



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

**Diseño y estrategia digital
de Campaña Social
sobre los servicios de salud
del Colectivo Amigos contra el Sida -CAS-
en el área metropolitana de Guatemala.**

Hannover Antonio Zabala Chávez





Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

**Diseño y estrategia digital
de Campaña Social
sobre los servicios de salud
del Colectivo Amigos contra el Sida -CAS-
en el área metropolitana de Guatemala**

Proyecto desarrollado por:
Hannover Antonio Zabala Chavez

Al conferírsele el título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, Septiembre de 2021.

Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala



Junta Directiva

De la Facultad de Arquitectura

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velazco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Tribunal examinador

Lic. Erick Tomás Galindo Álvarez
Examinador

MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor metodológico

Quím. Blgo. Darío Josué Rodríguez Soto
Tercer Asesor

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico



Agradecimientos

A mis padres, por ser el apoyo incondicional y la constante motivación para llegar hasta este momento, por los valores, educación y sabiduría que me enseñaron desde pequeño y que hoy me complementan como persona. Les agradezco los múltiples sacrificios que han hecho y siguen haciendo para llevarme a cumplir una de las tantas metas la más grandes en mi vida académica.

A mi madre, doña Chayito, gracias por tanto amor y por tener siempre un plato de comida, por consentirme y felicitarme cada vez que lograba culminar un semestre.

A mi padre, gracias por ser tan serio, pero tan bondadoso con cualquier cosa que necesitaba en los trabajos, por entenderme y por su paciencia, pero sobre todo, por las enseñanzas y volverme un multiusos, jamás olvidaré todo lo que aprendí de ustedes, mis padres, siempre gracias.

A mis hermanos por estar siempre para mí, por apoyarme a correr con las entregas de proyectos y acompañarme en los momentos que más los necesito. Por aguantar mi humor y falta de paciencia,

por reír siempre conmigo. Por cada experiencia que compartimos juntos entre las vacaciones, gracias por tanto.

A mis amigos diseñadores, gracias por las aventuras, risas y tristezas que nos provocaba cada proyecto, pero sobre todo, por ese apoyo tan especial que encontraba en cada uno, estoy seguro de que no hubiera llegado tan lejos sin su ayuda y amor incondicional.

A mis amigos, hermanos y hermanas quienes día a día me deconstruyen y me hacen mejor persona, gracias por ayudarme con el estrés de la U, por apoyarme en tareas que no entendía, a todos les debo mi lealtad y amor para siempre.

A la universidad de San Carlos de Guatemala y la Escuela de Diseño Gráfico, los profesores que me demostraron el amor al diseño, que no solamente me educaron si no, son un gran ejemplo a seguir, cada uno marcando el semestre que me hacía querer seguir y nunca parar. Les agradeceré siempre.

A CAS por abrirme las puertas y permitirme desarrollar este proyecto, por su actitud tan acogedora y la gran experiencia que me llevó al trabajar en temas de salud sexual.

Presentación	15
Capítulo 1	17
Introducción	19
Antecedentes	20
Definición y delimitación del problema de comunicación visual	22
Justificación del proyecto	24
Trascendencia del proyecto	
Incidencia del Diseño Gráfico	
Factibilidad del proyecto	
Objetivos	27
General	
Específico de comunicación	
Específico de diseño gráfico	





Capítulo 2 29

Perfil de la institución	30
Perfil del grupo objetivo	34
Análisis de la publicidad	36

Capítulo 3 43

Diseño de flujograma	44
Cronograma de trabajo	46
Previsión de recursos y costos	47

Capítulo 4 49

Exclusión y discriminación de la comunidad	51
El diseño gráfico como mediador de la comunicación	56
Combatiendo la desinformación	60

Capítulo 5 65

Definición creativa

Elaboración del brief de diseño 67

Proceso de conceptualización 70

Concepto creativo 75

Códigos del diseño 76

Capítulo 6 79

Producción gráfica y validaciones de alternativas

Nivel 1 de visualiación
(Bocetaje inicial y autovalidación) 80

Nivel 2 de visualiación
(Bocetaje y validación con expertos) 84

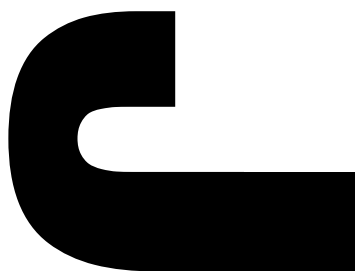
Nivel 3 de visualiación
(Bocetaje y validación con grupo objetivo) 88

Propuesta Final 92

Fundamentación de la propuesta final
Lineamientos para puesta en práctica 97

Presupuesto 99

Cotizaciones 100





Capítulo 7 103

Conclusiones 105

Lecciones aprendidas 106

Recomendaciones 108

Capítulo 8

Fuentes consultadas 111

Anexos 113





Presentación

La creatividad, diseño, diagramación, ilustración y proceso metodológico para la realización de las piezas gráficas para la campaña social en medios digitales fue llevado a cabo por el estudiante Hannover Antonio Zabala Chavez, como parte del Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación del año 2019 de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para el Colectivo Amigos contra el Sida CAS.

Es la forma en que se retribuye a la sociedad guatemalteca lo invertido en la Educación Superior Estatal.

MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor metodológico

Lic. Carlos Enrique Franco Roldán
Asesor gráfico

Lic. Dario Josue Rodríguez Soto
Tercer asesor





Capítulo Uno

Introducción

Los antecedentes ayudan a delimitar y definir el problema de comunicación para justificar el proyecto y la manera en que puede trascender gracias a la incidencia del diseño gráfico, asegurando las bases del proyecto.

Durante el proceso se establecen los objetivos que determinan el camino a seguir en las decisiones del proyecto con el único fin de cumplir con ellos al finalizar el trabajo.





Introducción

Este proyecto señala los procesos de investigación, la observación, el análisis, experiencia y producción gráfica para la posterior validación y aplicación de material gráfico y publicitario a beneficio del CAS orientado principalmente al sexo masculino y comunidad homosexual en Guatemala.

El Colectivo Amigos contra el Sida, CAS, es una organización que promueve la salud sexual enfocándose principalmente en la comunidad LGBTIQ (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transgénero, Intersexual y Queer) brindando los servicios de: pruebas de VIH, Sífilis y Hepatitis, también cuentan con apoyo psicológico a los usuarios y una clínica médica para la revisión de otras ITS proporcionando su debido tratamiento de manera gratuita, estos servicios también están disponibles para el sexo femenino bajo un costo en donativo.

La salud es un derecho fundamental según la constitución política de Guatemala. El CAS es uno de los principales defensores del Artículo 93 de dicha constitución. La comunidad masculina homosexual es

la más afectada por el VIH y otras ITS, pero esto también afecta a la familia y a la población en general, por tanto, cualquier inversión orientada a la causa para mitigar la propagación en infecciones de transmisión sexual, representa una mejora en la salud reproductiva y sexual de Guatemala en general.

El CAS se caracteriza por brindar un espacio sin discriminación y estigma social, es un lugar libre de expresión y seguro para cualquier persona, de tal manera que, para la búsqueda del problema de comunicación visual se realiza una previa investigación diagnóstica, identificando las diferentes áreas de oportunidad en las que el diseño Gráfico puede intervenir de manera positiva.

La finalidad del proyecto busca promover los servicios que ofrece el CAS, utilizando la red geosocial de Grindr para mostrar el rostro profesional de la institución y contactar con más usuarios, educando sobre la salud sexual y los nuevos métodos de prevención ante el VIH que pronto estará disponible para los guatemaltecos de manera gratuita.

Antecedentes

“Una corte internacional emitió una condena histórica contra el Estado de Guatemala por negar atención en salud integral a 49 personas con VIH. El caso es agrí dulce: por un lado, 15 de los pacientes demandantes no verán la justicia, porque murieron durante el proceso. Y por otro, la sentencia representa una esperanza para todas las personas con VIH en el país, pues ordena reformas en el sistema de salud para garantizar tratamiento”.

JAVIER ESTRADA TOBAR

NOVIEMBRE, 2018

Nómada gt

El virus de inmunodeficiencia humana (VIH) el causante del sida, existe en Guatemala y nadie es inmune al VIH, los diagnósticos incrementaron en los últimos años puesto a que varios guatemaltecos ignoran ser personas con VIH, en el área metropolitana de Guatemala el riesgo se vuelve ligero al existir instituciones que promueven exámenes prácticos en diferentes puntos de la ciudad compensando la falta de accesibilidad a un diagnóstico temprano.

El Ministerio de Salud y el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS) no han logrado garantizar un diagnóstico temprano. 1

(« El 12 de Julio del 2019 el medio periodístico Nómada mencionaba en su sitio web ...»)


Para las personas con VIH sida, Guatemala no es un país que cumpla con lo requerido según los estándares médicos internacionales, ya que cuatro de cada diez infectados no tienen acceso a medicamentos.

Si estas personas no pueden recibir un tratamiento a tiempo corren el riesgo de transmitir a más personas, si el Estado no puede garantizar la salud, lo mejor que puede hacer es educar al resto de la población para una prevención temprana.

Por ello también surgen diversas entidades dentro de la ciudad capital, que promueven la salud sexual además de brindar un seguimiento médico y de calidad profesional que pueda satisfacer las necesidades de las personas con VIH, como lo hace el Colectivo Amigos contra el Sida–CAS-.

La importancia de visibilizar el VIH como una enfermedad latente en Guatemala conlleva a educar y orientar a la población a ser más tolerantes, conscientes e

1–Nómada gt, 34 vidas (y 15 muertes) que cambiarán la historia del VIH en Guatemala por Javier Estrada. consultado el 12 de Julio del 2019- <https://nomada.gt/pais/actualidad/34-vidas-y-15-muertes-que-cambiaran-la-historia-del-vih-en-guatemala/>



incluyentes al hablar del SIDA causado por el VIH, ya que este es una enfermedad de transmisión sexual principalmente y afecta a los seres humanos sin importar su orientación sexual.

Una sociedad incluyente que elimina el estigma que sufren las personas con VIH será una sociedad educada capaz de debatir sobre el virus, abordar situaciones de riesgos con familia, amigos y demás personas, enfrentando de una mejor manera cada situación que este virus puede generar en la sociedad.

El miedo que provoca hablar del VIH entre los guatemaltecos cierra mucho más que una oportunidad para socializar, se cierran oportunidades laborales, educativas y de crecimiento personal. La verdadera inclusión se genera en la aceptación de las diferencias y la tolerancia sobre lo que no estamos de acuerdo.

La mayoría de veces la tolerancia y aceptación se bloquea por el miedo a lo desconocido que genera el no saber qué sucederá una vez sea adquirido el virus, existen los medicamentos antirretrovirales que combaten el VIH, aunque no es una cura definitiva, este tratamiento permite al ser humano llevar una vida normal y sin riesgo, quiere decir que no será un

portador más no un transmisor del virus, siempre y cuando se mantenga bajo el tratamiento de por vida y una supervisión médica.

Hablar de medicamentos que ayudan a combatir el virus puede generar disgusto y poca aceptación entre la población, es por ello que educar es la mejor manera de combatir la desinformación y borrar el miedo que produce hablar del VIH en la sociedad.

La misma reacción causa el resto de las ITS (infecciones de transmisión sexual) al no tener conocimiento de las mismas existe un bloqueo y el patrón se repite, es el caso de la comunidad homosexual del país, como en ejemplo; la mayoría de personas ignoran los síntomas de sífilis, esta enfermedad produce cambios físicos notorios, es una enfermedad curable, pero de nuevo, la desinformación puede llegar propagar de manera involuntaria la infección con el resto de la población, al no tener los datos necesarios, desde cómo detectar la infección hasta las soluciones médicas para eliminar la infección.

Definición y delimitación del problema de comunicación visual

El Colectivo Amigos contra el Sida–CAS– se encuentra ubicado en la 7ma Calle 3-42, de la zona 1 en la Ciudad de Guatemala, cuenta con un laboratorio equipado para generar pruebas rápidas y específicas de VIH, una clínica especializada, un centro de psicología y diversas personalidades que hacen funcionar al colectivo de manera eficaz, segura y confiable durante la jornada abierta a los usuarios.

El principal contacto que el CAS tiene con los usuarios son los llamados promotores, ellos son los encargados de atraer al público para realizar una prueba segura de VIH y lograr un diagnóstico temprano, el segundo encuentro son las redes sociales y el tercero son las personas que directamente llegan a la institución por los servicios proporcionados.

La publicidad que la institución maneja, es principalmente en las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.


Los promotores tienen asignado un número telefónico donde hacen uso de la aplicación Whatsapp, con el fin de mantenerse en comunicación con los usuarios que así lo deseen.

Aunque en el CAS hay un trabajo de comunicación, el alcance es limitado y podría enriquecerse con nuevos aportes especializados para que la institución logre el objetivo.

El CAS a trabajado con los guatemaltecos en los últimos 4 años realizando una infinidad de diagnósticos positivos y brindando un seguimiento seguro y confidente a las personas con VIH, cuenta con un historial reconocido por la labor social y aún trabajan por erradicar las cadenas de virus que han logrado detectar en diferentes grupos sociales de la ciudad de Guatemala.

Son datos que merecen ser pronunciados al igual que los beneficios de un diagnóstico temprano o una práctica sexual más adecuada entre la población LGTBQ+ (lesbianas, gays, bisexuales, transgéneros, Intersexuales y Queer). Quienes son el objetivo principal del CAS y quienes no están recibiendo una información completa en redes sociales. 2

(« El 22 de Julio del 2019 CAS comparte sus antecedentes y contenido disponible para todo el público »)



Las redes sociales son la carta de presentación ante el grupo objetivo, pero el alcance que se logra en la internet va mucho más allá de los números, se estima que el 50% de organizaciones que emplean un buen manejo de redes sociales logran duplicar el número de participantes.

Una estructura institucionalizada para manejar las publicaciones en redes sociales, organizando el contenido visual y textual mejora en gran parte el reconocimiento de un servicio y crea un vínculo de confianza.

Esto es esencial al tratarse de una institución de salud ya que cada servicio o producto conlleva a un nivel de posicionamiento en las redes sociales, la segmentación de mercado en redes proviene desde el posicionamiento que este posea.

Las redes sociales son el punto de partida más importante para lograr una comunicación concreta con los millenials y nuevas generaciones; que presentan un avance tecnológico, y particularmente alto nivel de conectividad y acceso a la información que ofrece.

Esto genera cambios en la sociedad, muchas veces a un ritmo más rápido que la capacidad de asumirla en el momento

que reciben el mensaje, los cambios en la sociedad son mayormente dirigidos por el emisor de los mensajes y la influencia que causa en un mayor número de personas o usuarios en redes sociales.

Si una persona recomienda un producto o servicio genera una reacción positiva, pero si diez personas lo recomiendan el número puede duplicarse. 3

Por tanto las reacciones e interacciones que genere el CAS en sus redes sociales será crucial, ayudando a cumplir el objetivo principal del colectivo.

3-VIU, Universidad Internacional de Valencia, Las redes sociales y sus efectos psicológicos, equipo de expertos VIU. consultado el 24 de Julio del 2019 - <https://www.universidadviu.com/las-redes-sociales-efectos-psicologicos/>

Justificación

El CAS cuenta con casi 800 usuarios mensuales que asisten y se benefician de los servicios que brindan de manera gratuita, se pretende llegar a más usuarios y que los mismos refieran y proyecten los beneficios que la institución ofrece para beneficiar a más guatemaltecos, de esta manera la institución puede extender sus servicios a nivel departamental logrando educar a más personas sobre la importancia de la salud sexual. 4

ha tenido relaciones sexuales y los invita a practicar el examen de manera voluntaria, después de los 6 meses que la persona con resultado positivo toma sus respectivos medicamentos el virus se convierte en intransmisible, quiere decir que la persona puede continuar con una vida normal, siempre y cuando siga protegiendo su salud y la de otros.

El proyecto busca crear una red de información sexual educativa que pueda ser compartido desde CAS a los usuarios y de los usuarios a otras personas, tal y como sucede con los mensajes virales en redes sociales.

Trascendencia del proyecto

Un diagnóstico temprano no solamente ayuda a la persona afectada a combatir el virus de una mejor manera bajo el cuidado y consejos de profesionales, si no también, a no generar más infecciones.

En el momento que se diagnostica un resultado positivo el CAS ayuda a los usuarios para encontrar la red de personas con las que el afectado

Prevaleciendo el contenido del mensaje mediante la constante publicación del mismo en diferentes tiempos, educando no solamente a los usuarios si no a toda persona que reciba el mensaje. 5

4–CAS ¿Qué hacen?–Consultado 22 de julio del 2019
<https://casgt.org/>

5–La importancia de la publicidad en redes sociales
- Víctor Manuel Gañan Fernandez - agosto del 2018
<https://blog.servilia.com/la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/>



Incidencia del Diseño Gráfico

El proyecto pretende colocar el Diseño Gráfico como el mediador entre los usuarios y el CAS para comunicar y difundir los servicios que la institución brinda a los usuarios, con el fin de incrementar la relación de comunicación entre el usuario y el CAS fortaleciendo la confianza que la institución muestra hacia las personas, quienes podrán contar con un espacio libre de estigma y discriminación compartiendo las mismas necesidades, una salud sexual responsable y segura para todos.

La educación sexual en redes sociales ayuda a mejorar los conocimientos de prevención, diagnóstico y acción ante infecciones de transmisión sexual, a través de los códigos de diseño, creando una publicidad responsiva en redes sociales y los diversos medios que la institución pueda utilizar para contactar a los usuarios.

De esta manera los usuarios no solamente contarán con información que les ayudará a tomar decisiones responsables en los actos sexuales si no también una perspectiva diferente del estigma que provoca el VIH en una sociedad carente de información, al mismo tiempo el usuario puede informar a más personas sobre el CAS y sus beneficios.

El impacto del uso de las redes sociales en el desarrollo de niños y jóvenes es un tema que sobresale, el enfrentarlo de una manera positiva, generando contenido de educación sexual, ocasiona una formación de la personalidad, una identidad sana y consciente sobre los diversos temas sexuales que afectan a la sociedad guatemalteca. ⁶

⁶-La importancia de la publicidad en redes sociales - Victor Manuel Gañan Fernández - agosto del 2018 <https://blog.servilia.com/la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/>

Factibilidad del Proyecto

El estudiante proporcionará su tiempo, la dedicación y aplicación de todos los conocimientos obtenidos durante su formación académica para cumplir con los objetivos del diseño, utilizando la ética y el profesionalismo que corresponden al mismo.

Los recursos económicos, la inversión durante el proceso del proyecto y la culminación del mismo así como el uso de las herramientas de trabajo, programas, documentos de apoyo y demás son proporcionados por el estudiante.

La universidad se encarga de brindar profesionales especializados en orientar y preparar al estudiante para que pueda completar de manera exitosa el proyecto, brindando tiempo durante la orientación en el proyecto y una red de material didáctico para la elaboración del trabajo final mejorando los resultados con cada asesoría.

La institución brindará el espacio para demostrar las competencias del estudiante, las herramientas y conocimientos proporcionados para el desarrollo del contenido, como también el acompañamiento del asesor asignado durante el proceso del proyecto, cumpliendo con las necesidades académicas y protocolarias que conlleva el proceso del mismo.

Así también cuenta con un grupo objetivo establecido y plataformas digitales asociadas al perfil de la institución para que el trabajo final pueda exponerse y cumplir con los objetivos de comunicación.

La campaña social en medios digitales, es viable en sus etapas de planificación, desarrollo y validación con la finalidad de cumplir con las necesidades de la institución desarrollando una mejor conectividad con el grupo objetivo desde el primer contacto en redes sociales, principalmente en Grindr, siendo una red geosocial destinada a hombres gays y bisexuales que les permite comunicarse con iguales.



Objetivos

General

Contribuir en la educación sexual y desigualdad de la población para el desarrollo de una salud preventiva y consciente ante el VIH-SIDA y otras ITS (Infecciones de Transmisión Sexual) que afectan a la población guatemalteca.

Comunicación

Informar gráficamente de los servicios y beneficios de el CAS erradicando la desinformación sobre el VIH-SIDA y crear un diálogo más tolerante a través de una campaña social en las redes sociales que utiliza la institución.

Diseño Gráfico

Diseñar estratégicamente material gráfico digital, para informar y educar sobre los nuevos tratamientos del VIH-SIDA y los servicios que el CAS ofrece a la población guatemalteca, mediante la implementación de mensajes visuales que ayuden a persuadir la exclusión del tema principal.





Capítulo Dos

Perfiles

Para complementar la información que respalda al proyecto este capítulo menciona el perfil de la institución; la misión y visión del CAS, lo que busca cumplir con la sociedad guatemalteca y de qué manera se ha desenvuelto durante los últimos años para lograr los objetivos que se plantean año tras año.

Describir las características del grupo objetivo ayudan a esclarecer las decisiones del diseño para que el mensaje llegue de una manera más empática y comprensible ante los usuarios.

Perfil de la Institución

Amigos contra el Sida es una organización no Gubernamental sin fines de lucro de base comunitaria, conformada en su mayoría por hombres gay.

Vienen trabajando desde el año 2005 con presencia en 14 de 22 departamentos del país, atendiendo incidencia política, promoción de los derechos humanos pero principalmente a la problemática social ante el VIH/VIH Avanzado e ITS en la población de lesbiana, gay, bisexual y transsexo(LGBT).

Misión

Trabajamos en la prevención de VIH / VIH Avanzado -ITS- (infecciones de transmisión sexual) en grupos vulnerables a la epidemia.

Asegurando así simultáneamente los derechos humanos básicos de aquellas

poblaciones que han sido y son las más afectadas por la epidemia.

realizar acciones que ayuden a erradicar el estigma y discriminación para la comunidad LGTB y defender permanentemente cualquier abuso a los derechos humanos de la diversidad Sexual.

Visión


Desarrollar acciones de beneficio para las poblaciones más vulnerable a la epidemia del VIH / VIH avanzado; entre ellas Trans, Gay, Bisexuales y Hombres que tienen sexo con hombres, Visibilizando los diferentes esfuerzos de la comunidad LGTB por una sociedad justa y sensibilizada.

Ofreciendo espacios libres de estigma y discriminación.

VIH ¿Qué es?

El virus de inmunodeficiencia humana (VIH) es muy similar a otros virus, incluyendo aquellos que causan la "gripe" o el resfriado común.

Pero hay una diferencia importante— con el tiempo, su sistema inmunológico puede eliminar la mayoría de los virus de su cuerpo.



Ese no es el caso con el VIH el sistema inmune humano parece que no puede deshacerse de él.

¿Beneficios de hacerse la prueba de VIH?

Para conocer el Estado serológico actual de cada persona, con esto se sabrá cuáles serán los cambios de comportamiento que deben de existir para evitar prácticas de riesgo. Siempre usar condon garantiza que nuestros estados serológicos se mantengan estables.

En caso exista un caso de VIH Positivo, es importante determinarlo a tiempo para poder darle seguimiento a la persona y poder iniciar el tratamiento a tiempo y seguro.

Derechos Humanos ¿Por qué los gay tienen derechos?

Según la constitución política de Guatemala, indica que a todo ser humano se le reconocen los derechos de forma adherente y los pactos internacionales los rectifican diciendo: En Guatemala todos los seres humanos son libres e iguales en dignidad y derechos.

El hombre y la mujer, cualquiera que sea su estado civil, tienen iguales oportunidades

y responsabilidades. Ninguna persona puede ser sometida a servidumbre ni a otra condición que menoscabe su dignidad.

Los seres humanos deben guardar conducta fraternal entre sí.

Es por ello que la Orientación Sexual no debe ser una razón por la cual se desacredita a una persona.

¿Cómo se reconocen los derechos?

El reconocimiento del derecho sucede cuando una persona toma acciones de denuncia, poniendo en práctica sus derechos y cumpliendo con los deberes que como ciudadano son asignados.

La prueba

¿Qué pasa si mi prueba sale positiva?

El médico o enfermero que está atendiendo, debe hacer de conocimiento el resultado de la prueba de VIH de forma segura y con respeto, permitiendo la confianza para que el resultado de la prueba no afecte al usuario.

Seguido si la prueba resulta positiva el médico o enfermero orientará a la persona para que se realice una prueba de VIH confirmatoria, quiere decir que te acompañara o referirá a una Unidad de

Atención Integral -UAI- que el Ministerio de Salud administra, para entonces saber si el resultado es positivo.

¿Qué pasa después de un diagnóstico positivo?

Al momento en que la prueba confirmatoria resulte positiva el médico o enfermero te referirá para que puedan dar asesoría sobre la prevención secundaria y el medicamento que beneficiará al usuario atendido. La confirmación de prueba de VIH se hace con otra prueba y se puede hacer en CAS. En las UAI se lleva para iniciar tratamiento, aunque por procedimiento realizan la prueba nuevamente, pero los usuarios del CAS ingresan con un previo diagnóstico.

Áreas de cobertura geográfica

La sede principal del CAS se encuentra en la 7ma calle 3-42 de la zona 1 en la ciudad capital de Guatemala. La unidad móvil se encuentra disponible para cubrir áreas estratégicas en la ciudad capital, al igual que los promotores de la institución quienes siempre se encuentran en diferentes partes del país.

Este año la institución ha llegado a realizar las pruebas en diferentes departamentos,

en el departamento de Quetzaltenango, Xela, Coatepeque y Mazate, esperan llegar a más lugares para cumplir con el objetivo de la institución.

Población meta

Principalmente está orientado a la población Trans, Gay, Bisexuales y Hombres que tienen sexo con hombres y la comunidad LGTBIQ en general. El CAS también recibe a cualquier persona, hombre o mujer que desee realizarse la prueba de salud, en el caso de las mujeres hacen un donativo de Q20.00 para poder realizar la prueba.

Cultura de comunicación visual

El CAS cuenta con un equipo de comunicación encargado de la publicidad en redes sociales, compartiendo contenido para atraer a más personas a realizar la prueba de VIH–Sida, además de compartir los horarios de atención que brindan dependiendo los feriados en la ciudad, información para educar sobre las formas en las que se trabaja dentro de la institución. ⁴

4–César Galindo Arandi, Director–En consulta a través de correo electrónico mediante una presentación interna. Agosto 2019

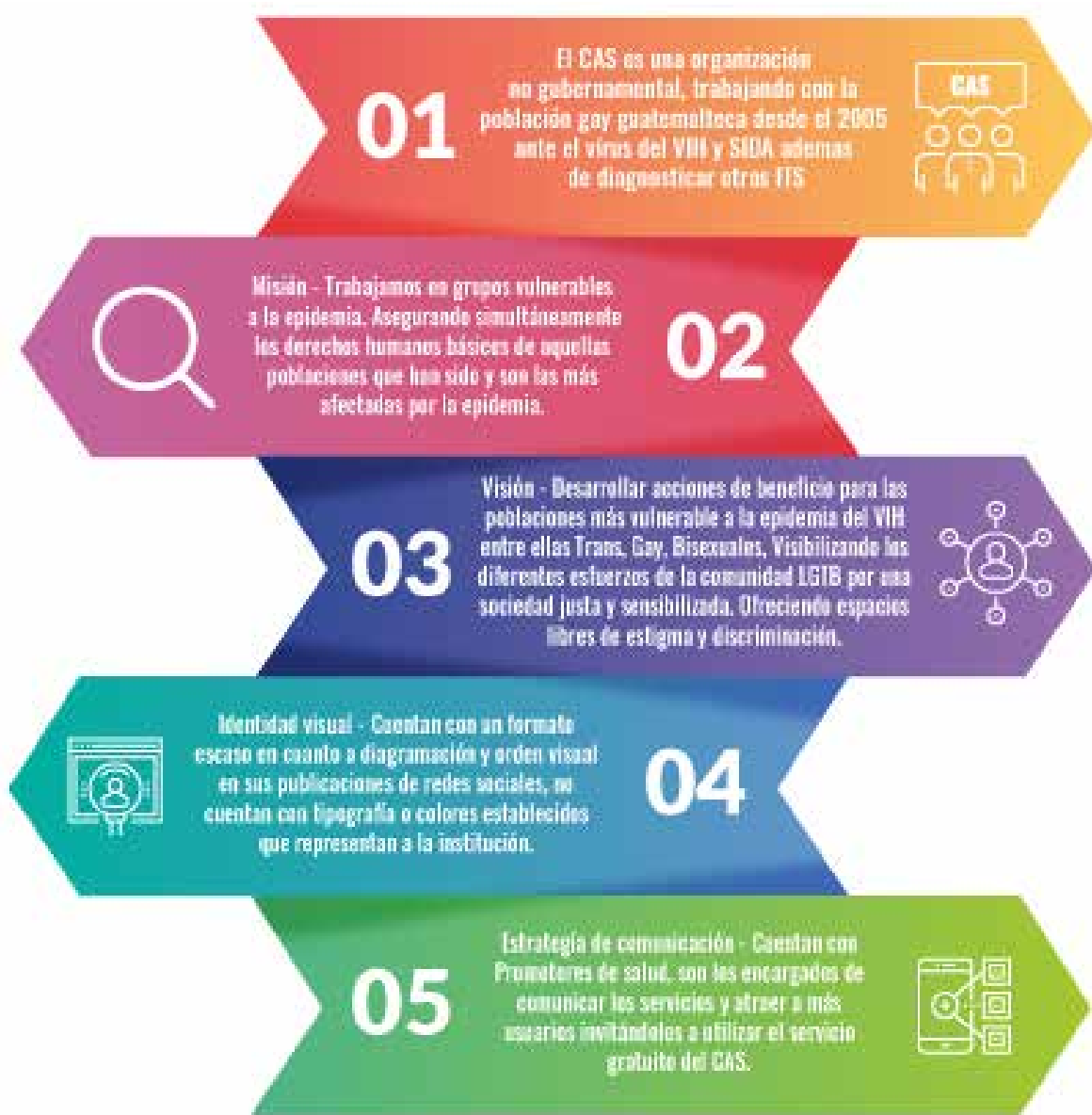


Imagen 01 realizada por Hannover Zabala

Perfil del Grupo Objetivo

A través de las encuestas de diagnóstico realizada a los usuarios que asisten a las instalaciones del CAS, se logra definir las características que complementan la información para delimitar el grupo objetivo con el que se plantea trabajar.

Características sociodemográficas

Son en su mayoría hombres homosexuales y bisexuales residentes en el casco urbano de la ciudad de Guatemala y sus alrededores los que asisten y utilizan los servicios del CAS.

Cuentan con una escolaridad universitaria y en su mayoría laboran dentro de la ciudad de Guatemala. Viven con su familia y un grupo menor se encuentra estable con una pareja.

Características socioeconómicas

La mayoría se autodenomina de estatus económico medio y cuentan con estabilidad laboral para sustentar sus propios gastos incluyendo la necesidad de salud.

Características psicográficas

Son personas que disfrutan de la actividad física, compartir con amigos y realizar actividades que beneficien a la salud, se consideran plenamente conscientes del manejo responsable del condón y llevan una práctica sexual saludable, no consideran que el tema sexual sea un tabú y lo comparten libremente con sus amigos, en el menor de los casos con la familia y círculo laboral.

Conocen y asisten al CAS por su trayectoria, por el nivel de confianza que produce dicha institución y por la garantía de salud que promueven internamente.

Lugar y momento de la institución

El proceso para realizar las pruebas de VIH, sífilis y otras infecciones de transmisión sexual, se llevan a cabo de lunes a viernes de 11:30 am a 7:00 pm, los días sábados de 1:00 pm a 8:00 pm y los días domingo de 1:00 pm a 6:00 pm. en la sede de zona 1 de la ciudad de Guatemala.



Imagen 02 realizada por Hannover Zabala

Análisis de la publicidad

El CAS cuenta con un grupo de personas a cargo de la publicidad y promociones que se comparten en las redes sociales de la institución.

Imagen

Las fotografías son tomadas por el personal de comunicación, cuentan con un equipo de luces y cámara de estudio para cubrir este tipo de necesidades.

Sin embargo, el personal no cuenta con conocimiento fotográfico y la utilidad de luces para la toma de las mismas.

La calidad de edición en las imágenes y el recorte realizado en cada pieza gráfica no son altamente adecuados para el uso final, especialmente para el grupo objetivo al que va dirigido la publicidad en redes sociales.

Texto

La utilidad del texto no es precisamente la adecuada, no existe un orden o jerarquía

en cada una de las piezas gráficas en donde se muestra una combinación de diferentes tipografías. cambiando de sanserif a serif y utilizando colores en distintos párrafos.

Color

La selección cromática no contiene una armonía ni referencia al contenido textual y simbólico de la institución, a pesar de que existe un manual de normas gráficas previamente establecido, en donde se indica el manejo de colores y tipografía a utilizar en las redes sociales de la institución.

Perfil en Grindr

Esta aplicación se ha renovado constantemente gracias a la alta demanda de usuarios en una de sus últimas actualizaciones e implementó la opción de agregar una serie de fotos para que el usuario pueda mostrarse ante los demás. Los promotores del CAS utilizan esta aplicación para contactar con los usuarios y orientarlos para realizar las pruebas que sean requeridas, los promotores utilizan su foto de perfil agregando una descripción referente a la institución y el servicio que ofrecen.



Imagen 03 –obtenido de las redes sociales de CAS



Imagen 04 –obtenido de las redes sociales de CAS



Imagen 05 –obtenido de las redes sociales de CAS



Imagen 06 –obtenido de las redes sociales de CAS



Imagen 07 –obtenido de las redes sociales de CAS



Imagen 08 –obtenido de las redes sociales de CAS



Imagen 09 –obtenido de las redes sociales de CAS



Imagen 10–obtenido de las redes sociales de CAS



Imagen 11–obtenido de uno de los perfiles en grindr que utilizan los promotores el CAS

CAS-Colectivo Amigos contra el Sida



Imagen 12-obtenido de uno de los perfiles en grindr que utilizan los promotores el CAS



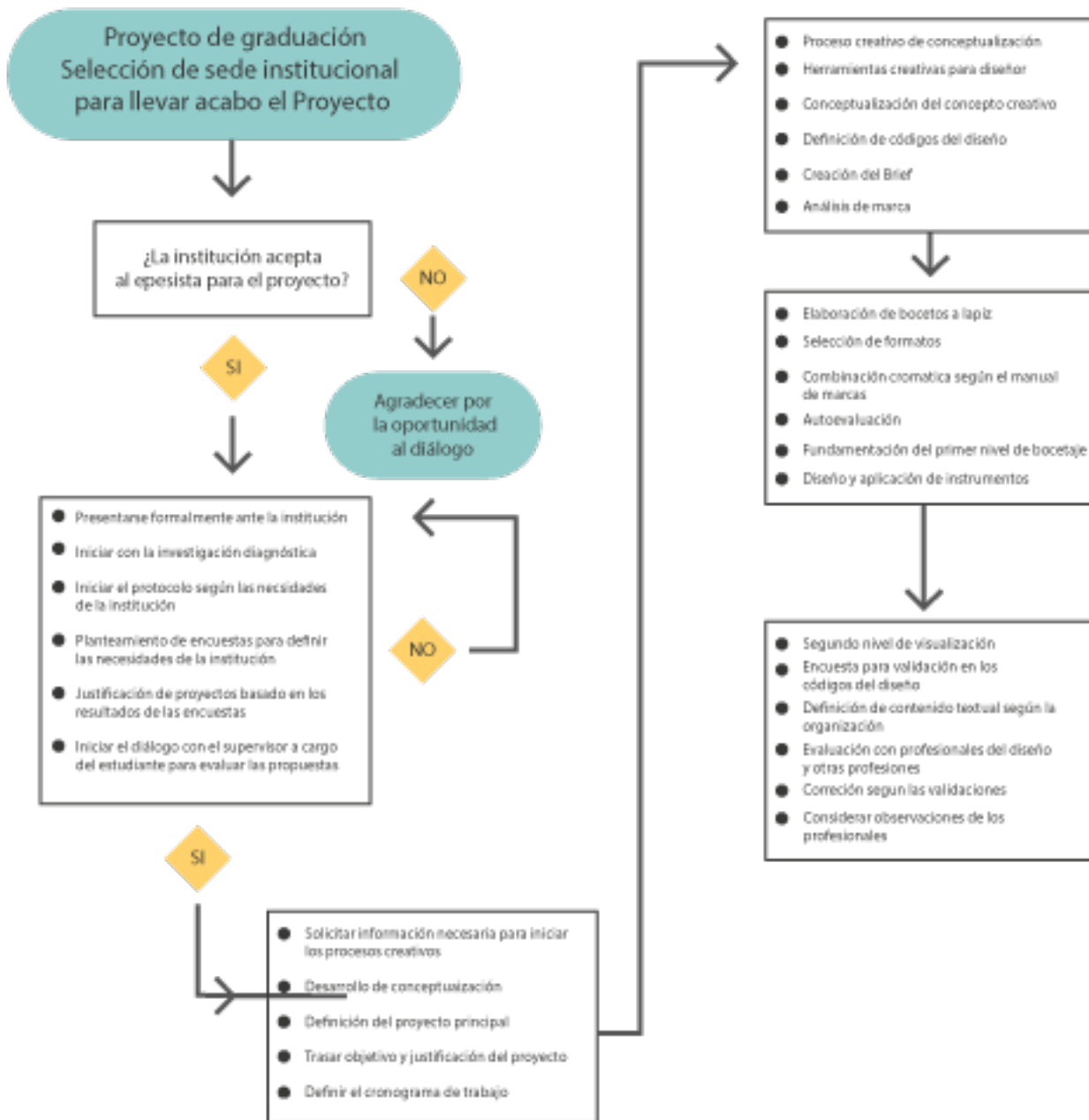




Capítulo Tres

Planeación operativa

Durante este capítulo se fija un cronograma de trabajo que sigue el orden de un flujograma para cumplir con una estrategia que busca cumplir con cada paso durante el proceso de diseño y análisis de la información que maneja la institución empleando en las piezas gráficas; para cumplir con los objetivos, previniendo los recursos y costos que puede generar este proyecto al finalizar la entrega de todos los materiales.



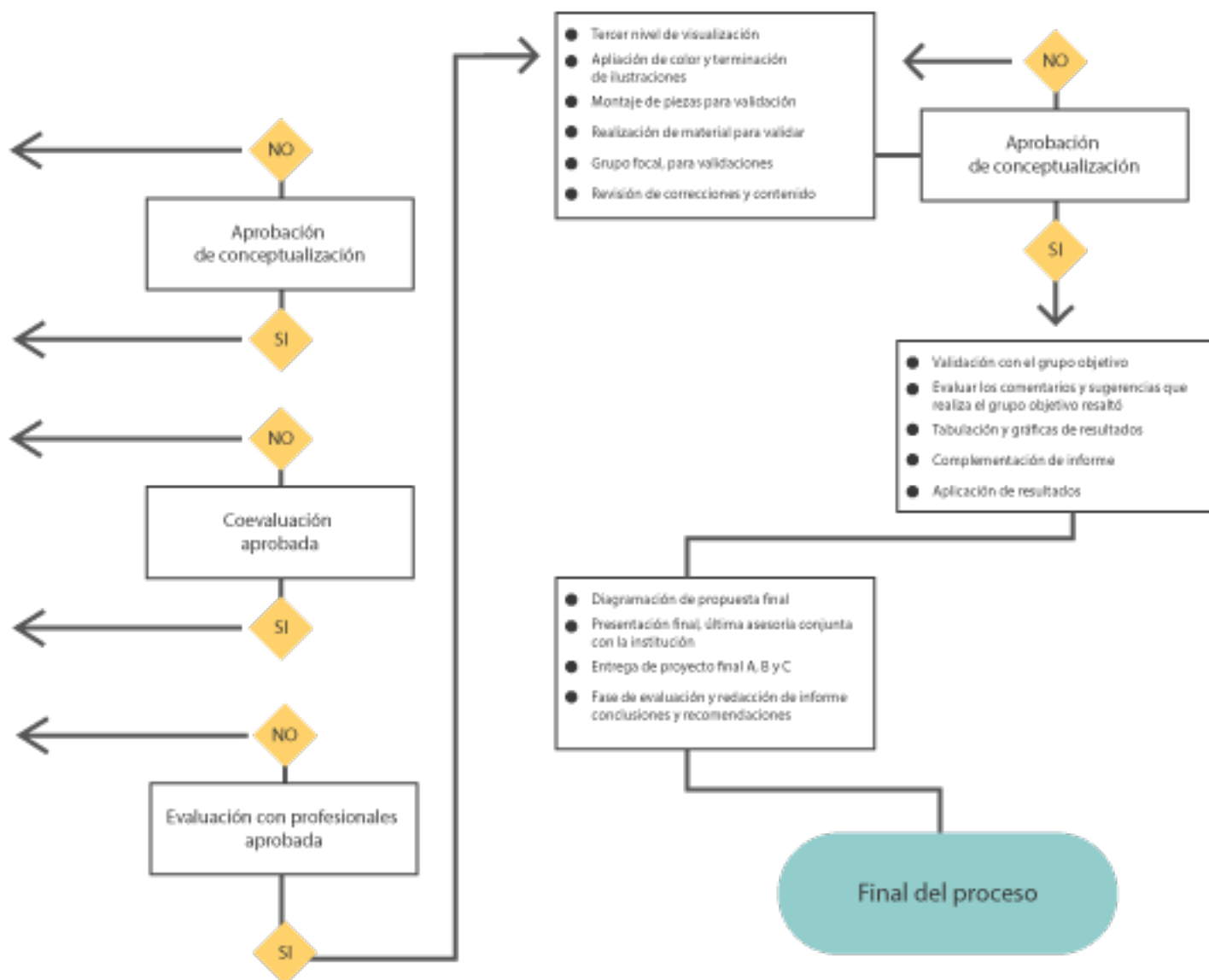


Imagen 13 realizada por Hannover Zabala

Cronograma de trabajo

Cronograma de trabajo	Julio						Agosto				Septiembre				Octubre				
Actividades a desarrollar	5	10	15	20	25	28	5	12	19	26	2	9	16	23	1	7	14	21	28
Presentación a la institución																			
Recopilación de información																			
Análisis del Grupo Objetivo																			
Desarrollo Creativo																			
Concepto Creativo																			
Propuesta de proyectos																			
Primera fase de materiales																			
Asesoría con la institución																			
Creación de piezas gráficas																			
Corrección según primera asesoría																			
Confirmación de códigos del diseño																			
Bocetaje digital																			
Validación de piezas gráficas																			
Confirmación de piezas gráficas																			
Validación con el grupo objetivo																			
Presentación gráfica a asesores																			
Informe Fina																			
Redacción de informe																			
Asesoría de informe																			
Realizar cambios																			
Presentación de informe																			

Previsión de recursos y costos

Actividad	Horas	Costos
Fase 1: Investigación		
Antecedentes	2	Q650.00
Definición y delimitación del problema	5	
Justificación del proyecto	2	
Objetivos	3	
Perfil de la institución y Grupo objetivo	4	
Marco Teórico	6	
Impresiones		Q60.00
Parqueo		Q25.00
Refacciones		
Fase 2: Planeación Operativa		
Diseño de flujograma	2	Q250.00
Cronograma de trabajo	2	
Fase 3: Desarrollo Creativo		
Elaboración de Brief	4	Q350.00
Recopilación de referencias	6	
Estrategia creativa	12	
Definición del concepto creativo	3	
		Q350.00

Actividad	Horas	Costos
Fase 4: Producción gráfica		
Nivel de visualización 1, 2 y 3	16	Q325.00
Fundamentaciones	4	
Validaciones	12	
Asesoría con la institución	40	
Fase 5: Producción gráfica		
Diseño	16	Q325.00
Diagramación	4	
Ilustración	12	
Finalización	40	
Total de horas	163 horas	Q325.00
Costos finales		
Luz		Q1,325.00
Equipo		
Material		
Insumos		
Costo Total:		Q 3,041.25





Capítulo cuatro

Marco Teórico

Durante este capítulo se expone la teoría que sustenta el desarrollo del proyecto.

Analizar el tema sobre el que se basa el proyecto es fundamental para los diseñadores, al brindar un pequeño resumen de la situación del país y la influencia que tendrá el diseño mediante la metodología de aplicación se resuelven un trazo a seguir para complementar el siguiente capítulo.





Exclusión y discriminación en la comunidad

En los últimos años Guatemala ha luchado contra el VIH y el sida, es un tema latente dentro de la sociedad, pero excluido de la diaria enunciación o escritura social, considerando que la salud es un factor importante en el desarrollo de la población que evoluciona con cada generación.

La historia de la humanidad nos recuerda que somos excluyentes, selectivos. Existe un impacto psicológico al ser excluidos socialmente, pero de igual manera excluimos lo que no estamos acostumbrados a conocer.

La exclusión que viven las personas con VIH, se resalta en la sociedad de manera política y en algunas estructuras tradicionales representadas por la familia. Estructuras que aíslan a las personas que viven con VIH.

Careciendo de salud, trabajo, educación, información y participación. ⁵

En la actualidad, mitigar la propagación del virus conlleva a una serie de acciones establecidas por la ONU y el representante mundial ONUSIDA, quienes establecen metas y campañas para erradicar el virus a nivel mundial.

El VIH y SIDA en Guatemala

En 1984 se reportaron los primeros casos de VIH-SIDA. Hasta la fecha numerosas instituciones no gubernamentales ONG y otras entidades, realizan estudios y proyectos para mitigar la epidemia.

Tal como lo hace el Conjunto de las Naciones Unidas para el SIDA (ONUSIDA). Quienes en el 2016 reportaron que Guatemala presentaba 2900 nuevos casos de VIH- SIDA. Siendo 1600 de los casos relacionados con decesos. Existiendo 46 mil personas viviendo con VIH y solamente el 36% de ellos tienen acceso al TAR (tratamiento de antirretrovirales).⁶

Siendo el medicamento asignado para combatir el sida desde el 2009. Según ViiV Healthcare, la única compañía farmacéutica del mundo 100% especializada en VIH.

Existiendo también el medicamento PEP (Profilaxis post exposición) para prevenir infecciones en situaciones de riesgo

⁵—César A. Nuñez, Sergio Aguilar y Víctor Hugo Fernández, Exclusión social y VIH-SIDA en Guatemala. Guatemala: 2001
⁶ ONUSIDA, 1996, «regiones/país/Guatemala/Visión general». Acceso el 26 de agosto. <https://www.unaids.org/es/regionscountries/countries/guatemala>

que combaten la exposición del virus, previniendo la transmisión por exposición ante algún contacto directo con el VIH.⁷

Es por ello que de esta problemática surgen instituciones como el CAS, quienes trabajan con la población guatemalteca. Desarrollando exámenes de sangre que detectan VIH en las personas, brindando una cadena de respuesta inmediata para combatirlo de forma directa, trabajando en la infección de nuevas infecciones.

La diversidad sexual en los y las guatemaltecos

Las personas mayormente afectados por el VIH son los hombres que tienen sexo con hombres (HSH) y mujeres trans quienes representan una mayor exposición al virus. Toda persona está en riesgo de una infección por VIH pero los comportamientos de esta población los coloca en mayor riesgo siendo más vulnerables al virus.

Mundialmente el vih afecta más a esta población y es por ello que la prevención se debe dirigir con acciones más específicas a esta población.

Considerando que es una población vulnerable, también es un grupo social

que está provocando una revuelta social, en cuanto a los temas de la comunidad diversa, colocándolos en una dimensión capaz de asumir una postura ética y humana.

Una de las campañas más populares de la comunidad diversa, es la campaña impulsada por el abogado estadounidense Evan Wolfson, fundador de Freedom to Marry, una de las campañas sociales con mayor éxito en estados unidos. Empleando la publicidad de boca en boca, *"La mejor manera de crear aceptación, igualdad y respeto es mostrando las características humanas de los grupos sociales que sufren de acoso o discriminación"...*⁸


Qué mejor manera de hacerlo que las familias o amigos más cercanos de las personas de la comunidad, es decir los heterosexuales que tienen familia o amigos que son miembros de la comunidad.

La exclusión de los grupos diversos en la sociedad

No debemos demeritar la lucha que esta comunidad presenta día con día, habría que tomar en cuenta que es una

7–Innovamos, « La historia del primer antirretroviral contra el VIH». Acceso el 31 de agosto. <https://es.gsk.com/es-es/innovacion-responsable/innovamos/la-historia-del-primer-antirretroviral-contra-el-vih/>

8–Evan Wolfson, «The freedom to marry» (Cine foro del documental the freedom to marry por el director Eddie Rosenstein 8 de noviembre del 2018).



lucha de clase social, de igual manera, existe exclusión y discriminación desde la élite social y económica que posee y administra la mayoría de recursos económicos.

Guatemala siempre ha estado envuelta en problemas socioeconómicos que dividen y aíslan a diferentes grupos de la población, puesto que del otro lado se encuentra la clase trabajadora quienes en su mayoría no cuentan con una economía estable pero también presentan un grado más alto de discriminación y racismo. Así lo menciona Guillermo Díaz en su nota para la publicación de la plaza pública.⁹

Pareciera que la situación que divide estos dos grupos sociales es solamente económica, pero sobresale el tema de la educación. El filósofo John Dewey nos recuerda en una de sus frases *"La educación no es preparación para la vida; la educación es la vida en sí misma"*.¹⁰

La manera en que la sociedad clasifica a la comunidad diversa es excluyente, de manera que refleja la falta de información y muchas veces la pérdida de empatía hacia los demás. Educarnos sobre los diferentes temas que encierran la diversidad puede abrirnos a muchos

espacios de diálogo y generar una estructura social más fuerte a manera que aprendemos unos de los otros y logremos convivir de manera progresiva para el país.

Varias organizaciones de salud y derechos humanos coinciden en que el estigma y discriminación hacia las personas con VIH y SIDA sigue siendo una barrera que impide detener la epidemia.

Por otro lado, la empatía es una reacción capaz de hacer discurrir sobre las ventajas ó desventajas de los demás sujetos. Los seres humanos son capaces de sentir empatía, realmente no tendría que ser un debate tan grande el aceptar las diferencias del resto de las personas, muchas veces las decisiones están manipuladas por las características sociopolíticas o religiosas que llegan a educar de cierta manera.

La decisión de aceptar la desigualdad en lo que no se acostumbra es una decisión inherente, nadie más lo puede hacer por ellos. Pareciera que practicar la empatía puede ser el camino que muchas personas tendrán que seguir para llegar a ser una sociedad de paz e igualdad.

9-Guillermo Diaz, «La pirámide Social en Guatemala» (La plaza pública, último acceso septiembre 3 del 2019). <https://www.plazapublica.com.gt/content/la-piramide-social-guatemalteca>

10-Jhon Dewey, «Pedagogo, psicólogo y filósofo estadounidense»

Luchar, exigir y manifestar en contra de la desigualdad o la discriminación que encierra a la población vulnerable a las personas que viven con VIH, no es una de las mejores soluciones.

Por supuesto, estas acciones proponen colocar el tema en las redes sociales y medios informativos pero resulta en algo eventual que se supera con una noticia más grande: Educar, enseñar y brindar información real para crear sensibilización en la sociedad y conciencia pública nos brindará una mejor respuesta. Benjamin Franklin dijo " Dime y lo olvido, enséñame y lo recuerdo, involúcrame y lo aprend".¹¹

El CAS desde el 2014 ha implementado una estrategia en redes sociales para acercar los servicios de salud a los HSH en Guatemala, esta estrategia ha sido reconocida internamente como efectiva ante la respuesta nacional al VIH.

La respuesta contra el VIH

Aunque el VIH y sida continúa sin cura definida, es un camino complejo, de largo recorrido pero no imposible, mencionó Viiv Healthcare en el treintavo aniversario del AZT (Congreso nacional de GeSida).¹² Cabe mencionar que el

SIDA ya no es una enfermedad que termine en una muerte, los tratamientos que existen gracias a los avances de esta farmacéutica han revolucionado toda esperanza de los diagnosticados con VIH. Al recibir un tratamiento temprano por 6 meses se puede vivir con una vida normal, por supuesto es un medicamento que deberá ser tomado de por vida. Evitando que las personas se vuelvan indetectables y el virus ya no pueda ser transmitido.

El VIH no es una enfermedad que se transmita por el aire o por el simple hecho de tener contacto físico con una persona con diagnóstico positivo.


Muchos casos de aislamiento y discriminación se genera por la desinformación, estigma y discreción que existe sobre el tema del VIH y la cuestión que encierra a la comunidad diversa.

Datos tan específicos y puntuales que resaltan la manera en la que viven las personas con VIH pueden hacer la diferencia para informar y educar.

Realizar un solo comentario positivo a un amigo o familiar puede generar una reacción en cadena generando un acercamiento entre sociedades.

¹¹–Benjamin Franklin, (Político, polímata, científico e inventor estadounidense)

¹²–Innovamos, « La historia del primer antirretroviral contra el VIH». Acceso el 31 de agosto. <https://es.gsk.com/es-es/innovacion-responsable/innovamos/la-historia-del-primer-antirretroviral-contra-el-vih/>



El VIH ya no es una enfermedad a la cual temer, ya no es un diagnóstico del cual se deba sentir vergüenza o temor alguno a morir, desenvolviéndose de manera natural y sin ningún temor de ser un peligro para las demás personas, ahora es posible vivir con VIH, cuando antes esto era símbolo de muerte y exclusión social, hoy en día es un virus tratable, todo esto gracias a los medicamentos y claro el constante uso del mismo.

La inclusión debe provenir de la empatía que sentimos sobre las demás personas, dejar de excluir e ignorar toda conversación refiriendo con educación y aporte significativo a todo diálogo que iniciemos.

El cambio y la diferencia siempre será nuestra, una acción independiente pero a diferencia de muchos casos, la empatía basada en educación también puede expandirse a muchas más personas para disminuir la exclusión social.

El diseño gráfico como mediador en la comunicación

El diseño gráfico refiere una gran importancia en la implementación de mensajes en redes sociales, el impacto se muestra de manera positiva y de igual forma es negativo. En Guatemala el proceso de desinformación se genera a través del intento de globalización y los términos económicos, generando una sociedad uniformada en términos culturales e informativos.

Por supuesto los fundamentos del diseño y la técnica formada a través del estudio y la educación superior nos muestra que es poco viable apostarle a las redes sociales, especialmente por que el contenido desaparece en minutos gracias al exceso de información que se maneja en las redes sociales.

Adaptarse a la era y evolucionar junto a ello es fundamental para que el diseño gráfico pueda sobrevivir, hay una manera estática y otra dinámica, hay una manera por la que el individuo se ve obligado

adaptándose a un esquema fijo, casi siempre superado, o, en el mejor de los casos en vías de superación en la realidad práctica del día a día; y hay otra manera que se va formando poco a poco y se modifica continuamente por los propios individuos y problemas cada vez más actuales”.–Bruno Munari ¹³

Bruno Munari explica en el libro de Diseño y Comunicación Visual; que la enseñanza ya no está basada en los antiguos criterios de lo que es bello o feo, se refiere más a lo que es acertado o equivocado.

Las campañas sociales expuestas en redes sociales aplican esta ideología y lo convierten en un principio. Utilizando las redes sociales como una herramienta más eficaz para comunicar y transmitir un mensaje. ¹⁴


Las herramientas para diseñar

Hoy en día el diseño gráfico está lleno de posibilidades junto a la tecnología y sus frecuentes actualizaciones en la parte técnica y práctica para elaborar diseños de manera rápida, creativa y versátil.

Las herramientas que nos ofrece el mundo de adobe son finalmente una gran ayuda para el diseñador.

13–Bruno Munari, Diseño y comunicación visual, Página 17, Adaptar el programa a los individuos, no a la inversa.

14–Bruno Munari, «Artista y diseñador Italiano»



Hace algunos años las herramientas no se encontraban tras la pantalla y una tableta de dibujo.

Se usaban capas de papel, cuchillas para cortar, aerosol para la ilustración y otras más herramientas que pocos diseñadores del nuevo siglo conocen y que pronto nadie más utilizará.

Como eventualmente sucede con la historia, todo queda atrás y se renueva de mejor manera mediante la evolución del hombre.

La tecnología abraza una nueva era con el fin de satisfacer las necesidades de los seres humanos de manera más rápida y sin esfuerzo físico, los teléfonos inteligentes son un comienzo, estos móviles diseñados para la interacción humana facilitan las actividades del día brindando actualizaciones a cada minuto y creando aplicaciones casi para cualquier cosa.

La evolución está marcada en el desarrollo y la nueva era está en proceso. ¹⁵

Para el diseñador gráfico representa una nueva barrera en el intento de sobresalir profesionalmente, páginas como wordpress, Canvas y otros, facilitan a cualquier persona que cuente con la más mínima referencia de diseño, creando contenido multimedia, páginas, afiches,

volantes, infografías y publicidad, de una manera rápida y sencilla demeritando los conocimientos de la academia y el proceso educativo del diseñador.

Provocando así un gran abismo en la propuesta de Bruno Munari. ¹⁶

Pero no debe presentar ningún límite para el Diseñador Gráfico. Un diseñador está preparado para resolver problemas de manera creativa en base a las necesidades del grupo objetivo orientado a los lineamientos de la empresa o el perfil del cliente.

Es por ello que se debe adaptar a cada reto, a la constante evolución y a la reciente cadena de redes sociales que requieren de un orden visual y la aplicación de los conocimientos que manejan los diseñadores.

La fórmula técnica del diseño

La diversidad también se encuentra en el diseño gráfico, al momento de diseñar no precisamente se refiere a un material impreso o a un elemento inanimado, un texto con pigmentación o una figura con relleno.

Los elementos que se manejan en la red son mucho más pequeños, se utiliza el codificador PNG de preferencia para las

¹⁵-Adán Plaza, la era de la tecnología de las personas (acceso el 1 de septiembre) <https://www.elmundo.es/economia/2017/04/05/58e4e96e22601d1f538b4620.html>
¹⁶-Bruno Munari, «Artista y diseñador Italiano»

ilustraciones con una gran extensión de elementos y colores.

Por ello es importante definir con anticipación la dimensión en píxeles que cada red social permite en la interfaz de la aplicación. Aún más en el contenido que se refiere a cada una, no es lo mismo generar contenido para instagram que el contenido que se comparte en twitter u otras redes sociales.

Se deben considerar cada uno de los formatos establecidos para las redes sociales. Idealmente en el tema de fotografía o ilustración para que el proceso de reconocimiento en la interfaz sea adecuado y los usuarios en cada red social pueda recibir el mensaje sin ningún problema.¹⁷

La aplicación del color en cada una de las aplicaciones también influye al momento de recibir el mensaje, los elementos que caracterizan en cada red social deben ser adaptables. Los colores funcionan de manera diferente cuando hablamos de un teléfono móvil a diferencia de una impresión.

El código RGB es un modelo cromático traducido desde sus siglas en inglés -Rojo, Verde y Azul (Red, Green, Blue), representando distintos colores a partir

de la mezcla de estos tres colores primarios.¹⁸

La implementación del diseño a las redes

Desarrollar una campaña social refiere implementar diferentes acciones para lograr el objetivo deseado, muchas veces el error más grande es pensar que los individuos o en este caso los cibernautas deben adaptarse al programa o contenido que se publicará en las redes sociales.

Es totalmente lo contrario, el mensaje visual o literario, debe ser totalmente adaptado a los usuarios, en este caso a la población guatemalteca. Es por ello que se debe conocer al grupo objetivo para desarrollar contenido que pueda ser virilizado por el mismo grupo.

Conocer las imágenes que nos rodean equivale a ampliar las posibilidades de contacto con la realidad, equivale a ver y comprender más.

La implementación del pensamiento de Bunari en las redes sociales difiere mucho en cuanto a la percepción física de los elementos a diseñar, no es lo mismo tocar un árbol que ver un árbol

17–Raul Gallardo, Medios y materiales gráficos para el diseño de producto, <https://dibujocreacion.blogspot.com>
18–Definición de RGB, Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2014. Actualizado: 2016. Consultado el 7 de septiembre del 2019 <https://definicion.de/rgb/>



desde una pantalla. Diseñar mediante los elementos que ya conocemos nos resulta fácil de asociar o comprender.

La referencia que se debe aplicar debe estar orientada al contenido que ya conocemos pero que siempre ignoramos porque no está llamando la suficiente atención que merece.

El diseñador debe ser capaz de implementar todos los elementos posibles para lograr una atracción durante la interacción gráfica y el usuario.¹⁹

Sobre la comunicación debe ser más concreta y muy corta puesto que la mayoría de personas revisan el contenido de una manera tan rápida que algunas veces la interacción es inconsciente o sin una breve indagación, muchas de las personas comparten artículos solamente para verificar el título sin leer el contenido completo. Indagar sobre el tema en específico es responsabilidad del generador de contenido o en muchos casos del mismo diseñador.

Con el fin de publicar información verídica y concreta.

La información que circula en redes sociales sobre las de transmisión sexual no suelen ser total interés para la mayoría de jóvenes o población en general, es por ello que al momento de tratar el

tema se debe hacer de manera visual y no tanto textual, pareciera que leer provoca más aburrimiento que solo ver el contenido.

La ilustración es la mejor arma para armar contenido de referencia sexual en redes sociales, ya que existen políticas de seguridad que cada red social maneja en cuanto al contenido sexual.

Al crear ilustraciones con referencias del tema no existe una prohibición absoluta, idealmente si no se excede entonces dejaría de ser educación sexual.

¹⁹–Bruno Munari, Diseño y comunicación visual, Página 17, Adaptar el programa a los individuos, no a la inversa.

Combatiendo la desinformación

Mitigar problemas sociales mediante el diseño gráfico

La manipulación informativa, quien evita la circulación o divulgación de conocimientos en diferentes grupos sociales o a sujetos específicos.²⁰

Genera un alto índice de acceso a la información, especialmente a través de las redes sociales, muchas veces funciona de manera positiva y representa una gran herramienta de comunicación.

Venciendo la barrera de distancia y tiempo, ayudando al desarrollo de la expresión y conocimiento que son necesarios para la construcción de una sociedad que trabaja de manera colectiva y próspera. ²¹

Por ello se debe preguntar ¿qué tipo de información se está compartiendo? y ¿qué tipo de información se está recibiendo?.

Las redes sociales están repletas de información que podemos consumir

pero debemos estar seguros de la información, si es confiable o segura.

Ya que los seres humanos son capaces de elegir qué contenido se está dispuesto a compartir.

La desinformación se genera al ignorar la información que se comparte en redes sociales y el no buscar una fuente confiable.

Pero en cierta forma, orientar a las personas sobre los contenidos que comparten es demasiado trabajo que no se busca una solución más específica al problema.

La influencia de las redes sociales


La comunicación que se maneja en redes sociales no está regulada o no cuenta con un filtro adecuado, es imposible. Hay más de 2.700 millones de personas accediendo a internet por cada minuto que pasa. 200 millones de correos electrónicos y más de 2 millones de consultas en Google, se publican más de 30.000 nuevos artículos en sitios como Tumblr o Wordpress. ²²

La información es demasiada que no se puede controlar y se sube al internet de manera tan rápida que no hay tiempo de diseñar sobre el contenido o si quiera

20–Aurora Labio, «Poder y manipulación informativa, una aproximación desde el pensamiento crítico». Acceso el 28 de agosto del 2019 <http://www.razonypalabra.org.mx/>

21- El Heraldo, «Columnistas de opinión, El poder de la desinformación». Acceso el 27 de agosto. <https://www.elheraldo.hn/opinion/columnas>

22–Raul G. Beneyto, «Cuánta información se genera y almacena en el mundo» Documanía 2.0 última visita el 29 de agosto del 2019 <https://documania20.wordpress.com/2013/09/16/cuanta-informacion-se-genera-y-almacena-en-el-mundo/>



filtrar la cantidad de elementos visuales que componen la información.

Por tanto el contenido que rodea internet tiende a influir en toda decisión que se toma, desde los anuncios en la televisión hasta de las habladurías que se logran escuchar o leer son clave en el proceso de la desinformación que se genera en el país.

Gran parte de ello ahora se concentra en los memes y la manera tan inusual y poco ortográfica en que se expresa a través de estos mensajes. Generalmente relacionados con la información importante y de contexto nacional.

El Diseño gráfico en redes sociales

Por otro lado, el diseño gráfico puede llegar a ser una herramienta efectiva para combatir la desinformación e impulsar programas sociales o temas que generen un debate y lleven a la inclusión.

Tres de cada diez usuarios que acceden a Internet visitan facebook. Facebook tiene el ranking más alto de visitas, es la aplicación y página web más usada. Principalmente porque es una red social y ahora también de comercio y educación. ²³

23-Túñez López, Miguel; Sixto García, José, Las redes sociales como entorno docente: análisis del uso de facebook en la docencia universitaria.

El uso de esta red social crea una desinformación impresionante, algunas veces involuntaria puesto que el contenido se comparte de manera proactiva.

De igual manera es totalmente intencional el generar contenido sin fundamentos o poco creíbles.

Entonces, si el problema de la exclusión y discriminación en las comunidades diversas se muestran principalmente por la desinformación que existe en la población.

Las redes sociales pueden ser una gran herramienta para educar e informar de manera más precisa, logrando un alcance mucho más pronunciado. Las mentes más pequeñas son las que mayor educadas deben estar.

Al lograr una clara interpretación del mensaje inclusivo para eliminar el estigma no solamente se usarían las redes sociales.

También influye la manera estética en la que el mensaje llegará a los usuarios.

No debemos descartar que el diseño es una herramienta para lograr un objetivo dentro de las campañas sociales.

Sobre las campañas sociales desarrolladas en redes sociales nos muestra que el

principal objetivo es lograr un marketing viral, garantizando que los consumidores reciban la información e inmediatamente la compartan por afecto o por ideal para expresar que también quieren o sienten lo mismo.

Es importante mencionar que estas campañas orientadas al marketing encierran puntos claves como el hecho de manejar información verídica y fundamentada, debe ser atractiva y debe generar una acción (ser comentada o compartida en otra red social).²⁴

Todas estas aplicaciones pueden generar acciones positivas alrededor de la exclusión y discriminación, implementar la educación en redes sociales de manera informativa generando un estímulo de reacción psicológica lograda a través de la correcta aplicación en los códigos del diseño.

El color, la tipografía y los elementos de referencia visual nos proporciona una idealización para las campañas sociales.

Por supuesto estudiando e indagando sobre las necesidades visuales del grupo objetivo, aunque un detalle importante del marketing viral es que puede llegar alcanzar mucho más de lo esperado.

La metáfora como herramienta en el diseño

Aplicar las figuras retóricas en el diseño gráfico es una de las herramientas más efectivas en cuanto a la soluciones de objetivos e ideales en el campo de la publicidad y redes sociales.

La metáfora es una de ellas y nos sirve para aplicar una palabra o expresión a un objeto o concepto, con el fin de sugerir una comparación facilitando su comprensión.

El diseño y las metáforas siempre se encuentran en algún momento y logran crear una visualización de conceptos más establecidos. Kay Hofmeister y Dennis Wixon (2010) utilizan la metáfora para crear una interacción con el usuario de manera que pueda comprenderlo.

Al relacionar la metáfora con las características del VIH- Sida y los problemas de aislamiento en grupos diversos se puede lograr una comparación que se asemeje a la realidad de ambas historias, logrando los objetivos que se buscan cumplir durante el proceso de una campaña social.

24–Juan manuel Maquira y Sebastián Bruque, Mexico (Marketing 2.0. El nuevo marketing en la web de las redes sociales, Marketing Viral



La aplicación para mitigar el problema social

Al lograr una clara interpretación del mensaje inclusivo para eliminar el estigma no solamente se usarían las redes sociales. También influye la manera estética en la que el mensaje llegará a los usuarios. No debemos descartar que el diseño es una herramienta para lograr un objetivo dentro de las campañas sociales.

Sobre las campañas sociales desarrolladas en redes sociales nos muestra que el principal objetivo es lograr un marketing viral.

Garantizando que los consumidores reciban la información e inmediatamente la compartan por afecto o por ideal para expresar que también quieren o sienten lo mismo.

Es importante mencionar que estas campañas orientadas al marketing encierran puntos claves como el hecho de manejar información verídica y fundamentada, debe ser atractiva y debe generar una acción (ser comentada o compartida en otra red social).

Estas aplicaciones pueden generar acciones positivas alrededor de la exclusión y discriminación, implementar la educación en redes sociales de manera

informativa generando un estímulo de reacción psicológica lograda a través de la correcta aplicación en los códigos del diseño.

El color, la tipografía y los elementos de referencia visual nos proporciona una idealización para las campañas sociales.

Por supuesto estudiando e indagando sobre las necesidades visuales del grupo objetivo, aunque un detalle importante del marketing viral es que puede llegar alcanzar mucho más de lo esperado.





Capítulo cinco

Producción conceptual y definición de códigos en el diseño

En el siguiente capítulo se encuentra el proceso teórico y práctico del diseño. La conceptualización se desarrolla mediante técnicas descritas por profesionales en el diseño y comunicación.

Para el correcto planteamiento del concepto creativo se presenta, el brief, en dónde se describe brevemente la información fundamental para que el diseñador inicie con la etapa de bocetaje y la sucesión de los elementos presentados.



Brief

CAS

El Colectivo Amigos Contra el Sida es una institución que promueve acciones tendientes a disminuir el riesgo de infección del VIH en grupos vulnerables a esta enfermedad también se enfocan en disminuir las infecciones de otras ITS.

Realiza campañas de educación a personas que viven con VIH y promueve acciones a nivel social para disminuir el estigma y la discriminación, enfocándose principalmente en las personas de la comunidad LGBTIQ+ (lesbianas, bisexuales, transexuales, intersexuales, queer y más) quienes son el grupo más afectado por el VIH y otras ITS comunes.

La trayectoria del CAS en redes sociales carece de estética y orden visual, promocionando los servicios y talleres que manejan de manera periódica. Cuentan con el apoyo de diseñadores quienes trabajaron identidad visual corporativa, página web y material impreso para charlas y talleres, por lo que ya cuentan con un manual de marca establecido.

Objetivo

El objetivo principal es crear una campaña social que ayude a informar al grupo objetivo sobre los recientes tratamientos para reducir las probabilidades de infección del VIH y otras infecciones de transmisión sexual mediante el material gráfico.

Utilizando las redes sociales y plataformas móviles como Grindr, siendo el principal medio de transmisión en el mensaje, logrando que el contenido sea de interés para el grupo objetivo y pueda ser compartido a más personas

Grupo objetivo

Hombres homosexuales y bisexuales, amigos y personas alrededor de las personas con VIH, los usuarios del CAS y cualquier persona que utilicen aplicaciones móviles, principalmente en la aplicación de Grindr.

Tiempo

Se dispone de 25 días hábiles para entregar el material a publicar en redes sociales y 35 días hábiles para presentar el informe final de este proyecto.

Requerimientos

La campaña Social estará establecida para 1 formato en 4 redes sociales, facebook, instagram, whatsapp y grindr (aplicación para target homosexual) por tiempo indefinido.

Principalmente se pretende mostrar en las redes sociales el rostro de CAS (los colaboradores y promotores que trabajan dentro de la institución) de manera que el grupo objetivo reconozca la labor profesional que se maneja dentro del CAS.

Segundo, evidenciar los nuevos tratamientos para mejorar la vida de una persona con VIH así como los métodos de prevención, a través de las opciones de historias en las redes sociales y en las opciones de perfil para la aplicación de grindr, utilizando ilustraciones y textos cortos.

Tercero, manejar la inclusión de la diversidad abordando temas sexuales de manera sutil pero creativa para educar a la población en general, brindando datos de interés que puedan ser compartidos por los mismos espectadores de manera rápida y simple.

Limitaciones

El desarrollo de las piezas gráficas es exclusivo para redes sociales
Las fotografías a utilizar deberán ser actualizadas en cuanto exista un cambio de promotores o cualquier información que consideren, debe ser cambiada.

Instituciones análogas

Hivos, inspirado en los valores humanistas, trabajan en el desarrollo de las comunidades a través de la libertad y autodeterminación además del buen uso de los recursos naturales. Entre los proyectos se encuentra; la transparencia activa y VIH, que busca la efectividad a largo plazo y la sostenibilidad de la respuesta contra la epidemia de VIH, realizando pruebas en laboratorios privados a todo el interesado de manera gratuita.



Imagen 14, archivo web de la página de Facebook Hivos Guatemala

Fundación Marco Antonio: fue creada a partir de la discriminación y rechazo que sufrió uno de los primeros casos de VIH en Guatemala, con el propósito de brindar servicios para mejorar la calidad de vida de las personas y no de muerte a las personas contagiadas de VIH, brinda atención integral en consultas médicas, laboratorios, orientación, prevención y mitigación de ITS/VIH/SIDA



Imagen 15, archivo web de la página de Facebook Fundación Marco Antonio

AHF Guatemala: enfocado en abogar por los derechos de la salud de las personas que viven con VIH, además de concientizar a la población para reducir nuevas transmisiones de VIH. Ofrecen pruebas de VIH y otras ITS de manera gratuita.



GUATEMALA

Imagen 16, archivo web de la página AHF Guatemala

Entregables

Archivos PNG para redes sociales en formato vertical para ser usado en las historias de Facebook , Instagram, Whatsapp y Grindr.

Editables en el programa de Ai (Adobe illustrator) y Ph (photoshop) para la edición de los materiales finales.

Fotografías JPG para pantallas y web, si es necesario el material impreso puede ser modificado para impresión desde los archivos editables directamente.

Proceso de conceptualización

Provocación

Edward de Bono

Es una técnica que requiere el pensamiento lateral, implica eliminar del pensamiento los patrones establecidos que se utilizan para solucionar problemas normalmente.

Esta técnica se basa en construir pensamientos que son deliberadamente estúpidos (provocations), en los cuales algo que tomamos como concedido sobre la situación no es verdad.

Los pensamientos necesitan ser estúpidos para dar una sacudida eléctrica a nuestras mentes fuera de las maneras de pensamiento preestablecidas. Una vez que hayamos hecho una declaración provocativa, nuestro juicio entonces se suspende y la declaración se utiliza para

generar ideas. Los *provocations* nos dan los puntos de partida originales para el pensamiento creativo.¹³

Salud para los Locos
Sentimiento de Pertenencia
Transparencia Humana
Los dos Sentidos
Sensación Humana
Los dos Sentidos
Crecimiento en Multitud
Comunicación de Vidrio
Sentimientos para Todos
Mensajes Inversos
Campañas de Amor
Virus Social

Resultado:

Sentido Humano
El sentido humano hace referencia a la parte intelectual y emocional de las personas.

¹³ Neuronilla, La provocación según Edwar de bono/ Consultado por última vez el 11 de septiembre del 2019 <https://www.neuronilla.com/provocacion/>

Atributos

Robert P. Crawford

Mediante este método se identifican los atributos de un producto, servicio o proceso, con la finalidad de considerarlos cada uno como una fuente de modificación y perfeccionamiento.

Se pueden hacer listas de características físicas, usos, sinónimos, antónimos, partes, connotaciones, etc. Los atributos pueden ser muy numerosos hasta hacer difícil su tratamiento, lo que obliga a reducir su número. Por esto, el método distingue los atributos esenciales del resto, para quedarse sólo con los primeros.

Procedimiento:

Identificar el producto, servicio que se quiere mejorar o el problema próximo a resolver.

Analizarlo y hacer una lista de tantos atributos como sea posible

Tomar cada atributo y pensar en la forma de cambiarlo o mejorarlo. ¹⁴

Medicina Salud Sexualidad Diversidad Mitigar el virus	Capacitaciones Psicología Higiene Mensaje Positivo Inclusión para todos
---	---

¿Se puede mejorar? ¿Se puede implementar? ¿Es trascendente?

Salud Sexualidad	Higiene Mensaje positivo
---------------------	-----------------------------

¿Representa al proyecto? ¿Cumple con los objetivos? ¿Es adaptable?
--

Resultado:

Sexualidad positiva
Hace referencia al contenido de la campaña social y el hecho de utilizar el significado de la palabra *positivo*.

¹⁴ Forum Innova, Lista de atributos Robert p. Crawford/ Consultado por última vez el 11 de septiembre del 2019 http://www.innovaforum.com/tecnica/atributs_e.htm

Relaciones Forzadas

Charles S. Whiting

Nace de un principio: *combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación*, de ahí pueden surgir ideas originales. Es muy útil para generar ideas que complementan al *Brainstorming* cuando ya parece que el proceso se estanca.

Es una técnica muy común y a la que se refieren multitud de autores con diferentes nombres y variantes (por ejemplo, Edward de Bono lo llama "La aportación del aza".

Procedimiento:

Se recuerdan los principios de la generación de ideas:

- Toda crítica está prohibida
- Toda idea es bienvenida
- Tantas ideas como sea posible
- El desarrollo y asociación de las ideas es deseable

Seleccionar un objeto o imagen al azar

¿Mirando esto, qué podríamos obtener para solucionar el problema?
mencionar las características del objeto y relacionarlo de manera forzada para generar oraciones o palabras que nos acerquen a lo que buscamos. ¹⁵

Responsabilidad	Diversidad
Intimidad	Integración
Evolución	Adaptación
Experimentar	Conciencia
Expuesto	Derecho
Estimulación	Necesidad
Beso	Humanidad
Bisexual	Equidad
Boca	Exclusión
Conducta	Educación
Conocimiento	Selección
Conjunto	Dinamismo
Valoración	Mensaje
Variedad	Colaboración
Vestimenta	Perspectiva
Viral	Vinculación
Necesidad	Conjunto
Naturalidad	

Resultado:

Responsabilidad humana
El resultado nos da un mensaje adicional, se espera que más personas actúen de manera responsable, siendo más humanos y conscientes.

¹⁵ Neuronilla, La provocación según Edwar de bono/
Consultado por última vez el 11 de septiembre del
2019 <https://www.neuronilla.com/provocacion/>

Lluvia de ideas

Alex Faickney Osborn

Es una técnica basada en la exposición de manera informal y libre de todas las ideas en torno a un tema o problema planteado que ayuda a desarrollar y ejercitar la imaginación creadora y la búsqueda de soluciones a problemas.

Tratando de impulsar el comportamiento autónomo, original y libre, retando a los participantes a no emitir juicios hasta que se haya generado un máximo de ideas, y a escuchar positivamente las ideas de los demás, evitando los comentarios negativos que pueden frustrar el proceso creativo. ¹⁶

Procedimiento:

Presentación del tema principal
Desarrollo (producción de ideas)
Evaluación de las ideas

Se debe anotar todas las palabras que vengan a la mente en ese momento, tratando de generar una idea para poder racionalarla y analizarla.

Temas:

VIH-Sida en Guatemala
La diversidad sexual

Socializar

Concientizar

Educar

Mostrar

Enseñar

visualizando el VIH

Reflejando el VIH

Borrando el estigma

La educación por la diversidad

Educando a la sociedad

Mostrando la diversidad

Socializando con el Sida

Viralizando el mensaje

Resultado:

Viralizando el mensaje

Es un concepto que le da un giro a la palabra viral, el mensaje debe ser compartido a más personas para poder cumplir con los objetivos de la campaña social.

¹⁶ Viu, técnicas del diseño, lluvia de ideas/ Consultado por última vez el 11 de septiembre del 2019 http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_156/programa/main/viu/tecnicas/viu30.htm





Concepto creativo

Viralizando el mensaje

La concepción del concepto surge a través de las diferentes técnicas y en relación a los conceptos que se pretenden abordar en el resultado final del proyecto.

La palabra viral se utiliza para nombrar lo que está vinculado a los virus, tiene una característica alusiva al ser vivo o un tipo de organismo pero generalmente maligno. Su relación en la publicidad es bastante frecuente ya que siempre se busca propagar un mensaje.

Al utilizar la palabra viralizando se transforma en algo positivo porque es un mensaje que se quiere replicar y esparcir para que la información sobre

salud sexual sea accesible para el grupo objetivo e idealmente para cualquier persona.

La palabra viral se asocia perfectamente al contenido ya que la finalidad de este proyecto también insiste en reducir el riesgo de infección ante el VIH y otras infecciones de transmisión sexual que son comunes entre los usuarios del CAS y la población en general, cualquiera de ellos puede llegar a necesitar información de salud sexual.

Es por ello que el concepto se adapta perfectamente para este proyecto. El desarrollo de la parte viral dependerá del uso constante que se pueda incluir en las redes sociales de los promotores y del CAS así también de las personas que compartan el contenido a otros amigos que lo necesiten.

Códigos del Diseño

Las premisas del diseño son seleccionadas con la intención de reflejar o simbolizar el concepto creativo a manera que se relacione y presente una unidad visual en todo el material final.

Código Tipográfico

La tipografía como elemento principal del mensaje se concreta en primaria y secundaria, según lo recomienda el manual de normas gráficas del CAS.

La selección de la tipografía primaria en una interpretación de la recomendación del manual de normas gráficas que posee la institución. La familia tipográfica Sans Serif Museo Sans, representa características de limpieza y legibilidad en las versiones web.

La familia tipográfica secundaria Traditionell Sans es una Sans Serif un tanto más light que la tipografía primaria, funciona sobre los materiales digitales a realizar en especial la versión bold y regular.

Primaria **A B C d**

a b c d e f g h i j
k l m n o p q r s
t u v w x y z

Museo Sans

Secundaria **A Bc**

a b c d e f g h i j
k l m n o p q r s
t u v w x y z

Traditionell SANS

Código Cromático

La paleta de colores es seleccionada según lo recomienda el manual de normas gráficas. La paleta refiere a los colores del arcoiris que es utilizado para representar la diversidad de la comunidad, LGTBIQ+

Los códigos de color RGB serán los adecuados para manejar el material ya que el producto final será utilizado en aplicaciones móviles y algunas pantallas para pc.

R-169	C-22.44
G-24	M-100
B-41	Y-81.75
	K-17.54

R-255	C-0.06
G-208	M-17.99
B-2	Y-92.69
	K-0

R-236	C-0
G-105	M-69
B-9	Y-100
	K-0

R-0	C-85
G-141	M-17
B-57	Y-100
	K-3

R-0	C-83
G-130	M-37
B-186	Y-9
	K-1

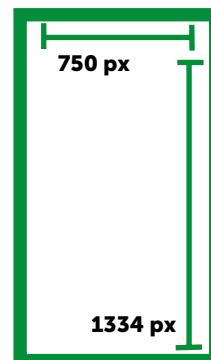
R-137	C-49
G-208	M-0
B-234	Y-7
	K-0

R-98	C-73
G-36	M-100
B-105	Y-22
	K-10

R-255	C-0
G-255	M-0
B-255	Y-0
	K-0

Formato

Vertical, 750 por 1334 píxeles, siendo la medida estándar a manejar en la opción de historias en las diferentes redes sociales.







Capítulo seis

Producción gráfica y validación de alternativas

De acuerdo al Brief y los códigos del diseño previamente establecidos; el siguiente paso es el proceso de diseño, el cual consiste en el desarrollo y visualización del proyecto A (Estrategia de campaña social para redes sociales).

Este inicia con una serie de bocetos a mano mostrando la primera etapa de visualización, llevándonos al proceso de digitalización en donde se pueden ver avances más completos para su análisis final mediante tres validaciones que forman la estructura visual de los códigos del diseño en las piezas finales.

Proceso de bocetaje

Nivel 1 de visualización Autoevaluación y Coevaluación

El bocetaje ayuda a generar una idea visual del concepto creativo, durante el desarrollo del proyecto se deben seleccionar las propuestas que mejor representen al proyecto y pueda cumplir con el objetivo.

Las encuestas fueron mostradas de manera impresa con una muestra de 6 personas entre ellas estudiantes de diseño y trabajadores del CAS que laboran en el área de comunicación.

Se evaluaron diferentes propuestas en modo de boceto, con el fin de tomar decisiones respecto a diagramación, la abstracción visual la memorabilidad en la ilustración y jerarquía visual de todos los elementos en conjunto, los resultados nos llevan al siguiente paso del proceso, para realizar una muestra digital.

Trípticos

La campaña social se resuelve dentro de 3 preguntas:

¿Quién es CAS?

¿En qué me ayuda un diagnóstico temprano de VIH?

¿Cómo prevenir las ITS?

Durante el proceso de bocetaje en el nivel uno se desarrolla el primer tríptico en donde se responde: ¿Quién es CAS?, mostrando una fotografía del promotor de salud, junto a un nombre y número de contacto, seguidamente surge la necesidad de responder 1 pregunta en cada sección del tríptico—¿Cómo lo hace? y ¿Dónde puedo encontrarlos?.

Utilizando técnicas combinadas para el proceso de bocetaje semiterminado, en dónde se puede jugar con cartillas de colores, simulando los elementos dentro de la retícula, a manera de resolver contrastes y armonizar el espacio creativo.

Se utiliza la técnica de Figura fondo, combinada con la aplicación de colores complementarios y adicionando transfiguración en la variación de la forma, de esta manera se estimula la creatividad y se acerca a un resultado más esperado.



Boceto Burdo

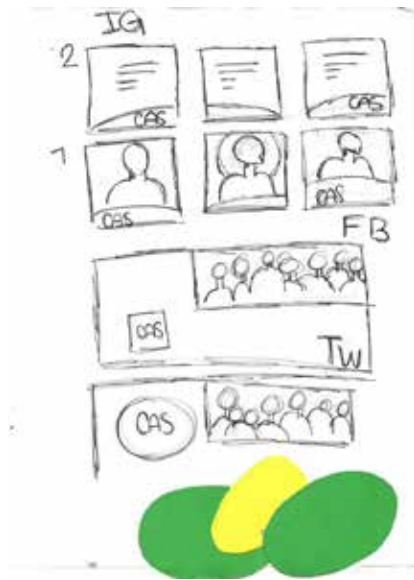


Imagen 17, boceto a mano por H.Zabala

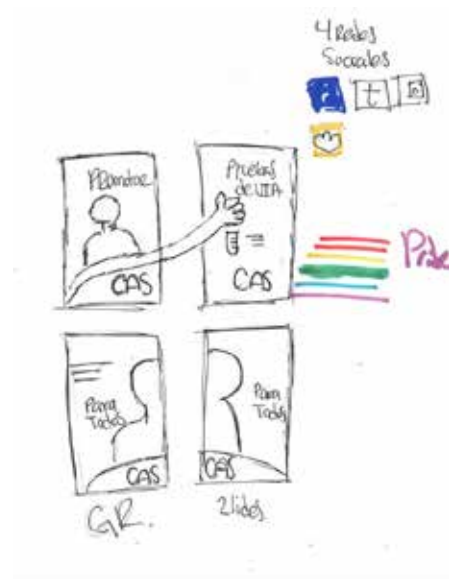


Imagen 18, boceto a mano por H.Zabala

Boceto Comprensivo



Imagen 19, técnica combinada por H.Zabala

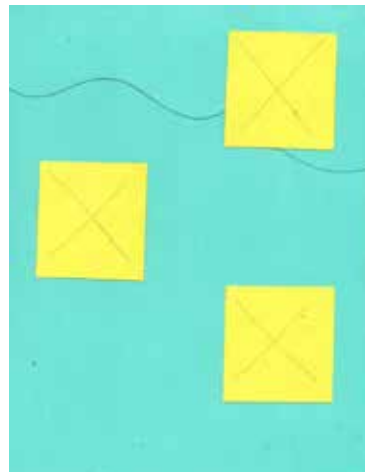


Imagen 20, técnica combinada por H.Zabala



Imagen 21, técnica combinada por H.Zabala

Boceto dummy digital

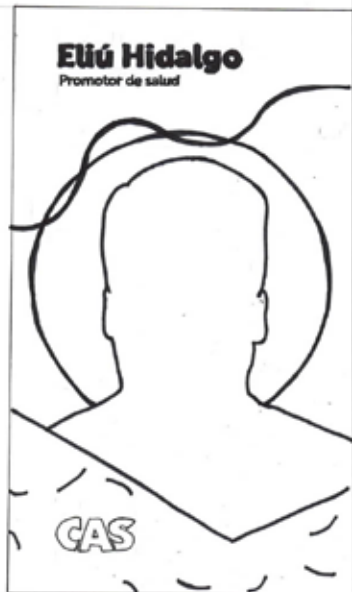


Imagen 22, boceto por H.Zabala

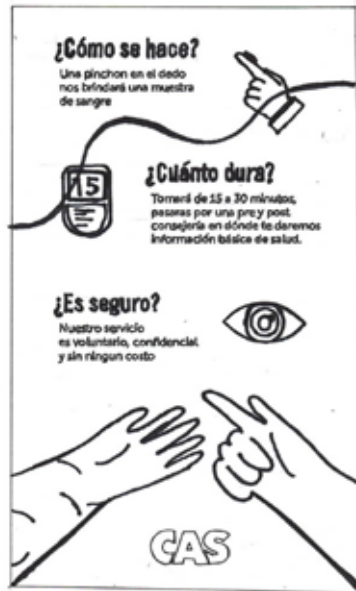


Imagen 23, boceto por H.Zabala



Imagen 24, boceto por H.Zabala

Escala

La escala tipográfica (textos), iconografía (ilustración) la referencia de la fotografía y el logotipo de CAS son adecuados para el uso en web o móvil.

El 80% de las personas reconocen que la dimensión es correcta y funcional, por tanto se decide continuar con las mismas proporciones en cada uno de los elementos.

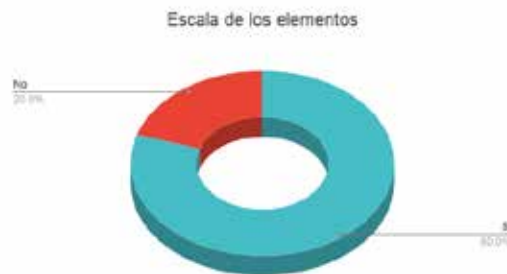


Imagen 25, gráfica por H.Zabala



Ilustraciones

Las ilustraciones hacen referencia a los enunciados / representan el contenido y son fácil de identificar.

El 70% demostró que las ilustraciones tienen relación exceptuando el ojo, en donde el 30% sugiere reevaluar el significado de seguridad o confianza.

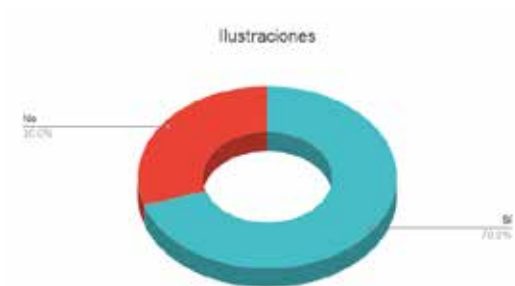


Imagen 26, gráfica por H.Zabala

Relación entre las figuras 21–22 y 23

Las figuras tienen relación entre los tres diseños, existiendo unidad y recorrido visual.

El 100% de los encuestados resaltó que existe una relación entre todos los elementos y reconocen la unidad en ello.

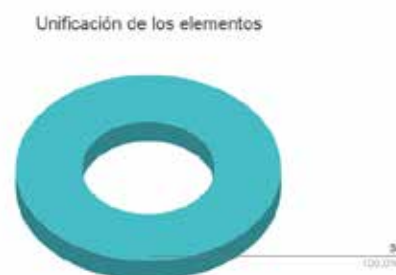


Imagen 27, gráfica por H.Zabala

Observaciones de los encuestados:

- Verificar la posición del logo.
- Recordar la aplicación de colores.
- El ojo no tiene relación con la seguridad.

Proceso digital

Nivel 2 de visualización Validación con expertos del tema

El bocetaje digital nos sirve para corregir los detalles a lápiz y crear una visualización más completa de los elementos finales, añadiendo el color y la tipografía correspondiente al brief de diseño.

Para la primera pregunta se resuelve con una serie de trípticos que representan la información más concreta en el bocetaje digital, utilizando fotografía real de los trabajadores del CAS

Para resolver la segunda pregunta ¿Cómo es una persona con VIH? Identificando la problemática durante el marco teórico esta incógnita se resuelve con una serie de cartelería en donde se muestran a las personas viviendo una vida totalmente normal, ya que una vez iniciado el tratamiento la persona ya no transmite el virus y se vuelve indetectable.

Validación

Con una muestra de 6 profesionales, 3 en diseño 2 en salud y 1 en leyes se evalúan los aspectos técnicos de las ilustraciones y la composición visual de los elementos en conjunto.

El resultado es el tríptico principal que utilizarán los promotores de salud en su perfil de redes sociales para contactar a más usuarios, dirigido especialmente a la aplicación de Grindr.

Las primeras tres piezas muestra una identificación por parte del promotor, los servicios que ofrece y de qué manera puede contactar para obtener mayor información.

Boceto digital



Imagen 28, por H.Zabala



Imagen 29, por H.Zabala



Imagen 30, por H.Zabala



Imagen 31, por H.Zabala



Imagen 32, por H.Zabala



Imagen 33, por H.Zabala

Código tipográfico

Los elementos tipográficos contrastan del fondo y es de fácil lectura al momento de visibilizar en el móvil.

El 80% de las personas encuestadas considera que la tipografía utilizada es óptima para usar en redes sociales, al igual que el uso del contraste en el color y el resto de los elementos.

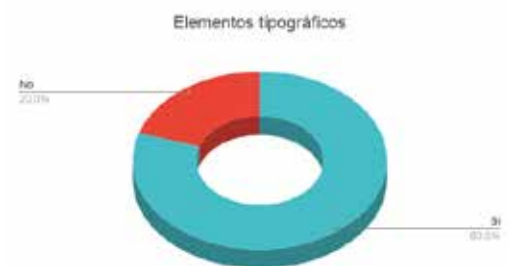


Imagen 34, gráfica por H.Zabala

Código cromático

La selección de colores representa diversidad y es apto para las redes sociales, generando contraste y armonía.

El 60% reacciona de manera positiva a los colores, el 40% sugiere una paleta de colores más dinámica y menos saturada. En este punto se evalúa con la institución para poder determinar si es posible un cambio más amigable en el color.

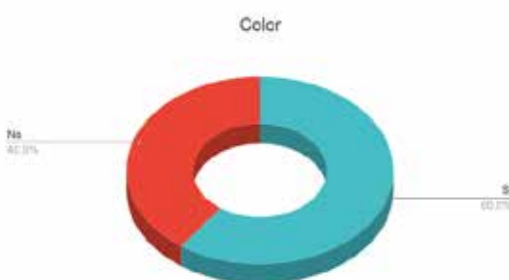


Imagen 35, gráfica por H.Zabala

Observaciones de los encuestados:

- Quizás un poco más grande para que sea legible y al momento de subir el contenido se reduzca su calidad, no afecte tanto a los mensajes de la imagen.



Iconografía

Las ilustraciones representan claramente los enunciados e ilustran el contenido de la información. El 100% de los encuestados resaltó que las ilustraciones coinciden con los elementos, sin embargo a petición de la institución el icono de seguridad se revalúa y se hace un cambio.

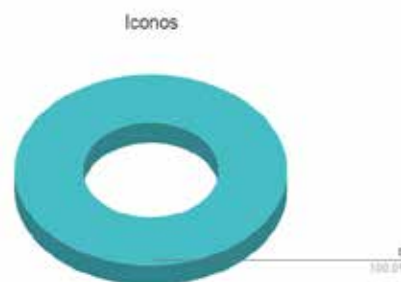


Imagen 36, gráfica por H.Zabala

Unidad de los elementos

Existe relación entre los tres elementos, boceto A, B y C, incluyendo el color y la tipografía.

Todos los encuestados coinciden en que existe relación entre los elementos, uno de ellos menciona la unidad que el brazo representa, sin embargo la institución hace la observación de enlazarlo junto a uno de los enunciados.

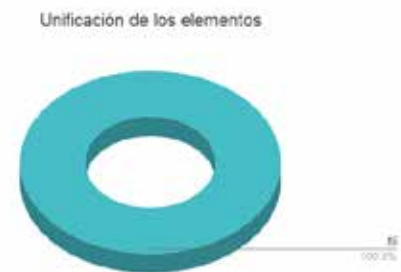


Imagen 37, gráfica por H.Zabala

Observaciones de los encuestados:

- En las redes sociales de los promotores lo veo súper bien, pero no como una sola imagen sino dividida para no saturar. La calidad del diseño y fotografía es muy buena.

Boceto final

Nivel 3 de visualización - Boceto final

Los bocetos finales nos muestran el resultado previo a la implementación del producto gráfico.

La solución de los trípticos presenta la armonía que se puede generar cuando se unen los 3 elementos en conjunto con el resto de las piezas gráficas para redes sociales.

Se realizan las correcciones de redacción, color e iconos según las validaciones realizadas.

La presentación de las piezas fue en los teléfonos móviles utilizando la aplicación a la que va dirigida los materiales.

Desde la figura 12 hasta ahora se muestra una evolución buscando la funcionalidad y tratando de cumplir con los lineamientos que la institución coloca anticipadamente.

Validación

Con una muestra de 11 promotores de salud del CAS y 3 usuarios de la institución.

Se validan las correcciones cromáticas y tipográficas de los diseños, generando una serie de piezas finales en donde se derivan las demás piezas gráficas a utilizar en la campaña social.

Esta tercera validación ayudarán a comprender las áreas de oportunidad en cada pieza gráfica, es importante reconocer que quien lo valida es el grupo objetivo para quien va dirigido el mensaje y a quién se busca enlazar con la institución así como en los promotores de salud quienes son los que compartirán las piezas a través de las redes sociales de la institución.

Boceto digital



Imagen 38, tríptico unificado por H.Zabala



Imagen 39, por H.Zabala

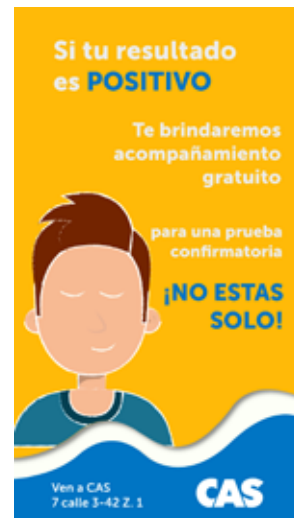


Imagen 40, por H.Zabala



Imagen 41, por H.Zabala

Diseño atractivo

Al ver el conjunto de diseños, le resulta atractivo considerando que funciona para compartirlo mediante las redes sociales.

El 80% de los encuestados reaccionó de manera positiva, están de acuerdo con el resultado y consideran que funciona para las redes sociales que utilizan.

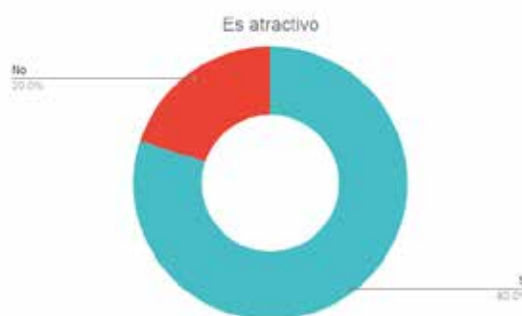


Imagen 42, gráfica por H.Zabala

Letras legibles

El texto y el demás contenido de lectura le es fácil de comprender sin presentarle una acción adicional para leerlo.

La mayoría de encuestados comprende fácilmente el texto y considera que es un tamaño ideal para el uso en redes sociales.

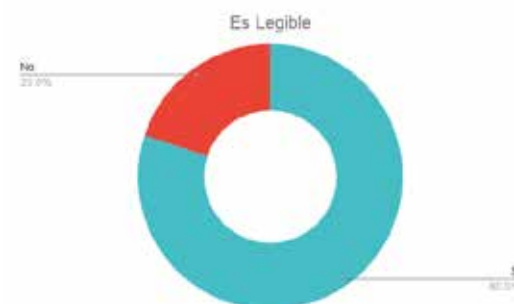


Imagen 43, gráfica por H.Zabala

Observaciones de los encuestados:

- Es importante poner bajo qué decreto se resguarda la confidencialidad, como lo es el decreto 27-2000, esto da más seguridad para realizarse su prueba.

Observaciones de los encuestados:

- Hacer énfasis que si el promotor llega los horarios son amigables.
- El de indetectable se ven sencillo.



Ilustraciones

Los dibujos se relacionan con el contenido y generan una unidad a la vista una vez que se ven las piezas juntas.

El 80% de la población considera que las ilustraciones representan cada enunciado siendo agradables a la vista y de comprensión rápida.

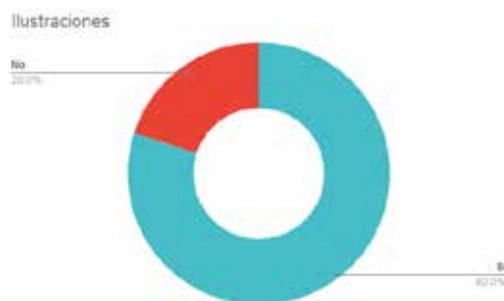


Imagen 44, gráfica por H.Zabala

Funcionalidad

Cree que el material es funcional y apto para usarlo en las redes sociales, fuera y dentro de CAS.

EL 80% de las personas encuestadas considera que el tamaño y los elementos que componen las piezas es ideal para el uso en redes sociales e implementarlo en sus perfiles de whatsapp e instagram.

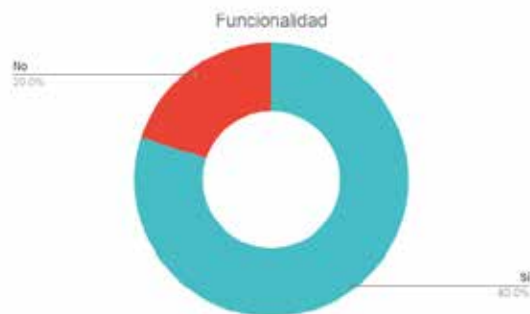


Imagen 45 gráfica por H.Zabala

Observaciones de los encuestados:

- Es algo que marca una evolución en la forma de captar la atención en Grindr principalmente, resulta ser utilizable, valioso y con calidad de información, además de facilitar y ahorrar tiempo

Observaciones de los encuestados:

- No del todo porque hace falta información importante.
- Me gusta mucho, la verdad sí son de mucho apoyo.
- Sí me ayuda

Propuesta final

Tríptico

La relación de las preguntas, ¿quién es?
¿Cómo se hace? ¿Dónde lo encuentro?



Imagen 46, tríptico unificado por H.Zabala

Respuesta de primer contacto

Al momento de interactuar con el usuario a través de la aplicación de Grindr, los promotores identifican tres preguntas frecuentes;

¿Qué pasa si mi resultado es positivo?

¿El sexo oral transmite VIH?

¿Debo usar lubricante siempre?



Imagen 47, por H.Zabala



Imagen 48, por H.Zabala



Imagen 49, por H.Zabala

Respuesta solución ante el VIH

La preguntas que frecuentan alrededor del VIH es sobre las campañas de Indetectable es igual a intransmisible, con este contenido se busca promover

los nuevos métodos de prevención y retención ante el virus de VIH.

Adicional, la importancia del uso constante del condón ante cualquier infección.



Imagen 50, por H.Zabala



Imagen 51, por H.Zabala



Imagen 52, por H.Zabala

¿Qué es PrEP?

Al momento de ampliar la información existen dos tipos de medicamentos que ayudan contra el VIH, el primero es PrEP, se utiliza como método de protección

ideal para personas que mantienen relaciones sexuales con diversas personas es por ello que se resuelve el ¿Cómo usarlo? y ¿Cómo obtenerlo?

PrEP
(PROFILAXIS PRE EXPOSICIÓN)
una pastilla al día se vuelve

90% efectiva
en protección

* No reemplaza el condón

Información por IPREX Dr. Robert Grant

Ven a CAS
7 calle 3-42 Z. 1

CAS

Imagen 51, por H.Zabala

PrEP a demanda

Prevención con medicamentos, que consiste en tomar 3 dosis.

2 y 24 hrs: 2 pastillas entre 2 y 24 hrs antes de la relación

24 hrs: después 1 pastilla

48 hrs: después 1 pastilla

86% efectiva
para reducir la probabilidad de infección por VIH

Información por IPREX Dr. Robert Grant

Ven a CAS
7 calle 3-42 Z. 1

CAS

Imagen 52, por H.Zabala

PrEP
¿Cómo puedo obtener el tratamiento?

Ven a CAS

Evaluación de riesgo
Realizar pruebas de laboratorio

Presenta tus exámenes
Realiza la prueba de VIH

- El médico te dirá cuándo puedes iniciar el tratamiento
- Debes acudir periódicamente a evaluaciones durante el tratamiento

Ven a CAS
7 calle 3-42 Z. 1

CAS

Imagen 53, por H.Zabala

¿Qué es PEP?

De igual manera funciona como método de protección, en este caso ha servido principalmente para tratar incidentes médicos donde existe un contacto

directo con el virus de VIH, ahora está disponible para cualquier persona que se encuentre bajo una situación de exposición ante el virus.



Imagen 54, por H.Zabala



Imagen 55, por H.Zabala



Imagen 56, por H.Zabala



Fundamentación de la propuesta final

Concepto Creativo Viralizando el mensaje

Compartir los beneficios que el CAS ofrece a los guatemaltecos, para reducir los diagnósticos del VIH, es una de las principales causas por las cuales surge el concepto creativo.

Bajo este concepto se busca que la campaña social pueda ser viralizada en redes sociales, generando contenido que eduque sobre la importancia de un diagnóstico temprano y la prevención del VIH y otras ITS.

La implementación del color y tipografía en todo el proyecto es una recomendación que hace el manual de normas gráficas manejado por la institución, por tanto es importante adaptarse y crear el material desde los lineamientos establecidos.

Al tratarse de un material digital para redes sociales los formatos establecidos

es vertical de 1334x750 pixeles ideal para compartir a través de las opciones de historia en whatsapp, instagram, facebook y grindr, los colores son aplicados en RGB.

El color en la tipografía no es totalmente blanco para poder generar un contraste sin crear vacío.

Las ilustraciones y referencias de iconos fueron evaluadas previamente por el grupo objetivo, haciendo referencia a los enunciados y a las indicaciones de cada pieza digital.

Lineamientos para puesta en práctica

Lineamientos de uso

El material digital será utilizado en las redes sociales, especialmente para la aplicación de Grindr aplicación orientada para hombres homosexuales, también se planea ser aplicado en las historias de instagram, facebook y whatsapp del CAS en el momento que se interactúe con los usuarios.

El material se entrega en 3 versiones, la versión digital para el uso de redes sociales, la versión para impresión en dado caso se quiera realizar una publicación impresa y el material editable para realizar cambios si fuese necesario.

Todas las versiones son presentadas en formato de pixeles ideal para web y redes sociales, exceptuando la versión impresa, siendo un PDF en colores para impresión (CMYK) para una correcta reproducción,

si se desea realizar impresiones a gran escala, lo ideal es manejarlo desde la versión editable para mejorar la calidad de impresión.

Lineamientos técnicos

Para hacer uso de los archivos digitales se debe contar con herramientas de diseño, ilustrator y photoshop idealmente, los mismos que fueron utilizados para crear las piezas gráficas.

Es importante contar con las herramientas necesarias para poder hacer los cambios que se crean pertinentes y reproducir el material en otras plataformas virtuales y/o impresas.

Revisar el conjunto de tipografías utilizadas y los códigos binarios del color para poder reproducir de manera uniforme, las ilustraciones vienen agrupadas en diferentes capas de trabajo para su correcta modificación.

La carpeta de ilustrador contiene todo lo que el diseñador necesite para facilitar los cambios que se consideren pertinentes.

presupuesto

Valor por hora
Q. 125.00

Actividad	Horas	Costo
Fase 1 - Investigación		
Periodo de investigación		
Total de horas	16	Q.2,000. 00
Fase 2 - planeación operativa		
Diseño de flujograma		
Cronograma de trabajo		
Total de horas	32	Q.4, 000. 00
Fase 3 - Desarrollo creativo		
Briefing de diseño		
Estrategia creativa		
Bocetaje digital validaciones		
Total de horas	36.7	Q.4,587. 50
Fase 5 - Producción Final		
Diseño y diagramación		
Ilustración		
Total de horas	34.5	Q.4 350. 00
Insumos y honorarios		
		Q.8 350. 00
Costo Total sin iva		Q.23, 287. 50
<p><i>Presupuesto que representa el aporte del Epesista para la institución a través de la elaboración del presente proyecto de Graduación de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.</i></p>		

Cotizaciones

 <p>2438 8936 - 2438 8936 Calle poniente No. 41 Antigua Guatemala</p>	<p>28 de octubre del 2019</p> <p>Empresa: CAS Correo: hannoverzabala@gmail.com</p>		
Cotización No. 3280			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Estrategia de camapaña social	1	Q 7, 500.00	Q 7, 500.00
Ilustraciones para piezas gráficas	22	Q 350.00	Q 7, 700.00
Manejo de redes sociales	1	Q 1, 340.00	Q 1, 340.00
Pautas publicitarias en línea	16	Q 250.00	Q 4, 096.00
Diseño y creación de piezas gráficas	15	Q 685.00	Q 10, 275.00
		TOTAL	Q 30, 911.00
<p>Cotización válida hasta el 30 de noviembre del 2019 La producción se inicia con el 50% de anticipo y el 50% contra entrega Las piezas gráficas cuentan con un mínimo de correcciones DESIGN for all se reserva los derechos de participación</p>		 Alonzo y Asociados	



Tels: 2438-8930 / 5202-4389

5ta. Av. 6-29 zona 1 Mixco

Nit. 6720322-1

Fecha: 05 de noviembre de 2019

Empresa: CAS

Correo:

Claudia Echeverría y/o

Contacto: Antonio Zabala

Tel: 2410-3980

COTIZACIÓN No. 3284

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Campaña publicitaria con 16 piezas gráficas, diseño y aplicación de ilustraciones en cada pieza relacionadas a tema de salud sexual, VIH y otras ITS	16	Q610.00	Q9, 760.00
Social media y manejo de redes por un mes, segmentación de mercado y diseño en redes	1	Q1, 070.00	Q1, 070.00
TOTAL EN NUMEROS			Q10, 830.00
TOTAL EN LETRAS: DIEZ MIL OCHOCIENTOS TREINTA EXACTOS.			

Forma de pago: trámite de cheque

Tiempo de Entrega: 1 mes apartir del anticipo

Garantizamos nuestro Trabajo.

Firma y sello:

RUBY KARINA MUNOZ GARCIA
PROPIETARIA

artexteriores@outlook.es - ventasartex@yahoo.com





Capítulo siete

Síntesis del proceso

En este último capítulo se resumen todas las acciones y se reconocen las lecciones aprendidas durante el proyecto, la experiencia que se adquiere durante el proceso teórico y práctico, concluyendo en el logro de los objetivos y resaltando las características más importantes en el logro de cada uno.

Las recomendaciones están basadas en la experiencia conjunta del epeista, pasando por la institución y la universidad para el logro de este proyecto.





Conclusiones

La campaña social orientada a la comunidad LGTBIQ de la sociedad guatemalteca, contribuye con la educación sexual y promueve la disminución de la desinformación sobre la salud preventiva ante el VIH y Sida como otras infecciones de transmisión sexual.

Desarrollando piezas que no solamente contengan información educativa sino también, atractiva, para la población siguiendo lineamientos que la misma institución solicita desde el inicio; se logra cumplir con el objetivo general ya que el contenido de las piezas fue finalizado y aprobado por las entidades correspondientes.

La información que se utilizó para las piezas gráficas fue previamente consultado y autorizado por la dirección y el departamento de comunicación del CAS por lo que el contenido en las piezas gráficas representa el material educativo para minimizar la falta de información sobre el VIH y Sida, creando un diálogo más incluyente en las redes sociales, el mismo grupo objetivo compartir la

información y se autoeduca mediante el estímulo que provoca las piezas finales.

El diseño digital de las piezas no solamente cumple con el objetivo de educar si no también de empatizar con las personas de la comunidad, al momento de visualizar las piezas se demuestra que el uso gráfico de las ilustraciones empleadas no difiere entre el mensaje y la finalidad del mismo, en cuanto a los temas de salud, de esta manera no se distrae del objetivo principal en el mensaje.

Ayudando a persuadir la exclusión del VIH y sida como otras infecciones de transmisión sexual, las maneras de prevenir y los nuevos métodos de protección ante el VIH, evitando esparcir el virus en la población.

Crear una comunidad abierta y que los mismo refieran información sobre la salud sexual, siendo un contenido fácil de obtener y de compartir con las demás personas sin importar el sexo.

Lecciones aprendidas

El desarrollo del proyecto representa una experiencia para el estudiante a pesar de los previos conocimientos, se adquieren nuevas maneras de aprendizaje que complementan las características de un diseñador a través de cada fase durante el proyecto.

Institución

Durante el proceso de selección; las diferentes instituciones predispuestas, establecen las condiciones con las que el estudiante pueda trabajar y de esa manera se logre culminar de manera profesional.

Perfil de la institución

Desarrollar el perfil de la institución, presentó un desafío, en especial por la temática que maneja el CAS.

Existe un vínculo de unión entre el equipo de trabajo y la temática que manejan, facilitando para el estudiante el comprender y empatizar con la visión

y la misión que la institución maneja, utilizando esto como punto de partida para la elaboración del proyecto.

Planeación operativa

Para lograr un proyecto se debe establecer un cronograma y tener en cuenta que se requieren conocimientos teóricos y técnicos en las diferentes áreas del diseño.

Trabajar con paciencia, comprender que el logro de un proyecto se basa en la responsabilidad del diseñador y en el correcto cumplimiento de las actividades establecidas acompañado del seguimiento del flujograma, facilitando el rendimiento del trabajo y el estar en constante búsqueda de soluciones en cuanto se presente cualquier inconveniente.

Conceptualización

Definir un concepto es una práctica del diseñador, sin embargo durante este proyecto se plantea la información que describe a la institución y se determina un grupo objetivo y sus necesidades dentro de la institución; facilitando la búsqueda del concepto a través de distintas técnicas.



Piezas Gráficas

Las necesidades de la institución aplicadas como parte del objetivo nos lleva a diseñar con una meta clara; gracias a la ayuda del supervisor a cargo del estudiante se definen los temas y el contenido que tendrá cada pieza gráfica.

Facilitando el desarrollo del proyecto, trabajar en conjunto resultó de manera productiva tanto para la institución como para el estudiante.

Validaciones

El proceso profesional se maneja de distintas formas, validar las piezas con diversas personas se convierte en una experiencia más agradable, el pensamiento de cada grupo va orientado de maneras diferentes y muchas veces acierta en los códigos del diseño para que el diseñador pueda generar los cambios pertinentes a través de las distintas validaciones con grupos específicos.

Piezas finales

La previa presentación de las piezas ante la institución antes de culminar

el periodo de práctica resultó ser una asesoría con la mejor retroalimentación, de manera que las correcciones no eran lo más importante si no el aprecio y el valor que se le dió al trabajo realizado por el estudiante hacia la institución.

El lograr uno de los objetivos y resaltarlo como logro personal demuestra que el proceso del proyecto es una aventura constante de aprendizaje de manera que instruye y realiza al estudiante preparándolo para el área profesional.

Conclusiones

La preparación académica del estudiante no se resumen solamente en este proyecto si no en los logros constantes de cada semestre para lograr culminar el EPS de manera satisfactoria, sin embargo también es bueno señalar todas las áreas de oportunidad en las que debe trabajar.

El aprendizaje no termina acá; las experiencias laborales que pueda obtener en el futuro pueden ser también complementarias para el futuro del estudiante, ahora en camino a ser un profesional.

Recomendaciones

A la institución

Determinar previamente las necesidades de comunicación visual en las que desea priorizar y considerar más importantes para el desarrollo y crecimiento de la institución, aprovechando de mejor manera el tiempo y el trabajo del diseñador gráfico.

De acuerdo a la cantidad de usuarios que maneja diariamente, contar con una base de datos que pueda funcionar para contactar e invitar a formar parte de las actividades que realizan periódicamente; de esta manera el epesista podrá anticiparse y encuestar o validar según las fechas ya calendarizadas en donde tendrán la asistencia de más usuarios.

A los estudiantes en Diseño Gráfico

Calendarizar y organizar el tiempo es la manera más efectiva en la que pueden hacer cumplir las metas semanalmente, para lograr concluir el proyecto en un tiempo estimado.

No demeritar su trabajo, el objetivo de el EPS es que el estudiante adquiera conocimientos profesionales y que la población guatemalteca sea beneficiada mediante el trabajo del epesista, es por ello que deben de colocar el mejor empeño en aportar a la sociedad y no tomarlo como una tarea más por completar.

Iniciar una búsqueda previa de la institución que mejor se adapte a las necesidades y más importante, a las capacidades como diseñadores.

A la Escuela de Diseño Gráfico

Contar con una base de datos actualizada de las instituciones con necesidades de diseño gráfico, de esta manera no se repetirán proyectos sobre contenidos previamente trabajados por otros epesistas.

Continuar con la constante comunicación entre los asesores del proyecto y la institución para evaluar el cumplimiento de las necesidades en la institución; de esta manera se evita crear un trabajo adicional sobre los estudiantes para complementar las necesidades académicas y de la institución.





Fuentes Consultadas

E-grafía y Bliografía

Aurora Labio, «Poder y manipulación informativa, una aproximación desde el pensamiento crítico». Acceso el 28 de agosto del 2019 <http://www.razonypalabra.org.mx/>

Beneyto, Raul G. «Cuánta información se genera y almacena en el mundo» Documanía 2.0 última visita el 29 de agosto del 2019 <https://documania20.wordpress.com/2013/09/16/cuanta-informacion-se-genera-y-almacena-en-el-mundo/>

CAS ¿Quiénes son? - Consultado 22 de julio del 2019 <https://casgt.org/>

CAS ¿Qué hacen? - Consultado 22 de julio del 2019 <https://casgt.org/>

Definición de RGB, Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2014. Actualizado: 2016. Consultado el 7 de septiembre del 2019 <https://definicion.de/rgb/>

El Heraldo, «Columnistas de opinión, El poder de la desinformación». Acceso el 27 de agosto. <https://www.elheraldo.hn/opinion/columnas>

[com/2013/09/16/cuanta-informacion-se-genera-y-almacena-en-el-mundo/](https://www.elheraldo.hn/opinion/columnas)

Forum Innova, Lista de atributos Robert p. Crawford/ Consultado por última vez el 11 de septiembre del 2019 http://www.innovaforum.com/tecnica/atributs_e.htm

Franklin, Benjamin. (Político, polímata, científico e inventor estadounidense).

Galindo Arandi, Cesar. Director - En consulta a través de correo electrónico mediante una presentación interna. Agosto 2019.

Gallardo, Raul. Medios y materiales gráficos para el diseño de producto, <https://dibujocreacion.blogspot.com>

Innovamos, « La historia del primer antirretroviral contra el VIH». Acceso el 31 de agosto. <https://es.gsk.com/es-es/innovacion-responsable/innovamos/la-historia-del-primer-antirretroviral-contra-el-vih/>

Munari, Bruno. Diseño y comunicación visual, Página 17, Adaptar el programa a los individuos, no a la inversa.

Munari, Bruno. «Artista y diseñador Italiano»

Maquira, Juan Manuel y Sebastián Bruque, Mexico (Marketing 2.0. El nuevo marketing en la web de las redes sociales, Marketing Viral

Munari, Bruno. «Artista y diseñador Italiano»

Munari, Bruno. Diseño y comunicación visual, Página 17, Adaptar el programa a los individuos, no a la inversa.

Neuronilla, La provocación según Edwar de bono/ Consultado por última vez el 11 de septiembre del 2019 <https://www.neuronilla.com/provocacion/>

Nómada gt, 34 vidas (y 15 muertes) que cambiarán la historia del VIH en Guatemala por Javier Estrada. consultado el 12 de Julio del 2019- <https://nomada.gt/pais/actualidad/34-vidas-y-15-muertes-que-cambiaran-la-historia-del-vih-en-guatemala/>

Núñez, César A. , Sergio Aguilar y Víctor Hugo Fernández, Exclusión social

y VIH-SIDA en Guatemala. Guatemala: 2001

ONUSIDA, 1996, «regiones/país/Guatemala/Visión general». Acceso el 26 de agosto. <https://www.unaids.org/es/regionscountries/countries/guatemala>

Plaza, Adán. La era de la tecnología de las personas (acceso el 1 de septiembre) <https://www.elmundo.es/>

Túñez López, Miguel; Sixto García, José, Las redes sociales como entorno docente: análisis del uso de facebook en la docencia universitaria.

Viu, tecnicas del diseño, lluvia de ideas/ Consultado por última vez el 11 de septiembre del 2019 http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_156/programa/

Wolfson, Evan. [main/viu/tecnicas/viu30.htm](http://www.viu.com/tecnicas/viu30.htm)Wolfson, Evan. «The freedom to marry» (Cine foro del documental the freedom to marry por el director Eddie Rosenstein 8 de noviembre del 2018).

Anexos


Autoevaluación

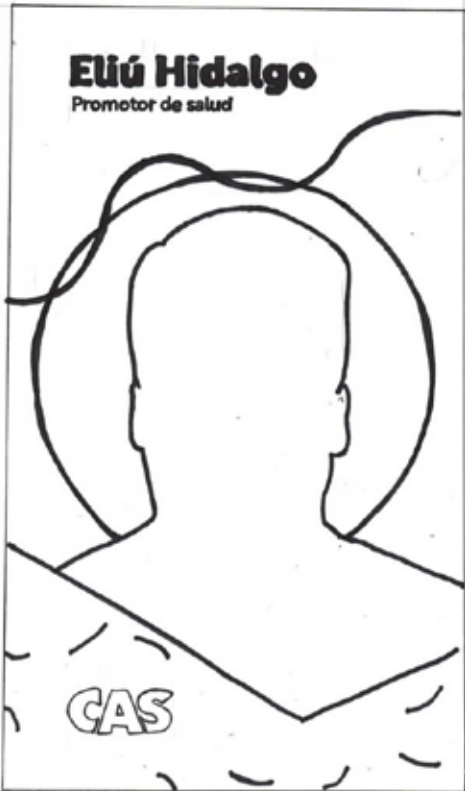


AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
		1	2	3	4	5
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.					
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.					
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.					
4	Legibilidad: Cualidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.					
7	Estilización: Muestra si se dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.					
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					
TOTAL						51

Instrumentos de validación Coevaluación

ENCUESTA DE VALIDACIÓN NIVEL 1			
			
<p>La siguiente encuesta tiene como objetivo determinar los elementos visuales y la diagramación u orden del diseño. Esto servirá para la primera etapa de la campaña social que ayudará al Colectivo Amigos Contra el sida CAS</p>			
<p>Instrucciones: Seleccione la respuesta que considere correcta, elija un color en la herramienta de relleno y resalte su respuesta. Si la versión es impresa, marcar la respuesta que considere correcta y escribir en el área indicada</p>			
1	En el boceto A, ¿Considera que el nombre y la escala del mismo es visible ?		
	<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>No</td> </tr> </table>	SI	No
SI	No		
2	En el boceto A, ¿Considera que la silueta del personaje refiere a un tamaño ideal para el reconocimiento visual de la persona ?		
	<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>No</td> </tr> </table>	SI	No
SI	No		
3	En el boceto A, ¿Considera qué el tamaño del Logotipo del CAS es visible y en una posición adecuada?		
	<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>No</td> </tr> </table>	SI	No
SI	No		
4	En el boceto A, Comentarios sobre los aspectos a mejorar		
	R/		





Relación entre el boceto A, B y C					
13	¿Considera que existe relación entre los bocetos A, B y C?		14	¿El orden de los elementos representa una unión visual o le es indiferente?	
	SI	No		SI	No
Evaluación cromática entre los bocetos A, B y C - En esta evaluación se refiere a la selección cromática del diseño (colores)					
15	¿Considera que existe relación entre los colores que hacen referencia a los bocetos A, B y C?		16	¿Existe algún color que no tenga relación alguna?	
	SI	No		SI	No
Gracias por responder					

5	En el boceto B, ¿Considera que la escala de las letras es legible y presenta un orden en la lectura?	
	SI	No
6	En el boceto B, ¿Considera que las ilustraciones hacen referencia al tema de cada pregunta?	
	SI	No
7	En el boceto B, ¿Considera que el tamaño del Logotipo del CAS es visible y en una posición adecuada?	
	SI	No
8	En el boceto B, Comentarios sobre los aspectos a mejorar	
R/		
9	En el boceto C, ¿Considera que la escala de las letras es legible y se comprende cada red social?	
	SI	No
10	En el boceto C, ¿Reconoce las ilustraciones como íconos de las redes sociales sin necesidad de colocar el significado de cada una?	
	SI	No
11	En el boceto C, ¿Considera que el tamaño del Logotipo del CAS es visible y en una posición adecuada?	
	SI	No
12	En el boceto C, Comentarios sobre los aspectos a mejorar	
R/		

Capturas de pantalla, desde la plataforma de encuestas, google drive/2019

Instrumentos de validación

Validación con expertos

Validación nivel 2

La siguiente encuesta tiene como objetivo determinar las premisas del diseño. Con el fin de recolectar información que represente el objetivo de las piezas finales de la campaña social que ayudará al Colectivo Amigos Contra el sida CAS.

El grupo objetivo se divide en dos:

GO 1 - Hombres gays y población general que utilice redes sociales, principalmente jóvenes.

GO 2 - Promotores de salud que trabajan para CAS

Concepto Creativo - Viralizando el mensaje

Responda de manera directa y con una opinión considerada para la mejora del proyecto.



ESCUELA DE
DISEÑO GRÁFICO
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



EJERCICIO
PROFESIONAL
SUPERVISADO



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



SIGUIENTE

Validación nivel 2

código tipográfico

Determinar la selección tipográfica del proyecto final

¿Considera que la tipografía es legible y óptima a utilizar en redes sociales?



- Sí
 No

¿El contraste entre la tipografía y el fondo le permite comprender con facilidad el mensaje?



- Sí
 No

¿Tiene sugerencias o comentarios en relación a la tipografía?

Tu respuesta

ATRÁS

SIGUIENTE

Validación nivel 2

Código Cromático

Determinar la selección cromática del proyecto final

Considera que la selección de colores representa diversidad



- Sí
 No
 Tal vez

¿Considera que los contrastes son visibles logrando armonía?



- Sí
 No
 Tal vez

Otra

Tu respuesta

ATRÁS

SIGUIENTE

Validación nivel 2

Ilustración

Determinar el nivel de visualización de las ilustraciones

¿Considera que las ilustraciones están asociadas a las preguntas?



- Sí
 No

Otra

Tu respuesta

Visualización final

Analizar y considerar cada aspecto del diseño de la siguiente imagen, responder con total sinceridad



Comentarios y sugerencias

Tu respuesta

Muchas Gracias por las respuestas

ATRÁS

SIGUIENTE

Capturas de pantalla, desde la plataforma de encuestas, google drive/2019

Instrumentos de validación

Grupo Objetivo

Grupo Objetivo

Visualización

Verificar en la pantalla o el teléfono móvil

Instrucciones

Responder con total honestidad, Entre las respuesta sí / no / o una alternativa adicional que se presente para cada pregunta.

Justificando detalladamente los aspectos positivos o negativos que se presente en cada pregunta

Al momento de ver las piezas le genera algún impacto

- Sí
- No
- No se entiende

¿Qué es lo que más le llama la atención

Tu respuesta



Las piezas gráficas, Le parecen atractivas a simple vista

- Sí
- No
- No me agrada

¿Existe algún elemento que considere no pertenece a las piezas?

Tu respuesta

Le parece adecuado el contraste (diferencia) entre el texto y los fondos

- Sí
- No

¿Las letras y los párrafos se leen adecuadamente?

- Sí
- No
- No hay diferencia

ATRÁS

SIGUIENTE

Grupo Objetivo

Iconos/ ilustraciones

Verificar en la pantalla o en el teléfono móvil

Le parece adecuado el tamaño de los iconos en los 3 formatos

- Sí
- No
- Me parece adecuado

¿Alguno de los iconos o dibujos no lo convence del todo?

Tu respuesta

Los colores empleados en los dibujos se diferencian del resto


- Sí
- No

Le parece que cada dibujo representa las preguntas en cada pieza

- No hay relación
- Están relacionados

ATRÁS

SIGUIENTE



Grupo Objetivo

Relación visual

Verificar en la pantalla o el teléfono móvil

Al momento de visualizar (observar) las 3 piezas juntas, encuentra una conexión o relación en ambas

- Sí existe relación
- No encuentro sentido
- Tal vez

En las 3 piezas gráficas, le parece que se complementan de manera ordenada

- Si
- No

Al momento de visualizar todo el material, considera que es utilizable y de gran ayuda para su trabajo diario al momento de contactar a los usuarios del CAS

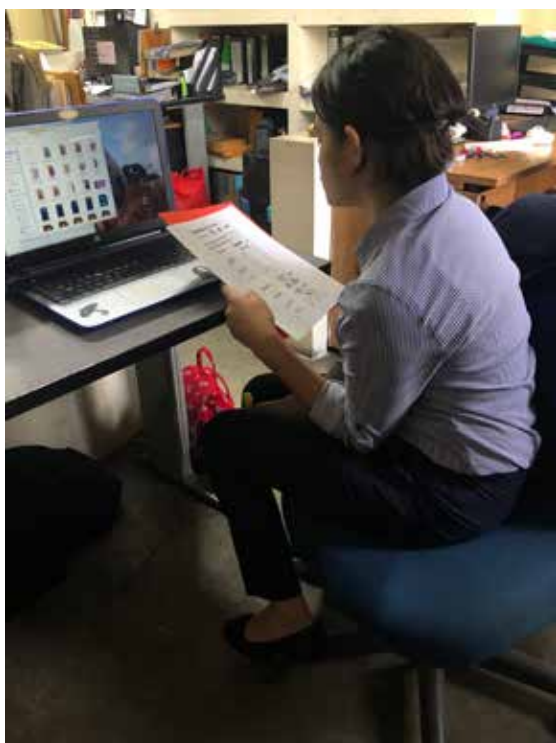
Tu respuesta

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Fotografía documental



Validación de piezas gráficas, validando con expertos, Octubre, 2019



Validación de piezas gráficas, validando con promotores de salud, quienes serán los encargados de utilizar el material gráfico y compartirlo en redes sociales, Octubre, 2019



Validación de piezas gráficas, validando con promotores de salud, quienes serán los encargados de utilizar el material gráfico y compartirlo en redes sociales, Octubre, 2019

Guatemala, febrero 10 de 2021.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **HANNOVER ANTONIO ZABALA CHAVEZ**, Carné universitario: **201500824**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO Y ESTRATEGIA DE CAMPAÑA SOCIAL SOBRE LOS SERVICIOS DE SALUD DEL COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA -CAS- EN EL ÁREA METROPOLITANA DE GUATEMALA**, previamente a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Lic. Maricella Saravia
Colegiada 10804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramirez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño y estrategia digital de Campaña Social sobre los servicios de salud del Colectivo Amigos contra el Sida -CAS- en el área metropolitana de Guatemala
Proyecto de Graduación desarrollado por:

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Hannover Antonio Zabala Chávez".

Hannover Antonio Zabala Chávez

Asesorado por:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Luis Gustavo Jurado Duarte".

Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Erick Tomas Galindo Alvarez".

Erick Tomas Galindo Alvarez

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Darío Josue Rodríguez".

Lic. Darío Josue Rodríguez

Imprimase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Edgar Armando López Pazos".

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano





Presentado por:
Hannover Antonio Zabala Chavez



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

