



**El principio fundamental de un diseñador gráfico es hallar soluciones a problemas de comunicación**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| <b>1. INTRODUCCIÓN</b>                | 5  |
| <b>2. BÚSQUEDA DEL PROBLEMA</b>       | 6  |
| 2.1. LA ANÉCDOTA                      | 6  |
| 2.2. EL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN      | 6  |
| <b>3. MI SOLUCIÓN AL PROBLEMA</b>     | 10 |
| <b>4. INVESTIGAIÓN Y REFERENCIAS</b>  | 11 |
| 4.1 TRABAJOS INSPIRACIONALES          | 12 |
| <b>5. EL SISTEMA</b>                  | 14 |
| 5.1. LOS PICTOGRAMAS                  | 14 |
| 5.2. CLASIFICACIÓN DE LOS PICTOGRAMAS | 15 |
| 5.2.1. PRIMERA OPCIÓN                 | 15 |
| 5.2.2. SEGUNDA OPCIÓN                 | 18 |
| 5.3. DISEÑO                           | 19 |
| <b>6. NAMING</b>                      | 23 |
| <b>7. LOGOTIPO</b>                    | 24 |
| <b>8. COLOR</b>                       | 25 |
| <b>9. SOPORTES</b>                    | 26 |
| 9.1. PACKAGING                        | 26 |
| 9.1.1. DESARROLLO Y MEDIDAS           | 26 |
| 9.1.2. RECREACIÓN                     | 27 |
| 9.1.3. PRODUCCIÓN                     | 28 |
| 9.2. ADHESIVOS                        | 29 |
| 9.2.1. DISPOSICIÓN Y MEDIDAS          | 30 |
| 9.2.2. PRODUCCIÓN                     | 31 |
| 9.3. PROSPECTO                        | 32 |
| 9.4. DISPLAY EXPOSITOR                | 35 |
| 9.5. CARTEL                           | 36 |
| 9.5.1. RECREACIÓN                     | 37 |
| 9.6. WEB                              | 38 |
| 9.7. CONTENIDO DEL KIT                | 40 |
| 9.8. EJEMPLOS DE CONFIGURACIÓN        | 40 |
| <b>10. CONCLUSIONES</b>               | 43 |



## 1. INTRODUCCIÓN

Algunas veces, los problemas de comunicación que debe resolver un diseñador vienen demandados por la propia sociedad, pero otras es el propio diseñador gráfico el que, gracias a su inquietud y capacidad permanente de observación, detecta el problema y propone una solución a pesar de que nadie se lo haya pedido.

En el mejor de los casos esta solución acabará creando una nueva necesidad en el público para el que fue pensado y se normalizará e implantará en el uso cotidiano.

Para mí, sin ninguna duda, **la labor más importante que puede llegar a desarrollar el profesional del diseño gráfico es hacer la vida más fácil para las personas.**

Para que esto pueda darse, es fundamental que el diseñador conozca las necesidades de los usuarios, su lenguaje, sus gustos, sus rutinas, la manera en la que se relaciona con otros usuarios y cómo interactúan con el mundo que les rodea... todo esto es permanentemente cambiante con el paso del tiempo y es tarea obligada para el buen profesional estar siempre al día en estos cambios.

## 2. BÚSQUEDA DEL PROBLEMA

En la búsqueda de un problema de comunicación que afrontar para buscarle solución, me topé, de manera casual con uno que siempre había estado ahí, estaba harto de encontrarme con él, pero nunca me había parado a analizarlo con detenimiento desde la mirada analítica que debe tener un diseñador.

### 2.1 LA ANÉCDOTA

Estando una tarde en casa de mis padres, mi madre me pidió que me dirigiera al cajón en el que guarda los medicamentos y cogiera unas pastillas para el dolor que desde hacía varios días le estaba molestando en la espalda.

Al abrir el cajón de las medicinas vi algo que había visto muchas veces y nunca me había parado a analizar.

**Mis padres, como otros muchos usuarios, tienen la costumbre de escribir sobre las propias cajas de los medicamentos para qué dolencia concreta le recetaron cada fármaco y para qué miembro de la familia, incluso en algunos casos la dosis concreta que debe tomar y con qué frecuencia.**

A mi modo de ver, desde siempre, ha existido un problema de comunicación en las cajas de los medicamentos que tenemos en casa y a continuación voy a razonar este planteamiento.

### 2.2 EL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN

Exceptuando los medicamentos populares más usados, por lo general somos incapaces de identificar para qué son indicados los fármacos que tenemos a no ser que leamos previamente su prospecto.

Para colmo, a partir de 2011 y por motivos económicos, el CISNS (Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud) obligó a los médicos a recetar también por principio activo y no por la marca comercial del medicamento.

Esto genera aún más confusión entre los usuarios, ya que si con el tiempo por fin conocen para qué deben tomar el “Clamoxil”, el “Voltaren” o la “Viagra”, ahora tienen que recordar además el nombre equivalente de la molécula que les confiere las propiedades terapéuticas, en los casos citados “Amoxicilina”, “Diclofenaco” o “Sildenafil”.



Finalmente, el usuario tiene la tediosa necesidad de leer el prospecto del medicamento cada vez que quiere recordar para qué se lo recetaron.

Como he comentado antes, la solución de muchos de ellos es escribir sobre la propia caja información que les ayude a recordar e identificar cada medicamento para cuando sea necesario.



## FÁRMACOS REALES DE MIS PADRES

Aquí muestro algunas cajas de medicamentos de casa de mis padres.

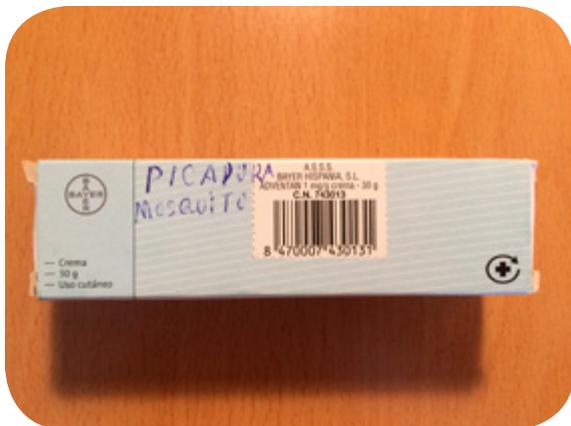
Quiero constatar que son personas de edad muy avanzada y con un nivel de estudios muy elemental, con lo que las faltas de ortografía y los errores nombrando algunos términos son entendibles. Algunos muy simpáticos y entrañables para mí.

A pesar de todo, es un método tremendamente eficaz para ellos que les permite localizar más rápido el fármaco que necesitan y recordar para qué fue recetado:



“Garganta / 1 al día”

(Zona a tratar / posología)



“Picadura Mosquito”

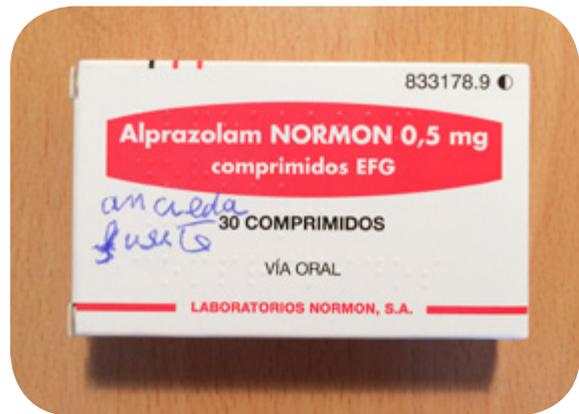
(Indicación)



“Gripe y moco”

(Sintomatología)

“Anciedá fuerte” (Ansiedad fuerte)  
(Sintomatología)



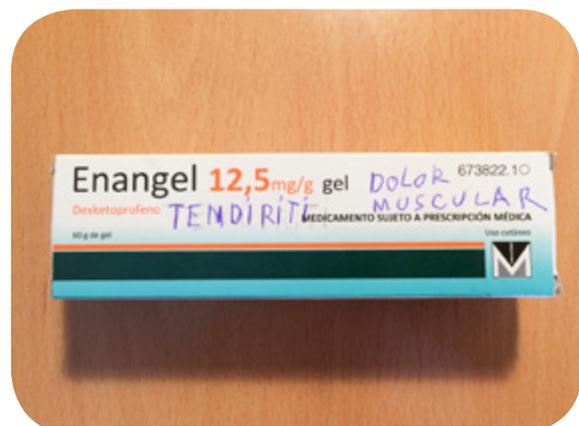
“Cagalera” (Diarrea)  
(Sintomatología)



“Relajante muscular”  
(Acción farmacológica)



“Tendiriti / Dolor muscular”  
(Tendinitis)  
(Diagnóstico / Sintomatología)



### 3. MI SOLUCIÓN AL PROBLEMA

Observando la manera en la que los usuarios trataron de solucionar este problema, mi solución será mejorar la que ellos proponen, **creando un sistema pictográfico que les ayude a identificar de una manera rápida para qué sirve cada fármaco concreto.**

Para desarrollar el proyecto tengo dos posibles opciones:

1. Que el sistema venga ya implantado en cada caja por la propia industria farmacéutica.
2. Que el usuario tenga la capacidad de configurar y personalizar manualmente bajo su propio criterio y necesidades dicho sistema.

Por la complejidad de la primera opción, con pictogramas mucho más técnicos, decido quedarme con la segunda opción que, además me permite crear un sistema mucho más abierto, con un lenguaje más entendible y cercano al usuario y con posibilidades de hacerle partícipe interviniendo en la configuración con su propio procedimiento.

A continuación enumero los PROS y CONTRAS de ambas opciones:

#### OPCIÓN 1

| <u>CONTRAS</u>  | <u>PROS</u>   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Certificación ISO</li><li>• Complejidad del sistema</li><li>• Categorías complicadas de representar</li><li>• Código cerrado y limitado</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Valor económico</li><li>• Notoriedad (implantación global en TODAS las cajas)</li></ul> |

#### OPCIÓN 2

| <u>CONTRAS</u>   | <u>PROS</u>  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Menor notoriedad</li><li>• Menor visibilidad</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Personalizable</li><li>• Accesible</li><li>• Código ilimitado</li><li>• Socialmente comprometido</li></ul> |

## 4. REFERENCIAS

Ya que es un proyecto que requiere un procedimiento metódico y cuidado, decido documentarme previamente sobre la creación de pictogramas con las siguientes referencias:



**Diseño de iconos y pictogramas.**  
Libro (Campgarfic)



**Pautas de diseño de pictogramas para todas las personas.**  
Manual (Fundación ONCE)



**Icon Do This: Creating Icon Set.**  
Curso (Skillshare)



**Diseño de Pictogramas.**  
Curso Domestika (Romualdo Faura)

## 4.1. TRABAJOS INSPIRACIONALES

Otros referentes que tendré en cuenta, no solo a nivel didáctico si no también inspiracional serán:



### Otl Aicher.

Diseñador gráfico.

Por su impecable y rompedor diseño de los pictogramas de los JJ.OO. de Munich 72.

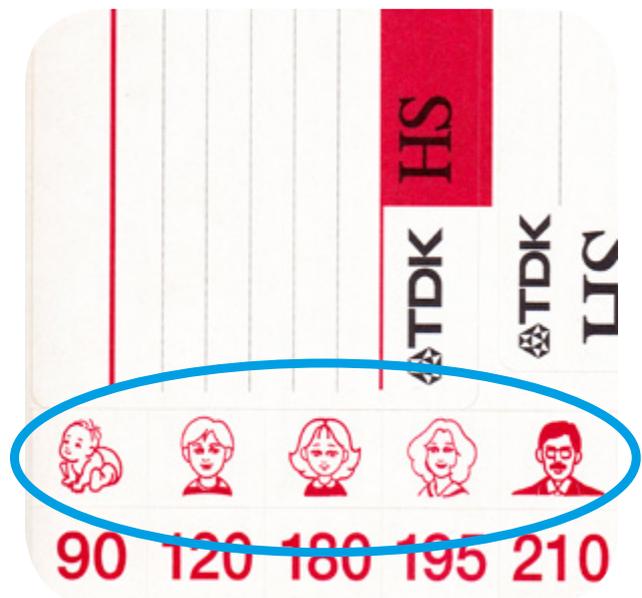
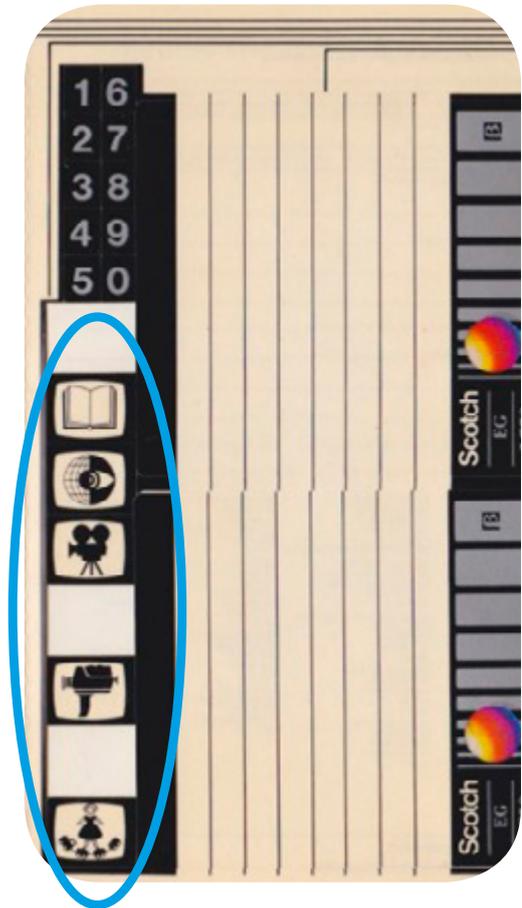
Otl marca un hito en la representación de las categorías olímpicas ya que se produce un avance conceptual importante haciendo uso de sus pictogramas:

Se sustituye una abstracción simplificada de las posiciones físicas de los atletas (Tokio 1964) por una estructura modular de 3 elementos: cabeza, tronco con brazos, cintura y piernas, configurando así todas las diversas posiciones del atleta en movimiento.



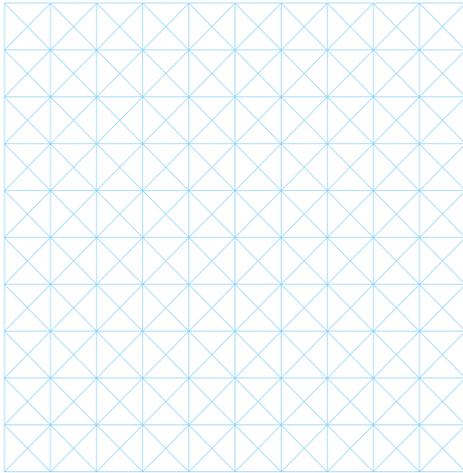
## Adhesivos pictográficos de las cintas vírgenes VHS.

Por la semejanza en la idea de “marcaje e identificación” del contenido en cada cinta grabada. Este método ayudaba a localizar con rapidez la cinta que quería el usuario.

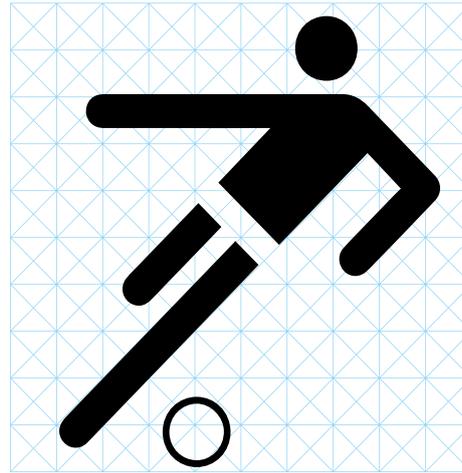


## 5.1 LOS PICTOGRAMAS

Por la versatilidad de la retícula usada por el propio Otl Aicher sobre la que diseñó los pictogramas de Munich '72, será la que usaré como base para diseñar todo el conjunto pictográfico del sistema (también la uso a modo de talismán, ya que si a él le hizo famoso...).



**Retícula de Otl Aicher.**

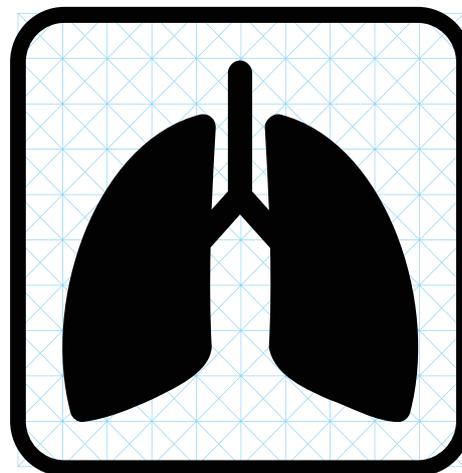


**Pictograma de Munich '72.**

Como es lógico, en el diseño de los pictogramas seguiré unas premisas fundamentales que asegurarán el buen funcionamiento final del sistema, tanto a nivel práctico como estético.

Algunas de estas premisas, indicadas también en los manuales y referencias antes indicadas son:

- **Simplicidad**
- **Uniformidad** ( grado de iconicidad, coherencia formal: grosor de trazos, grado de síntesis...)
- **Continuidad** en todas las piezas
- **Comprensibilidad**
- **Legibilidad** (teniendo siempre muy presente las dimensiones mínimas)



**Ejemplo de pictograma médico**

## 5.2 CLASIFICACIÓN DE LOS PICTOGRAMAS

A la hora de clasificar los pictogramas por grupos me surgen dos posibles caminos que seguir. Ambos con la finalidad de agrupar los medicamentos para comodidad del usuario pero cada uno con unos pros y contras que me harán decidirme finalmente por el mejor de ellos.

### 5.2.1 PRIMERA OPCIÓN

La primera opción estaría más enfocada al profesional sanitario y tendría una clasificación mucho más técnica y compleja que al final tendría que explicar al paciente, de alguna manera sería necesario “educarle” en este nuevo lenguaje creado para identificar cada medicación. Esto ya me provoca rechazo porque no quiero que el paciente tenga que descifrar el funcionamiento del producto.

**En esta clasificación, el sistema pictográfico vendría ya implantado desde la propia industria farmacéutica**, es decir, al usuario le llegaría la caja del medicamento con los pictogramas correspondientes al grupo farmacológico al que pertenezca.

Como gran ventaja frente al resto de opciones, este camino sería muy notable y tendría mucha presencia, ya que TODOS los fármacos estarían identificados con una normativa estandarizada (ISO) que obligaría a clasificar bajo el mismo criterio todos los productos de este mercado. (En el momento de empezar a realizar este proyecto, se está empezando a incluir el pictograma de aviso de “medicamento no apto para la conducción” desde las propias farmacéuticas, con lo que puede que en un futuro se acaben creando categorías más completas).

Como desventaja, el usuario no tendría la posibilidad de participar en el sistema para adaptarlo a sus propias necesidades, además, como he mencionado antes, tendría que educarse previamente en el código que se establezca para cada grupo de medicamentos.

En la fase de investigación, traté de agrupar todos los medicamentos en el menor número de grupos posible para ver las posibilidades de esta primera manera de clasificarlos.

Una de las formas de agruparlos sería por acción farmacológica.

De esta manera tendría que diseñar pictogramas para al menos las categorías principales que se muestran en la página siguiente.

## CLASIFICACIÓN POR ACCIÓN FARMACOLÓGICA

|                           |   |
|---------------------------|---|
| <b>Analépticos</b>        | Estimular la respiración                                |
| <b>Analgésicos</b>        | Aliviar el dolor  |
| <b>Anestésicos</b>        | Disminuir la sensibilidad                               |
| <b>Antiácidos</b>         | Neutralizar la acidez gástrica                          |
| <b>Antiamebianos</b>      | El tratamiento de la Disentería y la Hepatitis amebiana |
| <b>Antibióticos</b>       | Inhibir el crecimiento de los microorganismos           |
| <b>Anticoagulantes</b>    | Aumentar el tiempo de coagulación                       |
| <b>Anticonvulsivantes</b> | Disminuir la actividad epileptógena                     |
| <b>Antidepresivos</b>     | Contrarrestar la depresión                              |
| <b>Antiespasmódicos</b>   | Aliviar el espasmo de la musculatura lisa involuntaria  |
| <b>Antihelmínticos</b>    | Destruir las lombrices de las vías digestivas           |
| <b>Antihistamínicos</b>   | Contrarrestar la Alergia                                |
| <b>Antipiréticos</b>      | Reducir la temperatura                                  |
| <b>Antisépticos</b>       | Prevenir la multiplicación de los microorganismos       |
| <b>Antitiroideos</b>      | Inhibir la actividad de la hormona tiroidea             |
| <b>Antitoxinas</b>        | Neutralizar las toxinas bacterianas                     |
| <b>Astringentes</b>       | Precipitar las proteínas en la superficie de la piel    |
| <b>Carminativos</b>       | Aliviar el meteorismo                                   |
| <b>Colagogos</b>          | Aumentar el flujo de bilis                              |
| <b>Diaforéticos</b>       | Aumentar la sudoración                                  |
| <b>Desinfectantes</b>     | Destruir microorganismos                                |
| <b>Diuréticos</b>         | Aumentar la secreción urinaria                          |
| <b>Ecbólicos</b>          | Estimular las contracciones uterinas                    |
| <b>Eméticos</b>           | Producir vómitos  |
| <b>Estimulantes</b>       | Aumentar la actividad del sistema nervioso              |
| <b>Expectorantes</b>      | Estimular la secreción bronquial                        |
| <b>Fungicidas</b>         | Inhibir el crecimiento de los hongos                    |
| <b>Hematínicos</b>        | Tratar la anemia  |
| <b>Hipnóticos</b>         | Inducir sueño   |
| <b>Hipotensores</b>       | Reducir la presión sanguínea                            |
| <b>Midriáticos</b>        | Dilatar la pupila                                       |
| <b>Mióticos</b>           | Contraer la pupila                                      |
| <b>Narcóticos</b>         | Inducir sueño y aliviar el dolor                        |
| <b>Purgantes</b>          | Estimular la actividad intestinal                       |
| <b>Sedantes</b>           | Reducir la actividad del sistema nervioso               |
| <b>Tónicos</b>            | Estimular el apetito                                    |
| <b>Tranquilizantes</b>    | Reducir la tensión nerviosa                             |

Algunos de estos grupos son especialmente complicados de representar gráficamente.

**Esta complejidad junto a la necesidad de tener que explicarle al usuario dicha clasificación y otros contras, me hace decidirme por la segunda opción que paso a detallar en el capítulo siguiente.**

## 5.2.2 SEGUNDA OPCIÓN (LA ELEGIDA)

En esta segunda opción de clasificación, **crearé unos grupos mucho más entendibles y accesibles para la población, donde además sería el propio usuario quien decide cómo interpretar cada pictograma y tendría absoluta libertad para configurar el sistema adaptándolo a sus necesidades.**

Esta posibilidad de intervención por parte del usuario me parece el acicate definitivo para terminar de decidirme por él como el idóneo.

Por otro lado el sistema sería mucho más abierto que el anterior, tendría muchas posibilidades de configuración y es más elástico para encajar con cada usuario. Me permite incluir categorías nuevas, que no vendrían implantadas de antemano desde la industria farmacéutica, como el miembro de la familia para el que ha sido recetado o la posología personalizada que debe tomar.

Los grupos fundamentales que clasificarán los pictogramas son:

- **Tipo de presentación del fármaco** (gotas, pastillas, aerosol...).
- **Miembro de la familia afectado** (mascotas incluidas).
- **Zona a tratar** (ojos, corazón, garganta..).
- **Posología** (dosis, frecuencia, duración, momento del día).
- **Dolencias y afecciones** más comunes.

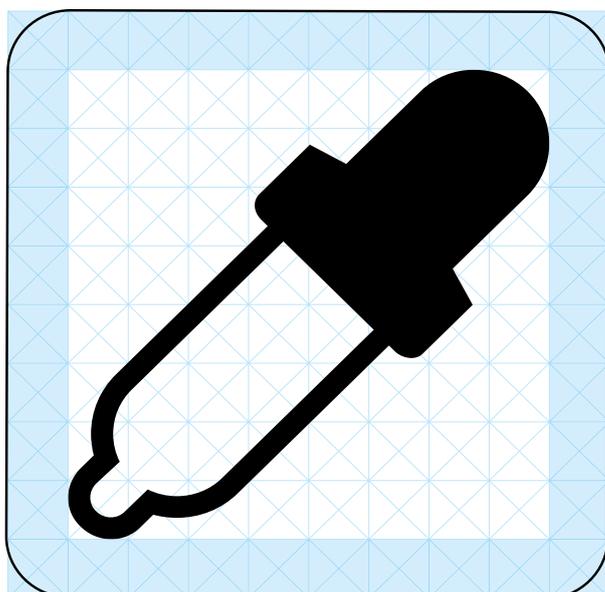
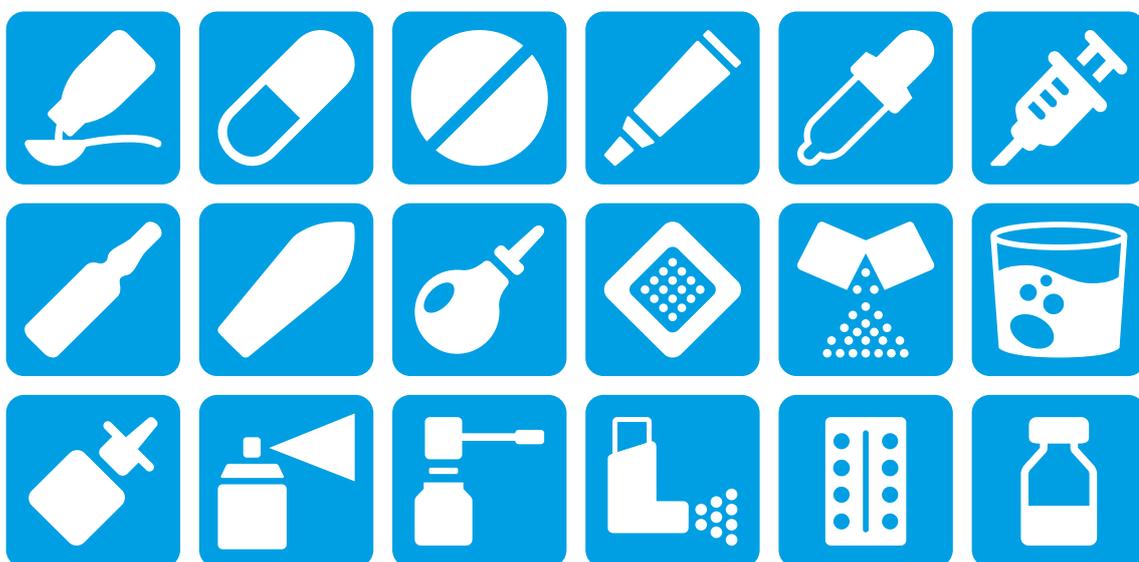
Esta nueva clasificación tiene la enorme ventaja de que permite al usuario realizar múltiples configuraciones incluso para un mismo fármaco, especialmente útil en aquellos de indicaciones diversas.

[Ej: Naproxeno: Dolor de regla (dismenorrea), migrañas, artritis...]

## 5.3 DISEÑO DE LOS PICTOGRAMAS

Comienzo con la fase de diseño de los pictogramas usando como base la retícula de Otl Aicher anteriormente citada. Teniendo en cuenta que deben ser coherentes entre ellos, me pongo a desarrollar los pictogramas por grupos, tratando de tener un “número redondo” dentro de cada grupo que me permita a posteriori más comodidad para agruparlos en el soporte final.

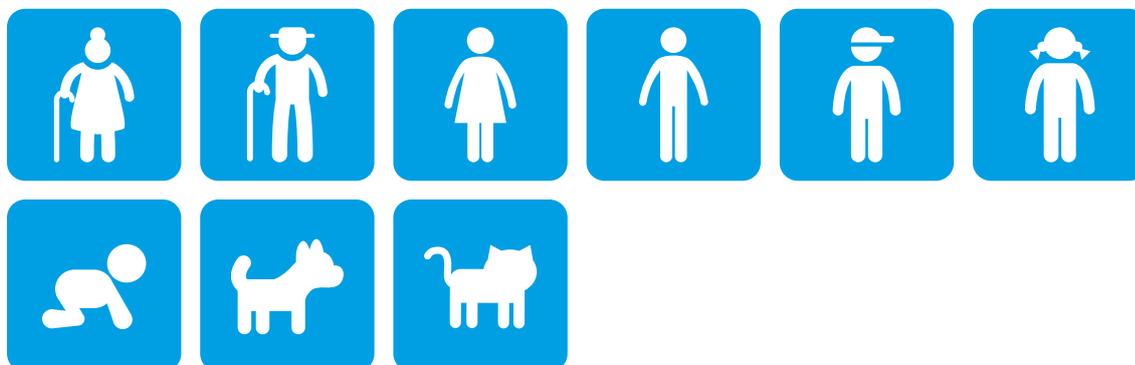
### GRUPO 1: TIPO DE PRESENTACIÓN DEL FÁRMACO



Todos los iconos tienen unos rasgos comunes que aportan continuidad y coherencia en todo el sistema.

Uno de los rasgos es el uso del mismo área de respeto alrededor de todos los dibujos hasta su margen exterior, o la inclinación de 45° en los pictogramas que aparecen diagonales.

## GRUPO 2: MIEMBRO DE LA FAMILIA AFECTADO



Decidí incluir pictogramas de perros y gatos por ser habituales en muchos hogares. Así podrán identificarse y distinguirse sus tratamientos médicos de los de otros miembros de la familia.

## GRUPO 3: POSOLOGÍA (Dosis, frecuencia, momento del día)



Representan las dosis más comunes relativas a la toma de pastillas o de número de gotas, así como los intervalos habituales entre una toma y otra. Los de momentos del día también permiten las configuraciones más habituales (antes del desayuno, durante las comidas, antes de acostarse, etc.)

## GRUPOS 4 Y 5: ZONAS A TRATAR Y AFECCIONES COMUNES



Es importante volver a destacar que **una de las virtudes que tiene este sistema es la LIBRE INTERPRETACIÓN de los pictogramas por parte de los usuarios finales.**

De esta manera, **lo que podría considerarse un posible defecto por las múltiples lecturas de un mismo pictograma, se convierte en una ventaja por las posibilidades que presenta en su lectura para cada persona.**

No perdamos de vista que el objetivo fundamental es que el usuario entienda qué medicamento es el que tiene en sus manos y para qué o quién está indicado, por lo que si es él mismo quien configura el sistema bajo su propio criterio, le será muy fácil interpretar el código a posteriori.

**Para demostrar esta ventaja, detallo algunos pictogramas y solo algunas de sus muchas posibilidades:**



- Dolor menstrual (dismenorrea)
- Sequedad vaginal
- Vaginitis
- Candidiasis



- Parkinson
- Ansiedad
- Hiperactividad
- Epilepsia



- Acné
- Sarampión
- Urticaria
- Psoriasis



- Alzheimer
- Demencia
- Desorientación



- Neumonía
- Asma
- Bronquitis
- Edema (líquido en pulmones)



- Osteoporosis
- Artritis
- Raquitismo
- Calcio



- Vitaminas / Suplementos
- Esteroides
- Hormonas
- Anabolizantes



- Alergia
- Inmunodepresores
- Catarro



- Arritmia
- Angina
- Taquicardia
- Adrenalina



- Virus
- Antibiótico
- Antigripal



- Alergia
- Picor
- Dermatitis
- Sarampión



- Hinchazón
- Hemorroide
- Roncha
- Contusión

## 6. NAMING

El producto tendrá un nombre propio para poder referirse a él. Este nombre surge de establecer relaciones cruzadas entre prefijos y sufijos de una lista de nombres relacionados con la finalidad del producto:

- FARMACIA (PHARMA)
  - **FÁRMACO**
  - MEDICAMENTO
  - MEDICINA
  - PICTOGRAMA
  - AYUDA (HELP, AID)
  - ENFERMERO
  - DOCTOR
  - VISUAL
  - IDENTIFICAR
  - MARCAR
  - ETIQUETA (LABEL)
  - PEGATINA (STICKER)
  - **ICONO (ICON)**
  - SISTEMA
  - CÓDIGO
- 

Algunos de los nombres que barajé como fruto de estas palabras cruzadas son:

- PHARMAPIC
- MEDICONOS /MEDICONS
- IDENTICONOS
- STICKONOS
- **FARMICONOS**
- MEDIGRAMA
- FARMIHELP
- PICTOFARMA

Finalmente me quedo con el nombre “FARMICONOS” porque me parece que lleva implícita la descripción del producto (iconos para fármacos), y además puede servir para hacer referencia ya no solo al producto si no a cada adhesivo individual (cada sticker sería un farmicono).

# ‘ FARMICONOS ’

## 7. LOGOTIPO

El logotipo que tendrá el producto ha sido diseñado en base al código común que he investigado en el resto de nombres de medicamentos del mercado.

Esto me hace optar por el uso de una tipografía sans-serif a la que le **incluyo un símbolo en la “i” del nombre, que ayuda a separar la marca en las dos palabras de origen y además le confiere un carácter simbólico de “información” haciendo uso de la típica letra “i” inclinada** que solemos encontrar para esta finalidad.

La incluyo dentro de un bocadillo porque simbolizo que el producto “te habla y ofrece la información que necesitas”.

**La tipografía usada es la Futura Heavy** que, a mi parecer, con sus rasgos geométricos aporta el racionalismo y confianza que el producto necesita aportando una voz de tono sobrio pero contundente.

# FARM*i* CONOS

### Logotipo

Información

# FARM*i* CONOS

Farmacia / Fármaco

Iconos

## 8. COLOR

Tras barajar muchas opciones, decido quedarme con un solo color que interactuará con el blanco y que está muy acorde a los productos de farmacia y parafarmacia: el **Cyan** puro.

Este color junto con el blanco, aportará cierto **matiz aséptico** al producto, a la vez que es **fresco y agradable**. Transmite **limpieza y claridad** además de aportar **calma por que lo relacionamos instintivamente con el cielo o el mar**. Otra de las razones es que junto con el verde espinaca, **está muy relacionado con los productos médicos o sanitarios**.

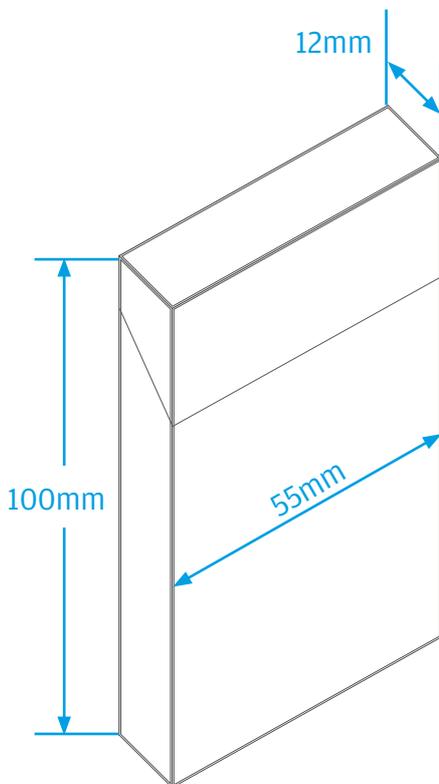
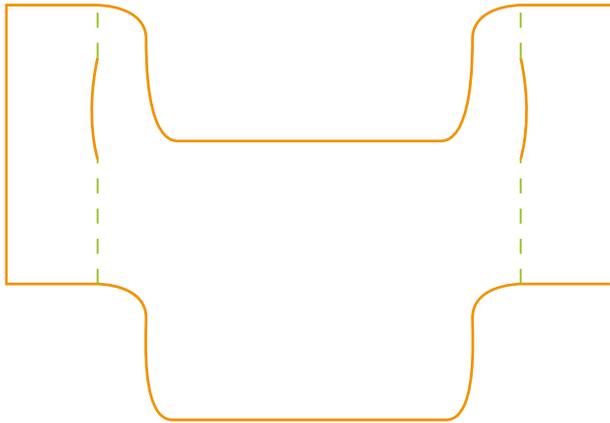
**FARM*i* CONOS**

Cyan 100%

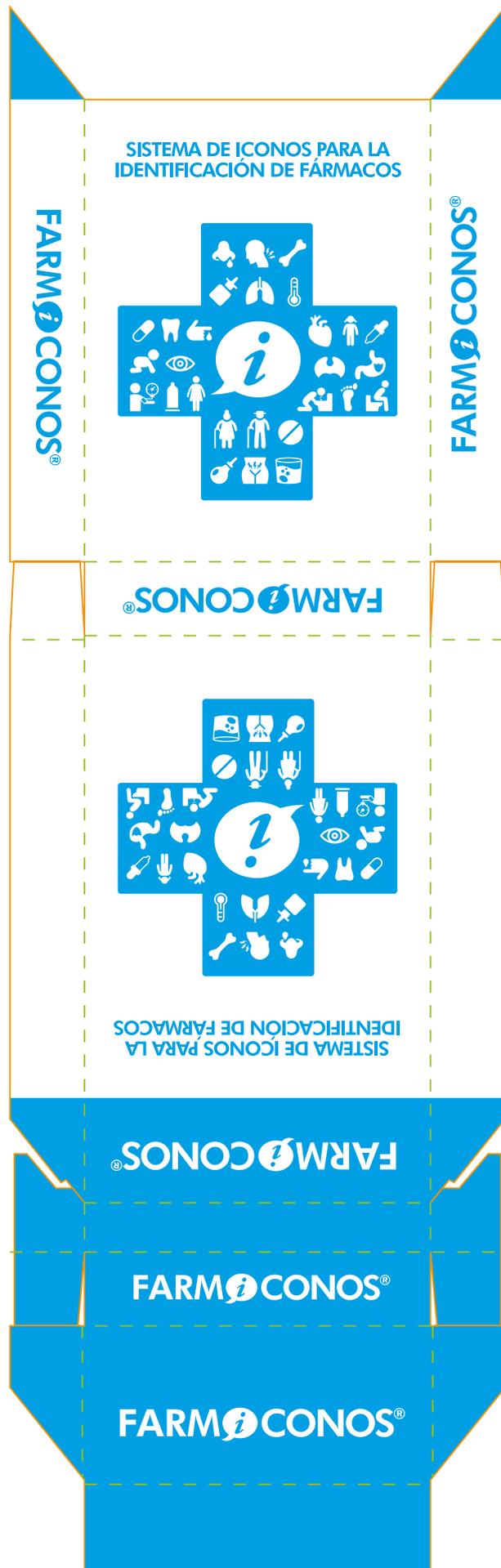
**FARM*i* CONOS**

Versión invertida

## 9.1.1 DESARROLLO Y MEDIDAS



Plantilla a escala 1:1



## 9.1.2 RECREACIÓN



### 9.1.3 PRODUCCIÓN



## 9.2 ADHESIVOS

Ya con la caja preparada, tengo que definir cuántos adhesivos irán incluidos en esta. Irán agrupados en retícula de 6x3, agrupados por categorías y en una planilla plegada en acordeón.

Hay algunos pictogramas que tendrán que aparecer repetidos varias veces en el kit, ya que necesitarán ser utilizados más de una vez sobre distintas cajas de fármacos.

### Los adhesivos más susceptibles a repetirse son:

- **Miembros de la familia.**
- **Tipo de fármaco.**
- **Dosis, posología y momento del día.**

Tras las pruebas, decido hacer 3 planillas verticales, plegadas en acordeón en 5 carillas cada una con 18 iconos por cada cara.

En la primera planilla irán agrupados en el siguiente orden los pictogramas referentes a:

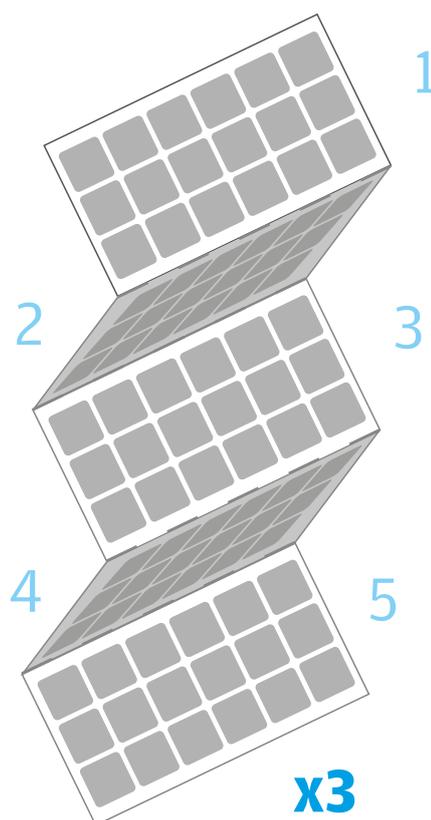
### Tipo de fármaco / Miembro de la familia / Posología / Momento del día

De esta manera tendremos los pictogramas más susceptibles a repetirse en una sola planilla, con lo que para repetirlos solo tenemos que duplicar esta unidad.

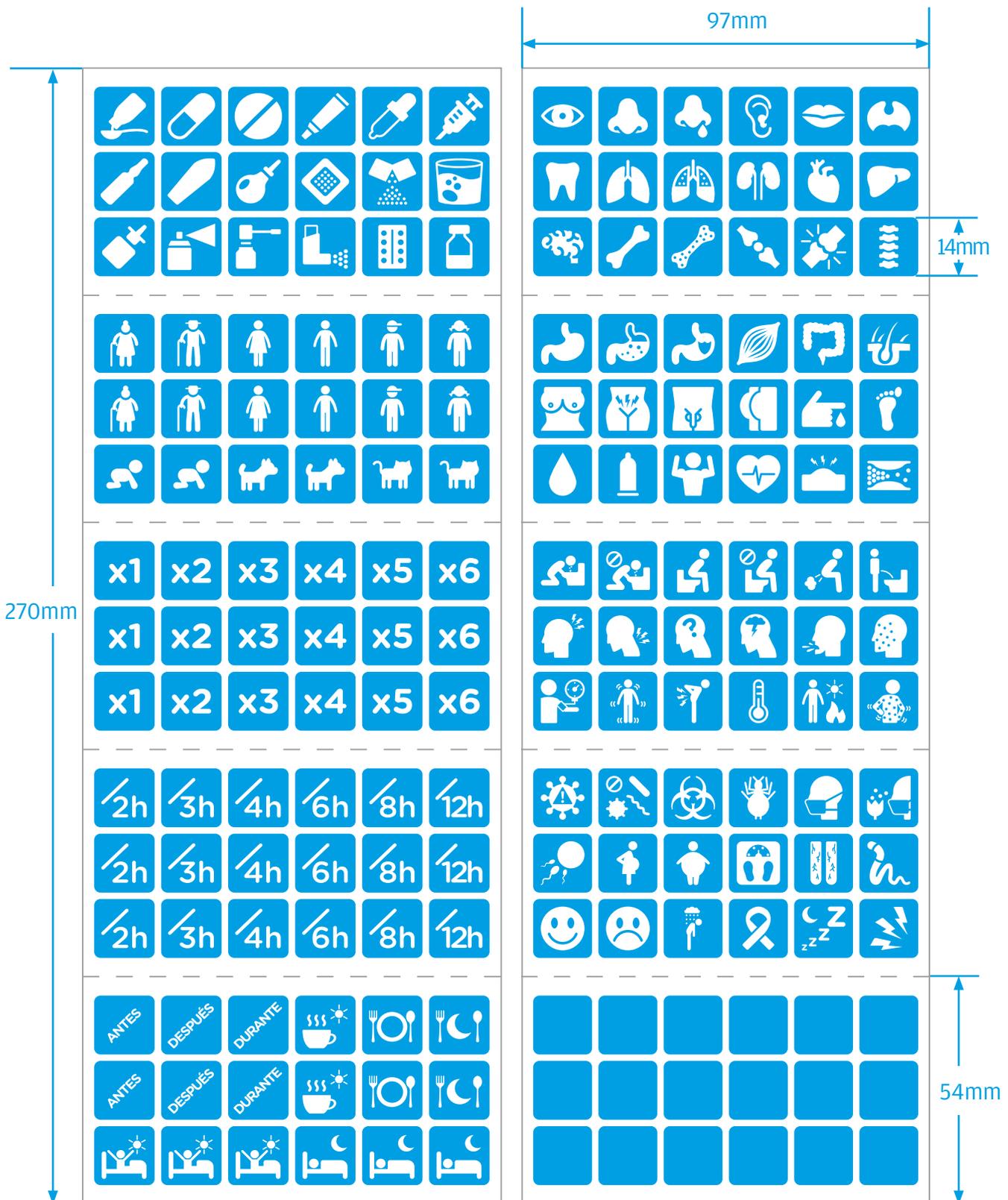
En la tercera iría el resto de pictogramas en la que, en la ultima carilla, irían incluidos adhesivos en blanco que los usuarios podrán usar para completar el sistema en caso de que necesiten algún pictograma adicional.

3 planillas  
5 carillas en acordeón  
18 adhesivos por carilla

**270**  
FARMICONOS



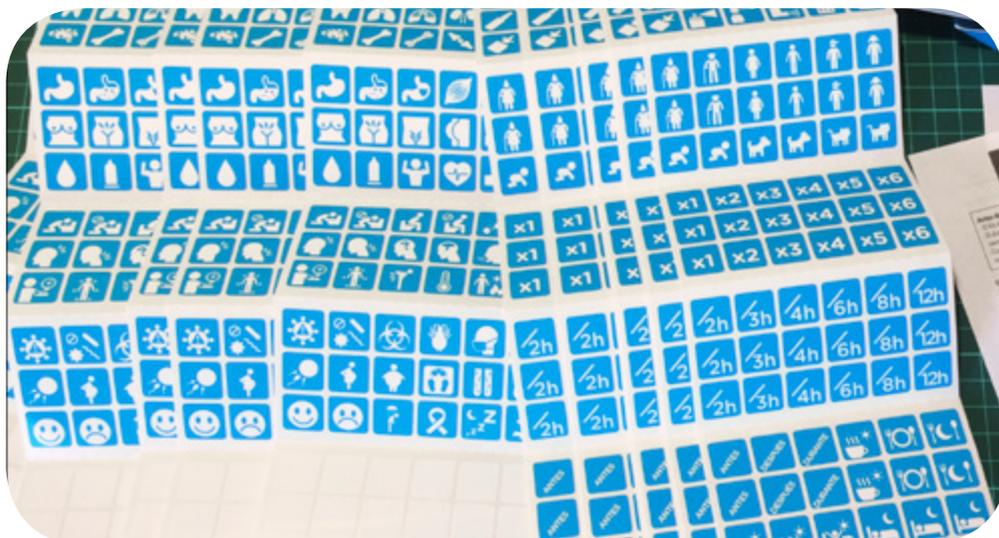
## 9.2.1 DISPOSICIÓN Y MEDIDAS



Planilla 1 (por duplicado)

Planilla 2

## 9.2.2 PRODUCCIÓN



## 9.3 PROSPECTO

Para que la experiencia del usuario sea lo más parecida a abrir una caja de medicinas, incluiré un “prospecto” tamaño A5 con instrucciones e información sobre el producto.

Una vez más, copiaré el estilo comunicativo de los mismos, esto es: tipografía sin serifa, tamaño de letra pequeño (8 pt.), código de barras y otros elementos gráficos típicos.

La fuente utilizada en este caso para el texto corrido es la **Avenir Next Condensed**, una tipografía muy común en este tipo de soportes impresos, que gracias a su estructura ayuda a tener alto rendimiento, aprovechando muy bien el espacio para la cantidad de información que necesita incluirse y con muy buena legibilidad a pequeño tamaño.

Para completar la experiencia de usuario, he utilizado un papel de bajo gramaje (60 gr.) que irá plegado de la manera típica e insertado en la caja desde arriba abrazando los adhesivos. Esto provocará que el usuario tenga que sacarlo forzosamente.



# FARM*i*CONOS®

SISTEMA DE ICONOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE FÁRMACOS

## **Antes de hacer uso de este producto es recomendable la lectura de este prospecto informativo.**

- El Kit de adhesivos que tiene en su poder se ofrece de manera totalmente gratuita y no ha debido pagar nada por él.
- El diseño de esta caja está pensado para que pueda ser guardada junto con el resto de medicamentos, así la tendrá siempre localizada y a mano cada vez que usted necesite volver a utilizarla.
- Conserve este prospecto dentro de la caja para que pueda volver a leer las indicaciones del producto cada vez que lo considere necesario.

## **Contenido de este prospecto:**

- 1.- Qué son los Farmiconos® y para qué se utilizan
- 2.- Para quiénes están indicados
- 3.- Antes de usar los Farmiconos®
- 4.- Clasificación de los Farmiconos®
- 5.- Cómo usar los Farmiconos®
- 6.- Información adicional

## **1.- QUÉ SON LOS FARMICONOS® Y PARA QUÉ SE UTILIZAN**

Los Farmiconos® son pictogramas adhesivos que han sido diseñados para ayudar a identificar, de manera visual, las cajas de los medicamentos que usted tiene en casa.

Como consecuencia de la gran cantidad de fármacos que existe en el mercado, la variedad de marcas y nombres genéricos en los medicamentos, el usuario cada vez tiene más problemas para identificar o recordar la prescripción de aquellos que tiene en casa. Además, la mayoría de las veces, el paciente tiene que volver a leer el prospecto del fármaco para conocer la posología indicada a su tratamiento. Muchos usuarios solucionan este problema de comunicación, anotando sobre las propias cajas, para qué miembro de la familia fue prescrito, en qué dosis debe tomarlo o en qué momento del día. Los Farmiconos® aportan una solución definitiva a esta necesidad del usuario.

## **2.- PARA QUIÉNES ESTÁN INDICADOS**

Este producto está pensado para cualquier persona que lo necesite, no hay un público concreto destinado al uso de los Farmiconos® aunque puede servir especialmente de ayuda en los siguientes casos:

- Personas de edad avanzada.
- Pacientes con tratamientos médicos complejos.
- Personas analfabetas o con dificultad para la comprensión lectora.
- Familias numerosas que necesiten identificar los fármacos de cada miembro.
- Usuarios con necesidad de recordar las indicaciones de cada tratamiento.

## **3.- ANTES DE USAR LOS FARMICONOS®**

Asegúrese de seguir siempre las indicaciones de su médico o farmacéutico antes de colocar los adhesivos sobre las cajas de sus medicamentos. Debe estar seguro de haber entendido bien cómo debe proceder a tomar el medicamento que se le ha recetado antes de personalizarlo con los Farmiconos®.

Revise periódicamente la relación entre los pictogramas usados sobre el fármaco y el tratamiento que esté siguiendo, actualizando o reemplazando los adhesivos en caso de que fuera necesario.

Actúe siempre con responsabilidad y comprenda las graves consecuencias de dar un mal uso a este producto.

## **4.- CLASIFICACIÓN DE LOS FARMICONOS®**

Para mayor comodidad, los Farmiconos® están clasificados en los siguientes grupos:

- Modo de presentación del fármaco.
- Miembro de la familia afectado (mascotas incluidas).
- Zona a tratar.
- Posología (intervalo de tiempo / número de dosis / momento del día).
- Dolencias / tratamientos comunes.



## 5.- CÓMO USAR LOS FARMICONOS®

El sistema está diseñado para adaptarse a múltiples configuraciones en función de las necesidades de cada usuario. Puede colocar tantos adhesivos como necesite sobre una misma caja, pero asegúrese de ser coherente en su configuración para conseguir una interpretación correcta cuando requiera tomar de nuevo el fármaco.

Una buen método para asegurar la coherencia y la rápida comprensión de los pictogramas es repetir el mismo orden de clasificación en todos los medicamentos. Ejemplo:



FORMATO - MIEMBRO - ZONA AFECTADA - POSOLOGÍA / FRECUENCIA

Tenga en cuenta que cada pictograma puede tener varias interpretaciones y puede asignarle la lectura que estime conveniente para configurar el sistema a su gusto. No obstante, aquí puede ver algunos ejemplos para que vea diferentes significados que puede aportar a algunos de ellos:



- Dolor menstrual (dismenorrea)
- Sequedad vaginal
- Vaginitis
- Candidiasis



- Parkinson
- Ansiedad
- Hiperactividad
- Epilepsia



- Acné
- Sarampión
- Urticaria
- Psoriasis



- Alzheimer
- Demencia
- Desorientación



- Neumonía
- Asma
- Bronquitis
- Edema (líquido en pulmones)



- Osteoporosis
- Artritis
- Raquitismo
- Calcio



- Vitaminas / Suplementos
- Esteroides
- Hormonas
- Anabolizantes



- Alergia
- Inmunodepresores
- Catarro



- Arritmia
- Angina
- Taquicardia
- Adrenalina



- Virus
- Antibiótico
- Antigripal



- Alergia
- Picor
- Dermatitis
- Sarampión



- Hinchazón
- Hemorroide
- Roncha
- Contusión



## 6.- INFORMACIÓN ADICIONAL

En caso de que no encuentre un Farmicono® concreto para indicar alguna información relevante para su medicación, se han incluido algunos adhesivos en blanco para que los rellene y pueda completar el sistema acorde a sus necesidades. Para obtener más información sobre el uso, descargar los adhesivos u obtener soporte adicional dirijase a la web del producto <http://www.farmiconos.com>.

**FARMICONOS®**

© 2017 - Shano Lores  
Cádiz - ESPAÑA

Prospecto (A5): Cara posterior

## 9.4 DISPLAY EXPOSITOR

Las cajas del producto estarán expuestas en un display de mostrador escalonado fabricado en cartón, que actuará de reclamo publicitario en los puntos de impacto que se estimen finalmente.

A priori, algunos lugares importantes donde tendría gran visibilidad serían:

- **Farmacias**
- **Ambulatorios**
- **Centros de Salud**
- **Hogar del pensionista**
- **Hospitales**



## 9.5 CARTEL

Se dispondrán, a modo de reclamo, carteles impresos en tamaño 50x70 cm en los lugares donde el público objetivo pueda conseguir el producto (Los citados en el capítulo anterior).

Estos incluyen un pequeño texto informativo del producto y un topo informando de su gratuidad.

# FARMiCONOS®

## SISTEMA DE ICONOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE FÁRMACOS

PIDE AQUÍ TU KIT GRATIS

Los Farmiconos® son pictogramas adhesivos diseñados para facilitar la identificación de los medicamentos que tiene en casa.

Estas etiquetas permiten recordar al usuario para qué miembro de la familia fue recetado el fármaco, a qué dolencia está destinado y de qué manera se debe tomar el tratamiento.

 [www.farmiconos.com](http://www.farmiconos.com)

## 9.5.1 SIMULACIÓN



## 9.6 WEB

El producto también dispone de una web propia en la que se ofrece al usuario información de interés relacionada con los Farmiconos®.

Se puede acceder a ella usando el propio nombre del producto como dominio web:



La web consta de 4 secciones básicas además del formulario de contacto habitual:

1. **Home:** Con un resumen de la funcionalidad y características del sistema.
2. **El producto:** Un repaso desde el origen de la idea a los puntos de distribución.
3. **Área de descargas:** Material digital sobre el producto.
4. **F.A.Q.:** Preguntas y respuestas frecuentes sobre los Farmiconos®.
5. **Contacto:** Formulario de contacto para dudas o comentarios de los visitantes.

### TIPOGRAFÍA EN WEB:

La tipografía usada para toda la web es la familia **Helvetica**. Esta es una tipografía sin serifa que ha sido y sigue siendo utilizada para señaléticas de todo tipo (entre otros muchos usos).

Confiere una voz seria al texto que le aporta credibilidad, de tono sobrio y neutro que no colorea en exceso la comunicación. Además es una buena tipografía para pantalla que ofrece buena legibilidad en todos sus tamaños.

La web, al igual que en el diseño del producto transmite claridad y racionalidad, el uso abundante del color blanco confiere claridad y limpieza al diseño, que se ve pulcro, transparente y creíble, un diseño muy acorde con la temática que se trata en ella.

El único color utilizado sigue siendo el Cyan como en el propio producto para crear continuidad y se repiten los mismos patrones y formas (como las cajas redondeadas) para establecer relaciones obvias entre ambos.

www.farmiconos.com

FARMICONOS®

INICIO EL PRODUCTO DESCARGAS F.A.Q. CONTACTAR



Más información

## El complemento ideal para los fármacos

Identifica para qué o para quién es cada medicamento

- Ayuda simple pero eficaz**  
Mejora significativamente la comunicación de las cajas de los medicamentos.
- Para toda la familia**  
Entendible para todos independientemente de su edad, sexo o nivel cultural.
- 270 pictogramas**  
Agrupados en seis categorías para ayudar a identificar todos los fármacos.
- Información accesible**  
Datos relevantes de cada fármaco en un lenguaje entendible para el usuario.
- Ahorro de tiempo**  
Evita tener que releer el prospecto cuando se olvida la función farmacológica.
- Sistema configurable**  
Personalización por el propio usuario adaptándolo a sus necesidades.

www.farmiconos.com

FARMICONOS®

INICIO EL PRODUCTO DESCARGAS F.A.Q. CONTACTAR

## Área de descargas

Desde aquí puede descargar los Farmiconos en PDF e imprimirlos en papel adhesivo para crear su propio set.  
También puede descargar el prospecto con instrucciones e información del producto.



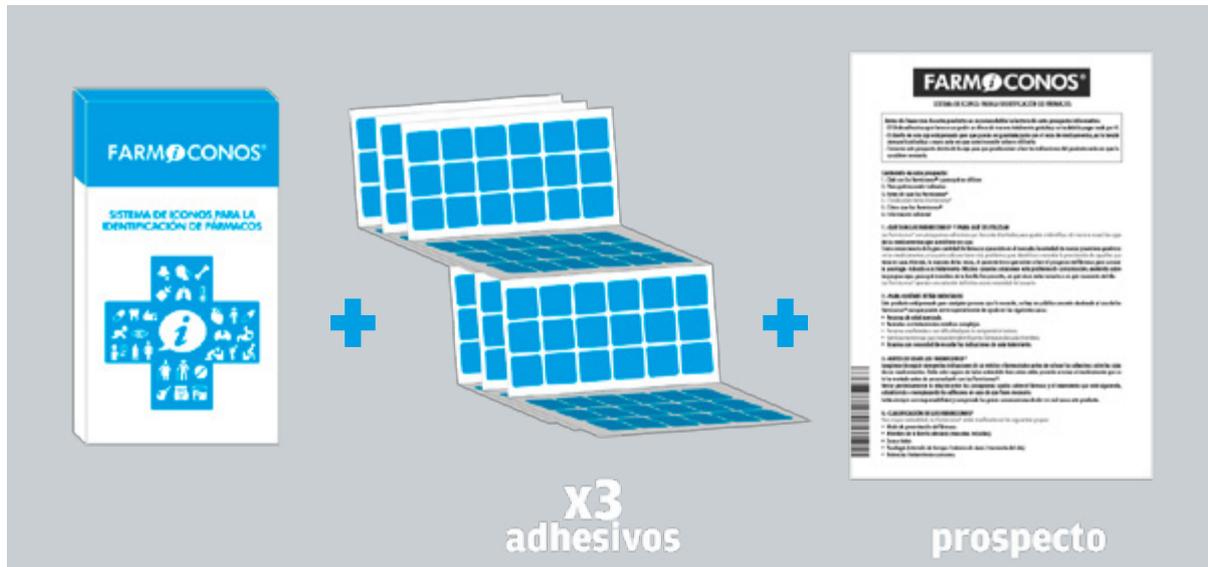
↓ FARMICONOS PARA IMPRIMIR (PDF)



↓ PROSPECTO DEL PRODUCTO (PDF)

  
 Premio extraordinario de Artes Plásticas y Diseño 2017 otorgado por la Junta de Andalucía.  
 Proyecto final de Gráfica Publicitaria para la **escaediz**. Protegido bajo licencia Creative Commons Internacional. © 2017 Shano Lores.

## 9.7 CONTENIDO DEL KIT



Cada Kit estará compuesto por una caja contenedora, 270 Farmiconos adhesivos distribuidos por grupos en 3 planillas plegadas en acordeón y un prospecto informativo con información de interñes para el usuario.

## 9.8 EJEMPLOS DE CONFIGURACIÓN



**DIARREA**  
Fármaco genérico: **LOPERAMIDA**



**PROTECTOR DE ESTÓMAGO**  
Fármaco genérico: **OMEPRAZOL**



**FIEBRE EN ADULTOS**  
Fármaco genérico: **PARACETAMOL**





## 10. CONCLUSIONES

Creo que en esta memoria se demuestra que los Farmiconos® son una idea viable que facilitaría la vida a muchos usuarios.

Por supuesto podrían ampliarse las posibilidades publicitarias del producto con spots promocionales, presencia en redes sociales, acciones con stands publicitarios en diversos puntos, cuñas de radio, etc. pero el corto tiempo de desarrollo y la complejidad a la hora de ejecutar todo lo que aquí he mostrado, ha provocado que tenga que descartar continuamente complementos e ideas interesantes que se quedan guardadas en la recámara para el futuro.

Lo que puedo asegurar es que me siento orgulloso del resultado. Lo he desarrollado con mucho cariño, en gran parte por la forma en la que se presentó el problema. Desde el primer momento tuve ganas de afrontarlo para darle solución, en primera instancia para ofrecerlo a mis personas más queridas, que son los que lo inspiraron, pero por supuesto también por tener la convicción de que los proyectos como este, con cierto compromiso social y que están alejados de la ambición económica y comercial son los que hacen que hagamos el mundo más accesible para todos.

En este proyecto no se han dado datos económicos de los costes de producción porque a mi parecer podría ser necesario que estuviera esponsorizado por alguna marca (cosa que presupone unos intereses económicos en segundo plano y que afea la imagen del producto). Lo ideal sería que, tal y como se comenta en esta memoria, fuera el propio Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad el que afrontara la campaña. De plantearse, sí que sería necesario elaborar un estudio previo de población activa que orientara el número de unidades que deberían lanzarse y organizar las distribuciones.

Tengo la esperanza de que tras haber ojeado esta memoria, el lector tenga la cuarta parte de satisfacción que tengo yo por haber terminado felizmente y en buen puerto este proyecto. También espero que pueda apreciarse, al menos en una pequeña parte, la aplicación de los conocimientos que he ido adquiriendo durante mi paso durante estos dos años, con sus luces y sus sombras (como no podía ser de otra manera) por la Escuela de Arte de Cádiz.

Quiero mostrar mi agradecimiento especial a aquellos profesores que han confiado en mí y me han ayudado a progresar, crecer profesionalmente y a ganar confianza en mí durante este periodo. Gracias.

Shano Lores.

“El profesor mediocre cuenta. El profesor corriente explica.  
El profesor bueno demuestra. El profesor excelente inspira.”

- William A. Ward.

**FARM*i*CONOS<sup>®</sup>**

**SISTEMA DE ICONOS PARA LA  
IDENTIFICACIÓN DE FÁRMACOS**

Shano Lores - 2017