



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

**Campana de divulgación para la  
prevención de las infecciones de  
transmisión sexual promoviendo el  
uso del condón.**

**Proyecto de Graduación presentado por:  
Mario Alberto Ramírez Donis  
Guatemala, Noviembre 2008.**





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



arquitectura

**Campaña de divulgación para la  
prevención de las infecciones de  
transmisión sexual promoviendo  
el uso del condón.**

Guatemala, Noviembre 2008  
Mario Alberto Ramírez Donis  
2002 17989

## ● **Nómina de autoridades**

### **JUNTA DIRECTIVA FACULTAD DE ARQUITECTURA**

**DECANO:**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo.

**VOCAL I:**

Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz.

**VOCAL II:**

Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes.

**VOCAL III:**

Arq. Carlos Enrique Martini Herrera.

**VOCAL IV:**

Br. Carlos Alberto Mancilla Estrada.

**VOCAL V:**

Secretaria Liliam Rosana Santizo Alva.

**SECRETARIO:**

Arq. Alejandro Muñoz Calderón.

### **TRIBUNAL EXAMINADOR**

**DECANO:**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo.

**SECRETARIO:**

Arq. Alejandro Muñoz Calderón.

**EXAMINADORES Y ASESORES:**

Licda. Lourdes Pérez.

Licda. Claudia Leal.

Licda. Mónica Noriega.

## Dedicatoria

**A Dios**, porque me permitió llegar hasta aquí y terminar uno de los sueños más grandes de mi vida, Él me ha dado todo lo que tengo, lo que soy y sé que siempre estará conmigo.

**A mis padres, Zoily de Ramírez y Fernando Ramírez**, porque ellos me han enseñado el valor de las cosas, que un beneficio necesita un sacrificio y por todo el amor y el apoyo que me han dado durante mi vida y mi carrera universitaria, por su paciencia y tolerancia y porque mis sueños son sus sueños.

**A mis hermanos**, Fernando Ramírez, Virginia Ramírez y Paola Spillari, gracias por estar conmigo apoyandome a cumplir este y muchos proyectos.

**A Lesli Hidalgo**, por acompañarme y compartir este sueño, porque es una bendición que esté en mi vida y por todo el apoyo y paciencia que me ha tenido.

**A mi familia**, porque se que ellos están pendientes de mí, apoyándome en todo mis proyectos y en especial a mi abuelita Mercedes de Flores.

## ● **Agradecimientos**

---

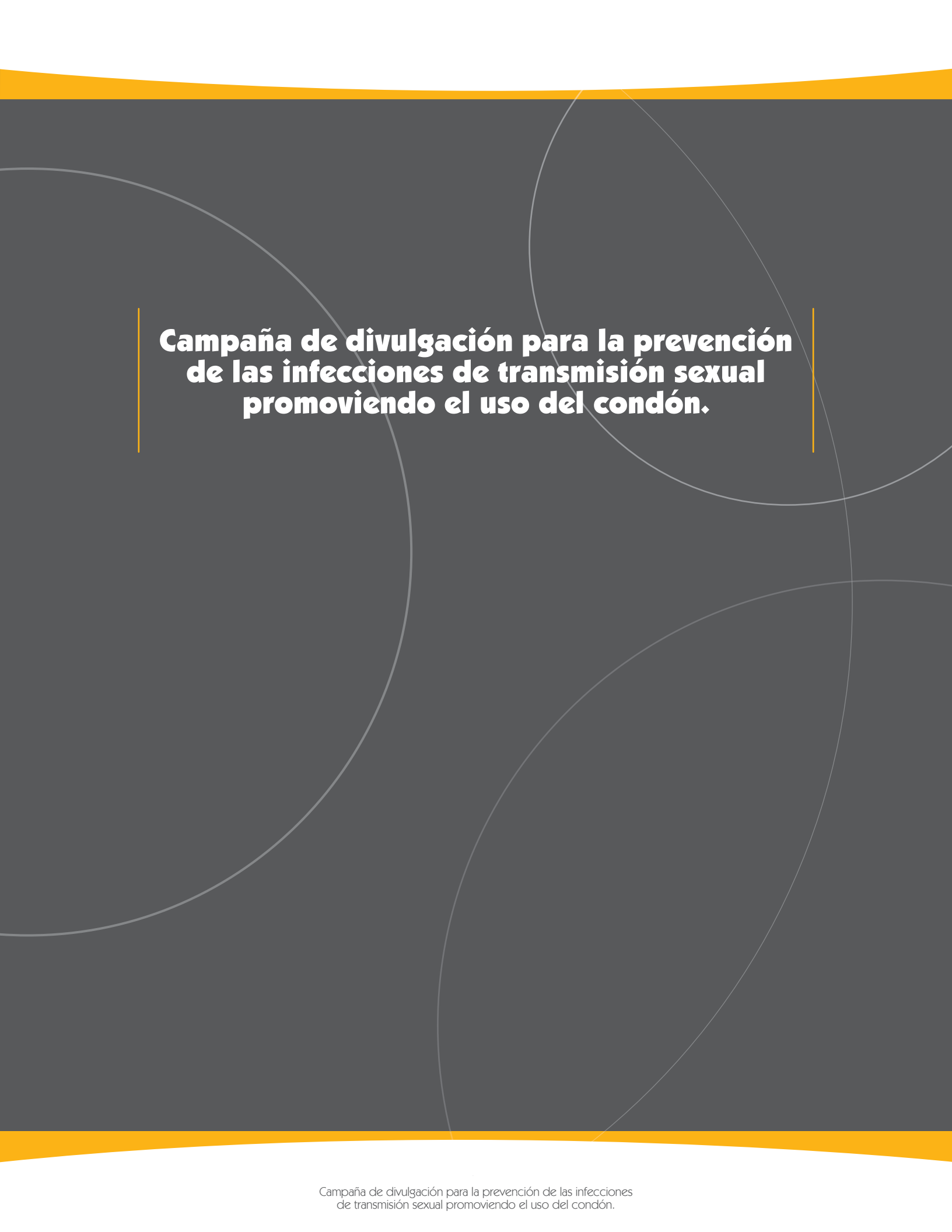
A la Facultad de Arquitectura y a la Escuela de Diseño Gráfico porque ahí estuve estudiando, molestando y viviendo muchas experiencias inolvidables.

A mis amigos, porque estuvimos compartiendo muchos proyectos durante la carrera y ahora vivimos este sueño de haber concluido nuestra carrera.

A mis catedráticos, por el tiempo que me dieron dentro y fuera de las clases, compartir sus experiencias y talentos; y motivarme a seguir interesado en experimentar todo lo relacionado con la creatividad, en especial al Arq. Felipe Hidalgo por enseñarme desde un principio los conceptos fundamentales del diseño.

A mis supervisoras Licda. Lourdes Pérez, Licda. Claudia Leal y Licda. Mónica Noriega por el tiempo y el interés que tuvieron con mi proyecto. Gracias por toda la paciencia, apoyo y la amistad que me han dado y siguen dándome.





**Campana de divulgación para la prevención  
de las infecciones de transmisión sexual  
promoviendo el uso del condón.**





# Índice

Presentación 11

## ● **Capítulo 1: Notas Introductorias 13**

Antecedentes 14  
Perfil del Cliente 14  
Problema 15  
Justificación 15  
Objetivos 16

## ● **Capítulo 2: Marco referencial. 17**

Marco contextual y análisis de la audiencia. 18  
Sobre el contexto 18  
Sobre el grupo objetivo 18  
Sobre la temática 19  
Concepto Creativo 21  
Método de diseño 22  
Estrategias de comunicación 22

## ● **Capítulo 3: Propuesta gráfica 23**

Descripción del proceso de bocetaje 24  
Criterios de jerarquización y  
selección de la propuesta final 25  
Fundamentación 25  
Propuesta gráfica final 26

## ● **Capítulo 4: Validación. 35**

Estrategia para la recolección de información 36  
Información sobre el cliente 36  
Información sobre diseñadores gráficos 36  
Información sobre el grupo objetivo 37  
Resultados 38

## ● **Capítulo 5: Propuesta Operativa 43**

Plan de medios 44  
Duración y distribución del material 45  
Pesupuesto 46

Conclusiones 47  
Bibliografías 48  
Glosario 49  
Anexos 50



## ● Presentación

La presente Tesis trata acerca de una campaña de divulgación para la prevención de las infecciones de transmisión sexual promoviendo el uso del condón. Está enfocado principalmente a los estudiantes del horario nocturno de la Universidad de San Carlos de Guatemala, específicamente dentro del Campus Central.

La campaña se realizó para el Programa para la Prevención de las ITS, VIH y SIDA (PPIVS) que se encuentra en el 3er nivel del edificio de Bienestar Estudiantil dentro del campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Para la realización de dicha campaña se utilizaron diferentes medios de comunicación tales como afiches, volantes, trifoliales, botones, lapiceros, adhesivos, entre otros para poder persuadir al estudiantado.

El material será entregado a los estudiantes por medio de los voluntarios del PPIVS en puntos estratégicos del Campus Central en donde haya mas tráfico de estudiantes.

Para desarrollar este proyecto se realizó una investigación bibliográfica y de campo acerca de las ITS y la cantidad y calidad de información que los estudiantes tienen acerca de las mismas. Todo esto se detalla claramente en cada capítulo del proyecto, desde los antecedentes, problema, justificación, perfil del cliente, grupo objetivo, objetivos general y específicos, concepto creativo, bocetaje, validación, la propuesta grafica final y su fundamentación, los lineamientos para la puesta en práctica, anexos y bibliografías tanto de libros como de sitios web consultados. Cada una de estas fases estan claramente detallados para la correcta realizacion de la campaña.

Todos los datos consignados permitirán visualizar la correcta realización de cada fase de la *Campaña de divulgación para la prevención de las infecciones de transmisión sexual promoviendo el uso del condón* y por ende la total comprensión del propósito de esta Tesis.





## **Capítulo 1: Notas Introductorias.**

## Antecedentes

La División de Bienestar Estudiantil Universitario en conjunto con Médicos del Mundo forman en el 2006 el Programa para la Prevención de las ITS, VIH, y SIDA –PPIVS- que tiene como principal objetivo contribuir a disminuir las posibilidades de transmisión de las Infecciones de Transmisión Sexual, VIH y SIDA, enfocándose principalmente en la Universidad de San Carlos de Guatemala en el Campus Central.

Para cumplir sus objetivos se apoyan en material gráfico impreso y en la realización de campañas de divulgación dentro del Campus Central para informar a los estudiantes acerca del peligro de adquirir enfermedades al tener relaciones sexuales sin utilizar condón o preservativo con lo cual se espera disminuir el contagio de infecciones y de los embarazos no deseados, siendo, en ocasiones, la causa por la que muchos estudiantes no concluyan sus estudios.

## Perfil del Cliente -PPIVS-

### UBICACIÓN

Oficina 21 de la Unidad de Salud en el 3er nivel del edificio de Bienestar Estudiantil Campus Central de la Universidad de San Carlos. Tel: 2443 9633 extensión 1167.

### MISIÓN

Contribuir a disminuir las posibilidades de las Infecciones de Transmisión Sexual, VIH y SIDA en la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central, Centro Metropolitano Universitario –CUM- y en los Centros Regionales de Quetzaltenango, San Marcos y Chiquimula.

### LINEAS DE ACCIÓN

1. Informar a la Comunidad Universitaria sobre la prevención efectiva de las ITS/VIH/SIDA.
2. Aprovechar los medios propios de la USAC para realizar campañas informativas.
3. Facilitar el acceso e información sobre el uso de preservativos.
4. Crear condiciones para que la Comunidad Universitaria tenga acceso a pruebas voluntarias y anónimas de VIH, así como de la consejería apropiada.
5. Convertir a la Unidad de Salud de Bienestar Estudiantil en un “puesto centinela” que se una a los esfuerzos nacionales de prevención del VIH/SIDA.

6. Incidir en las autoridades universitarias para que la USAC institucionalice acciones de información y prevención de las ITS/VIH/SIDA.

Además, buscar favorecer espacios y dinámicas que potencien la ejerción y la demanda del respeto y los derechos sexuales y reproductivos.

### OBJETIVOS

Ayudar a reducir el avance de la epidemia VIH/SIDA en Guatemala.

Disminuir el riesgo de transmisión de ITS/VIH/SIDA en la Comunidad universitaria.

Mujeres y hombres de la comunidad universitaria conocen acerca de sus derechos sexuales y reproductivos y exigen su derecho a protegerse.

Realización de las pruebas rápidas en la consulta externa.

### ACTIVIDADES

1. Realizar encuestas con el fin de obtener información de la comunidad universitaria sobre los conocimientos, actitudes y prácticas con respecto al comportamiento sexual, las ITS y el SIDA. De esa manera hacer una campaña de información y formación efectiva.

2. Campañas abiertas de información y sensibilización a través de material impreso.

3. Realización de tres festivales por la vida.

Se programan distintas actividades creativas y recreativas para sensibilizar a la Comunidad Universitaria en la noción de sexo seguro.

Durante estos festivales se organizaran actividades deportivas, culturales y académicas.

4. Implementar en el campus universitario y el CUM,

una estrategia de distribución de preservativos económicos, pero de calidad, en cada unidad académica.

5. Realización de pruebas rápidas de VIH en la consulta externa de Bienestar Estudiantil.

6. Realización de dos investigaciones en el tema ITS/VIH/SIDA por los estudiantes en EPS / EPSUM.

## Problema

Los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala son un grupo vulnerable a las infecciones de transmisión sexual por lo que se hace necesario informar sobre el uso correcto del preservativo. Ésto contribuye a que muchos de ellos no logren concluir sus estudios académicos en el tiempo mínimo estipulado, ya sea por una infección de transmisión sexual o por un embarazo no deseado. La ignorancia sobre el tema trae problemas como: no concluir sus estudios, enfermedades e incluso llevarlos hasta la muerte.

Los estudiantes saben de la existencia de las enfermedades de transmisión sexual, pero ignoran cuántas existen y las consecuencias de contraerlas, tampoco saben de los síntomas y su tratamiento. La enfermedad más conocida y la más temida es el SIDA (Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida), pero realmente no conocen sus síntomas y en ocasiones no saben cómo se transmite ya que existen muchos rumores que no son ciertos.

Debido a la carencia de información acerca de los riesgos de las infecciones de transmisión sexual, el Programa para la Prevención de las ITS, VIH y SIDA (PPIVS), la División de Bienestar Estudiantil Universitario (DBEU) y la ONG Médicos del Mundo buscan solventar este problema a través de material gráfico para difundir la precaución necesaria en los estudiantes acerca de las ITS. Razón por la cual, en esta Tesis se plantea el diseño de una estrategia de comunicación para realizar una *Campaña de divulgación para la prevención de las infecciones de transmisión sexual promoviendo el uso del condón* dentro del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala para informar y concientizar a los estudiantes sobre la responsabilidad de tener relaciones sexuales sin protección y las consecuencias que conlleva la misma.

## Justificación

En Guatemala hablar sobre el sexo o la sexualidad es considerado un tema tabú. Muchas familias carecen de información acerca de las enfermedades de transmisión sexual y por ello no logran informar a sus hijos sobre la precaución y cuidados de las mismas.

El Campus Central de la Universidad de San Carlos en el 2008 recibió a 19,319 estudiantes de primer ingreso y 107,650 estudiantes de reingreso, dando un total de 126,969 estudiantes.

La edad promedio de los estudiantes de la USAC es de 24 años y estos son jóvenes que comienzan a tener una vida sexual activa y de ellos dependerá el futuro de Guatemala así como el desarrollo o la disminución de las infecciones de transmisión sexual, es por eso que el Programa para la Prevención de las ITS, VIH y SIDA se enfoca principalmente en la población estudiantil del Campus Central de la Universidad de San Carlos.

El Programa para la Prevención de las ITS, VIH y SIDA cuenta con los recursos financieros y la infraestructura necesaria para desarrollar estas campañas de comunicación. La División de Bienestar Estudiantil Universitario y la ONG Médicos del Mundo apoyan económicamente este tipo de actividades ya que notan la urgente necesidad de informar correctamente a la población estudiantil acerca de las infecciones de transmisión sexual. Por medio de una campaña de divulgación se contribuirá en gran medida a prevenir, no solo las infecciones de transmisión sexual sino también embarazos no deseados.

## Objetivos

---

### GENERAL

Diseñar una campaña de divulgación dentro del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala para prevenir a los estudiantes sobre el riesgo de el contagio de enfermedades de transmisión sexual promoviendo el uso del condón o preservativo.

### ESPECÍFICOS

1. Diseñar el material gráfico como trifoliales, afiches, mantas vinílicas y volantes que se colocarán en puntos estratégicos dentro del Campus Central de la Universidad de San Carlos para comunicar a la mayor cantidad posible de estudiantes acerca de los beneficios de usar correctamente el condón o preservativo.

2. Diseñar material promocional como adhesivos, botones, pulceras y lapiceros que con la ayuda de el Voluntariado de la Universidad de San Carlos será repartido a la mayor cantidad posible de estudiantes dentro del Campus Central de la Universidad de San Carlos para dar a conocer el Programa para la prevención de las ITS, VIH y SIDA -PPIVS-. Este material también será utilizado para el lanzamiento y mantenimiento de la campaña de divulgación.





## **Capítulo 2: Marco Referencial.**

## MARCO CONTEXTUAL Y ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA

### Sobre el contexto

En Guatemala, el tema de las enfermedades de transmisión sexual es un tabú debido a la religión, los mitos que existen, la poca información y que la mayoría de los hombres guatemaltecos son machistas. Muchos no quieren utilizar el condón o preservativo al momento de tener relaciones sexuales, sin saber que con el preservativo están protegiendo a su pareja y a ellos mismos.

Un gran número de estudiantes que ingresa a la Universidad de San Carlos no sabe que existen varias enfermedades de transmisión sexual y no tienen el conocimiento del riesgo de contraer y tratar una enfermedad de ese tipo.

Es por ello que, con el apoyo de la División de Bienestar Estudiantil Universitario (DBEU) y la ONG Médicos del Mundo formaron el Programa para la Prevención de las ITS, VIH y SIDA (PPIVS) para poder informar a los estudiantes la gravedad de contraer una enfermedad de transmisión sexual y el uso correcto del preservativo.

### Sobre el grupo objetivo

#### Aspectos geográficos:

**País:** Guatemala.

**Ubicación:** Ciudad Capital, Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

#### Aspectos psicográficos:

**Clase social:** Media, media baja y baja.

**Estilo de vida:** la mayoría son personas que trabajan en jornada de tiempo completo. Estudian para conseguir un mejor puesto de trabajo y tener mejor sueldo. Les gusta salir a divertirse con sus amigos, conocer a muchas personas en discotecas, bares, etc, y en muchos casos tener sexo improvisado con personas desconocidas por no tener una relación "formal".

#### Aspectos demográficos:

**Edad:** 20 a 30 años.

**Género:** masculino y femenino.

**Educación:** Nivel diversificado, estudiantes de diversas facultades en el horario nocturno del campus central.

**Religión:** catolicismo, cristianismo, ateísmo, entre otros.

**Estado civil:** Solteros y casados con o sin hijos.

**Ingresos:** promedio no más de Q.6,000 por estudiante.

**Nacionalidad:** Guatemaltecos(as).

## Sobre la temática

### Las enfermedades de transmisión sexual.

Las infecciones de transmisión sexual (ITS) más comunes se transmiten de una persona infectada a una sana mediante contactos sexuales sin protección; es decir, donde no se utilizaron preservativos.

Actualmente todas las personas sexualmente activas están en riesgo de infectarse con alguna ITS sin importar sexo, clase social, religión, raza, orientación sexual o edad.

Una persona se puede infectar a través de:

-Los fluidos corporales sexuales.

-De las membranas mucosas, o sea en las penetraciones anales y vaginales, en el sexo oral (boca-pene o boca-vulva).

Algunas de estas infecciones se transmiten por besos de boca a boca cuando la lesión o líquido infectante se encuentra en la boca; por transfusión sanguínea, de una mujer embarazada al bebé durante el embarazo o en el momento del parto.

Rosero, E. (2008) *Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS)*.  
Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos15/enfermedad-sexual/enfermedad-sexual.shtml>.  
Fecha de acceso: 16 de agosto del 2008.

### Infecciones de transmisión sexual más comunes.

Las infecciones son causadas por diferentes microbios: bacterias, parásitos, hongo, virus, espiroquetas.

#### Sífilis

Es causada por una espiroqueta llamada *Treponema Pallidum*. Se transmite por relaciones sexuales sin protección, transfusiones de sangre, o una madre infectada puede transmitirlo al bebé (sífilis congénita)

1. La Sífilis primaria: de diez días a seis semanas después de la relación sexual aparece una úlcera endurecida en el glande o labios mayores llamada chancro (tiene espiroquetas infectantes), con un conjunto de ganglios en la ingle. La lesión desaparece sola.

2. Sífilis secundaria: de una semana a seis meses

aparecen manchas color café con leche (tiene espiroquetas infectantes) en todo el cuerpo, especialmente en manos y plantas de los pies. También aparecen ganglios inflamados, puede haber dolor de cabeza y fiebre.

3. Sífilis terciaria: de tres a 25 años, puede provocar trastornos en la piel y en los huesos, en el corazón y en el sistema nervioso central y causa muerte.

Rosero, E. (2008) *Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS)*.  
Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos15/enfermedad-sexual/enfermedad-sexual.shtml>.  
Fecha de acceso: 16 de agosto del 2008.

#### Gonorrea

Causada por un microbio llamado *Neisseria Gonorrhoeae* conocido como gonococo. Se transmite por contacto sexual y puede transmitirse al futuro bebé durante el nacimiento. Los síntomas aparecen de dos a cinco días después de la infección.

Las mujeres generalmente son asintomáticas (80%), en caso contrario les puede ocasionar cólicos, dolor en la parte baja del vientre y flujo vaginal amarillento.

A los hombres les produce mucho dolor y ardor al orinar y una secreción mucopurulenta (amarillenta) que sale por el pene. Puede dejar manchada su ropa interior.

Rosero, E. (2008) *Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS)*.  
Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos15/enfermedad-sexual/enfermedad-sexual.shtml>.  
Fecha de acceso: 16 de agosto del 2008.

#### Candilomas Acuminados o Papiloma Humano

Candilomas acuminados, mejor conocidos como crestas de gallo, son producidos por el Virus de Papiloma humano (VPH). Los síntomas aparecen de un mes a un año después de la relación sexual. Primero aparecen pequeñas verrugas que crecen rápidamente de tamaño y semejan unas "crestas de gallo"

En las mujeres aparecen en genitales externos, labios menores, región perianal, vagina. Cuello de la matriz y ocasionalmente, en la boca, según la práctica sexual realizada.

Varios subtipos de este virus producen cáncer

del cuello de la matriz cuando no hay barreras de protección en cada penetración. En hombres, aparecen en el pene, en el surco balanoprepucial, región perianal, en el ano y ocasionalmente en la boca.

Rosero, E. (2008) *Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS)*.  
Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos15/enfermedad-sexual/enfermedad-sexual.shtml>.  
Fecha de acceso: 16 de agosto del 2008.

## Herpes Genital

Lo causa un virus llamado herpes simple tipo 1 y tipo 2, las manifestaciones pueden presentarse dentro de 2 a 20 días. Inicia con mucho ardor y, posteriormente, aparecen pequeñas y múltiples vesículas que producen líquidos (contienen los virus infectantes) y provocan mucha comezón. Luego se forman costras y dan lugar a lesiones ulcerativas.

Rosero, E. (2008) *Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS)*.  
Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos15/enfermedad-sexual/enfermedad-sexual.shtml>.  
Fecha de acceso: 16 de agosto del 2008.

## Chancroide o Chancro Blando

Es producida por el microbio *Haemophilus Ducrey*. Los síntomas inician después de cinco días de haberse infectado. Aparecen pequeñas lesiones ulcerosas múltiples (llagas), dolorosas de aspecto purulento.

Rosero, E. (2008) *Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS)*.  
Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos15/enfermedad-sexual/enfermedad-sexual.shtml>.  
Fecha de acceso: 16 de agosto del 2008.

## SIDA

Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida, causada por el Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH). Período de incubación de 6 meses a 5 años. Síntomas y signos que varían desde casos asintomáticos hasta ataques generalizados de evolución mortal.

Los síntomas son inespecíficos, desde malestar general, fiebre, dolor de cabeza, tos, diarrea, adenopatía generalizada, hasta encefalitis, meningitis y demencia. Transmisión por relación sexual, intercambio de fluidos corporales como semen y

sangre, transfusión sanguínea, de la madre al feto, agujas y equipo contaminado. El SIDA no se contagia por tomar del mismo vaso, usar el mismo baño, usar los mismo cubiertos, un abrazo o un beso y nadar en piscinas.

Rosero, E. (2008) *Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS)*.  
Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos15/enfermedad-sexual/enfermedad-sexual.shtml>.  
Fecha de acceso: 16 de agosto del 2008.

## Medidas Preventivas

1. Practicar el sexo seguro; no intercambiar fluidos corporales que puedan estar infectados. Utilizar siempre condón en todas las relaciones sexuales.
2. Orinar al terminar cada relación sexual.
3. Visitar al médico si se ve alguna alteración en los genitales (olor, sabor, color, etc.).

## Forma Correcta de Utilizar el Condón

1. Tratar los condones con cuidado y evitar el contacto directo con la luz solar.
2. Si se usa lubricante, utilizarlo hecho a base de agua.
3. Ponerse el condón antes de que el pene entre en contacto con la vagina, la boca o ano.
4. Sujetar el condón por la punta (en el depósito) presionándolo para sacarle el aire.
5. Dejar suficiente espacio para aguantar el semen al eyacular.
6. Desenrollar bien el condón hasta cubrir el pene erecto.
7. Después de tener sexo, el hombre debe sujetar el condón por su base y sacarlo lentamente en lo que todavía está duro el pene.
8. Utilizar un condón nuevo si se quiere tener sexo de nuevo o si se quiere tener sexo en otra parte (por ejemplo, por el ano y luego en la vagina).

<http://www.scudo.com.gt>

## ● Concepto creativo: “Protege tu vida”

### Dimensión Conceptual

Para valorar la sexualidad y prevenir el riesgo de contraer enfermedades de transmisión sexual es necesario abordarla con seriedad y responsabilidad, sin olvidar que también tiene su lado alegre. Pensar en la sexualidad significa comprender al hombre y a la mujer en su complejidad tanto individual como grupal; explicar los valores de la vida, la libertad y la esencia del amor. El fin del PPIVS no es la negación a la exploración de la sexualidad, sino proteger y favorecer la exploración de la sexualidad tanto individual como en pareja, y que la sexualidad llegue a su plenitud y sentido natural.

La protección y el cuidado de la vida es una decisión personal e individual, pero al momento de tener relaciones sexuales se convierte en una actividad en pareja donde ambos deben decidir si utilizar o no protección al momento de tener relaciones sexuales. Cada persona debe asumir con responsabilidad las consecuencias que pueda traer el tener relaciones sexuales sin la protección debida, es por ello que el concepto “Protege tu vida” se vuelve un sinónimo de “consejo” para incentivar a los jóvenes a disfrutar la vida sexual con libertad pero siempre con precaución y protección, utilizando siempre un condón.

### Dimensión funcional

Debido al contexto del grupo objetivo se realizaron piezas de comunicación directa como trifoliales, volantes, afiches, mantas, botones, adhesivos ubicados y entregados estratégicamente para transmitir el mensaje. También esta contemplado realizar un stand para dar información mas detallada y personal.

### Dimensión ética

Los valores son muy importantes en toda sociedad y son todos aquellos que rigen el comportamiento del ser humano, ya sea individual o grupal. Por eso es necesario resaltarlos en esta campaña debido a la temática, al contenido y al grupo objetivo, ya que los valores, para muchos, es una manera de vivir y esto los hace ser aceptados en la sociedad. Los valores proyectados a través de la campaña pueden ser : la fidelidad, honestidad, responsabilidad.

### Dimensión estética

Debido al estilo de vida de los estudiantes del horario nocturno se trabajarán piezas simples, con un titular sencillo y claro que sea reforzado con la imagen. También se utilizará una tipografía que sea legible y rápida de leer.

La imagen y el concepto de la campaña se trabajará mediante una analogías para que el grupo objetivo identifique los elementos gráficos y los asocie con su realidad y su jerga logrando persuadir al estudiante de una manera creativa y sin ofenderlo o que se sienta intimidado por el contenido.

## Método de diseño

El método que se utilizó para desarrollar el concepto creativo es el de James Webb Young que consiste en una técnica de 5 fases:

### 1. RECOPIACIÓN DE LA MATERIA PRIMA

o información relacionada con el problema.

En esta fase se procedió a investigar las necesidades del cliente y todo lo relacionado con las infecciones de transmisión sexual para comenzar a tener conocimientos de las ITS, VIH y el SIDA y empezar a tener fundamentos.

### 2. TRABAJO DE LAS IDEAS RECOPIADAS

o masticación de la información.

En esta fase se estuvo analizando la información obtenida en base a investigaciones realizadas anteriormente. Se estuvo preguntando a diferentes tipos de personas acerca de sus conocimientos de las ITS, VIH y SIDA para obtener datos estadísticos acerca de la información que tienen los estudiantes.

En base a preguntas y al desarrollo de temas con relación al sexo y el condón, se detectó que existen muchos mitos acerca de las ITS y las personas no saben la dimensión del riesgo que corren al tener relaciones sexuales sin usar el condón y tampoco saben las consecuencias de tener una infección. También se detectó que muchas personas por timidez o por la naturalidad y comodidad de su expresión se refieren a los órganos sexuales de otra forma en lugar de su nombre natural o específico.

### 3. INCUBACIÓN INCONSCIENTE.

En esta fase sólo se pretendió encontrar un conector, una relación entre el uso del condón y que los estudiantes pudieran entender fácilmente el mensaje con tan solo ver una imagen.

Una de las formas de lograr comunicar el mensaje de forma clara y fácil de entender era por medio de una analogía y es por ello que se empezó a trabajar bajo este método.

### 4. INSPIRACIÓN

o surgimiento de la idea.

En esta etapa se decidió trabajar con una analogía que tuviera relación de los órganos genitales con la jerga con la que se expresan los estudiantes al referirse a éstos órganos y entre las palabras más comunes para referirse al pene eran paloma, chile, banano, palo, entre otros. Y para referirse a la vagina dicen concha, cuchara, osito, durazno, entre otros.

### 5. CONFIGURACIÓN FINAL Y DESARROLLO DE LA IDEA

para su utilización práctica.

En esta fase se trabajó la propuesta, desde el bocetaje hasta la propuesta final. Se realizaron encuestas a grupos específicos con un perfil parecido al de los estudiantes para conocer la opinión y reacción de las personas.

Se realizaron los cambios propuestos por las personas encuestadas y se procedió a preparar los artes finales.

## Estrategias de comunicación

Debido a la necesidad de mantener en estado de alerta al grupo objetivo se decidió realizar material gráfico impreso como volantes, afiches y mantas porque son un medio que es visible desde largas distancias y no necesita mucho tiempo para analizar y leer además que el mensaje es directo y claro.

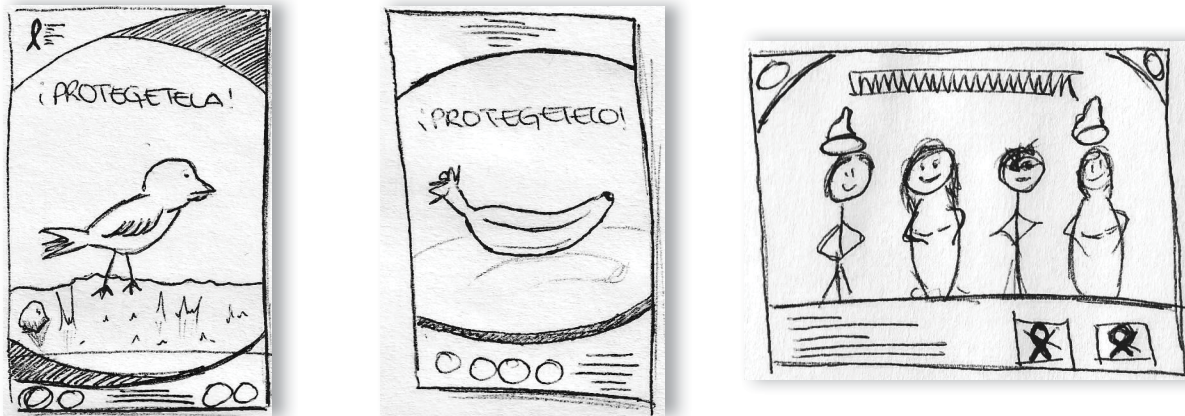
Para mantener la comunicación constante con el grupo objetivo se realizó material promocional como lapiceros, pulceras, adhesivos y botones ya que este material lo pueden utilizar los estudiantes para su vida diaria y este material tiene un promedio de vida de más de un año.



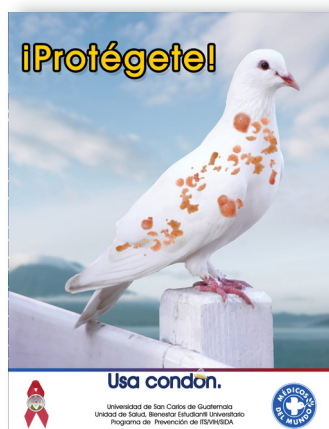
## **Capítulo 3: Propuesta gráfica.**

## Descripción del proceso de bocetaje

Con base en el concepto creativo se comenzó a desarrollar las ideas que transmitirían el mensaje en una forma creativa. En la primera etapa de bocetaje se realizaron varios bocetos para establecer la imagen gráfica que comunicará el mensaje.



En la segunda etapa se comenzó a desarrollar la imagen lo más real posible que se utilizaría para la campaña. En esta etapa se estableció la tipografía, colores de los textos, titulares, etc. También se estableció el tipo de imágenes a utilizar, la diagramación de las piezas y las proporciones de los textos con las imágenes.





# CRITERIOS DE JERARQUIZACIÓN Y SELECCIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

Con base en los comentarios y sugerencias de la institución, supervisores, estudiantes y compañeros de clase se llegó a la conclusión de que el concepto “Protégete” estaba muy bien y el mensaje era claro, pero, la realización no era la correcta. Las propuestas presentadas tuvieron un impacto negativo, muchos sentían la imagen muy fuerte y vulgar, entonces se procedió a trabajar las imágenes de una forma mas creativa y conceptual.

## Fundamentación

Cuando los estudiantes hablan de sexo se refieren a los órganos genitales de una manera diferente al nombre real. Esta es una manera de expresión típica entre los estudiantes, en el caso del pene se refieren a “la paloma”, “banano o plátano”, “chile”, “palo”, entre otros; y para referirse a la vagina comúnmente dicen “la concha”, “cuchara”, “osito”, “durazno”, entre otros.

### IMÁGENES:

Por medio de una analogía se hará llegar el mensaje a los estudiantes para que lo puedan entender con facilidad ya que se estará trabajando en su mismo lenguaje o jerga. Esto significa que en lugar de colocar el órgano genital se estará colocando una imagen con lo que los estudiantes se refieren a dichos órganos como una paloma, un banano, una concha y una cuchara. Estos elementos mostrarán daño y deterioro para que se vea la enfermedad y así convencer a los estudiantes de que utilicen el condón cuando tengan relaciones sexuales y así evitar las infecciones.

### TIPOGRAFÍA Y COLORES:

#### TITULAR. “¡Mejor Protégete!”

La tipografía utilizada es la Kabel Book que es un tipo de letra que no tiene serif o remates, esto facilita la lectura y hace que el diseño sea moderno, atractivo y limpio pero siempre conservando la seriedad del tema. Los colores utilizados fueron el amarillo que significa vida, alegría, es un color que transmite mucha energía. También se utilizó el color negro para el contorno de la tipografía. El negro se utilizó con el amarillo para crear un alto contraste y para que el título sea llamativo y fácil de leer, también se utiliza porque

juntos significan “precaución” y es ese precisamente lo que se pretende con la campaña. También se realizó una composición de tipo letra-imagen en una de las piezas de la campaña. La composición consiste en la unión de las letras “d” y la “o” de la palabra “condón”. Esto se realizó porque representa un pene comúnmente estilizado y reconocido dentro de los estudiantes. Este símbolo hace que el mensaje sea claro, atractivo e interesante, lo cual no es vulgar ni ofensivo para muchas personas.

#### FRASE DE CIERRE. “Usa Condón”.

La tipografía utilizada es la Kabel Book. Los colores utilizados son el azul y blanco. El azul representa paz, soledad y tranquilidad y el blanco representa libertad, paz, y limpieza. Se mezclaron estos colores en la frase de cierre ya que evocan a la limpieza y a la tranquilidad que representará utilizar el condón al momento de tener las relaciones sexuales.

El preservativo está colocado en el acento de la “o” simulando la tilde. Precisamente en la “o” ya que ahí es donde está la fuerza de la pronunciación de la palabra y se aprovecha para recordarle gráficamente al estudiante el condón aparte de lo que dice el texto.

#### CINTILLO INFERIOR:

Se realizó una línea con degradé de azul a rojo ya que estos son colores que predominan en los logotipos que los que financian este proyecto, eso significa la alianza y la fuerza de las instituciones para transmitir el mensaje.

## DIAGRAMACIÓN:

Las piezas se trabajaron en una manera simple para que el estudiante no necesite mucho tiempo para observarlas, sino que en pocos segundos logre entender el mensaje y lo comente con sus compañeros. Las imágenes de las piezas abarcan más

del 60% del espacio, se realizó de esa manera para que cuando el estudiante lea el titular inmediatamente se vaya a la imagen y logre observar que la imagen tiene relación con el titular ya que esa es la manera en la que ellos se expresan y así persuadir al estudiante para que use condón.

## Propuesta gráfica final

### Afiches

# Protégete

usa condón.



Programa de Prevención de ITS/VIH y SIDA - USAC  
Edificio de Bienestar Estudiantil  
Unidad de Salud 3er nivel Clínica 21  
mduniversidad@itelgua.com



# ¡Mejor protégete!



## Usa condón.



Programa de Prevención de ITS/VIH y SIDA - USAC  
Edificio de Bienestar Estudiantil  
Unidad de Salud 3er nivel Clínica 21  
mduniversidad@itelgua.com



# ¡Mejor protégete!



## Usa condón.



Programa de Prevención de ITS/VIH y SIDA - USAC  
Edificio de Bienestar Estudiantil  
Unidad de Salud 3er nivel Clínica 21  
[mduniversidad@itelgua.com](mailto:mduniversidad@itelgua.com)

Junta de Comunidades de  
Castilla-La Mancha



# ¡Mejor protégete!



## Usa condón.



Programa de Prevención de ITS/VIH y SIDA - USAC  
Edificio de Bienestar Estudiantil  
Unidad de Salud 3er nivel Clínica 21  
mduniversidad@itelgua.com

  
Junta de Comunidades de  
Castilla-La Mancha



# ¡Mejor protégete!



## Usa condon.



Programa de Prevención de ITS/VIH y SIDA - USAC  
Edificio de Bienestar Estudiantil  
Unidad de Salud 3er nivel Clínica 21  
[mduniversidad@itelgua.com](mailto:mduniversidad@itelgua.com)

Junta de Comunidades de  
Castilla-La Mancha



# Protégete

# usa condón.



Programa de Prevención de ITS/VIH y SIDA - USAC  
Edificio de Bienestar Estudiantil  
Unidad de Salud 3er nivel Clínica 21  
mduniversidad@itelgua.com



## Adhesivos



## Botones



## Pulceras





## Lapiceros



## Volantes



## Trifoliar

Comunidad Universitaria en la noción de sexo seguro.

Durante estos festivales se organizarán actividades deportivas, culturales y académicas.

4. Implementar en el campus universitario y el CUM, una estrategia de distribución de preservativos económicos, pero de calidad, en cada unidad académica.

5. Realización de pruebas rápidas de VIH en la consulta externa de Bienestar Estudiantil.

6. Realización de dos investigaciones en el tema ITS/VIH/SIDA por los estudiantes en EPS / EPSUM.

**Protegete siempre, usa condón**

### VOLUNTARIADO

Un elemento muy importante dentro del Programa para la Prevención de las ITS/VIH y SIDA son los estudiantes voluntarios que trabajarán con el Programa, dándole vida y empuje al mismo, ya que en este proyecto es muy importante la comunicación hacia por jóvenes para jóvenes.

Los estudiantes colutorios tendrán las siguientes funciones:  
Ser facilitadores en las actividades con los grupos de estudiantes en las pruebas de admisión.

Participación en las actividades alternativas, como festivales Por la Vida, distribución de información, realización de encuesta.

Participación en el diseño y validación de los materiales del PPIVS.

Recibirán información e instrucción acerca de las formas de abordaje del tema de las ITS/VIH/SIDA.

El PPIVS proporcionará los medios para reforzar sus actividades.

Para más información visítanos en la oficina 21 de la Unidad de Salud en el 3er nivel del edificio de Bienestar Estudiantil, campus central USAC, tel 24439633 ext 1167

**¡mejor protegete!**



**Usa condon.**

Programa de Prevención de ITS/VIH y SIDA - USAC -  
Edificio de Bienestar Estudiantil Unidad de Salud 3er nivel Clínica 21  
mduniversidad@itelgua.com

### Programa de Prevención de ITS/VIH/SIDA (PPIVS)

#### UBICACIÓN

Oficina 21 de la Unidad de Salud en el 3er nivel del edificio de Bienestar Estudiantil Campus Central de la Universidad de San Carlos. Tel: 2443 9633 extensión 1167.

#### MISION

Contribuir a disminuir las posibilidades de las Infecciones de Transmisión Sexual, VIH y SIDA en la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central, Centro Metropolitano Universitario -CUM- y en los Centros Regionales de Quetzaltenango, San Marcos y Chiquimula.

#### LINEAS DE ACCION

1. Informar a la Comunidad Universitaria sobre la prevención efectiva de las ITS/VIH/SIDA.
2. Aprovechar los medios propios de la USAC para realizar campañas informativas.
3. Facilitar el acceso e información sobre el uso de preservativos.

4. Crear condiciones para que la Comunidad Universitaria tenga acceso a pruebas voluntarias y anónimas de VIH, así como de la consejería apropiada.

5. Convertir a la Unidad de Salud de Bienestar Estudiantil en un "puesto centinela" que se una a los esfuerzos nacionales de prevención del VIH/SIDA.

6. Incidir en las autoridades universitarias para que la USAC institucionalice acciones de información y prevención de las ITS/VIH/SIDA.

Además, buscar favorecer espacios y dinámicas que potencien la ejerción y la demanda del respeto y los derechos sexuales y reproductivos.

**Vos tenés derecho de proteger tu vida... ¡Ejercélo!**

#### OBJETIVOS

Ayudar a reducir el avance de la epidemia VIH/SIDA en Guatemala.

Disminuir el riesgo de transmisión de ITS/VIH/SIDA en la Comunidad universitaria.

Mujeres y hombres de la comunidad universitaria conocen acerca de sus derechos sexuales y reproductivos y exigen su derecho a protegerse.

Realización de las pruebas rápidas en la consulta externa.

#### ACTIVIDADES

1. Realizar encuestas con el fin de obtener información de la comunidad universitaria sobre los conocimientos, actitudes y prácticas con respecto al comportamiento sexual, las ITS y el SIDA. De esa manera hacer una campaña de información y formación efectiva.

2. Campañas abiertas de información y sensibilización a través de material impreso.

3. Realización de tres festivales por la vida.

Se programan distintas actividades creativas y recreativas para sensibilizar a la Comunidad Universitaria en la noción de sexo seguro.

Durante estos festivales se organizarán actividades deportivas, culturales y académicas.



## **Capítulo 4: Validación.**

# ESTRATEGIA PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION

## Instrumentos:

### Entrevista:

Las entrevistas se utilizaron para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que respondieron aquellos que fueron afectados por la aplicación de la propuesta.

### Encuesta:

Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. Existen encuestas por correo, telefónicas y personales que son las más comunes. Se pueden trabajar con preguntas pueden ser cerradas o abiertas.

## Perfil del informante

Para saber la opinión del informante acerca de las propuestas fue necesario hacerlo a través de una entrevista ya que por medio de ella se intercambia información a través de preguntas y esto se hace de una manera personal y verbal.

Perfil del informante:

Aspectos geográficos:  
País: Guatemala.

Aspectos demográficos:  
Edad: 28 a 45 años.  
Género: masculino y femenino.  
Educación: estudios a nivel de licenciatura, varios con maestrías.  
Religión: varias.  
Estado civil: solteros(as) y casados(as).  
Nacionalidad: guatemaltecos(as) y el coordinador es Salvadoreño.

Aspectos psicográficos:  
Clase social: media alta y media.  
Estilo de vida: son personas que trabajan.  
Personalidad: son personas alegres y muy positivas, que buscan el bienestar de las demás, les gusta salir de viaje al interior y les gusta compartir con su familia y amigos.

Resultados:

La información obtenida por parte del informante fue positiva. Los miembros de la institución dijeron que les gustaron las propuestas gráficas, tanto la imagen grafica como el concepto creativo.

## Perfil de Diseñadores Profesionales

Se realizó una entrevista a un grupo de diseñadores gráficos profesionales para tener opiniones y recomendaciones acerca del diseño y el concepto de la campaña que se realizaría.

Perfil del informante:

Aspectos geográficos:  
País: Guatemala.

Aspectos demográficos:  
Edad: 24 a 33 años.  
Género: masculino y femenino.  
Educación: estudios a nivel de licenciatura, varios en el último semestre de la Licenciatura en Diseño gráfico y otros ya con maestrías.  
Religión: varias.  
Estado civil: solteros(as) y casados(as).  
Nacionalidad: Guatemaltecos(as).

Aspectos psicográficos:  
Clase social: Media alta y media.  
Estilo de vida: son personas que trabajan.  
Personalidad: son personas alegres y muy positivas que les gusta salir a divertirse con sus amigos a discotecas y bares.

Resultados:

La información obtenida por parte de los diseñadores gráficos fue positiva. Dijeron que el concepto era muy creativo y que les había gustado mucho, y la realización del material y como recomendación fue que se trabajaran más afiches dentro del Campus Central.

## ● Perfil del grupo objetivo

Se realizó una encuesta para obtener información, saber la opinión y la reacción del grupo objetivo al ver el material de la campaña.

Perfil del informante:

Aspectos geográficos:

País: Guatemala.

Ubicación: Ciudad Capital, Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Aspectos demográficos:

Edad: 20 a 30 años.

Género: masculino y femenino.

Educación: nivel diversificado, Estudiantes de diversas facultades en el horario nocturno del Campus Central.

Religión: varias.

Estado civil: solteros(as) y casados(as) con o sin hijos.

Ingresos: ingreso promedio no mas de Q.6,000.

Nacionalidad: guatemaltecos(as).

Aspectos psicográficos:

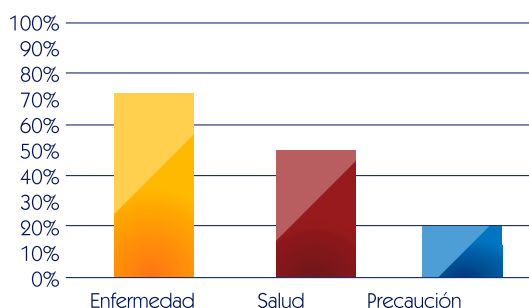
Clase social: media, media baja y baja.

Estilo de vida: son personas que trabajan en jornada de tiempo completo, les gusta divertirse con sus amigos en discotecas y bares.

## RESULTADOS

### 1.Cuál fue su primera impresión acerca de la pieza gráfica?

- Sexualidad
- Enfermedad
- Salud
- Juegos de adultos
- Violencia
- Otros \_\_\_\_\_
- Muerte
- Amor
- Precaución
- Libertad



Según los datos obtenidos con base en la encuesta, se concluye que:  
El 75% de los encuestados dijo que a primera vista entendieron que el tema de la campaña era la enfermedad.

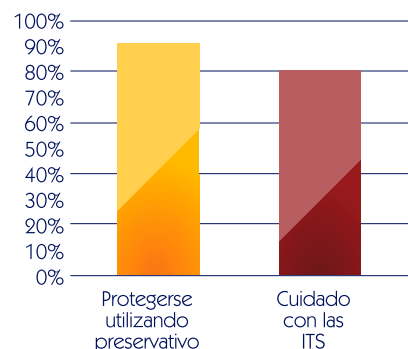
El 50% dijo que el tema era la salud.

El 20% dijo que el tema era la precaución.

Esto indica que el grupo objetivo a primera vista logró detectar el mensaje central de la campaña ya que trata de las enfermedades, del cuidado de la salud y precaución para no contagiarse.

### 2.Cuál cree que es el mensaje:

- Di no a las drogas
- Protegerse utilizando preservativo.
- Cuidado con las infecciones (ITS)
- Proteger al ser amado
- Libertad de elección
- Otros \_\_\_\_\_

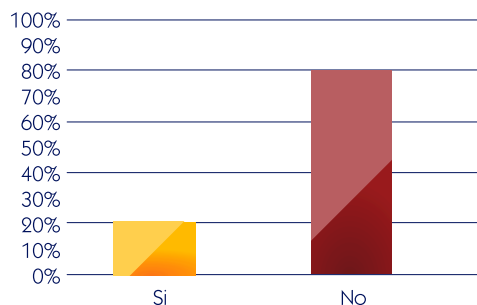


Según los datos obtenidos con base en la encuesta, se concluye que:  
El 90% de los encuestados dijo que el mensaje entendido es "Protegerse utilizando preservativo" y el 80% afirmó haber entendido también tener "Cuidado con las infecciones (ITS)".

Esto indica que más del 85% entendió el mensaje de "Protegerse de las infecciones de transmisión sexual utilizando preservativo".

### 3. ¿Le fue difícil entender el mensaje?

- Si
- No
- Por que \_\_\_\_\_



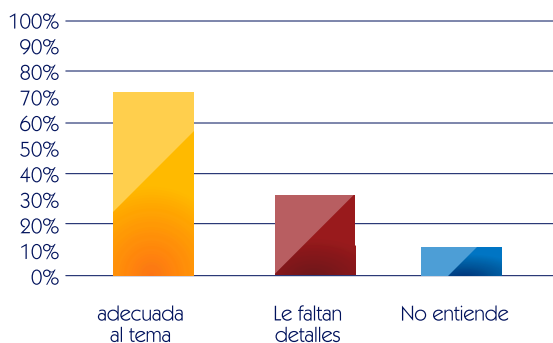
Según los datos obtenidos con base en la encuesta, se concluye que:  
El 20% de los encuestados dijo que si les fue difícil porque no asociaban la imagen con el tema.

El 80% dijo que no les fue difícil entender el mensaje ya que se trabajó con una jerga utilizada entre los estudiantes del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Esto indica que el grupo objetivo logró entender el mensaje debido a que se trabajó de una manera simple y con un lenguaje fácil de entender.

### 4. Cómo considera la imagen:

- Vulgar
- Violenta
- Adecuada al tema
- Ninguna relación con el tema
- No es realista
- No dice nada
- Le faltan detalles
- Otros \_\_\_\_\_



Según los datos obtenidos con base en la encuesta, se concluye que:  
El 70% de los encuestados dijo que la imagen está adecuada al tema por la jerga que manejan.

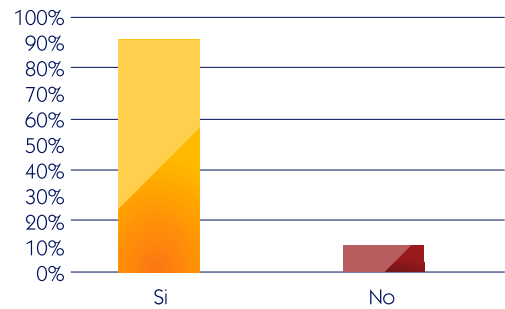
El 30% dijo que le faltan detalles a las imágenes ya que no logran distinguir el deterioro a simple vista.

El 10% dijo que no entienden la relación de la imagen con el mensaje.

Ésto indica que el grupo objetivo no se ofendió con este tipo de imágenes y que pudieron utilizarse para trabajar la campaña sin problema alguno.

## 5. Cree que la imagen facilita la comprensión del mensaje?

- Si
- No
- Por que \_\_\_\_\_

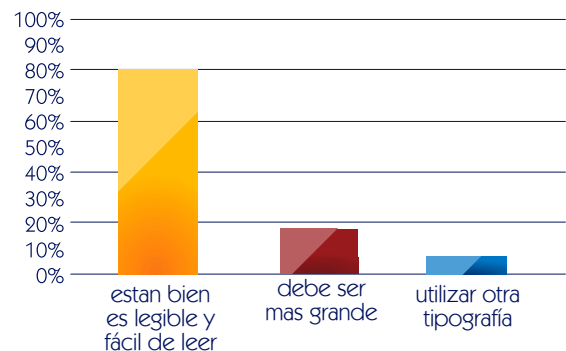


Según los datos obtenidos con base en la encuesta, se concluye que:  
El 90% de los encuestados afirma que la imagen tiene relación con el mensaje ya que muestra el deterioro y la destrucción del objeto y hace referencia a los órganos genitales.

El 10% dijo que no porque no le encuentran la relación de la imagen con el acto sexual.

## 6. Cómo considera el tipo de la letra:

- Legible (fácil de leer)
- Ilegible (difícil de leer)
- Muy grande
- Muy pequeña
- Utilizar otro tipo de letra
- Otros \_\_\_\_\_



Según los datos obtenidos con base en la encuesta, se concluye que:  
El 80% de los encuestados dijo que el tipo de letra está bien porque es fácil de leer.

El 15% dijo que está pequeña y que debería ser un poco más grande.

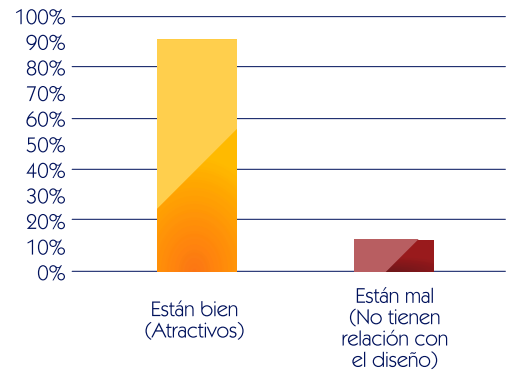
El 5% dijo que se debería cambiar el tipo de la letra.

Éstos datos indican que el grupo objetivo esta de acuerdo con la utilización de la tipografía seleccionada para la campaña porque es de buen tamaño y fácil de leer.



## 7. Cómo considera los colores de los textos:

- Atractivos
- No llaman la atención
- No tienen relación con el diseño
- Fríos
- Cálidos
- Alto contraste
- Poco contraste
- Otros \_\_\_\_\_



Según los datos obtenidos con base en la encuesta, se concluye que:

El 90% de los encuestados afirma que los colores de la tipografía es atractivo y que tiene armonía con el resto del diseño.

El 10% dijo que los colores no tienen relación con el resto del diseño.





## **Capítulo 5: Propuesta operativa.**

## PLAN DE MEDIOS

Para lograr llegar al grupo objetivo de una manera adecuada y eficaz se estipuló realizar material publicitario y material promocional para que los estudiantes perciban el mensaje constantemente. Las piezas que se realizaron fueron:

### **Afiches:**

Estos fueron utilizados porque tienen la propiedad de comunicar de un modo muy claro y directo una idea central o un mensaje único. Estos se imprimieron a Full Color con un tamaño de 18 x 24 pulgadas.

Se ubicaron en:

- Entradas de las facultades para que los estudiantes los puedan ver en el momento en el que entran o salen de la facultad.
- En las columnas del pasillo o corredor que atraviesa todo el Campus central ya que es un lugar por donde muchos estudiantes caminan protegiéndose tanto del sol como la lluvia.
- En las cafeterías de las facultades.
- En las tiendas y kioscos que están en el Campus.

### **Mantas vinílicas:**

Estas se utilizaron porque tienen la característica de llamar la atención desde largas distancias y utilizan poco texto con una imagen grande que logre captar la atención. Estas se imprimieron a Full Color con un tamaño de 2 x 4mts.

Se ubicaron en:

- Lugares abiertos como la Plaza de los Mártires, la Biblioteca central, CALUSAC, en las canchas de basketball, football, piscina, cancha de tenis, etc.

### **Adhesivos:**

Se utilizaron porque es un medio que se vuelve más directo y personal. El mensaje es constante ya que permanece con el estudiante e incluso puede ser visto por otros estudiantes. Estos se imprimieron a Full Color de un tamaño de 2 pulgadas de diámetro.

Se entregaron en:

- Cafeterías, marquesinas de las facultades, en los baños, etc.

- Se dieron a cada estudiante para que los peguen en sus cuadernos, en sus cuartos, etc.

- Fueron repartidos con la ayuda de voluntarios del PPIVS y el Voluntariado de la Universidad de San Carlos .

### **Volantes:**

Fueron utilizados porque son un medio por el cual el mensaje es más directo y porque la entrega del volante es personal y directa al estudiante.

Se entregaron en:

- La entradas y salidas del Campus Central, por la avenida la Petapa y por el Periférico. También en frente de rectoría, en la plaza de Los Mártires, canchas de basketball, football, tennis, en la piscina, etc.

- Fueron repartidos con la ayuda de voluntarios del PPIVS y el Voluntariado de la Universidad de San Carlos.

### **Trifoliales:**

Se utilizaron ya que por medio de ellos se puede dar más información acerca de la ayuda que ofrece el PPIVS y Bienestar Estudiantil. Este tipo de material también se da de una manera personal.

Estuvieron en:

- La recepción de Bienestar Estudiantil y en el PPIVS.

- Fueron repartidos con la ayuda de voluntarios del PPIVS y el Voluntariado de la Universidad de San Carlos.

- En las asociaciones de estudiantes de las facultades.

### **Botones:**

Estos se utilizaron porque ofrecen una visualización o recordatorio de un programa o campaña y con ellos se logra mantener la campaña.

Estos fueron entregados a:

-Voluntarios del PPIVS para que los utilizaran durante la campaña.

-Estudiantes para que los coloquen en sus gorras, mochilas, camisetas, etc.

### **Pulseras:**

Se utilizaron porque permiten que la comunicación del mensaje sea constante ya que el estudiante las puede utilizar a diario y esto incluso puede ser visto por sus compañeros.

Se entregaron a:

-Voluntarios del PPIVS para que las usaran durante la campaña.

-Estudiantes para que las usen en una de sus manos.

### **Lapiceros:**

Estos se utilizaron porque es un medio por el cual el mensaje es constante con el grupo objetivo. Es un elemento muy útil y básico para los estudios y esto hace que el estudiante lo guarde y lo mantenga con él, incluso lo puede prestar a sus compañeros y el mensaje se transmite a más estudiantes.

Se entregaron en:

- Puntos con mayor tráfico como la entrada de la Biblioteca central, en la entrada/salida del periférico y la Petapa, en frente de rectoría, CALUSAC, en el iglú, en las entradas/salidas de las facultades, etc.

## **Distribución y duración del material**

La campaña duró ocho meses (febrero, marzo, abril, mayo, junio, agosto, septiembre, y octubre) del año 2009 debido a que cada año se realizan grandes actividades al aire libre dentro del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Dentro del calendario de actividades más importantes del PPIVS están:

### **Febrero**

2 ferias de la salud, primer y último jueves del mes.

### **Marzo**

Huelga de dolores, participación en elección de El rey feo, la Velada teatral y el desfile bufo.

### **Abril**

2 ferias de la salud, primer y último jueves del mes.

### **Mayo**

InfoUsac, segunda semana del mes. Candlelight USAC y Calles de la ciudad.

### **Junio**

Mes de la diversidad sexual, diferentes actividades, foros, charlas, talleres, exposiciones.

### **Agosto**

Festival por la vida.

### **Septiembre**

2 ferias de la salud, primer y último jueves del mes.

### **Octubre**

Encuentro nacional de voluntarios.

El material será distribuido y repartido mensualmente de la siguiente manera:

Afiches: 375  
Volantes: 1,250  
Mantas Vinílicas: 6  
Adhesivos: 1,250  
Trifoliales: 2,500  
Botones: 437  
Lapiceros: 625  
Pulseras: 125

## PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

PIEZA	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	TAMAÑO	PRECIO
Afiches	3,000	Full color tiro, en Texcote C-12.	18 x 24 pulgadas	Q 7,200.00
Volantes	10,000	Full color tiro, en Bond 80grs.	8.5 x 5.5 pulgadas	Q 2,550.00
Mantas Vinílicas	6	Full color, con ojetes.	2 x 1 metros	Q 936.00
Adhesivos	10,000	Full color tiro, en adhesivo.	2 pulgadas	Q 2,600.00
Trifoliales	20,000	Full color tiro en Couche 80grs.	8.5 x 11 pulgadas	Q 13,400.00
Botones	3,500	Full color.	2 1/4 pulgadas	Q. 10,500.00
Lapiceros	5,000	---	---	Q. 7,800.00
Pulceras	1,000	1tinta.	---	Q.5,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q.49,986.00</b>

## CONCLUSIONES

**1.** El material gráfico realizado: trifoliales, afiches, mantas vinílicas y volantes si ayudó al PPIVS a comunicar a los estudiantes sobre la precaución que deben tener con las infecciones de transmisión sexual. También ayudó a proyectarse como un centro de ayuda para los estudiantes universitarios, en donde los tabúes y los mitos acerca del sexo dejan de tratarse como un misterio para ser tratados como una actividad normal, natural y seria.

**2.** El Voluntariado de la Universidad de San Carlos confirmó que el material promocional: adhesivos, botones, pulceras y lapiceros, si llamó la atención de muchos estudiantes y que ahora saben que en el edificio de Bienestar Estudiantil (tercer nivel) se encuentra el PPIVS que les proporcionará la ayuda e información necesaria para la precaución de las infecciones de transmisión sexual, condones y mucho más.

## BIBLIOGRAFÍAS Y CITAS

### Libros

*Estrategia Nacional de Información, Educación y Comunicación para el cambio de comportamiento para la prevención de ITS, VIH y SIDA.*  
Ministerio de Salud Pública. Programa Nacional de Prevención y control de ITS, VIH y SIDA.  
Septiembre 2007.

*SIDA - La Epidemia de los tiempos modernos.*  
(Comunicación para la salud No. 5).  
Agosto 1993.

*La creación de bocetos gráficos.*  
Swan, Allan  
Editorial Gustavo Gill S.A.  
Barcelona España.  
Cuarta edición 1994.

*Diagnóstico, Análisis de técnicas de Información, Educación y Comunicación Sobre las ITS, VIH y SIDA en la USAC.*  
Programa para la Prevención de las ITS, VIH y SIDA.  
2006.

### Tesis

Roche Espada, Claudia Bethzabel.  
*Campaña de apoyo informativo para la Asociación de Prevención y ayuda a enfermos de SIDA.*  
APAES/SOLIDARIDAD. 2006.

Barrientos Lima, Astrid Yvonne.  
*Campaña de concientización para la prevención del VIH/SIDA.*  
2006

Carpio Galindo, Celena María José.  
*Campaña de expectación para promocionar AMES.*  
2007.

Pérez Estrada, Lourdes Eugenia.  
*Diseño y desarrollo de una presentación didáctica e interactiva sobre "El uso de retícula"*  
2006.

### Sitios web

<http://www.monografias.com/trabajos12/recoldat/recoldat.shtml>  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>  
<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque8/pag2.htm>  
<http://www.lasrelacionespublicas.com/como-se-hace-un-plan-de-medios.htm>  
<http://www.cdc.gov/STD/Spanish/default.htm>  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Infecciones\\_de\\_transmisi%C3%B3n\\_sexual](http://es.wikipedia.org/wiki/Infecciones_de_transmisi%C3%B3n_sexual)  
<http://www.neuronilla.com/content/view/full/89/70/>  
<http://www.monografias.com/trabajos15/enfermedad-sexual/enfermedad-sexual.shtml>



## GLOSARIO

### **Analogía**

Significa comparación o relación entre varias razones o conceptos; comparar o relacionar dos o más objetos o experiencias, apreciando y señalando características generales y particulares, generando razonamientos y conductas basándose en la existencia de las semejanzas entre unos y otros.

### **Boceto**

Dibujo inicial que se usa para trabajar sobre una idea y exponerla.

### **Campaña**

Conjunto de actos o esfuerzos de índole diversa que se aplican a conseguir un fin determinado. Período de tiempo en el que se realizan diversas actividades encaminadas a un fin determinado.

### **Condón o Preservativo**

Profiláctico (término proveniente de preservar de la concepción), también llamado condón o preservativo, es un elemento que se utiliza como método anticonceptivo y de prevención de varias enfermedades de transmisión sexual.

### **Divulgación:**

Acción y efecto de divulgar. Publicar, exponer, poner al alcance del público algo.

### **Estrategia**

Definición que surgió en 1985 y es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

### **Grupo objetivo**

También conocido como “target” o por público objetivo, grupo objetivo, mercado objetivo o mercado meta. Este término se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio. Conocer las actitudes de un grupo objetivo frente a las campañas y los diferentes medios de comunicación hace más fácil contactarlos y llegar con el Mensaje adecuado y optimizando el retorno de la inversión.

### **ITS**

Infecciones de Transmisión Sexual..

### **Jerga**

Es el nombre que recibe una variedad del habla diferenciada de la lengua estándar e incluso incomprensible para los hablantes de esta.

### **Machismo**

El machismo engloba el conjunto de actitudes, conductas, prácticas sociales y creencias destinadas a justificar y promover el mantenimiento de actitudes discriminatorias contra las mujeres y contra hombres cuyo comportamiento no es adecuadamente “masculino” a los ojos de la persona machista.

### **Método**

Modo de decirlo o hacer con orden. Modo de obrar o proceder, hábito o costumbre que cada uno tiene y observa. Procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla.

### **Tabú**

Designa a una conducta, actividad o costumbre prohibida por una sociedad, grupo humano o religión, es decir, es la prohibición de algo natural, de contenido religioso, económico, político, social o cultural por una razón de utilidad social. Romper un tabú es considerado como una falta imperdonable por la sociedad que lo impone.

### **Valores**

El valor perfecciona al hombre en cuanto a ser hombre, en su voluntad, en su libertad, en su razón. Es una creencia y un estilo de vida que hace a la persona sentirse bien y ser mejor cada día.

# ANEXOS

Encuesta utilizada para obtener información acerca del grupo objetivo.

Seleccione la pieza que esta viendo:



-Cual fue su primera impresión acerca de la pieza grafica?

- |                                     |  |                                    |                                     |
|-------------------------------------|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sexualidad | <input type="checkbox"/> Juegos de Adultos | <input type="checkbox"/> Libertad  | <input type="checkbox"/> Amor       |
| <input type="checkbox"/> Enfermedad | <input type="checkbox"/> Muerte            | <input type="checkbox"/> Violencia | <input type="checkbox"/> Precaución |
| <input type="checkbox"/> Salud      | <input type="checkbox"/> Otros _____       |                                    |                                     |

- Cual cree que es el mensaje:

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Di no a las drogas                 | <input type="checkbox"/> Proteger al ser amado | <input type="checkbox"/> Libertad de elección |
| <input type="checkbox"/> Protegerse utilizando preservativo | <input type="checkbox"/> Otros _____           |   |
| <input type="checkbox"/> Cuidado con las infecciones        |  |   |

-Le fue difícil entender el mensaje?

- Si     No
- Porque \_\_\_\_\_

-Cómo considera la imagen:

- |                                       |   |   |
|---------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Vulgar       | <input type="checkbox"/> le faltan detalles | <input type="checkbox"/> No dice nada   |
| <input type="checkbox"/> Violenta     | <input type="checkbox"/> No es realista     | <input type="checkbox"/> le falta color |
| <input type="checkbox"/> Es exagerada | <input type="checkbox"/> Otros _____        |   |

-Cree que la imagen tenga relación con la comunicación del mensaje?

- Si     No
- Porque \_\_\_\_\_

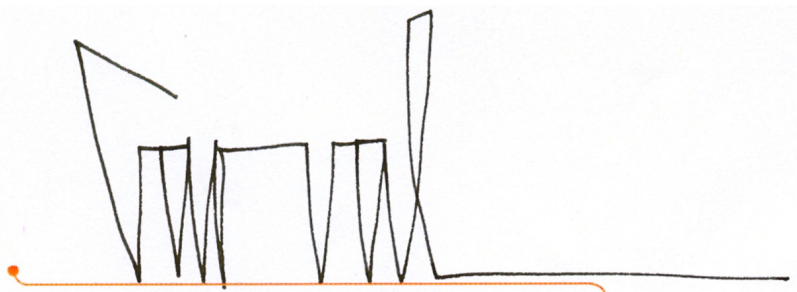
-Cómo considera el tipo de letra:

- |                                    |                                      |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Formal    | <input type="checkbox"/> Muy grande  | <input type="checkbox"/> Otros _____ |
| <input type="checkbox"/> Informal  | <input type="checkbox"/> Muy pequeña |                                      |
| <input type="checkbox"/> Esta bien |                                      |                                      |

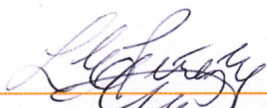
-Cómo considera los colores de los textos:

- |   |                                      |   |
|---|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Bien                             | <input type="checkbox"/> Muy frios   | <input type="checkbox"/> Alto contraste |
| <input type="checkbox"/> Mal                              | <input type="checkbox"/> Muy calidos | <input type="checkbox"/> Poco contraste |
| <input type="checkbox"/> No tienen relación con el diseño | <input type="checkbox"/> Otros _____ |   |

# IMPRÍMASE



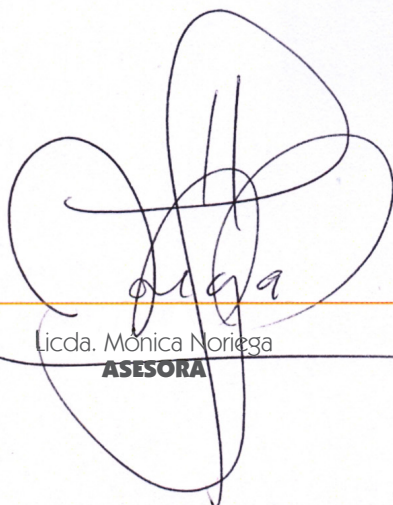
Arq. Carlos Enrique Valladares  
**DECANO**



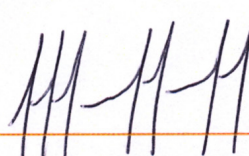
Licda. Lourdes Pérez  
**ASESORA**



Licda. Claudia Leal  
**ASESORA**



Licda. Mónica Noriega  
**ASESORA**



Mario Alberto Ramírez Donis  
**SUSTENTANTE**



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



arquitectura

Mario Alberto Ramírez Donis  
Guatemala, Octubre 2009