



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

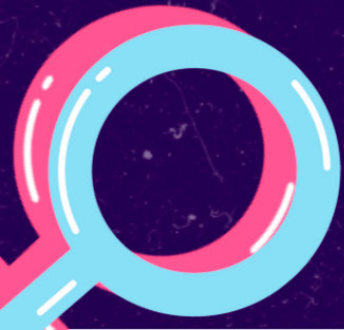
FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



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

**Estrategia en redes sociales para educar sobre
la salud reproductiva y sexual en adolescentes
para la asociación Paz Joven Guatemala en el
municipio de Chichicastenango Quiché**

Proyecto elaborado por:
Analy Arana Silva
Para optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico



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

**Estrategia en redes sociales para educar sobre
la salud reproductiva y sexual en adolescentes
para la asociación Paz Joven Guatemala en el
municipio de Chichicastenango Quiché**

Proyecto elaborado por:
Analy Arana Silva
Para optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, junio 2026

«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

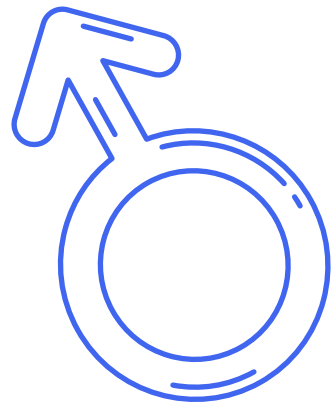
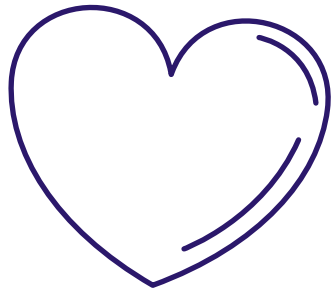
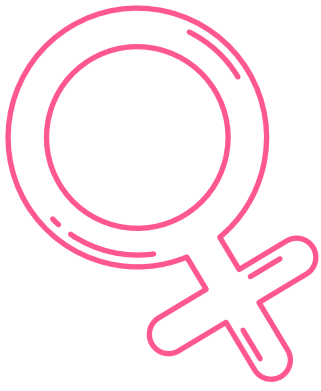


- Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano
- MSc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II
- Arqta. Mayra Jeanette Díaz Barillas
Vocal III
- Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola
Vocal IV
- Br. Laura del Carme Berganza Pérez
Vocal V
- Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez
Secretario Académico

Tribunal Examinador



- Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano
- MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Examinador
- Lcda. María Luisa Méndez Cabrera
Examinador
- Arq. Juan Fernando Arriola Alegría
Secretario





Agradecimientos



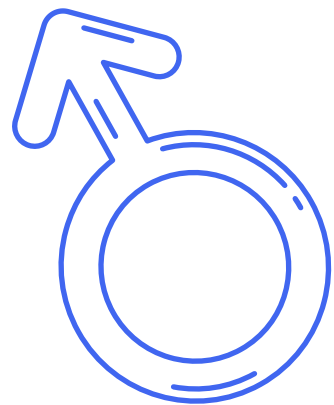
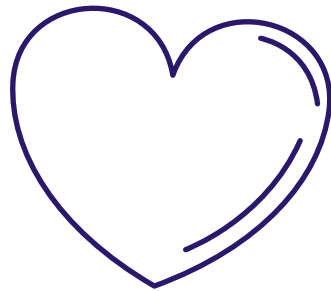
Le agradezco primeramente a Dios por permitirme culminar esta etapa de mi vida profesional, por mantener en mí el deseo de seguir adelante, no dejarme caer y que me diera la sabiduría para tomar decisiones que no perjudicarían de manera negativa en mi futuro.

En segundo lugar, quiero expresar mi gratitud a mis padres, por permitirme dedicar plenamente mis esfuerzos a mis estudios a lo largo de mi carrera universitaria y por proporcionarme todos los recursos que necesité en cada momento.

A mi hermano, por ser una pieza importante en mi aprendizaje en programas digitales, un apoyo constante e importante en el arreglo y configuración de equipos durante toda la carrera, por ayudarme a recuperar archivos importantes e instalar muchas herramientas de utilidad y también por su apoyo económico cuando lo necesité.

Finalmente agradezco especialmente a mis amigos y compañeros que estuvieron presentes en el camino difícil que representa la Universidad, por brindarme su apoyo incondicional, de manera moral con risas y calma al igual que de manera física, acompañándome a todos los proyectos, trámites, dudas, respuestas y desveladas en la madrugada.

Significan todo para mí y les agradezco por cada una de las cosas que me han dado.



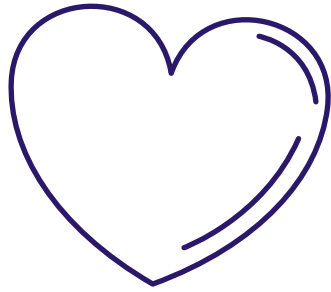


Presentación



A continuación, se presenta el proyecto de graduación desarrollado junto con la Asociación Paz Joven Guatemala, cuyo objetivo es construir e incidir en el reconocimiento, garantía y ejercicio pleno de los derechos de adolescentes y jóvenes guatemaltecos, especialmente los derechos de participación ciudadana y educación integral en sexualidad. Este reto se aborda utilizando el diseño gráfico como herramienta de comunicación para llamar el cambio y el avance, a través de materiales educativos en redes sociales, se explora cómo el diseño puede convertirse en un medio que inspire avances de conciencia social y aliente prácticas correctas para siguientes generaciones.

El contenido de este trabajo está estructurado de la siguiente manera: en el primer capítulo, se revisan los antecedentes del proyecto, explorando tanto el problema social como el de comunicación visual, abordándolos de manera integral. Luego, se presenta la justificación junto con los objetivos. En el segundo capítulo, se analizan los perfiles de la institución y del público objetivo. En el tercer capítulo, se describe la operación colaborativa, el diagrama de flujo que aclara el proceso y un cronograma que sirvió para organizar el tiempo. En el cuarto capítulo, se introduce el marco teórico, que abarca el problema, el diseño y los materiales por elaborar. En el quinto capítulo, se desarrolla la definición creativa. En el sexto, se detalla la producción gráfica y todos los aspectos implicados. Finalmente, en el capítulo siete, se ofrece una síntesis del proyecto.



Índice

	AGRADECIMIENTOS	07
	PRESENTACIÓN	09
1.	Capítulo 01: INTRODUCCIÓN	13
	1.1 Antecedentes	15
	1.2 Problema de comunicación visual	17
	1.3 Justificación	17
	1.4 Objetivos	19
2.	Capítulo 02: PERFILES	21
	2.1 Perfil de la institución	23
	2.2 Perfil del grupo objetivo	29
3.	Capítulo 03: PLANEACIÓN OPERATIVA	31
	3.1 Flujograma	33
	3.2 Cronograma de trabajo	37
	3.3 Previsión de recursos y costos	39
4.	Capítulo 04: MARCO TEÓRICO	41
	4.1 Ensayo sobre el problema social	43
	4.2 Ensayo sobre el Diseño Gráfico	51
	4.3 Ensayo sobre el tipo de material realizado dentro del proyecto	55

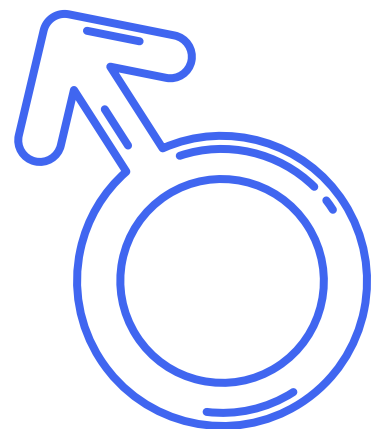
5.	Capítulo 05:	
	DEFINICIÓN CREATIVA.....	63
5.1	<i>Brief</i> de diseño	65
5.2	Recopilación de referencias	67
5.3	Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar	69
5.4	Concepto creativo	70
5.5	Premisas de diseño	74
6.	Capítulo 06:	
	PRODUCCIÓN GRÁFICA	77
6.1	Nivel de visualización I	79
6.2	Nivel de visualización II	83
6.3	Nivel de visualización III	86
6.4	Resultado final	91
6.5	Fundamentación técnica	94
6.6	Lineamientos de la puesta en práctica	97
6.7	Aporte económico del estudiante	97
7.	Capítulo 07:	
	SÍNTESIS DEL PROYECTO	99
7.1	Conclusiones	101
7.2	Recomendaciones	101
7.3	Lecciones aprendidas	103
	REFERENCIAS	106
	ANEXOS	109

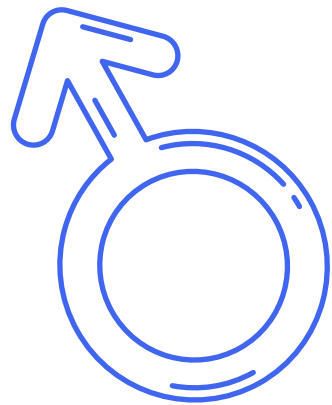
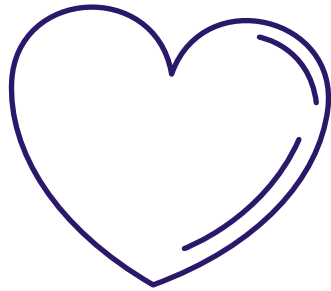



Capítulo 01

Introducción

En el próximo capítulo se detalla el problema social, sus antecedentes y la forma en que algunas instituciones influyen en él. Se pone especial atención a la primera de éstas, profundizando para llegar a su raíz, a la cual también se le ha identificado un problema en su comunicación visual. Se expone la justificación de la intervención y los objetivos que fundamentan este proyecto.







1.1 Antecedentes del problema social

El desconocimiento sobre la educación sexual integral y reproductiva

La educación sexual integral y reproductiva es un tema esencial para el desarrollo personal y social, pero también es una de las áreas de conocimiento menos exploradas y entendidas a nivel mundial. Esta carencia tiene profundas consecuencias, desde el desconocimiento sobre el cuerpo y sus funciones hasta la falta de herramientas para enfrentar situaciones de riesgo o tomar decisiones informadas. Aunque en muchos países se han implementado políticas de educación sexual en las escuelas, el nivel de avance varía enormemente según el contexto social, cultural y económico de cada nación.

La educación sexual integral no se limita a cuestiones biológicas, como la reproducción o los aspectos puramente físicos de la sexualidad, sino que incluye temas como la afectividad, el respeto a uno mismo y a los demás, el consentimiento, y la prevención de enfermedades de transmisión sexual (ETS). La falta de este tipo de educación tiene repercusiones significativas en la vida de las personas y en la sociedad en general: puede derivar en embarazos no deseados, propagación de enfermedades, relaciones abusivas y situaciones de violencia de género, entre otros problemas.

En el contexto de América Latina, la educación sexual integral y reproductiva enfrenta retos particulares. Esta región es una de las más afectadas por altos índices de embarazos adolescentes y de violencia de género, aspectos estrechamente vinculados al desconocimiento y la falta de acceso a la educación sexual. Factores como la cultura, las creencias religiosas y el machismo aún dominan el discurso, y muchas veces se prefiere evitar el tema o restringirlo únicamente a la familia. Esto, sin embargo, no asegura que los jóvenes tengan



acceso a la información adecuada.

Guatemala es un claro ejemplo de cómo el desconocimiento y la falta de acceso a la educación sexual integral tienen efectos negativos sobre una población joven. Con una gran diversidad étnica y cultural, el país enfrenta importantes barreras en este ámbito. A nivel estructural, la educación sexual en Guatemala ha sido insuficiente y poco estructurada, y en algunos casos, inexistente. Los currículos escolares incluyen, en el mejor de los casos, contenidos muy básicos sobre el tema, y generalmente se evitan las cuestiones más profundas o se abordan desde una perspectiva limitada. La influencia de sectores conservadores y religiosos también es un factor relevante, ya que consideran que la educación sexual podría promover comportamientos “inmorales” en los jóvenes. Esta resistencia obstaculiza los esfuerzos por integrar un enfoque integral y basado en derechos en la educación sexual.

La falta de acceso a educación sexual integral en Guatemala repercute en altos índices de embarazo adolescente, muchos de los cuales ocurren en niñas de 10 a 14 años, lo que, a su vez, impacta en la deserción escolar, el acceso limitado al trabajo y las oportunidades de desarrollo. Además, la tasa de matrimonios y uniones tempranas en Guatemala es una de las más altas de la región. Según diversos estudios, la educación sexual integral podría ayudar a reducir estos índices, ya que brindaría a los jóvenes y

adolescentes las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas sobre su vida y su cuerpo. Sin embargo, este tipo de educación en el país sigue siendo un tema pendiente, en gran parte debido a la oposición de ciertos grupos.

Otro problema crítico en Guatemala es la falta de recursos y personal capacitado para impartir una educación sexual integral y reproductiva adecuada. Muchas veces, quienes se encargan de enseñar temas de sexualidad no cuentan con la formación suficiente para abordarlos correctamente o se sienten incómodos debido a la sensibilidad cultural del tema. Esto no solo afecta la calidad de la educación sexual, sino también la percepción que tienen los estudiantes sobre estos temas, llevándolos a pensar que es algo de lo que no se debería hablar.¹

También es importante mencionar que la falta de educación sexual integral en Guatemala afecta de manera desigual a las comunidades rurales e indígenas, quienes enfrentan mayores barreras para acceder a la información. En estas comunidades, el acceso a servicios de salud y educación es limitado, y muchas personas jóvenes no cuentan con los recursos necesarios

¹ Guttmacher, por Ana Silvia Monzón, Sarah Keogh, Ana Lucía Ramazzini, Elena Prada, Melissa Stillman y Ellie Leong, La educación en sexualidad en Guatemala debe implementarse a fondo para responder a las necesidades de las y los adolescentes, JUNIO 6, 2017, <https://www.guttmacher.org/es/news-release/2017/la-educacion-en-sexualidad-en-guatemala-debe-implementarse-fondo-para-responder>



para obtener información confiable sobre su salud sexual y reproductiva. La educación sexual, cuando está disponible, rara vez está adaptada culturalmente, lo que provoca que su efectividad sea limitada y que los adolescentes y jóvenes sigan sin tener el conocimiento necesario para protegerse y tomar decisiones conscientes.

En respuesta a estas carencias, diversas organizaciones no gubernamentales y organismos internacionales han trabajado en Guatemala para promover la educación sexual integral en las escuelas y comunidades. Sin embargo, los avances han sido limitados debido a las barreras culturales y políticas que persisten. Para mejorar la situación, es fundamental que el país reconozca la importancia de esta educación como una herramienta para el desarrollo social y económico. Al dotar a las personas jóvenes de conocimientos y habilidades, no solo se reducen los embarazos adolescentes y las infecciones de transmisión sexual, sino que se empodera a una nueva generación para construir relaciones saludables, respetuosas y equitativas.

1.2 Problema de comunicación social

Que la educación integral de la sexualidad sea un tabú.

Ya que se proponen leyes como la 5272 la cual restringe y viola muchos de los derechos humanos, entre ellos el derecho a la educación sexual. En el caso de los centros educativos la restringe delegando dicha educación solamente a los padres de familia dentro de los hogares, y consigo dejando a los profesores que intenten abordarlo dentro de sus tareas de trabajo.

1.3 Justificación

A. Trascendencia del problema

El desconocimiento sobre la educación sexual integral y reproductiva en Guatemala representa un obstáculo importante para el desarrollo del país. La falta de información y acceso a una educación sexual adecuada afecta de manera particular a la juventud, especialmente en áreas rurales e indígenas, y contribuye a perpetuar problemas sociales como el embarazo adolescente, la violencia de género y la pobreza. Incorporar una educación



sexual integral, culturalmente adecuada y de calidad en el sistema educativo guatemalteco es un paso crucial para brindar a las futuras generaciones el conocimiento y las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas y responsables sobre sus cuerpos y sus vidas. Esta medida, a largo plazo, podría traer beneficios significativos para la salud, el bienestar y el desarrollo de la sociedad en su conjunto.

B. Incidencia en el problema

El diseño gráfico puede ayudar al problema, (El desconocimiento sobre la educación sexual integral y reproductiva en la adolescencia) y el problema de comunicación (Que la educación integral sexual sea un tabú), necesitan de un proyecto de comunicación visual dedicado, ya que aunque no se extinguirá el problema, ayudará a que se conozca más y se difunda la información, lo cual es un paso adelante.

Al enfocarse en el nicho adolescente es muy probable que el mensaje sea más efectivo si se maneja el tema con sabiduría e integralidad.

El desconocimiento reproductivo y sexual en la adolescencia tiende a ser mayor en personas con menos educación o de bajo estatus económico. Además, el progreso en educación adolescentes es más lento en estos y otros grupos vulnerables,

lo que conduce a una creciente desigualdad.

El tema salud sexual y reproductiva es tabú debido a que en los tiempos en donde esas creencias cobraron vida, el conocimiento no era científico sino místico y que las casualidades jugaran un papel importante. Estas creencias Han sido transmitidas por patrones de crianza, mediante historias o bien las verdades a medias que se promueven por no saber o no querer hablar de sexualidad de manera clara y científica.

Esta desinformación permite que se creen mitos. ²

C. Factibilidad

El proyecto es factible gracias a:

- 1. El apoyo de la organización con la que se estará trabajando, gracias a sus recursos, materiales y autorizaciones.*
- 2. La existencia de un estudiante de último año de la carrera de diseño gráfico, persona creadora del proyecto, (en este caso la autora de este trabajo, Analy Arana).*
- 3. La Universidad, asesoramiento de la Universidad de San Carlos de Guatemala.*

² Paz Joven Guatemala, blogueras por la igualdad, romper el tabú de la educación sexual Ana Maria Miranda / Chiquimula, visitado el 08/08/2024



1.4 Objetivos

Objetivo general

Colaborar con la asociación paz joven Guatemala a fomentar e impulsar a que se eduque sobre la sexualidad integral utilizando materiales visuales para las redes sociales Facebook Instagram y X.

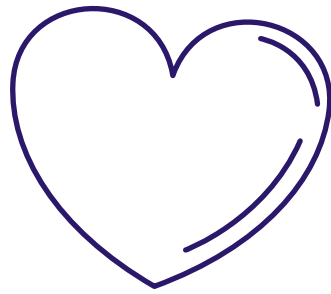
Objetivo de comunicación

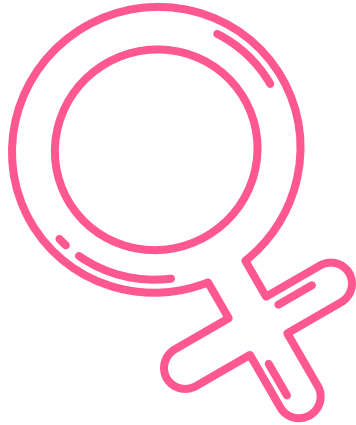
Informar a los adolescentes del municipio de Chichicastenango Quiché, para que conozcan las consecuencias de que no se tenga una educación integral de la sexualidad y reproductiva utilizando materiales educativos para redes sociales.

Objetivo de diseño

Diseñar una estrategia para las redes sociales Instagram Facebook Instagram y X, que eduque a los adolescentes sobre lo importante que es la educación integral de la sexualidad y reproductiva, a través de los perfiles de Paz Joven Guatemala.

En conclusión, se identificó la presencia de un déficit en los esfuerzos de divulgación de información para adolescentes en la asociación Paz Joven Guatemala. A continuación, se ofrece una profundización del trabajo y actividades que realiza esta institución y el público al que se encuentra dirigido este proyecto.

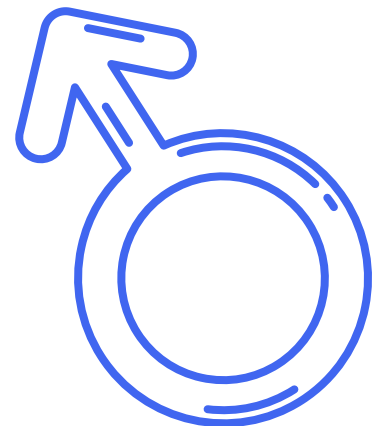


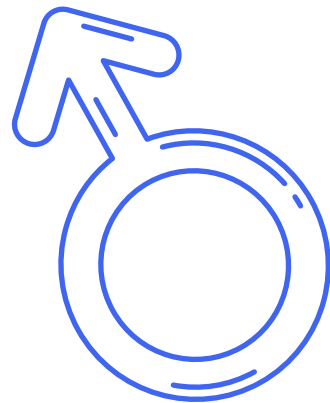
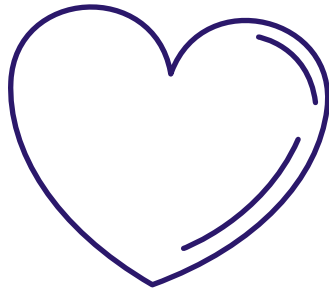
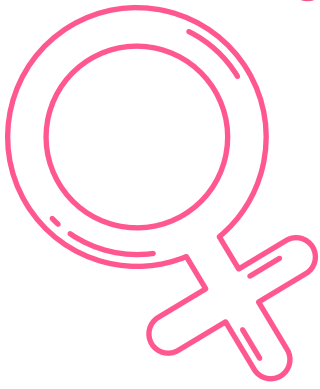


Capítulo 02

Perfiles

En el capítulo anterior se introdujo el problema social, los objetivos y la justificación del presente proyecto. En este capítulo se realiza una descripción de la asociación Paz Joven Guatemala, para la cual se desarrollará este último. Así mismo, se describe el perfil del grupo objetivo al que irá dirigida la pieza de diseño.







2.1. Perfil de la institución

Paz Joven Guatemala

Sector social al que se encuentra inmersa la institución

Paz Joven Guatemala es un espacio de participación para las y los jóvenes de Guatemala que promueve y genera oportunidades para la capacitación, formación en valores de una Cultura de Paz, participación política e inserción en los espacios formales de toma de decisiones a nivel local y nacional. La institución fue fundada y hasta el día de hoy coordinada por jóvenes que no pueden ignorar todas aquellas problemáticas sociales que amenazan a la adolescencia y juventud que se ve afectada por la desigualdad de oportunidades en una sociedad conservadora. A través de sus actividades y la impulsión de diferentes iniciativas busca crear una sociedad digna para la población joven, educando, formando y apoyando los diferentes aspectos que encierra los valores de Cultura de Paz.

A) Cobertura: ¿dónde trabajan?

Tienen presencia a nivel nacional con una red base de 950 voluntarias y voluntarios organizados en 60 municipios en 12 departamentos a nivel nacional.

B) Historial: Paz Joven Guatemala es una organización legalmente constituida, fundada en 2005, como un espacio liderado por y para las y los jóvenes en donde se promueven capacidades y potencialidades para identificar, construir e incidir a nivel local, regional y nacional en el reconocimiento, garantía y ejercicio pleno de los derechos de adolescentes y jóvenes guatemaltecos, especialmente los derechos a la organización, participación ciudadana y educación integral en sexualidad.



C) Operativa: la finalidad de Paz Joven es presentarse ante la juventud guatemalteca como una segunda familia. Su lema se basa en la forma como se ha coordinado la institución, siendo esta, una oportunidad de crecimiento de jóvenes para jóvenes, quienes no pueden ignorar la desigualdad de oportunidades dentro de la sociedad.

Filosofía

A) Misión: son jóvenes y adolescentes que aportan sus capacidades y potencialidades para identificar, construir e incidir en el reconocimiento, garantía y ejercicio pleno de los derechos de adolescentes y jóvenes guatemaltecos, especialmente los derechos a la participación ciudadana.

B) Visión: Paz Joven Guatemala es referente de la promoción de los derechos humanos de adolescentes y jóvenes, y a través del voluntariado lidera procesos que promueven el reconocimiento, garantía y el ejercicio pleno de los derechos.

C) Valores: igualdad y equidad, solidaridad, amistad, respeto, y honestidad.

D) Principios: transparencia, inclusión, innovación, rendición de

cuentas. ²⁰

E) Información general

Nombre: Paz Joven Guatemala

- Dirección: 10 calle 2-16 zona 1, ciudad de Guatemala.
- Teléfono: +502 2251 5986
- E-mail: pazjoven@pazjoven.org.
- Página web: <https://pazjoven.org>
- Redes sociales: Facebook: <http://http://https://www.facebook.com/pazjovenguatemala>
Instagram: <https://www.instagram.com/pazjovengt/>
<http://https://www.youtube.com/channel/UCiaXJI8Rsr3ik9t-e4fEP-Mg>
Spotify: <http://http://https://open.spotify.com/show/6xcAlsjuW-ljVZq9r2tkAwe>
- Tik Tok: https://www.tiktok.com/@pazjovengt?fbclid=IwAR-2H4ASZntXeOMYE_E2CZLOULGKGIPJMAmUOt7Wvn-VfnOi5tVe329dC0cv3

3 Asociación Paz Joven Guatemala, *Quiénes somos, Temas prioritarios, (Última vista el 06/05/2024).* <https://pazjoven.org/quienes-somos/>

F) Temas prioritarios

Organización, participación política y ciudadana, derechos humanos, educación integral en sexualidad, democracia, medio ambiente, nutrición, liderazgo juvenil, equidad de género, salud integral, educación, gobernabilidad y desarrollo.

Estrategia de intervención

- Gestión del voluntariado.
- Procesos de consolidación de Identidad, autonomía y respaldo organizacional.
- Uso de metodologías lúdicas y participativas.
- Enfoque y perspectiva de juventud.
- Uso de TIC, innovación, arte y cultura para la intervención.
- Aliados estratégicos a nivel local, municipal, departamental y nacional de diferentes sectores: Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Municipalidades, Sistema de Consejos de Desarrollo.
- Organización comunitaria a través de redes juveniles en todos los niveles.
- Áreas programáticas: incidencia política, participación ciudadana, comunicación, formación.

G) Identidad y antecedentes gráficos

G) Identidad y antecedentes gráficos

Isotipo



Usos Correctos



Figura 3 Isotipo, usos correctos de logo y post en Facebook de Paz Joven Guatemala.



PROYECTOS

Somos un espacio de participación para las y los jóvenes de Guatemala que promueve y genera oportunidades para la capacitación, formación en valores de la Cultura de Paz, la participación política e inserción en los espacios formales de toma de decisiones a nivel local y nacional.



Figura 4 Captura de pantalla de la página de proyectos de Pan Joven GT.



Figura 5 Primer logo de Paz Joven Guatemala.

H) Proyectos

- Red niña niño

Es un espacio integrado por más de 30 organizaciones que trabajan por la niñez y adolescencia que aúnan esfuerzos en la promoción y garantía de derechos de esta población, concertando en el espacio periódicamente para formular e implementar las estrategias de incidencia en la toma de decisiones gubernamentales a nivel nacional para lograr su objetivo.

Espacios de incidencia

Figura 6 Imagotipo del proyecto red niña niño.



- Mesa a favor de las niñas y adolescentes

Es un colectivo integrado por diferentes organizaciones y personas individuales que trabajan en la promoción y defensa para el cumplimiento de los Derechos de las Niñas y las Adolescentes en Guatemala, cuyo compromiso es promover y defender los derechos de las niñas y las adolescentes quienes son más vulnerables a la exclusión,

discriminación y violencia, lo que limita su desarrollo integral; actuando bajo los principios generales de la Convención de Derechos del Niño y de la niña.

Es un colectivo integrado por diferentes organizaciones y personas individuales que trabajan en la promoción y defensa para el cumplimiento de los Derechos de las Niñas y las Adolescentes en Guatemala, cuyo compromiso es promover y defender los derechos de



Figura 7 imagotipo del proyecto niñas adolescentes.

las niñas y las adolescentes quienes son más vulnerables a la exclusión, discriminación y violencia, lo que limita su desarrollo integral; actuando bajo los principios generales de la Convención de Derechos del Niño y de la niña.



-Observatorio de derechos de la juventud

El Observatorio de Derechos de la Juventud es un espacio de articulación estratégico entre diferentes organizaciones de sociedad civil que trabajan a favor de las juventudes en Guatemala, en coordinación con la Procuraduría de los Derechos Humanos, a través de la Defensoría de Juventud. Busca visibilizar el estado situacional de los Derechos de la juventud para incidir en su cumplimiento y disfrute.

Las actividades que realiza están orientadas a:

- Identificar la actuación del Estado frente a las juventudes a través de la fiscalización y auditoría social.
- Promocionar la participación ciudadana de las juventudes, su articulación e incidencia.
- Contribuir a la defensa de los derechos de las juventudes frente a la criminalización y represión del Estado.



Figura 8 imagotipo del proyecto juventud.

2.2. Perfil del grupo objetivo

Se realizó una serie de intercambios con las autoridades de la institución para definir el grupo objetivo al que irá dirigido el proyecto a desarrollar. Como resultado de ello, el grupo objetivo se definió y delimitó a adolescentes que estudien en el municipio de Chichicastenango Quiché.

A). Características geográficas

País: Guatemala

Departamento: Quiché

Municipio: Chichicastenango

El grupo objetivo se encuentra residiendo en el municipio de Chichicastenango del departamento de Quiché de la república de Guatemala.

B) Características sociodemográficas

Edad: de 13 a 17 años

Género: hombres y mujeres

Formación académica: estudiantes de nivel básico y diversificado. Función familiar: hijos de familia, con o sin hermanos.

Generación: Z.

Adolescentes de ambos géneros entre las edades de 13 a 17 años, el grado de escolaridad alcanzada o cursante por el grupo objetivo es de básicos y diversificado. Provenientes de una familia en su mayoría con hermanos.

C). Características socioeconómicas

Clase social: media y media baja

Nivel socioeconómico: con ingresos familiares desde Q5000 hasta los Q25000 al mes.

de consumo: racional para su edad, Buscan productos de calidad a bajo costo.

Horario de consumo: horario escolar, por la mañana o tarde.

El grupo objetivo cuenta con una fuente de ingresos familiar que se encuentra entre los rangos de medio y medio bajo, la mayoría no cuenta con un trabajo, pero muchos de ellos consiguen pequeños ingresos de labores por su cuenta.²¹

D). Características psicográficas

Adolescentes: buscan explorar y afirmar su identidad. Son curiosos por naturaleza y están abiertos a nuevas ideas y perspectivas. Esta etapa es crucial para el desarrollo de valores y creencias.

Provenientes de una familia en su mayoría religiosa, con una cultura visual en la que se dejan llevar por lo que ven, ya sea en televisión o redes sociales.⁴

⁴ Javimarketer, Fundador y Director de SéOnline Ingresos por nivel socioeconómico en Guatemala, 12 de julio de 2024 última actualización, <https://seonline.marketing/blog/ingresos-nivel-socioeconomico-guatemala/>



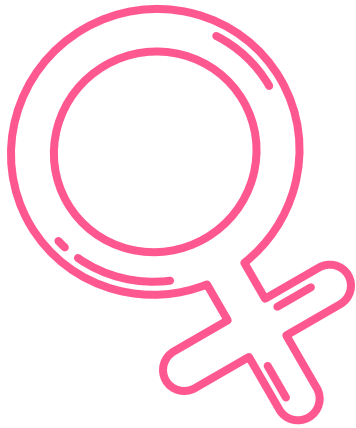
E). Relación con la institución

La Asociación Paz Joven llega hacia el grupo objetivo a través de talleres, charlas, actividades físicas, radio, redes sociales entre estas Facebook, Instagram, X, y Tik Tok.

En conclusión, se dio a entender las labores que realiza Paz Joven Guatemala, su filosofía, y antecedentes gráficos relevantes. Junto a ello se describió al grupo objetivo al que irá dirigido el proyecto. Este último se comprende a adolescentes del municipio de Chichicastenango en el departamento de Quiché. En el siguiente capítulo se busca dar a conocer los procesos de planificación para el desarrollo del proyecto, tanto en cuestión de actividades, como tiempos y recursos económicos.



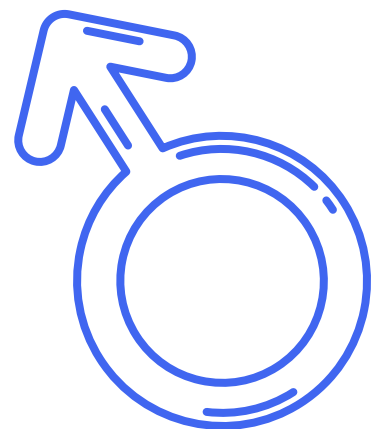
Figura 9 banner de facebook 2024 paz joven gt.

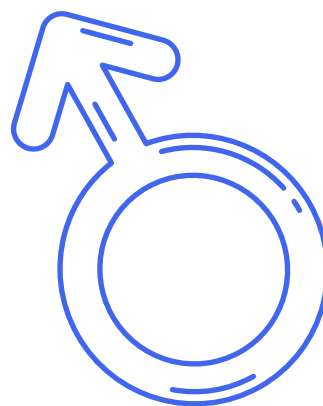
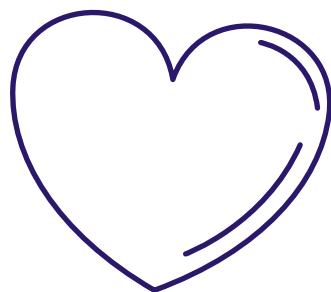
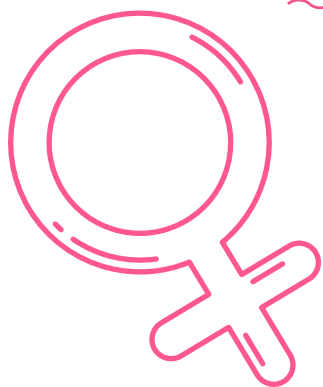


Capítulo 03

Planeación operativa

En el capítulo anterior se presentaron los perfiles tanto de la institución como del público objetivo al que se dirige este proyecto. En el presente capítulo se definirán las bases que orientarán su desarrollo, es decir, la planificación operativa: las actividades que implica, el calendario correspondiente y la estimación de los recursos y costos asociados a la propuesta gráfica.







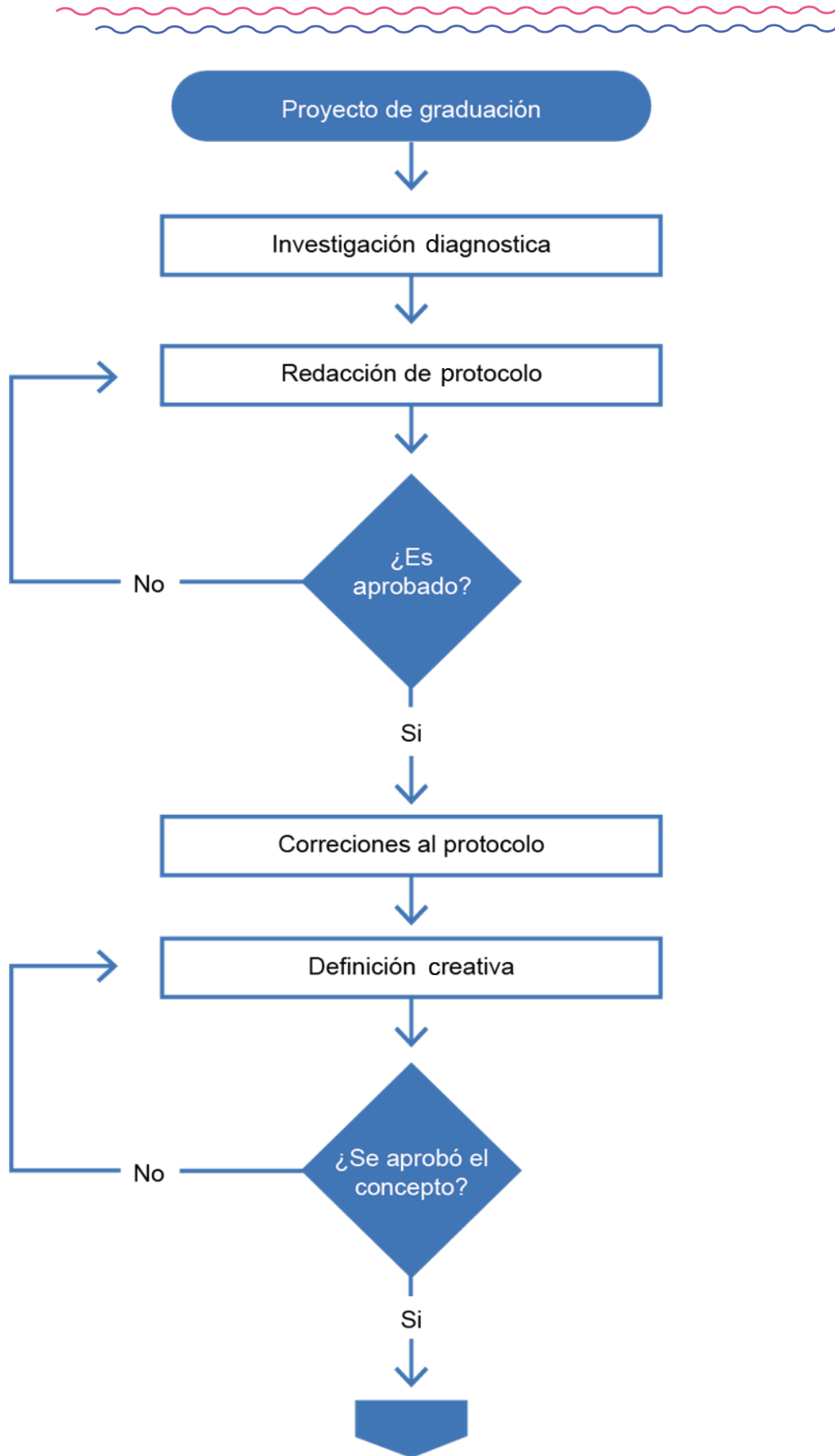
3.1. Flujograma

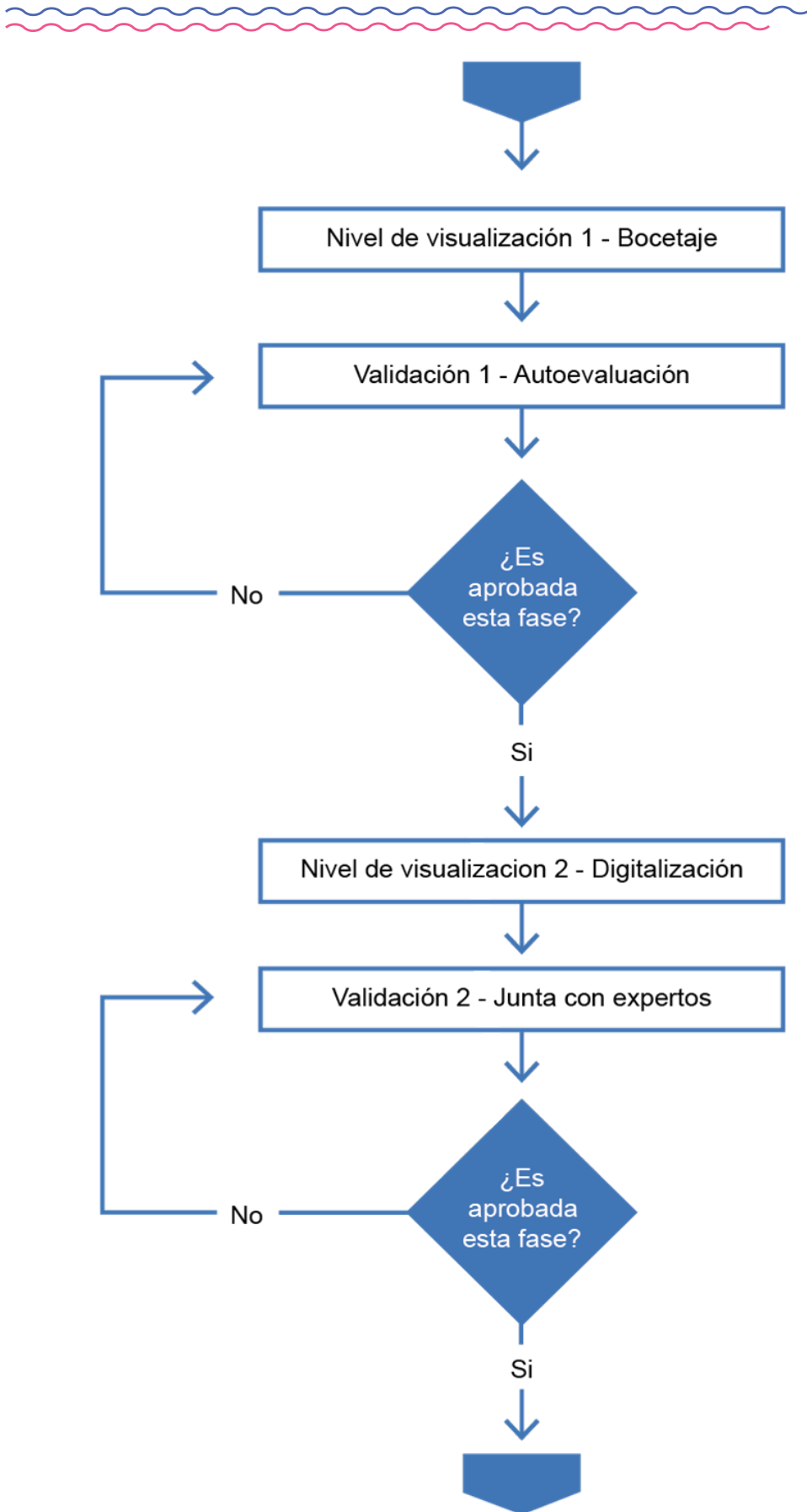
Un flujograma o diagrama de flujo consiste en una figura o gráfico que representa todos los pasos de un proceso o un grupo de actividades por medio de símbolos. ⁵

El objetivo del flujograma es facilitar y simplificar la realización de un determinado proceso. Con esta herramienta cada paso de está claro y no da lugar a dudas, por lo que se logra mayor eficiencia y un mejor resultado.

A continuación, se presenta el flujograma del proyecto de graduación.

⁵ Enrique Rus Arias, 31 de agosto, 2020, Flujograma: QU, ventajas y cómo hacerlo, <https://economipedia.com/definiciones/flujograma.html>





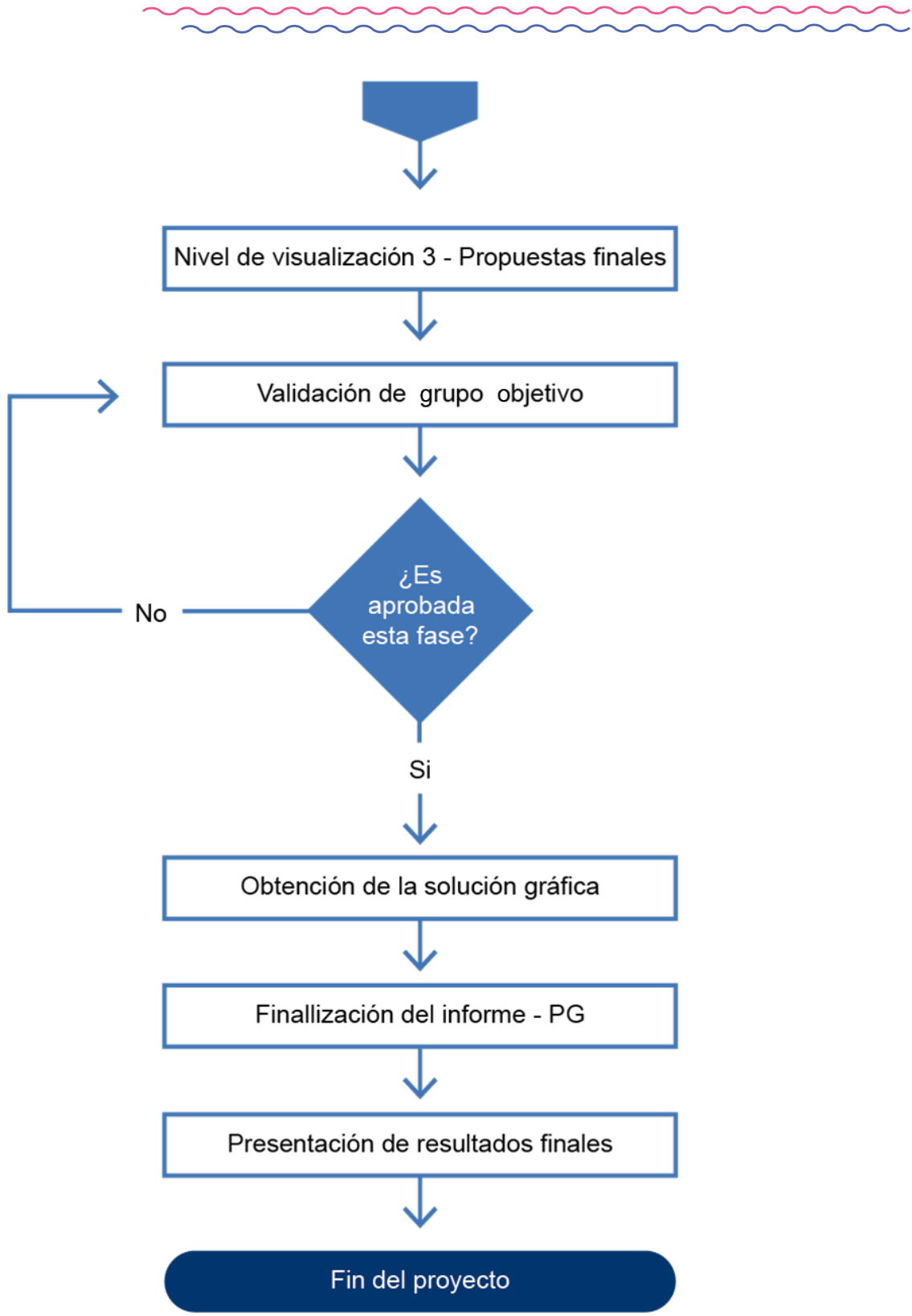


Figura 10: flujograma de proyecto de graduación
Fuente: realización propia

3.2 Cronograma de trabajo

Un cronograma es una representación gráfica, ordenada y esquemática de eventos, generalmente venideros. Normalmente sirve como herramienta de gestión de proyectos, funciones o actividades. Su uso es muy común en una enorme variedad de ámbitos, especialmente en los laborales y empresariales. 5.5

A continuación, se presenta el cronograma del proyecto de graduación.

Actividad	Primer semestre															
	FEB				MAR				ABR				MAY			
Fecha en mes	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Investigación de diagnóstico de comunicación visual		■	■													
Antecedentes de problemática social				■	■											
Problema de comunicación visual						■	■	■								
Caracterización de Grupo objetivo									■	■	■					
Correcciones al protocolo												■	■	■		

Tabla 1: tabla de cronograma primer semestre
Fuente: realización propia

5.5 Equipo editorial, Etecé (23 de febrero de 2024). Cronograma. Enciclopedia Concepto. Recuperado el 22 de septiembre de 2025 de <https://concepto.de/cronograma/>.



Segundo semestre	AGO				SEP				OCT				NOV		
	SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEM		
Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Elaboración de correcciones	■	■													
Definición creativa															
Elaboración de un <i>brief</i> de diseño		■													
Definición de las 6 W		■													
Desarrollo de mapa de empatía		■													
Definición de concepto creativo			■												
Moodboard - Premisas de diseño			■												
Nivel de visualización I - Bocetaje															
Definición de retícula y jerarquías de contenido				■											
Elaboración de propuestas de línea gráfica				■											
Distribución de los contenidos				■											
Validación I - Autoevaluación															
Elaboración de instrumentos de validación					■										
Proceso de autoevaluación					■										
Análisis de resultados obtenidos					■										
Nivel de visualización II - Digitalización															
Digitalización de propuestas						■									
Edición de fotografías							■								
Validación II - Junto a expertos															
Elaboración de instrumentos de validación								■							
Validación en conjunto a expertos								■							
Análisis de resultados obtenidos								■							
Nivel de visualización III - Propuestas finales															
Posproducción de fotografías									■						
Revisión ortográfica de contenidos										■					
Validación III - Grupo objetivo															
Elaboración de instrumentos de validación											■				
Validación en conjunto al grupo objetivo											■				
Análisis de los resultados obtenidos											■				
Obtención de la solución gráfica												■			
Elaboración de consideraciones finales													■		
Elaboración de mockups														■	
Finalización de informe - PG															■
Justificación de la solución gráfica															■
Síntesis del proyecto															■
Diagramación del informe															■
Presentación de resultados finales															■
Entrega de material a la institución															■
Exposición virtual de los resultados															■
Entrega del informe final PG															■

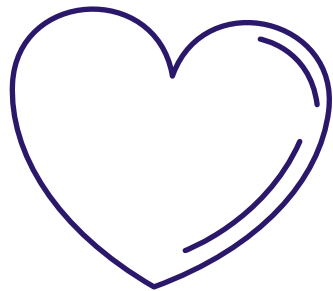
Tabla 2: tabla de cronograma segundo semestre.
Fuente: realización propia.

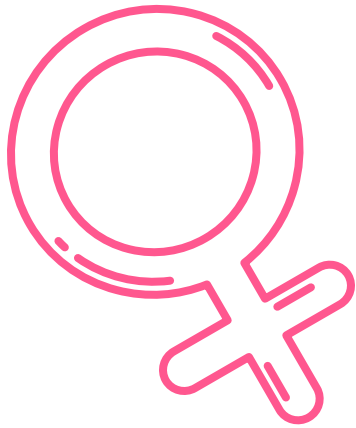
3.3 Previsión de recursos y costos

DESCRIPCIÓN	VALOR
COSTOS FIJOS	Q. 1.041.41
Servicio de agua	Q. 67.00
Servicio de luz	Q. 208.00
Servicio de teléfono	Q. 93.41
Servicio de internet	Q. 193.00
<i>Software creative cloud</i>	Q. 480.00
COSTOS VARIABLES	Q. 413.00
Útiles de oficina	Q. 23.00
Fotocopias y tinta	Q. 90.00
Teléfono celular con redes	Q. 300.00
SERVICIOS PROFESIONALES DE DISEÑO	Q. 27 160.16
Elaboración de plan operativo, investigación y diagnóstico	Q. 3 500.00
Elaboración del <i>brief</i>	Q. 800.00
Elaboración del concepto creativo e <i>insight</i>	Q. 1110.00
Bocetaje	Q. 400.00
Creación de ilustraciones	Q. 3000.00
Diseño de post	Q. 8 550.00
Edición de <i>reels</i>	Q. 9 500.16
Validación de resultados (tres niveles)	Q. 300.00
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO	Q. 217.90
HONORARIOS DE DISEÑO	Q. 15 000.00
SUBTOTAL	Q. 42 377.09
IMPREVISTOS: (10% del total)	Q. 4,237.709
IMPUESTOS	Q. 7,204.23
Impuesto al Valor Agregado - IVA -	Q. 5 085.34
Impuesto Sobre la Renta - ISR -	Q. 2 118.89
TOTAL	Q. 53 819.03

6. Fuente: datos obtenidos por medio de la web *Tigrenator*, que funciona calculando tarifas de diseño y servicios creativos freelancer: <https://www.tigrenator.com/calculator>

Tabla 3: tabla de preseupuesto de aporte del estudiante a la institución.
Fuente: realización propia.

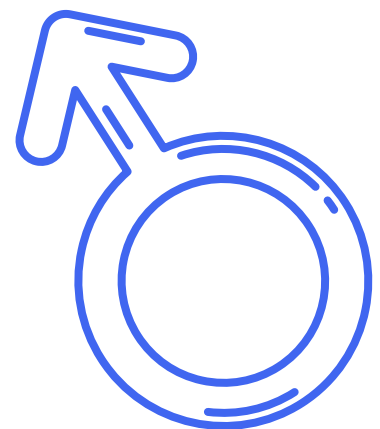


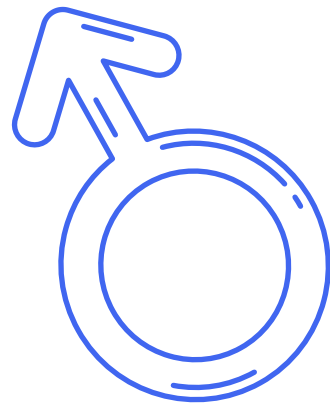
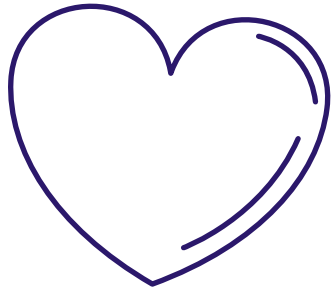
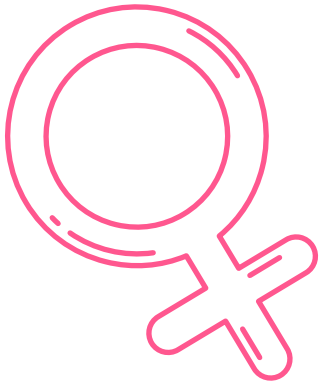



Capítulo 04

Marco teórico

En el capítulo anterior se trató la planificación operativa del proyecto. En este capítulo se presentará el marco teórico; es decir, se desarrollarán las bases conceptuales que sustentan la toma de decisiones en la producción gráfica, basadas en el conocimiento y las perspectivas de investigación y comprensión aprendida.







4.1 Ensayo sobre el problema social

El desconocimiento sobre salud reproductiva y el embarazo en adolescentes

a) Introducción: en Guatemala, el desconocimiento sobre la salud integral de la sexualidad y la salud reproductiva es una problemática profunda que afecta el desarrollo social y económico del país. La falta de información y educación adecuada en este ámbito ha generado una serie de consecuencias negativas, que van desde embarazos adolescentes y matrimonios tempranos hasta la propagación de enfermedades de transmisión sexual (ETS) y altos índices de mortalidad materna. La Organización Mundial de la Salud (OMS) (1965) define adolescencia como el “periodo de la vida en el cual el individuo adquiere la capacidad reproductiva, transita los patrones psicológicos de la niñez a la adultez y consolida la independencia socioeconómica. 7

Es el período que cronológicamente se inicia con los cambios puberales y se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales. Según plan internacional, el embarazo adolescente o embarazo precoz se produce cuando ni su cuerpo ni su mente están preparados para ello; entre la adolescencia inicial o pubertad “comienzo de la edad fértil” y el final de la adolescencia. La mayoría de los embarazos en adolescentes son embarazos no planificados y no deseados. En las edades que cubren la adolescencia, el embarazo puede ser producto de manipulación psicológica o violencia física. El riesgo de morir por causas relacionadas al embarazo, parto y postparto se duplica si las niñas quedan embarazadas antes de los 15 años.¹⁹

7. Martínez Lanz, Patricia; Waysel, K. Romano *DEPRESIÓN EN ADOLESCENTES EMBARAZADAS Enseñanza e Investigación en Psicología*, vol. 14, núm. 2, julio-diciembre, 2009, <https://www.redalyc.org/pdf/292/29211992004.pdf>

8. Fundación Plan International, *Embarazo adolescente o embarazo precoz*, <https://plan-international.es/girls-get-equal/embarazo-adolescente>



Contenido: el embarazo adolescente es un tema complejo con consecuencias de largo alcance, particularmente en las áreas más vulnerables de países en desarrollo como Guatemala. En los últimos años, Guatemala ha sido testigo de un aumento preocupante en el número de los embarazos adolescentes, lo que plantea importantes desafíos para la salud, la educación y el desarrollo socioeconómico de la población. Al profundizar en la naturaleza multifacética del embarazo adolescente en Guatemala, exploramos y entendemos sus causas fundamentales, consecuencias y posibles soluciones para la reducción de esta.

b) Causas del embarazo adolescente en Guatemala están:

- Los factores socioeconómicos: La pobreza, el acceso limitado a la educación y la falta de oportunidades laborales contribuyen significativamente al embarazo adolescente en Guatemala. Muchas jóvenes de entornos de bajos recursos enfrentan presiones para casarse a temprana edad o entablar relaciones para obtener seguridad financiera, ya que claramente no tienen la suficiente viviendo con sus familiares.
- Normas culturales: los roles de género tradicionales y las normas

culturales a menudo impulsan el matrimonio y la maternidad precoces entre las adolescentes en Guatemala. Además, los tabúes sociales que rodean los servicios de anticoncepción y salud reproductiva inhiben el acceso a la información y los servicios.

- Brechas educativas: la educación sexual inadecuada en las escuelas y los hogares deja a muchos adolescentes mal preparados para tomar decisiones informadas sobre su salud reproductiva. La ausencia de programas integrales de educación sexual contribuye a las altas tasas de embarazos no deseados.

c) Consecuencias del embarazo adolescente:

- Riesgos para la salud: las madres adolescentes enfrentan mayores riesgos de sufrir complicaciones durante el embarazo y el parto, incluidas fístula obstétrica, eclampsia y mortalidad materna. Además, sus bebés tienen más probabilidades de nacer prematuramente o tener bajo peso al nacer, lo que tiene implicaciones para la salud a largo plazo.
- Educación interrumpida: el embarazo adolescente a menudo obliga a las niñas a abandonar



la escuela, volviendo un ciclo la pobreza y limitando sus oportunidades futuras. La falta de educación hace que sean altamente vulnerables y disminuye sus perspectivas de empoderamiento económico.

- El embarazo en la adolescencia tiende a ser mayor en personas con menos educación o de bajo estatus económico. Además, el progreso en la reducción de los nacimientos en madres adolescentes es más lento en estos y otros grupos vulnerables, lo que conduce a una creciente desigualdad.
- Estigma social: las madres adolescentes en Guatemala enfrentan ostracismo y discriminación social, lo que aumenta su marginación y dificulta su integración a la sociedad. El estigma que rodea al embarazo adolescente hace que se mantenga aún más los ciclos de pobreza y desigualdad.

d) Puntos importantes a mejorar para reducir el embarazo adolescente:

- Educación sexual integral: implementar programas integrales de educación sexual en escuelas y comunidades es crucial para empoderar a los adolescentes con conocimientos sobre anti-

concepción, salud reproductiva e igualdad de género. Estos programas deben ser apropiados para la edad, culturalmente sensibles y accesibles para todos los adolescentes.

- Acceso a servicios de salud reproductiva: Fortalecer la infraestructura de atención médica y ampliar el acceso a servicios de salud reproductiva, incluidos la anticoncepción y la atención prenatal, es esencial para reducir los embarazos en adolescentes y mejorar los resultados de salud materna e infantil.
- Empoderamiento de las niñas: Promover los derechos de las niñas, incluido el acceso a la educación, las oportunidades económicas y la autonomía en la toma de decisiones, es primordial para prevenir el embarazo adolescente y fomentar la igualdad de género en Guatemala. Empoderar a las niñas empodera a comunidades enteras y promueve el desarrollo sostenible.

El embarazo durante la adolescencia es un acontecimiento de suma importancia en la vida, que puede tener profundas implicaciones psicológicas para los jóvenes. La adolescencia es un período marcado por un rápido desarrollo



físico, emocional y cognitivo, y la experiencia del embarazo durante esta etapa crítica puede presentar desafíos y factores estresantes únicos.


Uno de los desafíos centrales que enfrentan las adolescentes embarazadas es navegar su sentido de identidad en evolución. La adolescencia es una época de exploración y formación de identidad, y el inicio del embarazo puede alterar este proceso. Muchas adolescentes embarazadas se enfrentan a temas de autoconcepto y luchan por conciliar sus roles como adolescentes y futuras madres. Este conflicto interno puede generar sentimientos de confusión, sentimientos cambiantes que chocan y crisis de identidad, a medida que los adolescentes se esfuerzan por definirse a sí mismos en el contexto de sus circunstancias cambiantes.

La educación sexual debe comenzar desde edades tempranas, antes de que los adolescentes practiquen conductas sexuales que pongan en riesgo su salud física y reproductiva; los adolescentes están biológicamente preparados y culturalmente motivados para iniciar una vida sexual activa, pero son incapaces de analizar las consecuencias y tomar decisiones de forma responsable.

La OMS informa que en el mundo hay más de 1000 millones de adolescentes, de ellos el 83 % corresponde a países subdesarrollados donde la incidencia de embarazos y partos es alta. En Centroamérica y Suramérica el número de embarazos adolescentes es solo superado por África; alrededor del 50 % de las adolescentes entre 15-19 años de edad tienen una vida sexualmente activa; existe un incremento del 10 % del inicio de las relaciones sexuales a partir de los 12 años de edad. Unos 3 millones de adolescentes se someten a abortos inseguros cada año, y 108 de cada mil jóvenes son madres adolescentes. Los países de la región con mayor tasa de maternidad en adolescentes se encuentran en los territorios de Nicaragua, Guatemala, Honduras, El Salvador, Venezuela, Brasil, los que representan entre un 15-25 %. No obstante, el fenómeno no excluye a los países industrializados, en Estados Unidos anualmente cerca de un millón de partos corresponde a madres adolescentes, y el 70 % afirman no haberlo deseado. ⁹

Es importante saber de estos datos, son preocupantes, países donde se les priva tanto de conocimientos re-

⁹ *Riesgos y complicaciones asociados al embarazo en la adolescencia, Rev Ciencias Médicas vol.25 no.5 Pinar del Río sept.-oct. 2021 Epub 01-Sep-2021, http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1561-31942021000500025#B2*



productivos, anticonceptivos, incluso de higiene íntima supone que eso se “preserva la inocencia” todo a causa de tabúes.

Para comprender porque la educación sexual es un tabú hay que definirlo, según la RAE: ¿Qué es un tabú?

'Prohibición de tocar, mencionar o hacer algo por motivos religiosos, supersticiosos o sociales' y 'cosa sobre la que recae un tabú'. Su plural es tabúes o tabús. ¹⁰

La educación sexual en Guatemala es un tema velado por tabúes sociales y estigmas culturales. Si bien las conversaciones sobre sexo y salud reproductiva son fundamentales para promover el bienestar y prevenir problemas como las infecciones de transmisión sexual (ITS) y los embarazos no deseados, Guatemala lidia con valores conservadores y creencias tradicionales profundamente apegadas que obstaculizan el discurso abierto sobre estos temas.

Una de las principales razones detrás del tabú que rodea a la educación sexual en Guatemala es la influencia

¹⁰. Real academia española, *Diccionario pan-hispánico de dudas*, TABÚ, visitado por última vez el 07/05/2024, <https://www.rae.es/dpd/tab%C3%BA>

de ideologías hiper conservadoras, a menudo entrelazadas con creencias religiosas. La Iglesia Católica tiene una influencia significativa en la sociedad guatemalteca y sus enseñanzas a menudo enfatizan la abstinencia hasta el matrimonio y promueven una visión conservadora de la sexualidad. Esta perspectiva tiende a desalentar los debates abiertos sobre la salud sexual y los anticonceptivos, lo que deja a muchos adolescentes y adultos jóvenes mal informados sobre sus derechos y opciones reproductivas. No es que no se pueda, buscar un balance entre fomentar una creencia religiosa y tener una buena comunicación reproductiva, pero no hay mucho interés en el tema.

Las normas culturales de Guatemala otorgan un gran valor a la modestia y la discreción cuando se trata de cuestiones de intimidad. Las discusiones sobre sexualidad se consideran privadas e inapropiadas para el discurso público, lo que alarga aún más el tabú que rodea a la educación sexual. Esta reservación cultural puede llevar a que la desinformación y los mitos se transmitan de generación en generación, obstaculizando los esfuerzos para promover una educación sexual integral. Aunque no hay cifras exactas solo



para Mixco, los datos nacionales proporcionan una idea clara del problema en toda Guatemala, y Mixco, como uno de los municipios más poblados.

En Guatemala, la tasa de embarazo adolescente es elevada. Según el Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva de Guatemala (OSAR), en 2021 se reportaron alrededor de 102,000 embarazos en adolescentes menores de 19 años, con más de 5,000 de ellos en niñas menores de 14 años. ¹¹

Los departamentos más poblados, incluido Guatemala, tienen una alta incidencia de embarazos adolescentes debido a la densidad de población y el acceso limitado a educación y servicios de salud adecuados. Mixco, una de las ciudades más grandes de este departamento, sigue esta tendencia. Existe una falta generalizada de educación sexual formal en el plan de estudios escolar de Guatemala. Incluso cuando la educación sexual se incluye en las escuelas, a menudo tiene un alcance limitado y se ve obstaculizada por tabúes sociales, incluso cuando hablan de temas como menstruación excluyen a todos los varones. Los profesores pueden sentirse incómodos al

11. Embarazos en niñas y adolescentes en Guatemala, OSAR Guatemala – Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva, 2021, <https://osar-guatemala.org/wp-content/uploads/2022/05/Hoja-informativa.pdf>


abordar el tema y los padres pueden oponerse a los programas integrales de educación sexual, por temor a que fomenten la actividad sexual entre los jóvenes.

Ana María Miranda cuenta en el foro blogueras de paz joven Gt que en lo personal nunca recibió una institución sobre cómo colocar una toalla sanitaria femenina, tampoco sobre enfermedades de transmisión sexual, métodos anticonceptivos y mucho menos de cómo se produce un embarazo. ¹²

Esta es la realidad de muchísimos jóvenes en el país, solo se les da una ambigua amenaza con frases como “no resultar con domingo 7” “no resultar con una pata más larga que la otra” entre otras que hacía alusión a tener un embarazo o dejar embarazada a alguien, ya que se recibiría una condena social que arruinaría con sus vidas si cometían ese tan mencionado error.

Las consecuencias de este tabú son significativas. Guatemala tiene una de las tasas más altas de embarazo adolescente en América Latina, y muchas adolescentes carecen de acceso a información precisa sobre anticoncepción y salud reproductiva.

12. Romper el tabú de la educación sexual, Ana María Miranda -Paz Joven gt / Chiquimula. Chiquimula, Blogueras por la igualdad, <https://pazjoven.org/articulo-blogueras/romper-el-tabu-de-la-educacion-sexual/>



Además, la prevalencia de las ITS sigue siendo un importante problema de salud pública, lo que subraya aún más la necesidad de iniciativas integrales de educación sexual.

Romper el tabú que rodea la educación sexual en Guatemala requiere un enfoque que aborde las barreras culturales, religiosas y educativas. Implica desafiar las normas conservadoras, promover el diálogo abierto sobre la sexualidad y abogar por programas integrales de educación sexual que capaciten a las personas con información precisa sobre sus cuerpos, su salud reproductiva y sus derechos. Al derribar estas barreras, Guatemala puede trabajar hacia un futuro en el que la educación sexual ya no sea un tabú, sino que se considere un aspecto fundamental para promover la salud y el bienestar de todos sus ciudadanos.

En varios colegios más que nada de la capital, se cuenta con un mínimo de enseñanza sobre temas como la menstruación, se segmenta solo con las edades que ellos consideren que es suficiente el mínimo de que una niña puede desarrollar y se separa a los varones, porque son charlas “de mujeres, de niñas” privando a los varones de conocimientos básicos del ciclo femenino, que aunque no lo vivan es un tema que deberían aprender. Esta clase de charlas se

brindan una vez al año, lo cual no es suficiente para mentes en desarrollo como lo son primaria y básicos.

El bienestar emocional de las adolescentes embarazadas está significativamente influenciado por una multitud de factores, incluido el apoyo social, el estigma y el acceso a los recursos. Muchas adolescentes embarazadas experimentan niveles elevados de estrés, ansiedad y depresión mientras lidian con los desafíos del embarazo y la paternidad inminente, así también como los padres varones que muchas veces optan por el camino del abandono de su pareja por el bien de su futuro dejándoles la responsabilidad a la familia de la madre. Las preocupaciones sobre el futuro, el estigma de los compañeros y familiares y el miedo a ser juzgados pueden ser la gota que derrame el vaso de la angustia emocional y provocar sentimientos de aislamiento y soledad. Además, los cambios hormonales asociados con el embarazo pueden intensificar los cambios de humor y la inestabilidad emocional en las adolescentes, complicando aún más la experiencia psicológica de estas.

El apoyo social juega un papel crucial en la mitigación del impacto psicológico del embarazo en las adolescentes. Las adolescentes embarazadas que reciben el apoyo



adecuado de familiares, amigos y proveedores de atención médica están mejor equipadas para afrontar los desafíos del embarazo y afrontar la transición a la maternidad.


Las redes de apoyo social positivo brindan a las adolescentes embarazadas validación emocional, asistencia práctica y acceso a recursos, reforzando su resiliencia y promoviendo resultados psicológicos positivos. Por el contrario, la falta de apoyo social como sucede en los hogares más vulnerables económicamente puede aumentar el grado de descontrol de los sentimientos de aislamiento, insuficiencia y angustia, contribuyendo a consecuencias psicológicas adversas para las adolescentes embarazadas.

Por lo tanto es importante saber que el impacto en la salud mental del embarazo en las adolescentes es un fenómeno complejo y multifacético que merece atención y apoyo. A medida que los jóvenes enfrentan los desafíos del embarazo y la paternidad inminente, pueden experimentar una variedad de emociones, desde entusiasmo y anticipación hasta miedo e incertidumbre. Comprender los factores psicológicos que influyen en las adolescentes embarazadas es esencial para desarrollar intervenciones específicas y servicios de apoyo que aborden sus necesidades únicas. Al fomentar el desarrollo de una identidad positiva,

promover el bienestar emocional y fortalecer las redes de apoyo social, la sociedad puede apoyar mejor a las adolescentes embarazadas y facilitar su transición hacia una paternidad saludable y empoderada.

e) Conclusiones: el embarazo adolescente sigue siendo un desafío en Guatemala, con implicaciones de largo alcance para la salud, la educación y el bienestar de su población. Abordar las causas fundamentales del embarazo adolescente requiere un enfoque multidimensional que abarque la educación sexual integral, el acceso a servicios de salud reproductiva y el empoderamiento de las niñas. Al priorizar los derechos y necesidades de los adolescentes, en Guatemala se puede trabajar para construir un futuro más equitativo y próspero para todos los ciudadanos.

El desconocimiento sobre la salud integral de la sexualidad y la salud reproductiva en Guatemala es un problema grave que afecta de manera profunda a las generaciones más jóvenes, especialmente a las mujeres y niñas. La falta de acceso a una educación sexual integral no solo limita la capacidad de las personas para tomar decisiones informadas, sino que también perpetúa ciclos de pobreza, violencia y falta de oportunidades.



4.2 Ensayo sobre el Diseño Gráfico

El arte y la ciencia del diseño gráfico, una exploración comprensiva

a. Introducción: el diseño gráfico tiene un propósito, se realiza para satisfacer una necesidad, al contrario de lo que creerían muchos no es arte, aunque puede incluirlo, es más complicado de lo que parece fuera de la perspectiva de los que saben, muchos piensan que solo son dibujos u ordenar texto e imágenes en una página, pero es un medio poderoso que comunica ideas, crea emociones y mensajes visualmente. Desde las páginas de las revistas hasta las pantallas de los teléfonos inteligentes, el diseño gráfico impregna la vida diaria y moldea la forma en que se percibe la información y se interactúa con el mundo. El diseño gráfico sirve como un conducto, abarca una amplia gama de disciplinas, desde los medios impresos tradicionales hasta las interfaces digitales, y su influencia impregna casi todos los aspectos de la vida moderna.

b. Entre las principales ramas del diseño gráfico están: El diseño editorial, tipográfico, publicitario, de embalajes o packaging, identidad corporativa, técnico o educativo, en señalética, multimedia web/móvil.

El diseño gráfico está por todas partes, aunque no siempre se sea consciente de su presencia. Forma parte de las revistas, las páginas web que se visitan o incluso la etiqueta de jugo que se compra en el supermercado. Su principal objetivo es transmitir visualmente un mensaje de la manera más rápida y eficaz.

c. Perspectiva histórica: las raíces del diseño gráfico se remontan a civilizaciones antiguas donde la comunicación visual se lograba a través de pinturas rupestres, jeroglíficos e iluminaciones de manuscritos. Sin embargo, el concepto moderno de diseño gráfico surgió



con la invención de la imprenta en el siglo XV, que revolucionó la difusión de información e impulsó el desarrollo de la tipografía y las técnicas de diseño.

Durante la Revolución Industrial, los avances en la tecnología de impresión y la producción en masa impulsaron el crecimiento de la publicidad, lo que llevó al surgimiento del diseño gráfico como profesión. Artistas como William Morris y el movimiento Bauhaus desempeñaron un papel fundamental en la configuración de la estética y los principios del diseño gráfico moderno, enfatizando la simplicidad, la funcionalidad y la claridad de la comunicación.

d. Principios del diseño gráfico: en esencia, el diseño gráfico se guía por un conjunto de principios fundamentales que rigen cómo se organizan y componen los elementos visuales para transmitir significado y evocar emociones. Estos principios incluyen:

Equilibrio: lograr el equilibrio visual distribuyendo elementos uniformemente dentro de una composición, ya sea simétrica, asimétrica o radial.

Jerarquía: organizar elementos en orden de importancia para guiar la atención del espectador y crear un punto focal claro.

Contraste: usar diferencias de color, tamaño, forma o textura para crear interés visual y enfatizar elementos clave.

Tipografía: seleccionar tipos de letra apropiados y organizar el texto para mejorar la legibilidad y transmitir tono y personalidad.

Teoría del color: comprender los efectos psicológicos del color y utilizar paletas de colores de manera efectiva para evocar emociones específicas y transmitir significado.

Unidad: garantizar la cohesión y armonía dentro de un diseño estableciendo elementos visuales consistentes y una identidad visual cohesiva.

e. Técnicas y Herramientas: en diseño gráfico se emplea una variedad de técnicas y herramientas para hacer realidad las ideas. Las técnicas tradicionales, como dibujar y dibujar, proporcionan una base para conceptualizar e iterar diseños, mientras que herramientas digitales como Adobe Photoshop, Illustrator, After Effects, InDesign y muchos otros programas de 3D, permiten a los diseñadores crear, manipular y refinar elementos visuales con precisión y eficiencia.

Además, los avances en la tecnología han ampliado el alcance del diseño gráfico, con gráficos en movimiento, diseño interactivo y diseño de experiencia de usuario cada vez más prominentes. Estas disciplinas requieren que los diseñadores piensen más allá de las imágenes estáticas y consideren



cómo los usuarios interactuarán y experimentarán sus diseños en diferentes plataformas y dispositivos.

¿Por qué el diseño gráfico es importante para los jóvenes?

El diseño gráfico está en todas partes en la vida de los jóvenes, desde los logotipos de sus marcas favoritas hasta las interfaces de sus amadas aplicaciones y juegos. Comprender los fundamentos del diseño gráfico permite a los jóvenes comunicarse de manera efectiva, expresar sus ideas visualmente e interactuar con el mundo que la rodea de manera significativa.

El diseño gráfico fomenta habilidades esenciales como la creatividad, la resolución de problemas y el pensamiento crítico, que son invaluable para el crecimiento personal y profesional. Ya sea diseñando carteles para eventos escolares, creando arte digital para redes sociales o creando memes que capturen el espíritu de la época. El diseño gráfico ofrece a los adolescentes una plataforma para mostrar sus talentos y dejar una impresión duradera.

Afortunadamente, los jóvenes de hoy tienen acceso a una gran cantidad de herramientas y recursos que hacen que el diseño gráfico sea más accesible y divertido que nunca. Desde software fácil de

usar como Canva y Adobe Spark hasta tutoriales en línea, foros y comunidades de diseño, existen innumerables oportunidades para que los adolescentes aprendan, experimenten y colaboren con otros creativos.

Además, los jóvenes pueden inspirarse en una amplia gama de fuentes, incluido el arte, la fotografía, la moda, la música y la cultura pop. Al explorar diferentes géneros, estilos y movimientos, los adolescentes pueden desarrollar su voz estética única y crear diseños que reflejen sus intereses, pasiones y personalidades.

f. Aplicaciones: en la era digital actual, el diseño gráfico desempeña un papel imprescindible en la configuración de nuestras experiencias online y offline. Desde la marca y la publicidad hasta el diseño web y el contenido de las redes sociales, los diseñadores gráficos desempeñan un papel decisivo a la hora de crear narrativas visuales convincentes que resuenen en el público e impulsen la participación.


El diseño gráfico se cruza con otros campos como el *marketing*, los negocios y la tecnología, creando diversas oportunidades profesionales para profesionales con experiencia en comunicación visual y pensamiento de diseño. Ya



sea creando logotipos para nuevas empresas, diseñando interfaces de usuario para aplicaciones móviles o elaborando infografías para comunicar datos complejos, los diseñadores gráficos desempeñan un papel vital a la hora de dar forma a la información que consumimos y con la que interactuamos.

g. Conclusión: el diseño gráfico es una disciplina dinámica y en evolución constante que combina el arte con la funcionalidad para comunicar ideas, crear una reacción emotiva y dar forma a las experiencias humanas. Desde sus orígenes en las civilizaciones antiguas hasta su influencia generalizada en la era digital, el diseño gráfico continúa traspasando fronteras y redefiniendo la forma en que se interactúa con la comunicación visual. A medida que la tecnología avanza y las tendencias sociales evolucionan, el papel de los diseñadores gráficos será cada vez más vital. ¹³

¹³ El blog areandina, Por Melanie Ceballo, Oct 23, 2023, ¿Qué es el diseño gráfico y cuál es su importancia?, <https://www.areandina.edu.co/blogs/que-es-el-diseno-grafico-y-su-importancia>



4.3 Ensayo sobre el tipo de material realizado dentro del proyecto

Las estrategias en Instagram y Facebook, la evolución de los videos convencionales

a. Introducción: las redes sociales han revolucionado la manera en que las empresas, organizaciones y personas se comunican y se relacionan con su público. A nivel mundial, estas plataformas se han convertido en herramientas poderosas para la difusión de información, la promoción de productos y servicios, y el activismo social. Las estrategias en redes sociales, como las campañas de *marketing* digital, varían según el contexto, pero comparten elementos comunes que buscan maximizar el alcance y la interacción con la audiencia. En Guatemala, el uso de las redes sociales ha crecido exponencialmente, y muchas marcas y organizaciones están adaptando estas estrategias globales para conectarse con los consumidores locales.

Una estrategia para redes sociales es un plan detallado que define como una empresa, organización o individuo utilizará las redes sociales para alcanzar objetivos específicos. Esta estrategia incluye la creación de contenido relevante y la gestión de la interacción con la audiencia en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, entre otras.

b. Tipos de estrategias en redes sociales: existen diferentes tipos, cada una diseñada para cumplir con objetivos específicos. Algunas de las más comunes son: estrategia de *branding*, de generación de *leads*, de contenido, de interacción, de ventas directas (*social selling*), de atención al cliente, de crecimiento de comunidad, de *influencer marketing*, de contenido viral y de responsabilidad social corporativa.

En la era digital actual, las redes sociales se han convertido en herramientas indispensables para la comunicación,



el entretenimiento y la información. Entre las plataformas más populares se encuentran Instagram y TikTok, ambas con un enfoque en el consumo de contenido en formato de video corto. Si bien ambas comparten similitudes en su formato y objetivo, también presentan diferencias significativas que las convierten en plataformas con características y públicos únicos. Por su parte, Reels de Instagram desde sus inicios ha sabido cómo adaptarse a las tendencias del mercado y además, ofrece a sus usuarios nuevas formas de interactuar y consumir contenido.

Al igual que Tik Tok, los *reels* de Instagram también se han posicionado como una herramienta indispensable para la juventud. Su formato breve, atractivo y versátil ha conquistado a miles de millones de usuarios, convirtiéndose en una fuente de entretenimiento, información y conexión. Más allá de la simple diversión, los *reels* albergan un potencial sin precedentes para empoderar a las nuevas generaciones, brindándoles un espacio para expresar su creatividad. Son como un lienzo en blanco donde los jóvenes pueden explorar su talento y experimentar con diferentes estilos, compartir su visión única con el mundo y conectando con otros usuarios que comparten intereses similares. El formato corto y atractivo


de los *reels* también los ha convertido en una herramienta educativa valiosa para captar la atención de los jóvenes y transmitir información de manera efectiva. Sin embargo, es importante recordar que el potencial de los *reels* no se realiza por sí solo. Por ello, es fundamental que los jóvenes utilicen esta herramienta de manera responsable, crítica y ética, aprovechando al máximo sus posibilidades para construir un futuro mejor.

Es necesario saber qué son los Reels de Instagram, y, en general, son videos cortos de hasta 90 segundos de duración, los cuales, pueden estar compuestos por una serie de clips grabados y editados en la misma plataforma. ¹⁴

Su característica principal está en la amplia gama de herramientas creativas que puede llegar a ofrecer, incluyendo algunos efectos especiales, transiciones, filtros, música y la posibilidad de incorporar audio original a cada video.

Tienen formato vertical, puesto que se adapta al consumo móvil al cual se está acostumbrado, aprovechando al máximo la pantalla del smartphone, y como dato extra, se reproducen en bucle. Lanzados en

¹⁴ Mayo 2024. Copyright 2024 Ferring S.A, ¿QUÉ ES UN REEL EN INSTAGRAM?, https://gofer-ring.es/que_es_un_reel_en_instagram/



2020, han ganado gran popularidad entre la juventud, convirtiéndose en una forma dinámica y atractiva de compartir contenido.¹⁵

En general, los *reels* de Instagram ofrecen una serie de beneficios a sus usuarios, específicamente hablando, a los jóvenes que lo utilizan destacando el entretenimiento, porque es una forma divertida y creativa de consumir el contenido, que puede llegar a ser desde vídeos graciosos, musicales, de baile, algún tutorial, entre otros. Se podría destacar también el desarrollo de la creatividad de los usuarios, puesto que a través de ellos pueden expresarse y manifestar lo que desean. Además, son una forma útil de conectarse con otros usuarios que comparten los mismos intereses y crear así comunidades en torno a temas específicos. Pero, como cosa importante, los *reels* de Instagram pueden ser una fuente de información valiosa sobre diversos temas, desde noticias y eventos actuales, hasta consejos prácticos y educativos.

15. Por Guillermo Arduino, CNN Publicado a las 01:44 ET (05:44 GMT) 6 agosto, 2020, *Reels, la nueva herramienta de Instagram*, <https://cnnespanol.cnn.com/video/reels-instagram-tik-tok-clix-guillermo-arduino/#:~:text=%22Reels%22%2C%20el%20nuevo%20producto,Reino%20Unido%2C%20entre%20otros%20pa%C3%ADses.>

Tomando en cuenta lo anterior y a pesar de tener un formato corto y un poco menos serio, se podría decir que los *reels* pueden ser una fuente de información útil en incluso educativa. En ellos hay noticias y eventos actuales de una manera breve y atractiva; consejos prácticos de diversos temas, desde cocinar hasta hacer manualidades de forma clara y rápida. En la actualidad, hasta los profesores y educadores están utilizando *reels* para crear contenido educativo que atraiga a los estudiantes y a las personas interesadas en los temas que abordan. Además, pueden ser una plataforma para promover la conciencia o sensibilización social sobre temas importantes, como la igualdad, justicia o sostenibilidad.

Sabiendo esto, es importante tener en cuenta que no toda la información que se comparte en redes es confiable, y esto se ha sabido desde el auge de cada una de ellas, así que para asegurarse de estar consumiendo información veraz se podría, por ejemplo seguir a cuentas de organizaciones e instituciones reconocidas, verificar la fuente de información antes de compartir o crear cualquier tipo de información y ser crítico con dicha información, es decir, utilizar el sentido crítico para evaluar la información y determinar si es confiable, así que los *reels* no deberían ser la única fuente de



información, se puede complementar buscando la información en artículos o documentales confiables para así desarrollar una buena comprensión en los temas que se ven en internet.

Es importante, saber que se debe combatir la difusión de información falsa o engañosa en *reels* y en cualquier otro ámbito en general. Al reportar contenido falso y promover la verificación de datos, se contribuye a crear un ecosistema digital más confiable y responsable. Aparte de ello, los *reels* deberían ser un espacio inclusivo y respetuoso con la diversidad de opiniones, culturas y experiencias, por lo cual es importante evitar la discriminación, el acoso y el discurso de odio en dicha plataforma. El uso responsable de *reels*, y de redes en general, debe contribuir al bienestar mental de los jóvenes, por ello, es importante establecer límites de uso, evitar la comparación con otros usuarios (pensando en creadores jóvenes de contenido) y priorizar el contenido positivo y motivador.

Por su parte, Tik Tok, ha llegado con fuerza al gran panorama de redes sociales, puesto que ha conquistado a millones de usuarios alrededor del mundo. Su formato de videos cortos ha cautivado a una audiencia diversa, convirtiéndola así en una de las plataformas más populares del momento.

Tik Tok “nace” en el 2016, llamada

en aquel entonces Musical.ly, que se popularizó en muchos países y en 2017 se fusiona con Douyin para crear Tik Tok a nivel internacional, lanzándose oficialmente en 2018 a nivel internacional, teniendo un crecimiento exponencial, aunque su auge fue durante el confinamiento por la crisis del Covid-19 en 2020. (ByteDance 2018).

Se podría reconocer como una de las primeras plataformas que fue adaptada al consumo móvil vertical (aunque ahora se pueden subir videos en formato horizontal) (Lorenz 2024), que se utiliza día a día, y fue la que innovó la edición dentro de la misma plataforma, ofreciendo recorte, ajustes de velocidad, texto y *stickers*, además de poseer un catálogo muy grande de música con licencia, y la opción de crear audios originales o utilizarlo de otros videos. Quizá, la idea original era crear videos cortos, de hasta 15 segundos, lo cual ahora se ha actualizado y permite hasta 10 minutos.

En general, es una app completa, cuyo algoritmo conocido como “para ti” es la clave fundamental en la experiencia del usuario, porque utiliza una serie de factores para determinar qué videos se le mostrarán a cada usuario, por ejemplo: la cantidad de *likes* o comentarios que tenga un video hará que aparezca en para ti,



o también este algoritmo analiza el tipo de contenido que el usuario ha visto con anterioridad para mostrarle videos similares, así como también sus datos del perfil y su ubicación personaliza las recomendaciones y, por último, las tendencias que siempre son mostradas en "para ti". Algo importante, en esta nueva era digital, fue cómo se adapta la educación a las nuevas formas de consumo de información y que prefieren los jóvenes. Con el formato tan atractivo de Tik Tok, se ha consolidado con un gran potencial para educar a dichos jóvenes de manera innovadora y efectiva.

En primer lugar, por el tipo de formato y la accesibilidad de la aplicación, porque es fácil de usar y la juventud busca contenido rápido, entretenido y fácil de digerir, además de la variedad de contenidos y la forma tan fácil de buscarlos. La forma de comunicar de los creadores de Tik Tok es más comprensible para los jóvenes, haciendo que temas complejos parezcan más sencillos y es uno de los ganchos para llegar a más audiencia. Además, la plataforma fomenta la interactividad y participación de sus usuarios, permitiendo hacer preguntas, comentarios y compartir sus propias experiencias, enriqueciendo así el proceso de aprendizaje.

Pero, al igual que en cualquier plataforma digital, abunda la desinformación, por lo cual es importante y fundamental cultivar el sentido de responsabilidad y ética en el uso de esta plataforma. puesto que, la creación y consumo del contenido en TikTok conlleva una serie de consideraciones que van más allá del entretenimiento, abarca aspectos como la privacidad, la seguridad, la integridad y, sobre todo, el respeto. Al crear contenido, debería ser auténtico y genuino, y que contribuya a un ecosistema digital más honesto y transparente, y ser consciente del impacto que el contenido creado pueda tener en los demás. Siempre es importante, poniendo de ejemplo, al compartir un video, asegurarse que la información sea veraz, para no contribuir en la desinformación. Una de las ventajas que tiene la plataforma, es la denuncia del contenido falso, para que pueda ser revisado por la misma plataforma. (TikTok 2024).

Si bien tanto Reels como Tik Tok ofrecen una ventana al entretenimiento y la información, es importante ser conscientes de la responsabilidad que conlleva el consumo de contenido en estas plataformas. La desinformación y el discurso de odio son retos que ambas plataformas enfrentan, por lo que es crucial desarrollar un pensamiento



crítico que permita discernir entre información verdadera y contenido engañoso.

Es importante verificar la fuente de la información, contrastar datos y buscar contenido de creadores confiables. Además, se debe fomentar el uso responsable de las plataformas, estableciendo límites de tiempo y priorizando contenido positivo y motivador.

Aprender a través de videos de TikTok e Instagram Reels se ha vuelto cada vez más popular entre los usuarios, especialmente entre las generaciones más jóvenes que se sienten atraídas por contenido breve y visualmente atractivo. Estas plataformas ofrecen una oportunidad única para que las personas adquieran nuevas habilidades, conocimientos e ideas de una manera divertida y accesible.

c. Cómo funciona el aprendizaje en Facebook shorts TikTok e Instagram Reels y por qué ha ganado fuerza:

- Contenido breve: los vídeos de Facebook shorts, tik tok y los Reels de Instagram suelen ser cortos, desde unos pocos segundos hasta un minuto. Este formato favorece experiencias de aprendizaje breves y rápidas que se adaptan a las apretadas agendas de los usuarios. En

lugar de invertir mucho tiempo y esfuerzo en contenido de formato más extenso, los alumnos pueden consumir información de manera eficiente y pasar al siguiente tema.

- Visual e interactivo: tanto Facebook, TikTok como Instagram son plataformas altamente visuales que priorizan el contenido atractivo con imágenes, música y efectos llamativos. El aprendizaje a través de estas plataformas suele implicar demostraciones visuales, animaciones y gráficos que hacen que los conceptos sean más fáciles de entender y recordar. Además, los usuarios pueden interactuar con el contenido dando me gusta, comentando y compartiendo, fomentando un sentido de comunidad y colaboración en torno a temas de aprendizaje.
- Diversa gama de temas: Facebook e Instagram cubren una amplia gama de temas, desde cocina y manualidades hasta fitness, moda y más. Los usuarios pueden descubrir contenido adaptado a sus intereses y pasiones, lo que les permite explorar nuevos pasatiempos, aprender habilidades prácticas u obtener información sobre diversos temas. El diverso panorama de contenido garantiza que haya algo para



todos, independientemente de su edad, antecedentes o nivel de experiencia.

- **Accesibilidad e inclusión:** cualquier persona que tenga un teléfono inteligente y una conexión a Internet puede acceder al aprendizaje en TikTok e Instagram Reels. A diferencia de los recursos educativos tradicionales que pueden requerir pago o inscripción formal, el contenido de estas plataformas está disponible gratuitamente para los usuarios de todo el mundo. Además, la naturaleza informal y relacionable de TikTok e Instagram Reels hace que el aprendizaje sea accesible e inclusivo, lo que anima a las personas a involucrarse en temas que quizás no hubieran considerado antes.
- **Expresión creativa:** uno de los aspectos únicos de TikTok e Instagram Reels es el énfasis en la creatividad y la autoexpresión. Los usuarios tienen la libertad de crear su propio contenido, darles su toque único a las tendencias existentes y compartir su conocimiento y experiencia con otros. Aprender a través de estas plataformas no se trata sólo de consumir información de forma pasiva; también se trata

de participar activamente en la creación y difusión de contenido, fomentando un sentido de propiedad y agencia sobre el propio viaje de aprendizaje.

- **Oportunidades de micro aprendizaje:** los videos de TikTok, Facebook y los Instagram Reels son adecuados para el microaprendizaje, que implica entregar pequeñas ráfagas de información enfocadas que se pueden absorber y aplicar rápidamente. En lugar de asistir a largos tutoriales o conferencias, los usuarios pueden aprender sobre la marcha, obteniendo pequeños consejos, trucos e ideas que pueden poner en práctica de inmediato. Este enfoque de aprendizaje es particularmente atractivo para personas con períodos de atención cortos o disponibilidad de tiempo limitada.

En resumen, aprender a través de videos de TikTok e Instagram Reels ofrece una forma dinámica y atractiva para que las personas adquieran nuevas habilidades, conocimientos y perspectivas. Al aprovechar la naturaleza visual, interactiva y accesible de estas plataformas, los usuarios pueden explorar una amplia gama de temas, conectarse con personas con ideas



afines y embarcarse en un viaje de aprendizaje y autodescubrimiento permanente.

Los Reels de Instagram y TikTok representan dos caras de la misma moneda en la era digital del entretenimiento y la información. Ambas plataformas ofrecen un espacio para la creatividad, el entretenimiento y la educación, pero también presentan desafíos en cuanto a la desinformación y el uso responsable. La clave para aprovechar al máximo estas herramientas radica en un consumo crítico y responsable, aprovechando su potencial para el crecimiento personal y el aprendizaje mientras se navega por un mundo de información en constante cambio.

d. Conclusión: se presentaron las bases teóricas relacionadas a la falta de educación integral sexual adolescente. Así, se puede afirmar que el diseño gráfico (y en particular las redes sociales) representan una herramienta desde la que se pueden elaborar materiales útiles para la reducción del embarazo adolescente.

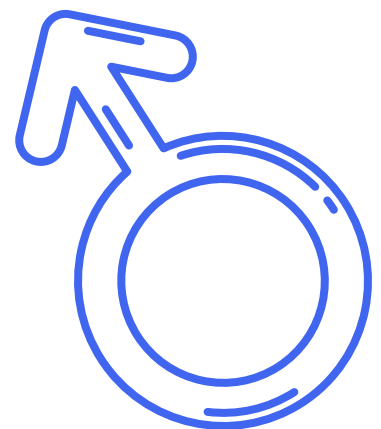
En el siguiente capítulo se desarrollará la definición creativa del proyecto, se planteará una estrategia de diseño para el problema identificado, considerando, a su vez, la información que se obtuvo del grupo objetivo y otros procesos descritos en capítulos anteriores.

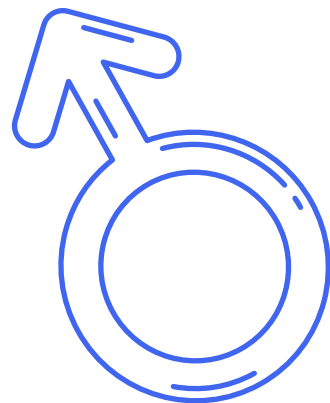
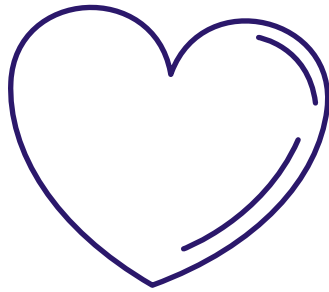
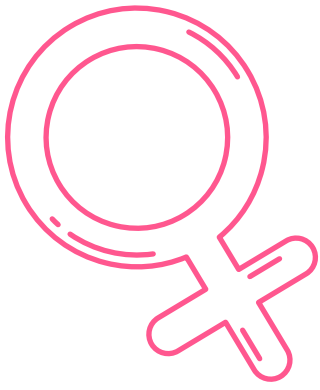


Capítulo 05

Definición creativa

En el capítulo anterior se trató la fundamentación teórica de este proyecto. En este capítulo se elaborará la definición creativa; es decir, se propondrá una estrategia de diseño para abordar el problema identificado, tomando en cuenta tanto la información recopilada sobre el grupo objetivo como otros procesos descritos en capítulos previos.







5.1 *Brief* de diseño

El diseño se centra en la resolución de problemas. Por eso, es imprescindible conocer qué se aborda y los objetivos por alcanzar.

El *brief* creativo es un documento escrito, detallado pero sintético, completo y sin adornos. Definir el problema de diseño por resolver y qué circunstancias influyen en él. Todas las partes del proyecto han de implicarse al realizarlo. Es una situación ideal, el departamento de *marketing* del cliente lo crea por propia iniciativa con toda la información requerida.

a. Información del cliente: nombre: Paz Joven Guatemala. Dirección: 10 calle 2-16 zona 1, ciudad de Guatemala. Teléfono: +502 2251 5986. E-mail: pazjoven@pazjoven.org, Página web: <https://pazjoven.org>

b. Datos del jefe inmediato: José Méndez. Puesto: comunicador. Número: +502 4218 5628. Correo institucional: comunicacion@pazjoven.org

c. Actividad de la institución: Paz Joven Guatemala es un espacio de participación para las y los jóvenes de Guatemala que promueve y genera oportunidades para la capacitación, formación en valores de una Cultura de Paz, participación política e inserción en los espacios formales de toma de decisiones a nivel local y nacional. La institución fue fundada y hasta el día de hoy coordinada por jóvenes que no pueden ignorar todas aquellas problemáticas sociales que amenazan a la adolescencia y juventud que se ve afectada por la desigualdad de oportunidades en una sociedad conservadora.

d. Programas con los que cuenta la institución: gestión del voluntariado. Procesos de consolidación



de Identidad. Autonomía y respaldo organizacional. Uso de metodologías lúdicas y participativas. Enfoque y perspectiva de juventud. Uso de TIC. Innovación, arte y cultura para la intervención, aliados estratégicos a nivel local, municipal, departamental y nacional de diferentes sectores: Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Municipalidades, Sistema de Consejos de Desarrollo. Organización comunitaria a través de redes juveniles en todos los niveles. Áreas programáticas: Incidencia política, participación ciudadana, comunicación, formación.

e. Instituciones análogas: secretaría de Bienestar Social de la Presidencia (SBS), Casa Joven: ACNUR.

f. Proyecto a desarrollar: estrategia en redes sociales para fomentar la educación integral reproductiva y de la sexualidad para la organización Paz Joven Guatemala en el municipio de Chichicastenango Quiché.

g. Objetivo de Comunicación: informar a los adolescentes del municipio de Chichicastenango Quiché, para que conozcan las consecuencias de que no se

tenga una educación integral de la sexualidad y reproductiva utilizando materiales educativos para redes sociales.

h. Descripción del proyecto: Desarrollo de publicaciones divididas en 3 tipos, carruseles para Instagram, Facebook y X, post cuadrados individuales, historias verticales y videos cortos para Instagram reels y facebook short.

i. Presupuesto: Se le estima en Q. 53 819.03

j. Restricciones: No utilizar imágenes donde se vean adolescentes tristes o con golpes. No censurar las caras de las personas con blur.

k. Público objetivo: Adolescentes de 13 a 17 que estudian en el municipio de Chichicastenango Quiché.

l. Mensaje para transmitir: Hacer entender a los adolescentes lo grave que es el desconocimiento reproductivo, fomentando educación integral de la sexualidad, a través de los perfiles de Paz Joven Guatemala.

5.2 Recopilación de referencias

A) Antecedentes gráficos de la institución



Figura 11: Captura del feed de Instagram de Paz Joven gt.

B) Referentes visuales de post

Figura 12: Captura de referencias post de Pinterest.



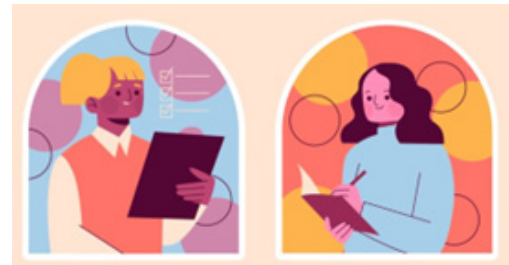
C) Referentes visuales de ilustraciones



Figuras 13 y 14: Capturas de referencias ilustraciones de Pinterest.

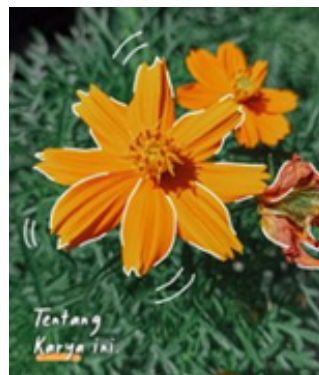


D) Paleta de color




Figuras 15 y 16 : Capturas de referencias para paleta de color de Pinterest.

E) Fotografía y tratamiento de imagen



Figuras 17, 18 y 19 : Capturas de referencias de tratamiento de imagen de Pinterest.



5.3 Estrategia de aplicación de la pieza por diseñar (6W)

A) ¿Qué?: los contenidos por comunicar son hechos reales, fundamentados por qué muestran por qué la educación integral sexual y reproductiva es importante y porqué es contraproducente que no se conozca, sobre todo, en menores de edad.

B) ¿Para qué?: lograr concientizar a muchas mentes adolescentes sobre la verdad del saber diferenciar el mito de las creencias, obteniendo opiniones, vistas, compartidos, *likes* y comentarios de las piezas por postear en las redes sociales elegidas Instagram, Facebook y X, para tener como resultado que la educación reproductiva y de la sexualidad sea más viral, disminuyendo los mitos y tabúes y que se hable sobre la estrategia y se fomente la realización de contenido similar.

C) ¿Con qué?: Estrategia en redes sociales, carruseles, *post*, historias, y *reels*.

D) ¿Con quiénes?: involucrados, directos, facilitadores, usuarios adolescentes que estudien a nivel básico y diversificado, participantes invitados para colaboraciones y miembros de la institución. Secundarios: seguidores en redes de Paz Joven a los que les llegará el contenido pero que no formen parte del grupo objetivo.

E) ¿Cuándo?: el tiempo estimado de producción es de los meses de julio a noviembre, 6 meses. Visualizarán los videos o *post* en redes sociales, mientras están en la escuela, hogar y lugares de ocio.

F) ¿Dónde?: en el municipio de Chichicastenango, Quiché, Guatemala.

5.4 Concepto creativo

Un buen concepto creativo publicitario conecta la propuesta de valor del producto y sus ventajas competitivas con una idea creativa, normalmente de carácter conceptual, que logra captar la atención por impactante, ocurrente y seductora. ¹⁶

5.4.1 Insight y concepto creativo: un *insight* es una verdad revelada o una observación ingeniosa sobre el comportamiento humano, que sirve como la base para generar nuevas ideas. Un concepto creativo es una idea clara, diferencial y memorable que resume la esencia de una campaña publicitaria, construida a partir de un *insight* y el beneficio principal de la marca. Para llegar al concepto creativo primero se trabajó en un *Insight*, para llegar a este se utilizaron las siguientes técnicas creativas.

5.4.2 Técnicas creativas: son métodos y herramientas que estimulan el pensamiento original para producir soluciones innovadoras y originales a desafíos específicos.

A) Lluvia de ideas: la lluvia de ideas, popularmente conocida como *brainstorming*, es una técnica de trabajo que consiste en proponer libremente ideas y asociaciones a partir de un concepto determinado, con el propósito de obtener ideas innovadoras y perspectivas originales. Muy popular en los entornos del *marketing* y la publicidad, la lluvia de ideas fue popularizada y formalizada como método a mediados del siglo XX por el publicista y teórico de la creatividad estadounidense Alex F. Osborn (1888-1966).

Figura 20 : Técnica lluvia de ideas para concepto.

¹⁶ AND Studio, Qué es un concepto creativo publicitario y cómo se utiliza en comunicación, <https://adnstudio.com/que-es-un-concepto-creativo-publicitario-y-como-se-utiliza-en-comunicacion/>



B) Flor de loto: es una técnica de creatividad que consiste en ir deduciendo ideas o temas de una inicial situado en el centro. Las ideas surgen a partir del centro, como los pétalos de una flor. El autor es Yasuo Matsumura, presidente de Clover Management Research. La técnica se llama a veces MY por las iniciales en japonés.

Se inicia con una matriz (flor), se escribe en el centro el tema inicial (u objetivo creativo). Se escriben en los pétalos que lo rodean las ideas relacionadas. 17

17 Neuronilla creatividad integral, La flor de loto (técnica MY), 20 de marzo de 2018, <https://neuronilla.com/la-flor-loto-tecnica-my/>

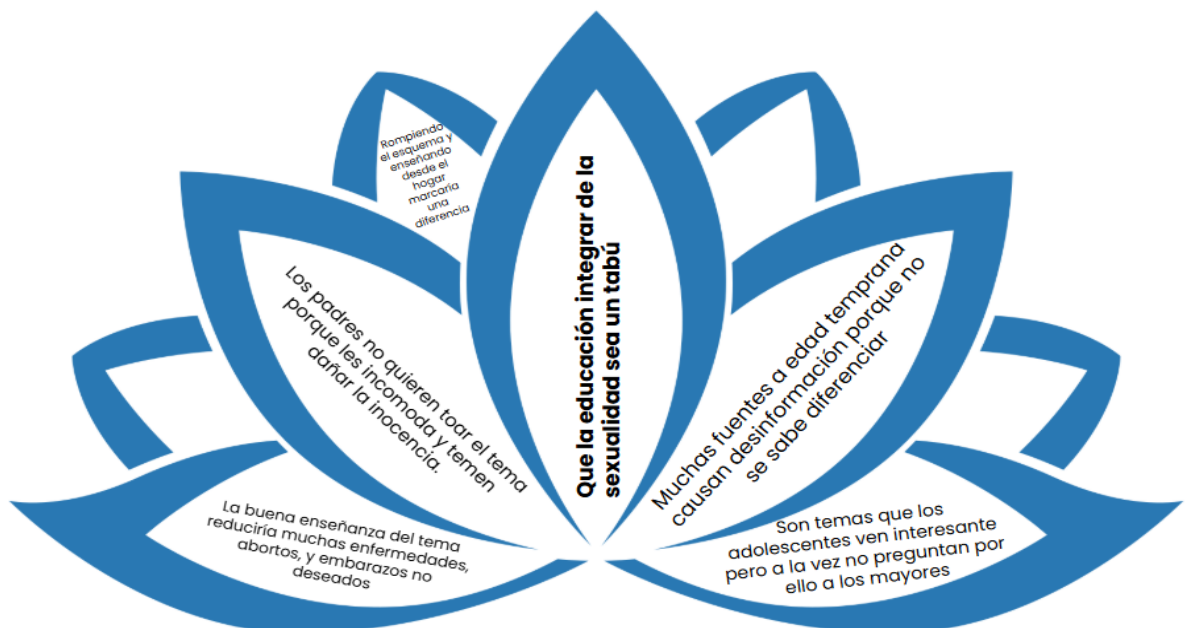


Figura 21 : Técnica flor de loto para concepto.



c) Mapa de empatía: el mapa de empatía es una técnica de innovación centrada en el usuario que, al igual que muchas otras, funciona como herramienta visual, ya que plasmamos la información en una plantilla, con sus sectores de información bien definidos. En concreto, el mapa de empatía nos permite comprender y plasmar las necesidades, deseos, motivaciones y experiencias del presente o potencial clientela, o usuarios. Ayuda a reflexionar hasta llegar a una comprensión profunda de estos, para identificar áreas de oportunidad sobre las que diseñar soluciones que les aporten un valor real y necesario. La técnica de

innovación mapa de empatía tiene como objetivo aumentar la empatía con los usuarios investigados, se utiliza para, conocer al usuario. 18

18. *Design Thinking en español, Mapa de empatía, <https://designthinking.es/mapa-de-empatia/>*

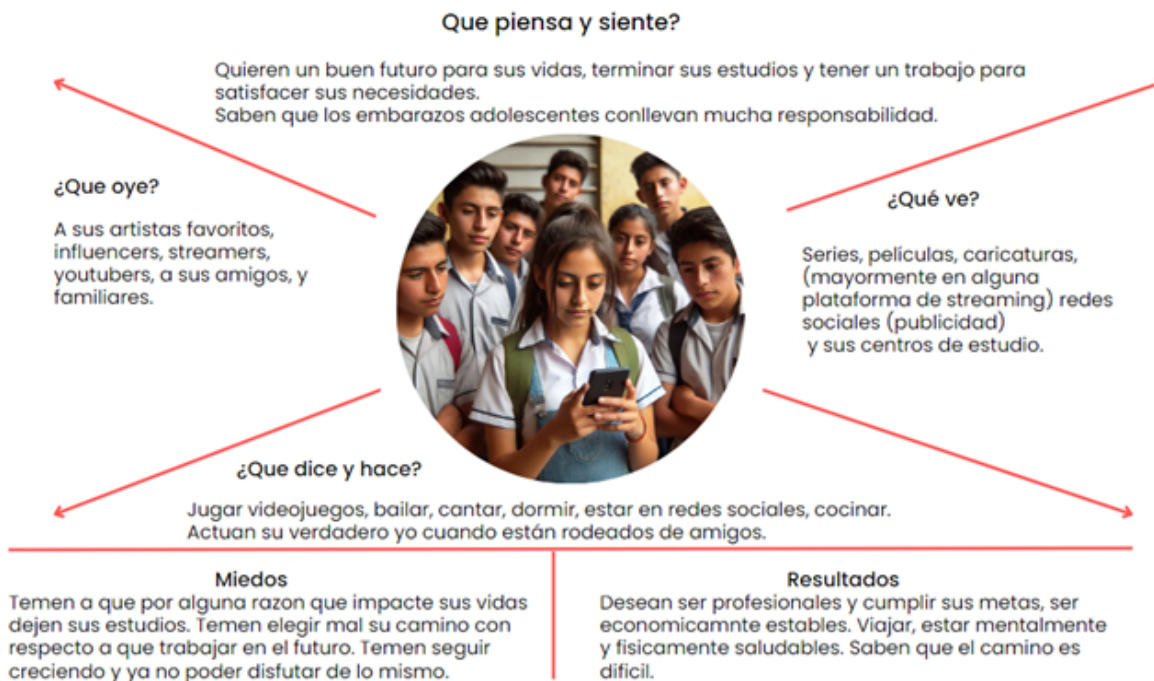


Figura 21: Técnica mapa de empatía para concepto.



D) Conceptos desarrollados

Luego del análisis de técnicas de desarrollaron las primeras ideas de conceptos:

- Fluye consientemente
- Todo a su tiempo
- Rompiendo barreras decicibas

- Libertad para decidir mi futuro

Basado en el insight de sentirse encerrado al tener tanta prohibición como adolescente, aún no mayor de edad, no poder salir a donde se quiere o no poder hablar como quisieran, tener limitada música por su vocabulario o películas.



- Fluir sin pena ni miedo

Pasado en el insight adolescente de temer a pedir algo a sus mayores con miedo a una respuesta negativa. Miedo a hacer una llamada o a que se burlien por preguntar algo de lo que no están muy seguros.



- Romper barreras para construir mi desición

Basado en querer romper la idea de que se subestimen los pensamientos adolescentes o que no deben tener acceso a educación que podría servirles para un futuro más optimo.



Figura 22 : Referencias de imagen para reforzar la idea de los conceptos propuestos.

Primer concepto e *insight* seleccionado:

E) *Insight*: aún no estoy listo.

F) **Concepto elegido**: todo a su tiempo.

G) **Fundamentación del concepto**: este concepto busca resaltar lo importante que es ser concientes de que cada suceso tiene lugar y tiempo.

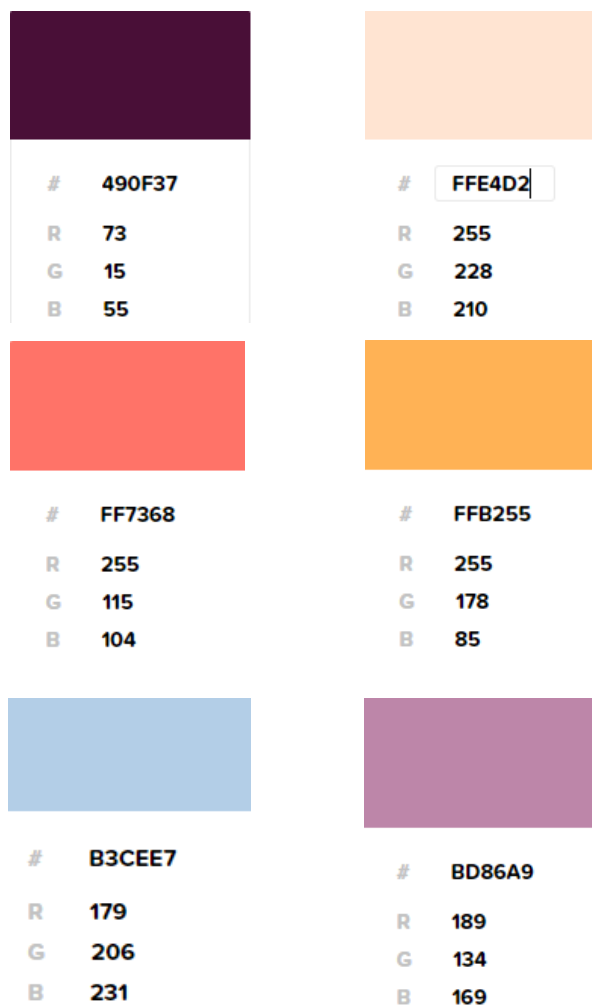
Para disfrutar de una adolescencia óptima cada individuo se debe enfocar en auto encontrarse y velar por uno mismo, ya que es una etapa de la vida con muchas emociones y el embarazo interrumpiría este proceso.



5.5 Premisas de diseño

A) Premisa cromática

Se escogió una paleta cálida, con un pop de color celeste. El naranja que es uno de los colores representativos de la juventud y las ganas de vivir ya que transmite energía. Con mezclas de morados borgoña oscuro y rosados claros que se asocian a la creatividad.



B) Premisa tipográfica Se decidió utilizar la familia tipografía Klein la cual es parte del paquete institucional de paz joven, es de característica Palo seco (Sans serif) es neutra y se puede jugar con sus grosores para resaltar las jerarquías áreas deseadas.

Klein

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 (.,!/?#\$\$%&*^/\@:;)

Penultimate

The spirit is willing but the flesh is weak

SCHADENFREUDE

3964 Elm Street and 1370 Rt. 21

<https://fonts-online.ru> info@fonts-online.ru

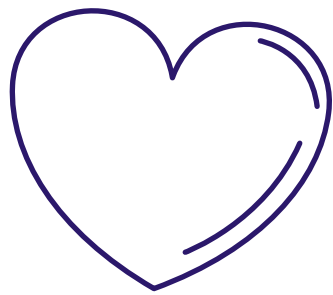
Figura 23 : Imagen de familia tipográfica Klein.
Fuente: <https://online-fonts.com/fonts/klein>

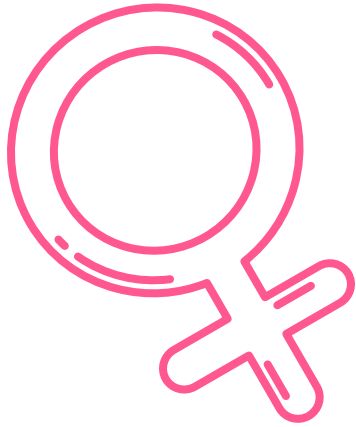
C) Íconos e ilustraciones Para los íconos e ilustraciones se decidió seleccionar elementos asociados al tiempo, como relojes, calendarios y cronómetros entre otros.



Figura 24 y 25: Ilustraciones de creación propia para primer concepto.

En conclusión, se ha presentado la estrategia creativa de este proyecto mediante la creación de un *brief* de diseño, la búsqueda de referencias visuales, la definición de un concepto creativo y la formulación de directrices gráficas. En el próximo capítulo comenzará el proceso de producción gráfica, donde se materializarán los resultados de diseño propuestos en esta intervención.

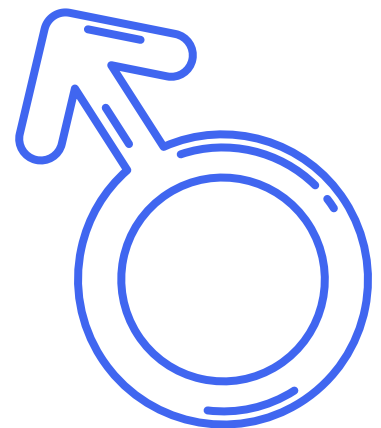


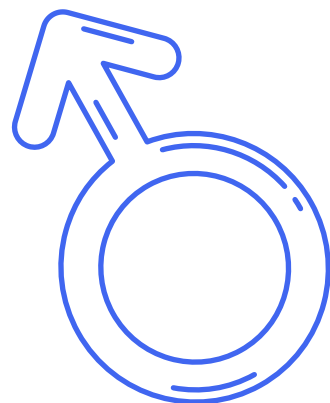
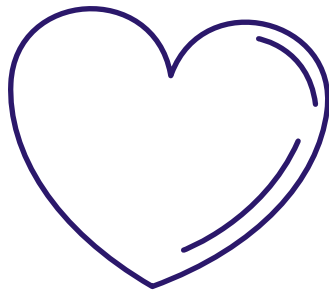
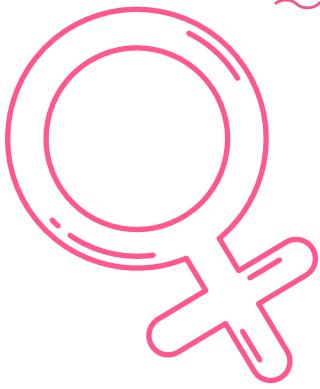


Capítulo 06

Producción gráfica

En el capítulo anterior se abordó la estrategia creativa del proyecto. En este capítulo, dicha estrategia se utilizará y expondrá a una fase de ejecución segmentada de tres niveles de visualización y validación junto a distintos grupos, en las que se dejará indicada la pieza de diseño presentada y sus intervenciones.





6.1 Nivel de visualización I

El primer nivel de visualización corresponde a los procesos de bocetaje de las piezas gráficas por diseñar, así como a la posterior calificación y elección de una de las propuestas de diseño tras un ejercicio de autoevaluación. Este proyecto consiste en el desarrollo de una estrategia en redes sociales de bien social. Para ello, se elaboraron tres propuestas de bocetos a mano de prueba de *post* cuadrado.

A) Propuestas de bocetaje manual y digital – 01



En esta propuesta se posicionó una fotografía de un despertador en la parte inferior, que estuviera a punto de marcar las 12 en punto para que las flechas estuvieran casi alineadas, representado que cada cosa tiene su

lugar y tiempo. En la esquina superior izquierda el logo de la institución a un color, el título "Todo a su tiempo" como prueba de título, utilizando 2 diferentes tipografías para encajar con el grupo objetivo adolescente, haciendo énfasis en la palabra -Tiempo- rodeado por un espiral. En medio del post una silueta de huellas de bebé y un biberón.

B) Propuestas de bocetaje – 02



En esta propuesta se posicionó el centro un *collage* de fotos un bate una pelota y una portería dentro de una silueta de reloj de arena, en la parte inferior izquierda el logo de paz joven a un color. Alrededor elementos de *baby shower*, un chinchín, un chupón, huellas de pies de bebé, un clip y un biberón. En un color verde más oscuro del fondo para que se vean más no resalten más que el centro.

C) Propuestas de bocetaje – 03



En esta propuesta se posicionó en el centro una imagen de un adolescente haciendo una actividad recreativa como es cantar o grabar un video. Dentro de una forma curva para que no denote un tono serio, en la esquina superior derecha un reloj y en la esquina inferior izquierda un teléfono que marca las 0:00 como elemento de tiempo, por último, el logo institucional a color en la esquina inferior izquierda.

E. Autoevaluación de las propuestas:

Una vez finalizado el proceso de bocetaje de las tres de las piezas gráficas, se procedió con un ejercicio de autoevaluación de cada una de las propuestas. Este proceso se realizó mediante la implementación de un instrumento proporcionado por el catedrático del curso. A través de este instrumento se evaluaron distintos aspectos en cada uno de los bocetos para seleccionar aquellos con las que proseguirá la producción gráfica.

(ver: Anexo 01).

01

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				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.			3		
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.				4	
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	
4	Legibilidad: Calidad 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
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					5
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.			3		
7	Estilización: Muestra si se le 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.				4	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					5
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					5
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.			3		
TOTAL						41

02

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				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.				4	
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.				4	
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.			3		
4	Legibilidad: Calidad 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.				4	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					5
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.					5
7	Estilización: Muestra si se le 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.				4	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.				4	
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					5
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.				4	
TOTAL						42

03

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				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.				4	
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.				4	
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.					5
4	Legibilidad: Calidad 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.				4	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					5
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.					5
7	Estilización: Muestra si se le 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.				4	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.				4	
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					5
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.					5
TOTAL						45

Se encontró más favorable la propuesta #3 de la cual se trabajó una variación:



6.2 Nivel de visualización II:

El segundo nivel de visualización corresponde a los procesos de digitalización de los bocetos escogidos tras el ejercicio de autoevaluación. La digitalización considera las observaciones realizadas por los estudiantes de décimo ciclo, a quienes se les presentaron los resultados obtenidos del nivel I de producción gráfica.

A. Digitalización de las propuestas escogidas

Previo al proceso de digitalización de la pieza escogida y revisión de compañeros de últimos ciclo junto con el catedrático designado, se tomó la decisión de cambiar las imágenes a una vista de comparación.

En ese sentido, cambió de la siguiente manera:



Luego de los comentarios recibidos en clase por los compañeros de clase del 10° ciclo y catedráticos se decidió cambiar lo siguiente: 1. Cambiar la caída de las publicaciones, cambiar de tipografía, reducir de tamaño elementos de ilustración, e intercambiar de lugar la imagen de la portada.


Luego de este cambio se veía de esta manera:



B. Evaluación con profesionales y grupo focal

Una vez realizado el proceso de digitalización correspondiente al segundo nivel de la producción gráfica, se procedió con la validación de tales resultados. Esta consiste en la presentación de las propuestas digitalizadas ante expertos en la especialidad del diseño a la que corresponde la pieza gráfica, quienes ofrecerán observaciones por tomar en cuenta en el siguiente nivel de visualización. 19

19. Rita Lisboa, RockContent, Focus Group: ¿qué es? Dic 6, 2019, visitado el 14/10/2024 <https://rockcontent.com/es/blog/focus-group/>



Este proceso se realizó mediante la implementación de una técnica conocida como grupo focal. El grupo focal es una técnica de investigación cualitativa en la que se organiza una reunión entre varios participantes para que puedan compartir su opinión y responder a preguntas en relación con un tema en particular. El grupo focal permite conseguir información clave que oriente al diseño de un proyecto hacia una solución adecuada a su público u objetivos.

Para la puesta en práctica de la técnica del grupo focal, se elaboró y utilizó un guion de preguntas como instrumento guiar a los participantes. (Ver anexo 2).

Participantes de la validación profesionales del diseño

Se contó con la participación de cinco diseñadores con experiencia en el ámbito de producción, campañas, estrategias y creación de contenido en redes sociales:

- Nadia Estrada - *Freelance* de contenido digital para Vana y Forza. Experiencia 3 años y medio (Diseñadora *Mid*).
- Sofia Galicia - *Freelance* para marcas externas (Estados Unidos). 6 años de experiencia (Diseñadora *Senior*).
- Joaquín Martínez - director creativo para Campero y Quezalteca 7 años de experiencia.
- Samantha Aparicio - 7 años de experiencia - Actualmente trabajando en Cofiño Stalh.
- Esdras David Eduardo Icó Pérez - Diseñador para ECOSABA R.L

Experiencia de 1 año y 2 meses.
Observaciones y recomendaciones recibidas:

1. Reducir la paleta de colores o no variar entre carruseles.
2. Reducir la cantidad de relojes utilizados.
3. Replantear la utilidad de recursos de imagen + fotografía + ilustración + colores + texto.
4. Mejorar redacción de la explicación del concepto creativo y cómo se relaciona con los elementos gráficos.
5. Unificar piezas independientes a lo que se ve en lo carruseles.
6. Hacer que el bebe de la imagen del post individual se vea más real.
7. Hacer el texto más grande y resumirlo de una mejor manera.

Observaciones recibidas por estudiantes del 10º ciclo

Similar a como se realizó en el nivel 1 de visualización de la pieza gráfica, los resultados de esta fase fueron presentados y expuestos a consideración de estudiantes de diseño gráfico de décimo ciclo, jornada matutina. De ellos, se recibieron las siguientes observaciones:

- Utilizar imágenes más llamativas que resalten el concepto y arreglar imágenes que parecen tristes. Sobre esos comentarios se agregaron los siguientes post individuales:



6.3 Nivel de visualización

III

El tercer nivel de visualización corresponde a la elaboración de mejoras en las piezas de diseño que se han venido desarrollando hasta el momento, con el propósito de acercar aún más la producción gráfica del mismo al resultado final. Este nivel también involucra la presentación de los avances ante las autoridades de la institución y miembros del grupo objetivo al que se encuentra destinado el proyecto. Para esta fase de la ejecución del diseño, se incluyó los carruseles y publicaciones independientes, dado las observaciones recibidas de parte de los expertos en el tema y la próxima presentación de los avances ante la institución.

A. Mejoras elaboradas a las piezas de diseño





TODO A SU TIEMPO

Los adolescentes deben disfrutar de su tiempo, vivir, reír y encontrarse a sí mismos.



DESAFÍOS EN PADRES ADOLESCENTES

Transición a la paternidad

Para los adolescentes, es aún más difícil porque no han terminado de desarrollarse. Pueden sentirse aislados, ansiosos y abrumados por su futuro, además de poco preparados para la paternidad.



Paz Joven

No comas ANSIAS



Paz Joven

NIÑOS NO CUIDAN NIÑOS



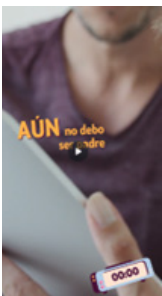
Paz Joven

TU DECIDES




Paz Joven

UN paso A LA VEZ



AÚN no debo ser padre





Autoridades de la institución y grupo objetivo.

Una vez finalizada la elaboración de mejoras a las piezas de diseño correspondiente al nivel 3 de visualización, se procedió con su validación. En este nivel, se requirió de la participación de autoridades de la institución y representantes del grupo objetivo al que está dirigido el proyecto. Para ello, se siguió la misma metodología descrita con anterioridad para el segundo nivel de producción gráfica; es decir, se volvió a implementar la técnica del grupo focal y un guion de preguntas como instrumento por utilizar.

Participantes de la validación - autoridades de la institución en Paz Joven Guatemala: se contó con la participación de cinco autoridades de la institución:

- José Méndez - comunicador Social en Paz Joven
- Brenda Azucena Salvador Gálvez - coordinadora de proyectos en Paz Joven
- William Adalberto Montoya Padilla - coordinador de proyectos en Paz Joven
- Astrid Coyoy García - asistente técnica en Paz Joven
- María Luisa Méndez - parte de la junta directiva en Paz Joven
- Nicolás López - asistencia técnica y monitoreador en Paz Joven

Participantes de la validación - representantes del grupo objetivo:

A la vez, se contó con la participación de cinco individuos (adolescentes de 13 a 17 años parte del voluntariado de paz joven Guatemala) como representantes del grupo objetivo durante el ejercicio de validación:

Heidy Milene López, Marta García, Lesly Danely Pérez, Anallely Pérez, Juana Ángela Camajá, Angélica María Camajá.

Observaciones y recomendaciones recibidas:

- Las imágenes generadas con la ia de estilo realista no captan la esencia que la organización busca.
- Hacer que las imágenes sean más apegadas al entorno nacional del interior.
- Utilizar ilustraciones con pieles de gamas cálidas y medias.
- Reducir el texto de las piezas y utilizar información específica de guía brindada.
- Cambiar el concepto creativo a una perspectiva más dirigida hacia la educación integral sexual y derechos reproductivos y no a posibles confusiones con abstinencia.
- Utilizar lenguaje variado e inclusivo cuando se habla de maternidad y paternidad.
- La composición de los elementos en el diseño de carruseles era correcta, gustó el elemento de papel roto.

Luego de esta validación se tuvieron en cuenta los comentarios, cambiando así el concepto creativo, su dirección sin perder el problema social y de comunicación. Se conservó la colocación de ciertos elementos, pero se cambió la paleta de color e ilustraciones utilizadas. Por lo que quedó de la siguiente manera:

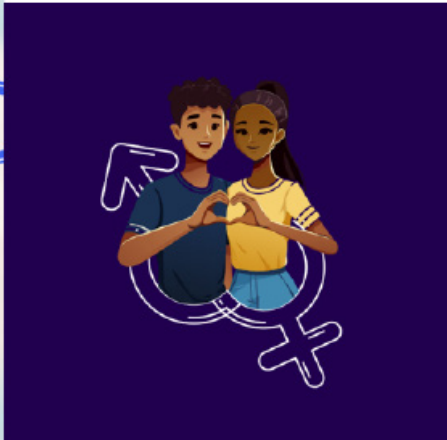




EL TEMA SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA no se acepta

En Guatemala el tema de Salud Sexual y reproductiva es tabú, hay muchas barreras aun por vencer. Las comunidades, familias, padres y amigos (as) repiten lo que han escuchado muchas generaciones atrás.

Es posible que en los tiempos en donde esas creencias cobraron vida, el conocimiento no era científico sino mítico y que las casualidades jugaran un papel importante.



 Paz Joven

MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS



Clasificación de MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS

Existen diversos métodos anticonceptivos y se pueden clasificar en 4:

SWIPE



MÉTODOS DE BARRERA

Condón masculino, femenino y Anillo vaginal

MÉTODOS HORMONALES

Inyecciones, pastillas anti-conceptivas, parches, Implantes hormonales y DIU o T de cobre

MÉTODOS PERMANENTES

Ligadura de trompas y vasectomía



SIGUE TODAS LAS REDES DE

 Paz Joven

PARA ENTERARTE DE MÁS



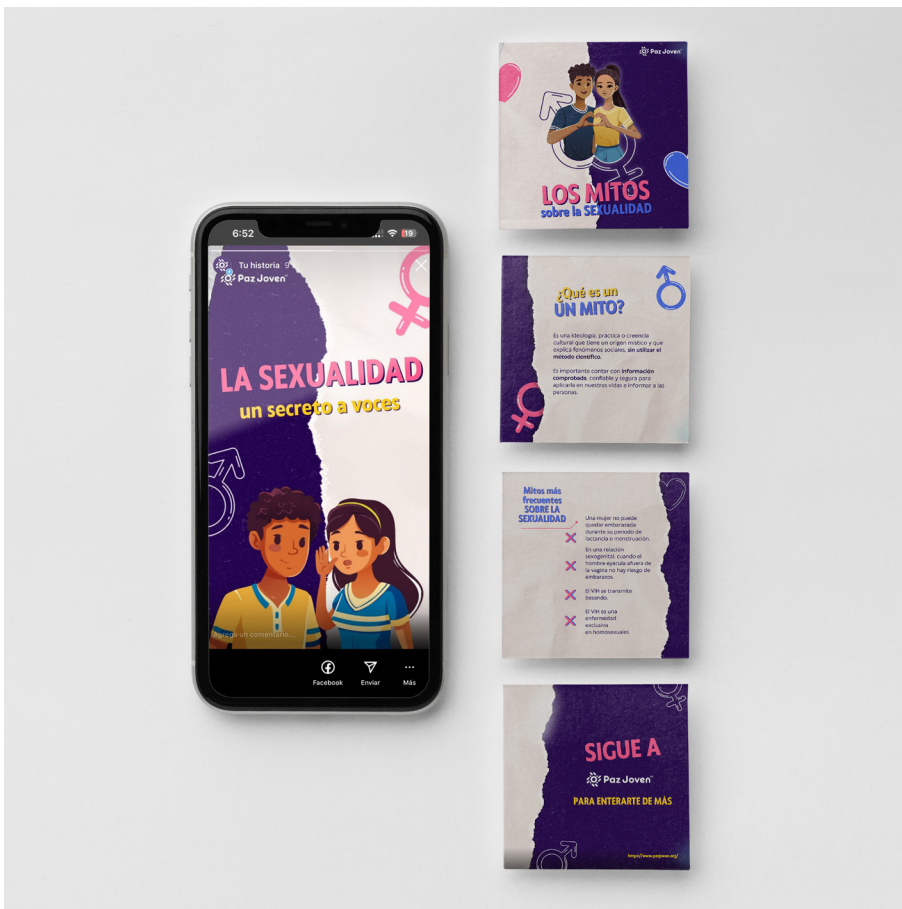
Tras haber realizado las modificaciones acordadas con los comentarios de la institución y grupo objetivo, se presentaron nuevamente las propuestas de diseño ante los estudiantes de décimo ciclo como un vistazo preliminar a los resultados finales de la producción gráfica. En esta ocasión, se obtuvieron las siguientes observaciones:

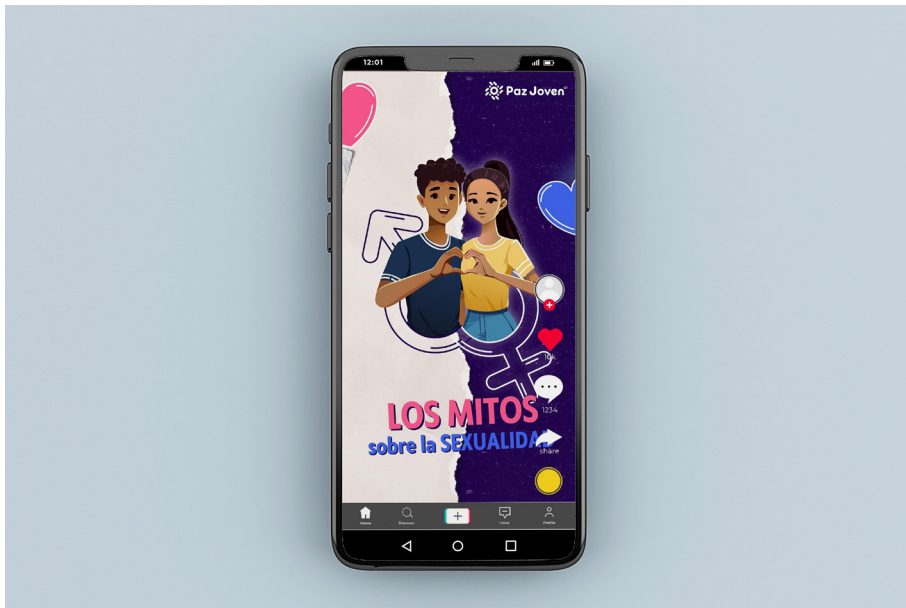
- Reducir el texto, considerar colocar como *copys* información importante que se quite de la pieza gráfica.
- Corregir la posición de la mano en la pieza portada de carrusel.
- Hacer que se note más el color del cabello oscuro sobre color negro y hacer resaltar la piel iluminándola un poco sin que deje de ser una persona morena.
- Se hizo el comentario de que la propuesta tenía una mejor vista, con una mejora en la paleta de colores y más encaminada.

6.4 Resultado final - reafirmando elementos









6.5 Fundamentación técnica

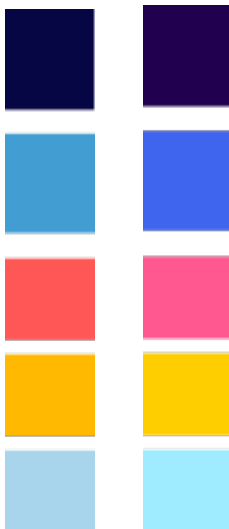
Ya presentados los resultados finales de la producción gráfica de la pieza de diseño, se describe a continuación una breve fundamentación técnica de los criterios de diseño gráfico que prevalecieron para su desarrollo.



A. Formato: el formato de la pieza de diseño obedece a lo establecido en las premisas durante la estrategia creativa; por ende, el formato que se utilizó corresponde al tamaño en pixeles 1080px x 1080px y de 1920px x 1080 para las historias. Esta decisión sigue los lineamientos establecidos por la propia institución para la producción de publicaciones en sus redes sociales.

B. Código cromático: a diferencia de lo que se describió en el capítulo anterior durante las premisas de diseño, la paleta de colores que constituye el código cromático de la pieza se cambió. En su lugar, se utilizó una variante de los colores de la institución, pero moviéndolos a un tono más brillante y digital. Esta última corresponde a un uso predominante de tonos azulados análogos en una armonía complementaria con el tono amarillo brillante y rosas de acuerdo con los conceptos básicos de la teoría del color.

Paleta institucional frente a paleta para el proyecto A:



C. Código tipográfico: para razones de la producción gráfica de la pieza de diseño, se utilizó la familia tipográfica Klein, tipografías pertenecientes a la categoría del palo seco (o san serif). Este grupo de tipografías se caracteriza por contar con un carácter moderno, neutro y minimalista. Además, poseen una óptima legibilidad adecuada para medios digitales, lo cual reduce la fatiga visual procedente de las pantallas de varios dispositivos. La ausencia de remates y terminales les permite gozar de una lectura más fácil a tamaños pequeños en comparación a las tipografías serif. Klein forma parte de la carpeta tipográfica brindada por la institución, se utilizó en los títulos Klein condensed y su versión regular para textos.



Figura 26: Imagen de familia tipográfica Klein. Fuente: <https://www.fontspring.com/fonts/zetafonts/klein>

HEX	HEX	HEX	HEX	HEX
#9FEBFF	#FFCE00	#FF578F	#3F65EF	#21004F
RGB	RGB	RGB	RGB	RGB
159, 235, 255	255, 206, 0	255, 87, 143	63, 101, 239	33, 0, 79
HSL	HSL	HSL	HSL	HSL
193, 100%, 81%	48, 100%, 50%	340, 100%, 67%	227, 85%, 59%	265, 100%, 15%
HSV	HSV	HSV	HSV	HSV
193, 38%, 100%	48, 100%, 100%	340, 66%, 100%	227, 74%, 94%	265, 100%, 31%



D. Código icónico-visual: el código icónico-visual implementado en la pieza gráfica se compone de la combinación de ilustración con el recurso de juego de capas con las imágenes, más concretamente de papel roto claro contrastando con un bloque de color azul oscuro.

Los elementos ilustrados como son personajes que hacen referencia al contenido del post son amigables para encajar con las edades del grupo objetivo. En la combinación tipográfica se utilizó el recurso de jugar con la rotación para hacerlo más llamativo, variar los tamaños para una jerarquía de importancia y que los colores neones resalten sobre el fondo azul oscuro.



**EL TEMA SALUD SEXUAL
Y REPRODUCTIVA
no se acepta**



Figura 27: Capturas tomadas de piezas del presente proyecto

E. Código lingüístico: el código lingüístico utilizado a lo largo de las publicaciones corresponde a un lenguaje técnico de sociología educativo afín a las ramas de la educación sexual y los derechos reproductivos. La primera de estas se refiere a la presencia estadísticas sociales del INE. Por otro lado, se refiere a la sexualidad, ya que es necesario saber qué lenguaje utiliza para expresarse, cómo se nombran las partes del cuerpo o las conductas sexuales y qué connotaciones se les da. “Emplear un vocabulario adecuado es útil para que haya un entendimiento común.

También para desmitificar y quitar la carga negativa que a menudo tienen las palabras relacionadas con la sexualidad. No obstante, se puede tener cierta flexibilidad y permitir que, en alguna ocasión, se utilice un lenguaje popular.

El sexismo en el lenguaje es una de las manifestaciones más claras de trato no igualitario entre mujeres y hombres en la sociedad. También evitar un uso sexista del lenguaje debe ser un objetivo prioritario en un programa de educación afectivo-sexual.” 20

20. Ministerio de Educación Sexual, Formación Profesional España. *La Educación Sexual, el lenguaje sobre la sexualidad*, visitado el 16/10/2024. <https://formacion.intef.es/aulaabierto/mod/book/view.php?id=4749&chapterid=6028>

6.6 Lineamientos de la puesta en práctica

Para asegurar la correcta implementación de las piezas gráficas desarrolladas en este proyecto, a continuación, se detallan las especificaciones técnicas y tecnológicas requeridas para su adecuado uso y optimización.

A. Componentes del proyecto:

Se hará entrega a la institución de los siguientes archivos digitales dado el método de visualización establecido para la pieza gráfica:

Archivos editables, lo que incluye:

- Editables de illustrator .AI de las ilustraciones en las que se desarrollaron para el proyecto.
- Archivos editables en link abierto de canva para su posible cambio.
- Archivos comprimidos de los JPG en alta resolución requeridos para su publicación en las redes sociales de paz joven Guatemala.
- PDF con estrategia digital. La cual se trabajó durante EPS con fechas probables para publicaciones.

B. Especificaciones técnicas:

publicaciones cuadradas y verticales en formato digital para la organización pazjoven Guatemala, que forman parte de una estrategia en redes sociales. Elaborado a través del programa Adobe illustrator 2024 original y juntado en la aplicación Canva. Formato de visualización de post cuadrados de 1080px. Y de historias y reels de 1920 x 1080px.

C. Condiciones de uso

Se hará entrega de las piezas gráficas a la institución a través de vía digital en link de drive proporcionado por la institución. Esta entrega incluirá los componentes descritos anteriormente. Las piezas gráficas finales consisten en archivos jpg y mp4 en alta y media calidad. La publicación de este material se realizará por medio de las redes sociales de paz joven Guatemala:


- <https://www.instagram.com/pazjovengt/> Instagram
- <https://www.facebook.com/Paz-JovenGt> facebook
- https://www.tiktok.com/@pazjovengt?_t=8qnZyA48HIW&_r=1 Tik tok
- <https://x.com/pazjovengt?s=11> x / twitter

D. Condiciones de reproducción

Dado que es un contenido gráfico para plataformas digitales, no se debe realizar una reproducción física de la pieza sin haber realizado las adaptaciones necesarias, como corrección de modo de color. En caso fuese necesario, exportar un ejemplar en PDF a partir de los archivos editables, se debe evitar realizar la exportación de los archivos a bajo valor de compresión siguiente: Calidad JPEG: Alta Resolución: (ppp) 300.

6.7 Aporte económico del estudiante

A continuación, se expone el aporte económico que el estudiante realizó, a la institución mediante el desarrollo de este proyecto:



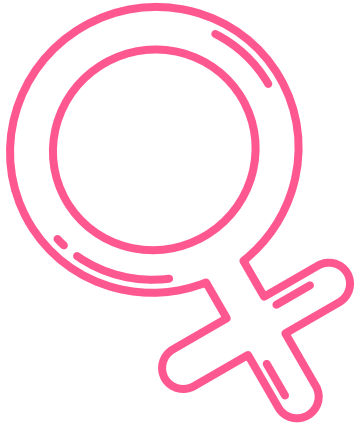
DESCRIPCIÓN	VALOR
COSTOS FIJOS	Q. 1.041.41
Servicio de agua	Q. 67.00
Servicio de luz	Q. 208.00
Servicio de teléfono	Q. 93.41
Servicio de internet	Q. 193.00
<i>Software creative cloud</i>	Q. 480.00
COSTOS VARIABLES	Q. 413.00
Útiles de oficina	Q. 23.00
Fotocopias y tinta	Q. 90.00
Teléfono celular con redes	Q. 300.00
SERVICIOS PROFESIONALES DE DISEÑO	Q. 27 160.16
Elaboración de plan operativo, investigación y diagnóstico	Q. 3 500.00
Elaboración del <i>brief</i>	Q. 800.00
Elaboración del concepto creativo e <i>insight</i>	Q. 1110.00
Bocetaje	Q. 400.00
Creación de ilustraciones	Q. 3000.00
Diseño de post	Q. 8 550.00
Edición de <i>reels</i>	Q. 9 500.16
Validación de resultados (tres niveles)	Q. 300.00
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO	Q. 217.90
HONORARIOS DE DISEÑO	Q. 15 000.00
SUBTOTAL	Q. 42 377.09
IMPUESTOS	Q. 7,204.23
Impuesto al Valor Agregado - IVA -	Q. 5 085.34
Impuesto Sobre la Renta - ISR -	Q. 2 118.89
TOTAL	Q. 49 582.14

Tabla 4: Tabla de preseupuesto final de aporte del estudiante a la asociación.
Fuente: realización propia.

En resumen, se expusieron los resultados de la producción gráfica de la pieza de diseño a través de tres niveles de visualización, junto con sus respectivas validaciones, la justificación de los códigos de diseño utilizados, y otras decisiones del proceso. Además, se destacó el

valor económico del estudiante que ha aportado a la institución.

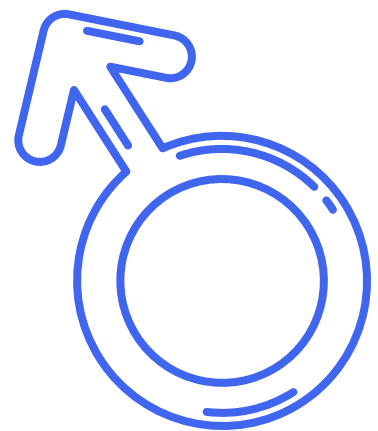
En el próximo capítulo se ofrecerá una síntesis del proyecto, abarcando las conclusiones, recomendaciones y las lecciones aprendidas a lo largo del desarrollo.

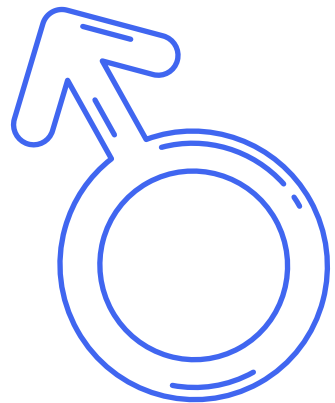
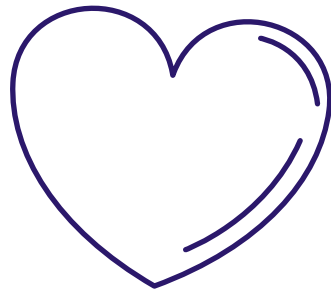
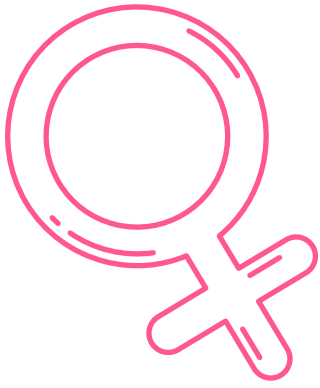


Capítulo 07

Síntesis del proyecto

En el capítulo anterior se trató la producción gráfica de la solución propuesta para este proyecto. En el presente capítulo se documentarán los aspectos más importantes ocurridos durante la fase de planificación, ejecución y evaluación. Esto se llevará a cabo mediante la presentación de conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas de esta intervención.







7.1 Conclusiones

- Se colaboró con la organización Paz Joven Guatemala para controlar y reducir el embarazo adolescente, impulsando la educación integral de la sexualidad, utilizando materiales gráficos visuales para las redes sociales, Facebook e Instagram a través de publicaciones post, historias, videos, *reels* y YouTube *shorts*.
- Se informó a los adolescentes de Chichicastenango Quiché para que conozcan las verdades acerca de la sexualidad y sus derechos reproductivos con el fin de reducir la cifra de embarazos no deseados y que se siga fomentando la educación sexual interina a través de materiales informativos para redes sociales.
- Se diseñó una estrategia educativa para las redes sociales Instagram y Facebook con el fin de hacer entender a los adolescentes lo grave que es desconocer sobre cómo funcionan los temas de embarazo y sexualidad, a través de las redes sociales de Paz Joven Guatemala.

7.2 Recomendaciones

A. A Paz Joven Guatemala

- Seguir con la creación de publicaciones digitales orientadas a compartir material educativo sobre sexualidad. Ya que la información y datos de este tipo sirve para toda la vida, como se considera tabú sirve para distintas edades, no solo en el interior, sino también en la capital. Enfatizar en los lugares necesitados es de suma importancia, pero atender nichos a los que nunca se ha educado también es importante.



- Continuar brindando a los futuros estudiantes de Proyecto de Graduación I y II la oportunidad de participar en las actividades de la institución. El material digital creado en este proyecto enfatiza la relevancia del diseño gráfico en la divulgación y educación sobre temas de sexualidad integral, especialmente en vista de la situación actual del alto índice de embarazo adolescente del país y las carencias de información que persisten al respecto.
- Si se aceptan más especialistas universitarios, se debe procurar brindar varios contactos con quienes abocarse, ya que en la institución muchas personas están muy ocupados en ciertos momentos y no siempre una sola persona puede pasar la información. Facilitar la comunicación hará que el trabajo sea más efectivo y rápido.

B. A la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala

- Procurar que los contenidos que se ve en la asignatura de Desarrollo y gestión de proyectos vayan más acordes y encaminados a lo que se imparte realmente en Proyecto de graduación I.
- Coordinar una posible reunión física o virtual con la persona que firma la carta de compromiso y

uno de los catedráticos de décimo ciclo, para crear una red de comunicación más estable y un sentimiento de responsabilidad más grande por parte de la institución.

C. A futuros estudiantes de los cursos Proyecto de Graduación I y II

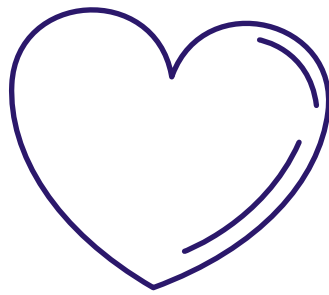
- Solicitar a la institución varios contactos para avocarse en caso de que la comunicación con el jefe inmediato será complicada.
- Mantener contacto con el tercer asesor y que de preferencia sea alguien de la organización, mandándole los cambios más grandes que se hacen durante el proceso de Proyecto de graduación I y II.
- Procurar tener listas a las personas que validarán el proyecto en los grupos focales o encuestas, ya que muchas veces será tardado conseguir 5 diseñadores expertos en el material que se realice al igual que las 5 personas de la organización y 5 personas del grupo objetivo, ya que este es uno de los motivos por los que muchas veces hay atrasos.

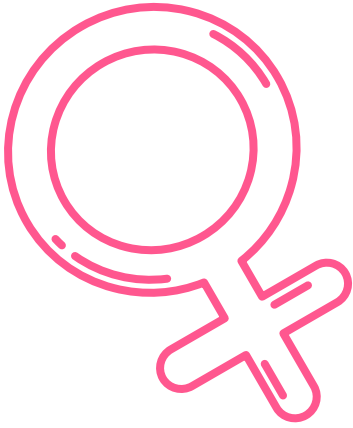


7.3 Lecciones aprendidas

- Sacar el mayor provecho de la creatividad y de los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera para alcanzar resultados óptimos en el proyecto, considerando siempre las diversas áreas del diseño que contribuyen a la elaboración de los materiales requeridos.
- En cuanto a los proyectos de graduación mostrados por compañeros e incluyendo este mismo aprendí la importancia de muchas problemáticas en el país, desde el trato que se les da a la fauna, flora y empleados de servicio hasta lo preciado que es tener un corazón sano, hay tanto que se hace mal por desconocimiento que hace que uno quiera seguir ayudando y difundiendo información para formar empatía en otras personas.
- La importancia del diseño como medio de comunicación, ya que cuando un trabajo se hace bien, la información llega de la mejor manera, cumple y a veces hasta supera las expectativas. Hay poder en el diseño, se pueden crear posturas, cambiar opiniones y pensamientos dependiendo de cómo lo utilizemos.

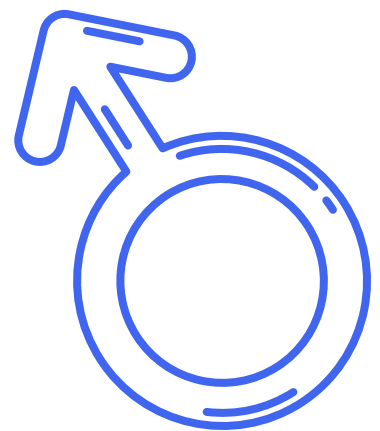
En conclusión, se presentó un resumen de los resultados alcanzados a lo largo del desarrollo de este proyecto, expresado mediante conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas en las etapas de planificación, ejecución y evaluación de esta intervención. Con este capítulo se da cierre al informe de graduación.





Referencias

Y Anexos





Referencias electrónicas

1. Guttmacher, por Ana Silvia Monzón, Sarah Keogh, Ana Lucía Ramazzini, Elena Prada, Melissa Stillman y Ellie Leong, La educación en sexualidad en Guatemala debe implementarse a fondo para responder a las necesidades de las y los adolescentes, JUNIO 6, 2017, <https://www.guttmacher.org/es/news-release/2017/la-educacion-en-sexualidad-en-guatemala-debe-implementarse-fondo-para-responder>
2. Paz Joven Guatemala, blogueras por la igualdad, romper el tabú de la educación sexual Ana Maria Miranda / Chiquimula, visitado el 08/08/2024
3. Asociación Paz Joven Guatemala, Quiénes somos, Temas prioritarios, (Última vista el 06/05/2024). <https://pazjoven.org/quienes-somos/>
4. Javimarketer, Fundador y Director de SéOnline Ingresos por nivel socioeconómico en Guatemala, 12 de julio de 2024 última actualización, <https://seonline.marketing/blog/ingresos-nivel-socioeconomico-guatemala/>
5. Enrique Rus Arias , 31 de agosto, 2020, Flujograma: QU, ventajas y cómo hacerlo, <https://economipedia.com/definiciones/flujograma.html>
6. web Tigrenator, que funciona calculando tarifas de diseño y servicios creativos freelancer: <https://www.tigrenator.com/calculator>
7. Martínez Lanz, Patricia; Waysel, K. Romano DEPRESIÓN EN ADOLESCENTES EMBARAZADAS Enseñanza e Investigación en Psicología, vol. 14, núm. 2, julio-diciembre, 2009, <https://www.redalyc.org/pdf/292/29211992004.pdf>
8. *Fundación Plan International, Embarazo adolescente*



o embarazo precoz, <https://plan-international.es/girls-get-equal/embarazo-adolescente>

9. Riesgos y complicaciones asociados al embarazo en la adolescencia, Rev Ciencias Médicas vol.25 no.5 Pinar del Río sept.-oct. 2021 Epub 01-Sep-2021, http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1561-31942021000500025#B2
10. Real Academia Española, Diccionario panhispánico de dudas, TABÚ, visitado por última vez el 07/05/2024, <https://www.rae.es/dpd/tab%C3%BA>
11. Embarazos en niñas y adolescentes en Guatemala, OSAR Guatemala – Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva, 2021, <https://osarguatemala.org/wp-content/uploads/2022/05/Hoja-informativa.pdf>
12. Romper el tabú de la educación sexual, Ana maría miranda -Paz Joven gt / Chiquimula. Chiquimula, Blogueras por la igualdad, <https://pazjoven.org/articulo-blogueras/romper-el-tabu-de-la-educacion-sexual/>
13. El blog areandina, Por Melanie Ceballo, Oct 23, 2023, ¿Qué es el diseño gráfico y cuál es su importancia?, <https://www.areandina.edu.co/blogs/que-es-el-diseno-grafico-y-su-importancia>
14. Mayo 2024. Copyright 2024 Ferring S.A, ¿QUÉ ES UN REEL EN INSTAGRAM?, https://goferring.es/que_es_un_reel_en_instagram/
15. Por Guillermo Arduino, CNN Publicado a las 01:44 ET (05:44 GMT) 6 agosto, 2020, Reels, la nueva herramienta de Instagram, <https://cnnespanol.cnn.com/video/reels-instagram-tik-tok-clix-guillermo-arduino/#:~:text=%22Reels%22%2C%20el%20nuevo%20producto,Reino%20Unido%2C%20entre%20otros%20pa%C3%ADses.>



16. AND Studio, Qué es un concepto creativo publicitario y cómo se utiliza en comunicación, <https://adnstudio.com/que-es-un-concepto-creativo-publicitario-y-como-se-utiliza-en-comunicacion/>
17. Neuronilla creatividad integral, La flor de loto (técnica MY), 20 de marzo de 2018, <https://neuronilla.com/la-flor-loto-tecnica-my/>
18. Design Thinking en español, Mapa de empatía, <https://designthinking.es/mapa-de-empatia/>
19. Rita Lisboa, RockContent, Focus Group: ¿qué es? Dic 6, 2019, visitado el 14/10/2024 <https://rockcontent.com/es/blog/focus-group/>
20. Ministerio de Educación Sexual, formación profesional España. La educación sexual, El lenguaje sobre la sexualidad, visitado el 16/10/2024. <https://formacion.intef.es/aulaenabierto/mod/book/view.php?id=4749&chapterid=6028>

Anexos

Instrumentos de validación

Estas preguntas fueron:

¿Considera que la familia tipográfica seleccionada transmite y o refleja el concepto?

¿Las imágenes utilizadas transmiten el mensaje deseado?

¿El insight y concepto son apropiados para la estrategia?

¿La paleta de color utilizada ayuda a transmitir el mensaje?

¿Como ve el peso y la jerarquía de las piezas?

Capturas de validación

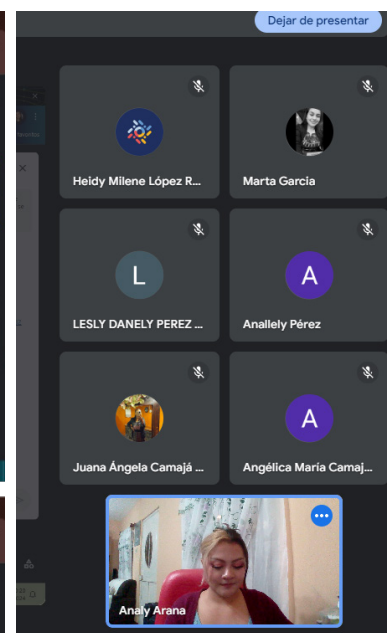
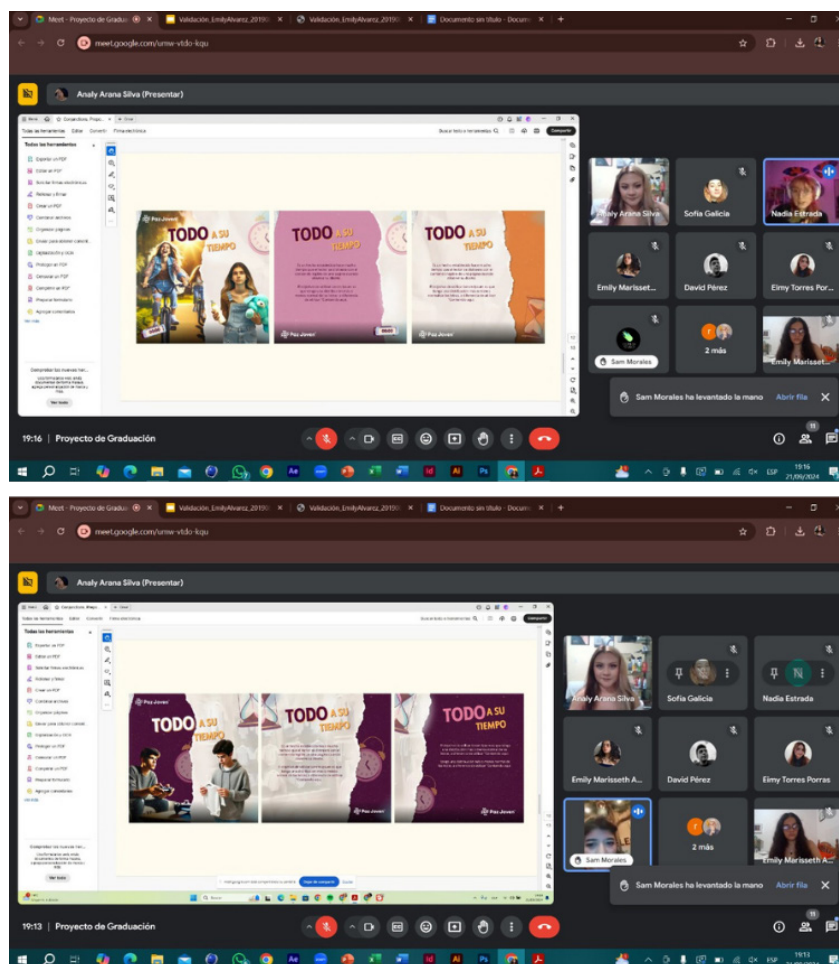
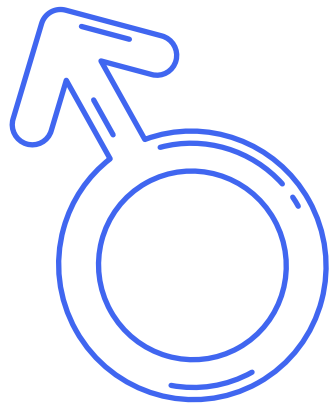
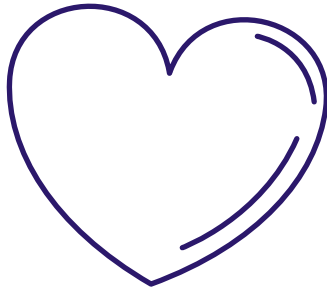
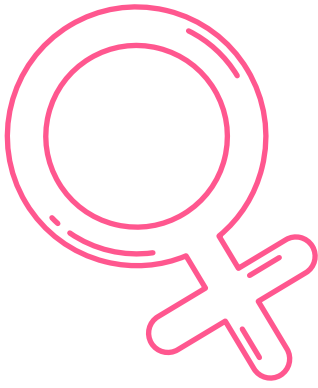


Figura 28: Captura de pantalla de validación con el grupo objetivo brondado por la asociación Paz Joven Guatemala.

Figura 29 y 30: Captura de pantalla de validación con diseñadores gráficos expertos en el area de creación para redes sociales.



Virsa Valenzuela Morales -Licenciada en Letras
33 avenida "A" 10-79 zona 7 Tikal 2- Teléfono 59824483

Nueva Guatemala de la Asunción, 18 de marzo de 2026


Arquitecto
Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación **Estrategia en redes sociales para educar sobre la salud reproductiva y sexual en adolescentes para la asociación Paz Joven Guatemala en el municipio de Chichicastenango Quiché**, de la estudiante **Analy Arana Silva**, de la Facultad de Arquitectura, carné universitario **201804476**, previo a conferírsele el título de **Diseñador Gráfico** en el grado académico de Licenciado.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación presentado cumple con la calidad técnica y científica requerida.

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


Dra. Virsa Valenzuela Morales
No. de colegiada 6,237

Virsa Valenzuela Morales
Licenciada en Letras
Colegiada No. 6237

Observaciones: el documento de 112 páginas fue revisado en formato pdf, según puede verse en el original enviado a la estudiante.

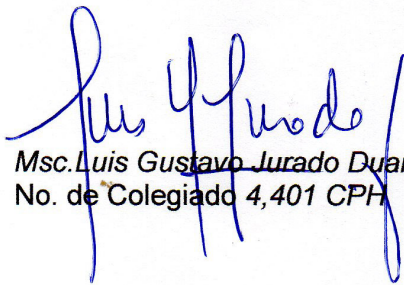
“Estrategia en redes sociales para educar sobre la salud reproductiva y sexual en adolescentes para la asociación Paz Joven Guatemala en el municipio de Chichicastenango Quiché”

Proyecto de Graduación desarrollado por:



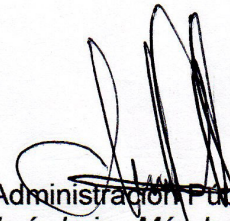
Analy Arana Silva

Asesorado por:



Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte
No. de Colegiado 4,401 CPH

Imprímase:



Administración Pública
Mgtr. María Luisa Méndez Cabrera
No. de Colegiado 34,417



“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA