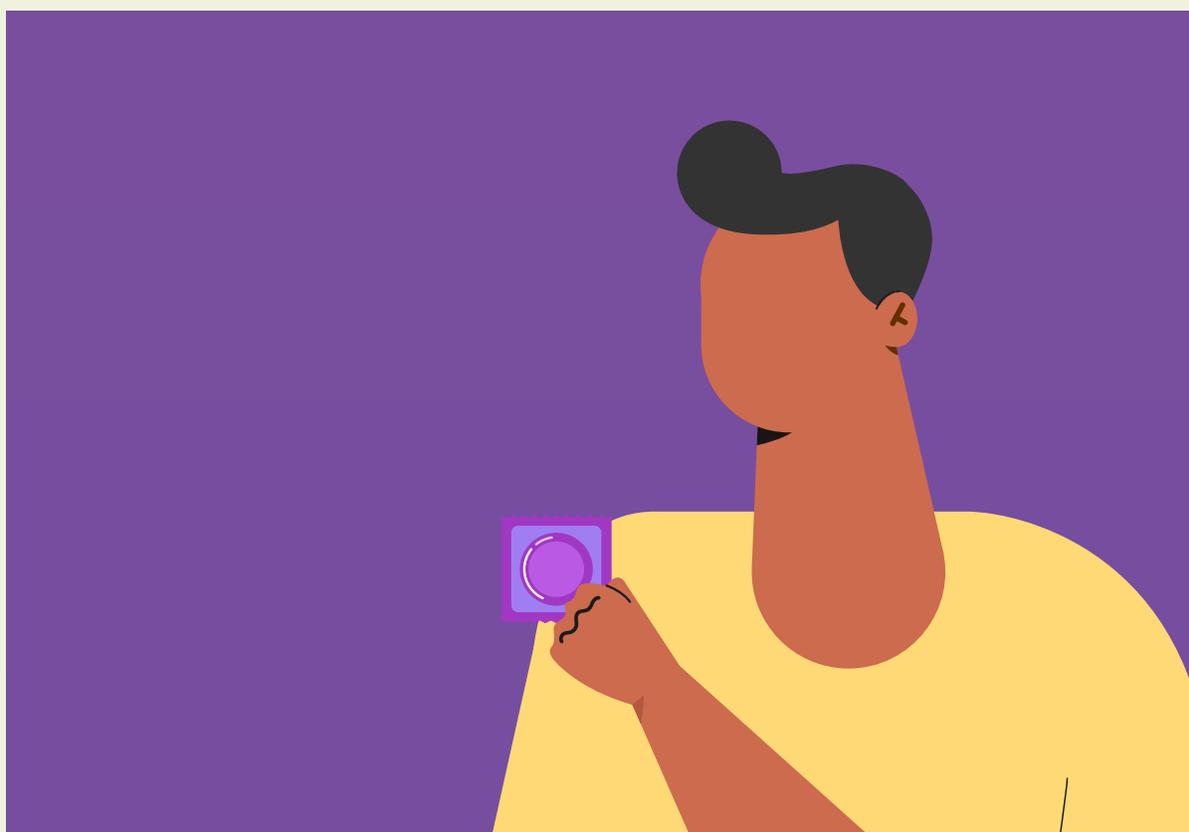


Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico



## Diseño de material infográfico para las personas atendidas por el “Colectivo Amigos contra el SIDA” -CAS-, de la ciudad Guatemala

Proyecto desarrollado por:  
David Alejandro Rodríguez Roldán

Para optar al título de:  
Licenciado en Diseño Gráfico



FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

# **Diseño de material infográfico para las personas atendidas por el “Colectivo Amigos contra el SIDA” -CAS-, de la ciudad Guatemala.**

Proyecto desarrollado por:  
**David Alejandro Rodríguez Roldán**

Para optar al título de:  
**Licenciado en Diseño Gráfico**

**Guatemala, febrero del 2020**

“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**

<b>MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos</b>	Decano
<b>Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini</b>	Vocal I
<b>Licda. Ilma Judith Prado Duque</b>	Vocal II
<b>MSc. Arq. Alice Michele Gómez García</b>	Vocal III
<b>Br. Andrés Cáceres Velazco</b>	Vocal IV
<b>Br. Andrea María Calderón Castillo</b>	Vocal V
<b>Arq. Marco Antonio de León Vilaseca</b>	Secretario Académico

## **Tribunal Examinador**

<b>MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos</b>	Decano
<b>Licda. Miriam Isabel Meléndez Sandoval</b>	Asesora de diseño
<b>QB. Darío Josué Rodríguez Soto</b>	Asesor de tema
<b>Arq. Marco Antonio de León Vilaseca</b>	Secretario Académico

# 1

---

## **INTRODUCCIÓN**

- Problema
  - Justificación
  - Objetivos del Proyecto
- 

Página 9

# 2

---

## **PERFILES**

- Perfil de la institución
  - Perfil del grupo objetivo
- 

Página 13

## **ÍNDICE DE CONTENIDO POR CAPÍTULOS**

# 7

---

## **PRESENTACIÓN FINAL DE LA PIEZA**

- Fundamentación de la pieza
  - Costos de diseño gráfico
  - Costos de reproducción de la pieza
- 

Página 63

# 8

---

## **LECCIONES APRENDIDAS**

---

Página 83

# 3

---

## **PLANEACIÓN OPERATIVA**

Flujograma del proceso creativo de la pieza  
→ Cronograma de trabajo

---

Página 19

# 4

---

## **DEFINICIÓN CREATIVA**

→ Estrategia de aplicación de la pieza  
→ Ventajas y desventajas  
→ Informe creativo o brief  
→ Insights y concepto creativo

---

Página 23

# 5

---

## **MARCO TEÓRICO**

---

Página 31

# 6

---

## **NIVELES DE VISUALIZACIÓN Y EVALUACIÓN GRÁFICA**

→ Nivel 1 y autoevaluación  
→ Nivel 2 y coevaluación  
→ Nivel 3 y validación

---

Página 37

# 9

---

## **CONCLUSIONES**

---

Página 85

# 10

---

→ Fuentes consultadas  
→ Glosario  
→ Anexos

---

Página 87

## **Acerca del presente proyecto**

El presente documento expone las pautas y generalidades teóricas y de acción a considerar en la gestión de la resolución de la oportunidad de comunicación visual detectada en la fase de diagnóstico realizada dentro el Colectivo Amigos contra el SIDA (CAS), con el fin de promover el control de actividades sexuales de riesgo a través de material infográfico de salud sexual.

Se consideran las problemáticas sociales y culturales y antecedentes de la comunidad LGBT que han dificultado los procesos de comunicación del CAS; siendo estos la guía para la toma de decisiones y de los planes de acción durante la gestión y elaboración del proyecto para cumplir con los objetivos planteados.

Por medio de la intervención del diseño gráfico, el CAS logrará disminuir la afluencia de casos de lesiones y nuevas transmisiones en sus usuarios además de crear una cultura de prevención en la comunidad gay y bisexual de la ciudad de Guatemala.



# CAPÍTULO 1

---

## **INTRODUCCIÓN**

- Problema
  - Justificación
  - Objetivos del Proyecto
-

# Antecedentes del proyecto

Se presentan referentes de estudios realizados que aportan una base teórica para el desarrollo del proyecto acerca de la incidencia del problema dentro la comunidad LGBT de Guatemala y las acciones del CAS ante este.

## Antecedente del problema social

El Colectivo Amigos contra el Sida (CAS) (2018) ha descubierto en un estudio reciente que la comunidad LGBT se ve afectada por crímenes de odio en su entorno, estableciéndose en un estado marginal dentro de la sociedad del país, provocando desigualdades, exclusiones y desconsideraciones por parte del Estado en los procesos culturales, sociales, médicos, políticos y legales.

Actualmente el Ministerio de Salud Pública de Guatemala no posee información específica de procedimientos que cubran a personas homosexuales, dejando desatendidos a un estimado de 3% a 5% de la población del país, siendo estos los más propensos a transmisiones de ITS y VIH, al ser un 54.8% de hombres que tienen sexo con hombres (HSH) que practican o están dispuestos al sexo anal receptivo, aumentando el riesgo, según lo descrito por Guardado (2017).

En 2016, el Instituto Humanista de Cooperación para el Desarrollo HIVOS Guatemala establece que hombres que tienen relaciones sexuales con hombres están propensos a tener actitudes y prácticas de alto riesgo en sus encuentros.

## Antecedente de problema de comunicación

La discriminación ha provocado que la información acerca de salud sexual para la comunidad LGBT aún sea un tabú en la sociedad guatemalteca y no esté al alcance de la población general, incidiendo en el aumento de malas prácticas en actos sexuales entre hombres que tienen sexo con hombres, quienes al no contar con datos técnicos accesibles, ni asesoría brindada por entidades de salud pública para realizarlas de manera correcta y cómo responder ante dificultades, se basan únicamente en conocimiento empírico que se transmite de boca en boca dentro de su círculo social.

Según lo reportado por el director del CAS (2018), las prácticas sexuales de alto riesgo cada vez son más comunes en los usuarios que atienden.

El CAS ha enfocado sus esfuerzos a crear documentos informativos densos y con términos complejos, con predominancia textual ausentando gráficos que ilustren y ayuden a comprender las prácticas adecuadas para mejorar la salud sexual. Además cuentan con una publicación en su página web con contenido limitado. Tomando en cuenta que un porcentaje no posee estudios o tiene un nivel bajo de escolaridad, el contenido de estos documentos resulta difícil de comprender.

# Problema de comunicación visual

Partiendo de los antecedentes de exclusión social y falta de leyes y derechos específicos para la comunidad LGBT y los esfuerzos del CAS se infiere que el problema de comunicación radica en:

Promover el conocimiento y control de prácticas sexuales con la creación de materiales gráficos informativos, para mejorar la salud sexual de la comunidad LGBT atendida por el Colectivo Amigos contra el SIDA (CAS).

## Justificación del proyecto

Las piezas gráficas a realizar en el proyecto responden al problema de comunicación visual de manera efectiva debido a las siguientes razones expuestas:

### **Trascendencia del proyecto**

Por medio del material infográfico se logrará mejorar de manera exponencial la salud sexual de la comunidad LGBT, respondiendo a su necesidad de conocimiento e información práctica y comprensible a su alcance, que los guíe a realizar actividades sexuales de alto riesgo, evitando heridas y nuevas transmisiones, logrando un impacto en la reducción de casos de VIH positivo.

Al facilitarles información a hombres que tienen sexo con hombres se estará promoviendo una cultura de prevención la cual impactará a toda la comunidad LGBT y de igual manera facilitará las labores de CAS y el cumplimiento de sus objetivos como institución mientras los convierten en un referente de fuente de contenidos y documentos de apoyo de temas de salud sexual.

### **Incidencia del diseño gráfico en el proyecto**

El diseño gráfico, enfocado en material info gráfico, permite comunicar el contenido de manera directa y clara por medio de la diagramación de textos, elementos gráficos ilustrativos y signos (lingüísticos y no lingüísticos) en las secuencias de la información.

A través de códigos de color, diagramación, movimiento y recorrido visual, tipografías, se puede exponer la información de manera dinámica y creativa lo que facilitará al grupo objetivo atendido por el CAS comprender los temas de salud sexual debido a que se adecua a sus capacidades, ritmo de lectura y a su cultura visual, generando empatía en los usuarios garantizando la recepción efectiva del contenido.



### **Factibilidad del proyecto**

El CAS cuenta con una gran base de documentos informativos que, siendo sintetizados, sustentarán la producción del material infográfico, brindando un respaldo teórico confiable.

Se cuenta con el compromiso de los directivos y colaboradores de la institución, que durante todo la de gestión y elaboración del proyecto brindarán apoyo al epesista, facilitando procesos, información, y validaciones implicando así la culminación del proyecto dentro de los estándares de calidad, tiempo y funcionalidad.

El diseñador gráfico cuenta con un respaldo de habilidades adquiridas durante experiencia profesional, realizando entre sus labores la creación de material infográfico e ilustraciones, además tiene a su alcance las herramientas necesarias (equipos de computación software de diseño y medios de comunicación digitales) para culminar el proyecto.

Ha cursado ocho semestres de la carrera de diseño gráfico, tiene como soporte la preparación que la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad San Carlos de Guatemala brinda al asegurar un programa educativo que consiste en una serie de conocimientos estructurados, incluyendo manejo de programas de diseño gráfico y capacidad de síntesis de imagen que han contribuido al desarrollo creativo; guiado y apoyado por catedráticos con un historial amplio de experiencia, capacitados para la enseñanza de la profesión.

Basándose en las premisas se asegura la gestión y producción de las piezas gráficas necesarias para dar respuesta al problema de comunicación visual cumpliendo los objetivos del proyecto planteados a continuación.

## **Objetivos del proyecto**

### **Objetivo general**

Apoyar al Colectivo Amigos contra el SIDA (CAS), a mejorar la salud sexual de la comunidad LGBT de la ciudad de Guatemala, por medio de la creación de material visual informativo.

### **Objetivo específico de comunicación**

Informar por medio de material infográfico a las personas atendidas en CAS sobre cómo mejorar su salud sexual.

### **Objetivo específico de diseño**

Diseñar material infográfico que mejore la salud sexual de las personas atendidas en CAS, que por medio de síntesis e ilustraciones facilite la comprensión del contenido.

# CAPÍTULO 2

---

## **PERFILES**

- Perfil de la institución
  - Perfil del grupo objetivo
-



Figura 1. Fotografía de miembros del CAS. Recuperada de facebook.com (2018)

## Perfil del Colectivo Amigos Contra el SIDA (CAS)

El Colectivo Amigos contra el SIDA destaca por su apertura a toda la ciudadanía, sin discriminación o rechazo alguno, teniendo un enfoque principal en la comunidad LGBT, apoyando con fuentes de empleo, atención clínica, psicológica y brindándoles un espacio para desenvolverse de manera libre.

- Nombre: Colectivo de Amigos contra el SIDA (CAS)
- Tipo: No gubernamental
- Sector social: salud
- Dirección: 7 calle 3-42 zona 1
- Sedes departamentales: Tonicapán, Chimaltenango, Sololá
- Teléfono: 2232-2584
- Horario: Lunes a viernes de 16:00 - 20:00 hrs. y sábados a domingos de 14:00 a 20:00 hrs.
- Web: [www.casgt.org](http://www.casgt.org)
- Redes sociales: Cas gt/ Facebook, Instagram, twitter y youtube

### Historia de la institución

El Colectivo Amigos contra el Sida es una organización privada de servicio social que se creó para solventar la falta de respuestas ante la epidemia de VIH recién aparecida en Guatemala en 1984. En sus inicios los fundadores eran un apoyo psicológico y emocional para los diagnosticados como VIH positivo, ofreciéndoles cuidados y asistencia a quienes ya han aceptado la ortotanasia. Para esto un fundador importaba medicina de Estados Unidos debido a la ausencia de esta en el país.

En el año 2005, y con el crecimiento del colectivo, se estableció su primer sede en la ciudad capital abierta a todo público a donde la comunidad LGBT puede acudir para recibir atención clínica y psicológica sin discriminación por preferencias e identidad sexual.

Actualmente, con el crecimiento de la comunidad y el aumento del personal interno que sobrepasa los 35 colaboradores, el CAS hace una labor admirable diagnosticando y atendiendo a pacientes de VIH, ITS.

### Característica del sector social que apoya

El CAS atiende a personas ladinas e indígenas pertenecientes a la comunidad LGBT, siendo esta la que presenta más vulnerabilidad a VIH, VIH avanzado e ITS. Se encuentran en un nivel socioeconómico bajo y medio bajo, con un nivel de escolaridad no mayor al nivel medio. Ejerciendo como trabajadores, en su mayoría del sector sexual.

Este sector es víctima de crímenes de odio, lo que limita su libre expresión, desarrollando inseguridad y poca apertura ante situaciones sociales. 5.4.1 Misión

### Filosofía de la institución

Misión: CAS enfoca sus actividades en la prevención de VIH / VIH avanzado e ITS en la comunidad LGBT, al conformar la población más vulnerable ante esta epidemia, promoviendo y asegurando sus derechos humanos, realizando acciones que erradiquen los crímenes de odio que afectan a esta.

Visión: CAS busca ser una fuente de seguridad y protección a la comunidad LGBT, brindándoles un espacio libre de estigma y discriminación que desarrolla acciones de beneficio promoviendo y sensibilizando a la sociedad acerca de la vulnerabilidad de esta comunidad ante el VIH y VIH avanzado

Valores: El CAS basa sus valores en la búsqueda de la igualdad, tolerancia y la protección y cumplimiento de los derechos humanos sin discriminación alguna, siendo los motivadores principales para realizar sus actividades.

### Servicios que presta

Pruebas de VIH, Pruebas de sífilis, chequeo médico para diagnóstico y tratamiento de infecciones de transmisión sexual como: Papiloma y sífilis, profilaxis pre exposición (PrEP), profilaxis post exposición (PEP), atención psicológica, educación sexual a los pacientes, entrega de preservativos, espacio recreativo y cultural e investigaciones y documentación de contenido referente a la comunidad LGBT



Figura 2. Colección de materiales gráficos realizados por el CAS. Recuperada de facebook.com (2018)

### Identidad y comunicación visual

El CAS está inmerso a la cultura popular, por lo que recibe influencias de la misma en su cultura visual, adaptándose continuamente al cambio definiendo su tono de voz, imágenes, y visuales producidos y de igual manera en sus hábitos de consumo.

### Hábitos de consumo visual

Su consumo visual se ve definido por productos de carácter médico utilizados en la clínica y laboratorio, videoproducciones y gráficos de referentes de la cultura popular LGBT, como artistas y figuras polémicas, siendo estos los que ocupan el mayor espacio en la programación transmitida en la pantalla de su sala de espera y quienes establecen tendencia en cuanto a colores y formas. También se ven influenciados las líneas gráficas de otras instituciones, festivales, premiaciones y movimientos sociales.

### Materiales gráficos producidos

El CAS cuenta con un área de comunicación encargada del manejo de redes sociales, creando publicaciones y campañas digitales que también implementan en medios impresos. Sus materiales incluye contenido digital, volantes, trifolios, mantas vinílicas, fotografías y, en menor medida, comunicación interna.

La línea gráfica de estos materiales se encuentran regidos bajo el manual de normas gráficas actualizado en el año 2017 y en su contenido destaca el uso de fotografías de modelos de la comunidad LGBT, una paleta de color vibrante y mensajes directos y explícitos para generar empatía con su grupo objetivo.

## 6. Perfil del Grupo Objetivo

El CAS aborda directamente a la comunidad LGBT, quienes, aunque han tenido mayor presencia y aceptación en la sociedad, aún siguen siendo víctimas de crímenes de odio que los ha posicionado en un estado marginal. Esta comunidad lucha por el cumplimiento de sus derechos humanos y de la creación de leyes que protejan y respalden su identidad y necesidades.

### Características geográficas

- Región: Centroamérica
- País: Guatemala
- Departamento: Guatemala
- Nacionalidad: Guatemalteca

### Características sociodemográficas

- Edad: 18 a 35 años
- Género: Binario y no binario
- Etnia: Ladina e indígena
- Religión: Cristiana, y ateos
- Nivel de educación: media
- Nivel socioeconómico: Bajo y medio bajo Servicios que utilizan: Transporte, salud y educación pública
- Estado civil predominante: Soltería
- Zonas donde residen: zona 1 y aledaños dentro de la ciudad de Guatemala

### Características psicográficas

- Ocupación: Estudiantes y trabajadores, mayormente en el sector sexual
- Orientación sexual: Homosexuales
- Su estilo de vida se define por su habilidad social, están en constante búsqueda de amigos o parejas. Tienen una vida sexual activa, en su mayoría practicando la poligamia, por lo que el cuidado físico y de salud son sus prioridades.
- Practican actividades de carácter cultural y artístico. Tienen presencia en redes sociales y de emparejamiento y su comportamiento y cultura visual se ve influenciada por figuras populares.
- Debido al acoso y discriminación su autoestima se ha visto comprometida pero a pesar de esto, han logrado superar barreras sociales defendiendo sus principios y derechos en una búsqueda constante de igualdad y equidad.
- Interés en el material producido por los medios de comunicación masiva y por figuras de la cultura popular que definen el “estilo de vida gay”. Son consumidores de música popular, películas y plataformas de streaming de temática gay.

### Cultura visual

Tienen preferencia por colores vivos y llamativos, influenciados por la bandera del orgullo, prefieren contenido gráfico sobre textual.

Contexto estético: Además de los estímulos visuales que ofrece la ciudad de Guatemala, como publicidad en vallas, mupis y afiches, buscan estar rodeados de gráficos coloridos y llamativos, con presencia de modelos de estilo de vida de la cultura popular.

### Relación del grupo objetivo con el CAS

El grupo objetivo acude a la sede del CAS con la necesidad de obtener atención de carácter clínico y psicológico, teniendo una alta incidencia de visita y seguimiento del tratamiento siendo un 50% los que asisten de manera diaria además debido a que también encuentran en su sede un espacio de desarrollo cultural y social para establecer nuevos lazos de amistad y de parejas sexuales potenciales.

El CAS, con el objetivo de llegar a más usuarios realiza jornadas y pruebas comunitarias de VIH abordando en lugares públicos para guiarlos a institución. Otro medio por el cual el grupo objetivo entra en contacto con la institución es a través de las redes sociales con una cantidad considerable de seguidores, en donde reciben comunicados y tips de salud sexual, información de atención y actualizaciones de la comunidad LGBT en Guatemala.



Figura 3. Fotografía de grupo objetivo del CAS. Recuperada de facebook.com (2018)

# CAPÍTULO 3

---

## **PLANEACIÓN OPERATIVA**

- Flujograma del proceso creativo de la pieza diseñada
  - Cronograma de trabajo
-

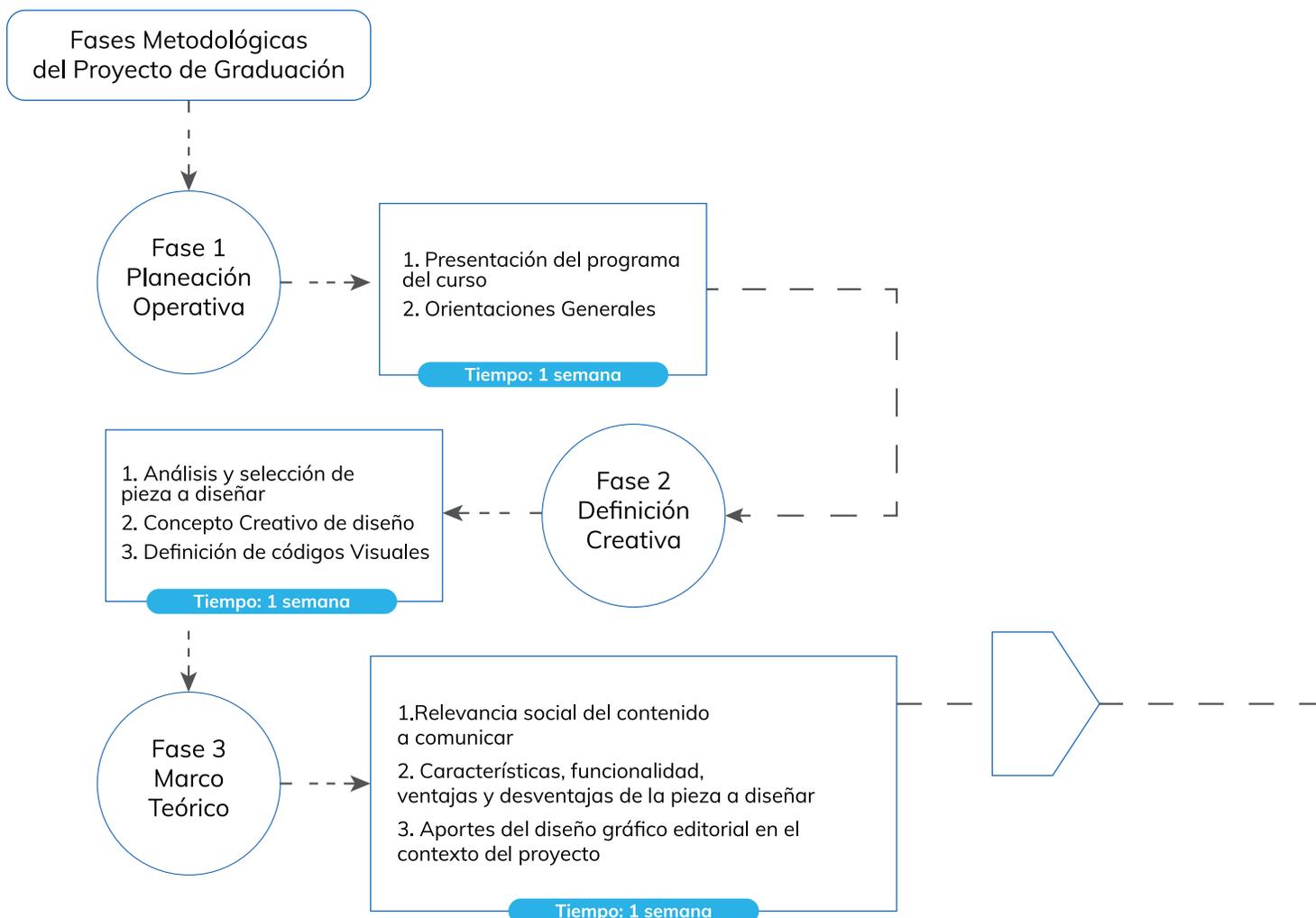
# Planeación operativa

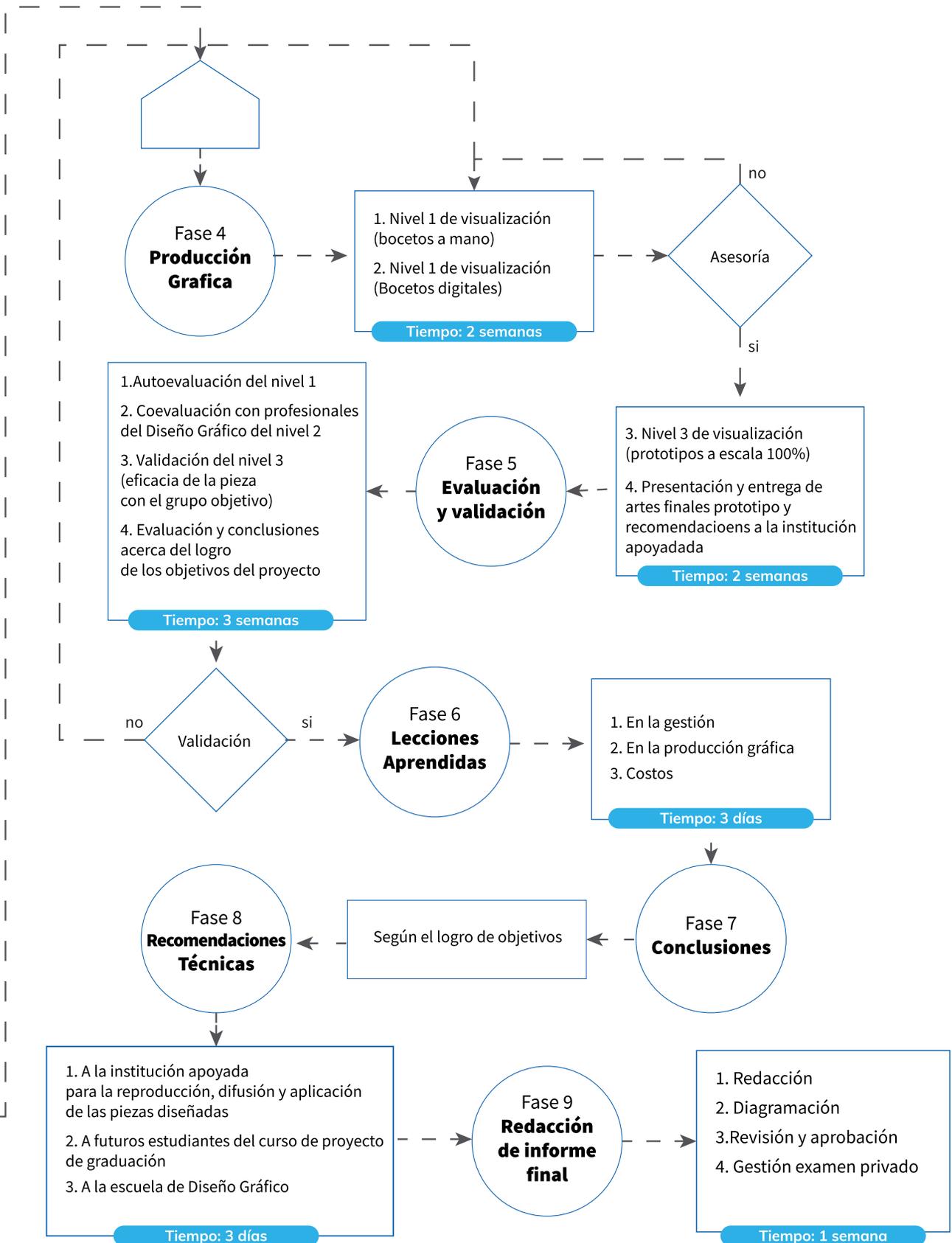
La planeación operativa definió el método de trabajo para obtener una gestión eficiente del proyecto y la creación de piezas gráficas, estableciendo las fases y la calendarización de las actividades logrando definir un costo y tiempo de entrega estimado.

## Flujograma de trabajo

Se muestra la representación gráfica de las fases y etapas por medio las cuales se realizó el proyecto de graduación, utilizando la forma lineal de flujogramas con la simbología establecida por Hermosilla (2015) en la “Guía metodológica para la elaboración de un flujograma”.

Esta distribución determinó la organización necesaria de tiempo para llevar a cabo el proyecto de manera efectiva y eficiente, determinante para la administración de los recursos e insumos necesarios durante las fases.





### Cronograma de actividades

Tomando en cuenta el plazo de tres meses establecido para llevar a cabo el proyecto, se distribuyeron de manera general las fases, para asignar un tiempo estimado para realizar cada actividad con el fin de planificar la ejecución y programar las intervenciones con la institución.

Esta distribución determinó la organización necesaria de tiempo para llevar a cabo el proyecto de manera efectiva y eficiente, determinante para la administración de los recursos e insumos necesarios durante las fases.

#### Agosto

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Presentación del programa del curso	■			
Orientaciones generales	■			
Análisis y selección de la pieza a diseñar		■		
Definición de concepto creativo de diseño		■		
Definición de códigos visuales		■		
Características e importancia del proyecto		■		
Asesoría bocetos a mano Nivel 1		■		
Asesoría bocetos digitales Nivel 2			■	■

#### Septiembre

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Asesoría bocetos digitales	■	■		
Primer visualización		■		
Validaciones del proyecto		■	■	
Autoevaluación y coevaluación			■	
Recolección de resultados			■	■

#### Octubre

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Recolección de resultados	■			
Validación del proyecto con el grupo objetivo	■	■		
Diagramación y de informe final		■		
Entrega informe final			■	

# CAPÍTULO 4

---

## **DEFINICIÓN CREATIVA**

- Estrategia de aplicación de la pieza
  - Ventajas y desventajas
  - Informe creativo o brief
    - Insights
  - Concepto creativo
-

# Definición creativa

Alineando el proyecto con los objetivos de CAS se logró identificar consideraciones según fases propuestas por Benítez (2014), que definirán el éxito de las piezas gráficas y su impacto tanto en la sociedad como en la institución .

## 8.1 Estrategia institucional en la que se ubican las piezas a diseñar

Alineando el proyecto con los objetivos de CAS se logró identificar consideraciones que definirán el éxito de las piezas gráficas y su impacto tanto en la sociedad como en la institución. Esto se logró utilizando la metodología de las 6W's

---

¿Qué se hará? (What?)

Infografías temáticas, desarrolladas en 12 módulos acerca de prácticas y cuidados.

¿Dónde se hará? (Where?)

Las infografías serán distribuidas en las redes sociales (facebook, instagram y twitter) su página web y la sede del CAS ubicada en zona 1 de la ciudad capital de Guatemala

¿Cuándo se hará? (When?)

Durante los períodos comprendidos por:

Etapas de planificación: Agosto a Septiembre del 2018

Etapas de bocetaje: Septiembre a Octubre del 2018

Etapas de diseño de piezas y presentación de resultados: Octubre del 2018

¿Por qué se hará? (Why?)

Ofrecer información sintetizada y de fácil comprensión al grupo objetivo sobre la mejora de vida sexual y así cubrir una necesidad de comunicación sobre el tema.

Convertir al CAS en un referente de información de salud sexual.

Concientizar al grupo objetivo de la importancia de la salud sexual.

¿Con quién se hará? (Who?)

Jefe inmediato: Lic. Cesar Galindo (Director del CAS)

Asesor gráfico: Licda. Isabel Meléndez

Asesor metodológico: Lic. Marco Antonio Morales

¿Para quién se hará? (Who?)

Hombres homosexuales comprendidos de 18 a 28 años de edad, de la Ciudad de Guatemala.

---

Esta información se utilizó para guiar la estrategia gráfica a cumplir el objetivo.

### Ventajas y desventajas de la pieza a diseñar

Como método para seleccionar la pieza de diseño que se realizó para solucionar el problema de comunicación visual en la institución, se compararon las ventajas y desventajas comparándolas con otras dos posibles opciones de piezas de diseño, que de igual manera podrían resolver el problema, justificando la toma de decisiones según las premisas expuestas a continuación.

Al definir las ventajas y desventajas se obtuvo un panorama amplio de los recursos y medios necesarios para la elaboración de las piezas de diseño y poder ampliar el brief creativo.

### Comparación con opción 1

Pieza gráfica a comparar	Ventajas de la pieza	Desventajas de la pieza
<p><b>Pieza seleccionada:</b></p> <p>Infografías temáticas, desarrolladas en 12 módulos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Favorece a los tiempos establecidos y el cronograma de ejecución de actividades establecido.</li> <li>· La institución tiene los suficientes medios y presencia en redes sociales para la distribución de las piezas.</li> <li>· Tiene un tiempo de vida indefinido: Al ser un material informativo queda registrado en la base de datos tanto digital e impreso al cual pueden acceder los usuarios en cualquier momento.</li> <li>· Su difusión en redes sociales puede resultara viral.</li> <li>· Aumentará la base de contenidos que ofrece la institución.</li> <li>· El diseñador tiene la experiencia y habilidad necesaria para la creación de ilustraciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Su difusión depende del flujo de visitantes a la sede y a redes sociales que la institución obtenga.</li> <li>· Dificultad para sintetizar información: Madurga (2016), expresa la importancia de la síntesis y facilidad de lectura de una infografía, por ser un contenido extenso, la síntesis de los textos podría causar confusión al seleccionar la importancia y relevancia, afectando en el cronograma de actividades.</li> <li>· No existen referentes de infografías creadas dentro de la institución.</li> </ul>
<p><b>Posible opción número 1:</b></p> <p>Estrategia y desarrollo de campaña (publicitaria, de bien social, informativa, educativa, promocional, entre otros) con la implementación mínima de 15 versiones que integran la estrategia visual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Existen antecedentes de campañas realizadas por la institución.</li> <li>· Facebook brinda herramientas para tener un estimado de alcance a un segmento claro del grupo objetivo, además de estadísticos para evaluar la efectividad de las piezas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· La gestión de la estrategia de campaña podría afectar desfavorablemente a los tiempos establecidos para el eps.</li> <li>· No se cuenta con todos los insumos ni destrezas desarrolladas, que se podrían necesitar para la realización de la campaña, como recursos humano de modelos y cámara fotográfica.</li> </ul>



**Comparación con opción 2:**

Pieza gráfica a comparar	Ventajas de la pieza	Desventajas de la pieza
<p><b>Pieza seleccionada:</b> Infografías temáticas, desarrolladas en 12 módulos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· La síntesis de texto facilitará al grupo objetivo leer y comprender la información.</li> <li>· Su difusión se puede hacer en diferentes plataformas</li> <li>· La experiencia del proyectista para realizar gráficos facilitará el cumplimiento de los tiempos establecidos en las fases del proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A pesar de ser una síntesis no se puede tratar los temas a vastedad por lo que siempre dependerá de otra fuente de información.</li> </ul>
<p><b>Posible opción número 2:</b> Material editorial impreso y/o digital de 80 páginas con contenido gráfico y 25 imágenes como mínimo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Se podrá cubrir la totalidad de los temas y contenidos debido a la extensión del material.</li> <li>· Se puede difundir tanto de manera física como digital.</li> <li>· La institución facilitaría la prueba piloto del recursos pedagógico al tener capacitaciones constantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Un gran porcentaje de pacientes del CAS es analfabeta funcional, por lo que la lectura de este contenido puede ser difícil o imposible.</li> <li>· La discusión y selección de temas por parte de la institución puede obstaculizar el cumplimiento del cronograma de actividades.</li> <li>· La poca experiencias en diagramación de páginas de material editorial es inconveniente para el cumplimiento de tiempos establecidos.</li> </ul>

**Definición del Brief creativo del proyecto**

Se establecieron los parámetros creativos que el proyecto debe cumplir para tener una gestión y ejecución efectiva determinada por los objetivos buscados. El brief creativo se elaboró definiendo los parámetros que se presentan a continuación,

**Definición de insight**

El insight encontrado definió el sentido de la comunicación en las piezas gráficas, provocando empatía con el grupo objetivo, obteniéndose por medio de las siguientes técnicas:

**Técnicas creativas para definición de insights**

Mapa de empatía del grupo objetivo y propuesta tripartita: Decir-Sentir-Actuar: Utilizando el modelo presentado por de GameStorming (2010) de mapa de empatía junto con la propuesta tripartita de Quiñones (2014), se desarrolló un perfil del grupo objetivo para tener una mejor noción de los intereses y necesidades. (ver anexos)

Se utilizó esta técnica, propuesta por Michalko (2006), para establecer una relación del proyecto con una frase de un exponente de la cultura LGBT utilizado para tener una perspectiva similar y que se adapte a las necesidades del grupo objetivo. (ver anexos)



### Frase Insight del proyecto

## “A nadie le sale bien la primera vez”

El insight explora la necesidad del grupo objetivo de obtener fuentes de información verídica acerca de la sexualidad anal y la dificultad de poder dialogar el tema libremente dentro de la sociedad, además de cubrir la falta de experiencia al tener la primer relación sexual o alguna nueva práctica.

### Definición del concepto creativo

El concepto creativo fue desarrollado para cumplir la función de garantizar la coherencia visual y de comunicación de las piezas de diseño realizadas. Este fue definido utilizando las siguientes técnicas creativas.

### Técnicas para desarrollar un concepto creativo

Técnica creativa S.C.A.M.P.E.R: Se utilizó la técnica actualizada propuesta por Eberle en la cual se busca alternativas supuestas para el problema del proyecto, logrando establecer un posible panorama que se adapte al CAS. (ver anexos)

Técnica creativa mapas mentales: Uso de la técnica propuesta por Buzan para establecer relaciones intuitivas y automáticas para resolver un problema a través de una representación gráfica de mapa utilizando lápiz y papel para favorecer la espontaneidad de las ideas. (ver anexos)

Técnica creativa Galería de famosos: Se utilizó esta técnica, propuesta por Michalko (2006), para establecer una relación del proyecto con una frase de un exponente de la cultura LGBT utilizado para tener una perspectiva similar y que se adapte a las necesidades del grupo objetivo. (ver anexos)

### Concepto creativo del proyecto

## “Pasa la bola”

El uso de técnicas creativas favoreció al desarrollo de una perspectiva abierta para abordar el problema, a partir de la exploración ideas con relación o ajenas al proyecto permitiendo establecer un concepto creativo.

Funcionando como eufemismo de prácticas sexuales además de utilizar un lenguaje coloquial haciendo referencia a la comunicación de boca a boca que es utilizada en una comunidad y por medio la cual el grupo objetivo obtiene la mayor parte de su conocimiento.

### Instrumento de Brief creativo

Utilizando el modelo establecido por Parra (2014) se especificaron los parámetros bajo los cuales se debe de guiar la toma de decisiones de diseño y el lenguaje de estas para lograr cumplir con el objetivo de comunicación.

#### Punto de partida

El Colectivo Amigos contra el SIDA, es una institución sin fines de lucro que se ha establecido oficialmente en el año 2005, velando por el cumplimiento de los derechos humanos con un enfoque especial en la comunidad gay y bisexual, para mejorar su salud sexual y evitar la propagación de VIH/VIH Avanzado e ITS.

El principal obstáculo que encuentran para cumplir su objetivo es que la comunidad LGBT no conoce los métodos y prácticas para tener relaciones sexuales libres de riesgo.

Producto o servicio	Objetivo de la comunicación
Material infográfico de salud sexual para gays y bisexuales	Informar a gays y bisexuales sobre cómo mejorar sus prácticas y conocimientos sexuales
Entregables	
Serie de infografías desarrolladas en 12 módulos	

#### Grupo objetivo

Hombres gays y bisexuales comprendidos en las edades de 18 a 25 años, ubicados en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala

#### Estrategia

Promover la importancia del cuidado durante las prácticas sexuales, a través de la síntesis de información de cuidados y consideraciones antes, durante y después del acto sexual.

Insight	Concepto creativo	Propuesta
A nadie le sale bien la primera vez	Pasa la bola	Brindar al grupo objetivo conocimiento para reducir riesgos sexuales

#### Argumentos

- La comunidad LGBT ha tenido mayor aceptación en la población guatemalteca durante los últimos años.
- Cada vez se reportan más incidentes o nuevas transmisiones en la comunidad gay y bisexual y se estima que la mayoría de los casos son causados por la desinformación del tema.
- Un 80% de la comunidad gay y bisexual tiene un rol receptivo en el acto sexual. En Guatemala no existen entidades que generen documentos informativos accesibles para el grupo objetivo.
- A la población gay y bisexual no se le habla abiertamente acerca del inicio de su vida sexual

**Tono de voz:** Científico - coloquial

**Mandatories:** Logotipo del CAS, fuentes de información, tipografía institucional.

**Medios de reproducción:** Digital en redes sociales e impresos en la sede

**Tiempo:** 3 meses (Fase planeación y definición, boceaje y producción gráfica, producción gráfica y validaciones)

## Visualización de premisas de diseño

Con la investigación acerca del grupo objetivo y de la institución se establecieron premisas que permitieron al proyectista enfocar la gestión de recursos gráficos disponibles para realizar las infografías.

### Tipográficas

Tipografía institucional sans serif, utilizando la variación de su peso para establecer una jerarquía visual entre texto y titulares.

**ABCDEF G**

### Cromatológicas

Tipografía institucional sans serif, utilizando la variación de su peso para establecer una jerarquía visual entre texto y titulares.



### Formato y soportes

Uso de dimensiones establecidas para post de redes sociales de 768 x 960 píxeles, conservando su proporción para impresión a 16 x 20 pulgadas.

### Tonos del lenguaje

Uso de lenguaje técnico-científico con explicaciones coloquiales para facilitar al grupo objetivo la comprensión e identificación de los contenidos sin comprometer su veracidad.

### Ilustrativas

Creación de ilustraciones estilizadas que sean abstracción parcial de la figura humana y de elementos reales utilizando la paleta cromática establecida.

### Composición de elementos gráficos

Predominancia de imagen sobre texto para que la información sintetizada llegue al grupo disponiendo los elementos en una retícula modular.



### Recopilación de referentes visuales

Utilizadas como un punto de partida se recolectaron exponentes gráficos pertinentes que orientaron la creación de gráficos, retícula, paleta de color y definir una diagramación y estética.

Al tener esto en consideración se pudo desarrollar un proyecto que se alinee al entorno y capacidades del grupo objetivo, facilitando la comprensión del contenido.

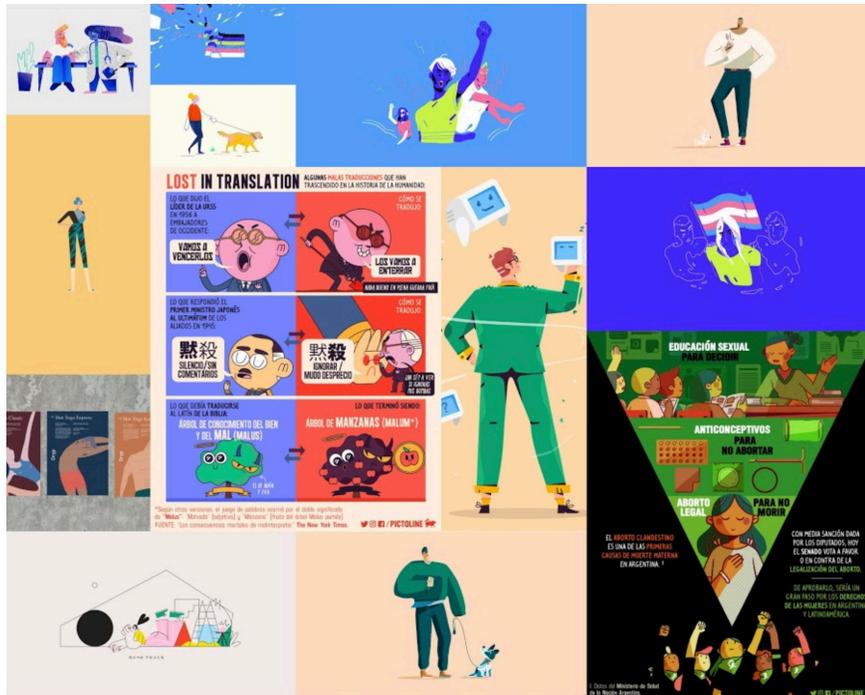


Figura 4. Colección de referentes visuales (2018)

### Premisas cromáticas

Para conectar las infografías con la institución y con la comunidad LGBT, la selección de la paleta de color hace referencia a la bandera de orgullo o de arcoiris propuesta por Gilbert Baker en 1978, que consta de 6 colores.

Para su aplicación fueron agrupados para ser utilizados en 2 infografías cada uno, para abarcar el total de 12 infografías, logrando que al ser expuestas transmitan la identidad del grupo objetivo



# CAPÍTULO 5

---

## **MARCO TEÓRICO**

- Alcance de la información de salud sexual en hombres gay y bisexuales
    - Importancia y respuesta del diseño gráfico para informar a la comunidad gay y bisexual
-

## Marco teórico



Figura 5. Fotografía de reunión de activistas. Recuperada de facebook.com (2018)

### **Alcance de la información de salud sexual en hombres gay y bisexuales**

La cultura sexual de la comunidad LGBT siempre ha sido un tabú dentro de la sociedad guatemalteca que con valores conservadores hace prevalecer la heteronormativa, creando desinformación sobre las prácticas y necesidades específicas de este grupo. Esta situación afecta directamente a hombres gays y bisexuales, en 2016, el Instituto Humanista de Cooperación para el Desarrollo HIVOS Guatemala establece que los hombres que tienen sexo con hombres son la fuente más grande de nuevas infecciones por VIH en la región debido a la mala realización o desconocimiento de prácticas sexuales y cuidados durante las relaciones.

Para comprender la problemática se debe abordar el pensar que está establecido en hombres gay, y como se perciben entre ellos, por lo que es necesario establecer premisas teóricas acerca del sexo de hombre con hombre, ya que tiene implicaciones diferentes al sexo vaginal que practica la comunidad heterosexual, permitiendo identificar los aspectos en los cuales es necesario educar para que puedan desarrollar su salud sexual de la mejor manera.

La sexualidad gay gira en torno al placer oral y anal, definiendo sus prácticas alrededor de estos.

El sexo anal es una de las prácticas más populares dentro de la comunidad gay, que consiste en introducir el pene dentro del ano, esta práctica a pesar de ser placentera conduce a un gran riesgo, ya que el Centro Nacional para la Prevención y Control del VIH/SIDA -CENSIDA- (2013, p. 6) ha descubierto en un estudio reciente que:

Las paredes de la garganta y de la boca son resistentes. Sin embargo, las del ano y las del recto no; éstas se rompen con facilidad y las heridas suelen ser demasiado pequeñas para verlas. Así, las bacterias y los virus pueden llegar al torrente sanguíneo.

Esta práctica sexual se basa en la asimilación de roles para ejecutarlo que en 2016, Instituto Humanista de Cooperación para el Desarrollo HIVOS Guatemala (2016) establece que existen tres roles principales:

**Activo:** Que tiene prácticas sexuales penetrativas con hombres

**Versátil:** Que tiene prácticas sexuales penetrativas y receptivas

**Pasivo:** Que tiene prácticas sexuales receptivas con hombres.

Es necesario agregar que estos roles han marcado un punto crítico en las relaciones sociales que los rodean ya que en 2011, Sáez y Carrascosa establecen que el sexo anal es desigual, por que se valora de forma completamente distinta a quien adopta el papel activo (la persona que penetra) y a quien toma el papel llamado pasivo (la persona penetrada). (p. 8), creando discriminaciones dentro de la misma comunidad gay naciendo de un sistema de patriarcado con un rol sumiso ante el otro que genera un perfil de poder, que, citando a Hivos en el 2011 “Cuando el estigma se instala, el resultado es la discriminación”. Además del impacto psicoemotivo, los identificados como pasivos mantienen el mayor riesgo de adquirir nuevas infecciones, siendo imperativo el cuidado pertinente para esta población que según Hivos (2017), representa a un 80% de la población de hombres que tienen sexo con hombres.

Acompañado de esto la sexualidad gay está envuelta por una cultura de exploración de experiencias corporales y psicológicas, llevando estos a utilizar una gran cantidad de estímulos externos que hacen que su relación se considere más placentera. Algunas de estas son consideradas de alto riesgo ya que consiste en introducir objetos, consumo de drogas e incluso proporcionar o recibir maltrato físico y psicológico, teniendo graves repercusiones para la salud si se desconocen las generalidades de estas o si no se realizan en un ambiente físico y mental apropiado, llegando a representar lesiones anorrectales volviendo vulnerable a la población a adquirir infecciones de transmisión sexual (ITS) (siendo las más conocidas la gonorrea, la sífilis, el herpes anal, los condilomas, las verrugas anales y las hepatitis A, B y C) o el virus de la inmunodeficiencia humana (VIH).

Estas ITS pueden ser evitadas utilizando métodos de protección como medicamentos retrovirales, condones, manteniendo buena higiene y llevando un control médico y conociendo su estado de carga viral.

En Guatemala los procesos actuales para promover el cuidado y protección de los derechos de la comunidad LGBT no han tenido el respaldo adecuado para crear leyes que los respalden, manteniendo un sistema de salud general ambiguo, que no brinda apoyo específico, creando un impacto negativo en el desempeño de su salud sexual. Según el informe de Infecciones de Transmisión sexual en HSH diagnosticadas y tratadas desde el 02 de enero hasta el 31 de julio del 2018 del CAS, se recibieron 1,257 casos solo en dicha organización, que a pesar de que las ITS en su mayoría pueden ser curadas y tratadas de manera relativamente rápida se siguen presentando nuevos casos o reinfecciones en la población.

Según los resultados obtenidos de las investigaciones de Hivos (2016) se puede inferir que estos casos de infecciones siguen presentándose por diversos factores que omiten las recomendaciones y métodos de protección en su mayoría por que ignoran las repercusiones que estos actos pueden tener.

Para responder a este problema las instituciones y activistas homosexuales brindan un espacio que atienden a la comunidad gay y bisexual, otorgándoles servicios clínicos y de desarrollo interpersonal y apoyo que en otras instituciones públicas no se les brinda. Estas instituciones buscan prevenir la expansión de la epidemia de VIH en la población, teniendo como principal visión a una comunidad informada para promover valores de prevención para esto desarrollan estudios y material informativo para compartir métodos de prevención y realizaciones de prácticas sexuales efectivas, que si no llegan al público puede tener repercusiones de retroceso en la lucha en contra del VIH e ITS, causando un descontrol de situaciones y encuentros entre hombres.

El impacto psicológico de tener una lesión anorrectal o recibir un diagnóstico positivo es enorme, Según el director del CAS (2018) las personas bajo esta situación responde con vergüenza, se deprime y tiene miedo a ser rechazada dentro de su círculo social.

Herrero (2001) menciona que una de las principales causas de muerte en la población gay es el suicidio causado por daños psicológicos que implican rechazo por parte de la sociedad.

Además en la entrevista con el director del CAS (2018) se pudo inferir que la salud sexual y prácticas aplicadas para estas personas no es algo que se hable de manera libre en la sociedad, considerando que la sexualidad con identidades binarias que la sociedad considera como normal aún es un tema tabú, los jóvenes gais y bisexuales no tienen fuentes confiables de información en su entorno, y a pesar de que tienen el internet a su alcance para investigar prefieren actuar según las recomendaciones que sus parejas sexuales les dicen, o se basan en publicaciones de redes sociales acerca de cómo hacer las prácticas de manera empírica y sin consideraciones de control del entorno o de su cuerpo. Esto ha llevado a que cuando sucede una situación de riesgo prefieren hablarlo con alguien más antes de acudir a algún centro de salud.

Como respuesta a este problema el Colectivo Amigos contra el Sida brinda a la comunidad LGBT un espacio en el cual pueden desenvolverse sin miedo, estigmas y discriminación. También cuentan con clínicas donde se realizan pruebas gratuitas de VIH, tratamiento y control de ITS, acompañamiento psicoemocional durante su visita y pláticas para vivir su sexualidad. El personal está conformado por psicólogos, médicos, químicos, capacitadores y voluntarios que guían a los que acuden durante los procesos.

Además también cumplen con el deber de llevar registros de datos estadísticos que amplíen el panorama actual de la situación que rodea a la comunidad y con los datos obtenidos.

El CAS ha detectado que una manera efectiva de erradicar o monitorear los casos derivados de prácticas sexuales, es creando conciencia a la comunidad, promoviendo acciones controladas dándoles las herramientas necesarias para tener una cultura preventiva y que impacte de manera positiva a la reducción de casos de ITS o VIH, es por esto que también crean documentos y fuentes de apoyo para informar acerca de los cuidados y prácticas que promueven una salud sexual controlada.

Estos documentos informativos a pesar de tener contenido relevante y de interés, la comunicación con la comunidad no es efectiva, ya que los temas son extensos y son redactados con lenguaje avanzado y complejo, dificultando que llegue a todas las personas y que se adapte a su ritmo y estilo de vida.

Estas situaciones antes expuestas crean una oportunidad de resolver un problema de comunicación dentro del CAS, siendo importante informar de manera efectiva y con los códigos gráficos adecuados la información sintetizada y comprensible para la comunidad, mejorando su calidad de vida y salud sexual. Al resolver esta problemática de desinformación se puede atacar al problema desde su epicentro, logrando aspirar a tener el alcance de disminuir y erradicar la epidemia del VIH, aumentando su esperanza de vida y eliminando estigmas y discriminaciones que ayudarán a construir un país dispuesto a integrar a todas las personas sin importar la preferencia sexual.

Con estas premisas se puede inferir que en Guatemala la sexualidad practicada por hombres gais y bisexuales, puede llegar a presentar riesgos en su mayor parte si no es realizada de manera correcta o si no se tiene conocimiento antes de tenerlas, para saber cómo actuar de manera adecuada si se presenta una

situación que ponga en peligro su salud. Es por esto que es importante resaltar la necesidad de brindarle a estas personas información que se adapte a sus intereses sexuales, que les otorgue conocimiento general sobre las prácticas que implica su orientación para desenvolverse de manera libre y funcional dentro de su entorno, haciéndoles capaces de responder ante situaciones de riesgo y que tengan conocimiento de las repercusiones que puede tener en su salud para que puedan tomar las precauciones que más se adapten a su estilo de vida logrando inclusión y deshaciendo estigmas y discriminaciones una manera efectiva para que sus actos no sean realizados aisladamente de la sociedad están propensos a tener actitudes y prácticas de alto riesgo en sus encuentros.



Figura 6. Fotografía de miembros del CAS. Recuperada de facebook.com (2018)

### **Importancia y respuesta del diseño gráfico para informar a la comunidad gay y bisexual**

El diseño gráfico es una excelente herramienta para responder a necesidades de comunicación, y es usada múltiples veces en instituciones para conectar de manera adecuada con su grupo objetivo, esto en conjunto con las nuevas conexiones en línea el mensaje de una institución puede cubrir al mundo en tan solo unos segundos, por esta razón crear materiales que sean funcionales e interpreten contenido de manera creativa ha sido una nueva meta a alcanzar.

Desde este punto el diseño gráfico según León (2016) un fin del diseñador es transmitir mensaje gráfico a ese público objetivo (receptor) que buscas con la mayor claridad posible a su comprensión y que además, reaccione a él. Estableciendo la implicación que tiene este para dar a conocer información que se considere relevante para un sector en específico.

En 2007, Foro Escuelas de Diseño Facultad de Diseño y Comunicación establece que la comunicación visual puede decirse como el ordenamiento, composición y combinación de formas, figuras, imágenes y textos que permiten una lógica interpretación de lo que vemos, leemos u observamos; es un conductor de comunicación gráfica y visual.

Partiendo desde este punto se establece que el diseño gráfico tiene un papel importante en cómo las personas se desenvuelven en su entorno, estando siempre presente y ejerciendo un estímulo en la mente.

Las infografías no son tema nuevo Lankow (2013), las relaciona con las pinturas rupestres encontradas en cuevas hasta la época victoriana, pero En los últimos

años con las redes sociales y las necesidades de compartir contenido claro e inmediato ha revolucionado la manera en la que las personas obtienen información y se educan. El nuevo auge de las infografías radica en que no solo están presentes en medios impresos, sino que en medios digitales y han recibido una respuesta enorme e interacciones. Tal es el caso del caso de éxito de Pictoline, un perfil que se ha dado la tarea de sintetizar contenido y comunicarlo de manera gráfica con el uso de ilustraciones y códigos visuales de impacto, actualmente solo en Facebook, esta página rebasa los tres millones de seguidores y han creado tendencia en redes sociales en donde varias otras compañías usan estos materiales para conectar con su público.

Lankow menciona que las infografías están compuestas por información que se desea comunicar, conjunto de datos o información cuantificables categorizados y filtrados a cierto nivel para evitar ruido en la comunicación, un diseño que deriva del concepto y la funcionalidad de resolver un problema en específico e ilustraciones, que son representaciones de objetos que brinda un atractivo estético al material y que refuerza el contenido.

La infografía como recurso didáctico según Colle (2008), ayudan a describir procesos favoreciendo a la comprensión del funcionamiento de los elementos, siendo estas de gran efectividad en comparación con cualquier otro material didáctico ya que promueve la interpretación de lo que en ellas se muestra.

En estas es importante que el lector sepa de manera inmediata cuál es la temática de la infografía, la cual debe estar apoyada de un título claro y que llame la atención y el contenido debe enriquecer al conocimiento del lector de acuerdo al tema.

Se debe establecer un equilibrio en contenido textual y gráfico, Lankow, Ritchie y Crooks en el 2013 establecieron que la ilustración puede ser de ayuda para mostrar y darle vida a las cosas, pero hay una delgada línea entre eso y que se convierta en una distracción, debe ser un material de apoyo. Aunque esto puede variar según las necesidades de comunicación, se debe añadir cualquier recurso visual bajo el objetivo de informar, esto puede ser un problema cuando la ilustración no se relaciona directamente con el contenido.

Como las infografías son una herramienta que utiliza información de fuentes externas es necesario colocar las fuentes y referentes que fueron utilizados.

Una infografía es atractiva para el lector ya que por medio de los recursos gráficos crea contenidos llamativos que captan la atención inmediatamente esto también ya que no se percibe un contenido pesado a simple vista, la fluidez del contenido apoyada por las ilustraciones y el manejo tipográfico guían la lectura de manera eficaz y rápida que puede ser interpretada en cuestión de minutos.

Bajo esta premisa se puede establecer una relación entre las infografías y la salud sexual para hombres de la comunidad gay y bisexual, ya que al ser un tema que la sociedad evita informarse abiertamente, esto brinda la pausa a que la información se adapte y consolide según la cultura visual del público, comunicando el contenido explícito de manera amigable y fácil de comprender. Además incentiva al grupo objetivo a tener conciencia e interpretar de manera personal los actos y prácticas sexuales para que los apliquen en su vida.

El diseño gráfico siempre ha servido a la sociedad para establecer comunicaciones entre entidades y el público, a través de este rol genera un gran impacto en la formación mental de un sector en específico, es por esto que materiales de comunicación visual colaboran en conjunto con instituciones sociales como el CAS, creando materiales con alta calidad estética y funcionales que promuevan un estilo de vida saludable y que por medio de los códigos visuales de las infografías interpreten las generalidades que llevarán a mejorar su salud sexual.

# CAPÍTULO 6

---

## **NIVELES DE VISUALIZACIÓN Y EVALUACIÓN GRÁFICA**

- Nivel 1 y autoevaluación
  - Nivel 2 y coevaluación
  - Nivel 3 y validación
-

# Nivel 1 de visualización

En este nivel de visualización se definieron los elementos gráficos de ilustraciones de elementos y personajes, tipografía y su uso, retícula y paleta de color que tuvieron un impacto en la apariencia y funcionamiento de las infografías, y que así mismo se alinearon al concepto creativo de “pasa la bola”.

## Proceso de bocetaje

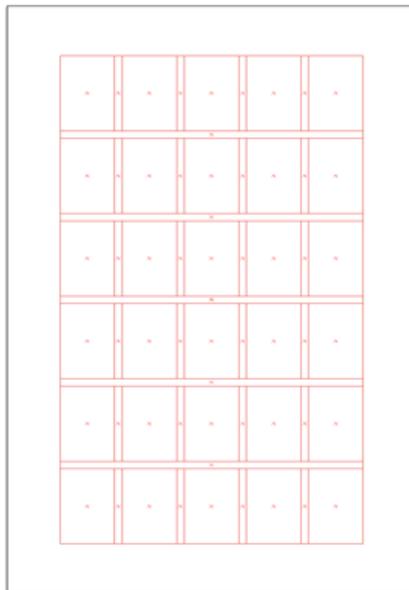
Para el proceso se seleccionó una muestra de cuatro infografías de doce, para establecer la línea gráfica y definir los parámetros de diseño que se aplicarán a las demás.

Se evidenció la visualización del nivel 1 tomando las etapas de bocetaje propuestas por váhaus constando de boceto burdo, boceto semiterminado y boceto terminado, que orientaron la evolución de los gráficos.

## Retícula y disposición de elementos

Se determinó una retícula modular de 5 x 6, para que los elementos puedan ser posicionados de una manera ordenada dentro del formato gracias a los módulos que definen el espaciado de cada tema.

Este tipo de retícula está presente en referentes de infografías porque brindan una secuencia y organización para los diversos temas que contienen.



### Bocetaje de personajes

La inclusión de personajes tuvo como fin generar empatía en el grupo objetivo, siendo este capaz de identificarse en las prácticas sexuales descritas en las infografías. Los personajes serán distribuidos uno por cada dos infografías, dando un total de seis diseños diferentes y darán el contexto del concepto creativo al representarlo como una plática en la comunidad que pasa su información.

Se realizaron dos propuestas de personajes basadas en las premisas de diseño:

### Propuesta de personajes

Propuesta 1: Esta propuesta explora la figura humana compuesta por extremidades de tamaño exagerado y una cabeza de desproporcionada en comparación con el resto del cuerpo basándose en la tendencia que se presenta en los proyectos de ilustración destacados desde el año 2017 en la web Behance.

Se crea con una abstracción parcial de la figura humana sin rostro para que el grupo objetivo pueda crear empatía de manera inmediata, lográndose identificar con algunos personajes.

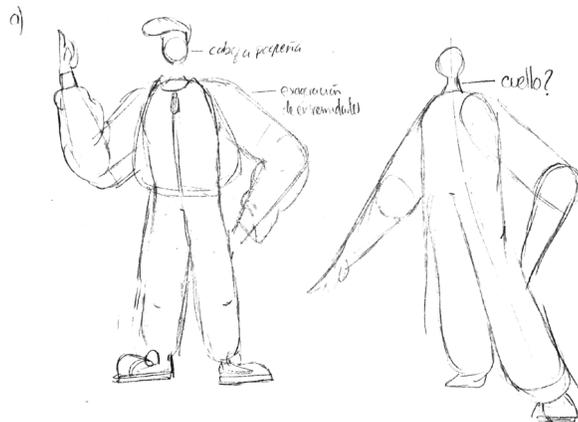


Figura 7. Propuesta 1 de diseño de personajes

Propuesta 2: Esta propuesta basa la figura humana bajo las mismas premisas y principios que la anterior pero con rasgos del cuerpo representados con una abstracción total, teniendo un impacto visual poco convencional, más artístico y estilizado.

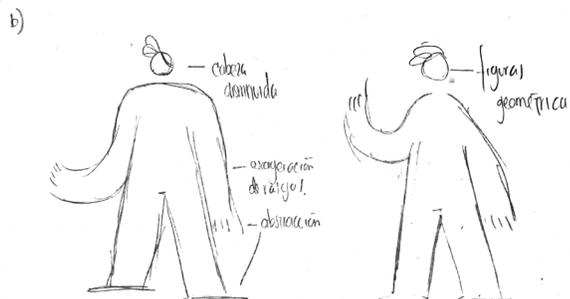


Figura 8. Propuesta 2 de diseño de personajes

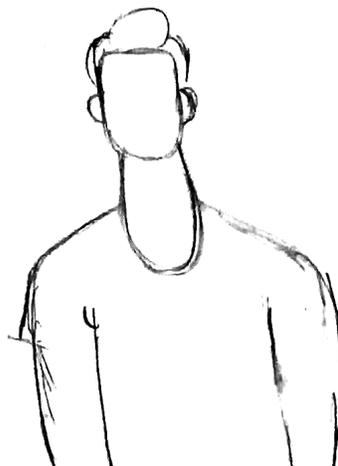
Teniendo ambas propuestas se realizó una consulta en conjunto con el director y comunicador de CAS en donde se compararon ambas propuestas en donde se seleccionó la propuesta número 1 teniendo como puntos a favor que el grupo objetivo se puede identificar con estos fácilmente y que la representación de la información se puede hacer de una manera más apegada a la realidad a nivel anatómico.

La decisión fue reafirmada al someter ambas propuestas al instrumento de autoevaluación (ver anexos 2 y 3).

Antes



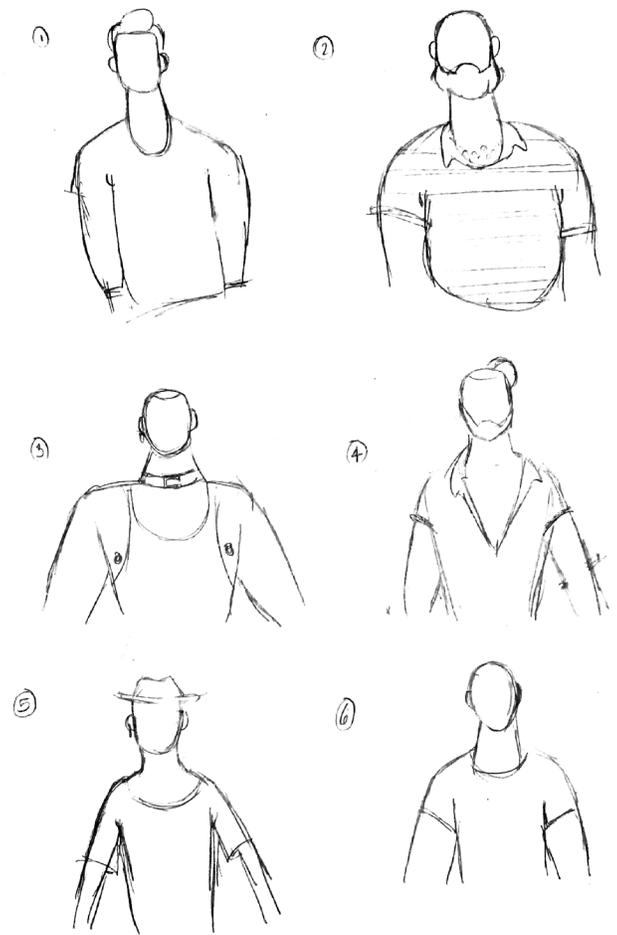
Después



### Diseño de personajes

Se utilizaron los arquetipos de personalidad descritos por Jung (1970) para explotar la diversidad tanto de identidad sexual como de raza que destaca en el grupo objetivo. Estos fueron aplicados según los temas de las infografías y siendo representadas por la anatomía del personaje y elementos de vestimenta.

Se presenta un boceto burdo de la parte superior del cuerpo ya que es la parte que se logrará visualizar en la infografía.



- 1) Arquetipo: El hombre corriente
- 2) Arquetipo: El mentor
- 3) Arquetipo: El forajido
- 4) Arquetipo: El amante
- 5) Arquetipo: El sabio
- 6) Arquetipo: El mago

### Bocetaje de infografías

Las cuatro infografías fueron seleccionadas como muestra representativa de las demás ya que presentan todos los elementos en común con variaciones de relevancia entre imagen y texto.

#### Etapa 1: bocetaje burdo de infografías

En esta etapa de bocetaje se desarrolló la línea gráfica y una idea preliminar de los objetos que componen las infografías partiendo del concepto creativo y reforzando el insight de "a nadie le sale bien la primera vez", al representar el contenido con globos de texto que los personajes comunican, y con ilustraciones explícitas para transmitir el mensaje de manera apegada a las prácticas reales.

Partiendo de esta etapa se logró visualizar cómo los elementos se dispondrán en la retícula.

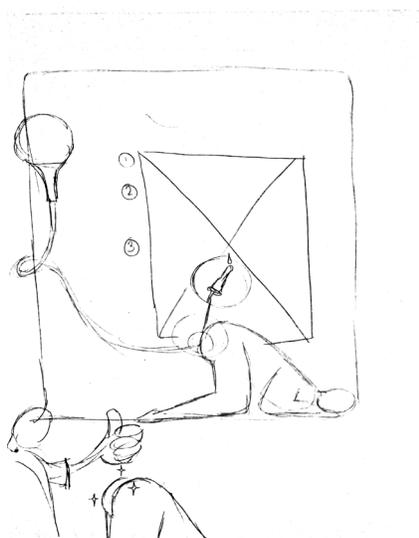


Figura 9. Bocetaje burdo, infografía de muestra 1



Figura 9. Bocetaje burdo, infografía de muestra 2

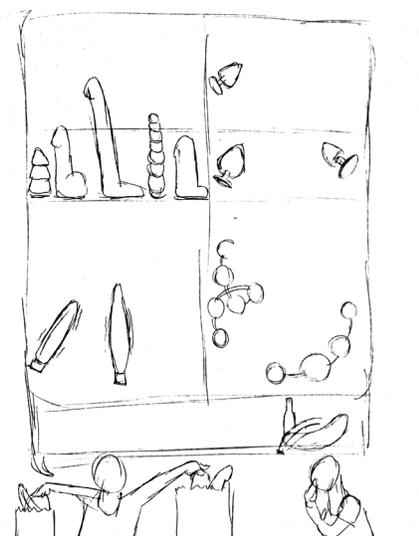


Figura 9. Bocetaje burdo, infografía de muestra 3

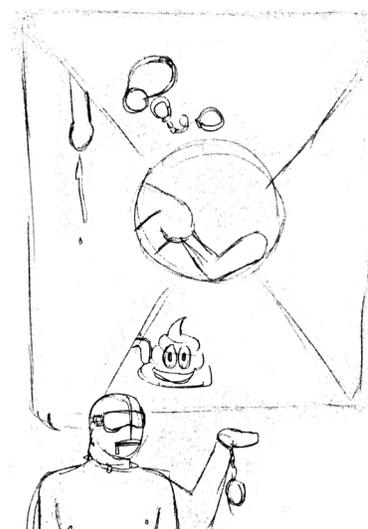


Figura 9. Bocetaje burdo, infografía de muestra 4

**Etapa 2: Boceto semiterminado, definición de trazo a lápiz**

En esta etapa de bocetaje se definieron y estilizaron las ilustraciones de las cuatro infografías seleccionadas, colocando los elementos en la retícula definida, añadiendo a los personajes de arquetipos y realizando también consideraciones del texto.

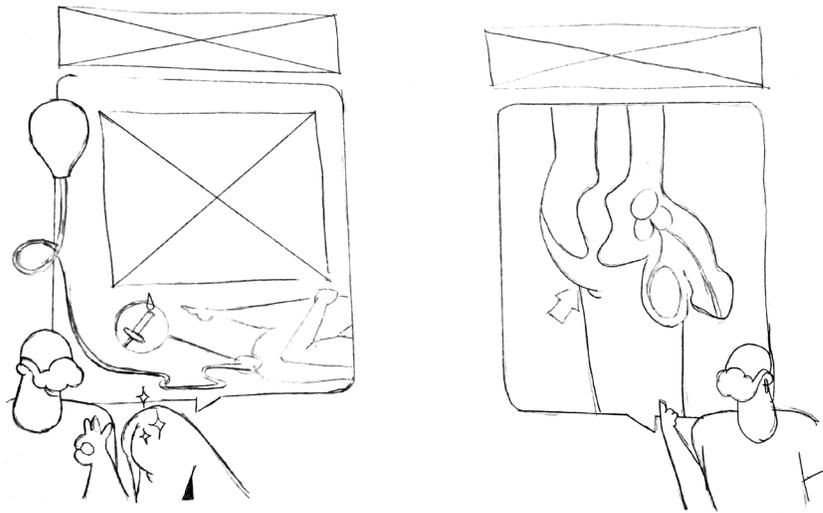


Figura 10. Bocetaje semiterminado, infografía de muestra 1 y 2

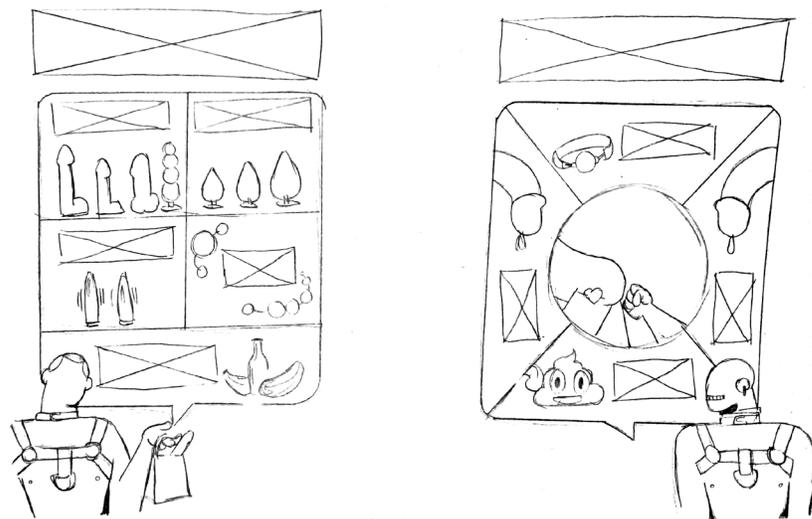


Figura 11. Bocetaje semiterminado, infografía de muestra 3 y 4

### Definición de trazo a rapidógrafo

Utilizando los bocetos a lápiz, se utilizó rapidógrafo para definir los trazos, facilitando la vectorización de las ilustraciones y las pruebas de color

Se utilizó la retícula definida para crear un sistema versátil de organización, gracias a esto se puede romper con la monotonía, presentando una diagramación diferente en cada infografía.

La posición de los personajes varía en las infografías para transmitir movimiento y se colocó en el módulo lateral de la parte inferior el elemento de mayor importancia.

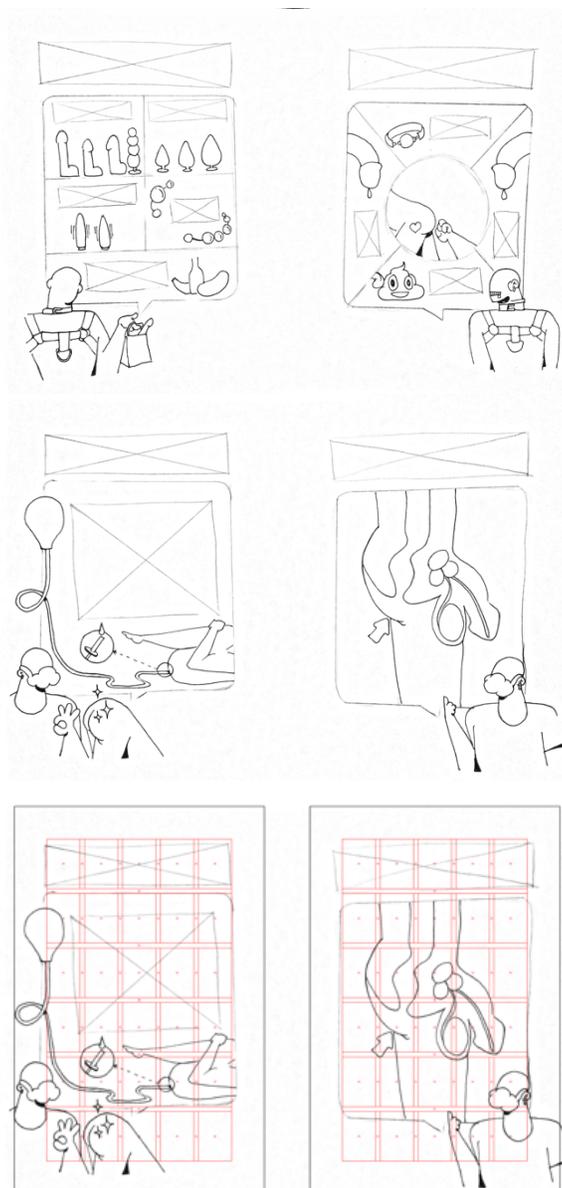


Figura 12. Bocetaje semiterminado, infografía de muestra 1 y 2 sobre retícula

### Pruebas de color

Teniendo los trazos de las ilustraciones definidas se realizaron pruebas de color teniendo en consideración la empatía que se espera por parte del grupo objetivo, utilizando colores de su cultura visual.

Se realizaron 3 pruebas de color:

Prueba 1: Monocromático: Esta versión fue realizada para que el conjunto de infografías presente una abstracción total de los colores de la bandera del orgullo, jugando con la luminosidad del color.

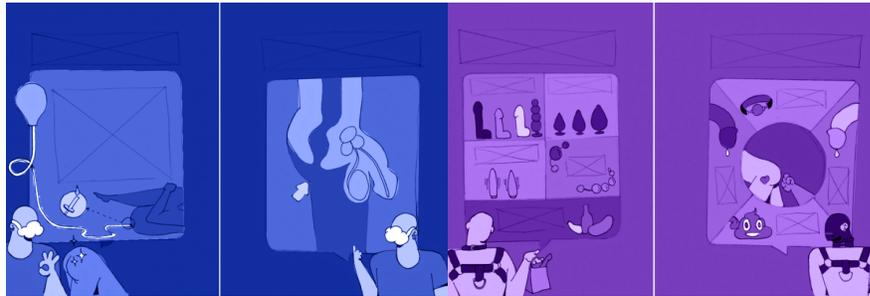


Figura 13. Prueba de color monocromático, infografía de muestra 1, 2, 3, 4

Prueba 2: Anomalía en personaje: Esta versión fue realizada bajo el mismo principio de la primera para sacar provecho de la diversidad de razas por medio del color de piel de los personajes, creando empatía en el grupo objetivo.

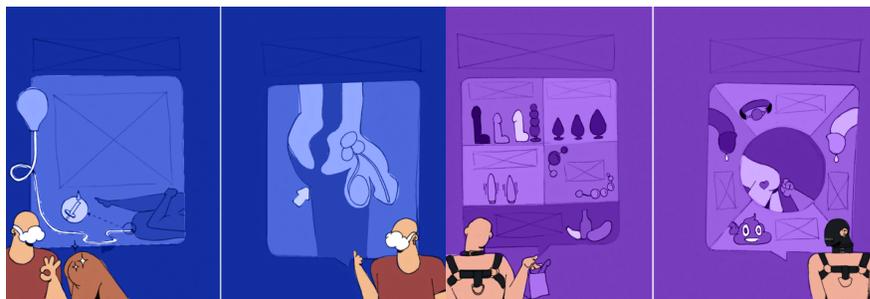


Figura 13. Prueba de color anomalía en personaje, infografía de muestra 1, 2, 3, 4

Prueba 3: Infografías a todo color: Esta versión se realizó con el fin de hacer énfasis en la diversidad tanto de los objetos como en los personajes, proponiendo una visualización que responde a la premisa de buscar representar los temas sin censura.

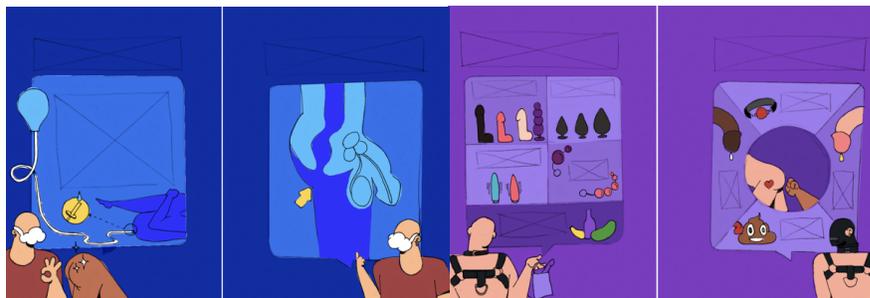


Figura 14. Prueba de color infografía a todo color, infografía de muestra 1, 2, 3, 4



### Boceto terminado

La línea gráfica final fue seleccionada al someter las tres pruebas previas de color al instrumento de autoevaluación (ver anexos 4 y 5) identificando la versión más apropiada para dar respuesta al problema de comunicación en la institución, siendo esta la versión full color, ya que al mostrar los elementos de esta manera facilitan la comprensión del grupo objetivo sobre el tema y pueden asimilarlo de manera correcta en sus actividades sexuales

Además de que pueden generar empatía e identificarse con la diversidad de personajes, respondiendo así al problema de comunicación mediante la ejecución del concepto creativo y premisas de diseño.

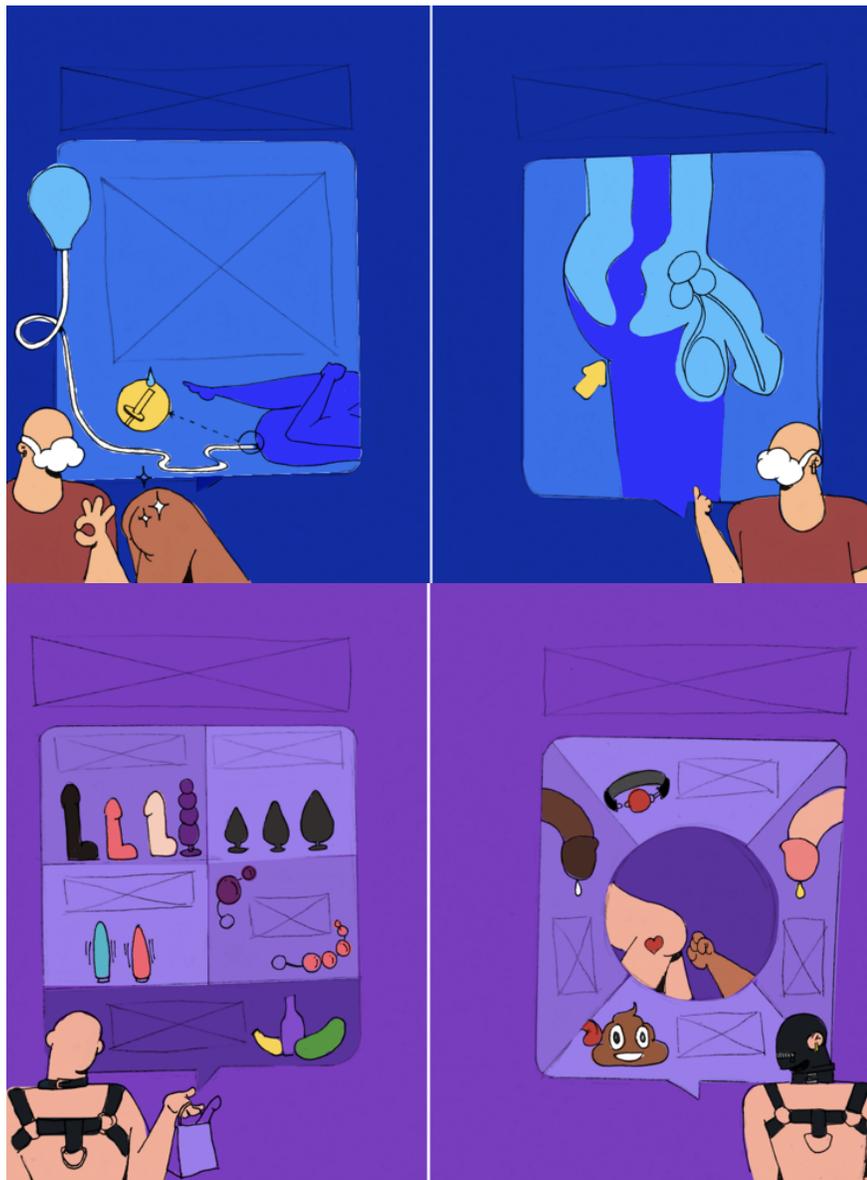


Figura 15. Boceto terminado, infografías de muestra 1, 2, 3 y 4

Esta versión fue llevada al nivel 2 de visualización, digitalizando las ilustraciones y añadiendo otros elementos gráficos como tipografía y el logotipo.

## Nivel 2 de visualización

En este nivel se partió de la línea gráfica de la propuesta seleccionada en el nivel 1.

Se realizó la digitalización de los elementos dentro de las infografías (personajes, objetos y diseño de retícula). Se parte de las premisas y lineamientos establecidos en el bocetaje y se añadieron nuevas consideraciones de carácter digital siempre bajo el concepto de “pasa la bola”.

### Objetivos del nivel

- Mostrar la evolución y acercamiento a la visualización final de la pieza gráfica.
- Identificar nuevas consideraciones de la pieza que no fueron contempladas durante la autoevaluación.
- Conocer nuevas perspectivas y opiniones relevantes en el desarrollo de la pieza, provenientes de una coevaluación con profesionales del área

### Premisas digitales de diseño

Para la realizar las infografías se utilizaron los códigos digitales establecidos por el manual de normas gráficas de CAS: Tipografía y uso de logotipo

### Tipografía

Avenir: tipografía institucional para textos y contenido, se utilizaron todos los pesos de la familia tipográfica para establecer jerarquía y contraste de textos.

Futura: tipografía institucional complementaria, se utilizó para títulos y subtítulos en los pesos black y bold para contrastar con los textos de contenido

**Avenir Futura Bold BT**  
 The quick brown fox jumps over the lazy dog  
 The quick brown fox jumps over the lazy dog  
 Top 20 fonts for web design  
 1234567890!@£\$%^&\*()?/[ ]  
 !"#\$%&'()\* ,-. /

### Identificación de la institución

Logotipo del CAS: Se evitó utilizar el imagotipo del CAS por el espacio disponible, utilizando en su lugar la versión de logotipo

### Digitalización de infografías

La digitalización de las infografías se realizó en Adobe Illustrator CC 2018, ya que el sistema vectorial de ilustración permite escalar dentro del mismo archivo y la modificación de formas independientes, facilitando el manejo de los personajes y objetos en diferentes poses para evitar una sensación estática.

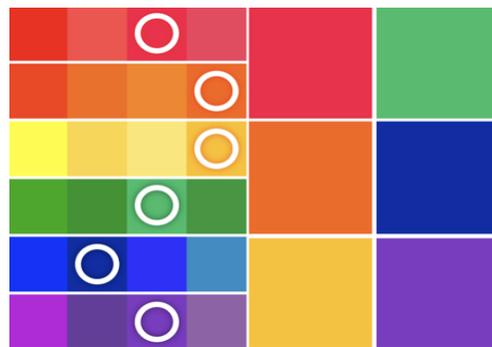
#### Pruebas de color

Partiendo de la selección cromática en el nivel 1 donde se incluyeron los colores de la bandera del orgullo, se realizaron pruebas de colores buscando alto contraste y armonía.

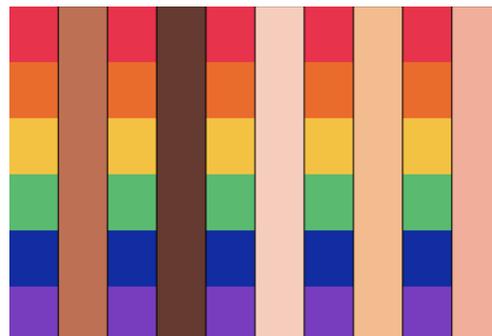
- Paleta de color para pieles de personajes: Los personajes son el eje central de las infografías, creando empatía con el grupo objetivo y representando la diversidad racial de este. Se tomaron como muestras diferentes tonos de piel para crear la paleta y se crearon sombras por medio del modo de fusión multiplicar a una opacidad de 50%.



- Paleta de color para fondo de infografías: Esta paleta de color está realizada bajo la inspiración de la bandera del orgullo, se realizaron pruebas de cada tono, seleccionando las que presentaban una saturación y brillo significativo para reforzar el concepto creativo (señalados con el círculo).



- Pruebas de contrastes: Teniendo las dos paletas principales de color se realizó una prueba de contraste en donde se superpusieron los colores uno sobre otro logrando identificar deficiencias en el contraste sobre todo en el color rojo, para solventar a esto se utilizó el recurso de contorno negro mostrado en las premisas de diseño del nivel 1.



### Diseño de personajes

Partiendo de los bocetos del nivel 1, la digitalización de los personajes se limitó a estilizar su forma, añadir suavidad a los trazos, crear movimientos y posiciones naturales.

Se evaluó el uso de trazo negro en toda la ilustración, en solo el contorno y en detalles en donde se necesita contrastar puntualmente sobre el mismo color o en la unión de dos o más colores, seleccionando esta última para evitar sobrecargar los personajes y para alinearse de mejor manera a las premisas de diseño.

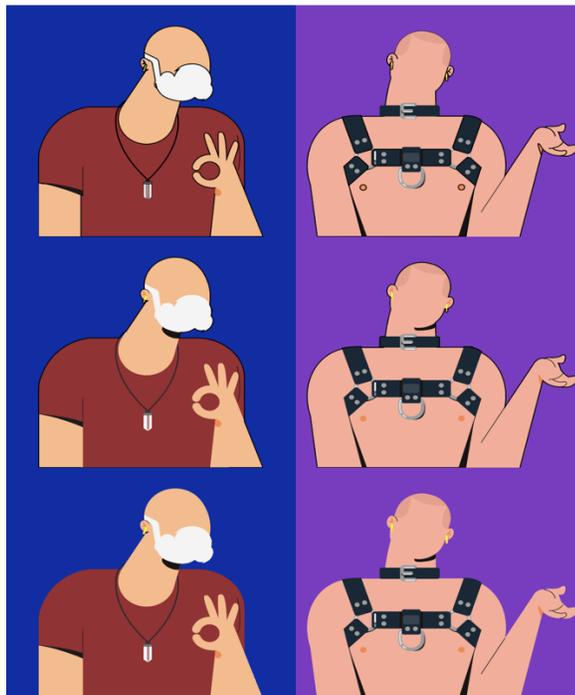


Figura 16. Pruebas de diseño de personaje 1 y 2

De igual manera se consideraron cambios de vestuario en los personajes realizados durante la fase 1, encontrando un estilo que se adecua de mejor manera al tema y a la moda del grupo objetivo.

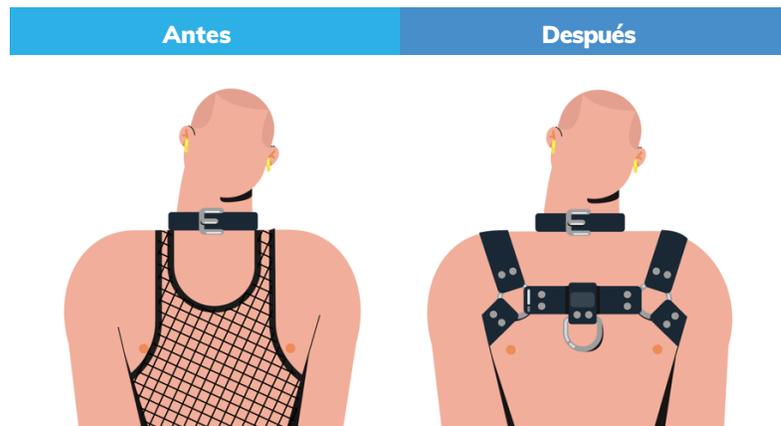


Figura 17. Cambio vestimenta personaje 2

### Diseño final de personajes

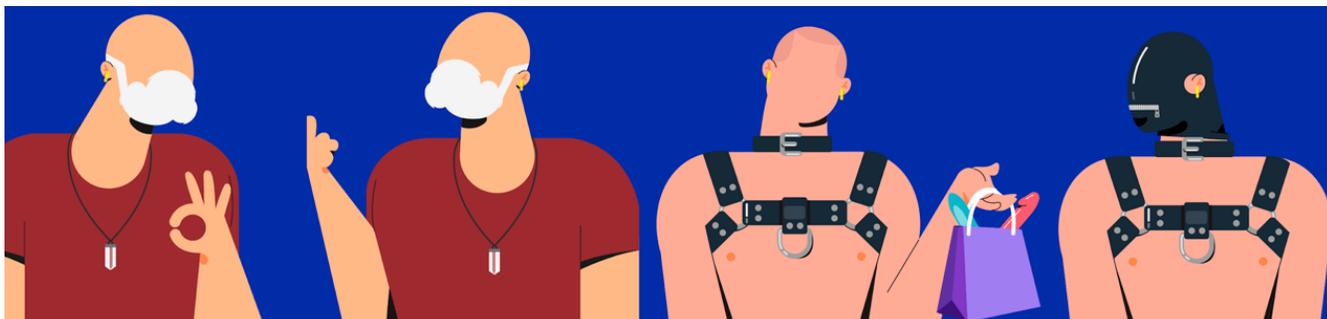


Figura 18. Personajes finales 1 y 2

### Diseño de objetos

Se produjeron objetos vectoriales de los temas a tratar, añadiendo juguetes sexuales, genitales y figura humana, los colores utilizados para los elementos fueron seleccionados de referencias reales, siguiendo las premisas de diseño y para mostrar los objetos de manera apegada a la realidad.

Las figuras humanas fueron realizadas manteniendo la monocromía para no saturar y perder jerarquía con los personajes protagonistas. Así mismo se emplearon texturas para crear contraste y profundidad con el fondo.

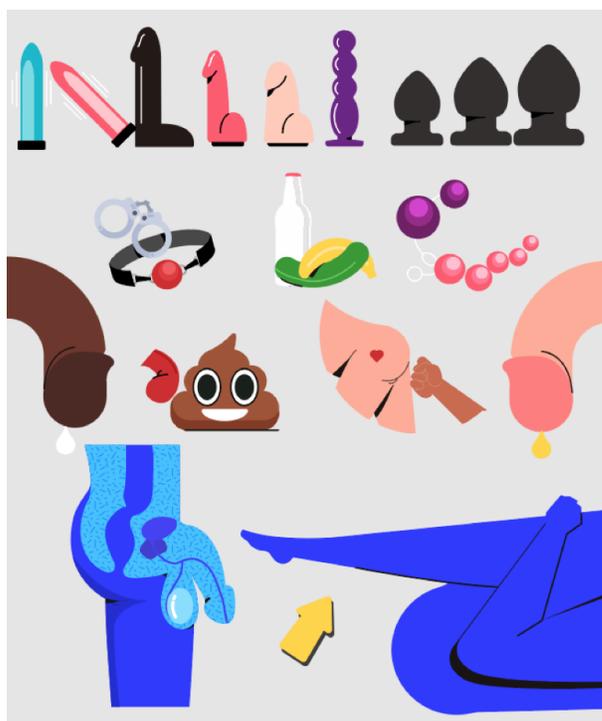


Figura 19. Ilustración de elementos, de izquierda a derecha: vibradores, dildos, plugs, elementos para BDSM, objetos de forma fálica, bolas chinas, lluvia blanca, scat, fisting, golden shower, aparato reproductor masculino, posición para enema

Elementos gráficos sobre el formato

Las infografías fueron diseñadas en formato tabloide (11" x 17") utilizando una retícula modular para posicionar los elementos, manteniendo un modo de lectura continuo y secuencial.

Este formato facilita la aplicación del concepto creativo brindando un espacio rectangular en donde el cuadro de diálogo puede tomar el mayor espacio siendo de 5 x 4 módulos.



Figura 19. Elemento gráfico sobre formato, infografía de muestra 1,2, 3 y 4

Visualización preliminar de infografías

Teniendo todos los objetos y elementos gráficos se pudo visualizar como la muestra de infografías se diseñó en función de tener texto dinámico, que facilite la comprensión y transmita el mensaje de manera directa por parte del grupo objetivo, manteniendo las premisas de color e ilustración de personajes generando empatía sobre el tema.



Figura 20. visualización preliminar, infografía de muestra 1,2, 3 y 4

## Coevaluación con profesionales de diseño

### Objetivos específicos de la coevaluación de diseño

- Obtener retroalimentación pertinente a la solución gráfica encontrada para resolver el problema de comunicación de la institución por medio de la perspectiva que ha adquirido con experiencia un profesional dentro del campo de diseño gráfico.
- Identificar los puntos fuertes y deficiencias en las piezas de diseño para desarrollarlos y solventarlas respectivamente.
- Obtener pautas para realizar una evolución en la pieza de diseño.

### Aspectos a evaluar

- El concepto creativo y su implicación en la línea gráfica.
- Calidad de las ilustraciones y abstracción de imagen en personajes y objetos respecto al perfil del grupo objetivo.
- Aplicación cromática de las infografías.
- Manejo de textos a nivel ortotipográfico.
- Unidad gráfica de las infografías (como individual y como pieza de un conjunto) y memorabilidad de las piezas de diseño.



Figura 21. Licenciada Astrid Torres en proceso de coevaluación

### Descripción del proceso

Se realizó una coevaluación presencial junto con cuatro profesionales del diseño gráfico con experiencia en el campo asignándoles una infografía a cada uno para evaluarla como pieza individual y como parte de una serie. Para realizar una evaluación efectiva se les compartió el brief creativo del proyecto y un instrumento de coevaluación a cada uno en donde pudieron realizar la calificación de los aspectos y colocar observaciones encontradas (ver anexo 6).

### Descripción del proceso

Se seleccionaron profesionales con experiencia en el área del diseño gráfico, ilustración y publicidad, que gracias a sus años de experiencia pudieron dar una opinión pertinente respecto a la gráfica de la pieza y al contenido como respuesta a un problema de comunicación.

- Licenciada Astrid Torres, Diseñadora creativa en Container Studio
- Licenciada Nadia Sarmientos, Diseñadora creativa e ilustradora en Container Studio
- Licenciado Axel Flores, Diseñador creativo en Royale Studios
- Jerónimo Olazabal, Director general de Container Studio

### Conclusiones obtenidas durante la coevaluación del nivel 2

El ejercicio de coevaluación logró identificar puntos importantes para mejorar la propuesta gráfica al problema de comunicación de la institución, logrando las siguientes conclusiones:

- El concepto creativo aunque oportuno se debe reevaluar para poder influir de una mejor manera en la toma de decisiones gráficas logrando así reforzar el mensaje deseado y que este se vea reflejado en el lenguaje seleccionado para los títulos de las infografías para que el grupo objetivo se sienta identificado.
- Los colores seleccionados deben crear un mejor contraste para evitar problemas de impresión.
- Homogeneizar el contenido de las infografías con la composición de los títulos, además de evaluar los espacios y jerarquía en los cuerpos de texto para tener una lectura fluida y efectiva.
- Identificar las infografías como material para la comunidad LGBT para evitar confusiones en el público general (por el estilo de ilustración) logrando mejorar y reforzar la identificación de la temática del proyecto específicamente para el grupo objetivo.

### Aplicación de los resultados de coevaluación en la toma de decisiones

Teniendo identificados los puntos que las infografías necesitan mejorar se realizaron los cambios de diseño pertinentes.

- Se reforzó la incidencia del concepto creativo dentro de las piezas de diseño. Inspirado en la comunicación digital actual se le otorgó a la pieza un estilo de diseño e ilustración propio de las aplicaciones móviles de mensajería, lográndolo por medio reforzar la paleta tipográfica de los fondos añadiendo gradientes sutiles y un elemento de diálogo para el fondo de los títulos, que se les cambió su redacción a un lenguaje que hace referencia al tipo de comunicación que tiene la comunidad del grupo objetivo en redes sociales, colocando en también emojis que ayudan a reforzar el mensaje.

Por medio de este cambio se logró integrar el título a la pieza de diseño teniendo como eje central el concepto de diseño.

Antes	
Jugando limpio	Juguetes sexuales
Viaje a tu interior	¿Te sientes curioso?
Después	
¿Te gusta limpio? 🌟🍃	¿Eres juguetón? 🍆🔥
¿Dónde quieres? 🍑	¿Te animas a algo nuevo? 🐱

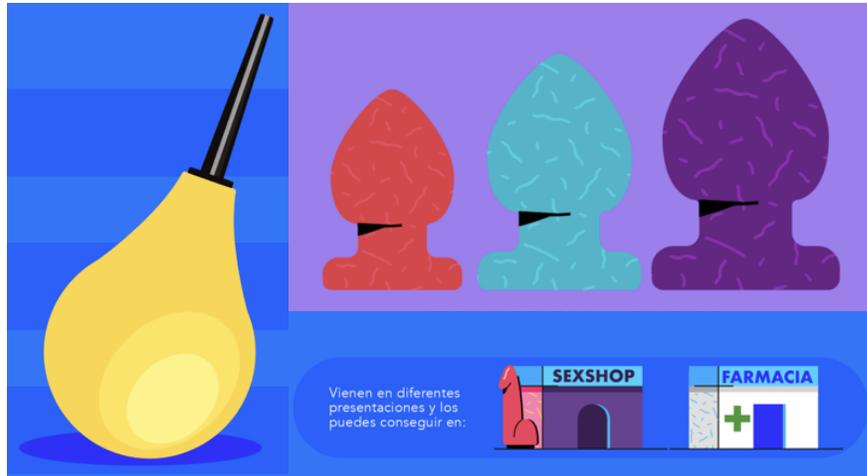
- La bandera del orgullo fue añadida para poder identificar la temática de las infografías de manera inmediata, esto para no causar confusiones si alguien del grupo objetivo ve la pieza y para mejorar la aceptación y empatía por parte del grupo objetivo con el material gráfico. Se realizó cambiando la posición del logotipo del CAS, ubicándolo en la parte superior de la infografía, e ilustrando dos banderas alzadas simbolizando el orgullo, trabajando con el concepto creativo, unificando e integrando los elementos a la pieza.



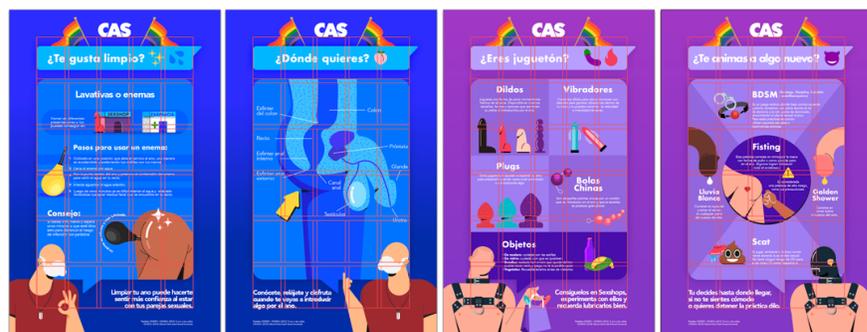
- Se hicieron cambios en la definición de jerarquía de textos, cambiando títulos amarillos a blancos para crear una homogeneidad apropiada con las demás piezas, además se hicieron ajustes de espaciado estos y el contenido del texto para que fueran iguales en todos los párrafos. Esto fue realizado para compartir el mensaje de manera clara y directa en todas las infografías.



- Se realizaron nuevas ilustraciones para temas que su contenido tenía una diagramación ambigua y otras para crear objetos apropiados al uso común del grupo objetivo. Se realizaron modificaciones de color en algunos elementos para crear contraste con el fondo y crear piezas más impactantes y también se les añadió el detalle de textura presente en una infografía para unificarlas.



- Se realizaron cambios de composición dentro de la retícula y se expandió el espacio de los globos de texto de los personajes para tener un mejor manejo de los objetos, siendo estos en muchos casos reubicados para mejorar el recorrido visual y se consideró un espacio para colocar la fuente de información del contenido de las infografías.



### Diseño final de las piezas nivel 2 de visualización

Con los resultados obtenidos se realizaron los cambios pertinentes para responder de mejor manera al objetivo de diseño seleccionado.



Figura 22. Nivel 2, infografía de muestra 1

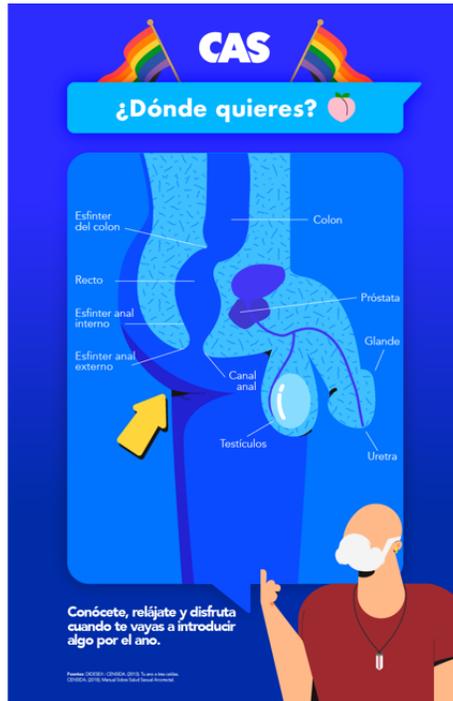


Figura 23. Nivel 2, infografía de muestra 2



Figura 24. Nivel 2, infografía de muestra 3

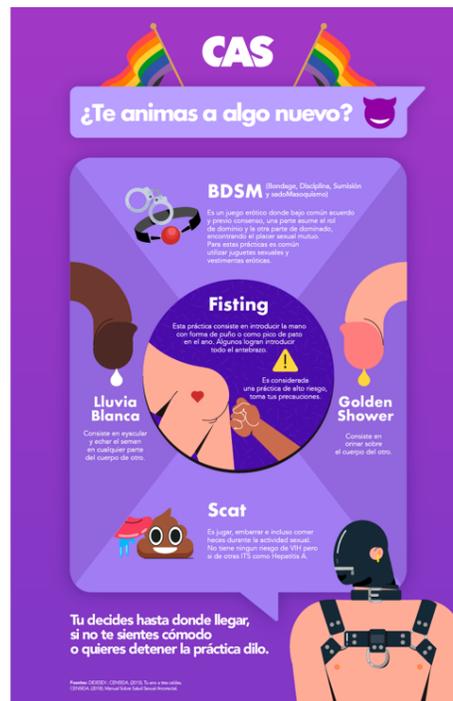


Figura 25. Nivel 2, infografía de muestra 4

## Nivel 3 de visualización

En este nivel se realizó la validación de las infografías con el grupo objetivo para verificar la funcionalidad comunicativa, valorando los parámetros gráficos establecidos durante su elaboración (colores, manejo ortotipográfico, ilustraciones, contenido y medio de reproducción).

### Objetivos del nivel

- Establecer el primer contacto de las piezas gráficas realizadas con el grupo objetivo para realizar una validación de las decisiones de diseño de los niveles 1 y 2 de visualización.
- Crear diálogo que genere críticas constructivas según la perspectiva, intereses y necesidades del grupo objetivo.
- Determinar la efectividad de las piezas de diseño para responder al problema social y cumplir con el objetivo de comunicación.

### Validación con el grupo objetivo

Como actividad de validación se realizó un grupo focal con hombres gays y bisexuales, para poder analizar cómo responden ante las infografías.

### Criterios a Evaluar

- Primer reacción e impacto creado al ver las infografías
- Consideraciones gráficas (color, personajes, ilustraciones, tipografías)
- Relación contenido e ilustraciones
- Pertinencia del contenido según el problema de comunicación de salud sexual
- Eficacia de comunicar e informar al grupo objetivo
- Potencial de memorabilidad y usabilidad por parte del grupo objetivo
- Capacidad de generar aprendizaje en el grupo objetivo

### Proceso de aprobación del contenido

Debido al tema sensible del que tratan las infografías, se buscó el apoyo del director del CAS, que por medio de un instrumento tipo encuesta (ver anexo 8) verificó y certificó que las infografías es apropiado e inofensivo para el grupo objetivo y no muestra imágenes o titulares inadecuados para el contexto social y cultural, aprobando su contenido para ser presentado en el grupo focal.



Figura 26. Fotografía evidencia aprobación del contenido por el director del CAS

### Descripción del proceso

Luego de realizar los cambios según las recomendaciones que los profesionales realizaron en el nivel 2, las piezas gráficas resultantes fueron presentadas al grupo objetivo.

En colaboración con el CAS se citaron 8 participantes pertenecientes al grupo objetivo, ésta muestra fue determinada debido a que en 2018, Ideas Frescas establece que esta cantidad de muestra es lo bastante grande para evitar la polaridad positiva o negativa, facilitar el proceso de interacción grupal, motivar al individuo introvertido a tomar un rol activo y es lo bastante pequeña para tener un mejor control del grupo, permitir que cada miembro del grupo reciba una cantidad aceptable de tiempo y atención y para evitar tensiones en la conversación. Este proceso se realizó con el estudiante como moderador.

Se imprimieron 10 infografías y se les facilitó un enlace electrónico para visualizarlas en versión digital en su teléfono móvil, con el fin de favorecer la interacción con los 2 medios de reproducción para los que fueron realizadas.

Para la recolección de resultados se apoyó de un instrumento de validación (ver anexo 9) que tuvo como objetivo determinar las pautas que guiaron la discusión del grupo focal y tener un control de la dirección. Para generar evidencia se les dió fichas para que pudieran escribir brevemente sus opiniones generadas, grabación de audio y toma de fotografías.

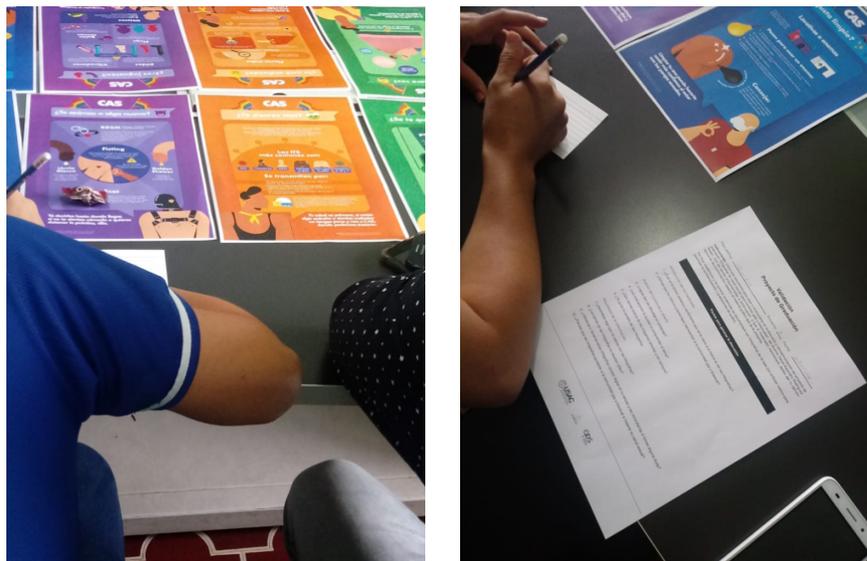


Figura 27. Fotografía proceso de validación grupo objetivo

### Consideraciones respecto al grupo objetivo y la institución para el grupo focal

Como normativa de recolección de datos en actividades que involucran participación de terceros se les informó previamente acerca de las grabaciones de audio y toma de fotografías para obtener su consentimiento, además el CAS promete a sus usuarios el respeto a su confidencialidad y anonimato por lo que las fotografías no incluyen rostros de los participantes.

**Duración de la actividad: 48 minutos.**

### Resultados obtenidos del grupo focal

La actividad proporcionó una retroalimentación efectiva en donde se discutieron recomendaciones, sensaciones y opiniones de las cuales se destacan:

- Una respuesta positiva al ver las infografías, creando el impacto deseado de transmitir a primera instancia la temática que abordan y que tiene el fin de educar.
- Algunos participantes comentaron que por razones personales no se sienten identificados con los colores de la bandera del orgullo utilizados en las infografías, pero como mayoría establecieron que si representa a la comunidad LGBT.
- Los personajes ilustrados representan de manera efectiva a perfiles de integrantes de la comunidad gay y bisexual y su diversidad.  
Algunos presentaron dificultad en la fluidez de la lectura debido al manejo de textos.
- Las ilustraciones refuerzan el contenido de las infografías ayudando a crear relaciones y empatía en las prácticas y riesgos sexuales, esto se apoya de manera efectiva de las imágenes directas y sin censura que según el grupo objetivo, muestra de manera clara y real la información y ayuda comprender el tema sin caer en representaciones convencionales y poco relacionales.
- Algunos colores son difíciles de ver por el poco contraste con su entorno. Los colores de la ilustración del enema hace que parezca un bombillo.
- Es un buen material para informar a la comunidad ya que con cada infografía se presenta una diversidad de temas de manera sintetizada y clara, fácil de leer y comprender.

Los participantes pudieron relacionar e incluso identificarse con los temas de prácticas sexuales incluidos. Todos afirmaron haber aprendido algo nuevo con las infografías.

El concepto creativo y su implementación en la gráfica es atractivo en el grupo objetivo ya que se adapta a su estilo de vida actual y reconocen los elementos utilizados de manera fácil. El lenguaje utilizado en los títulos y el contenido es amigable y oportuno ya que ayuda a comprender temas médicos con mayor facilidad.

Concluyeron en que las infografías son un buen material de apoyo que contribuye a mejorar las prácticas y conocimientos sexuales y que aporta a mejorar la salud sexual y disminuir riesgos en estas, además que fueron realizadas con alta calidad gráfica y estética.



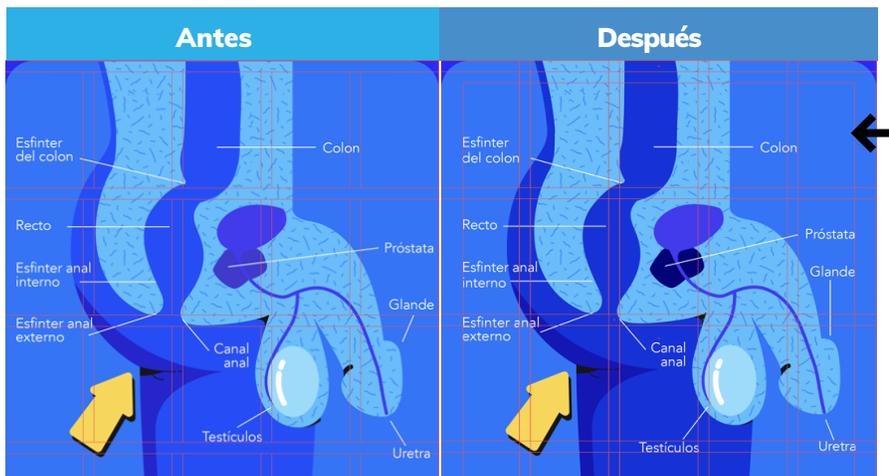
Figura 28. Fotografía de evidencia proceso de validación grupo objetivo

### Impacto de los comentarios en la toma de decisiones de diseño de las piezas gráficas

La validación con el grupo objetivo permitió identificar puntos a mejorar en las piezas gráficas, estos son expuestos a continuación

1. Para responder al comentario de la dificultad de lectura y manejo de textos se realizaron los siguientes cambios:

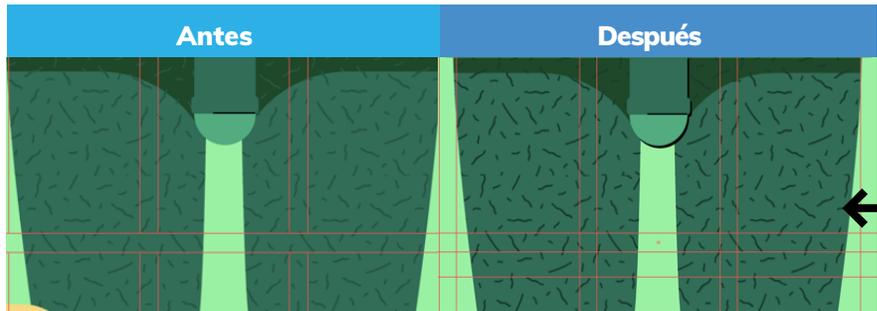
- Se unificaron tamaños de texto y se aumentó el interlineado de párrafo, añadiendo dos puntos más en comparación con el tamaño de los caracteres, esto para mejorar el flujo de lectura, espacio negativo y aire del contenido. Se eliminaron distractores visuales como las franjas de color que dividían el texto en las viñetas.
- Se crearon márgenes que delimitan el espacio efectivo dentro de los cuadros de diálogo para crear armonía y unidad visual además de favorecer al vaciado de texto.



Se utilizan flechas color negro para señalar y facilitar la comparación de los cambios

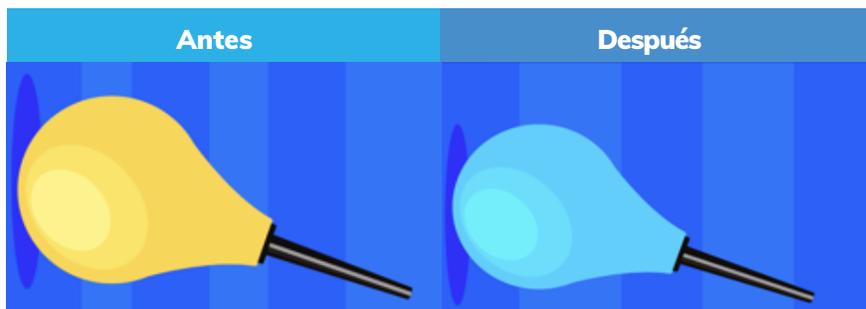
2. Para responder a los problemas de selección de colores se realizaron los siguientes cambios:

- Se oscurecieron colores para contrastar con su entorno.



Se utiliza una flecha color negro para señalar y facilitar la comparación de los cambios

- Se cambió el color del enema para integrarlo a la infografía y reforzar su significado.





# CAPÍTULO 7

---

## **PRESENTACIÓN FINAL DE LA PIEZA DISEÑADA**

- Fundamentación de la pieza
  - Costos de diseño gráfico
  - Costos de reproducción de la pieza
-

# Presentación final de las piezas realizadas

Al realizar los cambios según los comentarios obtenidos durante la validación del grupo objetivo se lograron concretar las piezas gráficas comprendidas por elementos que aportan calidad gráfica.

## Fundamentación final de las piezas de diseño

Las infografías fueron realizadas con el fin de atender la necesidad de crear documentos informativos acerca de salud sexual para hombres gay y bisexuales, comunicando prácticas, cuidados y precauciones para que mejoren su vida sexual. Bajo el insight encontrado de “a nadie le sale bien la primera vez” se logró generalizar la idea principal que define la cultura sexual del grupo objetivo que está inmerso a una gran diversidad de prácticas y pensamientos respecto a las relaciones sexuales. Las infografías responden al concepto creativo “comparte el orgullo” que brindó las pautas para generar los elementos visuales que componen las piezas.

Previo a la realización de las infografías se investigaron y recopilaron referentes visuales que funcionan como premisas gráficas, respondiendo a necesidades de estética y composición actual y moderna para crear conexión con el entorno de estímulos que rodea al grupo objetivo, con una paleta de color llamativa y diversa e ilustraciones antropomorfas para crear un punto de empatía con el cual se lograrán identificar.

Las piezas gráficas destacan por el tratamiento de imagen que adapta imágenes y contenidos consideradas popularmente difíciles de asimilar a un estilo amigable que además de comunicar contenido explícito se adapta a los requerimientos para ser difundido en redes sociales.

Los elementos visuales desarrollados para las infografías (tipográficos e ilustraciones) hacen que el contenido sea percibido de manera clara y directa, aplicando correctamente los códigos ortotipográficos.

Todos estos elementos están agrupados bajo una temática de aplicación móvil de mensajería que asegura una apropiación de la cultura popular fácil de identificar y con la que el grupo objetivo tiene relación en su día a día. Así mismo al utilizar los colores definidos por la bandera del orgullo a simple vista puede establecer la temática de las piezas.

## Descripción de las partes relevantes de las piezas de diseño

Tipografía:

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ**

Imagen: tipografía Futura black, utilizada para los títulos de las infografías.

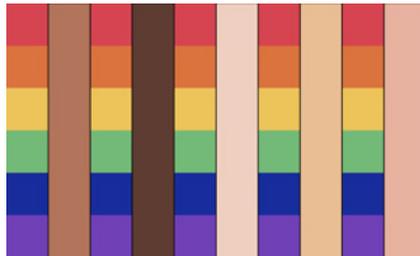
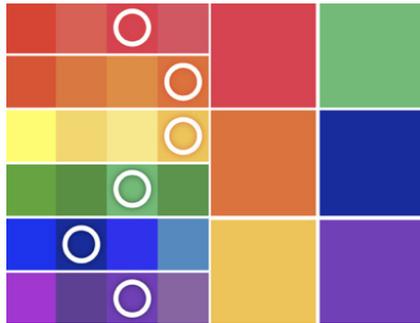
ABCDEFGHIJKLMN  
**OPQRSTUVWXYZ**

Imagen: tipografía Avenir light y black, utilizadas para el contenido.

Se utilizaron las tipografías institucionales establecidas en el manual de normas gráficas de 2017, luego de realizar el nivel 3 de visualización se estableció y confirmó que el uso de Futura black para títulos, que según el grupo objetivo la lectura es clara ya sea vista de cerca o a distancia, esto identifica de manera efectiva a primer instancia el contenido de cada infografía, y la tipografía avenir para los cuerpos de texto, que al ser una tipografía sin serif utilizando en sus pesos de light para el contenido y black para los subtítulos, se logra establecer una buena jerarquía visual, esto fue confirmado en la coevaluación con profesionales de diseño que calificaron el manejo de textos y jerarquía de manera excelente, además de brindar fluidez y facilidad de lectura, al interactuar con las piezas versión impresa y digital el grupo objetivo pudo calificar esto como “fácil y claro al leer”.

Teniendo la coevaluación y validación de respaldo se puede afirmar la efectividad en la selección tipográfica, ambas tipografías al pertenecer a la clasificación sans serif, según Martínez (2009), establece que este tipo de tipografía es ideal para uso digital gracias a su legibilidad que sus rasgos brindan y que es mejor utilizada en textos cortos, apegándose así a las premisas de diseño establecidas en la definición del proyecto, y favoreciendo al cumplimiento objetivo de comunicación que al facilitar la lectura informa al grupo objetivo sobre salud sexual.

## Manejo de color



Arriba: muestra de contrastes de los colores seleccionados.  
Abajo: muestra de contrastes de los colores de fondo con los tonos de piel de los personajes

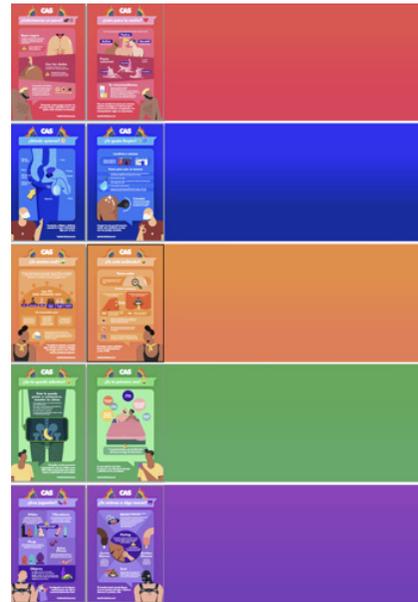


Imagen: Visualización de la paleta cromática de las infografía

El concepto creativo y la temática se ve reflejada en la paleta de color siendo definida por la bandera de orgullo que identifica a la comunidad LGBT a la cual pertenecen los HSH, para quienes va dirigido este material, además de brindarle llamativo a la pieza fue utilizada para delimitar temas y uniformidad al set, aplicando un color de la bandera cada dos infografías que tienen relación entre sí para una identificación rápida. También fue aplicada para que cuando se vea el set completo se pueda percibir una representación de la bandera.

Bajo estas premisas expuestas durante la coevaluación y validación se establece, mencionado por el grupo objetivo y profesionales de diseño, que la aplicación y selección es pertinente según el contexto social de la institución. El grupo objetivo logró identificarse de manera inmediata y reconocer los colores apeándose a lo que se planteó en las premisas de diseño establecidas.



### Aplicación del concepto en la gráfica

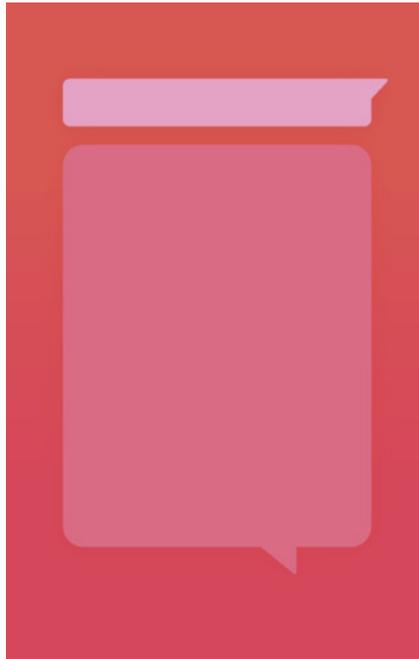


Imagen: Globos de texto utilizados para contextualizar y reforzar el contenido de las infografías.

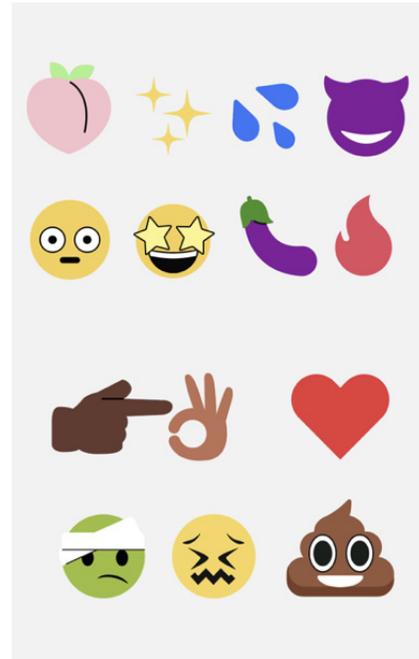


Imagen: Emojis ilustrados utilizados para contextualizar y acompañar el título y contenido de las infografías.

Luego de la coevaluación se logró determinar una línea gráfica que aporta efectivamente al concepto creativo de “comparte el orgullo”, Según comentarios obtenidos por los profesionales de diseño se reforzó la gráfica al utilizar elementos que se relacionan con las aplicaciones de comunicación móvil, siendo fáciles de identificar y con las que el grupo objetivo interactúa en su día a día al desenvolverse dentro de la sociedad. Se utilizaron degradados presentes en las tendencias de desarrollo de aplicaciones y cuadros de diálogo. Además para reforzar el contenido y crear empatía, se utilizaron ilustraciones de emojis que se relacionan con los títulos, creando una imagen amigable y llamativa con los que el grupo objetivo pueden crear empatía ya que son parte de la comunicación virtual que entablan dentro de la comunidad.

Durante la validación se confirmó ya que mencionaron que se entiende de manera inmediata la referencia tomada de la cultura popular y se integra de manera amigable y clara al contenido aportando a su comprensión, Además mencionaron que gracias a estos elementos se puede comunicar de mejor manera la naturaleza sexual de las infografías y alinearse a lo que la población general, incluso la que no pertenece a la comunidad LGBT, perciba el material como apto para educar y concientizar.



## Identificación del contenido y de la institución



Imagen: Banderas ilustradas y logotipo del CAS utilizadas para identificar y delimitar la temática de las piezas gráficas

Para dar respuesta a una recomendación obtenida en el nivel 2 para evitar confusiones dentro del público que no pertenece a la comunidad LGBT, y para identificar a el CAS, se utilizaron ilustraciones de bandera del orgullo que rodean al logotipo de la institución en la parte superior de cada infografía. Esto fue realizado para que el recorrido visual comunique a primera instancia de qué se trata la información.

Este cambio fue clave durante la validación con el grupo objetivo, ya que ayudó a contextualizar e identificarlos, de manera inmediata, reconociendo el significado del símbolo, cumpliendo así con las premisas de diseño establecidas que buscaban delimitar la percepción del contenido a la comunidad LGBT y que comunique de manera inmediata la institución para la que fueron realizadas.

## Elementos ilustrados

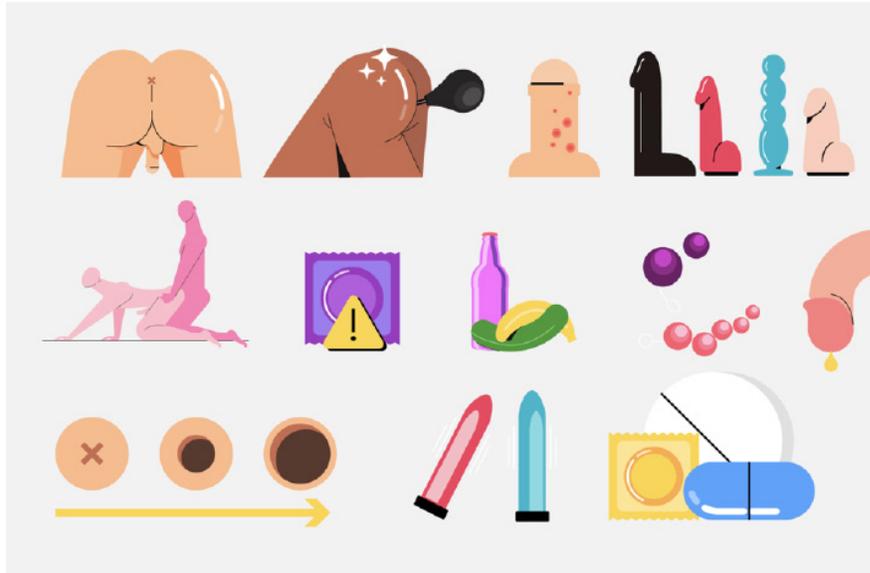


Imagen: Colección de elementos gráficos utilizados en las infografías para reforzar e ilustrar el contenido.

La aceptación de los elementos gráficos fue notoria en la coevaluación y validación, ambos grupos mencionaron la alta calidad gráfica de las ilustraciones y luego de los cambios realizados según comentario durante el nivel 2, acerca de contrastes de color y formas, las ilustraciones son fáciles de comprender para el grupo objetivo.

Estas ilustraciones fueron empleadas para acompañar el contenido de las infografías y aportar al contenido sin crear ruido ni distracciones logrando una integración visual acertada.

Según los comentarios de profesionales del diseño, se define el estilo de ilustración como moderno e innovador y según el grupo objetivo es llamativo y provoca intereses en leer las piezas, por lo que se comprueba la coherencia con las premisas de diseño establecidas alineándose a las tendencias actuales de manera efectiva.

## Personajes ilustrados



Imagen: Personajes ilustrados utilizados para crear empatía, aplicar el concepto creativo y unificar infografías.



Imagen: Elementos de vestuario utilizados en los personajes para contextualizar e identificar a la comunidad gay y bisexual.

Los personajes fueron identificados como el punto focal y de mayor interés tanto del grupo objetivo como de los profesionales de diseño, recibiendo comentarios positivos acerca de su aplicación. Cada personaje acompaña a dos infografías que guardan relación entre sí, esto para lograr diferenciarlas pero sin perder la unidad gráfica, fueron compuestos utilizando arquetipos de personalidad que encajan con la temática de cada infografía y se buscaron referentes de estilo y moda pertenecientes a la comunidad gay y bisexual, haciendo una estilización de rasgos físicos y excluyendo los rostros e incluyendo diferentes colores de piel para transmitir la premisa establecida de representar la diversidad de la comunidad LGBT.

Los profesionales de diseño durante la coevaluación determinaron que los personajes representan de manera clara y directa a la comunidad gay y bisexual, este comentario fue confirmado por el grupo objetivo durante la validación afirmando que los personajes representan a hombres gais y bisexuales, gracias a sus posturas corporales y posiciones de mano, por lo que se sintieron identificados cumpliendo así con las premisas establecidas.

Piezas gráficas finales

**CAS**

**¿Te gusta limpio?** ✨💧

**Lavativas o enemas**

Vienen en diferentes presentaciones y los puedes conseguir en:

**Pasos para usar un enema:**

- 1 Colócate en una posición que abra el camino al ano, una manera es acostandote y sosteniendo tus rodillas con tus manos.
- 2 Llena el enema con agua.
- 3 Pon la punta dentro del ano y presiona el contenedor del enema para verter el agua en tu recto.
- 4 Intenta aguantar el agua adentro.
- 5 Luego de cinco minutos ya es difícil retener el agua y esta sale llevándose cualquier residuo fecal que se encuentre en tu recto.

**Consejo:**  
Si tienes VIH, hiérve y espera unos minutos a que esté tibia esto para disminuir el riesgo de infección por parásitos.

*La punta va adentro y bien lubricada*

**Limpia tu ano puede hacerte sentir más confianza al estar con tus parejas sexuales.**

Fuentes: DICESDX; CENSIDA, (2013). Tu ano a tres caldas. CENSIDA, (2018). Manual Sobre Salud Sexual Anorrectal

Imagen: Infografía 1  
 Título de la pieza: ¿Te gusta limpio?  
 Tema: limpieza anal y uso de enemas  
 Arquetipo de personaje: El mentor

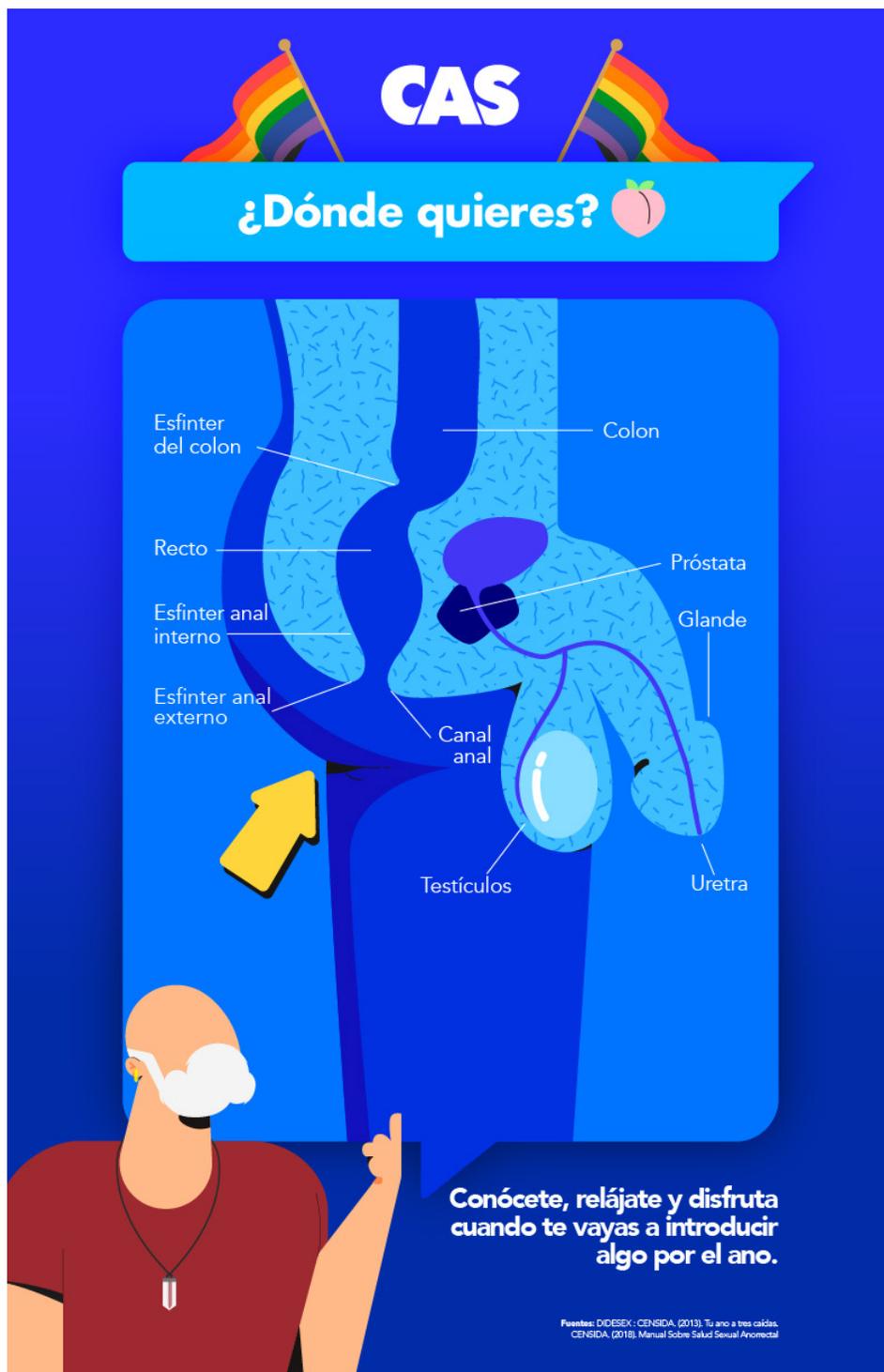


Imagen: Infografía 2  
Título de la pieza: ¿Dónde quieres?  
Tema: Anatomía de zonas erógenas masculinas  
Arquetipo de personaje: El mentor



Imagen: Infografía 3  
 Título de la pieza: ¿Eres Juguetón?  
 Tema: Juguetes sexuales  
 Arquetipo de personaje: El forajido



Imagen: Infografía 4  
Título de la pieza: ¿Te animas a algo nuevo?  
Tema: Prácticas sexuales alternativas  
Arquetipo de personaje: El forajido

# CAS

## ¿Calentamos un poco?

### Beso negro

Consiste en estimular el ano con la boca, lamiéndolo o chupándolo variando los movimientos, velocidad y fuerza para obtener placer.

Al hacer esta práctica hay riesgo de adquirir una enfermedad diarreica.

### Con los dedos

Al masajear o introducir uno o más dedos en el ano se produce gran placer.

Recuerda lubricar el dedo si quieres que se deslice mejor y para evitar lesiones en el ano.

Hacer estas actividades ayudará a que tu ano se dilate, así que puedes practicarlas antes de cualquier penetración.

### Recuerda, estos juegos previos no son para todos, está bien si tú o con quién estás deciden no hacerlas.

Fuentes: DISEX; CENSA, (2013). Tu ano a tus órdenes. CENSA, (2018). Manual Sobre Salud Sexual Anorectal

Imagen: Infografía 5  
Título de la pieza: ¿Calentamos un poco?  
Tema: Prácticas sexuales previas a la penetración  
Arquetipo de personaje: El amante

**CAS**

¿Listo para la noche? ❤️

Hay 3 roles que puedes asumir y experimentar durante una relación sexual

- Pasivo** (es al que penetran)
- Activo** (es el que penetra)
- Versátil** (puede ser ambos)

**Poses comunes**

- A caballo
- El perrito
- A hombros

● Activo  
● Pasivo

**Te recomendamos**

- Escoge una posición cómoda
- Ten los condones a la mano
- Ponte mucho lubricante en el ano y/o en el pene
- Puedes usar tus dedos para masajear y relajar el ano
- Si el ano no se dilata espera uno minutos
- Tómatelo con calma y respira profundamente
- Todo debe ser bajo consentimiento del otro

Hay un mundo de poses por conocer, puedes investigar en internet otras maneras de hacerlo o preguntarle a tu acompañante según su experiencia.

Fuentes: DISESEX; CENSIDA, (2013), Tu ano a tres castas.  
CENSIDA, (2018), Manual Sobre Salud Sexual Anorectal

Imagen: Infografía 6  
Título de la pieza: ¿Listo para la noche?  
Tema: Posiciones sexuales para gays y bisexuales  
Arquetipo de personaje: El amante



Imagen: Infografía 7  
Título de la pieza: ¿Se te quedó adentro?  
Tema: Acciones para reaccionar ante un objeto atorado  
Arquetipo de personaje: El hombre corriente

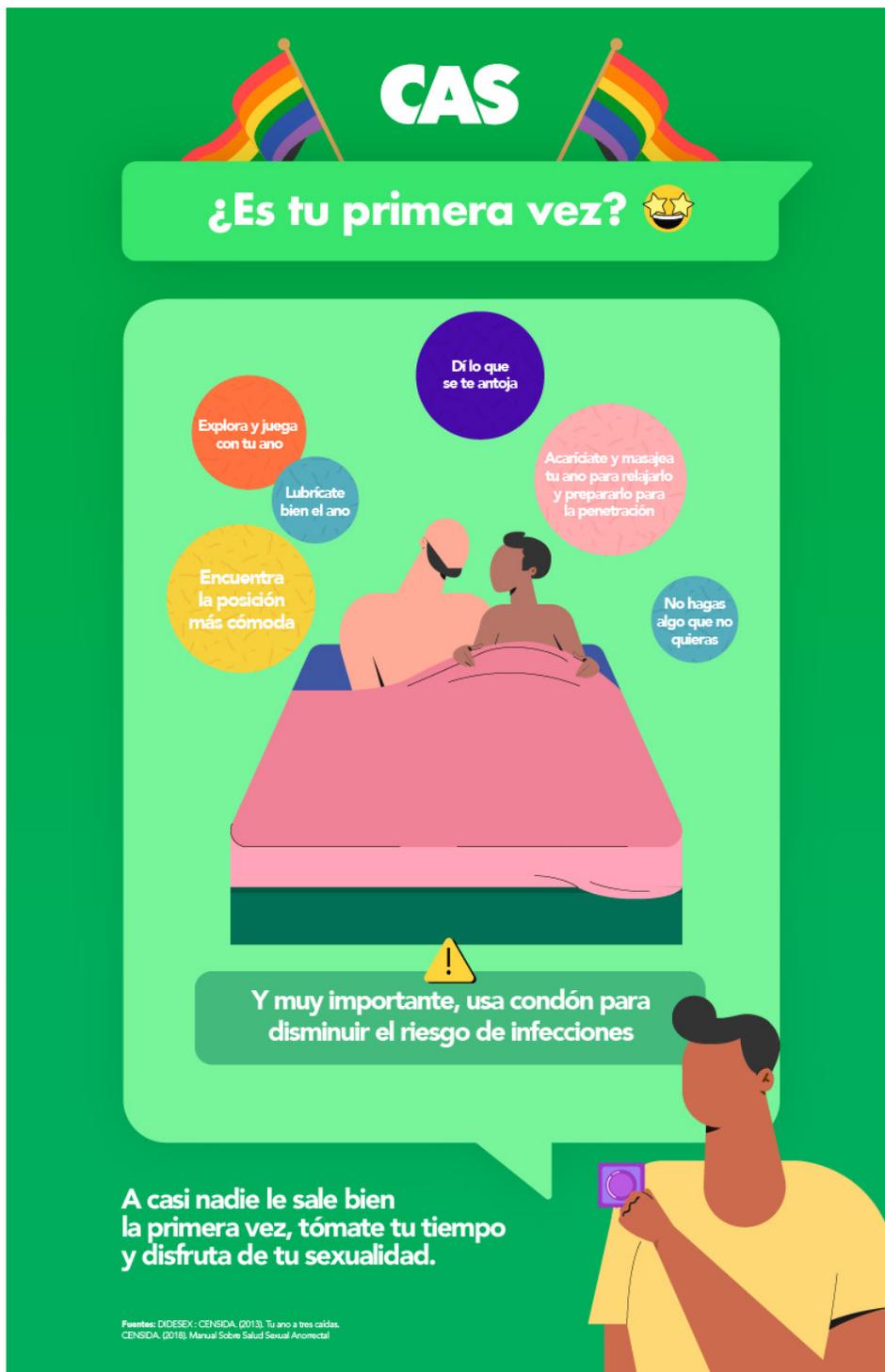


Imagen: Infografía 8  
Título de la pieza: ¿Es tu primera vez?  
Tema: Consejos para la primera relación sexual  
Arquetipo de personaje: El hombre corriente



# CAS

## ¿Te está ardiendo? 🤔

### Fisuras anales

Son pequeños cortes de menos de un centímetro en tu ano o recto.



#### Causas comunes:

La tensión en tus músculos cuando te están penetrando.



**TIP:** Busca una posición donde te puedas relajar y utiliza mucho lubricante.

El esfuerzo que haces en el baño cuando estás estreñado.



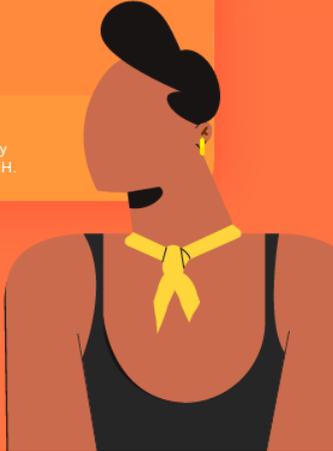
**TIP:** Bebe muchos líquidos y come mucha fibra.

 Algunas de estas fisuras no son visibles y se cierran por su cuenta al cabo de unos días, otras son visibles y dolorosas.

 En algunas ocasiones puede que sangres. En este caso tardarán semanas o meses en cicatrizar.

 Tener sexo si tienes fisuras puede ser muy doloroso y si lo tienes sin utilizar condón hay más riesgo de infección o reinfección por VIH.

**Si sientes estas molestias toma tus precauciones y ven a CAS.**



Fuentes: DICESEX - CENSIDA, (2013), Tu ano a tres céidas. CENSIDA, (2018), Manual Sobre Salud Sexual Anorectal

Imagen: Infografía 9  
 Título de la pieza: ¿Te está ardiendo?  
 Tema: Fisuras anales  
 Arquetipo de personaje: El sabio



**CAS**

¿Te sientes mal? 🤒

Muchas Infecciones de Transmisión Sexual (ITS) se manifiestan a través de síntomas relacionados directamente con el ano (también con el pene, la boca, la garganta, etc.)

**Las ITS más comunes son:**

- VIH
- Gonorrea
- Sifilis
- Herpes anales
- Verrugas Anales
- Hepatitis A, B y C

**Se transmiten por:**

- Contacto físico con una persona con una infección durante las relaciones sexuales.
- A través de fluidos corporales de la persona infectada que entran en contacto con heridas en la piel o mucosas.
- Por contacto directo con las lesiones, la piel o la mucosa de la persona infectada.

Puedes prevenirlas usando condón en las relaciones sexuales. La buena noticia es que la mayoría puede ser curada rápidamente o pueden ser tratadas con medicamentos para llevar una vida plena y duradera.

**Tu salud es primero, si notas algo extraño o sientes malestar no tengas pena y ven a CAS, donde podemos tratarte.**

Fuentes: DISESDX; CENSIDA, (2013). Tu ano a tres caídas. CENSIDA, (2018). Manual Sobre Salud Sexual Anorectal

Imagen: Infografía 10  
Título de la pieza: ¿Te sientes mal?  
Tema: Infecciones de transmisión sexual  
Arquetipo de personaje: El sabio

## Efectividad de las piezas

La congruencia del resultado final con los objetivos del proyecto y la efectividad de comunicación de las piezas se utiliza se respalda con los resultados obtenidos durante los niveles 2 y 3 de visualización, donde los profesionales de diseño gráfico y comunicación visual hace énfasis en la alta calidad gráfica y de síntesis de representar los temas de manera gráfica, aplicando de manera competente el concepto gráfico, y los códigos visuales (ilustración y tipográficos) creando piezas unificadas, llamativas, además el grupo objetivo resaltó que las infografías son un buen material para obtener buenos conocimientos acerca de prácticas y salud sexual, informando de manera clara, directa y eficaz los contenidos, facilitando su comprensión al ser reforzadas con ilustraciones y manteniendo una lectura fluida y clara, cumpliendo con el objetivo específico de diseño y a la función principal de los materiales infográficos. Las premisas de diseño seleccionadas en la fase de planeación y definición creativa se vieron reflejadas en las decisiones de diseño, transmitiendo material moderno e innovador de acuerdo a las tendencias gráficas actuales, según los profesionales de diseño.

Estas piezas responden de manera efectiva al objetivo específico de comunicación ya que durante la sesión del grupo focal el grupo objetivo de la comunidad gay y bisexual, afirmaron haberse informado de una manera fácil y clara acerca de prácticas sexuales, además las infografías trataron temas que desconocían hasta ese momento, asociándolas inmediatamente a educación, información y al contexto de la comunidad gay y bisexual, denominándolas una buena herramienta y material de apoyo que puede aportar a mejorar la salud sexual de los usuarios

## Medios de reproducción y soportes

Las piezas gráficas fueron diseñadas para ser reproducidas tanto en medios impresos como digitales, con un tamaño tabloide para afiches, que en escala se puede imprimir también en tamaño oficio. En ambos el tamaño de letra es legible y crea impacto al lector. Esta proporción también puede ser compartida en redes sociales y puede ser visualizada en teléfono móvil de manera efectiva gracias al acercamiento de pantalla. Estos medios fueron seleccionados para que el grupo objetivo pueda interactuar y compartir el material y que se adapte a su ritmo y estilo de vida en el cual predomina el uso digital.

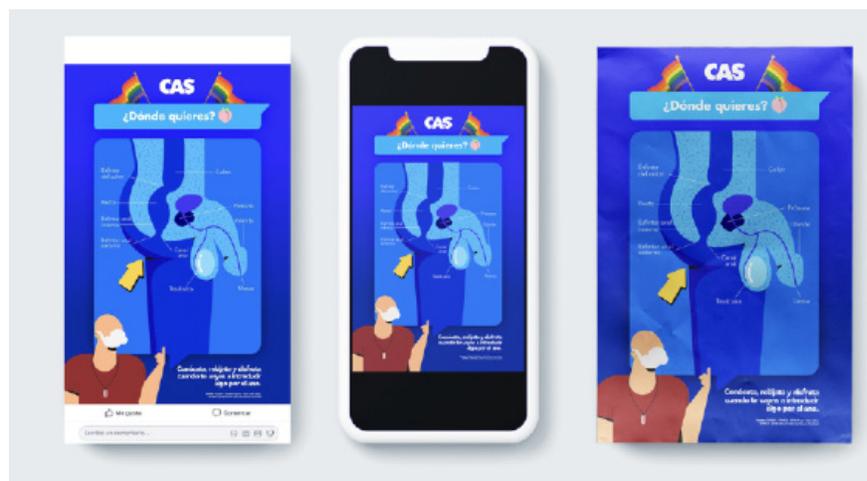


Imagen de referencia de los soportes para los cuales fueron diseñadas las infografías, siendo (de izquierda a derecha) post de facebook, imagen para móvil e impresión tabloide de 11 x 17 pulgadas

### **Costos de diseño del proyecto**

Para los costos de diseño se utilizó la metodología establecidas por Lopez, L. (2015) en la que propone la fijación de precios según el valor entregado y en un cálculo según mis gastos y el valor de mi tiempo. En diseño se consideraron la creación de iconografía, ilustraciones, selección de códigos visuales (diagramación, manejo de tipografías y paleta cromática) para establecer valor de cada hora trabajada se tomó en cuenta la experiencia laboral, pago de servicio (alquiler, luz, internet y equipo), considerando el porcentaje del tiempo en reuniones con el cliente y la ganancia que se desea obtener, para esto se utilizó la herramienta orientativa para establecer precios mínimos. por Lopez, L. Al precio total se le añadió el 12% de impuesto al valor agregado (IVA). Estos parámetros fueron vaciados en una herramienta simple de presupuesto (ver anexo) dando la suma total de Q. 38,976.

### **Costos de reproducción del proyecto**

El costo de reproducción se basó en cotizaciones realizadas en imprentas de la ciudad de Guatemala (ver anexos), seleccionando la que mejor responda a la comparación calidad y precio según la experiencia del proyectista y teniendo en consideración el sustrato adecuado para el formato da una suma de Q132 en papel bond y Q180 en papel texcote.

# CAPÍTULO 8

---

**Lecciones aprendidas**

---

## Lecciones aprendidas

1. Para trabajar piezas de la comunidad LGBT en el rango de edad de 18 a 35 años, residentes de la ciudad de Guatemala es importante ver las cosas desde su perspectiva, ya que si no se es miembro de esta, se pueden asumir verdades a medias o imponer su perspectiva de las situaciones, es mejor informarse del contexto sexual dentro del que se desarrollan para luego consultar con expertos antes de asumir un juicio en la toma de decisiones de diseño, logrando así representar los componentes visuales, como ilustraciones, de manera realista y libre de prejuicios en las piezas gráficas.
2. Los temas sexuales sin importar la preferencia aún sigue siendo temas que generan sensibilidad en la comunidad guatemalteca, logrando incomodar personas al hablar de estos, por esto resultó de gran ayuda para las fase de coevaluación, se informe previamente acerca del tema a tratar, para poder despejar y eliminar barreras que afecten el juicio del profesional de diseño y durante la validación se consulte con un experto acerca del desarrollo del contenido para evitar ofender al grupo objetivo. Es importante enfatizar la importancia de la creación de estos materiales de educación sexual porque transmite conocimiento que promueve eliminar ese tabú.
3. Mantener una buena comunicación con los miembros de la institución desde el inicio del proceso favorece al desarrollo óptimo del proyecto, ya que promueve el diálogo constructivo y ayuda a desarrollar de manera efectiva las piezas gráficas y de los contenidos a seleccionar.
4. El objetivo de las infografías es comunicar de manera optimizada, por lo que se debe eliminar cualquier tipo de ruido o distractores gráficos que interfiera con este proceso, tales como exceso de texto o imágenes y contenido ambiguo que resulte redundantes.
5. Al trabajar en conjunto con la institución la selección y síntesis de textos puede disgregar opiniones de la cantidad adecuada, pudiendo saturar las piezas en contenido, para esto es importante mencionar la finalidad principal de las infografías y que son un medio para llevar al lector a investigar utilizando las fuentes de información aclaradas en el pie de página.
6. Al trabajar una paleta de color donde se utiliza la monocromía y al ser piezas que serán reproducidas en diferentes soportes y medios, los colores seleccionados pueden presentar problemas de contraste, dificultando la lectura y visibilidad de los elementos, para responder a esto es importante realizar pruebas de impresión que guíen de manera efectiva este proceso.
7. El vaciado de texto dentro de las infografías, al tener una diagramación dinámica y variada puede presentar complicaciones de estética y funcionalidad del texto por lo que es importante definir desde primer instancia los márgenes, jerarquía de textos y retícula para facilitar este proceso, pensando en fin de legibilidad.

# CAPÍTULO 9

---

**Conclusiones**

---

# Conclusiones

1. Se cumple con el objetivo general del proyecto, como menciona el grupo objetivo, es un material que promueve y contribuye a la mejora de la salud sexual ya que brinda información de prácticas y riesgos sexuales que refuerza o genera la información que los lectores poseen. Además se obtuvieron resultados en los que el grupo objetivo asegura que compartiría y llevaría consigo las piezas gráficas, con esto se identifica el potencial tener impacto en la comunidad LGBT de Guatemala.
2. Las piezas gráficas cumplen con el objetivo específico de comunicación ya que el director del CAS en la aprobación de temas estableció que son una buena herramienta para promover y crear nuevos conocimientos dentro de la comunidad gay y bisexual y además el grupo objetivo destaca la facilidad de lectura y comprensión.
3. Las piezas gráficas cumplen con el objetivo específico de diseño ya que durante la coevaluación los profesionales del área de diseño destacaron la alta calidad gráfica de las ilustraciones que brindan estética y además orientan y complementan la síntesis del contenido, promoviendo así la educación e información acerca del tema.
4. Las piezas gráficas se consideran una respuesta acertada para responder al problema de comunicación, siendo un material que el grupo objetivo logró asimilar, identificar y comprender de manera sencilla y que motivó a la institución a crear más piezas de esta rama de diseño por su efectividad en informar.
5. Las piezas de diseño realizadas se puede adaptar a los proceso de comunicación realizados por el CAS, impulsando y mejorando su impacto en el grupo objetivo, al crear contenido que promueve la interacción en redes sociales y crear fuentes de información propias que pueden compartir en murales dentro de su sede o convirtiéndolas en referentes que utilizan sus trabajadores al abordar un usuario de la comunidad LGBT.

# CAPÍTULO 10

---

- Recomendaciones
  - Fuentes consultadas
  - Glosario
  - Anexos
-

# Recomendaciones

## Para el estudiante de diseño

1. Si se desea continuar o completar la serie de infografías se recomienda mantener la línea gráfica establecida y personajes.
2. Si se desea actualizar el material se recomienda mantener el mismo concepto de los personajes, evitando usar rostros y añadiéndoles elementos de moda de la comunidad gay y bisexual, esto para mantener la empatía lograda por el grupo objetivo.
3. Si se utiliza como referencia en un proyecto es necesario citar la fuente del material para proteger la autoría.
4. Uno de los primeros pensamientos del grupo objetivo, coevaluadores y la institución es que materiales de esta naturaleza, que incluya información condensada e ilustraciones sean aplicados a los medios de comunicación actuales (redes sociales). Para responder a esto, se consideraron múltiples soportes y adaptaciones para ser reproducidas.

## Para la institución

1. Si se publicará en redes sociales se recomienda subir la serie completa de infografías en la misma publicación y no de manera independiente, esto para asegurar que toda la información esté a disposición del grupo objetivo, que sea fácil de consultar y además para transmitir adecuadamente el concepto gráfico del material.
2. La impresión tamaño afiche debe ser de 11 x 17 pulgadas a full color, el material se recomienda textcote o bond 80 para recortar precios.
3. Si se requiere una reproducción a menor escala, se recomienda el formato oficio para mantener las proporciones.

## Fuentes consultadas

- Centro Nacional para la Prevención y Control del VIH/SIDA -CENSIDA-. (2013). Tu año a tres caídas: domínalo, descubre sus secretos y aprende a mantenerlo en forma (Ed. rev.). Distrito Federal, México: DIDESEX : CENSIDA
- Chant, S. (2007). Género en Latinoamérica (Ed. rev.). Distrito Federal, México: CIESAS.Herrero, J. (2001). La sociedad gay: una invisible minoría (Ed. rev.). Madrid, España: Foca Ediciones.
- Colectivo Amigos contra el Sida (CAS). (2018). Acoso y violencia callejera en contra de personas LGBTI en Ciudad de Guatemala. Recuperado de <https://cas-gt.org/actividades/wp-content/uploads/2018/05/Informe-Final-JRaxon-Acoso-Callejero.pdf>
- Departamento de asuntos económicos y sociales. (2005). La población, el desarrollo y el VIH/SIDA, con especial referencia a la pobreza : informe conciso (Ed. rev.). Nueva York, Estados Unidos: Naciones Unidas.
- Fernández, M., & Pérez, J. (2015). Manual de almohada sexo anal: El nuevo horizonte de las parejas (Ed. rev.). Barcelona, España: Grupo Planeta Spain.
- Foro Escuelas de Diseño - Facultad de Diseño y Comunicación. (2007). Actas de Diseño N°3 (3ª ed.). Palermo, Argentina: Universidad de Palermo.
- Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación (Ed. rev.). Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- Galindo, C. (2018). Entrevistado por Rodríguez, A. [Grabación de audio]. El Colectivo Amigos contra el SIDA en Guatemala.
- Guardado, M. (2017). Medición de prevalencia, comportamiento, actitudes y prácticas en poblaciones de mayor riesgo al VIH-Sida en Guatemala 2017 (No. Ref. HIVOS LFVIH-03-2015). Recuperado de <http://hivos.org.gt/wp-content/uploads/2017/08/Informe-linea-final-Tephinet-020817-1.pdf>
- González, I. (2017). Investigación: Las infografías digitales de salud dental como recurso educativo para transmitir información a niños y adultos(Ed. rev.). Guatemala, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Hembree, R. (2010). El Diseñador Gráfico: Entender el diseño gráfico y la comunicación Visual (Ed. rev.). Barcelona, España: Blume.

- Hermosilla, D. (2015). GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE UN FLUJOGRAMA (Ed. rev.). Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/12095/5/GUIA%20METODOL%3%93GICA%20PARA%20LA%20ELABORACI%3%93N%20DE%20UN%20FLUJOGRAMA.pdf>
- Ideas Frescas. (2018, 9 marzo). Tipos de focus groups de acuerdo a su tamaño [Estudios cualitativos] - Ideas Frescas. Recuperado 8 octubre, 2018, de <http://ideasfrescas.com.mx/tipos-de-focus-groups-de-acuerdo-a-su-tamano-estudios-cualitativos/>
- Instituto Humanista de Cooperación para el Desarrollo HIVOS Guatemala. (2016). Caracterización de riesgo para poblaciones en condiciones de vulnerabilidad al VIH que tienen sexo con Hombres (2ª ed.). Guatemala, Guatemala:
- Instituto Humanista de Cooperación para el Desarrollo HIVOS Guatemala. (2012). ESTUDIO DIAGNÓSTICO DE ESTIGMA Y DISCRIMINACIÓN Hacia personas con VIH, hombres que tienen sexo con hombres (HSH) y Mujeres Trabajadoras Sexuales (MTS) (Ed. rev.). Guatemala, Guatemala: Hivos.
- Instituto Humanista de Cooperación para el Desarrollo HIVOS Guatemala. (2012). ESTUDIO DIAGNÓSTICO DE ESTIGMA Y DISCRIMINACIÓN Hacia personas con VIH, hombres que tienen sexo con hombres (HSH) y Mujeres Trabajadoras Sexuales (MTS) (Ed. rev.). Guatemala, Guatemala: Hivos.
- Lankow, J., & Crooks, R. (2013). Infografías: El poder del storytelling visual (Ed. rev.). Barcelona, España: Grupo Planeta Spain
- Lopez, L. (s.f.). Cuánto vale mi hora como freelance | Calculadora freelance. Recuperado 10 octubre, 2018, de <http://www.calculadorafreelance.com/>
- Lankow, J., & Crooks, R. (2013). Infografías: El poder del storytelling visual (Ed. rev.). Barcelona, España: Grupo Planeta Spain
- López, L. (s.f.). Cuánto vale mi hora como freelance | Calculadora freelance. Recuperado 10 octubre, 2018, de <http://www.calculadorafreelance.com/>

## 17. Glosario del documento

- Infografía: En 2013, Lankow y Crooks establece que es un término para connotar el formato único que se caracteriza por la ilustración, tipografía grande y orientación larga y vertical para mostrar una diversidad de hechos que utiliza señales visuales para comunicar información. No necesitan contener cierta cantidad de datos.
- Coevaluación: Evaluación de las propuestas gráficas realizada con expertos afines al área profesional (diseño gráfico)
- Proyectista: Estudiante de décimo semestre de la escuela de diseño gráfico de la Universidad San Carlos de Guatemala que realiza el proyecto de graduación.
- HSH: Hombres que tienen sexo con hombres
- El CAS: Colectivo Amigos contra el SIDA (institución dentro de la que se realiza el proyecto)
- Comunidad LGBT: Sigla compuesta por las iniciales de las palabras Lesbianas, Gais, Bisexuales y Transexuales (Belge & Bieschke, 2015)
- Gay (plural, gais): Dicho de una persona: Inclined sexualmente hacia individuos de su mismo sexo. (RAE)
- Bisexual: Dicho de una persona que mantiene relaciones tanto homosexuales como heterosexuales (RAE).



# Anexos

## Anexo 1: Técnicas creativas

Proceso de las técnicas utilizada para definición creativa.

### Mapa de empatía del grupo objetivo y propuesta tripartita: Decir-Sentir-Actuar.

#### ¿Qué siente?

Presión y desaprobación social debido a sus intereses sexuales generando crímenes de odio, influyendo en su necesidad de desarrollar su salud sexual a plenitud y sin temores. Se mantiene en un estado de lucha para que sus derechos sean respetados.

#### ¿Qué escucha?

Comentarios de desaprobación por parte de la sociedad que le sugieren una manera de desenvolverse de manera diferente, además de desarrollarse en una cultura diseñada para personas heterosexuales.

Recibe consejos empíricos de sus conocidos y parejas para desarrollar prácticas que complementan los asesoramientos de cuidado clínicos de salud sexual que se le brindan.

#### ¿Qué ve?

Un entorno diseñado para parejas y relaciones heterosexuales en donde su cultura visual no tiene exponentes publicitarios nacionales que apoyen su identidad de género. Se ve envuelto en cultura popular extranjera como programas de televisión y campañas desarrolladas para la comunidad LGBT, además del uso de aplicaciones móviles de emparejamiento.

#### ¿Qué dice y hace?

Exige el respaldo y reconocimiento de sus derechos y participa en movimientos de acción social, como desfiles y manifestaciones para defender su identidad de género. En la vía pública, su comportamiento se ve limitado a las imposiciones sexuales de la sociedad causando que sus muestras de afectos.

Están en constante búsqueda de medios y canales sin prejuicios para expresar y obtener información que se adapten a su estilo de vida.

Tiene una vida sexual activa con un flujo continuo de parejas.

#### Esfuerzos

- Convivir con una sociedad que rechaza su identidad sexual.
- Miedo a ser rechazado en el ambiente en el que se desarrolla y a perder oportunidades.
- No tener un modelo cercano durante su crecimiento que le guiara a desarrollar su salud sexual.

-Su entorno no genera información de cuidados y prácticas homosexuales.

#### Motivaciones

- Crear una cultura de tolerancia y aceptación de su identidad de género.
- Tener conocimiento de salud sexual verídica.
- Contar con el apoyo de la sociedad.

### Técnica creativa S.C.A.M.P.E.R

**Problema:** Fuentes de información para hombres homosexuales de la ciudad de Guatemala para llevar una vida sexual sana.

#### -Sustitución (S):

1.¿Y si fueran hombres homosexuales? La información para una salud sexual se otorga desde su crianza, y es facilitada por la sociedad en diferentes medios y plataformas.

2.¿Y si fuera información de moda? Se encontraría abiertamente en redes sociales y medios de comunicación masiva como televisión.

3.¿Y si fuera sobre salud alimentaria? Este tipo de información se encuentra disponible para todo público en diferentes medios.

**-Combinar (C):**

1. ¿Y si además de fuentes de información se educa desde temprana edad? Al hacer esto se disminuirían riesgos y ya se tendría un conocimiento previo del tema.
2. ¿Cómo es vista la salud homosexual en la cultura guatemalteca? Según la nota de Muñoz (2017), Guatemala tiene una cultura intolerante hacia la comunidad LGBTI, dificultando producir materiales de esta temática.
3. ¿Qué pasaría si se combina la cultura popular con la salud homosexual? El grupo objetivo podría generar aún más empatía y comprensión del tema

**-Adaptar (A):**

1. ¿Y si fuera en Holanda? La homosexualidad y la cultura de igualdad de género es aceptada dentro de la cultura holandesa, proporcionando medios de comunicación abiertos que promuevan la información de este tema.
2. ¿Cómo se vería este tema hace 30 años en Guatemala? Guatemala está actualmente en un proceso de inmersión y aceptación de la comunidad LGBT, por lo que hace tres décadas esta temática era tratada como un tabú causando gran intolerancia, causando una difusión casi nula de salud homosexual teniendo consecuencias mortales.
3. ¿Y si Guatemala reconoce el matrimonio igualitario? Al realizar este paso en Guatemala esta información tendría una gran oportunidad de ser difundida a cualquier hombre homosexual que empieza su vida sexual.

**-Modificar (M):**

1. ¿Cómo educar sobre salud homosexual si no es con material informativo? Las bases de los conocimientos sobre prácticas y cuidados homosexuales serían únicamente empíricos.
2. ¿Cómo brindar información de salud homosexual sin la aprobación del país? Utilizando medios de comunicación masivos de internet a los cuales puedan acudir los hombres homosexuales sin temor a ser discriminados

**-Eliminar (E):**

1. ¿Y si no existieran medios de difusión para información de salud homosexual? Las prácticas sexuales traería consigo daños a la salud física y mental de los hombres homosexuales. Aumentando el número de transmisión de infecciones.
2. ¿Qué pasaría si se eliminara la intolerancia sexual en Guatemala? No habrían pocas fuentes de información abierta al público sobre los cuidados de prácticas homosexuales.
3. ¿Qué pasaría si no existiera el Colectivo de Amigos Contra el SIDA? El tratamiento de hombres homosexuales así como su asesoramiento disminuirá exponencialmente, dejando desinformados a una gran parte de la comunidad LGBT

**-Reordenar (R):**

1. ¿Qué pasaría si en lugar de material informativo se realizan prácticas? el público objetivo podrá ver directamente los procesos e interactuar y comentar entre ellos.

**Técnica creativa galería de famosos:**

**-Objetivo creativo:** ¿Cómo puedo informar a los hombres homosexuales acerca de la salud sexual anal?

-Selección de famoso: Stefani Joanne Angelina Germanotta (Lady Gaga)

**-Frase:** "No dejes jamás que un alma en el mundo te diga que no puedes ser exactamente quien eres"

-Ideas:

- ¿Cómo se define el grupo objetivo? ¿Qué aspectos de su vida quiere comunicar al mundo?
- ¿Qué factores impiden que el grupo objetivo se exprese en plenitud?
- ¿Quiénes más piensan así?
- ¿Qué determina el comportamiento del grupo objetivo?
- ¿Debería ser contenido explícito?
- ¿Cómo es su alma? ¿En qué cree el grupo objetivo?
- ¿El grupo objetivo actualmente se desenvuelve en la sociedad tal cual es?
- ¿Cómo será el mundo luego de informar esto?
- ¿A qué aspira el grupo objetivo?

**-Ideas resultantes**

- Tomar en cuenta lo que el grupo objetivo dice no lo que otros dicen de este.

## Anexo 2: Instrumento de Autoevaluación

Herramienta utilizada autoevaluar el proceso de bocetaje.

### Autoevaluación

Nivel 1 de visualización: Bocetaje

Pieza gráfica: \_\_\_\_\_ Proyecto: \_\_\_\_\_

Parte: \_\_\_\_\_ No. de propuesta: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Teniendo la pieza o parte gráfica del proyecto, utilice este cuadro para evaluar los aspectos descritos, según un criterio objetivo marque el cuadro correspondiente utilizando el código descrito en la parte inferior de la tabla.

Aspecto a evaluar	E	MB	B	R	M
Contribuye a resolver el problema de comunicación					
Se alinea al concepto creativo					
Su ejecución se alinea a los recursos y tiempo estipulado					
Representa las premisas de diseño gráfico					
Calidad gráfica de la pieza general					
Estética en la forma de los elementos					
Abstracción de la imagen					
Uso de color en la pieza gráfica					
Fácil de comprender					
Composicion gráfica dentro de la reticula					
Se adapta a la línea gráfica de CAS					
El grupo objetivo puede generar empatía e identificarse con este					

#### Observaciones

Código para respuestas:  
 E: Excelente  
 MB: Muy Bueno  
 B: Bueno  
 R: Regular  
 M: Malo



## Anexo 3: Instrumentos de coevaluación

Instrumentos con las anotaciones realizadas por los profesionales de diseño.

### Coevaluación

Nivel 2 de visualización: Asesor gráfico

Pieza gráfica: \_\_\_\_\_ Proyecto: \_\_\_\_\_

Parte: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Teniendo la pieza o parte gráfica del proyecto de graduación, utilice este cuadro para evaluar los aspectos descritos, según un criterio objetivo marque el cuadro correspondiente utilizando el código descrito en la parte inferior de la tabla.

Aspecto a evaluar	E	MB	B	R	M
Paleta de color seleccionada					
Composición y diseño de los personajes					
Claridad y facilidad de lectura					
Calidad de ilustración					
Jerarquía de texto					
Unidad gráfica en las infografías					
Abstracción de la imagen					
Dimensiones del arte					
Composición gráfica de la pieza					
Coherencia con el concepto gráfico					
Estética de la pieza					
Impacto de las ilustraciones con el tema					
Memorabilidad de la pieza					

**Observaciones**

**Código para respuestas:**  
 E: Excelente  
 MB: Muy Bueno  
 B: Bueno  
 R: Regular  
 M: Malo

\_\_\_\_\_

**Firma del asesor**



## Anexo 4: Fotografías de evidencia, autoevaluación

Se realizó una toma de fotografías para evidenciar la colaboración de los 5 profesionales de diseño



## Anexo 5: Instrumento de validación de piezas gráficas para el grupo objetivo

Instrumento utilizado para guiar el grupo focal con los participantes.

### Validación Proyecto de Graduación

Pieza gráfica: \_\_\_\_\_ Proyecto: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Utilice este documento para crear e involucrarse en la discusión y retroalimentación del proyecto de graduación "Infografías de salud sexual para hombres gais y bisexuales", del alumno David Alejandro Rodríguez Roldán. Con las pautas proporcionadas a continuación y que el moderador mencionará, debes dar tu opinión acerca de las cuestionantes respecto al material gráfico que se te presenta.

Por fines académicos y de generar evidencias se documentará con fotografías de la sala (sin enfocar rostros para garantizar la confidencialidad) y grabaciones de audios.

#### Pautas para generar la discusión

##### Introducción de los materiales

1. ¿Cuál es la primer palabra o sentimiento que se te viene a la mente al ver las infografías?
2. ¿Opinas que los colores y personajes representan a la comunidad gay y bisexual?

##### Análisis del contenido y diseño

3. ¿Logras leer sin dificultad el contenido?
4. ¿Las ilustraciones te ayudan a comprender el tema?
5. ¿Qué opinas acerca de las imágenes directas y sin censura?
6. ¿Te gusta el tamaño de las infografías?

##### Resultados de la información

7. ¿Aprendiste algo que no sabías con las infografías?
8. ¿Los temas de las infografías te resultan útiles?
9. ¿Utilizarías o llevarías estas infografías versión digital en tu celular y las consultarías si tienes alguna duda?
10. ¿Piensas que las infografías ayudarán a la comunidad gay y bisexual a mejorar su salud sexual?

## Anexo 6: Instrumento de desglose de costo de diseño

Instrumento utilizado para vaciar el desglose costos de las actividades dentro del proceso de creación de las piezas gráficas.

Se marca color azul el costo total de diseño.

Cotización			
Costo por unidad			
Desarrollo de iconografías	Q. 350		
Síntesis de texto	Q. 200		
Ilustración de personajes	Q. 600		
Desarrollo de códigos visuales	Q.500		
Total de horas invertidas	Q. 1250	Precio por hora invertida	Q. 250
		Total de horas invertidas por infografías	5
Precio por unidad	Q. 2900		
Precio total (12 infografías)	Q. 34800		
IVA (12% sobre el precio total)	Q. 4176		
<b>Precio total del proyecto</b>	<b>Q. 38976</b>		

Herramienta en línea para el cálculo de precio de horas invertidas utilizada para establecer un costo estandar para el costo total de diseño.

con una jornada laboral de  horas al día y  días a la semana.

Herramienta orientativa para establecer tus precios mínimos. Impuestos NO incluidos.

Responde estas sencillas preguntas para conocer tu tarifa mínima para no perder dinero:



¿Cuánto te gustaría ganar al mes? Ponte un sueldo realista



Además de los fines de semana, ¿cuántos días libres quieres tener al año?



¿Cuántos días prevés por enfermedad o inactividad al año?



¿Qué porcentaje de tu tiempo utilizas en reuniones, presupuestos, venta etc.?



¿Cuáles son tus gastos mensuales fijos? Alquiler, cuota de autónomos, móvil...



¿Qué beneficio quieres tener? Emergencias, jubilación, etc...

12000

21

10

50

2600

50

14

300

50

300

Total:3250

Tu tarifa mínima es: Necesitas facturar **17,730.77** como mínimo al mes para ser rentable.

**250**

Like 18K Tweet

## Anexo 7: Cotizaciones de imprentas para el costo de reproducción

Cotización realizada a empresa formal de impresión en la Ciudad de Guatemala.

COTIZACION IMPRESIÓN TAMAÑO TABLOIDE > Recibidos x



**David Rodríguez**

Hola buenas tardes, me gustaría saber si me pueden cotizar la impresión de 12 infografías full color tamaño tabloide (11x17), cuanto sería el total en papel bon



**Pablo Villela**

para mí ▾

Hola buen día en papel bond full colo serian Q 11 y en texcote 15 a full color



Le envié el link de nuestro catalogo digital para que mire que otros trabajos realizamos <https://drive.google.com/file/d/1LM5hjMJ1kOkGIlPONPaBqKrRW4aS0-/view?usp=sharing>



...



Guatemala, mayo 04 de 2019.

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **DAVID ALEJANDRO RODRÍGUEZ ROLDÁN**, Carné universitario: **201315074**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL INFOGRÁFICO PARA LAS PERSONAS ATENDIDAS POR EL "COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA" -CAS-, DE LA CIUDAD GUATEMALA**, previamente a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

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

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

Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

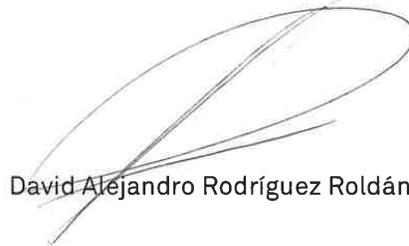
Profesora Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

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

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

Diseño de material infográfico para las personas atendidas  
por el “Colectivo Amigos contra el SIDA” -CAS-, de la ciudad Guatemala.

**Proyecto de Graduación desarrollado por:**



David Alejandro Rodríguez Roldán

**Asesorado por:**



Licda. Miriam Isabel Meléndez Sandoval

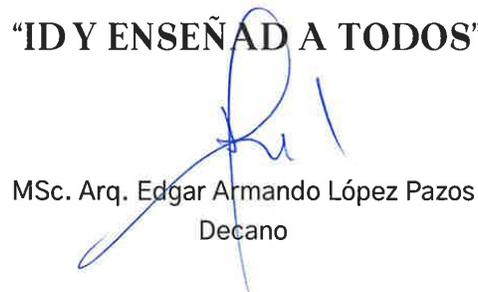


QB. Darío Josué Rodríguez Soto

Lic. Darío Josué Rodríguez S.  
Químico Biólogo  
Colegiado No. 5232

**Imprimase:**

**“IDY ENSEÑAD A TODOS”**



MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Decano