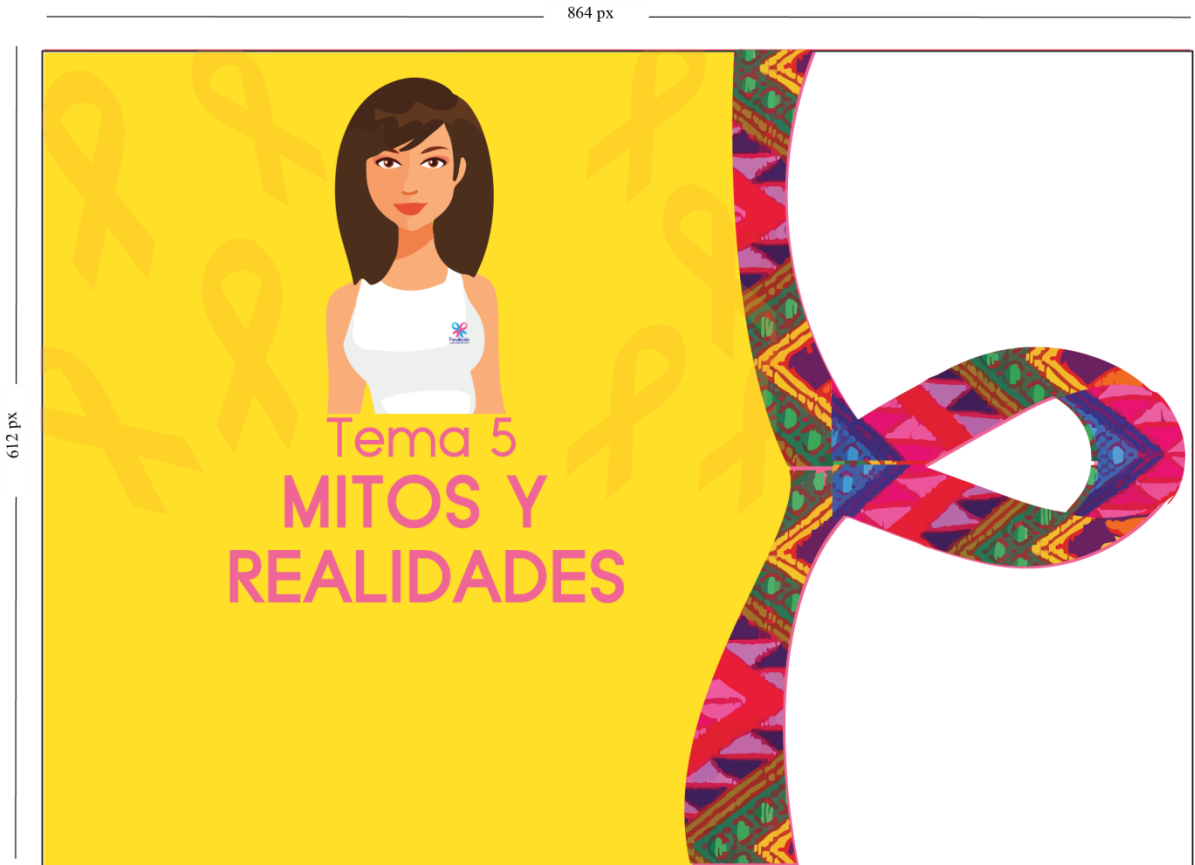


**Si eres mamá**  
Alimenta a tus hijos con seno materno.

**Mantén un peso ideal**  
Evita el sobrepeso y la obesidad.

Se colocó el titular en la parte inferior, un subtítulo con texto informativo con la diagramación del listón del cáncer de mama de lado derecho. Se diagramó la ilustración de una que se ejercite en la parte inferior que abarca toda la parte de en medio de la página y, finalmente, se colocó texto informativo al lado de la ilustración-

Página interior 37:



En esta página se colocó el número de tema y los subtemas que tratará cada tema principal en la parte inferior. El fondo es color amarillo y en la parte superior se diagramó a plano medio la ilustración de la mujer. Finalmente, en la parte derecha se diagramó el listón representativo al cáncer de mama, en tela típica, para guardar la unión de diagramación en toda la presentación.

## MITOS Y REALIDADES



“Las mujeres con senos grandes corren más riesgo de padecer cáncer de mama”

**X FALSO**

El tamaño de los senos no tiene ninguna relación con el riesgo, si bien los senos grandes son más difíciles de examinar.



“No palpar ningún bulto o bolita en el seno significa que no tienes cáncer”

**X FALSO**

La mamografía detecta muchos cánceres pequeños antes de que puedas identificarlos con el tacto.

Se colocó el titular en la parte superior, se diagramaron ilustraciones para representar cada mito, se colocó texto informativo en cintillos de color rosado y se diagramó un icono de negativo para cada mito falso.



“Los desodorantes y los sostenes con alambre causan cáncer de mama.”

**X FALSO**

No hay ningún estudio que haya demostrado que estos dos elementos aumenten el riesgo del cáncer de mama



“Tener hijos y amamantarlos es una protección segura contra el cáncer de mama”

**X FALSO**

Amamantarlos antes de los 30 reduce el riesgo pero no es una garantía contra el cáncer de mama.

Se diagramaron ilustraciones para representar cada mito, se colocó texto informativo en cintillos de color rosado y se diagramó un icono de negativo para cada mito falso.



“Las píldoras anticonceptivas provocan cáncer de mama.”

**X FALSO**

No se ha encontrado relación entre estas y el riesgo de cáncer de mama.

Descubrir un nódulo en el seno significa que tienes cáncer de mama.

**X FALSO**

8 de cada 10 nódulos son benignos o no cancerosos.

Las prótesis mamarias causan cáncer de mama.

**X FALSO**

No causan cáncer de mama.

Se diagramaron ilustraciones para representar cada mito, se colocó texto informativo en cintillos de color rosado y se diagramó un icono de negativo para cada mito falso.

Contraportada:



Se colocó el slogan en la parte superior en medio de la página, se diagramó una caja de texto donde se diagramaron los iconos de las redes sociales y de lado derecho se situó la información. En la parte inferior se colocó el imago tipo de la fundación y el listón del cáncer de mama en tela típica representativa a Guatemala.



# Capítulo X

Producción, Reproducción,  
Distribución y Margen de Utilidad

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Se presenta a continuación un desglose del costo del proyecto.

### 10.1 Plan de costos de elaboración:

- La información que se utilizó para la presentación fue recolectada de libros, revistas, folletos, infografías y sitios web, el tiempo trabajado en recolectar la información fue de 2 semanas divididas en 4 horas trabajadas al día de lunes a viernes que son 8 días trabajados por un cobro de 25 por hora, da como resultado de 32 horas trabajadas.  $32 * 25$  da un resultado de 800 quetzales.
- El proceso de bocetaje de las dos propuestas con dibujo natural y propuesta a color fue realizado en 2 días divididas en 4 horas de trabajo por cada día, da como resultado 8 horas de trabajo y 25 se cobró por hora de trabajo, se dio un total de 200.
- El tiempo trabajado en el proyecto fue de 1 mes, divididas en secciones de 4 horas al día, de lunes a viernes, que son 21 días trabajados y da como resultado 84 horas trabajadas  $84 * 25$  da un resultado de 2,100 quetzales.

<b>Trabajo Realizado</b>	<b>Horas Trabajadas</b>	<b>Total</b>
Información recopilada	32 horas (4 horas al día)	Q.800.00
Proceso de bocetaje	8 horas (4 horas al día)	Q.200.00
		Total: Q.1,000.00

### 10.2 Plan de costos de producción:

Digitalización de bocetos, validación., cambios solicitados y realizados en la diagramación de la presentación.

El tiempo trabajado en el proyecto fue de 1 mes divididas en secciones de 4 horas al día de lunes a viernes que son 21 días trabajados y da como resultado 84 horas trabajadas  $84 \times 25$  da un resultado de 2,100 quetzales.

<b>Trabajo Realizado</b>	<b>Horas trabajadas</b>	<b>Total</b>
Diseño de la presentación	84 horas ( 4 horas al día)	Q.2,100.00

### 10.3 Plan de costos de reproducción:

Se entregará un CD con sticker para la portada donde estará la presentación digital.

<b>Cantidad</b>	<b>material</b>	<b>Costo</b>
1	CD	Q.1.25.00
1	Sticker (papel adhesivo)	Q.8.00
		Total: Q.9.5

### 10.4 Plan de Costos de Distribución:

La presentación digital no realizará gastos de distribución debido a que será transmitida en formato PDF.

### 10.5 Margen de utilidad:

<b>Total plan de costos</b>	<b>Margen (20%)</b>	<b>Total</b>
Q.3,109.5	Q. 621.9	Q.3,731.4

10.6 Cuadro con resumen general de costos:

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Plan de costos de elaboración	Q.1000.00
Plan de costos de producción	Q.2,100.00
Plan de costos de reproducción	Q.9.5
Plan de costos de distribución	Q.0.0
<b>TOTAL</b>	<b>Q.3,109.5</b>
Margen de utilidad (20%)	Q.3, 109.5 (20%) Q.621.9
<b>SUBTOTAL</b>	<b>Q.3,731.4</b>
ISR + IVA (17%)	Q.581.47
<b>TOTAL</b>	<b>Q.4,312.87</b>

El costo total del proyecto basado en los planes de elaboración, producción, reproducción, distribución y margen de utilidad es de **Q. 4,312.87**.



# Capítulo XI

Conclusiones y Recomendaciones

## Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

### 11.1 Conclusiones:

11.1.1 Se logró diseñar una presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama, a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad que se relacionan con la fundación

11.1.2 Se llevó a cabo la investigación a través de referencias bibliográficas, el contenido gráfico e información, que debe contener una presentación digital para impartir una educación adecuada referente a la prevención del cáncer de mama para el grupo objetivo.

11.1.3 Se pudo recopilar la información acerca de las medidas de prevención del cáncer de mama para conocer a fondo la enfermedad y todos los factores importantes que se deben tomar en cuenta para las mujeres de 18 a 30 años de edad.

11.1.4 Se logró ilustrar a través de elementos gráficos e iconos el contenido de la presentación digital para lograr un diseño visualmente estético y dinámico para el grupo objetivo.



## 11.2 Recomendaciones

11.2.1 Que la presentación sea impartida a un grupo amplio de mujeres, la proyección del material se debe proyectar en un salón donde no entre mucha luz y con cañonera para su amplia visualización y así lograr una comunicación social masiva adecuada. Respetar el diseño de la presentación, guardando siempre la unidad de diagramación del diseño, sin alterar o cambiar colores. Si se quieren agregar más diapositivas utilizar el diseño de la retícula así como conservar el diseño de las ilustraciones para no perder la unidad.

11.2.1.1 Realizar actividades durante la presentación para lograr una comunicación interactiva y bidireccional donde el grupo objetivo pueda participar, impartir de forma dinámica la presentación ya que el grupo objetivo son mujeres jóvenes.

11.2.2 Que no se cambie o se altere el contenido de las presentaciones, pero sí actualizarlo cada vez que sea necesario y surja nuevo contenido respecto al cáncer de mama al que pueda ser dirigido al grupo objetivo.

11.2.3 Actualizar el contenido cada vez que se requiera, para esto investigar constantemente y estar actualizados con la enfermedad, también recordar que el contenido de la presentación debe ser verídico para lograr una comunicación acertada. También se recomienda que la cantidad de contenido que se agregue a la presentación sea esencial en cada página para no saturarla y cansar o aburrir la lectura al lector.

3.2.4 Que cualquier tema nuevo posteriormente agregado se acompañe de una ilustración entendible y adecuada, no se permite cambiar las ilustraciones de los temas ya representados y como parte del diseño respetar que la presentación no incluirá fotografías, solamente ilustraciones.



# Capítulo XII

Conocimiento General

## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.2 Demostración de conocimientos



#### COMUNICACIÓN

Es el proceso por el cual el emisor establece contacto con el receptor transmitiéndole información, sentimientos, valores u órdenes. El proyecto es el canal que se utilizará para comunicar, responde a la función de informar, se compone de comunicación verbal y no verbal apoyada por el lenguaje icónico y visual por medio de las ilustraciones e iconos que contiene la presentación. La comunicación bidireccional y la interacción con el grupo objetivo es un factor importante que se llevará a cabo en la presentación.



#### DISEÑO

Es un proceso cuya finalidad es la resolución de problemas de comunicación por medio de una serie de procesos de orden esquematizados. Toda la presentación contiene elementos del diseño que fueron de ayuda para lograr el arte final tales como: el tamaño, forma, cromatología del color, diagramación, composición, tipografía, ilustración, así como las tendencias utilizadas que fue un diseño plano y geométrico.



#### VISUALIZACIÓN

Se realizaron bocetos, naturales y a color donde se ilustró la composición tomando en cuenta el color, tipografía y forma plasmando así todas las ideas para poder realizar el arte final.

#### INFOGRAFÍA

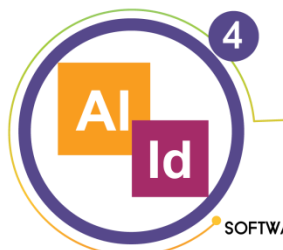
Esta herramienta de comunicación se utilizó para explicar procesos complejos e importantes, instrucciones, demostraciones o temas muy extensos dentro de la presentación.

#### ILUSTRACIÓN

Como fin de complementar la presentación, se agregaron ilustraciones para cada tema para una mejor comunicación visual, utilizando la semiología de la imagen.

#### CREATIVIDAD

Se utilizaron procesos creativos para llegar al concepto final de la presentación, como brainstorming y conexiones morfológicas forzadas.



#### SOFTWARE

Para los diseñadores es una herramienta primordial para llevar a cabo los artes finales digitales de la creación que se bocetó, para este proyecto se utilizaron programas como Illustrator e InDesign. Todos los programas y software permiten facilitar la elaboración de todo el material gráfico haciendo posible que todo lo que se bocetó se vuelva realidad.



#### CIENCIA ANTRAGOGÍA

El proyecto está basado en esta ciencia ya que su principal objetivo es educar a las mujeres jóvenes para lograr la prevención del cáncer de mama.



#### ÉTICA/ DEONTOLOGÍA

Deberes y principios que afectan a una profesión.  
Ética para el diseño gráfico  
Ética para la comunicación  
Ética para la originalidad y autoría  
Ética en la relación con el cliente.



#### INVESTIGACIÓN

#### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para esto se realizó una encuesta de validación del proyecto para poder saber la aceptación del grupo objetivo hacia la realización del proyecto así mismo con el cliente y expertos.



#### CONCLUSIÓN

Aprender lo importante que es la comunicación visual y oral en una presentación a la hora de querer transmitirla a un grupo amplio de mujeres, ya que al utilizar las herramientas necesarias como ilustraciones, iconos y visualmente atractivo al grupo objetivo se logrará el objetivo el cual poder concientizar y captar la atención de las mujeres para lograr el objetivo del proyecto.

#### LENGUAJE Y GRAMÁTICA

Se aplicó ya que gran parte del proyecto fue redactar e investigar todos los temas para conformar el cuerpo de la presentación.

#### TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Fueron aplicadas tanto en la redacción del proyecto de graduación como en la presentación ya que se utilizaron fuentes primarias y secundarias. También se realizaron encuestas para la validación del proyecto.

#### PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

Fue importante conocer al consumidor en su perfil geográfico, demográfico, psicográfico y conductual para saber a qué grupo objetivo iba dirigido el proyecto.



# Capítulo XIII

## Referencias

### Capítulo XIII: Referencias

- AAC. (2011). Manual de capacitación. (2ed.). Recuperado de [http://www.iin.oea.org/2006/Lecturas\\_Sugeridas\\_2006/Lucha\\_%20contra\\_Discriminacion\\_%20Manual.pdf](http://www.iin.oea.org/2006/Lecturas_Sugeridas_2006/Lucha_%20contra_Discriminacion_%20Manual.pdf)
- ACV. (2011). Hablemos del cáncer de mama. (3 ed.) Recuperado de [http://www.seom.org/seomcms/images/stories/recursos/infopublico/publicaciones/HABLEMOS\\_CANCER\\_MAMA.pdf](http://www.seom.org/seomcms/images/stories/recursos/infopublico/publicaciones/HABLEMOS_CANCER_MAMA.pdf)
- Álvarez, D. L. Diseño editorial, lo que debes saber. Editorial The Sing House.
- American Cancer Society.(2016). Cáncer de Seno. Recuperado de <http://www.cancer.org/espanol/cancer/cancerdeseno/guiadetallada/cancer-de-seno-que-es-que-es-cancer-de-seno>
- American Society of Clinical Oncology (ASCO). (2015). Cáncer de Seno: Tipos de Cáncer. Síntomas. Tratamientos. Recuperado de <http://www.cancer.net/es/tipos-de-cancer/cancer-de-mama/sintomas-y-signos>
- AristoPixel. (10 de septiembre del 2015).Las tendencias en diseño web 2016: Tendencias diseño gráfico. Recuperado el 25 de mayo del 2016 de <http://aristopixel.com/blog/blog/2015/09/10/las-tendencias-en-diseno-web-2016/>
- Artlex (2010).Fotografía II pdf. Recuperado de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lap/martinez\\_1\\_ap/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lap/martinez_1_ap/capitulo2.pdf)
- Asociación Española Contra el Cáncer (AECC). (2014). Cáncer de mama. (5 ed.). Recuperado de [https://www.aecc.es/Comunicacion/publicaciones/Documents/Cancer-Mama\\_2014.pdf](https://www.aecc.es/Comunicacion/publicaciones/Documents/Cancer-Mama_2014.pdf)
- Aula clic. (2012). Básico: Formatos de archivos de imagen. Recuperado de [http://www.aulaclic.es/fotografia-photoshop/b\\_2\\_16\\_1.htm](http://www.aulaclic.es/fotografia-photoshop/b_2_16_1.htm)

Buan, J. (2005). Manual de diseño editorial. Mexico, D.F: Santillana,S.A.

Carreño, D. (1 de diciembre del 2015). Tendencias 2016 en diseño gráfico. Recuperado el 25 de mayo del 2016 de <http://www.waarket.com/tendencias-2016-en-diseno-grafico/>

CCM Benchmark. (2016).Paciente. Recuperado de <http://salud.ccm.net/faq/15489-paciente-definicion>

Cervantes, G., Osiris, M., Gómez, G., Ornelas, R., Ramírez, Brian., Rangel, J., Soto,G., (2014).Manual de diseño editorial profesional. Aguascalientes: Imprenta Acuario Evolución Impresa.

Clikisalud.net (2013). Ya soy adulta: Referencia manual. Recuperado de <http://www.clikisalud.net/guia-de-salud-para-mujeres-de-18-a-29-ano/>

Conceptodefinición.de. (2014). Imagen. Recuperado de <http://conceptodefinicin.de/imagen/>

Creativos online. (27 de agosto de 2014) Adobe Illustrator: Que es y para qué sirve. Recuperado el 23 de mayo del 2016 de <http://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>

Definición. Salud. Recuperado de <http://definicion.mx/salud/>

Delgado. M. (19 de septiembre, 2013). Cómo calcular el precio de venta dado el coste y el margen deseado. Recuperado el 24, de octubre del 2016 de <http://manueldelgado.com/como-calcular-el-precio-de-venta-coste-margen/>

Dibujos infantiles. (2016) Concepto de Dibujo. Recuperado de <http://www.dibujosinfantiles.org/aprender-a-dibujar/concepto-de-dibujo.php>

Dra. Bernal, D. H. Arte y Pedagogía, pdf. Recuperado de [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/williamsoler/arte\\_y\\_pedagogia.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/williamsoler/arte_y_pedagogia.pdf)

- EcuRed. (2012). Psicología de la Educación. Recuperado de  
[http://www.ecured.cu/Psicolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_educaci%C3%B3n](http://www.ecured.cu/Psicolog%C3%ADa_de_la_educaci%C3%B3n)
- Ejmplode.com (2016). Características de PowerPoint. Recuperado de  
[http://www.ejemplode.com/8-informatica/3413-caracteristicas\\_de\\_powerpoint.html](http://www.ejemplode.com/8-informatica/3413-caracteristicas_de_powerpoint.html)
- Ekstedt, J. (2003) Manual de capacitación, lucha contra todas las formas de discriminación a niños, niñas y adolescentes en América del Sur. Lima, Perú: Graphostudio.
- En Forma 180. Alimentos contra el cáncer de mama. Recuperado de  
<http://enforma.salud180.com/nutricion-y-ejercicio/top-5-de-alimentos-contr-el-cancer-de-mama>
- Ernesto Yturalde (2016). Talleres de Andragogía: Andragogía. Recuperado de  
<http://www.yturalde.com/andragogia.htm>
- Facultad de Ciencias Económicas (U.N.I.P), PDF. Recuperado de  
[http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/clase\\_2\\_economia.pdf](http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/clase_2_economia.pdf)
- Federación Española de Sociología. (2015). Que es la Sociología. Recuperado de  
<http://www.fes-sociologia.com/que-es-la-sociologia/pages/27/>
- Fernández. D. Diseño editorial, lo que debes saber. Editorial The Sing Haus.
- Fotonostra. Diseño: Conceptos Relacionados con Diseño. Recuperado de  
<http://www.fotonostra.com/grafico/>
- Fuentes, J.M. (2015). Dibujo digital. En Ruiz-Palmero, J., SánchezRodríguez, J. y Sánchez-Rivas, E. (Edit.). Innovaciones con tecnologías emergentes. Málaga: Universidad de Málaga.

Fundación Eroski Consumer. (2010). Donaciones: ¿Qué son y cómo funcionan? Recuperado de [http://www.consumer.es/web/es/economia\\_domestica/sociedad-y-consumo/2010/11/10/196992.php](http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/sociedad-y-consumo/2010/11/10/196992.php)

Fundación Tutelar de la Rioja. ¿Qué es una fundación? Recuperado de <http://www.fundaciontutelardelarioja.org/quees.htm>

García, J.F. (10 de octubre del 2013) La estructura de un manual. Recuperado el 26 de mayo del 2016 de <http://jfgbermejo.com/la-estructura-de-un-manual/>

Gómez, G. V (2007). Educación Visual: Conocimientos básicos para el diseño. México: Editorial Trillas

Gómez, J. (2013) Sistemas Editoriales. México: Editorial Hoja Blanca.

Haciendo fotos. (2009). Artes Graficas: Que son artes graficas. Recuperado de <http://haciendofotos.com/artes-graficas/>

Hernández, M. Producto Docente.(5 de noviembre del 2008). Comunicación. Elementos y funciones. Recuperado el 19 de mayo del 2016 de <http://sorgalim-delaluz.blogspot.com/2008/11/proceso-de-comunicacin-y-sus-elementos.html>

Hernández, S.S (30 de marzo del 2012) Clasificación de los tipos de comunicación: Comunicación Verbal y no verbal. Recuperado el 20 de mayo del 2016 de <http://expresionsocoshernandez.blogspot.com/2012/03/clasificacion-de-los-tipos-de.html>

Infografías (2014). Recuperado de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/23374\\_78404.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/23374_78404.pdf)



Instituto Nacional del Cáncer (NCI). (2011). Consejos de alimentación antes, durante y después del tratamiento del cáncer.( 1 ed.). Recuperado de

<http://www.cancer.gov/espanol/cancer/sobrellevar/consejos-de-alimentacion.pdf>

Instituto Nacional del Cáncer (NCI). (2013).Lo que usted necesita saber sobre el cáncer de seno. (1ed.).Recuperado de <http://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/educacion-para-pacientes/seno.pdf>

Instituto Nacional del Cáncer. (2015)¿Qué es el cáncer?: Tipos de cáncer. Recuperado de <http://www.cancer.gov/espanol/cancer/que-es#tipos>

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (2011). Guía para el diseño de manuales de capacitación: Manual de capacitación. Recuperado de <http://es.slideshare.net/ManuelDominguezRivera/disenio-manuales-capacit>

Inventaria. (31 de marzo del 2012). Comunicación Social. Recuperado el 19 de mayo del 2016 de <https://inventariacomunicacionsocial.wordpress.com/2012/03/31/que-es-la-comunicacion-social/>

Kailep. (26 de diciembre de 2007) Estudio de los signos. Semiología. Estructura. Recuperado el 23 de mayo del 2016 de <https://kailepdesign.wordpress.com/2007/12/26/estudio-de-los-signos-semiologia-estructura/>

Master Magazine. Formatos de archivo: Definición de PDF. Recuperado de <http://www.mastermagazine.info/termino/15461.php>

Mendoza, A. (2016). Concepto de la Capacitación. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/53702739/Concepto-de-La-Capacitacion>

Montejo, M.M. (11 de febrero del 2013). Lenguaje icónico. Recuperado el 19 de mayo del 2016 de <http://mildredcolaborativo.blogspot.com/>

Moore, M., Pearce, A., y Applebaum, S. (2010). Sensación significado y aplicación del color. Chile, Santiago: Karla Castro Atencio

Morrisson, M. (20 de marzo de 2012). Qué es photoshop, definición y usos. Recuperado el 23 de mayo del 2016 de <http://manuelmorrison.com/blog/que-es-photoshop/>

Munari, B. (2012). Diseño y comunicación visual. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

NorfiPC. (2016). Trucos para PowerPoint, consejos y tips al hacer presentaciones. Recuperado de <https://norfipc.com/utiles/trucos-microsoft-powerpoint-consejos-tips-hacer-presentaciones.php>

Olivares, E. (16 de diciembre del 2015). 16 tendencias del diseño gráfico. Recuperado el 25 de mayo del 2016 de <https://ernestoolivares.es/disenio-grafico-2016-tendencias/>

ONU Mujeres. (2012). Recaudación de Fondos. Recuperado de <http://www.endvawnow.org/es/articles/1380--recaudacion-de-fondos.html?next=1381>

Orozco, R.Q. (2014). Introducción al estudio de la comunicación. Londres: Universidad de Londres.

Pantone LL.C.(2016). Fashion color report spring 2016: Pantone 2016. Recuperado de <http://www.pantone.com/pages/fcr/?season=spring&year=2016&pid=11#rose-quartz>

Pixel Creativo. (8 de mayo del 2013). Qué es una infografía. Recuperado el 25 de mayo del 2016 de <http://pixel-creativo.blogspot.com.es/2012/01/que-es-una-infografia.html>

Proyecto FIT- Perú (MINCETUR-AECI). (2006). Manual de Diseño. Lima, Perú.

Psicología. (2013). Recuperado de <https://psicoaraujo.wikispaces.com/file/view/Unidad+1+LA+PSICOLOG%C3%8DA+COMO+CIENCIA.pdf>

Quees.la (2016). Interacción. Recuperado de <http://quees.la/interaccion/>

Samara, T. (2006). Diseñar con y sin retícula. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

Satué, E. (2007). Arte en tipografía y tipografía en el arte. Recuperado de [https://books.google.com.gt/books?id=z9R7Dvda5lkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=z9R7Dvda5lkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Scribd. (2014). La Sociología y sus ramas. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/53888578/SOCIOLOGIA-Y-SUS-RAMAS-2>

Servicio Social. (2012). Recuperado de <http://definicion.de/servicio-social/#ixzz499nYHSYM>

Shelline, R. (2012) Diseño Editorial. Recuperado de <https://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>

Significados. Educación. Recuperado de <http://www.significados.com/educacion/>

Sistemas Editoriales. Un vistazo a los métodos de impresión a lo largo de los años. México: Editorial Hoja Blanca.

Temas Relevantes de Didáctica General. (2013). ¿Qué es la interacción educativa?. Recuperado de <https://sites.google.com/site/gaitangarciadidactica1/prueba-3>

Tipos.co (2016). Tipos de manuales: Que son los manuales. Recuperado de <http://www.tipos.co/tipos-de-manuales/>

Tiposde. (2016).Tipos de manuales. Recuperado de <http://www.mastiposde.com/manuales.html>

TuInstitutoOnline.com M.Donosó, G.García, P.Gargallo, A.Martínez. (2016). Presentaciones digitales: Definición y elementos. Recuperado de [http://www.tuinstitutoonline.com/cursos/impress/01presentaciones\\_digitales.php](http://www.tuinstitutoonline.com/cursos/impress/01presentaciones_digitales.php)

Universidad Autónoma de la Ciudad de México. (2007). Interacción y comunicación en entornos educativos: Reflexiones teóricas, conceptuales y metodológicas. Recuperado de <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/143/144>

Universidad de Antioquia (2013). La semiología, pdf. Recuperado de

<http://docencia.udea.edu.co/edufisica/motricidadycontextos/lasemiologia.pdf>

www.Ejemplode.com. (2013). Costos fijos. Recuperado de [http://www.ejemplode.com/58-](http://www.ejemplode.com/58-administracion/2579-ejemplo_de_costos_fijos.html)

[administracion/2579-ejemplo\\_de\\_costos\\_fijos.html](http://www.ejemplode.com/58-administracion/2579-ejemplo_de_costos_fijos.html)



# Capítulo XIV

Anexos

Capítulo XV: Anexos

Anexo 1 Tabla de niveles socioeconómicos 2009/Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
<b>EDUCACIÓN</b>	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Medio completa	Primaria completa	Primaria Incompleta
<b>DESEMPEÑO</b>	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
<b>INGRESO MENSUAL</b>	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
<b>VIVIENDA</b>	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-8 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudio/area de servicio separada, garage para 5-8 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio/area de servicio separada, garage para 3-4 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio/area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentado o financiado, 2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
<b>OTRAS PROPIEDADES</b>	Fincas, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
<b>PERSONAL DE SERVICIOS</b>	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
<b>EDUCACIÓN GRUPO</b>	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
<b>POSESIONES</b>	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
<b>BIENES DE COMODIDAD</b>	3 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o piñeras, máquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomésticos	2 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o piñeras, máquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomésticos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomésticos básicos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
<b>DIVERSIÓN</b>	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
<b>SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS</b>	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Int, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Int, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Int, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

## Anexo 2, Herramienta utilizada como método de validación del proyecto



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F  M   
Edad:  Experto:  Cliente:  Grupo Objetivo:   
Nombre:   
Profesión:   
Puesto:   
Años de experiencia en el mercado:

### Encuesta de Validación del Proyecto

“DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD, FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017”

#### Antecedentes

FUNDECÁN es una fundación no lucrativa, de servicio social, eminentemente benéfico e independiente, que divulga las formas de detección temprana del cáncer de seno en la mujer, brindando cirugías, radio-terapia, quimio terapias preventivas y curativas. FUNDECÁN está constituida por un grupo de mujeres y hombres que voluntariamente se dedican a ayudar a las mujeres de escasos recursos que tienen la enfermedad tomando las medidas necesarias para detectar y prevenir el cáncer.

El propósito de la fundación es recaudar fondos y financiar tratamientos de cáncer, para mujeres de escasos recursos que necesitan ser tratadas de cáncer de mama. La labor más importante es informar a todas las mujeres sobre la prevención del cáncer de seno. Ya que uno de los objetivos es tener la satisfacción de poder ayudar a salvar la vida de una mujer que lo necesita.

#### Instrucciones

Con base a la información anterior, observe el manual y según su criterio responda las siguientes preguntas.

#### Parte Objetiva

1). ¿Considera usted necesario diseñar una presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad?

Sí  No

2). ¿Considera usted que es importante investigar a través de referencias bibliográficas el contenido gráfico e información que debe contener una presentación digital para impartir una educación adecuada referente a la prevención del cáncer de mama para el grupo objetivo?

Sí  No

3). ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de las medidas de prevención del cáncer de mama para conocer a fondo la enfermedad y todos los factores importantes que se deben tomar en cuenta para las mujeres de 18 a 30 años de edad?

Sí  No

4). ¿Considera usted necesario ilustrar a través de elementos gráficos e iconos el contenido de la presentación digital para lograr un diseño visualmente estético y dinámico para el grupo objetivo?

Sí  No

**Parte Semiológica :**

5). ¿Considera usted que el diseño e imagen visual de la presentación va dirigido a mujeres de 18 a 30 años es ?

Adecuado  Poco Adecuado  Nada Adecuado

6). ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el cuerpo de la presentación digital?

Muy Legible  Legible  Poco Legible

7). ¿Considera usted que el tamaño y tipografía de los titulares de la presentación es ?

Adecuado  Poco Adecuado  Nada Adecuado

8). ¿Considera que el contenido e información de la presentación son suficientes para la comprensión del tema?

Mucho  Poco  Nada

9). ¿Considera que el personaje principal ilustrado en la presentación es representativo al grupo objetivo?

Mucho  Poco  Nada

10). Según su criterio ¿Las ilustraciones realizadas en la presentación son visualmente atractivas, adecuadas y facilitan la comprensión del contenido?

Mucho  Poco  Nada



11). ¿Considera que los colores utilizados en la presentación son?

Adecuados       Poco Adecuados       Nada Adecuados

12). ¿Considera que a la hora de impartir las charlas con la presentación la lectura del contenido será?

Fácil       Normal       Difícil

**Parte Operativa**

13). ¿Considera que el tamaño del formato digital de la presentación es?

Adecuado       Poco Adecuado       Nada Adecuado

14). ¿Visualmente considera que la resolución digital de la presentación es?

Excelente       Buena       Pésima

15). ¿Considera que la cantidad de páginas y el contenido de la presentación es?

Adecuado       Poco Adecuado       Nada Adecuado

16). Según su criterio, ¿la diagramación del diseño de la presentación es adecuada y lógica para la comprensión del contenido?

Mucho       Poco       Nada

Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio :

**Observaciones**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD. FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017". Su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

## Encuesta digital en Typeform



 **Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

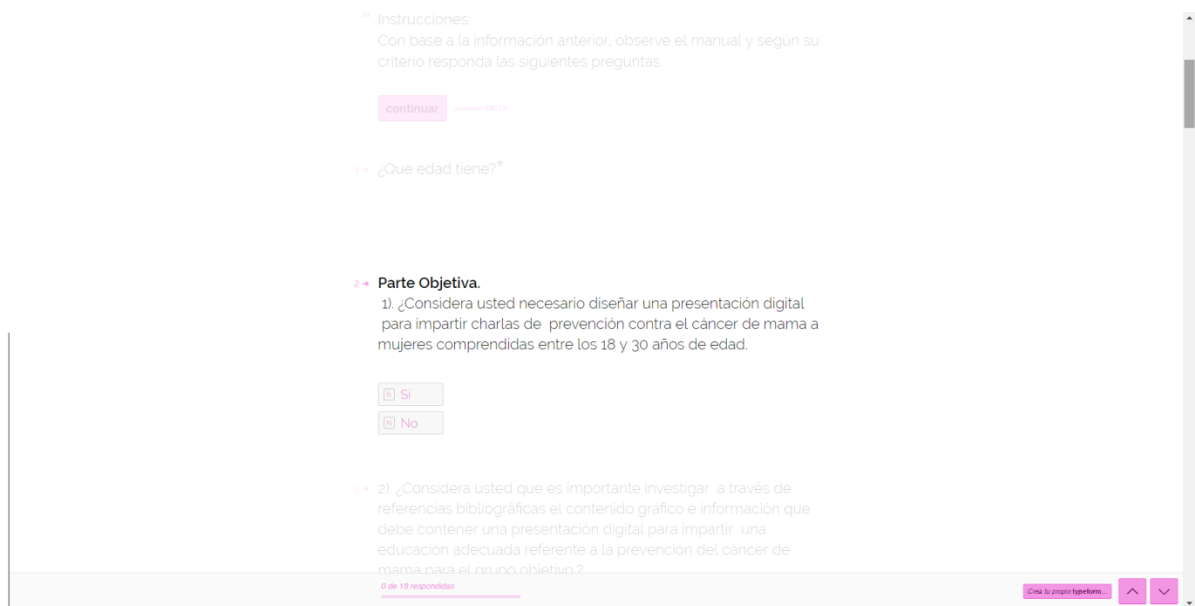
Encuesta de Validación del Proyecto

**"DISEÑO DE PRESENTACIÓN DIGITAL PARA IMPARTIR CHARLAS DE PREVENCIÓN CONTRA EL CÁNCER DE MAMA A MUJERES COMPRENDIDAS ENTRE LOS 18 Y 30 AÑOS DE EDAD. FUNDACIÓN AMIGOS CONTRA EL CÁNCER. GUATEMALA, GUATEMALA 2017"**

**Antecedentes:**  
*FUNDECÁN es una fundación no lucrativa, de servicio social, eminentemente benéfico e independiente, que divulga las formas de detección temprana del cáncer de seno en la mujer, brindando cirugías, radioterapia, quimio terapias preventivas y curativas. FUNDECÁN está constituida por un grupo de mujeres y hombres que voluntariamente se dedican a ayudar a las mujeres de escasos recursos que tienen la enfermedad tomando las medidas necesarias para detectar y prevenir el cáncer.*

*El propósito de la fundación es recaudar fondos y financiar tratamientos de cáncer, para*

[realizar encuesta](#) primicias ENTER



**1 Instrucciones:**  
Con base a la información anterior, observe el manual y según su criterio responda las siguientes preguntas.

[continuar](#) primicias ENTER

**2 • ¿Que edad tiene?\***

**2 • Parte Objetiva.**



1) ¿Considera usted necesario diseñar una presentación digital para impartir charlas de prevención contra el cáncer de mama a mujeres comprendidas entre los 18 y 30 años de edad.

Si

No

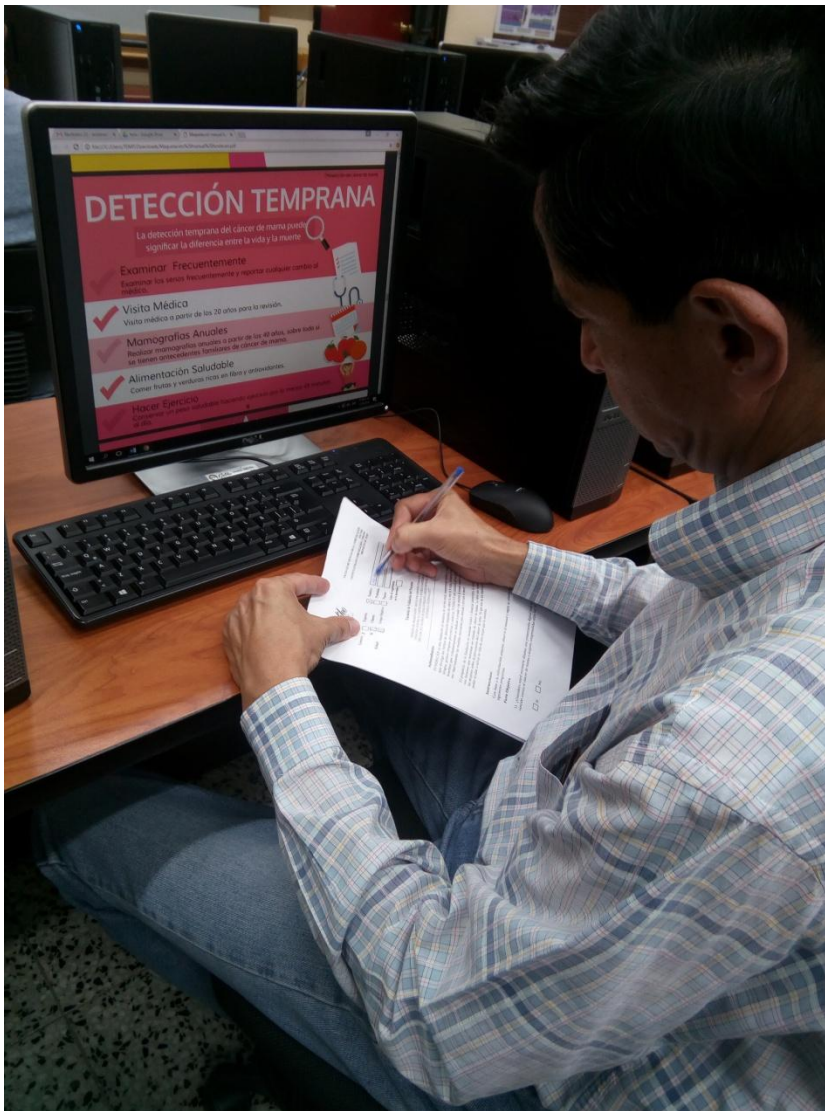
2) ¿Considera usted que es importante investigar a través de referencias bibliográficas el contenido gráfico e información que debe contener una presentación digital para impartir una educación adecuada referente a la prevención del cáncer de mama para el grupo objetivo?

0 de 18 respuestas

[Crea tu propio Typeform](#)  

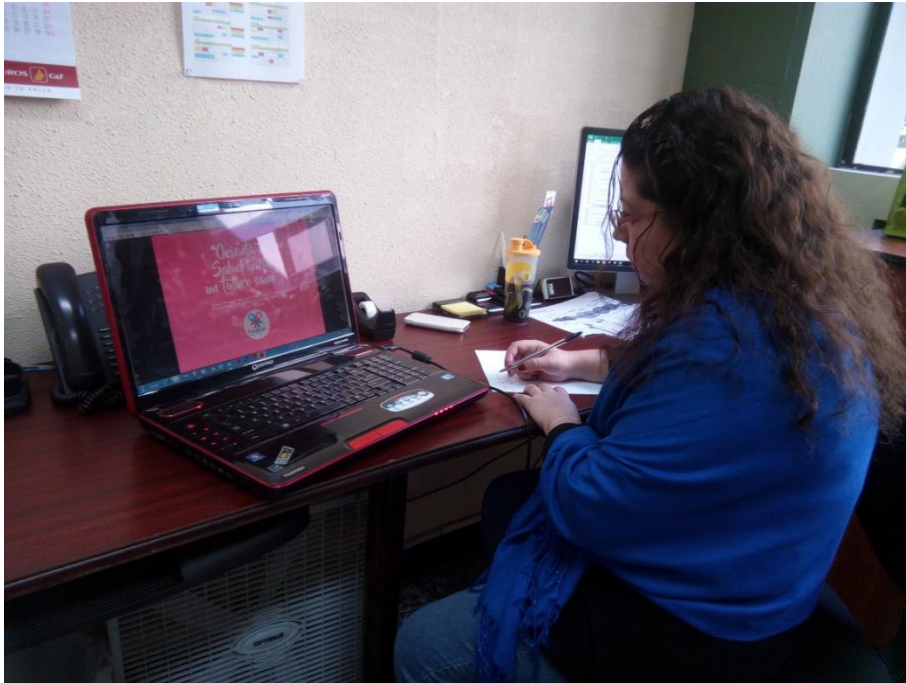
## Anexo 4 Fotografías del proceso de validación

### Experto 1



Licenciado Carlos Franco. Especialista en: Diseño Gráfico.

Experto 2



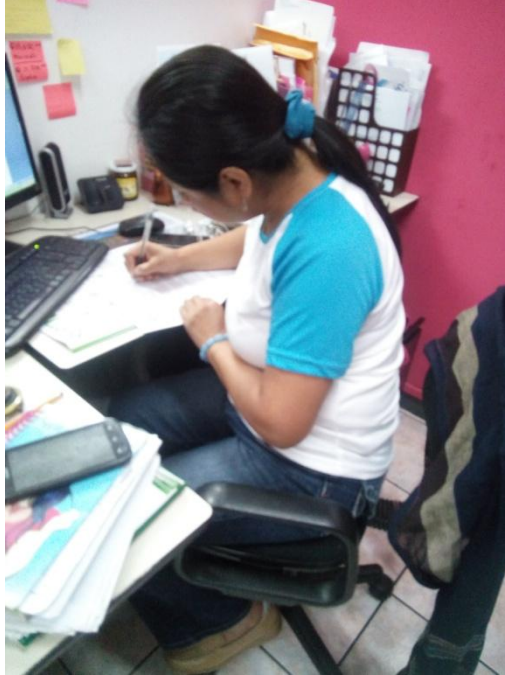
Licenciada Wendy Franco. Especialista en: Comunicación para la Educación y Diseño gráfico.

Experto 3

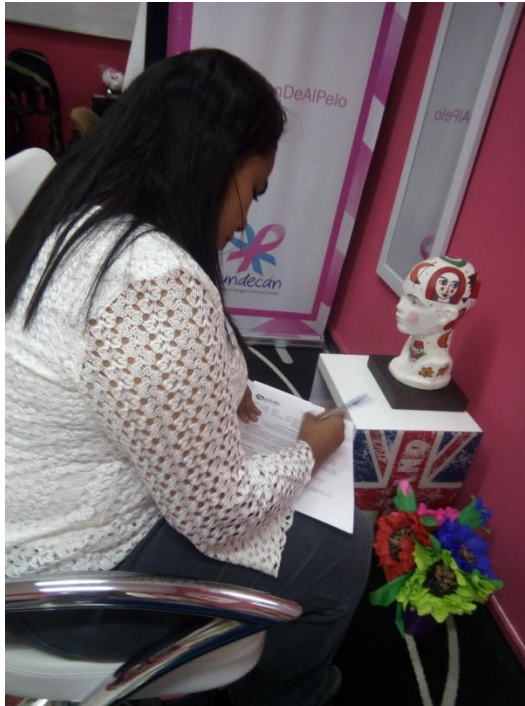


Licenciada Andrea Aguilar Especialista en: Comunicación y Diseño gráfico.

Cliente



María Verónica Toj, Coordinadora de Programas.



Mildred Bolaños Trabajadora Social.