



El diseño gráfico y el diseño editorial, como herramientas para el acompañamiento en el tratamiento y la convivencia con diabetes tipo 2 en adultos de 55 a 59 años de edad recién diagnosticados

Diego Rivera Zuñiga

diegorivera.ldgd@lasallecuernavaca.edu.mx

Egresado de la Licenciatura en Diseño Gráfico y Digital
Escuela de Arquitectura, Diseño y Comunicación
Universidad La Salle Cuernavaca

Resumen

¿Y si se usa al Diseño Gráfico como una herramienta para mejorar el estilo de vida y la salud de las personas recién diagnosticadas con diabetes tipo 2? ¿Cómo podría una pieza de diseño con el impulso del *storytelling*, promover el autocuidado y adherencia al tratamiento de diabetes tipo 2? Todas estas incógnitas fueron las que se abordaron alrededor de la presente investigación y las que dieron pie a la solución gráfica propuesta para la problemática que representa la diabetes tipo 2, tanto para el estado de Morelos como para el resto del país.

Haciendo uso de la metodología *Design Thinking*, este trabajo propone desarrollar una pieza de diseño que promueva el autocuidado y

la convivencia con la enfermedad en los recién diagnosticados con diabetes tipo 2, a través de los contenidos de la pieza y elementos gráficos seleccionados. El objetivo va más allá de únicamente destacar la calidad gráfica de la pieza, se busca además diferenciarse de su competencia actual en el mercado empatizando con los usuarios, contribuyendo así mejorar la salud pública en el estado de Morelos y el resto del país.

Palabras clave: Diabetes tipo 2, *Design Thinking*, comunicación visual en la salud, diseño gráfico.

Abstract

What if Graphic Design is used as a tool to improve the lifestyle and health of people newly diagnosed with type 2 diabetes? How could a piece of design with the impulse of *storytelling*, promote self-care and adherence to the treatment of type 2 diabetes? All these unknowns were addressed around this research and gave rise to the graphic solution proposed for the problem that represents type 2 diabetes, both for the state of Morelos and for the rest of the country.

Using the Design Thinking methodology, this work proposes to develop a design piece that promotes self-care and coexistence with the disease in those newly diagnosed with type 2 diabetes, through the contents of the piece and selected graphic elements. The objective goes beyond simply highlighting the graphic quality of the piece, it also seeks to differentiate itself from its current competition in the market by empathizing with users, thus contributing to improve public health in the state of Morelos and the rest of the country.

Keywords: Diabetes type 2, Design Thinking, visual communication in health, graphic design

Presentación y relevancia del estudio

La presente investigación se realizó a partir de la necesidad de lograr una convivencia con la enfermedad y brindar acompañamiento para la efectividad de la adherencia al tratamiento por parte los pacientes recién diagnosticados con diabetes tipo 2. En el estado de Morelos y en todo el país la diabetes tipo 2 es una de las principales causas de defunción, lo que evidencia la urgencia de atender esta problemática. Es por ello que este trabajo busca desarrollar una propuesta gráfica que no sólo cubra la parte funcional de una pieza de diseño, sino que sea capaz de contar una historia, brindar acompañamiento hacia la convivencia con la enfermedad y promover el autocuidado para quienes sufren este padecimiento.

La propuesta gráfica presentada en este documento tiene como propósito brindar acompañamiento en el tratamiento de diabetes tipo 2 a adultos de 55 a 59 años recién diagnosticados, con el objetivo de promover el autocuidado en el tratamiento de diabetes desde el enfoque de diseño. Además, se busca llevar el apartado funcional y comunicacional más allá en comparación con las propuestas existentes en el mercado actual utilizando conceptos de diseño como composición tipográfica, teoría del color y retículas, impulsados por el *storytelling*.

Justificación

La diabetes es una de las enfermedades no transmisibles con mayor relevancia a nivel mundial, una enfermedad que ha llegado a afectar la salud pública de numerosos países. En México la diabetes ha sido catalogada como la segunda causa de muerte según datos del INEGI (2024). De ahí que este trabajo genera una propuesta gráfica que logre visibilizar otro enfoque de la enfermedad y el tratamiento de uno de los

tipos de diabetes más comunes según De Salud (2021), causada por el estilo de vida de la población que lo padece, la diabetes tipo 2.

La propuesta gráfica trabajada en el presente documento busca generar un impacto no solo en la salud, sino que también en el apartado emocional y empático de los pacientes, contando la historia de cómo recibieron el diagnóstico de diabetes tipo 2 y de cómo son capaces de reescribir su historia y lograr una convivencia con la enfermedad practicando el autocuidado y el cambio efectivo en el estilo de vida.

Marco teórico

Diabetes tipo 2 y su contexto en el país y en el estado de Morelos

Una de las enfermedades no transmisibles con más impacto en la tasa de mortalidad a nivel global ha sido la diabetes, junto con uno de sus tipos más comunes, la diabetes tipo 2. De acuerdo a la American Diabetes Association (2025) en la diabetes tipo 2, el cuerpo no utiliza la insulina de forma adecuada, lo que se denomina resistencia a la insulina. La enfermedad ha afectado a innumerables personas, en su mayoría adultos de la mediana edad y mayores, pero en el transcurso de los años la parte joven de la población

también se ha visto afectada por la enfermedad de la diabetes tipo 2. Una de las causas principales por las que se padece dicha enfermedad es debido al estilo de vida de la población y el factor genético.

En el año 2024, según datos del INEGI (2025), tan sólo en México, la diabetes fue la segunda causa de muerte en nuestro país contando con 112,641 defunciones en total (56,467 hombres y 56,170 mujeres), este número aumentando año con año, ya que en el 2023 se registraron 110,059 defunciones a consecuencia de esta enfermedad según datos del INEGI (2023).

En el estado de Morelos en específico, la diabetes tipo 2 no es algo que no merezca preocupación, ya que esta se presentó como la segunda causa de defunción en el estado con un número total de 2,137 defunciones (1,115 hombres y 1,022 mujeres). En cuanto al rango de edad más afectado y número de casos, hasta el día 3 de octubre del 2024 según datos de la Secretaría de Salud (2024), se registró que el rango de edad más vulnerable fue de 55 a 64 años, junto con un registro de 434 casos de diabetes tipo 2 en el estado.

Los datos presentados por parte de fuentes como el INEGI y la Secretaría de Salud, nos muestran la gravedad de la problemática que representa para la salud pública la enfermedad de la diabetes tipo 2, tanto para el país

como para el estado de Morelos, y conforme pasa el tiempo el número de registros y de defunciones no hace más que incrementar.

Bases conceptuales de diseño y transmisión del mensaje visual

Diseño centrado en el usuario

El diseño centrado en el usuario es una práctica que busca priorizar las necesidades, problemáticas, emociones y comportamientos de las personas a través del uso de una pieza de diseño. Esto se puede ver en el diseño de interfaces digitales accesibles que utilizan tipografías no fatigantes para la lectura y la vista para las personas mayores; en las señaléticas urbanas en donde aplican el uso de pictogramas universales para hacer efectiva la comunicación del mensaje a todo tipo de público; o incluso en material gráfico para sectores de salud y educación, en donde se emplea un lenguaje sencillo y formatos más prácticos para facilitar su uso o comprensión. También se puede ver aplicado el uso estratégico del color, tomando en cuenta la parte psicológica sobre cómo relacionamos los colores y lo que pueden llegar a significar, como nos menciona Heller (2008), en su libro *Psicología del color*.

El construir a nivel empático la estructura de una pieza de diseño, considerando el contexto del público objetivo, hace que el diseño abandone la idea de ser un proceso sin conexión emocional para adquirir resultados meramente funcionales centrándose sólo en la parte estética o práctica con el usuario. El diseño debe crear una conexión real y empática a través de cada uno de los elementos gráficos que componen la pieza, los cuales fueron seleccionados a través de procesos de observación y análisis, para así poder garantizar resultados efectivos, haciendo que el proceso de diseño sea humanamente más relevante.

El storytelling como herramienta para impulsar una narrativa

Una de las herramientas que impulsan una pieza de diseño con el uso de una narrativa que conecte con el público objetivo es el *storytelling*. Lupton (2017) menciona en su libro *Design is Storytelling*: “*Storytelling can help products and communications hook the imagination of users and invite to actions and behaviors*”. La herramienta del *storytelling* hace que los usuarios se logren atraer por el mensaje o la historia que cuenta una pieza de diseño, generando una conexión emocional, así, el público se identifica haciendo que una pieza de diseño trascienda lo visual y brindando una nueva forma de dar vida a los conceptos.

Para usar *storytelling* es indispensable conocer al público objetivo para transmitir de forma efectiva el mensaje o historia que se desea comunicar a los usuarios. Conocer sus preocupaciones, necesidades y deseos, para construir una historia en la que el público objetivo se vea intrigado con la misma. Existen infinidad de herramientas que tienen el poder de contar una historia, pero una de ellas es el uso de ilustraciones, ya que permiten crear un mundo visual atractivo que impulsan el proceso de identificación, conexión y retención del mensaje. Gracias a su naturaleza, las ilustraciones permiten una gran diversidad de estilos que se convierten en parte de la personalidad de la marca o pieza de diseño, llegando a una conexión emocional fundamental para poder invitar a la acción o incentivar la reflexión.

Diseño editorial y estructuración de contenidos

El diseño editorial como parte de las ramas del diseño, comprende la organización jerárquica y visual de la información tanto en medios digitales como medios impresos, con el fin de garantizar la fluidez y coherencia de la lectura guiando al usuario por los diferentes niveles de información. En este contexto uno de los elementos fundamentales de

este proceso es el uso de las retículas, que tomando como referencia a Müller (2001) en su libro Sistema de Retículas, estas permiten “al diseñador ordenar los textos, las fotografías, los diagramas, etc., según criterios y objetivos funcionales”.

El uso de una retícula en una pieza editorial no solo hace que la lectura sea más rápida y atractiva, sino que la comprensión de los de los textos es más efectiva y aporta una mayor credibilidad a la información, debido a la organización jerárquica de los contenidos según su nivel de importancia, como los títulos, subtítulos, textos e ilustraciones.

Metodología

La investigación realizada en este trabajo es descriptiva con un enfoque cualitativo, ya que en una primera instancia, se buscó conocer las características y perfiles de las personas que padecen la diabetes tipo 2 y después identificar la percepción de hábitos alimenticios, la forma en la que descubrieron su diagnóstico, los factores obstaculizan su adaptación al tratamiento, entre otros.

Se elaboró una encuesta, la cual fue distribuida entre consultorios médicos aledaños en el municipio de Jiutepec, Morelos, a pacientes diagnosticados con diabetes tipo 2. En total, se obtuvieron 120 respuestas, las cuales proporcionaron información para analizar el contexto en el que se desenvuelven los pacientes con esta condición.

Entre los resultados obtenidos se destaca que un 36% de los encuestados considera que el factor económico es un freno considerable en su tratamiento; el 57% de los encuestados menciona que antes de padecer diabetes tipo 2 mantenían hábitos alimenticios regulares y un 42% mantenían hábitos alimenticios malos; el 100% de los encuestados manifiesta que es de suma importancia la relación médico-paciente en el desarrollo del tratamiento.

Se les solicitó a los pacientes elaborar una pequeña reflexión hacia las personas que no padecen la enfermedad. La mayoría de los encuestados aconseja reflexionar sobre mantener buenos hábitos y un estilo de vida saludable, complementando que, el proceso en que descubrieron que padecían la enfermedad fue un proceso *triste, fatal y algo no esperado*. Todos estos resultados beneficiaron a la investigación para poder dar dirección a la pieza de diseño a través de las necesidades y problemáticas de los pacientes con diabetes tipo 2, aportando a su vez una visión empática en su desarrollo.

La entrevista realizada a la psicóloga Laura Rojano, fue determinante en el desarrollo de la propuesta final de diseño, ya que brindó bases importantes a tomar en cuenta respecto a la complejidad que representa el cambio de estilo de vida y la inexperiencia con respecto a la enfermedad.

Gracias al análisis de los datos recabados tanto en la entrevista como en la encuesta, se logró dar con los elementos clave de la propuesta que se plantea. La propuesta fue realizada en su totalidad siguiendo la metodología de *Design Thinking* del autor Hasso Plattner (2025) de su libro *An introduction to design thinking process guide*.

La metodología del *Design Thinking* comprende cinco pasos:

Empatizar: En ella se realiza la investigación que conduce a la identificación o comprensión del usuario objetivo, conociendo su contexto, necesidades y problemáticas, estableciendo los objetivos de investigación.

Definir: En este paso se recopila toda la información pertinente para el desarrollo de la pieza de diseño, con el objetivo de valorarla, analizarla y sintetizarla.

Idear: Con el análisis y el objetivo sólido se inicia el proceso de ideación, se generan ideas de solución sin algún tipo de restricción. El método de *brainstorming* ayuda a la generación de ideas que responden al objetivo, dando como resultado ideas innovadoras.

Prototipar: Es el proceso en donde se aterrizan las ideas seleccionadas para su aplicación, para fines de comprobar o probar que la idea requiere ser refinada o si es funcional para su aplicación final.

Testear: Es la última fase del *design thinking*, se presenta la idea de solución al usuario después de haber hecho las pruebas pertinentes en el proceso de prototipado. Es la forma absoluta de la idea elegida y pulida, cumple con cada una de las necesidades del usuario y en gran medida con el objetivo planteado.

Llevar a cabo la metodología de *design thinking* no solo brinda a los diseñadores un camino a seguir para desarrollar proyectos de diseño, sino que brinda validez en la argumentación de las decisiones de diseño que se ejecutan en cada momento del proyecto y conduce hacia un resultado más efectivo.

Desarrollo

Empatizar

Para lograr la empatía existen numerosas herramientas, pero para beneficio de esta investigación se hizo uso de la entrevista a la Psicóloga Laura Rojano y el desarrollo de un *empathy map*. La entrevista con la psicóloga fue un recurso para identificar necesidades puntuales de las personas que padecen diabetes tipo 2. Gracias a su acercamiento con los pacientes, análisis de patrones de comportamiento y emocionales, el acompañamiento para la adaptación al tratamiento, brindó conceptos clave como “la convivencia con la diabetes tipo 2” y “darle promoción a la salud”. El *empathy map* por otro lado, permitió dar una aproximación hacia lo que los usuarios piensan, sienten, dicen y hacen, así como los miedos, frustraciones y motivaciones que influyen en su proceso de adaptación y búsqueda de la convivencia con la enfermedad.

Definir

En la parte de definir se realizaron diversas tareas, primero, se analizaron los datos recolectados de las entrevistas y las encuestas, contando también con lo recuperado del *empathy map*. Al finalizar con el análisis, se llevó a cabo la identificación de *insights* clave para orientar la pieza por un camino de diseño coherente y tener un acercamiento claro a la definición del mensaje de la propuesta planteada. Como resultado se logró definir el mensaje “hacia la convivencia con la diabetes tipo 2”, ya que éste se relaciona con el tratamiento y el proceso de adaptación, fomentando la autonomía de los pacientes, brindándoles conciencia sobre su enfermedad y dignificando el proceso de cambio de estilo de vida. Se identificó también la audiencia objetivo “los pacientes recién diagnosticados con diabetes tipo 2, de un rango de 55 a 59 años de edad”. Con datos de la Secretaría de Salud, se pudo acotar el rango de edad, y con los comentarios de la entrevista realizada a la psicóloga Laura Rojano, se supo que este público experimenta mayor dificultad para adaptarse al tratamiento.

Así es como se define la pieza gráfica, una bitácora para recién diagnosticados para hacer el seguimiento de su tratamiento acompañado de un profesional de la salud. La bitácora funge como auxiliar en el registro de los niveles de glucosa, en un formato físico y accesible, con ayuda del diseño gráfico se plantea hacer un

seguimiento efectivo y empático para los recién diagnosticados.

Los conceptos que rigen y dan forma a la pieza se definieron con el análisis de la competencia en cuanto a bitácoras para diabéticos se refiere, y conforme a los datos recabados en el proceso de investigación documental y de diseño, son: emotivo, informativo, empático, inspirador, innovador, cómodo, amigable y cálido.

Idear

El proceso de ideación comenzó por el *brainstorming*, el cual estuvo enfocado en encontrar tanto soluciones visuales, como propuestas para los contenidos de la bitácora teniendo en cuenta el beneficio a los pacientes recién diagnosticados con la enfermedad de diabetes tipo 2 en su proceso de adaptación al tratamiento.

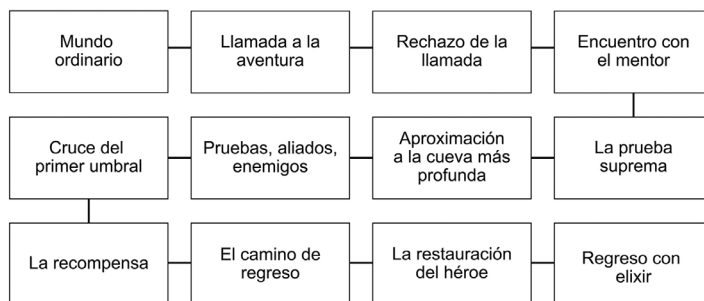
Este proceso permitió, descartar, seleccionar y categorizar las ideas de contenidos para la bitácora con el propósito de consolidar una propuesta que abarque la conexión de la pieza con el usuario a nivel emocional y funcional, logrando ser de gran utilidad para impulsar al seguimiento constante del tratamiento. Dichos contenidos después de pasar por un proceso de revisión, asesoría y feedback, son los siguientes: Bienvenida a la bitácora, manual de instrucciones, 12 ilustraciones contando la historia del proceso de adaptación al tratamiento de diabetes tipo 2, tabla

de niveles de glucosa, apartado de metas (a corto plazo), apartado de dudas, apartado de notas del profesional de la salud, mensaje de felicitación por haber completado la bitácora y diario personal.

Tomando en cuenta los conceptos anteriormente mencionados que vestirán a la pieza de diseño, es importante mencionar cómo se verán aplicados en los contenidos de la bitácora, por ejemplo, para los conceptos, empático, emotivo, inspirador y amigable de la pieza se llevarán a cabo haciendo uso del *storytelling*.

La forma en la que se plantea llevar a cabo llevar la estrategia de *storytelling* es en contar la historia “el camino hacia la convivencia con la diabetes tipo 2”. Para esto se consultó y adaptó el modelo narrativo de “el viaje del héroe”, que se muestra en la Figura 1, propuesto por Joseph Campbell en su libro “El héroe de las mil caras” en 1949, adoptado como estrategia de marketing por Donald Miller en su libro “*Building a StoryBrand*” en el año del 2017.

Figura 1. El viaje del héroe: 12 pasos para crear *storytelling*.



Fuente: ADEN Business School

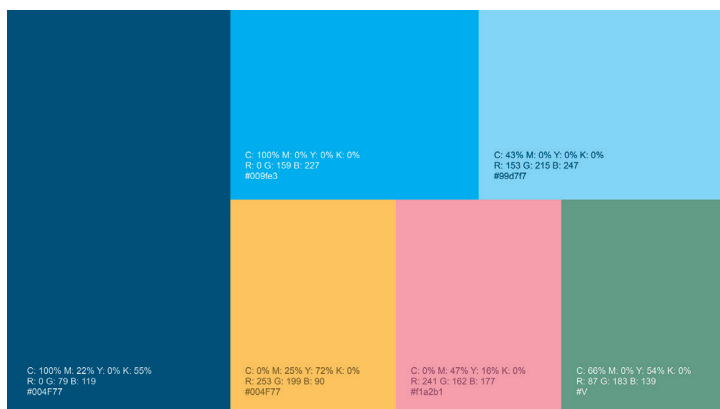
Prototipar

El prototipar la pieza es cuando un diseñador tiene la oportunidad de traer a la vida las mejores propuestas, vistiéndola no solo de elementos gráficos sino de concepto e historia. Este proceso comenzó con el desarrollo de dos *moodboards*, que según el CEI (2025) “el propósito principal de un *moodboard* es comunicar visualmente la dirección

estética y emocional de un proyecto". El primero se enfocó en la percepción de los usuarios, en la reacción emocional que se busca generar al momento de manipular la pieza. El segundo se dirigió hacia la inspiración gráfica, buscar inspiración en piezas de diseño y encontrar el estilo gráfico que portará la bitácora para entregar el mensaje de forma efectiva.

Al culminar los procesos de desarrollo del *moodboard* y análisis de mercado, se seleccionó la paleta cromática (Figura 3). Se definió con la ayuda de Eva Heller y su libro "Psicología del color" teniendo en cuenta los conceptos y mensajes que se desean transmitir en la pieza. La paleta cromática que se definió para la elaboración de los contenidos e ilustraciones fue el color azul, con su variación tonal de azul claro y oscuro para el uso de luces como de sombras, el color amarillo para poder llamar la atención de los usuarios y como menciona Heller (2008), sobre el amarillo "*como color del sol, el amarillo serena y anima*". El verde y rosa, ya que tomando como base el círculo cromático, estos dos colores son los complementarios del otro, asegurando un gran contraste.

Figura 2. Paleta cromática.



Fuente: Elaboración propia

Al culminar con la selección de la paleta cromática se llevó a cabo el proceso de bocetaje de la pieza y sus contenidos, para explorar visualmente tanto las ideas de la estructura de la pieza como para definir un estilo de ilustración que garantice coherencia, jerarquía e impacto visual y mantenga a los usuarios atraídos por el contenido.

Para comenzar con el proceso de digitalización es importante mencionar a las ilustraciones, ya que como parte del contenido de la bitácora poseen un peso importante en el *storytelling*. Tomando en cuenta la estrategia de “*el viaje del héroe*” adaptándola al contexto de adaptación al tratamiento, el uso de las ilustraciones como herramienta para impulsar una narrativa no solo enfatiza el sentimiento empático de la pieza, sino que permite que el usuario se sienta identificado, haciendo más cercana la conexión entre usuario y pieza.

Las ilustraciones de la bitácora son doce, una para cada mes del año, que es la duración de la bitácora y los pasos en la estrategia de *storytelling* previamente mencionada. El estilo es *Flat Design* en vista POV (*Point of View*), para realzar el proceso de identificación de los usuarios con el mensaje: “*el día a día de un paciente recién diagnosticado con diabetes tipo 2 en su proceso de adaptación al tratamiento*”. El estilo de ilustración y diseño *Flat Design* permite mayor rapidez en tiempos de producción de las ilustraciones, junto con mayor claridad y fuerza en el mensaje con el uso de figuras geométricas que benefician a la simplicidad del contenido de las mismas. (Ver Figura 3).

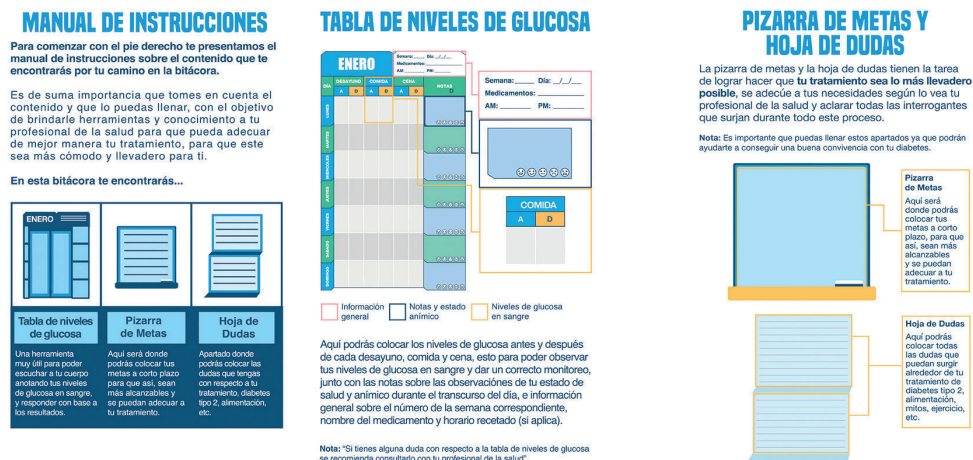
Figura 3. Ilustraciones del proceso de adaptación al tratamiento del paciente guiado por la estrategia de storytelling del “camino del héroe”.



Fuente: Elaboración propia (2025)

Con el propósito de cubrir la parte informativa de la serie de conceptos que visten la pieza, se implementó el apartado de instrucciones para guiar al usuario por el correcto llenado de los contenidos como se observa en la Figura 4, junto con el apartado de notas del profesional de la salud, donde se colocará el avance del paciente en su tratamiento así como información pertinente para la efectiva adaptación al mismo. El concepto comodidad fue un apartado interesante ya que para poder garantizarla se buscó jugar con el formato de la bitácora, el cual se concluyó que sería de 15x22 cms para facilitar el transporte, ya que debido a los datos recabados en el análisis de mercado en diferentes medios tanto digitales como físicos, era la medida estándar demandada en el mercado.

Figura 4. Manual de instrucciones.



Fuente: Elaboración propia (2025)

La tabla de niveles de glucosa, como se puede observar en la Figura 5, fue necesaria para cumplir en su totalidad la parte informativa de la pieza, ya que tiene el objetivo de registrar los niveles de glucosa con el fin de monitorear el estado del paciente por un profesional de la salud y adecuar el tratamiento de manera efectiva.

Figura 5. Tabla de niveles de glucosa.

ENERO				Semana: ____ Día: ____			
				Medicamentos: AM: ____ PM: ____			
DÍA	DESAYUNO		COMIDA		CENA		NOTAS
	A	D	A	D	A	D	
LUNES							   
MARTES							   
MIÉRCOLES							   
JUEVES							   
VIERNES							   
SÁBADO							   
DOMINGO							   

Fuente: Elaboración propia (2025)

La calidez en el uso de la bitácora se puede observar en la forma en que se comunica con el usuario. La primera interacción será con la lectura de unas palabras de bienvenida (Figura 6), con un lenguaje amigable que busca empatizar con lo que representa recibir el diagnóstico de diabetes tipo 2, junto con un mensaje de felicitación al terminar el año de uso dando un mensaje motivacional (Figura 6), que alienta a continuar con el tratamiento de la enfermedad, recompensando al usuario por el esfuerzo en el proceso de adaptación, además se busca generar una conexión con el usuario para promover el cambio de estilo de vida.

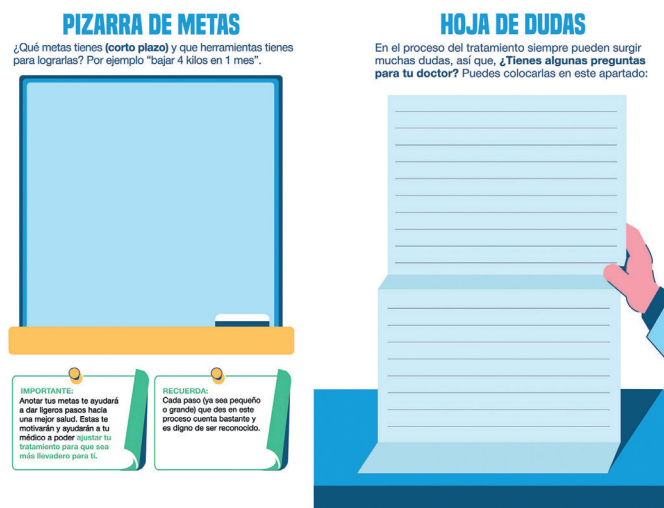
Figura 6. Bienvenida a la bitácora y mensaje de felicitación.



Fuente: Elaboración propia (2025)

Los aparatados que tienen la tarea de escuchar al paciente y cumplir la parte empática de la pieza son el apartado de pizarra de metas a corto plazo y hoja de dudas (Figura 7). De acuerdo con la entrevista realizada con la Psicóloga Laura Rojano, son aspectos clave a considerar para hacer efectivo el proceso de integración al tratamiento. Las metas a corto plazo aumentan el estado de ánimo e impulsan la motivación a un cambio de estilo de vida. El apartado de dudas cumple la función de hacer que el paciente registre dudas acerca de su enfermedad, tratamiento, síntomas, dieta, entre otras. El objetivo es que puedan ser respondidas por el profesional de la salud a cargo de su tratamiento, con el fin de frenar la ola de desinformación existente alrededor de la diabetes tipo 2.

Figura 7. Pizarra de metas y Hoja de dudas.



Fuente: Elaboración propia (2025).

La tipografía de los contenidos y subtítulos de la bitácora es la Helvética Neue, seleccionada por su legibilidad y funcionalidad. Al ser una tipografía *Sans Serif*, beneficia la lectura sin generar fatiga visual. Gracias a su estilo *Sans Serif* sin remates y cola que forma parte de la anatomía de la misma tipografía, favorece la fluidez de la lectura, garantizando una experiencia clara, ya que como nos menciona Müller (2002) en su libro *“Helvetica: Homage to a Typeface”*: la Helvética representa claridad, simplicidad y neutralidad. Sus proporciones equilibradas y la ausencia de ornamentación permiten una lectura fácil y universal de los mensajes. Una tipografía con estas características brinda confianza a la hora de explorar por los contenidos de la pieza sin causar fatiga en la lectura, aspecto importante debido a que el público objetivo llega a tener, en algunos casos, la visión comprometida.

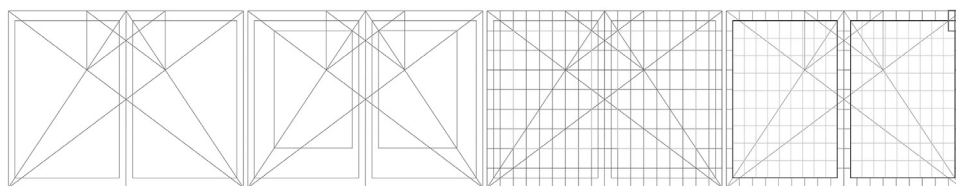
Para atraer atención a los títulos de los apartados de la bitácora y favorecer la eficacia de su llenado, se seleccionó la tipografía Build Titling, ya que proporciona una jerarquía visual clara que atrae la atención de los usuarios debido a su

peso tipográfico o grosor de línea. Su estilo *Sans Serif* y trazo mono lineal brinda un aspecto moderno y atractivo que logra captar la atención de los lectores al momento de indagar por los contenidos de la bitácora.

Con el propósito de sostener los contenidos de la bitácora se seleccionó la retícula de Van der Graaf, una retícula que tiene como principal objetivo determinar la proporción ideal entre los márgenes y área de contenido en la página impresa. Esta retícula ofrece una estructura de lectura clara y equilibrada, al tratarse de un público adulto de entre 55 a 59 años, era indispensable crear márgenes generosos y facilitar la organización jerárquica de los contenidos a través de módulos proporcionalmente perfectos.

Sabiendo las características de la retícula y entendido su función, se realizó una ligera modificación (Figura 8) para poder aprovechar de mejor manera el espacio disponible para el contenido, ya que de haberse usado los módulos de la caja de texto propuesto en la retícula de Van der Graaf inicial habría mucho desperdicio de espacio para los contenidos.

Figura 8. Adaptación de la retícula de Van der Graaf a la bitácora para recién diagnosticados con diabetes tipo 2.



Fuente: Elaboración propia (2025)

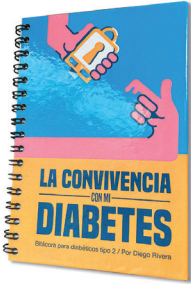
La parte innovadora y creativa que porta la pieza, radica en que no solo se busca cumplir con el apartado funcional, sino contar una historia con el objetivo de que el usuario se sienta identificado y conmovido por la misma, para el uso de una pieza de diseño en la convivencia con la enfermedad de diabetes tipo 2 en los recién diagnosticados.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se decidió agregar el apartado de diario personal en la bitácora, para después de un año de uso se evite la obsolescencia percibida, invitando a que el paciente pueda seguir utilizándola ahora con otro enfoque, hacer registro de diversas cuestiones relacionadas con el tratamiento de

diabetes, alimentación, rutina de ejercicios, medicación, citas con su profesional de la salud, etcétera.

En la Figura 9, se muestra la ficha técnica de la bitácora, además del uso de elementos gráficos que la visten y la hacen distinguirse de entre sus competidores, está llena de historia, una historia que busca brindar apoyo en el proceso de adaptación al tratamiento y convivencia con la diabetes tipo 2, para promocionar el autocuidado y motivar al cambio a un estilo de vida saludable.

Figura 9. Ficha técnica. Bitácora para recién diagnosticados con diabetes tipo 2.

	Título de la Pieza: La convivencia con mi diabetes. Nombre Técnico: Bitácora para diabéticos tipo 2.
	Autor: Diego Rivera Zuñiga. Período de desarrollo: Agosto 2024 a junio 2025. Tamaño: 15 X 22 cms. Sustratos: Papel eucalipto 90 g/m. Número de páginas: 126 páginas de contenidos. Acabados: Laminado Brillante. Diseño: Estilo de ilustración Flat Design. Público objetivo: Adultos de 55 a 59 años de edad.

Fuente: Elaboración propia (2025)

Resultados

Validar

Con el fin de poder validar si la pieza propuesta es efectiva para el objetivo principal que es “lograr la convivencia con la diabetes tipo 2”, se realizó una prueba presencial para observar de cerca como los usuarios manipulaban la pieza,

como se sentían utilizando y analizando la misma para recabar los datos necesarios.

La técnica utilizada para este fin fue un *focus group*, en donde se solicitó a los participantes diagnosticados con diabetes tipo 2 manipular la bitácora, explorar su contenido y registrar sus niveles de glucosa en la tabla de niveles de glucemia y llenar los apartados de la pizarra de metas y hoja de las dudas, además observar la totalidad de la bitácora y sus contenidos. Posteriormente, se realizó una entrevista semiestructurada para recabar los datos de su experiencia, destacando lo siguiente:

- El paciente abre la bitácora y se sorprende por su contenido, empezando a hojearlo movido por la curiosidad.
- El paciente observa las ilustraciones y se identifica con ellas, afectando en su estado de ánimo positivamente.
- El paciente se expresa con libertad en los apartados de metas y dudas beneficiando a la obtención de información.

Se pudieron observar reacciones positivas en el uso de la bitácora, haciendo efectiva la comunicación y el mensaje que se buscaba transmitir a los usuarios, a través de una propuesta que beneficia la continuidad de su tratamiento, contar con una bitácora que este acompañada por un profesional de la salud.

Dentro de las propuestas de mejora de la bitácora, se mencionaron: la implementación de elementos interactivos, integrar la bitácora en medios digitales centrándose en los cuidadores y personas más jóvenes, en el aspecto estético se considera cambiar el color del arillo del engargolado de la pieza con uno de los colores de la paleta cromática de la misma para mantener una unidad visual y en cuestión de contenido, extender la bitácora a dos o tres años realizando más ilustraciones con otro enfoque, aumentar el apartado del diario personal, con el propósito de que los usuarios puedan anotar aspectos del día a día sobre su diabetes tipo 2.

Conclusiones

La propuesta de diseño de una bitácora para recién diagnosticados con diabetes tipo 2, junto con la investigación tanto documental como de diseño, fue lo que le brindó a la pieza propuesta un valor distintivo con respecto a la competencia en el mercado. Además de la calidad gráfica de la pieza o en el apartado funcional de la misma, su uso y adopción por pacientes con diabetes tipo 2 incide en la salud pública no solo de nuestro estado, sino de nuestro país, al fomentar la autonomía de los pacientes los dirige de manera más empática a una mejor convivencia con la enfermedad y en su calidad de vida y constituye una herramienta para los profesionales de la salud que tratan a estos pacientes.

La pieza de diseño cuenta una historia en cada una de sus ilustraciones y secciones. Una historia que busca impactar en el apartado tanto de salud como emocional de los pacientes recién diagnosticados con la enfermedad, dándoles esperanza en que una vida plena es posible a pesar de padecer la enfermedad, con constancia, seguimiento del tratamiento dirigido por un profesional de la salud e impulsado por el diseño gráfico.

Referencias

- ADEN International Business School. (2025). Storytelling Marketing: el modelo Pixar y el viaje del héroe. <https://www.aden.org/business-magazine/storytelling-marketing-el-modelo-pixar-y-el-viaje-del-heroe/>
- American Diabetes Association. (2025). Comprender la diabetes tipo 2. <https://diabetes.org/es/sobre-la-diabetes/tipo-2>
- CEI. (2025). Cómo se hace un *moodboard* y qué herramientas utilizar. <https://cei.es/como-se-hace-un-moodboard-y-que-herramientas-utilizar/>

Gobierno de México. (2021). Diabetes en México. Hablemos de salud. <https://www.gob.mx/promosalud/acciones-y-programas/diabetes-en-mexico-284509>

Heller, E. (2008). Psicología del color, cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Gustavo Gili, SA, Rubí. <https://www.guiadisc.com/wp-content/pdfs/la-psicologia-del-color.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.) McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

INEGI. (2024). ESTADÍSTICAS DE DEFUNCIONES REGISTRADAS (EDR) 2023 [Comunicado de prensa]. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/EDR/EDR2023_Dtivas.pdf

INEGI. (2025). ESTADÍSTICAS DE DEFUNCIONES REGISTRADAS (EDR) [Comunicado de prensa]. Instituto Nacional de Estadística y Geografía https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/edr/EDR2024_CP_ene-dic.pdf

Lupton, E. (2017). Design is storytelling. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.

Müller-Brockmann, J. (2012). Sistemas de retículas: Un manual para diseñadores (ed. revisada). Editorial Gustavo Gili.

National Institute of Diabetes and Digestive and Kidney Diseases. (2024). Symptoms & Causes of Diabetes. <https://www.niddk.nih.gov/health-information/diabetes/overview/symptoms-causes>

Organización de las Naciones Unidas. (2023). Salud “Objetivos de Desarrollo Sostenible”. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/>

Plattner, Hasso (2025). An introduction to design thinking process guide. <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/ih-materials/uploads/Introduction-to-design-thinking.pdf>