

2023 - 2
PADCV

ABRAZANDO la vida

Asesora

Anita Gutiérrez R.

Lina Salcedo

Diseño de Comunicación Visual
Énfasis *Marca Corporativa* y complementaria
en *Mercadeo*



TEMA

Afrontamiento del
diagnóstico de cáncer de
mama y del tratamiento.

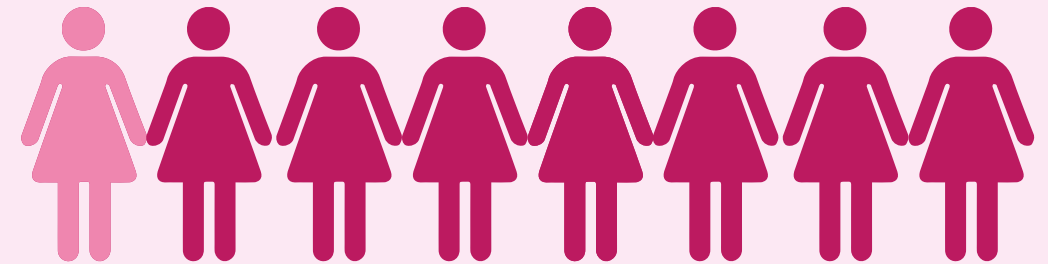


JUSTIFICACIÓN

El cáncer de mama es la primera causa de muerte por cáncer entre las mujeres colombianas. Según (OMS) en su página de **GLOBOCAN** para el año 2020, el cáncer de mama ocupó el primer lugar en incidencia y mortalidad. Cada año se detectan.



aproximadamente 1 de cada 8 mujeres



Padecerá de cáncer de mama

En el 2021, el 57,5% de los casos nuevos reportados estadificados, se diagnosticaron en etapa tardía

90%

Es la probabilidad de supervivencia, cuando la enfermedad se detecta de forma temprana.

PROBLEMÁTICA



El diagnóstico del cáncer desencadena un impacto emocional, psicológico y físico, y afecta diferentes ámbitos de la vida de las mujeres.



Hay casos en la fundación donde se desconoce de la enfermedad, los efectos, tratamientos, síntomas, desafíos, etc.





**¿Cómo apoyar al proceso de
enfrentamiento del diagnóstico de
cáncer de mama en mujeres de
la Fundación Abrazos del Alma?**

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una estrategia de comunicación por medio del diseño participativo para ayudar al proceso de afrontamiento del diagnóstico de cáncer de mama y del tratamiento en mujeres que pertenecen a la Fundación Abrazos del Alma.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Conocer a profundidad las experiencias de vida e identificar las emociones de las mujeres diagnosticadas con cáncer de mama.

Analizar los mejores canales de comunicación y las herramientas más adecuadas para llegarles a estas mujeres.

Diseñar una herramienta de comunicación visual que ayude emocionalmente en el proceso de aceptación y el tratamiento del cáncer de mama.

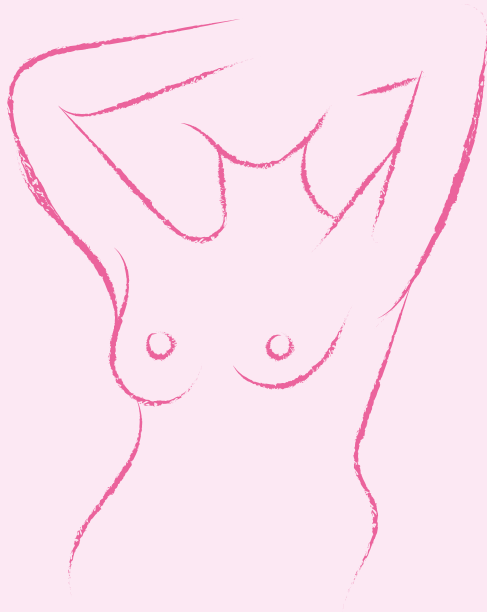
MARCO DE REFERENCIA



Cáncer de mama:

El cáncer de mama es el tipo de cáncer más común, con más de 2,2 millones de casos en 2020. Es la principal causa de mortalidad en las mujeres.

(OMS,2023)



Impacto emocional:

Los cambios físicos y emocionales, la gravedad de los síntomas, la frecuencia de las hospitalizaciones genera un impacto a nivel psicológico en el afrontamiento de la enfermedad.

Arbeláez, D. (2015)



Diseño participativo:

Es el proceso de diseño que involucra a los usuarios de un producto, servicio u organización como protagonistas del mismo, así los resultados generen mayor efectividad.

Pontificia Universidad
Católica de Chile



Afrontamiento:

Los recursos con que dispone el sujeto para afrontar una situación amenazante son, salud y energía física, recursos materiales, creencias positivas.

Moreno et al. (2017):

Tono de comunicación:

El diseño dentro del área de la salud está orientadas a concientizar y prevenir. A través de mensajes de busca un cambio de hábitos, la realización de controles y estudios de diagnóstico, vacunaciones, etc.

(Rozenbaum, 2022)



ALIADO



Programa de acompañamiento y detección temprana del cáncer de mama e infantil. Manejan dos programas, uno **concientización**, enseñanza y **acompañamiento** a mujeres diagnosticada.

Mujeres diagnosticadas con cáncer de mama que hacen parte de la Fundación Abrazos del Alma.

mujeres
45^a 65

USUARIO

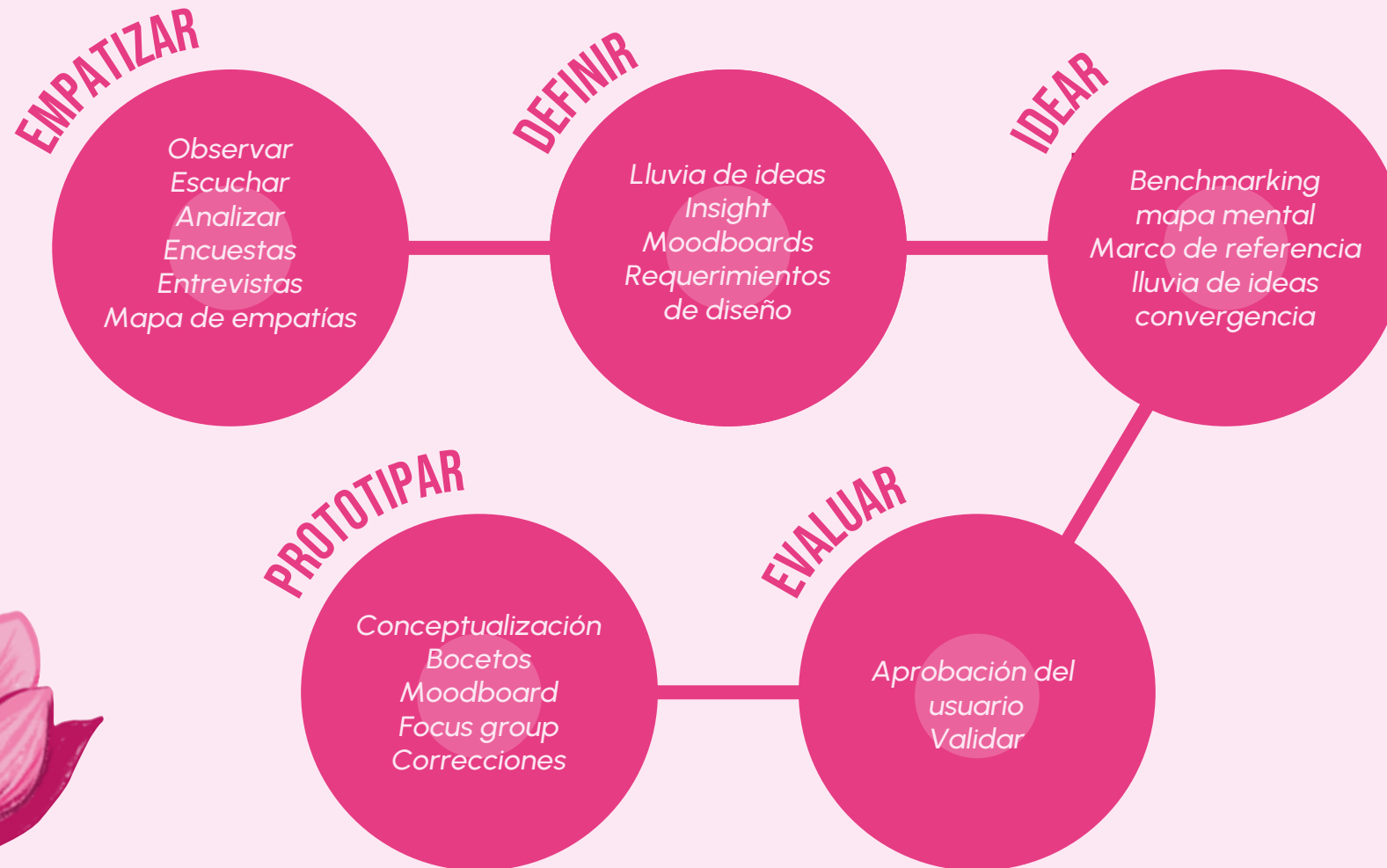
etapas
de cáncer
2 3 4

en Cali
• estratos de 1 a 3

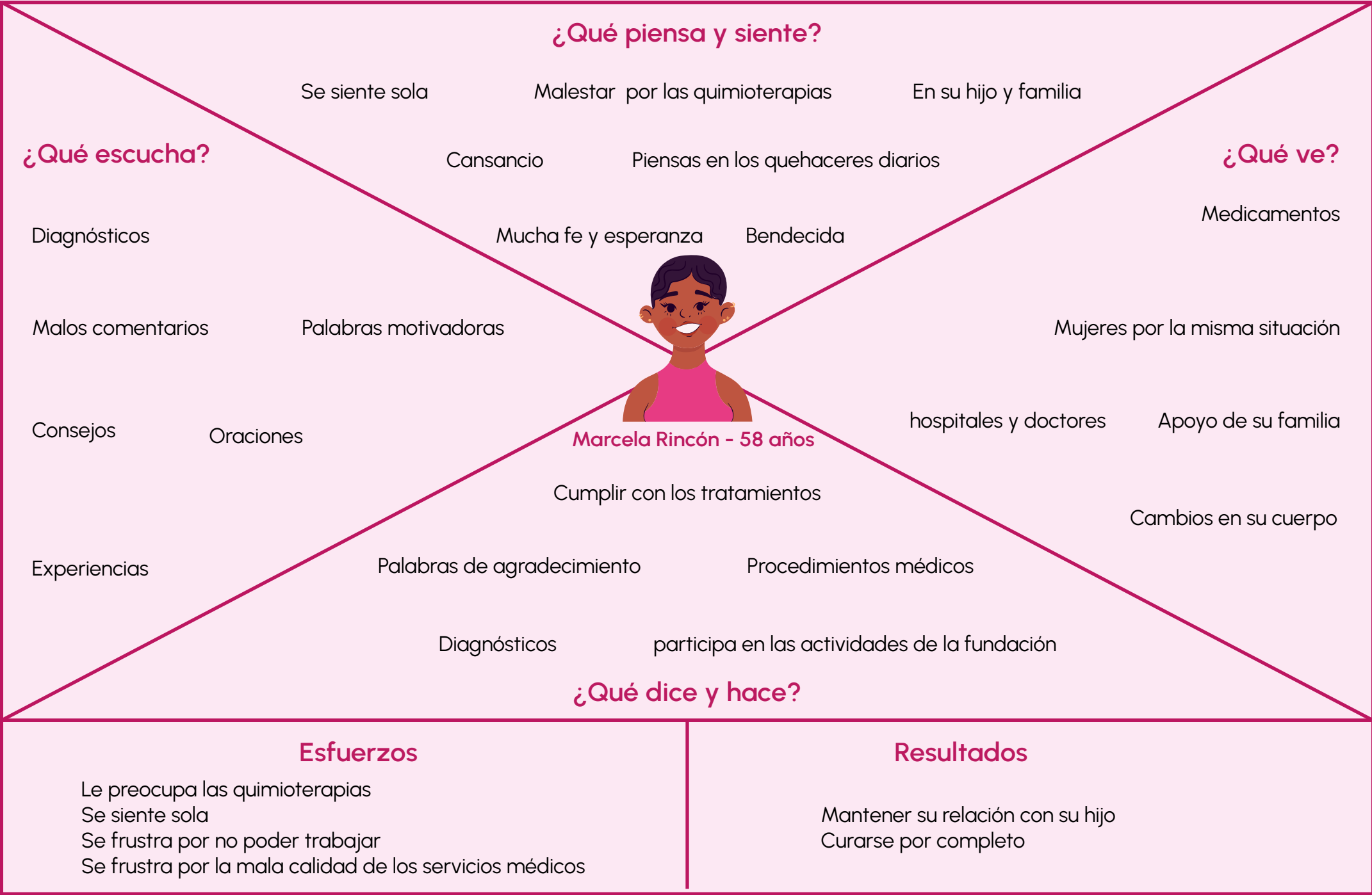


METODOLOGÍA Y HERRAMIENTAS

design thinking



MAPA DE EMPATÍA



ENTREVISTA ALIADO

Fundación Abrazos del Alma
Johana Manzano - Directora
insight de la entrevista

Escuchar la experiencia de vida de mujeres que ya han pasado por esa misma situación, les da fortaleza.

El cáncer no es el único problema que enfrentan las mujeres.

Se dejan influenciar por mitos sin antes consultarlo con un profesional.

El tono de comunicación debe ser sencillo de comprender y conciso.

Quieren ser escuchadas.

Desconocimiento en el momento que se hace el diagnóstico.

Hay actividades que les ayuda a olvidar por un momento lo que están pasando.

ENTREVISTA ALIADO

Fundación Abrazos del Alma

Rosalba Pérez - Paciente de la fundación

insight de la entrevista

El sistema y los servicios de salud del país es ineficiente, la falta de conocimiento de las mujeres sobre el cáncer de mama lleva a no exigir sus derechos y sus debidos procedimientos.

Conocer otras historias de vida de mujeres, le permite ser más empática, entendiendo que su caso no es el único y que como ella hay más mujeres enfrentando a la enfermedad cada día ante cualquier situación y esto la llena de fortaleza para seguir luchando.



BENCHMARKING

Sectorial

- Claridad comunicativa
- Ayuda emocional
- Construcción conjunta con actores involucrados
- Canales



Fundación
Avon

15/20

Es una fundación privada que apoya a las mujeres, trabajan en función a generar conciencia sobre la importancia de la detección temprana del cáncer de mama.



Fundación
Amese

19/20

Amese es una asociación que apoya a mujeres con enfermedades del seno, creada hace 15 años.



Hilos de
fuerza

17/20

Hilos de fuerza, es una campaña de la marca finesse que tiene un compromiso con el cuidado de la mujer en proceso de recuperación del cáncer de mama.

BENCHMARKING

No sectorial

- Claridad comunicativa
- Ayuda emocional
- Construcción conjunta con actores involucrados
- Canales



Fiinesse

16/20

Esta marca de alpina ofrece productos lácteos bajos en grasa, deliciosos y perfectos para cuidarte.



Somos
estupendas

18/20

Somos estupendas es una plataforma de salud mental y bienestar.



"Better for it"
Nike

16/20

Esta campaña publicitaria de Nike busca inspirar a las mujeres.

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

FUNCIONAL-OPERATIVO

El usuario debe ver el producto como útil y funcional.

La herramienta debe ser motivadora y de apoyo.

La herramienta debe desmentir mitos.

ESTÉTICO-COMUNICATIVO.

El usuario debe entender fácilmente la información dada.

Debe captar y mantener la atención del usuario.

TECNO-PRODUCTIVO.

Las mujeres de la fundación deben participar en el desarrollo de producto.

Producto interactivo que le permita generar experiencias.

CONCLUSIONES



El desconocimiento de la enfermedad genera mayor incidencia, esto lo ha demostrado la OMS, que indica que el cáncer de mama es más común en los países de ingresos bajos debido a la falta de información y a la mala gestión de salud.



El mensaje es clave en la parte de comunicación, debe ser motivador, coherente y claro para poder generar un impacto positivo en su audiencia.



Afrontar el diagnóstico del cáncer de mama es un proceso que requiere de compromiso, tiempo, comprensión, motivación e información.



El diseño de una herramienta de apoyo permitirá a las mujeres a comprender y entender mejor cuál es su diagnóstico, y los cambios que está por atravesar.

PROPUESTA



REFERENTES

La teoría del estrés de Richard S. Lazarus. (2019, 22 marzo). <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-estres-lazarus>

World Health Organization: WHO. (2023). Cáncer de mama. www.who.int.
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/breast-cancer#:~:text=El%20c%C3%A1ncer%20de%20mama%20es,de%20mortalidad%20en%20las%20mujeres.>

Cáncer de mama. (s. f.). <https://www.roche.com.co/es/informacion-sobre-salud/biotecnologia-/oncologia/CancerDeMama.html>

<https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Deteccion-temprana-del-cancer-de-mama.aspx>

Arbeláez, D. (2015). creencias, conocimiento y emociones en mujeres con cáncer de mama a partir del diagnóstico y la aplicación de quimioterapia. Cali, Colombia.

Breastcancer.org.Donar

Estresadmin, & Estresadmin. (2022). ¿Qué es el afrontamiento? SEAS. <https://ansiedadystres.org/que-es-el-afrontamiento/>

<https://ar.pinterest.com/pin/32369691049829666/>

Cáncer de mama. (s. f.). <https://www.roche.com.co/es/informacion-sobre-salud/biotecnologia-/oncologia/CancerDeMama.html>

A decorative pink illustration on a light pink background. It features a large, stylized letter 'C' on the left, a branch with several pink flowers and leaves on the right, and a long, thin, curved line that starts from the bottom left and ends near the top right, framing the central text.

¡gracias!

Lina Salcedo