

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

FACULTAD DE BELLAS ARTES

ESCUELA DE ARTES PLÁSTICAS

Proyecto final de graduación para optar por el grado de

Licenciatura en Diseño Gráfico

**Diseño de imagen visual para el “Programa Dignidad”: una red de apoyo
para el adulto mayor en cuidados paliativos desde el hogar y sus familias**

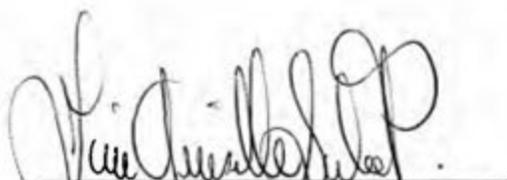
Autora: Beatriz Rojas Rodríguez

Carné: B25883

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica

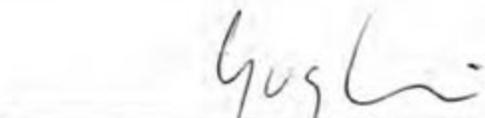
2019

Comité Asesor



Presidenta del comité evaluador

M.Sc. Iria Salas Paniagua



Directora del proyecto de graduación

Msc. Eugenia Picado Maykall



Lectora

Msc. Nancy Castro Lizano



Lector

M.V.A Olger Arias Rodríguez



Profesor invitado

Dr. José Antonio Blanco Villalobos

Tabla de contenido

1	Capítulo Introducción	8
1.1	Introducción	8
1.2	Problema	9
1.3	Justificación	11
1.4	Objetivos	15
1.4.1	Objetivo general	15
1.4.2	Objetivos específicos	15
1.5	Estado de la cuestión y antecedentes	16
1.5.1	Estado de la cuestión	16
1.5.2	Reseña histórica de la fundación Partir con Dignidad y antecedentes	19
1.5.2.1	Fundación Partir con Dignidad	19
1.5.2.1.1	New Health Foundation y Todos contigo	23
1.6	Metodología	25
1.6.1	Recopilación de datos	25
1.6.2	Metodología proyectual	26
1.6.3	Método Personas	29
2	Capítulo Marco teórico	30
2.1	El adulto mayor en Costa Rica	30
2.1.1	Cuidados paliativos en el adulto mayor	32
2.1.2	La problemática del abandono	34
2.1.3	Familiares, cuidadores desde el hogar	36
2.2	Diseño de identidad gráfica	39
2.2.1	Concepto de identidad	41
2.2.2	Conceptos básicos de diseño	43
2.2.2.1	Logotipo	43
2.2.2.2	Isotipo	44
2.2.2.3	Imagotipo	45

2.2.2.4	Isologo	45
2.2.2.5	Manual de marca o identidad.....	46
2.2.3	Tipografía: elemento de diseño	47
2.2.4	Color en el diseño	49
3	Capítulo Diseño de imagen, planteamiento y desarrollo.....	50
3.1	Necesidad y delimitación del público meta	50
3.2	Creación del nombre del programa	53
3.3	Recursos para el proceso de diseño	55
3.4	Dimensión conceptual e iconográfica	56
3.4.1	Bocetos iniciales.....	58
3.4.2	Bocetos intermedios.....	61
3.4.3	Segunda etapa de bocetos intermedios	62
3.4.4	Tercera etapa de bocetos intermedios	65
3.4.5	Imagotipo final	66
3.5	Manual de marca	68
3.5.1	Área de protección	68
3.5.2	Tamaño mínimo	69
3.5.3	Logo a positivo y negativo	69
3.5.5	Paleta de color	70
3.5.6	Tipografía	71
3.5.7	Reticula	73
3.5.8	Representaciones secundarias del imagotipo.....	74
3.5.9	Leitmotiv.....	75
3.5.10	Usos incorrectos	76
3.6	Propuesta de material gráfico y aplicaciones	77
4	Capítulo Conclusiones y recomendaciones	78
4.1	Conclusiones	78
4.2	Recomendaciones.....	80
5	Referencias bibliográficas.....	82
6	Anexos.....	85

6.1	Propuesta de material gráfico y aplicaciones	85
6.1.1	Brochure explicativo	85
6.1.2	Folder	86
6.1.3	Lapicero.....	87
6.1.4	Tarjeta de presentación.....	88
6.1.5	Carnet de funcionario	88
6.1.6	Libreta de apuntes.....	89
6.1.7	Fotografía perfil redes sociales y Cover en redes sociales (Portada) ...	90
6.2	Machote para entrevista estructurada y abierta.....	91

Índice de imágenes

Figura 1: Logo fundación Partir con Dignidad.....	19
Figura 2: Logo New Health Foundation	23
Figura 3: Bocetos manuales iniciales de conceptos con “comunidad” y “manos levantadas”	59
Figura 4: Bocetos manuales iniciales de conceptos varios.....	59
Figura 5: Bocetos manuales iniciales de conceptos de comunidad, casas, hogar	60
Figura 6: Bocetos manuales iniciales de conceptos de comunidad, casas, hogar	60
Figura 7: Bocetos manuales iniciales de conceptos de manos, paloma, entre otros	61
Figura 8: Bocetos intermedios de conceptos: manos, paloma, corazón y abstracto	62
Figura 9: Segunda etapa bocetos intermedios, concepto barrio.....	63
Figura 10: Segunda etapa bocetos intermedios, concepto barrio.....	63
Figura 11: Segunda etapa bocetos intermedios, concepto manos levantadas.....	64
Figura 12: Segunda etapa bocetos intermedios, concepto manos levantadas.....	64
Figura 13: Tercera etapa bocetos intermedios	65
Figura 14: Propuestas de color para el diseño final.....	66
Figura 15: Área de protección.....	68
Figura 16: Tamaño mínimo de reducción	69
Figura 17: Tintas sólidas en positivo y negativo del logo del programa.....	69
Figura 18: Imagotipo del Programa Dignidad a escala de grises.....	70
Figura 19: Paleta de color para el Programa Dignidad	71
Figura 20: Tipografía de la palabra PROGRAMA.....	72
Figura 21: Tipografía de la palabra DIGNIDAD	72
Figura 22: Retícula primaria del logo del Programa Dignidad	73
Figura 23: Retícula secundaria de la síntesis de los adultos mayores	74
Figura 24: Representaciones secundarias del imagotipo	75

Figura 25: Leitmotiv a color y escala de grises	75
Figura 26: Usos incorrectos del logotipo del Programa Dignidad	76
Figura 27: Brochure explicativo del Programa Dignidad.....	85
Figura 28: Prevista de brochure explicativo del Programa Dignidad.....	86
Figura 29: Prevista de folder para Programa Dignidad.....	87
Figura 30: Lapicero con diseño para Programa Dignidad.....	87
Figura 31: Lapicero con diseño para Programa Dignidad.....	88
Figura 32: Carnet de funcionario del programa	89
Figura 33: Libreta para el Programa Dignidad.....	90
Figura 34: Aplicaciones para redes sociales Programa Dignidad.....	90

1 Capítulo Introducción

1.1 Introducción

El presente proyecto plantea el diseño de la identidad visual para el Programa Dignidad. La idea de este programa comenzó en Sevilla, España y actualmente la Fundación *Partir con Dignidad* de sea implementarlo en nuestro país. El programa plantea una red de apoyo para las personas encargadas del cuidado de adultos mayores con necesidades paliativas desde el hogar. Les brinda capacitaciones, genera herramientas y propicia el desarrollo en las comunidades de conexiones entre personas que se encuentran en circunstancias similares.

El país actualmente tiene la necesidad de desarrollar estrategias para promover el cuidado de adultos mayores desde el hogar y, de esta manera, descargar de forma positiva al sistema de salud pública que ya éste se encuentra saturado. Es necesario crear herramientas para las personas que dedican su tiempo y recursos a realizar las labores de cuidado, y aprovechar las oportunidades de apoyo que pueden ofrecerle las comunidades a la población que se encuentra atravesando esta etapa.

Por lo tanto, en el desarrollo del presente proyecto se tratarán elementos claves para entender la urgencia y necesidad de un programa de esta índole. También se investigará sobre programas similares a este que ya se han desarrollado en otros países y acerca de las necesidades, tanto de los adultos mayores en cuidados paliativos, como de las familias que se encuentran a cargo del cuidado.

Dadas las consideraciones antes mencionadas, el crear una imagen visual servirá como medio de identificación para el Programa Dignidad y propiciará de esta manera un mejor alcance y divulgación de la información dentro las comunidades en las que se implemente. Lo anterior generará a su vez una conciencia en la población del país de la importancia que tiene el mejorar la realidad que viven muchos adultos mayores y sus familias.

1.2 Problema

Partir con Dignidad es una fundación dirigida a brindar apoyo y cuidados paliativos a adultos mayores que se encuentren en esta etapa, así como brindar apoyo a sus familias. Actualmente el trabajo de esta fundación se realiza de la mano con el Hospital Nacional de Geriátrica y Gerontología Raúl Blanco Cervantes aunque funje como un ente aparte del mismo, y ha realizado sus labores como una iniciativa particular a este y que pueda ser una ayuda a la que ya el hospital brinda a la población adulta mayor de este país.

Esta fundación, habiendo trabajado algunos años con la realidad que vive la población de adultos mayores en nuestro país, se percató de una situación que se presentaba en muchas comunidades donde vivían adultos mayores en etapa paliativa. En muchas ocasiones, aunque dos familias vivieran cerca y estuvieran al cuidado de los adultos mayores, desconocían de la situación del otro y no formaban una conexión entre sí.

Era del conocimiento de esta fundación la existencia de un programa en España y en otros países que implementaba y promovía la formación de redes de apoyo dentro de las comunidades que permitiera a los familiares de los adultos mayores en cuidados paliativos conocerse y crear estrategias de ayuda que pudieran servir como un apoyo ante la realidad de vida en que se encontraban.

Es así como, a partir del año 2016, la Fundación *Partir con Dignidad* se encuentra trabajando en el desarrollo e implementación de este programa en nuestro país. Ante esto surge la necesidad de tener una identidad visual para el programa.

Actualmente la gente vive inmersa en una sociedad donde predomina el lenguaje visual, en donde las imágenes son parte del común denominador de su entorno. Esto tiene explicación en el hecho de que los seres humanos poseen el sentido de la vista y la comunicación, a través de éste, ha resultado ser un medio efectivo por el cual transmitir ideas, mensajes, ser recordados, entre otros, funciones que este medio ha logrado potenciar.

Jesús Meza Lueza (1998), comunicador y especialista en medios digitales, dentro de su artículo *La importancia de la imagen corporativa* comenta:

El manejo de la imagen corporativa es, hoy en día, un factor esencial para el éxito de una empresa. El proceso de globalización económica mundial obliga a las empresas modernas a ser conscientes, racionales y agresivas en la planeación, control y cambio de la percepción que los diferentes públicos tienen sobre ellas. El no considerar la importancia de este aspecto puede llevar a la organización no sólo a la pérdida de su reputación, sino a su desaparición misma. (p.1)

El autor plantea cómo la necesidad de pensar en una imagen corporativa, o en este caso a la cual llamaremos imagen visual, representa para una empresa, organización o programa un aspecto vital y esencial dentro de la sociedad en la que se desarrolla. El público meta del programa que dentro de este proyecto se trabaja se encuentra inmerso en la sociedad actual, y si no se logra explorar, investigar y crear a partir de las necesidades o lenguaje propio de esta población, no se logrará llegar a ella.

El diseño de una imagen adecuada resulta necesario para posicionar, resaltar e identificar a cualquier organización, más cuando esta está iniciando y necesita insertarse dentro del público meta al cual va dirigido. Por lo tanto, el desarrollo de la imagen para el Programa Dignidad le permitirá a este no solo ser reconocido, sino también impulsarse de una manera más fuerte y clara.

1.3 Justificación

En los últimos años se ha venido dando un incremento en el número de personas adultas mayores en comparación con la población infantil, esto debido al control de la natalidad y a las mejoras tecnológicas en la salud, las cuales han permitido el aumento en las expectativas de vida de las personas. Según el *Primer estado de situación de la persona adulta mayor en Costa Rica*, en el año 2008, alrededor del 6 por ciento de la población, lo que quiere decir casi 250 mil personas, tenían la edad de 65 años o más (2008, p.3) lo que evidencia que en los últimos años el crecimiento poblacional en nuestro país en relación con el adulto mayor ha escalado aceleradamente.

Actualmente en Costa Rica, la población de adultos mayores que se encuentra en necesidad de cuidados paliativos es grande y con el tiempo va a ir aumentando. La población con estas necesidades en específico, además requiere un cuidado cercano y una codependencia de una segunda persona. El Programa Dignidad responde a una necesidad que está presente en la sociedad, pero a la que en muchas ocasiones no se le da la importancia que amerita.

En el país, así como en el resto de Latinoamérica, la mayor cantidad de la población de adultos mayores recibe los cuidados desde el hogar, esto significa que tal responsabilidad recae sobre los miembros de su familia y cuidadores. No obstante, aunque hay un gran porcentaje que recibe estos cuidados en su casa, hay otro porcentaje de la población que no; dejando que el cuidado recaiga en los sistemas de salud pública y ocasionando una recarga en los servicios y también, en muchas ocasiones, dejando de lado las condiciones óptimas que necesita un adulto mayor en estado paliativo.

Costa Rica, desde el año 1999, creó la Ley Integral para la Persona Adulta Mayor, Ley N° 7935, la cual protege al adulto mayor y establece los derechos y beneficios que las personas a partir de los 65 años de edad merecen. Esta ley abarca diversidad de campos desde la salud, la educación, la vivienda, la recreación, la cultura, el deporte, la participación dentro de la sociedad, entre otros. En los artículos 1, 15, 16 y 17 se establece y se promueve que lo más idóneo para esta población es la permanencia en sus núcleos familiares y las comunidades.

Es deber también del Estado promover la creación de programas que respalden y favorezcan la permanencia dentro del hogar, así como la capacitación *en todos los niveles* que sean necesarios para lograr este objetivo. (Ley N° 7935 de 1999) Y aunque dentro de la ley se recalca varias veces lo necesario y primordial que debe ser la permanencia del adulto mayor en el hogar, actualmente es un área que necesita ser reforzada.

En el año 2012, se da la creación de la Red de Atención Progresiva para el Cuido Integral de las Personas Adultas Mayores en Costa Rica, la que se define a sí misma como una estructura social compuesta por personas, familias, grupos organizados en comunidades, instituciones no gubernamentales y estatales, que por medio de acciones, intereses y programas, procuran garantizar una respuesta integral en el adecuado cuidado y satisfacción de las necesidades de las personas adultas mayores de nuestro país. Esto con el objetivo de promover una vejez con calidad de vida. (CONAPAM, 2011)

Como se mencionó anteriormente, esta red de cuido viene a ser una respuesta ante la necesidad de una población adulta mayor que va en aumento, brinda una herramienta al cuidado y protección, así como un apoyo esencial para las familias y para sus comunidades. A pesar de que esta red ha traído beneficios en el país y ha creado mejoras en la calidad de vida de las personas adultas mayores, también es evidente que todavía es necesario promover ciertas áreas que no se han logrado abarcar.

En el 2015, el periódico La Nación realizó un estudio en donde evidenció la saturación que presentan las redes de cuido para el adulto mayor:

"Más de 10.000 adultos mayores hacen fila por un espacio en la Red de Cuido para ancianos. Los encargados de este programa social reconocen que los recursos son escasos y, por eso, procuran hallar alternativas para cumplir con la demanda".

(Bosque, p.1)

Actualmente la situación ha ido en aumento y, a pesar de que esta red ha mejorado de maneras considerables las situaciones de vida de las personas adultas mayores, hay una saturación del servicio.

Por todo lo anterior, y si se analiza la situación antes mencionada del incremento de la población adulta mayor que ha venido habiendo y que seguirá sucediendo en futuros años, es necesario crear estrategias nuevas para poder dar abasto con una población que crece y no disminuye.

Otro aspecto que es considerado clave dentro de las necesidades que el país presenta es el abandono en el que se encuentran muchos adultos mayores. Según el Consejo Nacional de la Persona Adulta Mayor (CONAPAM), cada año en nuestro país un número de 250 ancianos quedan en estado de abandono y prevé que esta cifra crecerá un 20% con cada nuevo año. Muchas veces estos adultos son abandonados en hospitales públicos, lo que también evidencia que son personas que necesitan algún cuidado específico y necesitan apoyo para poder realizar sus tareas básicas.

En el 2015, Telenoticias realizó un reportaje donde abordó el tema del abandono del adulto mayor en nuestro país, y resaltó que esta es una situación que se agrava cada día más, ya que en Costa Rica hay más de 200 adultos mayores en abandono en centros médicos y estas cifras suelen aumentar en épocas navideñas, según datos que les proporcionó el Consejo Nacional de la Persona Adulta Mayor (CONAPAM).

Como se analiza, hay dos problemas fundamentales dentro de la vivencia de los adultos mayores en el país. El primero es que esta es una población que se encuentra en constante aumento, cada año se espera que la población crezca y gran parte de los adultos mayores pasarán a tener necesidades paliativas, entendidas estas como un cuidado total activo que se les brinda a los pacientes cuya enfermedad no responde a los tratamientos curativos. Este cuidado abarca el control del dolor y de otros síntomas, así como de problemas psicológicos, sociales y espirituales que se podrían presentar. (1990) Las personas que requieren de este tipo de tratamiento son más dependientes de una persona o conjunto de personas que respondan a estas necesidades.

El segundo problema es que Costa Rica presenta una tasa muy alta de abandono del adulto mayor por parte de las familias, esto ha saturado los programas y sistemas de salud pública. En muchas ocasiones el abandono puede

ser ocasionado por la falta de recursos por parte de las familias o por la falta de preparación, ya que las necesidades de los que deberían ser los cuidadores primarios no están siendo respondidas de manera adecuada.(Cerdas y Loría, 2012)

El actual proyecto propone la imagen para el Programa Dignidad, una red de apoyo para las familias que cuiden adultos mayores desde sus hogares. Es una red que propone brindarles herramientas a estas familias y que promueve en la sociedad una cultura de cuidado al adulto mayor desde el hogar. Los objetivos planteados por el programa son los de sensibilizar a las comunidades de la situación que se vive en el país en relación con los adultos mayores en cuidados paliativos y además de promover el cuidado de los adultos mayores en el hogar, al brindar herramientas que no solo mejoren el estado de vida de los adultos mayores, sino también de sus familiares que son los cuidadores directos y que, en muchas ocasiones, se ven en necesidades a la hora de estar realizando esta tarea.

En muchas ocasiones las familias que han decidido cuidar a sus familiares adultos mayores desde el hogar no tienen conocimiento de otras familias dentro de su misma comunidad que se encuentran en una situación similar. El Dr. José Ernesto Picado, de la fundación Partir con Dignidad, describe esta situación como *islas de personas*. El programa propone crear relaciones entre estas personas para formar una red de apoyo antes las necesidades que se podrían presentar.

Desde la perspectiva del diseño, la importancia de tener una imagen con la cual presentarse ante la población es un aspecto primordial. El impacto que pueda causar el programa está estrechamente vinculado con la difusión que este tenga. Es necesario crear una imagen con la cual se dé a conocer y también por medio de la cual la población sea capaz de identificarlo con facilidad. Además, es necesario desarrollar el material adecuado para poder llegar a la población meta e ir generando de esta manera una conciencia colectiva que siga promoviendo los objetivos del programa.

La labor que se pretende realizar con Ciudades Compasivas es una forma de responder ante las necesidades del país. La situación del adulto mayor es una situación que corresponde a todos, es una realidad que todos, tarde o temprano, van a vivir en el futuro.

1.4 Objetivos

1.4.1 *Objetivo general*

Generar un sistema de identidad gráfica para el Programa Dignidad con el fin de mejorar su promoción.

1.4.2 *Objetivos específicos*

- Aplicar métodos de diseño identificando las características claves del público meta del programa, con el fin de llegar adecuadamente a ellos
- Sintetizar, por medio de una etapa de bocetos e investigación, la propuesta de imagen más adecuada para el programa
- Desarrollar una serie de aplicaciones que apoyen la difusión apropiada del programa dentro de las comunidades.

1.5 Estado de la cuestión y antecedentes

1.5.1 Estado de la cuestión

El diseño de identidad visual es un tema altamente analizado desde diferentes perspectivas, pero en lo que respecta a este proyecto, el objetivo específico es la creación de una identidad visual para el Programa Dignidad.

Debido a que este programa es un proyecto que parte de la necesidad que la fundación *Partir con Dignidad* encontró en Costa Rica, es algo nuevo que se está implementando y, a pesar de que el programa ya se ha desarrollado en otros países, como se podrá leer más adelante, nunca se ha realizado el diseño de imagen para un proyecto como este.

Debido a lo anterior, se generó una búsqueda de referentes más a fondo y, aunque no existen investigaciones anteriores que hayan realizado un trabajo similar, se valoraron otros elementos importantes para esta investigación y se encontraron algunos trabajos que presentan elementos de estudio considerados relevantes e importantes para ser usados como antecedentes.

La primera investigación que aborda el tema del diseño de material gráfico relacionado con el tema del adulto mayor es la *Propuesta de material gráfico para la Unidad de Cuidados Paliativos del Hospital Nacional Dr. Raúl Blanco Cervantes* (Canales, Cordero y Salas; 2015). Esta investigación plantea la realización de materiales gráficos o elabora materiales gráficos necesarios para la Unidad de atención comunitaria de la Sección de Geriatria y Gerontología del hospital anteriormente mencionado. Aunque esta investigación tiene como objetivo principal el diseño del material de una guía visual; un banco de fotografías y el diseño de la gráfica ambiental, también aborda la problemática de visibilizar a las personas dentro de un ámbito cotidiano, la problemática que presenta la población adulta mayor en cuidados paliativos. Es importante señalar como se recalca la importancia de dichos materiales como medios estratégicos para promover los valores de unidad, integridad y respeto hacia los pacientes adultos mayores que se encuentran en un estado crítico de salud. A pesar de profundizar en el tema del adulto mayor y de la necesidad de un correcto manejo de la imagen como medio para transmitir un

mensaje adecuado, dentro de esta investigación no se plantean dichos materiales de diseño como un medio para la concientización del cuidado del adulto mayor desde el hogar por parte de las familias.

Por otro lado, la tesis *Ser activo es felicidad, compártela con nosotros, una campaña publicitaria enfocada en publicidad exterior para el centro Diurno del Adulto Mayor de Belén de Viviana Salas Román*, es una investigación enfocada en responder a las necesidades claves que tiene este centro diurno. Este centro necesitaba los elementos externos para promover la participación activa de adultos mayores dentro de su programa con el propósito de que mejoraran su calidad de vida. El proyecto de Salas aborda la problemática de cómo crear conciencia y dar a conocer el centro diurno entre la población, y para esto propone la creación de la imagen y material de una campaña publicitaria que aclara el papel del centro como un lugar de actividades para el adulto mayor. Es importante que, dentro de la investigación, también se abordan los temas de la atención al adulto mayor, estrategias para una campaña publicitaria y también elementos comunes de diseño presentes a la hora de plantear un nuevo diseño de material. Sin embargo, aunque se puede resaltar la presencia de estrategias del diseño enfocado en el usuario, el tema en el cual se enfoca esta campaña difiere de la necesidad presente de promover el apoyo a adultos mayores en cuidados paliativos.

También es importante rescatar el trabajo de Lidia Cerdas y Adriana Loría, denominado *Cuidadores(as) familiares primarios(as) de adultos mayores: sus implicaciones y efectos en la vida de quienes asumen esta labor*. Esta investigación analiza a profundidad los aspectos que conlleva estar al cuidado de un familiar adulto mayor. Cuando se realiza un programa, campaña, material gráfico o cualquier otro elemento de diseño, y este comprende dentro de su temática las vivencias o necesidades del adulto mayor, es necesario tomar en cuenta a las personas que se encuentra a cargo de su cuidado, ya que son estas en muchas ocasiones las que constituyen el público meta al cual debe estar dirigido todo lo que se realice. Aunque esta investigación se encuentra alejada de cualquier aspecto de diseño de imagen y más bien es presentada desde el ámbito psico-emocional de

los familiares a cargo, es relevante debido a que constituye una herramienta para poder comprender cuál es la mejor manera de concientizar a esta población.

A nivel internacional, el trabajo específico relacionado con la creación de imagen para un programa de cuidados paliativos para el adulto mayor es casi inexistente. Hay investigaciones que trabajan temas relacionados con el adulto mayor, pero que no involucran todos los elementos de análisis que se desarrollan en esta investigación.

Uno de ellos es el trabajo *Campaña publicitaria una estrategia para dar a conocer el programa del adulto mayor a la población de la cabecera de Suchitepetequez*, en el cual la autora Julissa Aguirre Castillo estudia las diferentes campañas publicitarias que se han desarrollado en México en relación con el adulto mayor y de que maneras estas han podido crear o no el efecto deseado en el público que las recibe. Esta tesis es relevante debido al análisis cuidadoso que realiza la autora en establecer de qué forma las campañas publicitarias deben realizarse para poder crear el enlace apropiado con el público meta y de esta manera cumplir con el objetivo por el cual se plantearon. Se sabe que los adultos mayores y también las personas que están encargadas de su cuidado son una población con necesidad específicas; el estudio de las campañas que ya se han realizado presenta una ayuda académica a esta investigación, en cuanto a cuáles elementos son importantes de considerar a la hora de crear la imagen y el material gráfico para el programa. Sin embargo, es importante mencionar que, aunque la población del adulto mayor en otros países puede guardar cierta similitud con la población en Costa Rica, el análisis de la autora se centra solamente en campañas realizadas en México y es importante diferenciar las características propias de cada país.

Teniendo en cuenta las investigaciones y trabajos que se han realizado en este ámbito, se puede establecer que la constitución de este proyecto es una amalgama de diferentes aspectos que involucran la temática del adulto mayor. Es necesario que el objeto de estudio sea desarrollado, no solo desde el punto de vista del análisis del diseño gráfico, sino de las necesidades y características propias del adulto mayor y sus vivencias.

1.5.2 *Reseña histórica de la fundación Partir con Dignidad y antecedentes*

Este proyecto está desarrollado de la mano con la fundación de nombre Partir con Dignidad, y es importante poder ver qué papel ha desempeñado en el país y la influencia que ha generado en la temática del adulto mayor. La iniciativa que se desea implementar parte también de la idea que se viene desarrollando en otros países, por lo cual también es de suma importancia entender su trasfondo y poder valorar las nuevas ideas y planteamiento que la fundación pretende resaltar.

1.5.2.1 **Fundación Partir con Dignidad**

Partir con Dignidad es una fundación y organización sin fines de lucro creada en el año 2013 por un grupo de profesionales que se preocuparon por la necesidad presentada por las personas adultas mayores en fase terminal, y también en la inquietud de acompañamiento de sus familiares.

Figura 1: Logo fundación Partir con Dignidad



Fuente: Fundación Partir con dignidad

Actualmente con el aumento ya mencionado de la esperanza de vida de la población costarricense, se ha acrecentado el número de personas que sufren de enfermedades cardiovasculares, diabetes, cáncer, enfermedades respiratorias, las cuales constituyen las principales causas de mortalidad en edades avanzadas. A pesar de que han habido grandes avances científicos que permiten que la edad de

la población a nivel mundial se eleve, actualmente todavía no se ha encontrado cura total para las enfermedades anteriormente mencionadas, y es sabido que éstas provocan en la persona que las sufre y también en sus familias, un desgaste en todos los ámbitos humanos (físico, emocional y espiritual).

Esta fundación, surgió como una respuesta ante la necesidad que se presenta, y se encuentra presente en la sociedad costarricense como una herramienta que brinda cuidados paliativos a adultos mayores con enfermedades avanzadas en fase terminal y proporciona apoyo a sus familiares. Cabe resaltar que la fundación orienta su ayuda a tomar en cuenta a personas en vulnerabilidad y que en muchas ocasiones debido a su situación socioeconómica se ven imposibilitados a recibir las atenciones adecuadas según sus necesidades.

Los cuidados paliativos buscan ofrecer a sus pacientes el confort y la ayuda necesaria para vivir sus últimos días de vida con dignidad junto a la ayuda de sus familiares. Partir con Dignidad busca ser ese medio para canalizar colaboraciones en la atención de las personas necesitadas y ser una de las primeras fundaciones del país en brindar cuidados paliativos a personas con escasos recursos económicos.

Para esta fundación ha sido de vital importancia tener claro cuál es la razón de ser y el por qué se comenzó con el trabajo en pro de la población adulta mayor. Esto se puede ver reflejado en siguientes enunciados que plantean en su documento de presentación:

Misión: Proveer cuidados paliativos con altos estándares de calidad a los adultos mayores con enfermedades avanzadas y sus familias que así lo requieran, con el fin de buscar activamente que cada persona pueda mantener su dignidad al final de la vida.

En este enunciado cabe resaltar la importancia que brinda la fundación a dar cuidados paliativos que tengan altos estándares de calidad, esto refleja la búsqueda de proveer un servicio que dignifique a las personas adultas mayores con enfermedades avanzadas. Es claro ver que hay un compromiso orientado a buscar la calidad de vida y brindar además apoyo a los familiares de estas personas.

Visión: Llegar a ser una referencia en América Latina, en el tratamiento paliativo de las personas adultas mayores con enfermedades terminales y sus familias, a través de la creación de un programa completo asistencial, formativo y de investigación.

En concordancia con lo anterior se puede ver reflejada la necesidad de crear una fundación que no solo beneficie a los adultos mayores en cuidados paliativos de Costa Rica, sino que este esfuerzo genere una conciencia a nivel latinoamericano. La situación de la población adulta mayor no se presenta solo en nuestro país, sino que es una realidad a la cual se enfrentan todas las naciones del mundo; por lo cual Partir con Dignidad trata de ver más allá y se abre a la oportunidad de ser una fundación pionera que promueva con el ejemplo la necesidad de crear en otros países estrategias similares en respuesta a las necesidades específicas de cada uno.

La fundación se afianza en los valores de excelencia e integridad para todos los pacientes en especial para los más necesitados económicamente, en el valor de la solidaridad que busca fomentar una sociedad donde se apoye a esta población sin que sufran ningún tipo de discriminación, también fomentan el valor del compromiso incondicional con sus pacientes y las familias ofreciéndoles de esta forma alivio y compañía. Y por último los valores de la compasión, el respeto y la transparencia son pilares que promueven la dignidad de la persona en todo momento y buscan asegurar que la población costarricense conozca de la forma más adecuada todo lo que compete a la fundación.

Como se mencionó, la fundación Partir con Dignidad brinda cuidados paliativos a las personas adultas mayores y además proporciona el apoyo a las familias que se encuentran viviendo a su lado en esta etapa final. Algunas de las estrategias más específicas por medio de las cuales la fundación pone en práctica su misión y visión se ven reflejadas de la siguiente forma:

- Proveen una respuesta especializada y personalizada según las necesidades que cada paciente y familia necesita, ofreciéndoles apoyo durante la enfermedad y el periodo de duelo.

- Buscan en sus miembros y la sociedad costarricense el desarrollo de terapias innovadoras que permitan a las personas adultas mayores con enfermedades terminales mantener su dignidad e independencia, y que de esta forma logren mejor el potencial posible en su tiempo de vida.

- Promueven el intercambio nacional y regional de información y nuevas experiencias que puedan fortalecer los programas de ayuda por medio de estrategias actualizadas y mejoradas en la atención de las personas adultas mayores en etapa terminal y así como sus familias.

Al ser una fundación relativamente nueva con solamente cuatro años de vigencia dentro del país, muchos de los objetivos que se plantean se están desarrollando en sus primeras etapas. En este momento cuenta con diferentes proyectos que brindan acompañamiento telefónico a adultos mayores que viven en etapa terminal, también proporcionan camas ortopédicas y pañales a personas adultas que se encuentran en vulnerabilidad social y económica y que por sus propios medios les sería imposible adquirirlos.

Parte de los esfuerzos en los que trabaja la fundación Partir con Dignidad de buscar una mejora en la calidad de vida de los adultos mayores en cuidados paliativos, es la implementación del Programa Dignidad. Este programa atacará directamente la necesidad que existe de brindar un apoyo directo a las familias de esta población y por ende mejorar también la manera en que las personas adultas mayores viven sus enfermedades.

Esta iniciativa parte de otras que se han dado en diferentes y países que promueven la implementación de redes de apoyo dentro de las comunidades o pueblos que permitan estrechar enlaces en personas que se encuentran acompañando o al cuidado de personas adultas mayores en cuidados paliativos. La fundación Partir con Dignidad pudo ver como esta iniciativa se acoplaba muy bien ante la necesidad que existe en nuestro país de acompañar a los familiares y de dar una vida más digna a las personas adultas mayores que viven en sus hogares.

1.5.2.1.1 *New Health Foundation y Todos contigo*

New Health Foundation es una organización sin fines de lucro nacida en España que trabaja por medio de la observación y optimización de los servicios de salud, sanitarios, atención social y de apoyo familiar, para mejorar el entorno y calidad de vida de las personas que viven procesos de enfermedad avanzada, dependencia y últimas etapas de vida. El nacimiento de la fundación surge al ver la necesidad del requerimiento de modelos de atención que sean capaces de brindar servicios más integrales a personas en la etapa terminal.

Figura 2: Logo New Health Foundation



Fuente: New Health Foundation

Esta organización vio en España la necesidad de mejorar la manera de los servicios sanitarios y sociales, desarrollar así programas que formen redes de apoyo entre las personas que viven estos padecimientos y sus familias; también impulsa la creación de nuevas estrategias de apoyo dentro de la sociedad que involucren a todos los ciudadanos. Según su sitio web, su misión es la de:

"...ayudar a construir una sociedad comprometida con la atención y el cuidado de aquellos que se encuentran en procesos de enfermedad avanzada, situación de alta dependencia o en las últimas etapas de la vida." (New Health Foundation, 2017)

Como una respuesta ante la necesidad y el cumplimiento del objetivo de la organización surgió el programa *Todos Contigo*. Este consiste en el traslado y conexión a la comunidad de la importancia de cuidar los últimos días de vida, es un programa de sensibilización social y formación que promueve una reflexión en la sociedad. Este programa se ha extendido a nivel internacional por medio de la

creación de las comunidades y ciudades compasivas, las cuales fomentan redes de apoyo integral a personas que se encuentren al cuidado de adultos con enfermedades avanzadas y en el periodo final de sus vidas.

Este proyecto forma parte de una comunidad global en donde New Health Foundation desarrolla ciudades compasivas como parte del equipo Public Health and Palliative Care International que está formado por profesionales de Inglaterra, Irlanda, Nueva Zelanda, Australia, Canadá, India y España. Como pilar principal del programa se busca crear redes y lazos de apoyo dentro de las ciudades que permitan conectar a personas que se encuentran en situaciones similares y de esta manera por medio de capacitaciones y ayudas prácticas se pueda aligerar la carga que muchas conlleva este tipo de cuidados.

Parte del programa que se desarrolla en las ciudades compasivas comprende el brindar charlas, seminarios y conferencias para hacer conciencia en la población de la problemática actual que presentan las personas en cuidados paliativos y que deben de ser cuidadas desde el hogar. También realiza capacitaciones y talleres que brindan materiales para realizar las tareas que tienen relación con el tema, así dar la oportunidad de capacitación a personas que no pueden tenerla de otra forma.

Actualmente la presencia el programa Todos Contigo se encuentra como ciudades compasivas en Sevilla y Badajoz en España; Medellín, Cali, Fusagasugá y Bogotá en Colombia; Buenos Aires en Argentina y Limerick en Irlanda. La idea de la organización es promover la participación de más países.

A partir de esta iniciativa, la fundación Partir con Dignidad desea implementar el programa en nuestro país. Ellos recibirán una capacitación en línea por parte del programa en España y recibirán los materiales necesarios para su implementación y adaptación en el país. La idea es desarrollar el programa pero con un enfoque orientado en el cuidado paliativo desde el hogar de personas adultos mayores específicamente.

1.6 Metodología

Para cumplir los objetivos del proyecto, es necesario contemplar los procesos metodológicos desde dos fases: la primera comprenderá la recopilación de datos por medio de fuentes bibliográficas (análisis y desarrollo de la información) junto con posibles entrevistas a personas asociadas con el proyecto, y una segunda fase de diseño y desarrollo de la imagen para el programa.

1.6.1 Recopilación de datos

Dentro del proceso de recopilación de datos, se realizarán entrevistas tanto a personas relacionadas con la fundación Partir con Dignidad, como a personas que formen parte de comunidades y que tengan la necesidad de un programa como el que se está planteando. La idea, nuevamente, es lograr una visión más clara de las necesidades y poder profundizar en la problemática que se pretende resolver. Estas entrevistas serán un elemento clave dentro del desarrollo de este proyecto.

Según Hernández, Fernández y Baptista en su libro Metodología de la investigación, definen la entrevista como:

“Ésta se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia (claro está, que se puede entrevistar a cada miembro del grupo individualmente o en conjunto; esto sin intentar llevar a cabo una dinámica grupal, lo que sería un grupo de enfoque).” (2010, p. 418)

Las entrevistas pueden ser estructuradas, cuando se encuentran compuestas de listas formales de preguntas; semi estructuradas o no estructuradas, que permiten al entrevistador modificar las preguntas con base en la respuesta que la persona vaya dando; y también abiertas donde el entrevistador tiene toda la libertad de modificar las preguntas. (Hernández et al, 2010)

Para esta investigación, es necesario definir claramente cuáles serán las características que tendrá la población de la cual se desea obtener la información, esto permitirá tener un alcance más claro que posteriormente proporcionará la información pertinente para el desarrollo del proyecto.

A pesar de la intención de hacer un número importante de entrevistas, muchas de estas no pudieron ser realizadas debido a la realidad en que se encuentran las personas involucradas en esta realidad. Ya que se sabe que el ser cuidador o vivir en una situación que involucre adultos mayores en necesidades paleativas puede requerir una demanda de tiempo importante, y esto puede ocasionar que no se tenga la facilidad de conceder a entrevistas.

Se logró entrevistar a una cuidadora, que es la hija de una adulta mayor en necesidades paleativas. Y también se pudo conversar con dos personas que estuvieron en el pasado involucradas en procesos de cuidado, y aunque en la actualidad sus familiares ya han fallecido, tienen una idea muy clara de los retos y necesidades a la hora de pasar por este tipo de experiencias.

1.6.2 Metodología proyectual

En relación con el punto anterior, para cumplir con las dos fases antes mencionadas, se utilizará la metodología proyectual del autor Bruno Munari (1981) que consiste en seguir una serie de pasos para, de esta forma, plantear un problema y a su vez encontrar una solución. Hay que aclarar que la metodología proyectual dentro de la fase de diseño no es absoluta o definitiva, sino que es más un proceso que, a pesar de tener cierta estructuración o pasos a seguir, se va modificando y creciendo dentro de su desarrollo y que le permite al mismo tiempo al diseñador tener libertad, adaptarse y construir a partir de los cambios que se van dando.

La metodología proyectual consiste en nueve diferentes pasos que son los siguientes:

- ✓ Definición del problema: en este paso es necesario explorar todas las condiciones y limitantes del proyecto para así tener claro cuál es la

necesidad presente. En el caso de este proyecto, la ausencia de una imagen que represente al Programa Dignidad es la definición del problema y esto da paso a una necesidad.

- ✓ Elementos del problema: este consiste en la coordinación creativa de las soluciones de los subproblemas, esto quiere decir, que es necesario explorar más a fondo para poder identificar qué otros aspectos son necesarios desarrollar dentro de la investigación. En lo que compete a este proyecto, es necesario también investigar y desarrollar una serie de materiales que permitan la adecuada difusión del Programa Dignidad.

- ✓ Recopilación de datos: esto es la recolección de información y datos por medio de la investigación de los antecedentes de la fundación Partir con Dignidad, que es la que está planteando la ejecución del Programa Dignidad. También incluye la búsqueda de antecedentes del programa en otros países que permitan entender elementos significativos que deben tomarse en cuenta. Además, es necesario recopilar información referente al público meta y a las personas a las cuales compete el programa.

Esta recopilación de datos será realizada mediante la búsqueda de referentes bibliográficos en temas relacionados al adulto mayor en Costa Rica, las necesidades paleativas en adultos mayores, entre otros que se profundizan por medio del marco teórico.

Y por último esta también se basa en las entrevistas con personas que se encuentren ligadas al tema y la observación de la observación de la población que se encuentra viviendo situaciones de cuidado de adultos mayores o que hayan pasado por esta vivencia.

- ✓ Análisis de datos: revisión de los documentos y materiales encontrados para poder así sintetizar elementos que puedan ser factores elementales dentro del diseño de la imagen; estos elementos deben de ser claves a la hora de poder proyectar una imagen adecuada que cumpla con los objetivos del proyecto.
- ✓ Creatividad: desarrollo y aplicación de todos los elementos que fueron definidos para poder construir la imagen del Programa Dignidad. Es la etapa

donde se explora por medio de bocetos e ideas las resoluciones posibles para la imagen del programa. Se realizarán lluvia de ideas para generar posibilidades de ideas, por medio de esto se espera poder conceptualizar los aspectos importantes que se han definido y son importantes para el diseño de la identidad. La etapa de creatividad será el momento donde también habrá recolección de imágenes como referentes y a partir de estos se generarán ideas actualizadas a la necesidad que se presenta.

- ✓ Materiales y tecnologías: es realizar una búsqueda de información con respecto a los materiales o medios tecnológicos que propicien una difusión adecuada de la imagen del programa Ciudades Compasivas. Es necesario investigar también cual es la capacidad económica de la Fundación *Partir con Dignidad* (encargada de la implementación del programa) para crear estrategias de difusión que se adecuen a esta capacidad, para que el diseño sea real y se pueda implementar.
- ✓ Modelos: este paso corresponde a la construcción de modelos que permitan visualizar la propuesta de diseño de imagen, también permite realizar mejoras y cambios a la hora del diseño.
- ✓ Verificación: a la hora de diseñar una imagen es importante que se pueda verificar el resultado por medio de la aplicación de validaciones y observaciones objetivas.

Por lo cual durante el desarrollo del proyecto también se hará la validación del diseño por medio de posibles usuarios del programa, del Dr. José Ernesto Picado y de otros miembros de la Fundación *Partir con Dignidad*. Este proceso de realizar verificación de resultados con personas involucradas dentro del proceso, permite que este se vea enriquecido y genera un resultado cercano a las necesidades, el cual a su vez genera que los objetivos de este proyecto se vean abarcados de una manera mas completa.

La aplicación de esta metodología permitirá que los procesos de investigación y de creación vayan estrechamente unidos, ya que para poder diseñar es necesario tener bases sólidas que fundamenten lo que se está realizando. Hay

que entender que todo buen diseño debe estar realizado en función del público al que va destinado y para eso es necesario poseer un amplio conocimiento de él que *facilite encontrar* las características esenciales con las que tiene que contar el diseño.

1.6.3 *Método Personas*

El método personas es una forma de investigación que logra delimitar el público meta de un proyecto, específicamente ayuda a generar un perfil con las características de las personas a las cuales va dirigido el proyecto. Esta metodología analiza los posibles tipos de usuario y los organiza de una forma adecuada que permita una delimitación de una forma más ordenada y a la vez clara, proporcionando datos que sean seguros y a la vez que permitan crear un diseño que este centrado en el usuario.

Lo más importante de este método de delimitación según su creador Alan Cooper (2003) es poder entender lo que las personas (usuarios) necesitan, hay grandes retos a la hora de diseñar para todos y siempre es necesario determinar las similitudes que hay dentro de la población a la que se encuentra orientado el programa. Encontrar los comportamientos y temas que convergen como puntos comunes entre determinados segmentos beneficia el proceso creativo y mejora la calidad del resultado, ya que en todo momento va a ir enfocado en las verdaderas y reales necesidades de las personas.

Este método fue incorporado dentro de la metodología proyectual en el paso de análisis de datos, esto como una modificación que resulta relevante y enriquecedora para un método que ya por si solo presenta una amplia gama de ventajas a la hora de su aplicación. El método personas resulta una forma innovadora de poder sintetizar los datos que se extrajeron de las entrevistas y la observación al público meta, y a su vez genera una herramienta que permite, en la etapa creativa y de modelos, generar en pro del usuario de manera mas eficaz y cercana a las necesidades reales.

2 Capítulo Marco teórico

2.1 El adulto mayor en Costa Rica

Las personas de 65 años o más son consideradas adultas mayores y forman parte de un fragmento de la población a la cual todas las personas van dirigidas. El envejecimiento de la población es una de las situaciones que ha generado impacto en la estructura demográfica de los países y ha traído consigo una serie de desafíos y modificaciones que han marcado a la sociedad actual.

A raíz del avance de la transición demográfica, la población de América Latina y el Caribe está envejeciendo paulatina, pero inexorablemente; la proporción y el número absoluto de personas de 60 años y más se incrementarán de manera sostenida en próximos decenios. En términos absolutos, entre 2000 y 2025, 57 millones de personas mayores de 60 años se sumaran a los 41 millones existentes, y entre 2025 y 2050 ese aumento será de 86 millones, se trata de una población que crece con rapidez (a un ritmo medio anual del 3,5%) y con ímpetu mayor que las población de edades más jóvenes (Huenchuan, 2009, p.57).

Huechuan narra una situación que se está viviendo en el mundo y, por supuesto, en América Latina. Los números dan a entender que hay un envejecimiento acelerado de la población y que es necesario que los países sean conscientes de ello y realicen los cambios necesarios para poder garantizar la calidad de vida de esta población.

El crecimiento de la población adulta mayor en Costa Rica también ha aumentado de forma acelerada en los últimos años, esto debido a que habido un aumento considerable en la esperanza de vida. En los años 30, la esperanza de vida era de 42 años, época en la cual se creó el Ministerio de Salud que vino a intervenir en diferentes aspectos de la salud de los costarricenses. Para el año 1980 la esperanza subió radicalmente a 76 años, mientras que en la actualidad se ha logrado alcanzar la edad de 79,6 años (Muñoz et al, 2004) . Según los registros que

fueron recolectados por el "Observatorio Demográfico", entre los años 2015 y 2020 el país se encamina a ser el primero en América Latina en alcanzar el promedio de vida de 80 años (Bermúdez, 2016).

Este aumento puede deberse a muchos aspectos, pero es bien sabido que los avances en la tecnología y las mejoras en el campo de la salud han venido a intervenir en la calidad de vida de las personas, permitiendo que estas puedan llegar más lejos. El Ministerio de Salud y la Organización Panamericana de la Salud en su informe *La Salud de las personas adultas mayores en Costa Rica* mencionan que:

En 1973 el censo contabilizó 104.000 adultos mayores en Costa Rica. Este número aumentó a 158.000 en el censo de 1984 y a 301.000 en el censo del 2000. Este aumento vertiginoso continuará en el futuro y se espera que en el 2060 haya cerca de 2 millones de adultos mayores (2004, p.7).

El país se enfrenta ante un crecimiento nunca antes vivido de su población adulta mayor y esto trae consigo retos en diferentes campos como: el modo de vida, el transporte público, la educación y la salud. El aumento en la esperanza de vida se puede traducir en un gasto extra que debe asumir el Estado dentro de sus programas de salud y de los servicios médicos; y en muchas ocasiones el proceso de envejecimiento de la población no se percibe de forma positiva, sino que forma un escenario social, económico y cultural el cual es caracterizado por la pobreza, la inequidad y una baja cobertura de la seguridad social. (Canales et al, 2015)

Actualmente el país cuenta con el Hospital Nacional de Geriatria y Gerontología Dr. Raúl Blanco Cervantes, que es un hospital especializado en atención al adulto mayor y que pertenece a la Caja Costarricense de Seguro Social. Desde el año 1976 este hospital inicia su orientación especial a la atención de las personas adultas mayores y, actualmente, brinda una amplia gama de servicios públicos de salud. La visión de esta institución nace ante el reto que presenta el país de una población adulta mayor en crecimiento.

A pesar de la existencia de un centro de salud que se especializa en el cuidado de la persona adulta mayor y también del interés que tiene el gobierno en desarrollar estrategias que permitan el cuidado y mejora de la calidad de vida de las personas en estas edades, todavía hay necesidades y el sistema de salud se está saturando cada día más debido al aumento de la población y de otros problemas sociales que atañen a los adultos mayores.

Para la línea de esta investigación es importante aclarar tres conceptos que forman parte de la vivencia del adulto mayor: los cuidados paliativos, la problemática del abandono y la situación de los cuidadores primarios o familiares; estos son aspectos necesarios que se deben desarrollar para entender la problemática actual del país y, como se mencionó anteriormente, los retos que enfrenta una sociedad con un crecimiento acelerado de la población adulta mayor.

2.1.1 Cuidados paliativos en el adulto mayor

El envejecimiento no es sinónimo de enfermedad, pero es bien sabido que se pueden presentar necesidades de salud y que estas pueden ser diferentes dependiendo de una persona a otra. Este proceso forma parte del transcurso natural del ciclo de vida de los seres humanos: nacer, crecer, reproducirse y morir; y desde el nacimiento se comienza a utilizar el organismo para diversas tareas por lo cual este comienza un proceso de desgaste natural. Muñoz en su libro *Psicología del envejecimiento* menciona como después de los cincuenta años este proceso se apresura y se da un desgaste más evidente en órganos y sistemas (2006).

Cuando las personas llegan a edades superiores a 65 años, suelen presentar problemas de salud como hipertensión, diabetes, problemas de movilidad, entre otras. Estas enfermedades pueden agravarse con el paso del tiempo y todo esto forma parte del proceso natural que tiene nuestro organismo. Las situaciones de salud que se presentan no siempre son impedimento para un desarrollo normal de la vida y, aunque pueden traer diferentes retos, no impiden a la persona participar en tareas de forma funcional. Pero dentro del período del envejecimiento, la mortalidad es una situación presente en la cual el ser humano está participando del ciclo normal de la vida.

El proceso de morir es un estado de vulnerabilidad marcado por la existencia de cambios físicos, psicosociales, espirituales y existenciales que cada vez son más complejos y que pueden llevar a las personas a presentar dificultades para encontrar sentido a la situación que están viviendo. Esta circunstancia puede conducir a la aparición de sufrimiento tanto físico como psicológico acompañado de sentimientos de desesperanza, sensación propia de carga para los familiares o cuidadores, pérdida de la dignidad y de la voluntad de vivir e incluso deseo de morir. De este modo surge la necesidad de atención especializada, integral y adaptada a personas con enfermedades crónicas progresivas de carácter terminal (Mon Corbelle, 2015, p.17).

Esto evidencia que los adultos mayores son una población que en algún momento se ve inmersa en la necesidad de recibir atención especializada, ya que el proceso de la muerte es inminente y a corto plazo. Los países deben buscar la manera de ofrecerle a esta población herramientas para enfrentar a la muerte dignamente y, en el momento que ya no puedan, brindarles el acompañamiento necesario para que el proceso de morir sea lo más digno posible.

Un comité de la OMS ha definido los cuidados paliativos, como: "el cuidado total y activo de los pacientes cuyas enfermedades no responden al tratamiento curativo", esto procura alcanzar la calidad máxima de la vida mediante el control del sufrimiento físico, psicológico, social y espiritual del paciente y la familia (Espinosa, 2006). Los principios de los cuidados paliativos, según la OMS, son:

1. Afirman la vida y consideran la muerte como un proceso normal dentro de aquella, ni adelantan ni posponen la muerte.
2. Proporcionan el alivio de los síntomas e integran los aspectos psicológicos y espirituales de los pacientes, intentando realizar todos los cuidados en el entorno natural del enfermo, su domicilio.

3. Ofrecen un soporte para ayudar a los pacientes a vivir tan activamente como sea posible hasta la muerte, considerando la enfermedad en función del sufrimiento que provoca.
4. Ofertan un sistema de ayuda a la familia durante la enfermedad y durante el duelo.

Como se mencionó anteriormente, el adulto mayor es susceptible de recibir cuidados paliativos o se podría decir que gran parte de esta población requerirá en algún momento de este tipo de cuidado. También es necesario tomar en cuenta que en la actualidad las personas adultas jóvenes necesariamente no llevan vidas que caben dentro de un estilo saludable y que encierran malos hábitos alimenticios, estrés y problemas en diferentes sistemas del cuerpo (Canales et al, 2015). Es por eso que es posible que se den repercusiones en el período de vejez, y que haya gran cantidad de adultos que lleguen a este período presentando problemas de salud que requieran de cuidados paliativos.

Costa Rica, durante los últimos años, ha venido desarrollando estrategias que permitan la mejora en la calidad de vida del adulto mayor, y es necesario que estas se orienten a la creación de herramientas para el cuidado paliativo. La sociedad actual cada día busca maneras de alargar la vida y de crear curas para las enfermedades, pero muchas veces esto lleva a olvidar la realidad de que en algún momento el ciclo de la vida terminará. Los países, y en especial Costa Rica, necesita crear conciencia en la población acerca de los cuidados paliativos en el adulto mayor y capacitar a la personas para enfrentar este proceso.

2.1.2 La problemática del abandono

La Ley Integral para la Persona Adulta Mayor dentro su artículo #1 menciona que uno de los objetivos principales por los que el país debe velar, es garantizar a las personas adultas mayores la igualdad de oportunidades y el desarrollo de una vida digna en todos los ámbitos posibles. A pesar de que el país ha definido este tipo de lineamientos, todavía hace falta conciencia en la sociedad para que dignifique y respete a las personas adultas mayores.

Como anteriormente se mencionó, al llegar a la adultez el cuerpo sufre cambios y la forma en que se vive muchas veces sufre transformaciones. La *sociedad actual* es una sociedad muy poco receptiva ante las diferentes necesidades de las personas y, en la mayoría de los casos, las personas adultas mayores son vistas como un estorbo, una carga y debido a esto se les margina y no se les integra a la vida social.

El abandono del adulto mayor por parte de sus familiares es una problemática que atañe al país cada día. Los hogares de ancianos se encuentran llenos de adultos mayores por los cuales nadie responde y en muchas ocasiones los hospitales funcionan como "*guarderías*" ante la falta de respuesta de las personas familiares. Es sabido que el cuidado de un adulto mayor no es sencillo y que los retos son muchos, pero el abandono nunca va a ser la respuesta ante la problemática, sino que más bien solo es el reflejo de una sociedad muchas veces incomprensiva ante las necesidades de esta población.

Uno de los principales desafíos de la sociedad es lograr crear conciencia en las personas y generar un cambio de mentalidad. Martínez y Brenes comentan dentro de su investigación *Maltrato, Negligencia y Abandono de la persona adulta mayor costarricense*, datos que disponen en donde el Hospital Nacional de Geriatria y Gerontología Dr. Raúl Blanco Cervantes analiza los periodos entre los años 1990 y 1995 y expone que un aproximado de 75 adultos mayores eran abandonados al semestre. (2007, p.12) A partir de los años posteriores el gobierno ha realizado esfuerzos en analizar la situación y plantear medidas para bajar la tasa de abandono de adultos mayores en el país.

Pero a pesar de estos esfuerzos de acuerdo con datos estimados por el Consejo Nacional de la Persona Adulta Mayor (Conapam) en el año 2016 un total aproximado de 800 adultos mayores fueron abandonados. Según una entrevista realizada por el canal de radio informativo *Monumental a Zulema Villalta*, presidenta del Conapam, solo en diciembre del año pasado un total de 24 adultos mayores fueron abandonados en las calles y 6 en tres hospitales nacionales. (Porrás, 2017) Al leer estas cifras resulta preocupante darse cuenta que unido a lo que ya se ha analizado con respecto al crecimiento de la población adulta mayor, la cantidad de

personas adultas mayores abandonadas puede ir en aumento. También es importante resaltar que muchas veces las razones de abandono se encuentran *ligadas a una* carencia económica, de tiempo y de capacidades específicas relacionadas al cuidado; que llevan a las familias a tomar este tipo de decisiones al verse en alguna de estas situaciones. Es por esto que las personas adultas mayores en etapa paliativa son una población en riesgo alto de abandono, y aunque en Costa Rica somos un país capacitado para atender a esta población y además contamos con un seguro público que se encuentra anuente de estas necesidades; estos servicios pueden verse saturados en un futuro y llegar a generar una problemática mayor si no se toman las medidas adecuadas en este momento.

2.1.3 *Familiares, cuidadores desde el hogar*

Cuando una persona recibe el diagnóstico de que se encuentra en la etapa terminal de su vida esta se encuentra en la mayoría de ocasiones acompañado de algún tipo de enfermedad o situación que imposibilita la realización de diversas tareas personales. Es decir no son capaces de valerse por sí mismos y necesitan una ayuda para poder llevar los cuidados necesarios para tener una calidad de vida digna.

En la investigación realizada por Canadian Medical Association or its licensors denominada *Caring for elderly people at home: the consequences to caregivers*, los autores Eva Grunfeld, Robert Glossop, Ian McDowel y Chatherine Danbrook (1999) llegan a la conclusión de que a menudo las personas que son cuidadoras en su mayoría son miembros de la familia, ya sean estos los conyugues o hijos y mujeres. Es notable destacar como el sistema de salud en Canadá, cuenta con programas que actualmente centran sus esfuerzos en la reducción de la atención institucional de los adultos mayores en cuidados paliativos y promueven que este tipo de cuidados se realicen desde la casa.

Aunque se habló de la problemática del abandono del adulto mayor, en la actualidad hay muchas personas que se encuentran realizando la labor de cuidadores a familiares. Estas personas representan un ejemplo a lo que el país desea llegar. El Dr. Ernesto Picado en la entrevista realizada menciona la

importancia de que la sociedad entienda que es necesario proporcionar una vida digna a los adultos mayores que se encuentran en etapa terminal, y que esto solo es posible brindándoles la posibilidad de vivir en sus casas al lado de personas que conocen y en un ambiente que les resulte un poco más cómodo. Los hospitales no son lugares agradables, y es necesario que las familias puedan generar redes de apoyo a familiares que así lo necesiten, des saturando el sistema público.

Gran parte de los cuidados precisados por estas personas recaen sobre los denominados cuidadores informales, entre los que destacan los cuidados prestados por la familia, que es el principal proveedor de cuidados de salud. Así, la labor de los cuidadores informales contribuye al mantenimiento de las personas en su entorno social, disminuyendo la utilización de recursos formales y demorando o evitando el ingreso en instituciones. (López et al, 2009, p.333)

Como se ejemplifica anteriormente el cuidador representa un pilar fundamental dentro del proceso de vida en las personas adultas mayores en cuidados paliativos, es una posición en la cual en muchas ocasiones no hay la capacitación adecuada para la tarea que se está realizando pero que cumple con un papel necesario y vital dentro del entorno social.

Para los cuidadores hay un constante desgaste físico, emocional y psicológico. Todos los esfuerzos que se deseen realizar para poder promover la atención paliativa a los adultos mayores desde el hogar, tienen que estar estrechamente acompañados por un acompañamiento y apoyo directo a los cuidadores y a sus familias, si no los esfuerzos pueden no dar resultados.

Cuando se pone en perspectiva las capacidades que una persona tiene para desempeñar el papel de cuidador, es notable que se mencione la carga que puede llevar y el duro proceso que enfrenta no solo el adulto mayor enfermo, sino también las personas que la acompañan. Chaverri (2006) en su investigación menciona que la tarea de cuidar a una persona puede llegar a ser algo muy gratificante, ya que se puede tomar como un gran merito personal y más si la persona a la que se le

está brindando este cuidado es alguien a quien se aprecia; pero menciona que también puede ser una de las experiencias más difíciles que se pueda realizar, "solidario, ingrato, conmovedor y satisfactorio. Lo que es seguro es que cuidar a un familiar es una de las experiencias más dignas y merecedoras de reconocimiento por parte de la sociedad" (Chaverri, 2006, p.7).

Dentro de lo analizado es evidente que la necesidad del cuidado de las personas adultas mayores en cuidados paliativos desde el hogar es algo que debe de ser primordial para la sociedad y el gobierno actual; y que el papel que cumple la familia es un papel muchas veces desgastante y sin las herramientas necesarias para ser cumplido de la mejor manera. En muchas ocasiones esto puede llegar a generar repercusiones negativas tanto en la familia como un conjunto y en el cuidador como individuo.

La presencia de un miembro que precisa de cuidados, genera una nueva situación familiar que puede provocar importantes cambios dentro de la estructura familiar y en los roles y patrones de conducta de sus integrantes. Estos cambios pueden precipitar crisis que ponen en peligro la estabilidad de la familia, pudiendo afectar a todos sus componentes, especialmente al cuidador principal, que es el miembro de la familia que soporta la mayor parte de la sobrecarga física y emocional de los cuidados. (Lopez et al, 2009, p.333)

Como se lee anteriormente, en el artículo El rol de Cuidador de personas dependientes y sus repercusiones sobre su Calidad de Vida y su Salud, los autores mencionan las implicaciones y cambios que puede generar el que un miembro de la familia necesite algún tipo de cuidados. La carga física y emocional que se está brindando a la persona puede en algún momento llegar a significar una afectación en la salud y en la dinámica familiar.

Mónica Chadi en su investigación (2000) menciona la teoría de las redes sociales definida por Mony Elkaim como "un grupo de personas, miembros de una

familia, vecinos, amigos y otros, capaces de aportar ayuda y apoyo a un individuo o una familia".

Es esencial dar al cuidador herramientas para mejorar su habilidad en términos de incrementar la capacidad de afrontamiento de manera tal que satisfaga las necesidades de la persona enferma, responda a la problemática familiar, mantenga su propia salud y fomente la buena relación cuidador-persona cuidada, reconociendo y estableciendo apoyos formales e informales, manejando sentimientos de inadecuación o culpa, y planeando su propio futuro y el de su grupo familiar. (Pinto,Barrera, Sánchez, 2005, p.1)

El reto actual es generar mecanismos que logren concientizar a la población respecto a la importancia de cuidar al adulto mayor dentro del núcleo familiar y además generar programas que vayan de la mano con estos procesos. Es necesario demostrarles a las familias que cuentan con el apoyo necesario para realizar la labor de cuidado, esto a su vez generará una apertura en mas personas a la vivencia de esta experiencia, modificando poco a poco la sociedad actual.

2.2 Diseño de identidad gráfica

Actualmente vivimos en una sociedad donde predomina el lenguaje visual, las imágenes son parte del común denominador de nuestro entorno. Esto tiene una explicación que parte del hecho de que los seres humanos poseemos el sentido de la vista, y la comunicación, a través de ésta ha resultado ser un medio efectivo por el cual transmitir ideas, mensajes y de ser recordados, funciones que este medio logra potenciar. Norberto Chávez dentro de su libro *La imagen corporativa* (1994), menciona lo siguiente:

El incremento de la competencia, la estridencia y saturación informativa, la alta entropía del mensaje mercantil por aceleración y masificación de su consumo, el aumento de los ritmos de modificación del propio receptor debido a la permanente

innovación de las matrices de consumo y la hipertrofia del cuerpo institucional por proliferación de entidades que deben hacerse oír socialmente, son todos fenómenos confluyentes como causas de la obsolencia de las modalidades y recursos de identificación y difusión tradicionales. (Chávez, 1994, p.10)

Los seres humanos nos encontramos inmersos en una sociedad con mensajes provenientes de todas partes, nuestros sentidos receptores se encuentran cargados de información que cada vez nos hace impermeables a lo que se nos muestra. El avance de la tecnología ha venido a ser un potenciador de la comunicación en masas, creando nuevas formas de presentar los elementos que nos rodean. Cada día los medios publicitarios y el entorno ofrece miles y miles de imágenes a los usuarios, que como dice Chávez, van creando un incremento en la competencia y van saturando de información al público.

Es necesario entender que en este momento a la hora de buscar el reconocimiento social hay que competir con millones de elementos gráficos que sin importar su calidad van saturando los medios de comunicación. Es a partir de ahí, donde nace la necesidad de lo que se le llama de diversas maneras: imagen gráfica, diseño corporativo, marca, identidad gráfica; indiferentemente del nombre que se le dé esta es la herramienta de diseño necesaria creada como una respuesta a la necesidad de ser reconocidos por el medio (público meta) para así poder cumplir un objetivo. Una identidad clara y adecuada logra que una entidad o un programa pueda diferenciarse gracias a sus fortalezas, lo que quiere decir que llega a difundir los valores fundamentales de quien representa.

Cuando se da el proceso de diseño adecuado para la creación de esta identidad, se logra el objetivo de marcar una diferencia en los canales de comunicación. La importancia de un buen diseño radica en que se presenta la necesidad de que nuestra idea sea procesada correctamente por el público y que de esta forma pueda ser recordada.

El concepto de identidad es el elemento clave para poder comenzar a entender el mundo de la identidad gráfica y de su proceso de diseño. Entender la raíz de donde nace la necesidad de involucrar el diseño dentro de un aspecto tan

esencial y vital en la sociedad, comprende la forma correcta de abarcar y analizar el objeto de estudio de esta investigación.

2.2.1 *Concepto de identidad*

Según el diccionario de la Real Academia Española el concepto de identidad es "el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracteriza frente a los demás" o la "conciencia de una persona de ser ella misma y distinta de los demás" (RAE, 2016). Un aspecto importante a resaltar en estos dos conceptos es el énfasis que hay en la diferenciación de individuo de la sociedad que lo rodea, siendo la identidad como la marca que toda persona, y en el caso de esta investigación, que toda organización debe de definir para de esta forma caracterizarse de entre los demás.

Jauregi y Méndez (2005) en su estudio *Identidad: el gran delirio de occidente* plantean como el término de identidad nace de las palabras "idem" que es decir, igual y de "entitas" que quiere decir, ser. Es por esto que se puede entender también a la identidad como un concepto integro de la conformación de la persona o de su ser, de lo que caracteriza a cada individuo y lo forma como lo que es. Sin identidad las personas, empresas, organizaciones no podrían ser lo que son, ya que esta es parte de lo que conforma lo que son, lo que los diferencia con los demás y lo que son en esencia.

A partir de lo anterior, se entiende que la identidad es el elemento fundamental que logra la identificación y diferenciación de algo en medio de la sociedad, representando de esta manera lo que es y lo que la conforma. Partiendo de este significado es donde surge la importancia de que toda programa o entidad corporativa que será expuesta ante la sociedad o se vea expuesta al escrutinio público, posea una identidad. Esta identidad se va a ver reflejada en una imagen visual (imagen gráfica), algo que visualmente la haga diferenciarse de las demás y que sirva como referente para las personas a la hora de recordarla.

Yolanda López Jara define la imagen gráfica como el conjunto de significados que una persona asocia a una organización, diciendo de esta manera que son las ideas utilizadas para describir y recordar dicha organización. (2006,

p.101) El proceso de desarrollo de la imagen de una empresa u organización puede volverse complejo ya que encierra todos los elementos que pueden identificar y caracterizar ese lugar; pero es a partir del análisis que se logra identificar los elementos más importantes y a partir de estos crear el diseño más adecuado.

Cuando se habla de una imagen gráfica también se debe de resaltar el valor de unidad que se adquiere. Se debe pensar en la imagen no solo como un medio de comunicación sino también de representación. Al tener diferentes elementos, la identidad gráfica será la amalgama que recree una unidad visual por la cual el público logre asociar cada uno de ellos. Inclusive una identidad adecuada constituye un valor fundamental a la hora de posicionarse dentro del sector y de diferenciarse de la "competencia". (Ríos Cullera, 2015)

Jesús Meza Lueza (1998), comunicador y especialista en medios digitales dentro de su artículo La importancia de la imagen corporativa comenta:

El manejo de la imagen corporativa es, hoy en día, un factor esencial para el éxito de una empresa. El proceso de globalización económica mundial obliga a las empresas modernas a ser conscientes, racionales y agresivas en la planeación, control y cambio de la percepción que los diferentes públicos tienen sobre ellas. El no considerar la importancia de este aspecto puede llevar a la organización no sólo a la pérdida de su reputación, sino a su desaparición misma. (Meza, 1998, p.1)

El autor plantea cómo la necesidad de pensar en una imagen representativa para una empresa, organización o marca resulta vital y esencial dentro de la sociedad en la que nos desarrollamos. El público meta de toda organización es la sociedad en que nos encontramos, y si no podemos explorar, investigar y crear a partir de las necesidades o lenguaje que esta población habla no lograremos llegar a ella.

Y cuando hablamos de una imagen también se debe de ser cuidadoso, e identificar que no toda marca, cumplirá los objetivos que se necesitan cumplir. Para esto se debe desarrollar una identidad adecuada; actualmente en el mercado podemos encontrar logos que en vez de propiciar un impulso a la empresa, provoca

confusiones y produce la reacción inadecuada dentro del público al que se dirige. No toda marca o identidad, cumple el objetivo, inclusive en muchas ocasiones puede afectar negativamente a la empresa.

La identidad gráfica adecuada resulta la herramienta necesaria para posicionar, resaltar e identificar en la actualidad. Y además es necesario que esta se encuentre desarrollada bajo un análisis y desarrollo adecuado, que busque representar de manera correcta y adecuada la esencia de una empresa.

2.2.2 Conceptos básicos de diseño

Dentro del desarrollo de esta investigación es necesario definir y aclarar algunos términos que se encuentran relacionados con el diseño de una imagen gráfica como lo son: logotipo, isotipo, imagotipo, isologo, libro de marca, entre otros. Entender cada uno de ellos es parte de entender el proceso global de diseño y de entender el por qué pueden haber diferentes soluciones dependiendo del problema.

2.2.2.1 Logotipo

Cuando se habla de marca, imagen corporativa o cualquiera de los otros conceptos que se mencionó anteriormente para referirse al diseño de elementos orientados a la identificación, la utilización de la palabra logotipo siempre se ha visto utilizado de la manera inadecuada y en la mayoría de los casos se le asigna a cualquier tipo de identificador esta palabra.

Para tener una perspectiva más clara, Norberto Chaves define el concepto de logotipo como:

La capacidad identificadora del nombre como signo puramente verbal, su versión visual -básicamente gráfica- agrega nuevas capas de significación. Esas capas refuerzan la individualidad del nombre al incorporar atributos de la identidad institucional. Mediante este mecanismo, la «denominación» comienza a asociarse a la «identificación» en sentido estricto. (Chaves, 1999, p. 43)

El logotipo es un producto de diseño que de una forma gráfica logra sintetizar la representación de una marca específica, se caracteriza especialmente por lograr *su objetivo* por medio de una o varias palabras que son trabajadas para lograr un diseño único y original que lo diferencia de cualquier otro. Esto quiere decir que este elemento es meramente tipográfico. En la mayoría de los casos (y es mejor de esta forma) esta representación es el nombre de la marca; permitiendo así que el público recuerde perfectamente lo que se necesita.

Una de las características básicas que debe de tener el logotipo es que este debe de poder ser leído sin ningún problema, ya que su fundamento es la escritura, si hubiera algún tipo de dificultad el mensaje sería interrumpido y el objetivo no se cumpliría a cabalidad. Es por esto que la escogencia tipográfica debe de ser adecuada según las necesidades definidas y debe de permitir esa clara lectura, y permitiendo que este sea recordado fácilmente y reforzando el significado que se le atribuya al logotipo. (Salas, 2015, p.49)

2.2.2.2 Isotipo

Salas Román (2015) define el concepto de isotipo como los elementos no verbales que se convierten en una representación icónica, y de esta manera pasa a simbolizar la identidad de la misma. Esa relación de elementos indica que no necesariamente debe de incluir texto para que se pueda relacionar, sino que más bien la forma creada logra ser identificable únicamente por sus características y de esta manera puede ser reconocido.

Hay muchas marcas que utilizan el isotipo ya que de esta manera en el momento que se vuelven marcas reconocidas ya no les es necesario mantener en su imagen el nombre de la empresa, y pueden pasar a incluir el elemento identificador como medio para llegar a su público. Generalmente este tipo de expresión gráfica genera una facilidad de reconocimiento en las personas, ya que deben de identificar únicamente un elemento. Un ejemplo de el isotipo del restaurante de comidas rápidas McDonald's, su M se ha vuelto un elemento icónico que no necesita estar siempre acompañado del nombre (logotipo) para que las personas sepan de cual marca se está hablando.

Este elemento se convierte en un símbolo para la marca siendo así "una imagen visual que simboliza la identidad corporativa" (Villafañe, 1999). La importancia como se menciono anteriormente es que este elemento puede presentarse solo o venir acompañado del logotipo; pero siempre debe de mantener las características necesarias de diseño como ser de fácil legibilidad, único, y diferenciarse de otros que puedan existir anteriormente.

Dentro de este elemento interviene el concepto de *estilización*, que según la Real Academia Española (2017) se puede entender como: la capacidad de interpretar convencionalmente la forma de un objeto, logrando que este se convierta en una forma mucho más delicada y con rasgos que resulten más finos para el espectador. Todo esto quiere decir que uno de los puntos más importantes a considerar en la creación de un isotipo es su capacidad de simplificación, generando un elemento que sea fácil de entender y recordar.

2.2.2.3 Imagotipo

Entendiendo con claridad los dos elementos anteriores es necesario entender el concepto que los une, y a ese se le denomina imagotipo el cuál es la unión del logotipo con el isotipo. Según Harada Olivares (año) a este concepto también se le denomina 'logo símbolo', y se muestra el acoplamiento de los dos elementos anteriores pero claramente diferenciados entre sí.

Un ejemplo de esto es el imagotipo de la marca de carros Audi, este posee el elemento de las argollas entrecruzadas como isotipo y las letras que conforman la marca como logotipo. Estos dos elementos unidos conforman el imagotipo, pero cada uno de ellos puede funcionar si se utilizan de forma separada y además en los dos casos son perfectamente identificables y recordados.

2.2.2.4 Isologo

Por lo contrario el isologo es la unión de el logotipo y isotipo pero que no puede funcionar de forma separada, sino que estos dos elementos unidos forma la totalidad de una imagen completa de la marca. Harada menciona como al hablar

de isologo se puede entender que los dos elementos se encuentran fusionados, ya sea el texto se encuentra dentro de la imagen o la imagen se encuentra dentro del texto, de manera que ninguno de los dos puede ser desligado del otro porque perdería el sentido.

La manera más clara de observar esta situación es en el logo de papas Lay's en donde el nombre aparece en letras blancas en el centro de una cinta roja sobre un elemento circular amarillo que da la alusión a ser una papa. El elemento del círculo con la cinta es lo que se denomina el isotipo, mientras que la palabra Lay's cumple con los requisitos de diseño para ser un logotipo; pero en este caso cada uno de ellos depende del otro y es en su unión que se forma la reconocida marca.

2.2.2.5 Manual de marca o identidad

Anteriormente se pudo ver como cada uno de los diseños de imágenes para una marca disponen de elementos específicos que las hacen únicas: tipografía, colores, formas; cada uno de ellos son parte del conjunto que de forma particular afecta la manera en que como personas percibimos lo que estamos viendo. A la hora de crear un logo es necesario establecer una serie de pautas que vienen a ser delimitadoras para que el elemento de diseño no pierda su calidad ni legibilidad con el paso del tiempo.

El manual de marca, para todos los efectos, contiene elementos básicos de la identidad visual, entre los que claramente destaca el logo, símbolo, el color y otros que corresponden igualmente a la identidad visual construida, como la tipografía y las aplicaciones de la marca en elementos de comunicación o productos derivados... se pretende que sirva como guía para hacer uso correcto de la marca y de los elementos comunicacionales definidos de manera coordinada, para preservar la identidad visual fuerte y coherente, pero sobretodo consecuente con la identidad corporativa. (Quesada Valverde, p. 52, 2015)

Sheyla Quesada en la mención anterior expone como el manual de marca es una necesidad dentro de todo elemento de diseño, para que este a lo largo del tiempo no pierda la construcción adecuada con que fue pensado. Dentro de todo diseño hay un proceso que busca el resultado más apropiado según las necesidades que se presenta, este manual busca reflejar las conclusiones a las cuales se llegó y funcionar como una guía para el adecuado uso del logo y los elementos relacionados a la marca.

Dentro de este proyecto se planteó el diseño de la imagen para el Programa Dignidad, el plantear un manual de marca es el medio que ayuda a que el diseño se utilice de forma óptima y que cada uno de los elementos se respete según la manera en cómo fueron pensados.

Es por esto que dentro de todo proceso de diseño de identidad es necesario crear una manual para la guía, no se debe de olvidar que con el paso del tiempo y de los procesos de cambio cultural y social se puede olvidar donde iniciaron las cosas y el modo en que estas se gestaron. Poniendo en un solo lugar los elementos que afectan un diseño y especificando las directrices para su uso, se reducen las posibilidades de un cambio inadecuado y se estabilizan los factores que pueden conllevar a la pérdida del valor primario con que el diseño se creó.

2.2.3 Tipografía: elemento de diseño

Los seres humanos desde principios de la historia somos seres comunicativos, siempre hemos buscado las maneras más apropiadas para darnos a entender y debido a esto han surgido métodos para poder dar y entender mensajes. Es por esto que la tipografía nace como una herramienta que brinda información tanto verbal como visual y que permite a los seres humanos aspectos que forman parte de la comunicación básica.

Desde los inicios de la civilización se han encontrado indicios de diferentes sistemas de escritura estandarizados los cuales han surgido como una respuesta ante la necesidad de comunicar ideas y de que estas perduren en el tiempo. La tipografía es la herramienta utilizada dentro de la escritura que gracias a sus

características particulares dependiendo de cada caso, se adaptan y sugieren ideas diferentes.

La tipografía no es solo transmisora de un significado lingüístico, sino que también transporta un significado gráfico. La letra escrita es un signo semiótico cuyo significado representación gráfica puede adoptar muy distintas formas, mientras que su significado fundamental significado lingüístico permanecerá invariable. Sin embargo, las distintas formas en las que se represente gráficamente la letra pueden producir un significado que vaya más allá del estable significado lingüístico. (Subiela Hernández, 2013, p.43)

En el diseño gráfico en particular se aferra a lo dicho por Subiela, ya que forja significados a través de un diseño tipográfico logrando que la marca en cuestión adquiera los elementos de valor que se estudiaron previamente y que son fundamentales para la caracterización de la misma. Corresponde a los diseñadores utilizar una tipografía adecuada según las necesidad que se presentan a la hora de la creación de la marca y a partir de eso puede tomar en cuenta como referente sus diferentes clasificaciones.

Cuando se diseña una marca gráfica es necesario entender que el elemento de la tipografía representa un pilar sumamente importante que se encuentra estrechamente relacionado con un resultado óptimo. Como se mencionó anteriormente dentro de los conceptos de diseño, es necesario que se tengan definidos los elementos más importantes que debe de contener la marca para de esta forma realizar la búsqueda de caracteres más adecuada.

En muchas ocasiones también se puede diseñar una tipografía específica para esa marca o realizar algún pequeño cambio necesario a una ya establecida para realzar una idea; pero lo primordial es ver la tipografía como un elemento gráfico, como un objeto que en si mismo define el resultado final. La herramienta que se proporciona a través de la tipografía resulta en algunas ocasiones la forma eficaz de comunicación y es vital su buen manejo dentro de todo el estudio metodológico a la hora de un proceso de diseño.

2.2.4 *Color en el diseño*

Si se habla de diseño, en algún aspecto también se debe de hablar de color. Como se sabe todo a nuestro alrededor posee color, por lo cual podemos decir que este es un elemento fundamental de nuestro entorno y afecta en muchas ocasiones como percibimos lo que nos rodea. Eva Heller en su libro acerca de los aspectos psicológicos que generalmente se asocian a los colores, describe esta relación del color en nuestro entorno con las percepciones que se tiene de él, de la siguiente manera:

Ningún color carece de significado. El efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en la cual percibimos el color. El color de una vestimenta se valora de manera diferente que el de una habitación, un alimento o un objeto artístico.

El contexto es el criterio para determinar si un color resulta agradable y correcto o falso y carente de gusto. Un color puede aparecer en todos los contextos posibles -en el arte, el vestido, los artículos de consumo, la decoración de una estancia- y despierta sentimientos positivos y negativos. (Heller, 2008, p.18)

La autora expone la teoría de que el significado o el valor asociado al color en muchas ocasiones viene relacionado por el contexto donde se encuentra, dependiendo del uso que se le está dando el color, nosotros como espectadores damos valoraciones que poco a poco se han ido arraigando dentro de la cultura de los seres humanos y específicamente en una sociedad occidental capitalizada. Esto quiere decir que a través del tiempo se han generado convenciones culturales que definen la psicología de cada color con ciertas características y de esta manera el diseño a la hora de utilizar el color como uno de sus elementos parte de estas convenciones para identificar el color que genere una asociación adecuada con el producto que se está generando.

3 Capítulo Diseño de imagen, planteamiento y desarrollo

3.1 Necesidad y delimitación del público meta

Dentro del desarrollo de este proyecto se plantea la necesidad de crear la imagen para un programa que funciona como un canal de apoyo primario y capacitación para las personas que tienen familiares adultos mayores dentro de su hogar y que se encuentran en estado terminal (cuidados paliativos). Es necesario determinar que aunque es un programa orientado a una población adulta mayor, los principales involucrados dentro del proceso y que terminan siendo los *usuarios* potenciales son los familiares de estos, también llamados cuidadores.

Es decir que a pesar de que el programa en sí se oriente en cubrir las necesidad de una persona adulta mayor a través de la ayuda que sus familiares cuidadores pueden brindarle, el público meta de este proyecto resulta ser las personas que se van a abrir a la posibilidad de participar del mismo.

Teniendo en cuenta que es necesario orientar el diseño de la imagen a las personas cuidadoras, es importante encontrar las características principales que conforman sus necesidades. Actualmente dentro del área del diseño, se busca generar elementos que se centren en el usuario, ya que es así como se pueden lograr resultados óptimos que si respondan a una necesidad real.

Para el proceso de definición del público meta, se realizó una entrevista semi estructurada y dos abiertas a personas cuyos pacientes ya fallecieron, así como a usuarios potenciales, o dicho de otra forma a personas que poseen características para poder participar en el programa.

Principalmente se buscó delimitar y especificar los ejes de similitud que presenta este segmento de la población, buscando encontrar las inquietudes que afectan su tarea de cuidado y puedan verse beneficiadas por el programa. Cuando se habla de diseño es necesario pensar cuales son los intereses, ocupaciones, cantidad de tiempo y actividades en tiempo libre que realizan las personas que conforman mi segmento de población; esto para poder generar una imagen que se encuentre acorde a las realidades que viven estas personas.

Este programa representa un apoyo al que muchas personas no pueden tener acceso y busca por medio de herramientas que ya existen en las comunidades o que la fundación Partir con Dignidad puede brindar, crear una red que supla las necesidades de capacitación o acompañamiento que puedan necesitar. Por lo cual no se tomará en cuenta el segmento de la población, que aunque igual de importante y con la misma cantidad de necesidades, si pueda costearse algún tipo de apoyo privado.

De las entrevistas realizadas, se llega a una serie de conclusiones importantes siendo una de las más relevantes el hecho de que las personas que se encuentran a cargo de las personas adultas mayores dedican la mayoría de su tiempo a esta tarea, generando gran cantidad de desgastes emocionales y carencias fundamentales en la vida de estas personas. Es gracias a esto que se busco definir también las características básicas de las personas adultas mayores a su cuidado, para de esta forma también entender cuál es el medio donde se desempeñan y buscar los elementos más apropiados para generar una imagen adecuada.

Anteriormente se especificó que uno de las metodologías utilizadas se denominaba *Personas*, y es por medio de este método que se definieron dos perfiles de usuarios. Estos sintetizan y ejemplifican las características principales y más importantes que las personas a las cuales va dirigido este proyecto tienen. Uno de los perfiles corresponde al paciente adulto mayor (perfil secundario) siendo uno de los beneficiados con la implementación del programa, y aunque no sea el eje principal para tomar en cuenta si es necesario tenerlo presente. Y el segundo perfil corresponde a los cuidadores de las personas adulta mayor (perfil primario), que representan los principales usuario y bajo los cuales es necesario definir las características de la imagen.

Se debe aclarar que los perfiles generados a continuación son ficticios y aunque son creados a partir de características reales (tomadas de la recopilación de datos) no corresponden a una persona real y son simplemente una representación de lo que se podría entender como el público meta de este proyecto.

Estos perfiles son una herramienta a la hora de diseñar que permite entender claramente las necesidades de las personas a las que se dirige el proyecto.

- Doña Marielos (paciente en cuidado paliativo)

Marielos tiene 85 años, al principio cuando era más joven trabajo como profesora en la Escuela de Señoritas pero tiempo después de casada y al tener a sus hijos se quedo trabajando desde el hogar.

Hace 8 meses que le diagnosticaron cáncer en el estómago en etapa terminal, lo cual ha ocasionado que no pueda valerse por sí sola y deba depender de alguien más para su cuidado. Debe de realizar una visita al hospital Blanco Cervantes cada dos meses para realizarse un chequeo, pero también a estado internada tres veces por complicaciones serias. Actualmente no puede comer con facilidad y debe de llevar una dieta rigurosa, también a veces le es difícil caminar y depende del día amanece con mayor movilidad en los brazos.

A pesar de todo, todavía puede realizar alguna de las cosas que siempre le han gustado como ver en la televisión su programa favorito y sentarse en la sala un domingo por la tarde a hablar con la familia.

- Doña Victoria Rodríguez (familiar cuidador)

Doña Vicky como le gusta que le llamen de cariño tiene 56 años y desde hace 1 año que cuida de su mamá Marielos. Al inició solo la cuidaba ocasionalmente 2 veces a la semana, pero ahora que la enfermedad se agravó prácticamente vive con ella (aunque tiene su casa a la par).

Como profesión se ha dedicado al cuidado de otras personas o como empleada doméstica, pero actualmente tuvo que dejar el trabajo ya que además del cuidado de su madre no le queda tiempo disponible; pero esto no es un peso ya que dejó el trabajo sin pensarlo, enfatizando que lo más importante es poder darle todo a su mamá.

Nunca ha recibido capacitación para el cuidado de una personas adulta mayor, pero comenta que *el amor es lo indispensable*. La mayoría de las tareas las ha aprendido cuando van surgiendo y una que otra charla a la que fueron en el hospital al momento del diagnostico de Doña Marielos. Cuando necesita enterarse

de alguna cita o de alguna información importante el hospital la llama directamente o pregunta cuando llega el Doctor a hacer la visita quincenal.

Al no tener un ingreso, tiene que estirar la *platica* lo mas que se pueda pero si se preocupa cuando hay que ir al hospital, porque viviendo tan lejos y sin saber manejar hay que pagar a un taxi y a veces no alcanza.

Al no quedarle mucho tiempo libre casi nunca ve televisión y no se considera muy tecnológica por lo que no usa mucho el celular más que para llamadas o mensajes rápidos. Pero una de las tareas que más le gusta realizar cuando puede es ir a tomarse un cafecito donde su amiga vecina o pasar a ayudar a la iglesia con algún encargo que pueda.

Cuando ya se tienen estas propuestas de perfil se puede proceder al desarrollo de la parte creativa para la imagen del proyecto, ya que según lo definido se pueden buscar los elementos que generen una mayor recepción en este tipo de usuario.

3.2 Creación del nombre del programa

La fundación Partir con Dignidad es la encargada de buscar el desarrollo del Programa Dignidad en nuestro país, pero al inicio de este proyecto este programa no poseía un nombre. Al basarse en una propuesta internacional ya implementada en otros países se valoró la idea de continuar con el mismo nombre que se utiliza en estos lugares que corresponde a: Comunidades Compasivas o New Health Foundation.

Después de la exploración bibliográfica de antecedentes y la exploración de campo con el público meta se encontró que era importante definir un nombre propio para el programa. Esto con el objetivo de crear una diferencia de los demás países, ya que la utilización del mismo nombre podría resultar en el cobro de algún pago por derechos, y también para poder enlazar el programa con la fundación dando un sentido de pertenencia.

Debido a esta necesidad se crearon las propuestas de nombres que buscaran reflejar la intención que se tiene de generar un programa que brinde un apoyo a las familias que se encuentran al cuidado de adultos mayores con cuidados paliativos desde el hogar; así como lograr mejorar la calidad de vida de los adultos mayores. Se buscó que el nombre tuviera relación con los valores de confianza, apoyo, seguridad, paz y con la misión y visión de la fundación. La naturaleza de creación del programa busca generar una red de cuidado tomando a la población como posibles involucrados dentro de la cadena de ayuda y capacitando a las personas para poder llevar a cabo la tarea de cuidado a sus familiares.

A continuación se presentan las propuestas de nombre para el programa y las descripciones que explican el por qué de cada uno y en que se relaciona con los objetivos del programa:

Programa Dignidad

Dignidad es el derecho que tiene cada ser humano, de ser respetado y valorado como ser individual y social, con sus características y condiciones particulares, por el solo hecho de ser persona. Todo adulto mayor merece vivir con calidad su etapa final de vida, y tener a su alrededor una red que lo apoye para completar esta tarea. Este programa se ramifica de la fundación Partir con Dignidad y el nombre logra resaltar esta unión.

Manos dignas

Para este programa se necesitan manos que ayuden, personas que estén dispuestas a donar de su tiempo y de sus fuerzas para lograr mejorar la calidad de vida de las personas adultas mayores en cuidados paliativos.

Red Amor

El amor es el principal motor para los familiares, los cuales dedican su tiempo y fuerzas para cuidar a sus adultos mayores. Este nombre pretende resaltar que es crear una red que permita apoyarse entre sí y que pueda funcionar como enlaces de servicio.

Dar es amor

Dicen que vale más dar que recibir, y muchos familiares cuidadores dan amor, dar tiempo y servicio es lograr apoyar y mejorar la calidad de vida de una

persona. El programa busca enfatizar en dar con alegría y este nombre trata de resaltar esos valores.

Estas cuatro propuestas fueron escogidas después de un proceso de "lluvia de ideas" en donde se delimitó ciertos elementos que era necesario tomar en cuenta para el nombre. Después de enviadas las propuestas a la junta directiva del programa, se definió que el nombre elegido es Programa Dignidad.

Lo valioso de esta propuesta y parte de las razones de su elección es que transmite esperanza, da a entender que por mas que esta etapa sea de gran dificultad y retos para las familias, la vida de un adulto mayor merece de cuidados que reflejen la dignidad de su persona.

También un punto importante es que la propuesta Programa Dignidad permite que se realice una conexión con la fundación Partir con dignidad que es la impulsora y mediadora de este programa. El programa es una rama que esta implementando la fundación como una herramienta para las personas que ya son parte de la misma y para poder brindar mas herramientas a futuros miembros, por lo que separar en dos nombres diferentes era importante, pero dejar un palabra en común hace que no se sienta distante sino parte de lo mismo.

3.3 Recursos para el proceso de diseño

Dentro del proceso creativo se deben de definir una serie de lineamientos que sirvan como guía a la hora de realizar la exploración de ideas que pueden funcionar de la manera mas optima para la propuesta que se esta planteando.

Para el proceso creativo de este proyecto se definió que era necesario crear una imagen que fuera amigable con todos los usuarios a los cuales será proyectado. Debido a estas entrevistas y a al perfil del usuario definido con anterioridad se llego a la conclusión que el publico meta no es solamente personas adultas mayores, sino sus cuidadores los cuales pueden ser mas jóvenes en edad y tienen una capacidad de percepción diferente. La imagen generada también debe de ser clara a la hora de expresar lo que se desea transmitir, ya que el tema de los cuidados paleativos puede ser "delicado" en algunas ocasiones, por lo que crear

una imagen que se presente amigable y confortable puede ser una herramienta que genere conexión con el público y esto permita una mayor interacción con el programa.

A continuación se mostrará el desarrollo de las ideas y el proceso que se planteó para llegar a la imagen final del programa. El mismo se divide en tres diferentes etapas: la etapa inicial que aborda las ideas preliminares y bocetos manuales, la segunda etapa que aborda la digitilización de las ideas y las propuestas del logo y la última etapa que desarrolla la imagen visual final y el proceso de definición de los elementos que la componen.

Cabe mencionar que dentro de todo proceso creativo y de diseño de imagen se debe involucrar un proceso de verificación y aprobación esto con el fin de asegurar que la orientación de la propuesta vaya de la mano con lo planteado anteriormente, por lo que cada etapa pasó por un proceso de validación de la idea, permitiendo de esta forma que se pudiera mejorar y adaptar según las necesidades del usuario.

3.4 Dimensión conceptual e iconográfica

Para este proceso creativo es necesario definir la línea conceptual que funjira como guía, y para esto se debe de partir de la exploración que se llevo a cabo en la etapa inicial con el proceso de investigación. Partir con dignidad busca fomentar el cuidado de adulto mayor con necesidades paleativas por parte de sus familias y busca promover que los barrios se unan a esta necesidad y funcionen como una cadena de apoyo en momento de necesidad.

Por lo que podemos entender que un elemento conceptual importante para el desarrollo de este proyecto es el elemento del cuidado, en donde una o mas personas se comprometen a brindar un servicio de ayuda a otro que lo necesita.

Otro aspecto a considerar relevante es la familia y el adulto mayor como elementos vitales para el funcionamiento de este programa, ya que son los principales "protagonistas". Esta red que se enlaza para dar ayuda debe de ser resaltada dentro de lo vital del programa, y como se plantea el mismo en sus objetivos debe de lograr que las personas sientan esa empatía en poder ayudar a

los demás. Cada uno de estos conceptos puede ser complejo a la hora de ser plasmado gráficamente pero a la vez los mismos brindan mucho material para ir mas allá en la propuesta de diseño.

Para el desarrollo de logo fue necesario definir cual sería la principal iconografía a ser utilizada como elemento principal dentro de la imagen, este entendido como un elemento de identificación para que el usuario pueda relacionar de forma fácil y efectiva la imagen con el programa. Estos elementos iconográficos que se trabajaron para las propuestas de diseño se desarrollaron a partir de ideas relacionadas con diferentes conceptos asociados al adulto mayor, el cuidado y el barrio como red de apoyo.

El primer elemento iconográfico es la paloma, la cual fue tomada de la idea inicial de la fundación Partir con dignidad, la cual es la encargada principal de desarrollar el Programa dignidad. El estar presente en el logo de la fundación "madre", puede lograr que las personas asocien de forma rápida la función del programa y esto puede generar una recepción positiva con el público meta.

Como segundo elemento se propuso el elemento del corazón, este como un ícono asociado con el apoyo y la unidad que se desea transmitir con el programa. El cual va de la mano con el tercer elemento de las manos unidas o las manos levantadas para poder apoyar al que lo necesita. El programa esta fundamentado en una cadena de apoyo mutuo, y funciona unicamente gracias a la participación de las personas que puedan vivir cerca de una persona adulta mayor que tenga cuidados paleativos, por lo que las manos levantadas para ayudar funcionan como un elemento que invita a dar y un elemento que invita a involucrarse dentro del programa.

La ciudad o barrio es el cuarto elemento, este ícono es lo que puede diferenciar al Programa Dignidad de otros programas enfocados en adultos mayores o en cuidados paleativos. Este programa basa sus esfuerzos en involucrar a las comunidades dentro de esta red de apoyo, son estas motor para que camine y pueda de alguna manera llegar a generar un cambio positivo dentro de la calidad de vida de los adultos mayores. Representar el barrio permite representar el lugar

donde se desarrolla el programa y de esta manera poder dejar claro que es necesario que todas las personas que viven ahí se involucren.

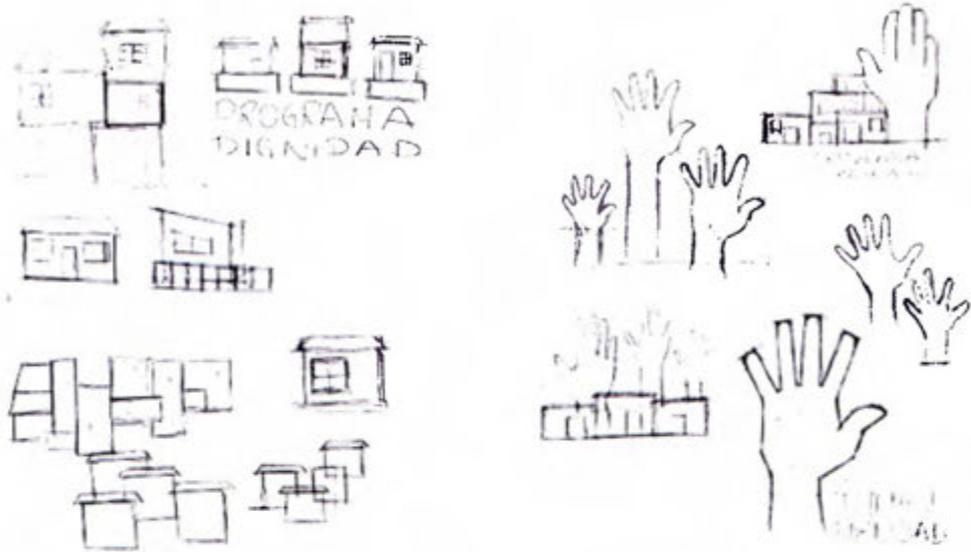
Por último y no menos importante se exploró el adulto mayor como ícono, representar a la persona a la cual va enfocada el programa puede generar empatía con el público a quien va dirigido. Poder desarrollar ideas que se basen en los elementos asociados con el adulto mayor puede comunicar calidez y un mensaje positivo en torno de una situación (cuidados paliativos) que puede ser muy dura para los involucrados en el cuidado.

También se exploró la idea de generar un logo con una iconografía abstracta esto con el objetivo de no limitar el concepto creativo y que de esta manera la cantidad de propuestas fuera mucho más robusta. Los elementos iconográficos basados en la abstracción logran que la tipografía funcione como el eje principal, por lo que se resalta el nombre principal y el público puede captar de forma más clara el nombre del programa.

3.4.1 Bocetos iniciales

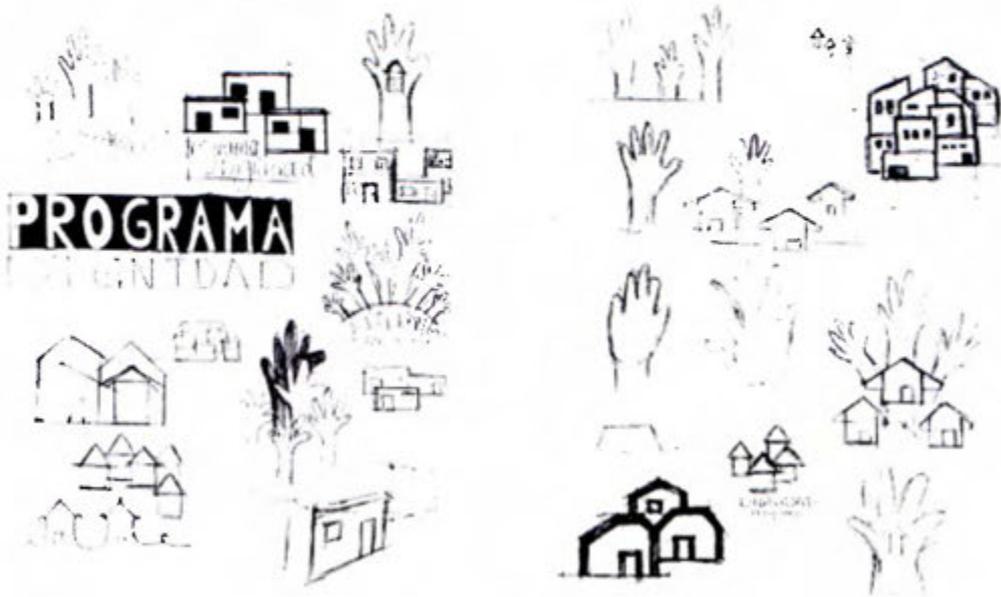
A continuación se presentan los bocetos trabajados de forma manual partiendo de los conceptos antes mencionados, este proceso es un proceso inicial de exploración que trabaja a través de una lluvia de ideas en donde se puede trabajar en diferentes direcciones. Todos los bocetos manuales funcionan como una previsualización de lo que puede ser el logo final, y ayudan a generar ideas sin ningún tipo de bloqueo creativo ya que solo se están generando ideas iniciales.

Figura 3: Bocetos manuales iniciales de conceptos con "comunidad" y "manos levantadas"



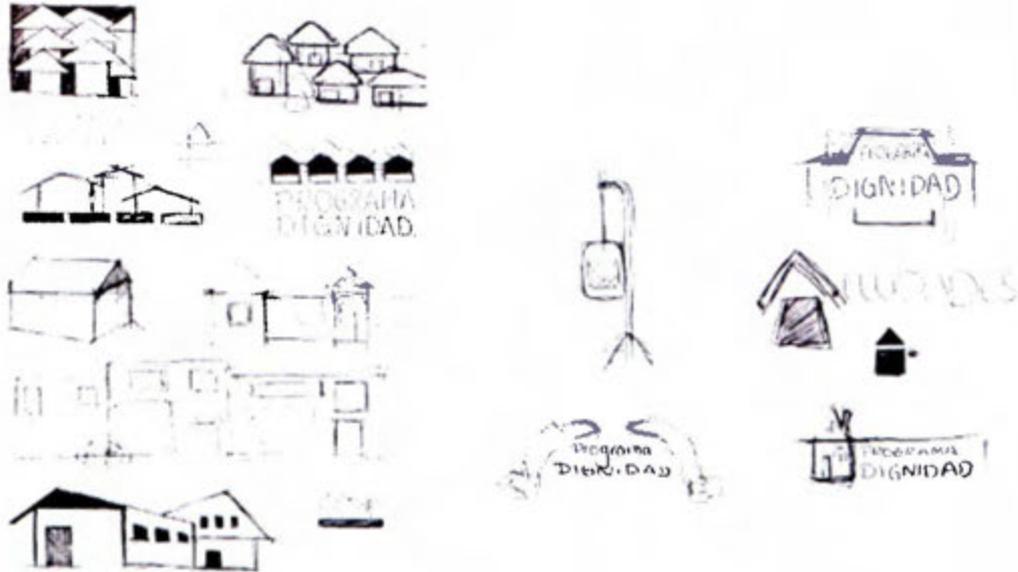
Fuente: Elaboración propia

Figura 4: Bocetos manuales iniciales de conceptos varios



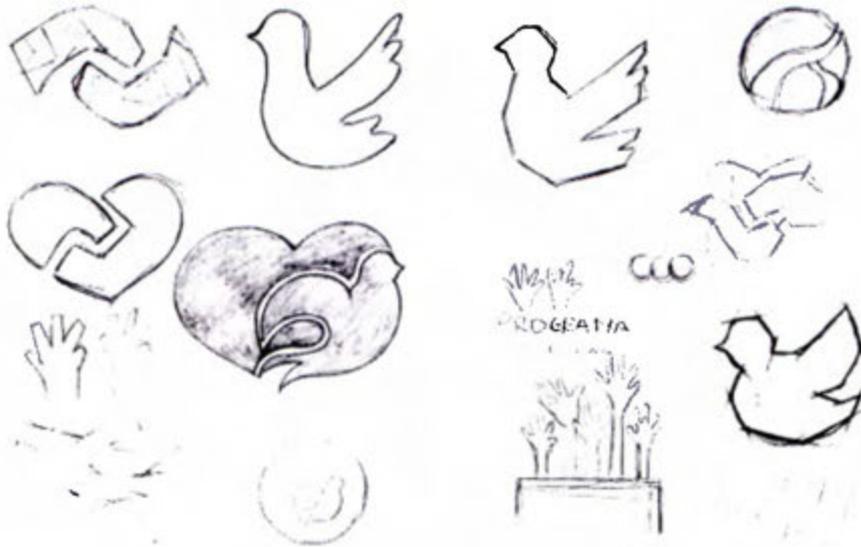
Fuente: Elaboración propia

Figura 5: Bocetos manuales iniciales de conceptos de comunidad, casas, hogar



Fuente: Elaboración propia

Figura 6: Bocetos manuales iniciales de conceptos de comunidad, casas, hogar



Fuente: Elaboración propia

Figura 7: Bocetos manuales iniciales de conceptos de manos, paloma, entre otros



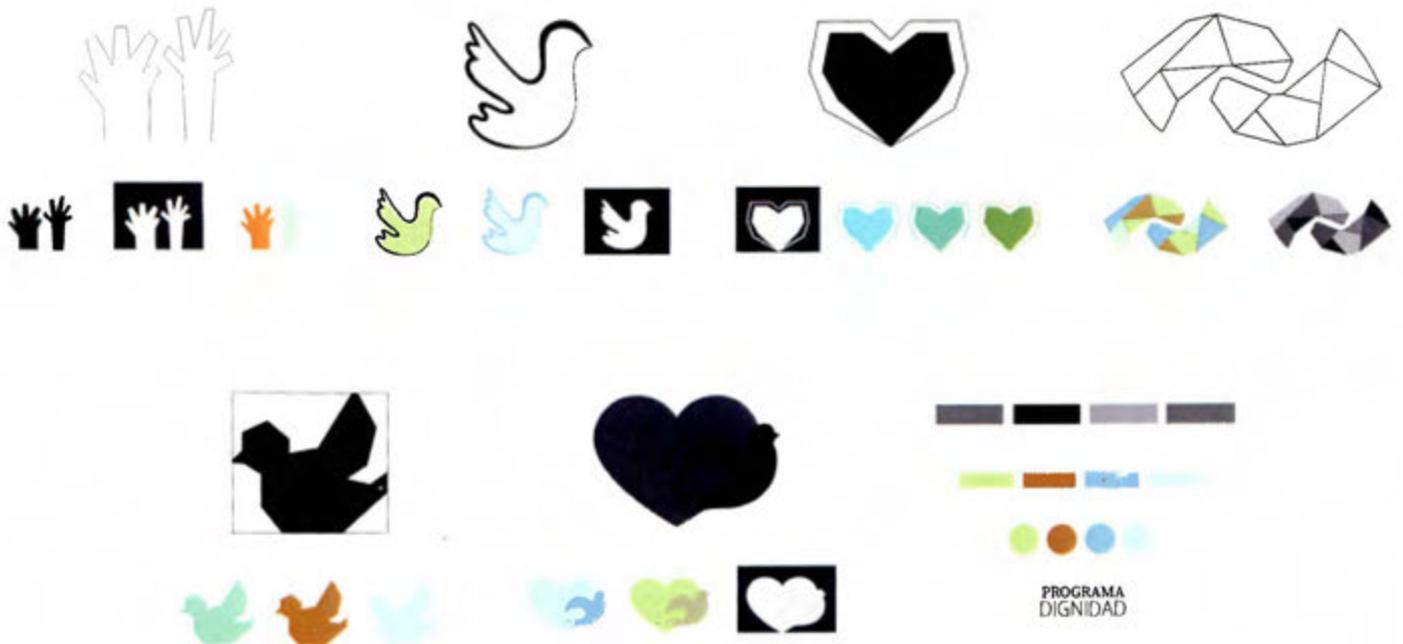
Fuente: Elaboración propia

3.4.2 Bocetos intermedios

En estos bocetos se eligieron los conceptos mas representativos y se desarrollaron digitalmente. El proceso de digitalización del logo, brinda la posibilidad de explorar mas ideas con respecto a tipografía, forma y paleta de color logrando crear variedad pero a la vez unificando las posibilidades del logo final.

Durante este proceso se escogio siete conceptos y a partir de este se desarrollo ícono para que a partir de estos se pudieran desarrollar propuestas a partir de el concepto que se adpatara mejor a los objetivos del programa. A continuación se presentan los bocetos propuestos en blanco y negro y con una posibilidad de paleta de color basada en colores de la fundación Partir con dignidad.

Figura 8: Bocetos intermedios de conceptos: manos, paloma, corazón y abstracto



Fuente: Elaboración propia

3.4.3 Segunda etapa de bocetos intermedios

Se puede ver que el desarrollo de las ideas se va generando con los cambios que se realizan a partir de la verificación de las ideas y del análisis de los mismo. Cada uno de los conceptos: paloma, corazón, ciudad pasó por un proceso de generación y modificación para llegar al logo final que sera utilizado en el Programa Dignidad.

En esta parte de los bocetos se tomaron en cuenta elementos anteriores pero dandole mas enfoque a los conceptos de manos y ciudad (barrio). Esto generó diferentes propuestas a partir de este concepto pero que podrían darle generar mas empatía con el público meta. Es importante resaltar que en todo momento de este proceso fue necesario verificar el resultado con las personas que estan

involucradas en el programa y a su vez tomar en cuenta los perfiles de personas generados anteriormente, esto con el objetivo de que la cercanía que el logo pudiera generar fuera la optima y que a su vez este pudiera realmente transmitir lo que se quiere del programa.

Figura 9: Segunda etapa bocetos intermedios, concepto barrio



Fuente: Elaboración propia

Figura 10: Segunda etapa bocetos intermedios, concepto barrio



Fuente: Elaboración propia

Figura 11: Segunda etapa bocetos intermedios, concepto manos levantadas



Fuente: Elaboración propia

Figura 12: Segunda etapa bocetos intermedios, concepto manos levantadas



Fuente: Elaboración propia

3.4.4 Tercera etapa de bocetos intermedios

En el momento que el diseño paso por la etapa de verificación se valoró la necesidad de que el mismo tuviera elementos mas acordes al adulto mayor, ya que por el momento resultaba algo lejano del público meta. También se mencionó la necesidad de crear una propuesta con los conceptos de barrio y con otros elementos que resultaran mas reconfortantes para el público receptor.

Figura 13: Tercera etapa bocetos intermedios



Fuente: Elaboración propia

3.4.5 Imagetipo final

El diseño del logo esta compuesto por un la imagen de dos adultos mayores enmarcados en una boveda que contiene una sintetización de una ciudad. Estas estilizaciones parte de la idea del programa de unir las necesidades del adulto mayor en cuidados paleativos con los barrios o ciudades donde estos viven.

Previo a escoger los colores finales se realizaron diferentes propuestas de paleta de color para definir que los colores azules fueron los elegidos.

Figura 14: Propuestas de color para el diseño final



Fuente: Elaboración propia

Los colores azules a pesar de ser frios tratan de estar delimitados por el concepto de calidez pero a la vez seriedad, el programa trabaja una situación que viven las familias y que en la mayoría de situaciones representa serias dificultades.

Con este diseño se busca que el mensaje que representa sea esperanzador pero a su vez que transmita paz, tranquilidad y seriedad, conceptos que vienen asociados con esta paleta de color.

Se consideró que incluir el elemento de adulto mayor representado en la estilización asociado al modelo común de representación de esta población, sería más empático con el público meta. Inclusive esta representación transmite conceptos positivos y asocia el logo del programa con el adulto mayor esto como una ventaja ya que el nombre elegido para este programa no transmite necesariamente que posea un enfoque orientado al adulto mayor.

Cuando se pensó en utilizar el concepto de ciudad se partió de elementos que se asociaran con un barrio, pero en el desarrollo de la idea se trató de simplificar al máximo para generar más valor y realce al elemento del adulto mayor. En este logo, el adulto mayor se encuentra en el centro teniendo por detrás la ciudad; representando de esta manera que el adulto mayor es participe dentro de la comunidad donde viva. La ciudad o comunidad se entiende como ese medio donde viven y donde necesitan apoyo, las casas apiladas encima una de otra dan alusión a la idea de "red de cuidado", uno de los enfoques del programa.

Por otra parte, el estilo abovedado presente en la propuesta del logo, simbolizó o se asocia con la idea de horizonte. Ese horizonte al no ser delimitado por una forma cuadrada sino circular da una sensación más acogedora y menos "brusca", permitiendo que las personas que lo vean no relacionen el programa con elementos toscos o incómodos. La calidez de un diseño puede ser transmitida no solo por los colores, sino también por las formas redondeadas y fluidas que se enlazan entre sí, dentro de la propuesta se evidencia que todo está conectado por líneas que se unen y que a su vez tienen sus puntas redondeadas impidiendo elementos que puedan resultar algo violentos a la mirada.

3.5 Manual de marca

A continuación se presenta el manual de marca de la propuesta de diseño de imagen para el Programa Dignidad. Este manual representa una guía de uso correcto para la aplicación del logo.

3.5.1 Área de protección

El area de protección es de vital importancia ya que en muchas ocasiones y debido al uso del logo en diferentes espacios, este puede verse afectado con elementos alrededor que puede generar que la apreciación del mismo no sea la mas optima. Este espacio parte de una unidad de medida propia que se le ha asignado y la cual debera de respetarse en su aplicación. En este caso se utiliza la N de la palabra “dignidad”, esta se coloca acostada y se deja por fuera la serifa de la misma.

Figura 15: Área de protección



Fuente: Elaboración propia

3.5.2 *Tamaño mínimo*

En caso de ser necesario se recomienda que la reducción mínima del imatipo sea de 4.2cm de largo x 2.2cm de ancho. La reducción es de un tamaño mayor a las reducciones que se establecen normalmente, esto con el objetivo no olvidar el publico meta al cual va dirigido, el cual en su mayoría puede presentar problemas de visión que le imposibiliten ver en escalas reducidas.

Figura 16: Tamaño mínimo de reducción



Fuente: Elaboración propia

3.5.3 *Logo a positivo y negativo*

El diseño puede ser utilizado en tintas solidas es decir al blanco o negro al 100%. Esta versión del logo puede aplicarse en momentos donde las aplicaciones así lo ameriten.

Figura 17: Tintas sólidas en positivo y negativo del logo del programa.



Fuente: Elaboración propia

3.5.4 Escala de grises

Cuando sea necesario variar el diseño para ser simplificado de una forma distinta al de tintas sólidas, el mismo puede pasar a escala de grises variando entre los siguientes porcentajes de 40%, 80% y 90% y bajo las siguientes disposiciones del mismo.

Figura 18: Imagotipo del Programa Dignidad a escala de grises



Fuente: Elaboración propia

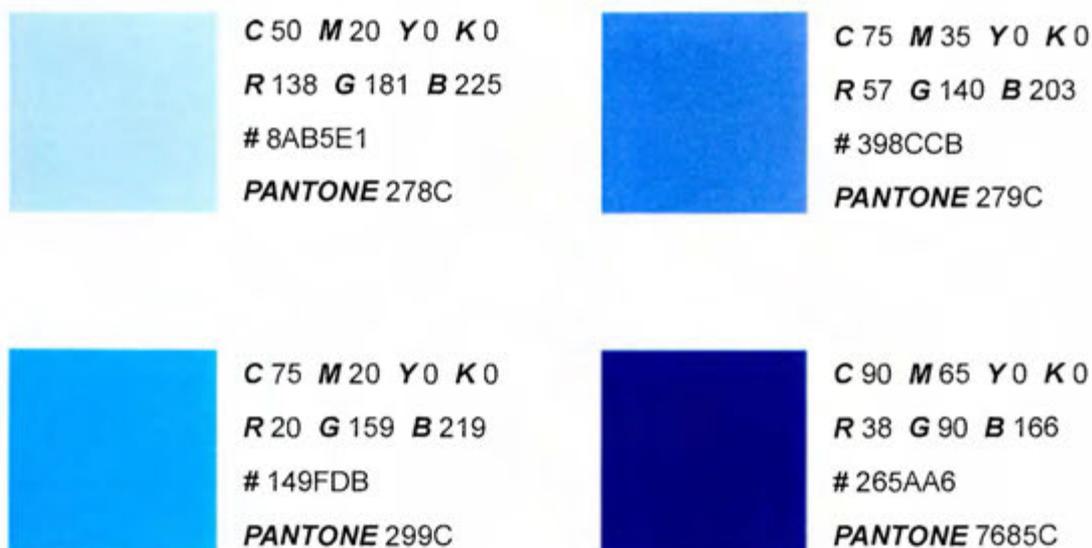
3.5.5 Paleta de color

Cuando el logo pueda o deba de ser utilizado a color se debe respetar la disposición y la paleta que se presenta a continuación. A continuación se muestran los códigos exactos de la paleta tanto para los formatos impresos como digitales.

Con estos colores se pretende dar al logo una connotación de seriedad y compromiso, pero se utilizan en especial los tres primeros tonos de azul que son

más cálidos, para que no se pierda ese concepto que se le quiere dar a la imagen en todo momento.

Figura 19: Paleta de color para el Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

3.5.6 Tipografía

Para el imagotipo se utiliza la tipografía “Colaborate” en la palabra “PROGRAMA” y la tipografía “Source Serif Variable” en la palabra “DIGNIDAD”. Las dos palabras se encuentran en mayúscula para enfatizar la importancia del mismo, y para que en todo momento se transmita un mensaje de formalidad y compromiso. La palabra “dignidad” es de mayor tamaño ya que este es el pilar del programa y el que da énfasis en el valor del adulto mayor, es necesario que el concepto sea el elemento tipográfico de más realce y por eso se eligió una letra con serif permitiendo una mayor legibilidad y una presencia de mayor fuerza.

Figura 20: Tipografía de la palabra PROGRAMA

Aa

Colaborate-Bold Colaborate-Medium
Colaborate-Regular Colaborate-Light
Colaborate-Thin

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !?%&/()=^*"#+{}[]<>/

Fuente: Elaboración propia

Figura 21: Tipografía de la palabra DIGNIDAD

Aa

Source Serif Variable-Black Source Serif Variable-Bold
Source Serif Variable-Semibold Source Serif Variable-Regular
Source Serif Variable-Light Source Serif Variable-ExtraLight

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 ;!?:\$%&/()=^*"#+{}[]<>/

Fuente: Elaboración propia

3.5.7 Reticula

Esta parte de un rectángulo que se dividió para poder colocar los elementos en los espacios los cuales fueron alineados tratando de tomar en cuenta que la imagen de los adultos es el eje central. La palabra dignidad se encuentra enmarcada en un cuadrado más grande del que se encuentra el ícono de la ciudad y los adultos, esto para generar más impacto visual.

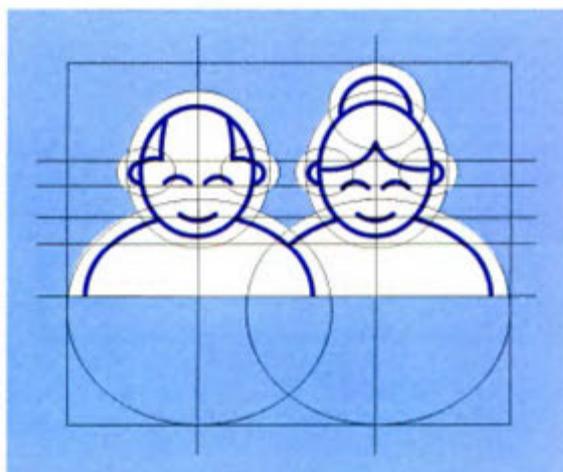
La retícula logra dar un orden generalizado a los elementos, y permite que cada uno tenga una armonía visual. Es necesario ver que la posición de los objetos respeta un orden y es importante mantenerlo.

Figura 22: Reticula primaria del logo del Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

Figura 23: Reticula secundaria de la síntesis de los adultos mayores



Fuente: Elaboración propia

3.5.8 Representaciones secundarias del imagotipo

El imagotipo generado debe de ser utilizado en su totalidad pero de ser necesario puede simplificarse y de esta forma crear otros elementos que sean representativos del programa sin que pierda su valor iconográfico en ningún momento. La estilización del adulto mayor y el uso de la tipografía únicamente puede apoyar a diferentes aplicaciones donde por la reducción o el fondo, sea imposible utilizar el logo completo; en otros casos también se puede eliminar únicamente la tipografía.

Cuando se utiliza únicamente la tipografía como ícono, a este se le agrega cuatro círculos con la paleta de color, esto con el objetivo de dar color y vivacidad a este elemento. Este logo puede ser utilizado en aplicaciones sumamente serias y donde sea necesario reducir la cantidad de elementos que se tienen, permitiendo que en ningún momento se pierda el concepto inicial con que se diseñó.

Cada una de estas versiones debe de ser valorada para ser utilizada, cabe mencionar que el logo completo debe de ser la principal forma de representación. Y estas versiones deben de ser secundarias y utilizadas únicamente en momentos

donde el logo puede perder calidad y mas bien gane valor a la hora de ser presentadas de esta manera.

Figura 24: Representaciones secundarias del imago tipo

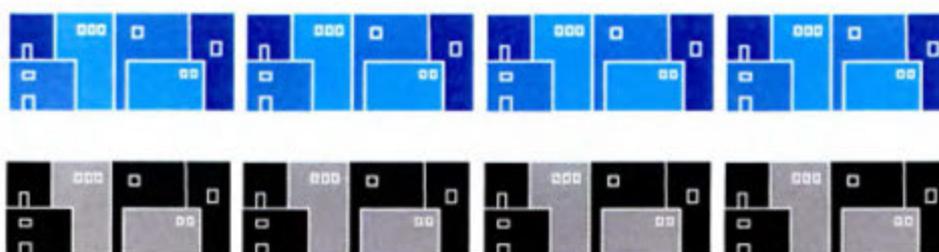


Fuente: Elaboración propia

3.5.9 Leitmotiv

Se generó un elemento que pudiera ser utilizado como gráfico auxiliar para el diseño de diferentes materiales o aplicaciones del logo. Se tomo el elemento de la ciudad como una repetición, todo esto dando como resultado la formación de franjas y patrones que puede ser utilizados en diferentes aplicaciones graficas para uso del programa.

Figura 25: Leitmotiv a color y escala de grises



Fuente: Elaboración propia

Entre cada rectángulo formado por las casas, es necesario dejar un espacio de respeto, esto logrará darle un espacio visual que a la hora de la repetición formará una especie de mosaico visual de todas las imágenes. El leitmotiv puede ser utilizado a color o en escala de grises del 40% y 90%.

3.5.10 Usos incorrectos

La forma, paleta de color, estructura y disposición del imagotipo del Programa Dignidad deben de ser respetadas en todo momento por lo que a continuación se presentan algunos usos incorrectos. Es importante, como se dijo anteriormente, tener el cuidado necesario también a la hora de cuidar el espacio de respeto y también la reducción del mismo.

Figura 26: Usos incorrectos del logotipo del Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

3.6 Propuesta de material gráfico y aplicaciones

Teniendo el logo para el Programa Dignidad definido, se diseñaron una serie de aplicaciones y material gráfico que se consideraron de mayor utilidad para el programa. Las mismas sirven para identificar y relacionar la imagen dentro del entorno o medio en que participará.

Estas generan un alcance y conexión con el público meta, siendo este el que las utilice y permita de esta forma que otros también conozcan el programa. Gracias a estos elementos el programa toma una fuerza visual que puede ser un aspecto positivo a la hora de proyectarse y que puede generar un mayor impacto en la transmisión de su mensaje.

A partir del anexo 6.2 en adelante se pueden ver las propuestas de aplicación y la descripción asociada a las mismas.

4 Capítulo Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

En la actualidad Costa Rica posee una realidad en torno al adulto mayor que presenta una serie de retos. La población mayor de este país va en aumento y la cantidad de adultos que tendremos en los próximos años representara cambios significativos para el país.

La visión del Programa Dignidad presenta un apoyo ante esta realidad, la creación de un programa que fomente y a la vez brinde apoyo a familias que se encuentran cuidando adultos mayores en su etapa terminal desde el hogar, crea una red que no solo beneficia a unos cuantos sino que trae consigo una mejora considerable al país. Los hospitales en este momento se encuentran saturados y en muchas ocasiones son incapaces de brindar al adulto mayor en cuidados paliativos, una estancia digna la cual merecen.

Es bien sabido que la creación de un programa como este, es una iniciativa que trae muchos beneficios pero a la vez puede representar una serie de retos. La fundación Partir con Dignidad proponé su creación a partir de un programa que ya se aplica en el extranjero, y buscan traer al país esta idea bajo el nombre del Programa Dignidad. Pero a pesar de tener todo lo necesario en la formación del programa, no tener una imagen que lo represente puede influir en que su difusión no tenga el alcance que se propone.

Este proyecto es una respuesta a esa necesidad, la creación de una imagen visual para el Programa Dignidad impera como una herramienta necesaria para la proyección del mismo. Todo el proceso de desarrollo de la imagen estuvo centrado en cumplir con la necesidad primaria de dar un nombre y rostro a una idea que ya estaba planteada pero no tenia representación. Y creo que el poder decir que el programa ya tiene un diseño que sea utilizable para dar a conocerse es el primer paso para abrir muchas nuevas oportunidades y grandes mejoras para la población adulta mayor.

Una de las mayores ventajas a lo largo de todo este proyecto fue poder contar con la participación del Dr. Ernesto Picado, el cual fue el principal canal de

comunicación con la junta directiva de la fundación. El tener al doctor presente dentro del proyecto no solo fue una ventaja a la hora de poder tener claro los objetivos y alcances que el programa tiene, sino que también fue una fuente de verificación de resultados que permitió que la imagen del programa siempre estuviera pensada en pro de las personas a quienes va dirigido.

La construcción de la imagen gráfica para el programa en todo momento buscó responder a una necesidad de un público que puede ser muy variado, pero el poder definir las características que definen en generalidad a las personas que se encuentran en esta situación permitió que el logo no se alejara de cumplir con los objetivos planteados por el programa.

Como se mencionó anteriormente el proyecto en todo momento fue pensado y analizado desde el punto de vista del usuario, realizando una exploración bibliográfica y de campo que brindo las herramientas necesarias para el desarrollo del proyecto.

Uno de los mayores retos del proyecto fue poder conocer la realidad de las familias que viven cuidando a adultos mayores en etapa paleativa, ya que al ser un tema tan sensible no todas están abiertas a dejarse conocer o responder a entrevistas. Junto con el doctor nos dimos a la tarea de buscar familias que quisieran participar y solo se obtuvo la respuesta de una, pero esta fue de gran ayuda al generar una visión de lo que viven y de lo que esperan del programa.

También el haber vivido una realidad familiar en donde tres de mis abuelos paternos y maternos pasaron por un proceso de esta índole permitió poder entender más a profundidad y conocer que esta realidad necesita de un programa como este para brindar una partida digna a todos los adultos mayores y sus familias que se encuentran pasando por este proceso.

No fue fácil poder diseñar una imagen que no resultara distante ante las necesidades de las personas a las que se enfoca el programa, y es por esto que la oportunidad de realizar la entrevista y tener conocimiento personal de este tipo de realidad brindo la información necesaria para que el proceso de desarrollo del proyecto en todo momento fuera empático y cercano. Gracias a esta búsqueda y análisis los conceptos como compasión, calidez, red de apoyo, entre otros fueron

ejes que guiaron el diseño del logo y que a su vez permitieron que la imagen pudiera brindar un mensaje positivo y esperanzador dentro de una realidad que puede llegar a ser todo lo contrario.

El Programa Dignidad parte de una fundación sin fines de lucro, y que funciona gracias al apoyo de muchos voluntarios que buscan brindar una mejor calidad de vida al adulto mayor. Por esta razón la creación de un manual de marca que guíe el uso de la imagen permitiera que esta pueda ser utilizada con facilidad.

Al concluir este proyecto una de las grandes ganancias personales fue haber podido aprender de lo necesarios que somos todos para formar parte de un proceso de mejora en la sociedad. El Programa Dignidad busca que todos como comunidad nos unamos como una red de apoyo para una familia que lo necesite, y el poder entender que cada uno podemos ser parte de ese cambio positivo es fundamental para la vida.

La creación de una imagen gráfica para un programa como este, va mas allá de una proyección sencilla, sino que esta inmerso en un cambio y mejora que influye en todos los ambitos. El haber podido ser parte de este proyecto me hace sentir privilegiada, y espero que lo que se diseño pueda aportar a un cambio que ya se esta comenzando a forjar, de la mano con todas las personas que trabajan por crear herramientas que incentiven la vida digna del adulto mayor.

4.2 Recomendaciones

El manual de marca es una guía para la utilización de la imagen gráfica generada, y es de gran importancia si no se cuenta con una persona calificada que pueda diseñar todo lo necesario en torno al programa. Si se generará alguna duda en torno al manual, es de suma importancia que estas puedan ser evacuadas con una persona que tenga el conocimiento para que en todo momento la imagen sigan proyectando de la mejor manera el objetivo por el cual se generó.

Se propone iniciar la proyección del programa por medio de dos medios de fácil acceso y de bajo costo: las redes sociales y el material impreso básico. Las redes sociales brindan a la fundación un medio que no requiere necesariamente una inversión económica y puede llegar a gran parte de la población del país.

Mientras que el material impreso como brochure o guías pequeñas las cuales pueden ser repartidas en visitas a comunidades o en diferentes puntos de hospitales, aunque si requieren una inversión económica esta no debe de ser tan elevada y puede ayudar a llegar a personas que se encuentran viviendo esta situación y que por algun motivo no tienen un acceso a internet o a redes sociales. Cabe recordar que muchas cuidadoras centran sus esfuerzos en el adulto que estan cuidando, y este material puede llegar a sus manos por medio de los doctores y voluntarios que lleguen a apoyar la tarea por lo que puede ser un medio de difusión que complemente y logre que toda la población se vea involucrada.

Se recomienda buscar una persona que pueda brindar apoyo al programa en los aspectos de diseño futuros (creación de otras aplicaciones, manejo de redes sociales, entre otros) pero que pueda colaborar de forma voluntaria o mediante la presentación de estas necesidades a universidades que requieran desarrollar proyectos de bien social o de graduación como este.

El punto anterior con el objetivo de que programa pueda generar material gráfico necesario pero entendiendo que este no tiene el financiamiento necesario actualmente para contratar a una persona. Si en un futuro se posee la capacidad de poder tener a una persona contratada, esto sería recomendable para que tanto el programa como la fundación puedan tener una mayor proyección a nivel nacional.

5 Referencias bibliográficas

- Aguirre, J. (2012). *Campaña Publicitaria una estrategia para dar a conocer el programa del adulto mayor a la población de la cabecera de Suchitepequez*. Tesis para optar por el grado de licenciatura en Mercadotecnista, Universidad Rafael Landívar.
- Bermúdez, M. (2016) *Costa Rica lidera carrera por esperanza de vida de 80 años en América Latina*. GobiernoCR. Recuperado el 12 de abril, de: <http://gobierno.cr/costa-rica-lidera-carrera-por-esperanza-de-vida-de-80-anos-en-america-latina/>
- Bosque, D. (2015). Red de cuido busca hogares adoptivos para ancianos. *La Nación*. Recuperado el 12 de abril, de: http://www.nacion.com/nacional/Red-Cuido-hogares-adoptivos-ancianos_0_1486651393.html
- Bosque, D. (2015). 250 adultos mayores son abandonados cada año. *La Nación*. Recuperado el 12 de abril, de: http://www.nacion.com/nacional/adultos-mayores-abandonados-ano_0_1486651384.html
- Caballero, A., Arroyo M., González Y. (2002). Educación a Familiares Sobre el Manejo del Adulto Mayor Dependiente. *Revista Cubana de Enfermería*, 18(1), p.43-39
- Canadian Medical Association or its licensors. (1997). Caring for elderly people at home: the consequences to caregivers. Vol. 157, n.8. Canadá. Recuperado el 18 de julio, de: <http://www.cmaj.ca/content/157/8/1101.full.pdf+html>
- Canales, K., Cordero, D., y Salas, S. (2015). *Propuesta de material gráfico para la Unidad de Cuidados Paliativos del Hospital Nacional Dr. Raúl Blanco Cervantes*. Memoria del Seminario de Graduación por el grado de Licenciatura en Artes Plásticas con énfasis en Diseño Gráfico.
- Cerdas, L., Loria, A. (2012). *Cuidadores(as) familiares primarios(as) de adultos mayores: sus implicaciones y efectos en la vida de quienes asumen esta labor*. Tesis para optar al grado de Licenciatura en Psicología, Universidad de Costa Rica.

- CONAPAM. (2011). *Política Nacional de envejecimiento y vejez*. Primera edición, San José. Recuperado el 10 abril, de: http://fiapam.org/wp-content/uploads/2014/02/Prestaciones_PolNac_EnvVejez2011-2021.pdf
- CONAPAM. (s.f). *Programa de Ciudades Amigables con las Personas Adultas Mayores*. Recuperado el 9 de abril, de: <http://www.conapam.go.cr/mantenimiento/BROCHURE%20CIUDADES%20AMIGABLES.pdf>
- Cooper, A. (2003). *The Origin of Personas*. Recuperado de https://www.cooper.com/journal/2008/05/the_origin_of_personas
- Espinosa, A. (2006). *Cuidados Paliativos a enfermos adultos terminales en la atención primaria de salud*. Tesis para optar por el grado de Doctor en Ciencias Médicas, Instituto Superior de Ciencias Médicas Villa Clara.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Interamericana Editores, S.A.
- Ley N° 7935 (1999). *Ley Integral para la Persona Adulta Mayor*. Costa Rica.
- López, M; Orueta, S; Gómez-Caro, S; Sánchez, A; Carmona, M; Alonso, F. (2009). El rol de Cuidador de personas dependientes y sus repercusiones sobre su Calidad de Vida y su Salud. *Revista Clínica Médica Familiar*, 2(7), p.332-339.
- López Jara, Y (2006) *Diagnóstico de la imagen corporativa como factor de cambio en el proceso de desarrollo organizacional. Caso: Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León*. Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana. D.F, México.
- Mon Corbelle, A. (2015). *Cuidados paliativos en personas mayores y el proceso de duelo en cuidadores y familiares*. Trabajo final de graduación para optar por el título de Máster Interuniversitario en Gerontología en la especialidad de Gerontología Clínica, Universidade da Coruña.
- Munari, B. (1983). *Como nacen los objetos*. Barcelona: Gustavo Gil.
- Pinto, M; Barrera, L; Sánchez B. (2005). Reflexiones sobre el cuidado a partir del programa "Cuidando a los cuidadores". *Aquichan*, 5(1). Recuperado de <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/66/137>

- Porras-Díaz, K. (2017). 800 adultos mayores fueron abandonados en 2016. *Radio Monumental*. Recuperado el 18 de julio, de: <http://www.monumental.co.cr/2017/01/05/800-adultos-mayores-fueron-abandonados-en-2016/>
- Quesada, S. (2015). *Diseño de la identidad visual del Centro Educativo Naranja Bilingüe*. Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Diseño Gráfico, Universidad de Costa Rica.
- Salas, V. (2015). "*Ser activo es felicidad, compártela con nosotros*". Campaña Publicitaria enfocada en publicidad exterior para el centro Diurno del Adulto Mayor en Belén. Proyecto Final de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Artes Plásticas con énfasis en Diseño Gráfico, Universidad de Costa Rica.
- Subiela Hernández, B. (2013). El papel simbólico de la tipografía en el diseño de logotipos: el caso de Audi. *Sphera Publica*, 13, vol. I, 28-56.
- Valverde, J. (2015). En Costa Rica hay más de 200 adultos mayores abandonados en centros médicos. *Teletica*. Recuperado el día 14 de abril, de: <http://www.teletica.com/noticias/110789-En-Costa-Rica-hay-mas-de-200-adultos-mayores-abandonados-en-centros-medicos.note.aspx>

6 Anexos

6.1 Propuesta de material gráfico y aplicaciones

Teniendo el logo para el Programa Dignidad definido, se diseñaron las siguientes aplicaciones que se consideraron de mayor utilidad para el programa.

6.1.1 Brochure explicativo

Esta aplicación pretende ser una guía rápida para que las personas puedan conocer un poco más del programa. El tipo de impresión a utilizar puede ser digital u offset dependiendo de la cantidad de unidades que sean necesarias.

Figura 27: Brochure explicativo del Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

Figura 28: Prevista de brochure explicativo del Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

6.1.2 Folder

El folder o carpeta contiene el logo completo como elemento principal y el texto explicativo para el programa, también contiene el leimotiv como elemento decorativo que logra enmarcar el diseño.

Figura 29: Prevista de folder para Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

6.1.3 Lapicero

Esta aplicación puede ser muy funcional a la hora de presentar al programa y que se tenga acceso a un elemento que se pueda entregar y que las personas tengan por un largo período. En este caso se utiliza la aplicación del logo únicamente en tipografía esto producto de que la reducción mínima es la presentada anteriormente, y se debe utilizar esta presentación para que se pueda entender a pesar de reducirse a un tamaño menor.

Figura 30: Lapicero con diseño para Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

6.1.4 Tarjeta de presentación

La tarjeta de presentación puede ser impresa de forma digital u offset y tiene la funcionalidad de poder dar al público un elemento que permita que soliciten mas información, además es una herramienta para el colaborador del programa.

Figura 31: Lapicero con diseño para Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

6.1.5 Carné de funcionario

El carnet de funcionario puede variar según la forma del carnet que se pueda adquirir, pero lo importante es que su diseño es simple y tiene por elemento principal el logo del programa esto con el objetivo de ser identificado con facilidad. El nombre del funcionario se coloca con la tipografía en bold para que sea legible de una distancia considerable.

Figura 32: Carné de funcionario del programa



Fuente: Elaboración propia

6.1.6 Libreta de apuntes

La aplicación pensada como una libreta de apuntes también puede ser utilizada por colaboradores del programa o para difundir. El diseño de nuevo posee como element principal el logo del programa y utiliza el leimotiv como demarcador para crear un marco repetitivo. Esta libreta puede ser impresa del tamaño que se necesite y en el material que se adapte mejor en costo y calidad.

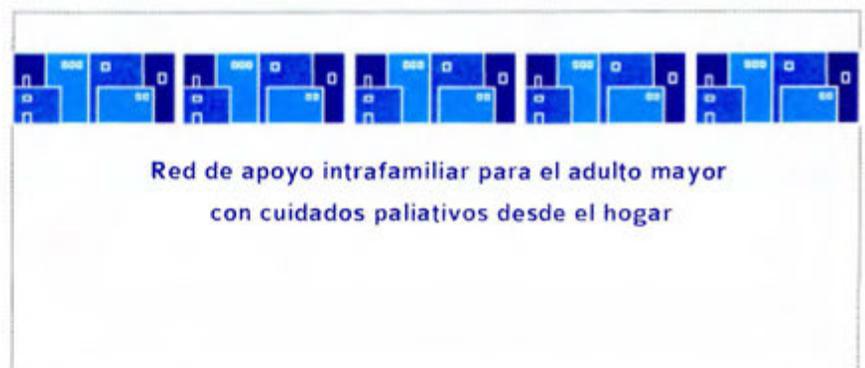
Figura 33: Libreta para el Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

6.1.7 Fotografía perfil redes sociales y portada en redes sociales

Figura 34: Aplicaciones para redes sociales Programa Dignidad



Fuente: Elaboración propia

6.2 Machote para entrevista estructurada y abierta, realizada a público meta

Universidad de Costa Rica. Escuela de Artes Plásticas

Proyecto de graduación para optar por el título de Licenciatura en Diseño Gráfico

Le solicitamos el favor de responder a las preguntas a continuación, las cuales forman parte de una investigación de campo.

Edad _____

Sexo _____

Estado Civil _____

Ocupación _____

Nivel educativo _____

Lugar de residencia _____

Parentesco con la persona Adulta Mayor _____

Preguntas.

1. Puede comentarme un día normal para usted cuando no se encuentra cuidando a _____?
2. Puede comentarme o contarme un poco de un día cuando es necesario cuidar a _____?
3. Cómo ha sido para usted la experiencia de tener que estar al cuidado de un A.M?

4. Cree que es un reto cuidar a una persona adulta mayor sin recibir capacitación? usted ha recibido algún tipo de capacitación?
5. Ha asistido a algún curso para capacitación?
6. Cuáles son las mayores necesidades para usted como cuidador? que cree que podría ayudar con la tarea que se encuentra realizando?
7. Qué conocimientos o información básica considera necesario que una persona que esta cuidado a un A.M debe de tener?
8. Cuando usted se le dificulta cuidar a la persona A.M, generalmente que sucedería? como podría manejar esta situación?
9. Generalmente en su tiempo libre que es lo que más le gusta hacer?
10. De que formas usted se ha capacitado para poder cuidar a la persona A.M?
11. Qué tipo de apoyo a recibido del Hospital Dr. Blanco Cervantes o de alguna otra fundación con respecto al cuidado de la persona A.M?
12. Qué tanta relación y apoyo tiene con los vecinos al respecto de la situación con la persona A.M?