



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

“Diseño de estrategia informativa del Foro y discusión de aspectos técnicos para el uso de la *Cannabis* medicinal en Guatemala organizado por AFITOGUA”



Aldo Fernando Pérez Méndez



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

“Diseño de estrategia informativa del Foro y discusión de aspectos técnicos para el uso de la *Cannabis* medicinal en Guatemala organizado por AFITOGUA”

Proyecto realizado por Aldo Fernando Pérez Méndez
para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, octubre, 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”

Nómina de autoridades

Msc. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

M.Sc. Arqta. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velazco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Jurado examinador

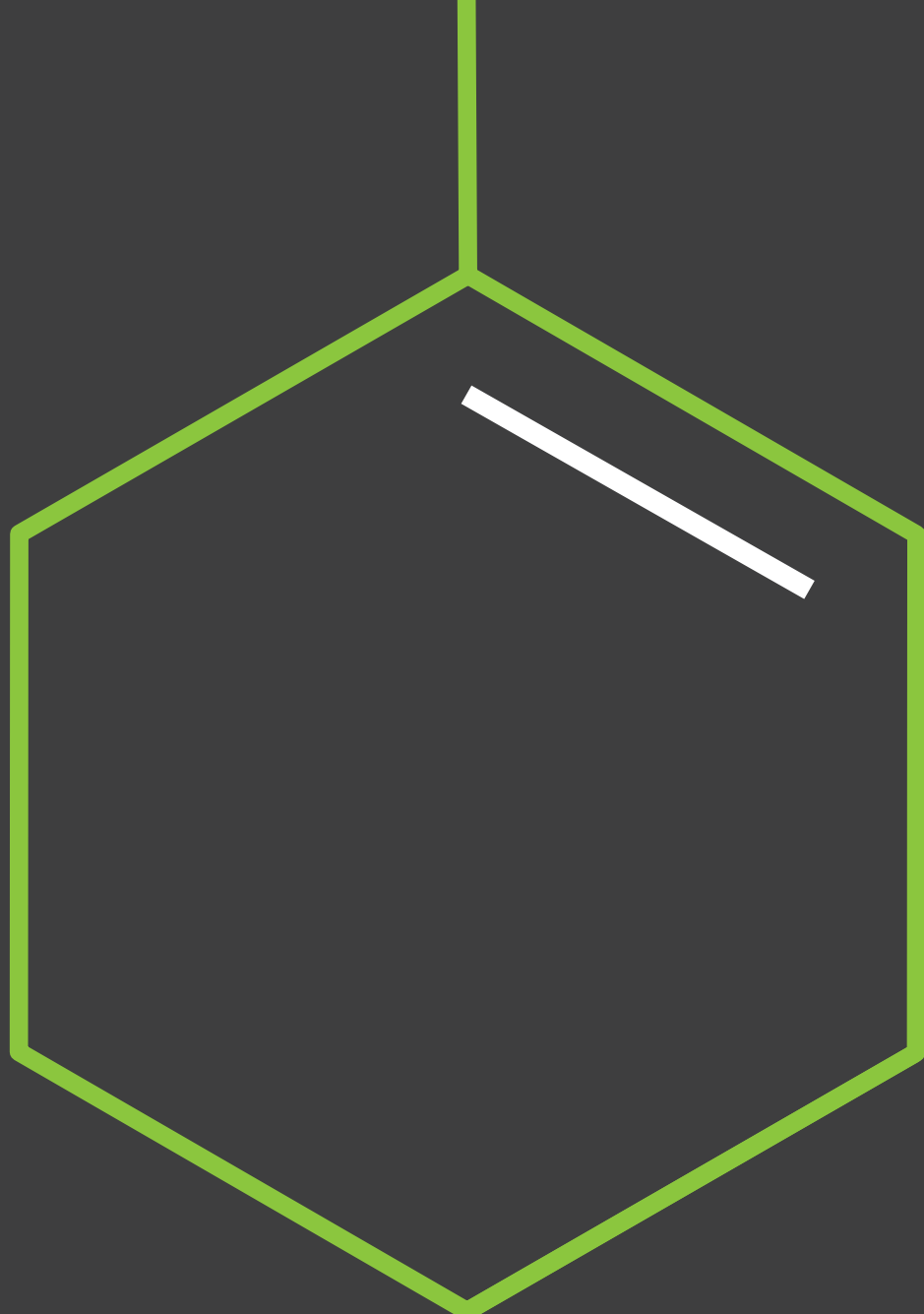
Licda. Ana Carolina Aguilar Castro de Flores

Licda. Ana Carolina Rosales Zamora de Zea

Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón

Mcs. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos



Foro

Discusión de los Aspectos
Técnicos para considerar el
Uso Medicinal de
Cannabis en Guatemala





AFITOGUA

Índice

Presentación	I
Capítulo I	
Introducción	1
Antecedentes	2
Identificación del problema	2
Justificación del proyecto	2
Trascendencia del proyecto	3
Factibilidad del proyecto	3
Objetivos	4
Objetivo general	4
Objetivo específico de comunicación	4
Objetivo de diseño	4
Capítulo II	
Perfiles	5
Perfil de la institución apoyada	6
Características del sector social de la institución	6
Filosofía	6
Misión	6
Visión	6
Servicios que presta	6
Perfil del grupo objetivo	7
Relación del grupo objetivo y la institución	8
Capítulo III	
Definición creativa	9
Estrategia de aplicación de las piezas de diseño	11
Proceso creativo e <i>Insight</i>	12
<i>Insight</i>	12
Primera técnica creativa	12
Segunda técnica creativa	14
Tercera técnica creativa	15
Concepto creativo	17
Premisas de diseño	17
Capítulo IV	
Planeación operativa	19
Flujograma del proceso creativo	20
Cronograma de actividades	21

Capítulo V

Marco teórico	23
Comisiones, regulaciones y restricciones entre otras vueltas	24
Aplicación de las piezas de diseño y creación de los materiales	26

Capítulo VI

Proceso de producción gráfica y evaluación	29
Primer nivel de visualización	30
Segundo nivel de visualización	32
Tercer nivel de visualización	34
Validación con el grupo objetivo	35
Propuesta gráfica final y su fundamentación	36
Lecciones aprendidas	44
Conclusiones	45
Recomendaciones	46
Referencias bibliográficas	47
Glosario	49
Anexos	53
Anexo I - Resultados <i>Insight</i>	54
Anexo II - Preferencia visual profesionales	55
Anexo III - Herramienta GO visualización	62
Anexo IV - Logo foro	69
Anexo V - Logo AFITOGUA	69
Anexo VI - Iniciativa de Ley 5224	70

Presentación

Nace una idea

El foro es una oportunidad de informar a la población sobre los beneficios y las contraindicaciones que puede tener el consumo de *cannabis* medicinal como tratamiento contra algunas enfermedades específicas que han sido comprobadas científicamente que tienen una mejora, cese o incluso cura por medio de la *cannabis*, esto por medio de la organización AFITOGUA que recauda esa información sobre los ensayos clínicos, implicaciones legales y procedimientos necesarios para poder impulsar la iniciativa de ley que busca su consumo de forma medicinal. Todo esto con el fin de ayudar a la población a tener un procedimiento alternativo o conjunto y mejorar su calidad de vida.

El proyecto de graduación es una de las maneras en las que un estudiante puede devolver al pueblo de Guatemala parte del apoyo que se le ha brindado para realizar sus estudios superiores a su comunidad en forma de un aporte y a la vez mostrar la importancia del diseño gráfico en la comunicación visual. Para este caso en especial, la necesidad de diseño fue realizar una imagen visual para el foro Discusión de los aspectos técnicos para considerar el uso medicinal de *cannabis* en Guatemala ya que busca no solo presentar la *cannabis* como forma alternativa a los tratamientos, sino también como toda una iniciativa de ley, por lo que la propuesta fue desarrollar materiales que permitieran dar a conocer información sobre un tema sensible y polémico con la seriedad necesaria, fueron validados con diseñadores y expertos en el tema, los cuales se dedican a la creación de *branding*.





Capítulo I
Introducción

Foto por Clem Onojehuo de Unsplash

Identificación del problema

En este capítulo, se presentan los antecedentes, identificación del problema, así como el objetivo general, específicos, de comunicación de diseño, los cuales buscan resolver las necesidades de comunicación presentes en la institución.

Por lo anteriormente descrito es necesario promover la participación de AFITOGUA en actividades donde esta pueda tener un papel más protagónico y sea organizador de las mismas para darse a conocer en diferentes círculos, como una organización seria, con la intención de informar, educar y proveer a la población guatemalteca con materiales y recursos que son de difícil acceso.

Antecedentes

La *cannabis* es conocida comúnmente como marihuana y por mucho esta planta tiene una imagen negativa en la sociedad por el uso que se le da normalmente, pero lejos de esa idea también existe la posibilidad de usarla como un medicamento alternativo, preventivo o hasta curativo dependiendo de la enfermedad. Hay dos partes, hablando químicamente, que podemos utilizar de la marihuana como son el THC (Tetrahidrocannabinol) que es eficiente en el combate de enfermedades como la epilepsia o parkinson pero con cierto grado de adicción o el caso de CBD (Cannabidiol) que es eficiente en el combate del Glaucoma pero menos potente que el THC. Tiene varias aplicaciones, algunos de los medicamentos que contienen algún componente derivado de la marihuana están regulados a no superar 0,3% en sus productos para poder ser comercializados.

La *cannabis* no tiene una imagen muy positiva en Guatemala tampoco donde toda persona que escucha hablar de ella la refiere de inmediato a su uso como narcótico, por lo tanto es importante dejar claro que se busca cambiar esa imagen de la *cannabis* y de que no sirve para nada más, ya que esta puede ser medicada incluso para tratar a menores de edad en los déficit de atención o trastornos del sueño si es claro que tiene muchas otras aplicaciones, dentro del país se usa de forma medicinal pero en forma de aceites y destilados. La asociación no tiene participación como protagonista en el pasado, únicamente había sido invitada a congresos de medicina homeopata o de productos naturales. Pero este año busca protagonismo y ve como una buena oportunidad el hacerlo con su participación en este evento del cual tienen bastante información y acceso a información internacional.

Justificación del proyecto

Incidencia del diseño gráfico en la necesidad detectada

El propósito de este proyecto es ayudar a que se pueda formar una imagen positiva respecto a este tipo de eventos masivos de carácter educativo como son los simposios, foros o congresos que se muestran o discuten temas serios con la intervención de expertos en la materia y abiertos a un debate para tratar un tema polémico pero de amplio beneficio para las personas que pueden aprovechar este recurso de manera adecuada, mejorando la salud y la vida los pacientes que requieran o puedan tener beneficios de la legalización y uso de la *cannabis* medicinal, y más personas sepan de su correcto uso. Y puedan informarse de otras actividades que promueve AFITOGUA

El diseño que busca la institución es algo sencillo pero que refleje la seriedad y la complejidad del tema que se está tratando, a la vez este sea más fácil y rápido de leer y capture la atención del público al que realmente está dirigido.

La importancia de tener una imagen y materiales diseñados para este evento es que las personas asistentes se sientan identificadas y motivadas a seguir asistiendo e informándose sobre el tema.

Como parte de las dificultades que tiene la asociación para transmitir la información es que la imagen de la *cannabis* es muy negativa dado a que es comúnmente usada para fines recreacionales y adictivos y el propósito de este evento no es promover su legalización recreacional, es exclusivamente medicinal.

También está la necesidad de crear materiales que sean de fácil replicación, tengan o no color por el costo económico que representa para la institución y la facilidad de lectura.

Trascendencia del proyecto

AFITOGUA sería el primer beneficiado con el desarrollo de esta imagen y materiales ya que le ayudarán a respaldar su imagen pública y su posición científica en el ámbito nacional. Segundo se le estaría beneficiando a todos los asistentes con facilitarles la información que necesiten sobre tratamientos. Tercero crear impacto positivo en todas las personas o comunidades que se ven beneficiadas con la realización de este proyecto.

Todo esto lo lograría por medio de la aplicación de diseño visual creando una imagen positiva a favor del los productos derivados del *cannabis* ayudado de señalética para comunicar de forma más efectiva y gráfica, incursionar componentes visuales para que puedan reflejar la imagen que la institución está buscando y así logran en el público objetivo un acercamiento y aceptación al tema de la legalización de la marihuana medicinal.

Factibilidad del proyecto

- Al no tener un antecedente en la realización o en la dirección de eventos como el que se llevará a cabo en el mes de octubre, permite ciertas libertades en el desarrollo de la imagen y comunicación con el grupo objetivo.
- Este año se realizará por primera vez el evento en pro de la legalización de la *cannabis* para uso clínico y medicinal con el cual se busca informar y educar a la población para el uso consciente de esta medicina alternativa.
- La información para los materiales es poca pero ya ha sido recopilada para la biblioteca de la organización.
- Con la experiencia adquirida tanto en la universidad como en el trabajo haciendo branding, presencia de marca e involucrándose en las actividades de la organización para conocer sus necesidades.
- Gracias a la competitividad que la universidad de San Carlos por medio de los proyectos de integración nos ha impuesto semestre tras semestre ayuda a poder trabajar en base a conseguir un objetivo completando un cronograma y asegurando la meta.
- Ya que la universidad es una universidad con conciencia social nos ha enseñado a trabajar con la comunidad con entidades municipales organizaciones sin fines de lucro para beneficiar a nuestro país.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una identidad gráfica que represente a AFITOGUA como el impulsador de las regulaciones para la *cannabis* en Guatemala.

Objetivo específico de comunicación

Difundir gráficamente las actividades de AFITOGUA en pro de habilitar información sobre *cannabis* medicinal.

Objetivo de diseño gráfico

Diseñar una línea gráfica institucional, funcional para atraer a la población a informarse del tema por medio de colores que sintetizan su procedencia natural y una diagramación que utiliza la estructura química del *cannabis*.

Las personas se convencen más rápido de las cosas que descubren ellos mismos

-Ben Frankling



Capítulo II

Perfiles

Foto por Jason Leoun de Unsplash

Perfil de la institución y servicios que brinda

La Asociación de Fitoterapia y Productos Naturales de Guatemala (AFITOGUA), es una sociedad científica que nació con el fin de aglutinar a los profesionales que desde diversos campos trabajan en el estudio de los productos naturales medicinales, para promover la investigación y la difusión de la terapia natural, así como el uso de los productos naturales en diferentes ramas.

La institución realiza diversas actividades, charlas o conferencias para mantener activos a sus integrantes a manera de distribución de información, talleres o capacitaciones.

Características del sector social de la institución

- a) Promover la investigación, la difusión y el uso terapéutico de las drogas naturales y sus derivados, en el marco del uso racional y de los criterios científicos, con el objeto de favorecer la salud o bienestar de la población.
- b) Representar los intereses de sus miembros ante los organismos públicos o privados, nacionales o internacionales.
- c) Fomentar la colaboración entre sus miembros para la realización y coordinación de estudios y tareas de investigación. Todos los profesionales con carrera universitaria en alguna carrera relacionada con las Ciencias de la Salud o bien otra titulación universitaria y que su actividad permita el aprovechamiento y estudio de los productos naturales, ya sea en el campo medicinal, cosmético, alimenticio o en cualquier otro relacionado, pueden pertenecer a la asociación.

Filosofía

Misión

AFITOGUA, es una asociación sin ánimo de lucro que apoya el uso con fundamento científico, de los productos naturales, en diferentes ámbitos de la salud y bienestar humanos. Ofrecemos a los guatemaltecos un espacio de consulta en estos temas, así como somos un medio para facilitar su conocimiento.

Visión

Ser la entidad de referencia y consulta para la sociedad guatemalteca y sus instituciones, en los diferentes ámbitos de aplicación e investigación de los productos naturales que incidan sobre la salud y bienestar humanas: biológico, medicinal, cosmético, alimenticio y nutricional, legal, desarrollo de producto, agrícola, analítica, química natural, entre otros. Buscamos ser reconocidos en el ámbito científico internacional, como la asociación líder en Centroamérica, para el estudio y aval de uso de productos naturales, a través de la actualización constante de nuestros asociados.

Servicios que presta

Los servicios que presta AFITOGUA son capacitaciones con talleres y cursos. Acceso a la información y facilitarla.

Perfil del grupo objetivo

Se ubican en su mayoría en la ciudad de Guatemala y poblados próximos a esta locación. Ocasionalmente se activarán eventos en el interior del país. Ya que está dirigido a los pacientes, familiares o tutores legales de pacientes que se ven afectados por las enfermedades en las cuales tiene aplicación el Cannabidiol.

Perfil demográfico

Edad: bajo tutela de sus padres o protectores y orden del juez de familia pueden ser menores de edad y 18 años en adelante.

Género: hombres y mujeres.

Escolaridad: nivel diversificado.

Estado civil: todos los estados aplican.

Características socioeconómicas

Clase social: desde baja hasta alta (D2 - A2)

Ingresos económicos: sueldo mensual familiar promedio de Q.3,500.00 en adelante (UGAP)

Características psicográficas



Personas con vulnerabilidades físicas, emocionales y cognitivas que requieren medicación y cuidados especializados. Así también los tutores a cargo de las personas que padecen estas enfermedades. Personas que buscan información por medio de diarios, revistas de salud, finanzas, bienes raíces & fashion. Televisión en especial noticieros para los mayores y series para los más jóvenes transmitidas en TNT, AXN, WB Channel, Sony y FOX

Relación entre el grupo objetivo y la institución

La institución busca convocar a las personas a través de medios impresos, redes sociales, contacto directo y actividades de medicina o tratamientos alternativos. Personas que tienen interés en aliviar sus síntomas o ayudar en el tratamiento de familiares o conocidos.

“Antes que toda otra cosa la preparación es la clave para el éxito.”
-Alexander Graham Bell





Capítulo III
Definición
creativa

Foto por Jean Lakosnyk de Unsplash

Definición creativa

Para dar inicio al proceso de creación de un producto cuyo fin es comunicar, se deben considerar siempre los aspectos más relevantes como son los canales o medios, el público al cual va dirigido el material, la interpretación que necesita y por supuesto el presupuesto con el que se cuenta.

La definición creativa entonces sirve para generar la idea creativa y evaluar si cumple con todos los criterios para diseñar los materiales y si los mismos tendrán el impacto que se espera.

AFITOGUA es una institución que busca distribuir información y crear actividades para los interesados en aprender sobre los beneficios de las plantas medicinales, sus usos y procedimientos. La mayoría de sus miembros son egresados de las carreras de Biología, Medicina, Químicos farmacéuticos y carreras afín.



Estrategia de aplicación de las piezas de diseño

¿Qué?	¿Para qué?	¿Con qué?
<p>Promover el foro sobre el uso unicamente medicinal de la <i>cannabis</i> como tratamiento alternativo a enfermedades que cuentan con el estudios o ensayos científicos comprobables.</p>	<p>Promover el uso de la <i>cannabis</i> medicinal como método preventivo, de combate, para manejo de síntomas o también curativo según el padecimiento existente y los criterios por tomar en cuenta para la legalización de la <i>cannabis</i> para uso medicinal en Guatemala.</p>	<p>Primero: identidad gráfica para el foro y semblante serio.</p> <p>Segundo: material de divulgación.</p>
¿Cuándo?	¿Con quienes?	¿Dónde?
<p>El foro se llevará a cabo el 24 de octubre de 2018. Medios impresos deberán iniciar a publicitarse con 6 semanas de anticipación, al igual que el primer contacto por medio de correo electrónico y/o boletín, con un máximo de tres publicaciones hasta la fecha del evento.</p> <p>A través de redes sociales y otros medios iniciar 4 semanas antes del evento.</p>	<p>Con los miembros de la junta directiva de AFITOGUA, para definir sus intereses por comunicar y el carácter que debe tener el evento principal. También con los asociados y entusiastas del tema.</p>	<p>El foro se realizará en el Hotel Radisson de la ciudad de Guatemala.</p>

El catálogo primera técnica

Es una técnica de creatividad basada en el contraste de pares de ideas, palabras y objetos, la cual puede ser tanto individual como grupal. En el cerebro de una persona cada palabra juega la función de ser un estímulo para crear nuevas conexiones neuronales que generen nuevas ideas para lograr la resolución de un determinado objetivo creativo. Este mismo mecanismo es el que se utiliza en la técnica creativa de relaciones forzadas y también en la técnica de análisis morfológico. “La técnica de catálogo se desarrolla de la siguiente forma: definiendo un objetivo creativo, consultando un catálogo (libro, revista, diccionario y otros.) y seleccionando al azar dos palabras, posteriormente se escriben palabras relacionadas o asociadas con las dos palabras seleccionadas, combinando al azar ya sean las dos palabras seleccionadas o bien las palabras asociadas deben relacionarse con el objetivo creativo definido para así escribir las ideas desarrolladas. Si se desea y es necesario se puede continuar de esta manera con más pares de palabras”. (Fernández, 2005)

1er. Paso

Método creativo

Catálogo: esta es una técnica creativa que es una variación de relaciones forzadas y asociación directiva. Acá se escogen dos palabras al azar de un texto, se derivan 3 más de cada palabra y se mezclan aleatoriamente.

Con cada una de las combinaciones se crean conceptos, historias, *insight*, colores y más descripciones.

Esta es la aplicación al proyecto

2do. y 3er. paso

Lluvia de ideas y concepto creativo magia y tiempo

Magia:
Encanto
Estrella
Fuego
Tiempo:
Reloj
Años
Madurez
Años/estrella

Se conforman las parejas de los *insights* resultantes, el

Proceso creativo

El proceso creativo para este proyecto nace de la necesidad de promover el foro que aborda las variaciones a tratamientos convencionales con el uso de la *cannabis*.

Insight

Un proceso creativo requiere una búsqueda activa de elementos de conexión con elementos previos, la necesidad de plantearse problemas y la intención de romper barreras en un determinado ámbito de conocimiento. “El papel del *insight* (penetración comprensiva o estallido que inicia la exploración) resulta necesario pero no definitivo para el conjunto del proceso”. (Jordi, Gómez y Ferrer, n.d.)

Se utilizaron varias técnicas creativas para encontrar el *Insight* como se describe a continuación.

El diseño gráfico no es lo que ves, sino lo que debes hacer que otras personas vean.

-Edgar Degas

resaltado es el *insight* elegido.

1. Años/estrella

Emisor de luz - calidez y brillo que iluminan el camino.

Belleza añe
envejecimiento.

3. Magia/madurez

Envejecer es un arte - la plata y el oro para conmemorar los años y estos vienen acompañados de experiencia.

Para poder validar los *insights* se sometieron a una calificación en base a su potencialidad (ver anexos) y dentro de las mismas se eligió el *insight* más fuerte. Para esta técnica creativa el resultado más fuerte es encanto/tiempo.



Figura retórica: paradoja segunda técnica

Esta figura retórica se desarrolla a través de la unificación de dos ideas o pensamientos contrarios que resultan opuestos pero que a la vez pueden estar ocultando una verdad en común; con el fin de provocar sorpresa o asombro y también promover la reflexión acerca de una realidad más compleja de lo que hubiera podido parecer. Esta técnica forma parte de las figuras de pensamiento. “Etimológicamente la palabra paradoja proviene del griego “paradoxon” de “para” (contrario a) y “doxon” (opinión)”. (Anónimo, 2018)

1er. Paso

Método creativo

Figura retórica: paradoja.

Es una proposición en apariencia verdadera que conlleva a una contradicción lógica o a una situación que infringe el sentido común. Concretamente en retórica, es una figura literaria que consiste en emplear expresiones o frases que implican contradicción.

2do. paso

Lista de conceptos

Acuerdos - desacuerdos
Natural - artificial
Vicios - buenos hábitos
Creativos - copia
Ver - ciego
Rápido - lento

Lista de insights

Acuerdos con locura
Naturalizando lo artificial
Naturalmente artificial
Violetas verdes frescas
Vicios sanos

Formadas las parejas donde se contradicen las palabras se forman oraciones o enunciados en los que se puedan basar las premisas para formar un concepto que sirve para describir la idea o *insight*. Es el más contradictorio de los enunciados **Naturalmente artificial** y a la vez el que mejor contribuye para expresar en favor de la campaña el mensaje.

Acuerdos con la locura, trata de enfocarse en cambiar la percepción de una sustancia considerada estupefaciente sea realmente algo que pueda cambiar la vida de los pacientes mejorando o curando sus síntomas. Naturalizando lo artificial, es un *insight* que promueve buscar hacer que la *cannabis* sea vista como una medicina con camuflaje. Naturalmente artificial, con este *insight* se desarrolla el concepto pensando en que el uso de la *cannabis* como algo natural en un ambiente lleno de químicos y farmacos, entonces como parte de la contradicción se compone en trabajar para sanar el cuerpo con una sustancia que es regularmente contraindicada, entonces la forma en la que se muestra en el proyecto es a nivel conceptual dar a entender que tiene forma orgánica, por lo que se usaron las estructuras químicas del componente Cannabidiol en un ambiente natural (el uso del verde) y el esquema con predominante blanco para que se entienda que es referente del campo médico. Violetas verdes frescas, es una referencia que se hace de la incoherencia al decir que las violetas (flores) son de color verde y fresco haciendo referencia al mismo color verde que normalmente se usa para hacer la referencia de su frescura. Vicios sanos, fue elaborado con el propósito de que se notara que el *cannabis* se asocia con facilidad a los vicios pero en este caso es sano el que se le asocie a las enfermedades que puede curar.

3er. Paso

Concepto creativo

Naturalmente artificial

Dado que es la mejor contradicción es la escogida, ya que es antinatural se presta para describir un tema tabú. Y esta asociación trabaja con productos que normalmente no son de origen natural sino muy artificiales como el maquillaje, o ingredientes de medicamentos.

Donde podemos usar figura de esa forma como describir con objetos inorgánicos a los orgánicos. Cambios forzados de color y formas.

Figura retórica: hipérbole

Tercera técnica

La Hipérbole es otra figura retórica basada en la exageración intencional de una realidad. “Según el tipo de exageración a desarrollar, la hipérbole puede clasificarse en dos categorías: 1) Aúxesis (exageración por exceso) y 2) Tapínosis (exageración por defecto). El objetivo de la hipérbole es enfatizar en una determinada idea que se desea resaltar y así llamar la atención en la misma, por lo que es un recurso no solo utilizado en literatura sino que también en la publicidad, y también se le puede dar un tono cómico o de enojo.” (Maram, 2013). “Etimológicamente, la palabra “Hipérbole” proviene del griego “hyperbolḗ” de “hiper” (sobre, encima de) y “bole” (lanzar, arrojar).” (Anónimo, 2018)

1er. Paso

Método creativo
Figura retórica: hipérbole.

Se refiere a que incrementa o reduce en exceso el tema del que se está hablando. La noción también se utiliza para nombrar a la amplificación desmedida de una historia, un suceso o un evento.

2do. Paso

Lista de conceptos

Pequeño
Satisfacción
Sano
Verde
Natural
Normal
Medicinal
Daño
Tamaño

Lista de *insights*

Pequeño enorme árbol
Cosas que matan de satisfacción
Más verde que una lechuga
Más sano no es en vano
Tan sano que hace daño

Los *insights* en esta técnica expresan con exageraciones la necesidad que se necesita suplir, pequeño enorme árbol, para relacionar como una pequeña planta que usualmente no supera el metro de altura es capaz de hacer o ayudar en cosas tan grandes como la cura de enfermedades crónicas. Cosas que matan de satisfacción es el segundo *insight* que muestra como una solución alternativa considerada más como un vicio es capaz de ayudar y aminorar los padecimientos.

una lechuga, es una referencia muy conocida que trata de cómo las personas pueden sentirse mucho mejor con algo de origen natural. Más sano no es en vano, si el tratamiento convencional no es suficiente entonces el desarrollo de opciones o alternativas que mejoren el nivel de vida no está nunca de más. Tan sano que hace daño, un beneficio tan grande, que hasta en exceso puede ser dañino.

3er. Paso
Concepto creativo

Más verde que una lechuga

Nos referimos a que la línea es tan verde con los productos asociados a esta institución que se pueden comparar con cualquier cosa natural, como frutos y poder usar sus formas sean externas o internas, variedad de colores y creación de patrones con los mismos. Se podría trabajar con patrones específicamente para las texturas o líneas de los productos. De igual forma las paletas de colores basadas en los frutos.

Proceso concepto 1

Para la técnica creativa el catálogo, primero se definió el objetivo creativo que es crear la identidad visual para el foro a realizar en el mes de octubre de 2018 por parte de AFITOGUA, posteriormente se seleccionaron dos palabras del libro Cien años de soledad del autor Gabriel García Márquez, las palabras seleccionadas son magia y tiempo, tal como lo indica el desarrollo de esta técnica creativa, se derivaron varias palabras relacionadas a las dos principales, para la palabra magia surgieron encanto, estrella y fuego y para la palabra tiempo surgieron reloj, años y madurez. Continuando con el proceso se relacionaron las palabras derivadas con el objetivo creativo, definiendo los siguientes conceptos: 1) **Concepto: años estrella**, siendo su *insight* emisor de luz, 2) **Concepto: encanto tiempo**, siendo su *insight* belleza añejada y 3) **Concepto: magia madurez**, con su *insight* envejecer es un arte.

El ejemplo gráfico sería que los primeros artes del foro tendrían un color verde intenso y una estructura enraizada pequeña que a lo largo del tiempo de duración de la campaña fueran creciendo de tamaño las raíces y cambiando el color a un tono ocre, denotando la madurez de la campaña.

Por lo tanto, el concepto definido a través de esta técnica creativa era encanto tiempo, *fundamentado en el insight* *belleza añejada* que represa la naturaleza de las cosas, el proceso de envejecer y el cambio, el caer de las hojas de una planta, el crecer de las plantas, el cambio de estaciones.

Proceso concepto 2

Para formular este concepto se utilizó la técnica creativa de figura retórica la paradoja, buscando a través de ella un alto contraste, para lo cual se realizó un listado de palabras que podían contradecirse y a partir de estas realizar *insights*. **ptos** os son: 1) Acuerdos con la locura, 2) Naturalizando lo artificial, **3) Naturalmente artificial**, 4) Violetas verdes frescas y 5) Vicios sanos.

El ejemplo gráfico en el caso de esta técnica sería representar objetos orgánicos con estructuras o formas de cosas inorgánicas, por ejemplo una célula vegetal diseñada con materiales como plástico o metal.

El concepto seleccionado es no todo es lo que parece, bajo el insight naturalmente artificial, siendo su fundamentación el tratamiento alternativo a enfermedades o condiciones por medio de la *cannabis* medicinal que actualmente sería un procedimiento poco ortodoxo, siendo contradictorio el utilizar esta planta que posee una connotación negativa para beneficiar al paciente.

Proceso concepto 3

Para definir el tercer concepto se hizo uso de la técnica creativa de figura retórica la hipérbole, la cual se desarrolló en base a la exageración, creando **os** **conceptos**: 1) pequeño enorme árbol, 2) Cosas que matan de satisfacción, **3) Más verde que una lechuga**, 4) Más sano que lo sano y 5) Tan verde que hace daño. El ejemplo gráfico sería verde sobre verde, buscando enfatizar que todo es de origen natural y vegetal.

En este caso el concepto seleccionado era más verde que una lechuga, con el insight es tan natural como cualquier otra planta, fundamentado en que muchos medicamentos provienen de plantas y la *cannabis* es una planta que dándole un uso adecuado y medicinal puede generar bienestar a los pacientes.

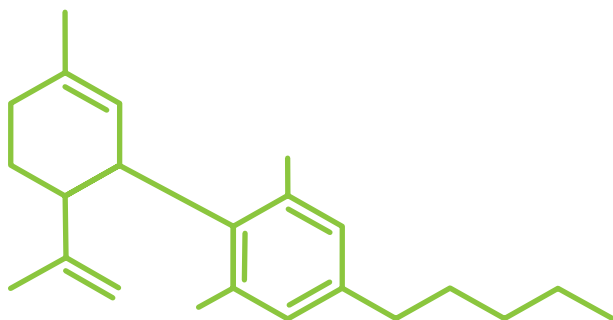
Concepto creativo

El concepto elegido termina siendo *naturalmente artificial*, proveniente de la técnica creativa de figura retórica la paradoja, con el *insight No todo es lo que parece*. La forma en la que se implementará en la propuesta gráfica es de carácter científico, lo cual condujo a utilizar la estructura química de la planta para representarla dentro de la línea gráfica y los artes del foro, con una demanda en específico por parte de la asociación AFITOGUA de tener la estructura química completa de la *cannabis* en todos los artes, de tal forma que se comprendiera la temática del foro; por lo que se optó a crear un logotipo que contiene la estructura química completa.

La razón por la cual se eligió este concepto como el mejor de los tres, es por la simplicidad con la que puede representar a su técnica creativa, por su objetivo de comunicación y por el carácter científico que la asociación requiere para este evento.

Premisas de diseño

La **premisa icónica visual** tiene su forma derivada de su diseño está basado en la estructura química de la *cannabis* y esto lo vuelve un diseño modular en la mayoría de los artes.



Estructura del CBC

Premisa de tipografía por legibilidad se escogieron tipografías sans serif de uso comercial y con amplia gama de estilos para evitar cualquier problema durante la reproducción de los materiales.

Lato

Aa Bb Cc Dd

Aa Bb Cc Dd

Aa Bb Cc Dd

Roboto

Aa Bb Cc Dd

Aa Bb Cc Dd

Aa Bb Cc Dd

Premisa de color por su código de color que está basado en una tricotomía de verde limón, gris y blanco, y por su distribución de tipo ATL ya que a excepción de redes sociales no hay una interacción directa sino hasta el día del evento.



Premisa de fotografía, la elección fue de fotografías que no contengan personas consumiendo drogas, sea marihuana o sus derivados, tampoco enfocarse a personas con rostros tristes, o pacientes que muestren dolor o sufrimiento en sus expresiones. En su lugar la opción son fotos de pacientes recibiendo tratamientos, diagnósticos, o instrucciones.



“Aprender en equipo es más fácil”



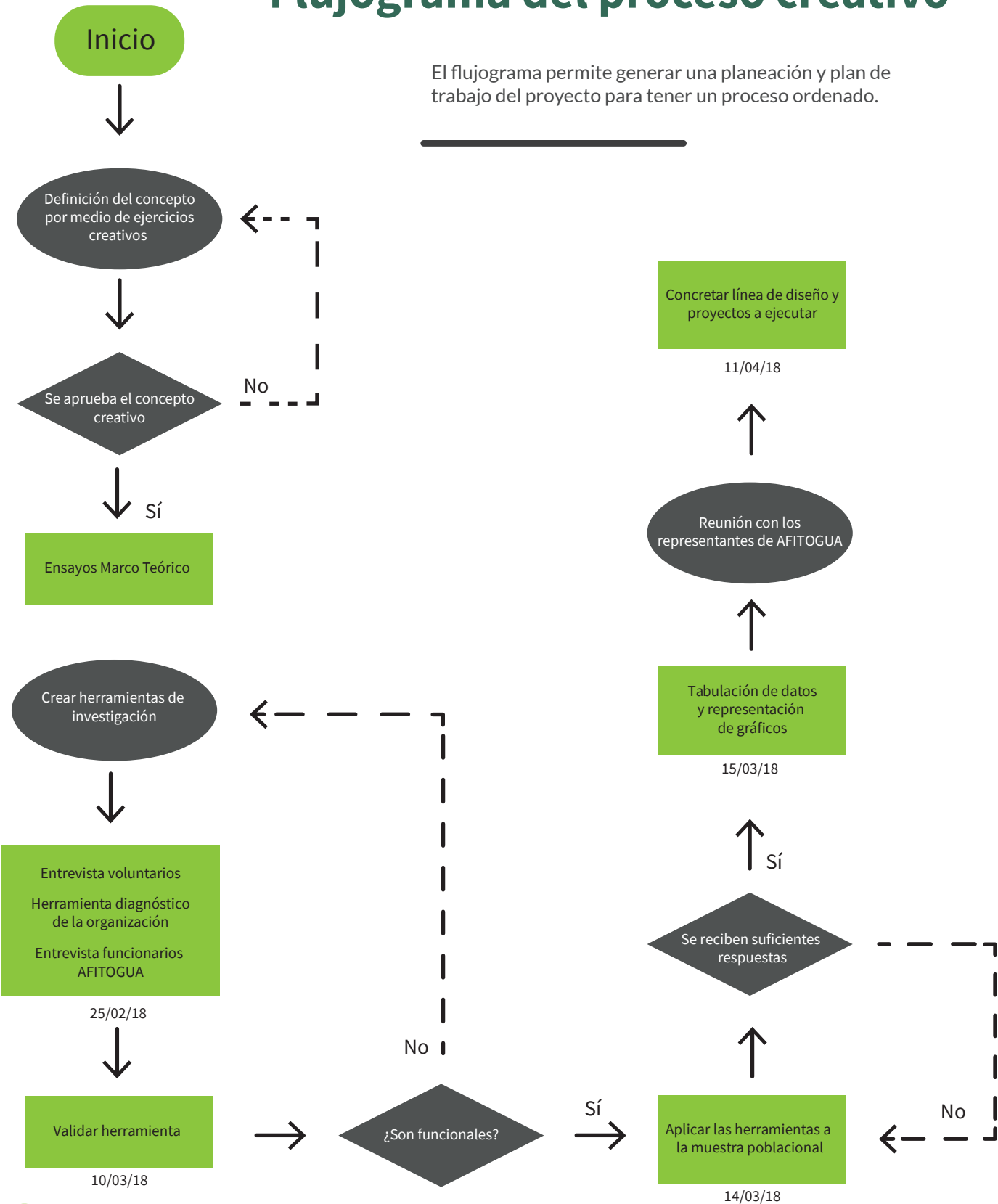
Capítulo IV

Planeación Operativa

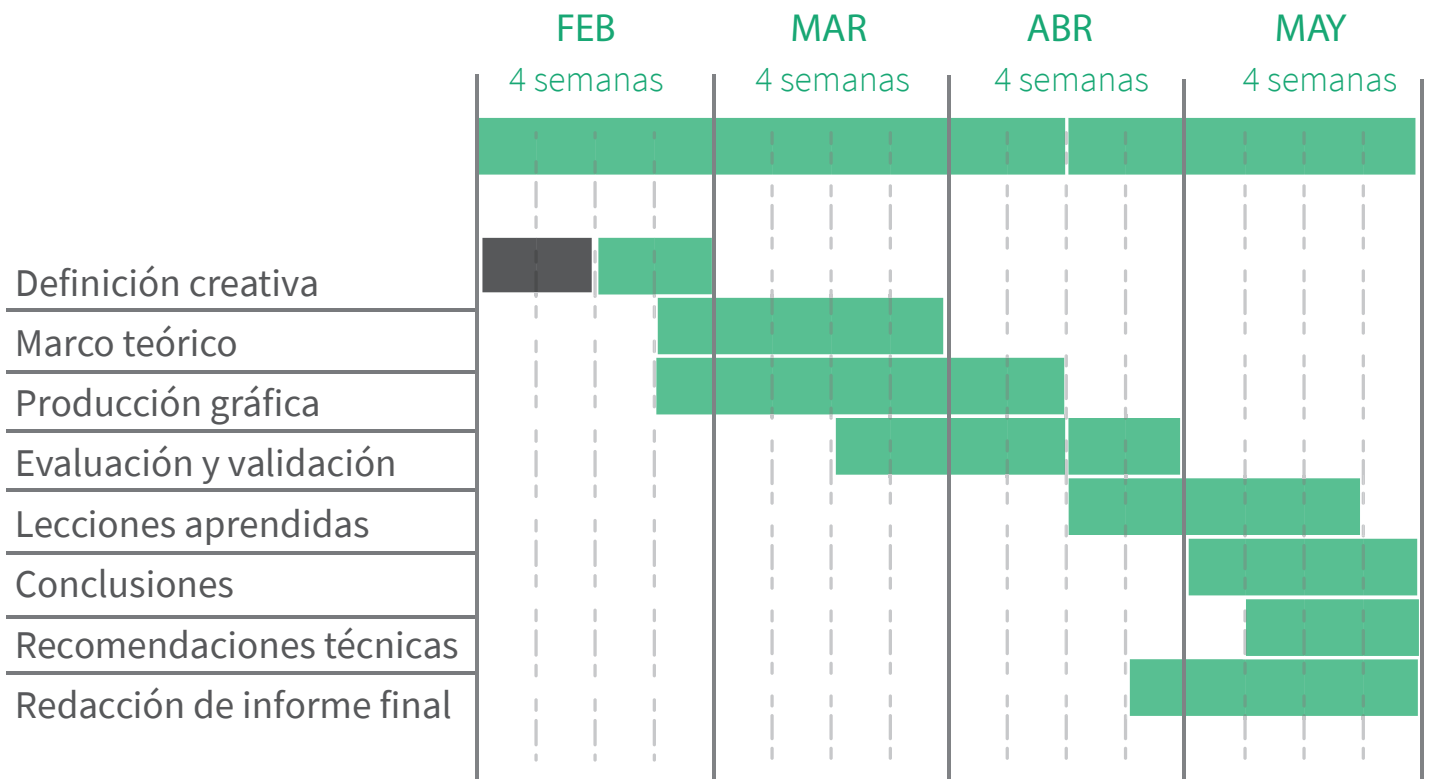
Foto por Brandi Redd de Unsplash

Flujograma del proceso creativo

El flujograma permite generar una planeación y plan de trabajo del proyecto para tener un proceso ordenado.



Cronograma de actividades



El diseño es donde la ciencia y el arte se equilibran
-Robin Mathew



Foto por Saffu de Unsplash

A continuación la fase de conceptualización y formación de conceptos para entender y racionalizar a la marca, el producto y la intención de comunicación.

A photograph of a window with a view of trees and a sunset. The window is divided into four panes. The top-left pane has a piece of paper or a sticker on it. The bottom-left pane shows a view of trees. The bottom-right pane shows a view of trees and a sunset. In the foreground, there are several open books on a table. The text "Capítulo V Marco teórico" is overlaid on the image.

Capítulo V

Marco teórico

Foto por John Mark Smith de Unsplash

Comisiones, regulaciones y restricciones entre otras vueltas

La propuesta que busca legalizar el uso y consumo de la *cannabis* fue presentada el 06 de abril del 2016 por el diputado de Convergencia Álvaro Velásquez, contempla el uso de la marihuana a mayores de edad, “siempre que tenga como finalidad “promover la creatividad, el placer, la armonía, el descanso, la relajación, la felicidad o la euforia”.” (Pitány Gramajo, 2016)

“La propuesta también garantiza el consumo medicinal de la marihuana, la cual podría utilizarse para tratamientos curativos y de rehabilitación para personas que padecen enfermedades crónicas.” (Pitán y Gramajo, 2016)

Dentro de esta ley esta contemplado que se pueda plantar, cultivar y cosechar de forma doméstica, hasta un máximo de 5 plantas de *cannabis* para consumo personal o compartido en el hogar.

Esta propuesta se denomina Ley para regular el cultivo, producción, distribución, comercialización y consumo medicinal y recreativo del *cannabis* y sus derivados, la cual fue ingresada a la Dirección Legislativa del Organismo.

Desde el primer artículo de esta iniciativa se mencionan las actividades y las especies que abarcaría “La presente ley



Foto de Matthew Brodeur encontrada en Unsplash

tiene por objeto regular el cultivo, producción, distribución, comercialización y consumo, medicinal y recreativo del *Cannabis*, en sus especies Sativa, Indica, Híbrida y cualquier otra por descubrir”.

Adicionalmente aborda el tema de consumo directo de la marihuana según su artículo 5 “El consumo de *cannabis*, en cualquiera de sus variedades conocidas y por conocer, y en cualquier forma existente y por existir, y sus derivados, es legal para todo ciudadano mayor de 18 años, dentro del espacio privado”.

Dentro de las prohibiciones se encuentra el consumo por menores de edad y el conducir bajo los efectos de la marihuana. Además sugiere el crear conciencia respecto de su consumo a través de campañas para informar a la población.

La propuesta de Ley en mención considera el cultivo de *cannabis* con un máximo de 5 plantas dentro del hogar, para consumo personal o del núcleo familiar. Y en caso de producción mayor solicita al Ministerios de Salud ser el encargado de llevar a cabo la regulación y emisión de licencias para los consumidores.

Esta misma propuesta conocida como iniciativa 5224 fue rechazada por la Comisión de Salud del Congreso de la República de Guatemala con 14 de 18 firmas en contra.

Dentro de las razones para rechazar la propuesta mencionan los artículos 1 y 2 de la Constitución de la República de Guatemala que establecen que el Estado debe proteger a la persona y la familia. A su vez hacen referencia a la Carta Magna que también trata la regulación de la calidad de los productos de alimentos, farmacéuticos, químicos, y otros que puedan afectar la salud de sus habitantes.

Entre otras observaciones para rechazar la iniciativa la Comisión de Salud asegura que no existen pruebas suficientes sobre el beneficio o el deterioro que pueda efectuar la marihuana a la salud. También declaró que no es el mejor momento para aprobar una Ley así pues el país también carece de laboratorios donde se pueda llevar el control.

Anteriormente existió la iniciativa 5053 también rechazada por considerarse un proyecto inviable, inoportuno e inconstitucional. Otro recurso consultado y usado para denegar la iniciativa es que Guatemala formó parte de la convención única sobre estupefacientes en 1963, y que entró en vigencia en 1967 firmando en contra de su consumo.



¿Podrá ser legal?

Foto por Drew Taylor de Unsplash

Como parte de la discusión que puede provocar el consumo de marihuana de forma legal en el país, se resaltan más los aspectos negativos que los positivos y con ellos algunos datos de países donde ya se ha llegado a la legalización de la *cannabis* para uso tanto medicinal como recreacional. En los países donde la legalización se dio hace años se continúa discutiendo si fue algo bueno o malo en todos los sentidos de la palabra: el económico, de salud, de seguridad, de narcotráfico.

Si se toman en cuenta las regulaciones y cifras de países o ciudades donde el consumo ya es legal, como es el caso de Denver donde se puede comprar un máximo de 28 gramos de marihuana y hay variedad de productos que la incluyen, con 11 expendios libres de receta en una ciudad con poco más de 680 mil habitantes, pero con regulaciones y multas muy claras sobre los lugares donde se puede consumir y también el tipo de *cannabis*; la ciudad recibió en 2015 la cantidad de US\$29.55 millones por los impuestos sobre la marihuana.

33 estados de EE.UU. han legalizado el consumo de marihuana, ya sea recreativo o medicinal.

Leyendo la iniciativa de ley en pro de la legalización, es evidente que muchos aspectos propuestos por esta ley, están planificados o visualizan a una sociedad más educada y con un pensamiento mucho más liberal al de la actual sociedad Guatemalteca que tiene una doble moral y un rechazo evidente a los temas tabú. Hemos de suponer que la opción mas viable para lograr la legalización de la *cannabis* medicinal sería tomar el ejemplo de países mas industrializados que buscaron de forma independiente legalizar su uso medicinal separado al recreacional.

De esa manera se podría solicitar que el Ministerio de Salud sea el encargado directo de regular la producción, cultivo y distribución de la *cannabis* en los pacientes que estén debidamente identificados con las enfermedades crónicas en las que es efectivo el uso de la *cannabis*. Como lo hace con otros fármacos, como por ejemplo los retrovirales, a los que solo se tiene acceso por medio del Ministerio de Salud. Pero tal y como se contempla dentro de la iniciativa de Ley es necesario que se impartan o activen campañas para que la población esté enterada y comprenda a qué se refiere el uso medicinal de la marihuana.

Aplicación de las piezas de diseño y creación de los materiales

“El diseño gráfico de una marca corresponde a crear una identidad gráfica corporativa” (Young, P, 2015).

Muchas cosas podemos decir de la identidad o de una persona por como lo vemos en el mundo pero dentro de todos estos comentarios debemos tener claro que una identidad es lo que se define como las características que hacen particular o diferente en este caso a una marca. Dentro de las cosas que normalmente pasan cuando creamos la identidad de una marca cometemos muchos errores y algunos de ellos son detallados en el artículo de Patricio Young a través del cual destaca que la “idea de «crear una imagen corporativa», es considerar que con la construcción gráfica de una marca es posible proyectar toda la identidad. Lo cual es falso, porque la identidad implica variados componentes. En el caso de una institución, por ejemplo, hay dos aspectos clave: por una parte la naturaleza de la gestión de la organización, o sea, lo que hace, su rol social; y por otra los atributos, sean estos los reales (los que hoy percibe el público) o los deseados (los que la organización declara en su misión y visión)” (Young. P, 2015).

Vender cualquier producto hecho por el hombre y por la naturaleza. Es el lenguaje del Packaging.

-Ben Miyares

Dentro de las cosas que normalmente pasan cuando creamos la identidad de una marca cometemos muchos errores y algunos de ellos son detallados en el artículo de Patricio Young a través del cual destaca que la “idea de «crear una imagen corporativa», es considerar que con la construcción gráfica de una marca es posible proyectar toda la identidad. Lo cual es falso, porque la identidad implica variados componentes. En el caso de una institución, por ejemplo, hay dos aspectos clave: por una parte la naturaleza de la gestión de la organización, o sea, lo que hace, su rol social; y por otra los atributos, sean estos los reales (los que hoy percibe el público) o los deseados (los que la organización declara en su



misión y visión)” (Young. P, 2015).

En el caso de una organización, la naturaleza de su gestión o el rol que cumple es relativamente permanente. El asunto es cómo lo cumple, y es allí donde afloran esos atributos que le van asignando significación a la marca. Por ejemplo, sabemos que un banco determinado tiene un rol en el mercado financiero, pero si es cercano o lejano, si es eficiente o tramitador, si se preocupa por el cliente o solo de sus intereses, son los atributos que van marcando su identidad percibida, o mejor dicho, su posicionamiento.



También como parte de la opinión del *branding* estratégico, está enfocado en el posicionamiento del producto en base al valor agregado o la propuesta de valor. Lo de hoy, sin duda, es añadir valor agregado al producto y/o servicio, ya que la velocidad ha sustituido a la estabilidad y los activos intangibles son actualmente más valiosos que los tangibles. Según Gobé (2005), las empresas se han dado cuenta de las nuevas oportunidades de un mercado en el que la técnica empleada no consiste en reducir costos, sino en crear nuevas líneas de ingresos con ideas innovadoras. La creación del valor agregado incluye a la creatividad, que va de la mano de las ideas que surgen día con día dentro de las organizaciones. Esto se ve de manera diaria a través de los medios masivos, en los que las marcas no solo tratan de ofrecer y vender su producto, sino de regalar una idea, una emoción y un sentimiento (DEL PINO, 2014).

Para este caso que lo que buscamos es la involucración de más personas en este proceso, entonces también es posible hacer alusión al Branding Emocional el cual ha generado que las empresas innoven en la forma en que las personas las perciben, generando nuevas técnicas y estrategias de mercadeo. De este modo, interactúan de mejor manera con el cliente para lograr que se compenetren e identifiquen con la marca y el producto, con un contacto directo que construye lealtad y compra inmediata (DEL PINO, 2014).

El público se relaciona no solo con productos o servicios, sino con sentimientos y emociones. Existe como precedente el cambio entre épocas, la evolución de una economía industrial, dominada por máquinas, a una basada en las personas, siendo el cliente el que tiene el poder y la

humanidad va encaminada hacia la mínima interacción humano a humano, donde las redes y dispositivos portátiles tendrán el papel protagónico en la vida de las personas.

Por lo tanto el diseño de una imagen visual atractiva para personas de distintas edades es el primer aspecto a tomar en cuenta. Como datos puntuales se pueden empezar a considerar la cantidad de materiales que se van a utilizar para este evento, por lo que es requerido implementar técnicas creativas que involucren un mayor desafío para la misma creatividad, volviendo a la idea del Branding como el ser de un evento y una manera en la que podemos hacer sentir cómodos y ayudar a los visitantes en su experiencia y participación.

Dado que el Branding es como la promesa de qué es la marca para el cliente y le da a entender y saber qué esperar de la misma, la marca busca transmitir su esencia. Con esto nos referimos a todas las emociones intangibles que la representan para poder conocer su esencia y de esta forma entender cómo nuestros clientes experimentan y qué emociones les provoca la marca. También podemos crecer en este concepto al pensar en la marca como una persona y entonces describir la personalidad que puede tener.

Al establecer la personalidad de la marca se puede decir que se refiere a cómo la marca trata o se comunica con sus clientes. Para el caso de AFITOGUA estaría enfocado en ser científico e informativo, lo cual le da una personalidad técnica y seria. Durante el proceso de establecer la personalidad de la marca, siempre debemos tomar en cuenta el tono, ya que no es lo mismo decir las cosas que en si ayudar al cliente a comprenderlas.

«Existe un lenguaje verbal que todos entendemos, es una lengua silenciosa que habla elocuentemente de la vida; una voz callada que escuchamos primeramente con los ojos, y después con los demás sentidos. Este lenguaje usa un vocabulario de papel, vidrio, metal y plástico, y una fuente muy rica de texturas, colores, sombras y tamaños para identificar, proteger, dispensar y vender cualquier producto hecho por el hombre y por la naturaleza. El mensaje entre la marca y el producto tiene que estar

alineado, ser creíble, confiable y relevante para el nuevo consumidor, que es muy distinto al de unos años atrás. El acceso a la información y al conocimiento en general, aumentó la exigencia con respecto a la calidad del diseño de los envases, por lo tanto algo que no esté especializado causa poco o nulo impacto en el consumidor. Para este caso en especial, los asistentes a los eventos de Enactus deben percibir la seguridad y respaldo de la entidad para que mantengan el impulso que los llevó a participar en primera instancia, por lo tanto con el empaque lo que se busca es que conserven los materiales que les dieron como promocionales del evento, y eso lo lograremos en caso que les parezca atractivo y memorable. Las especificaciones que se buscan para este evento son que el empaque sea pequeño, de preferencia amigable con el ambiente y vistoso.

Consiste en una banda para atar la carpeta, libreta y bolígrafo del material que se les proporcionará, así también una bolsa para los presentes que se le otorgan al jurado y personas del staff de Enactus. El cintillo debe tener como mínimo un ancho de 3 pulgadas, se cotiza impresión a 3 tintas, y la longitud será la necesaria para sujetar todo el material, éste se imprime en un solo rollo por lo que no debe ir precortado.

También dentro del material requerido tenemos la edición y postproducción de audiovisuales, y para esto se ha tomado como referencia la tendencia que aplicaron para la competencia mundial la cual está basada en fragmentación de partículas; son videos con textos kineticos (Kinetic Text) y animaciones de movimiento (Motion Graphics). En este caso es el requerimiento que tenga similitud con este material.

En conclusión, lo que la institución necesita promover.





Capítulo VI
Proceso de producción
gráfica y evaluación

Foto por Drew Graham de Unsplash

Primer nivel de visualización

Primera propuesta

Partiendo del concepto creativo naturalmente artificial, donde la ideología es proponer una línea gráfica que sea profesional y científica pero a la vez refleje que la creencia de ser un producto procesado aún puede ser natural. La diagramación está orientada a una columna. Uso de colores donde el verde será predominante aún cuando se use todo el resto de la paleta de colores del manual de AFITOGUA. Se usan formas básicas como círculos para representar los círculos que rodean al logotipo y el concepto del entorno. Se proponen segmentos del isotipo para poder mantener la presencia de marca. La tipografía está establecida como Lato pero se aprecian palabras claves o detalles en tipografías manuscritas o script, el predominante de estos textos será en color K: 90, el uso de Bold o Black para los titulares, Medium o Condensada Itálica para los subtítulos o textos destacados. Se maneja una súper proporción para los titulares. Para reforzar el *insight* se trabajará el uso de separación de secciones dentro de la pieza por medio de cambios de color en las formas y la forma misma.

En la otra propuesta se considera el uso de artículos u objetos que no son naturales pero recortados a formas orgánicas, como podrían ser las formas de hojas de árboles pero con texturas de laminas metálicas. Para el trabajo tipográfico una presentación de textos modulares. Los usos de colores con un dominante color verde sobre cualquier otro color. El uso de la forma como partes de árboles, u formas orgánicas. Para tipografías las formas contrastantes de script y Serif de preferencia condensadas. Para enmarcar los titulares plastas de color que resalten la importancia de los mismos.

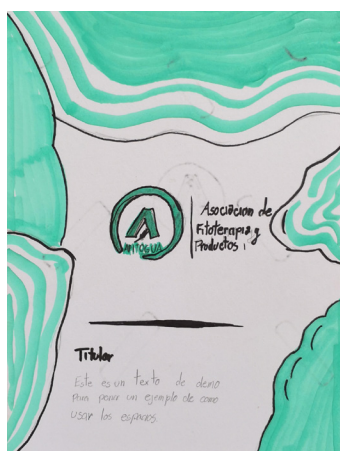


Segunda propuesta

Partiendo de nuestro concepto creativo Más verde que una lechuga, donde la idea es proponer una línea gráfica que reúna colores y formas que podemos apreciar en un microscopio. La diagramación está orientada a ser vertical una diagramación a una columna. Con una configuración de colores donde el verde y blanco son fundamentales aún cuando se use todo el resto de la paleta de colores del manual de AFITOGUA. Para las formas básicas el uso de los rectángulos es lo más apropiado para que representen los bacilos. Las formas representan los organismos o las formas que aparecen en patrones dentro de las capturas microscópicas. La tipografía está establecida como Lato pero se aprecian palabras claves o detalles en tipografías Ultra bold. el predominante de estos textos será en color base de esta propuesta el cuál es amarillo limón, la jerarquía de los textos estará basada en el kerning de los titulares para los cuales según su importancia será más notoria en titulares que en subtítulos. Se utilizarán formas que nos proporciona el lente magnificador del microscopio y que jugando con el reflejo de las figuras, se logra un efecto de caleidoscopio.

Como segunda opción tenemos una visualización de la microbiología que en este caso basamos las formas en la estructura de los bacilos en donde encontramos la mayoría de formas como rectángulos en ellos también se encuentran las espirales y los prismas que pueden ser usados en algún momento para representar volumen. En el caso del uso

tipográfico se usa una tipografía Sans Serif que sea de fácil lectura y con suficientes estilos para poder hacer uso de ellos en cada una de las fases del proyecto, como una secundaria cabe mencionar el uso de una tipografía Serif que se use en su estilo itálico para que rompa por completo con el estilo de la anterior y resalte en el diseño. En este caso el uso del color sí puede variar mucho más, dado que los bacilos suelen tener colores variados entre ellos el uso del Verde, azul y tonos púrpuras. La manipulación de imágenes con filtros para que se vean en algunos casos como negativos.



Autoevaluación

Es un procedimiento que pretende evaluar las propuestas del diseño de manera objetiva, determinando cuáles reúnen las condiciones necesarias para continuar trabajando en ellas. Se pondera de 0 a 5 puntos con los siguientes criterios de evaluación: Excelente=5, muy bueno=4, bueno=3, regular=2, malo=1.

Propuesta	Pertinencia	Abstracción	Memorabilidad	Estilización	Fijación	Identidad Visual	Legibilidad	Diseño tipográfico	Composición	Uso de color	Total
1	5	3	4	4	4	4	3	4	5	5	41
2	3	4	4	3	3	3	5	4	4	2	39
3	2	3	3	3	3	2	5	4	4	3	32
4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	38

Resultados y conclusiones

Según la pertinencia y comparando ambas propuestas, la propuesta 1 tiene más similitudes con el objetivo, tiene mucha más acción en los trazos y por ende se ve dinámica. La abstracción de las líneas y volúmenes evocan la forma del logotipo pero por la misma magnitud de los mismos no es obvio y eso hace que la segunda propuesta tenga más relevancia en este aspecto. Según la memorabilidad y tomando en cuenta la fácil asociación que tienen estos elementos es más sencillo recordarlos por estudios anteriores o experiencias. Tomando en cuenta la estilización, con la primera propuesta se puede dar una imagen más elegante a la marca y esto sería utilizando únicamente elementos que son sencillos de encontrar dentro de su mismo logo. Para la fijación, ambas propuestas tienen facilidad para permanecer en la mente y también ser utilizadas con facilidad para el fin que han sido concebidas. Aplicando la identidad visual, la primera propuesta es la que mejor aborda la identidad de la institución en color y forma, mientras la segunda se enfoca en una imagen más altruista. La propuesta uno debe mejorar su legibilidad y hacerlo por contraste puede que sea una opción viable en cambio la opción dos es mucho más sencilla lo que garantiza su legibilidad. Ya que muchas de las piezas de diseño carecen de imágenes o iconos, el diseño tipográfico es muy importante para hacer vistosa y destacada la pieza. En referencia a la composición, las propuestas son muy distintas cada una en su forma de presentar las diagramaciones pero ambas cumplen de manera aceptable el orden, jerarquía y espacios para presentar al GO. Con el uso de color es notablemente superior en la propuesta uno por lo que esta tiene el mayor puntaje y cumple con captar de mejor forma la atención del grupo objetivo.

Segundo nivel de visualización

Después del primer nivel de bocetaje y su evaluación, se seleccionó la propuesta 1, la cual representa de mejor forma el concepto creativo y será la propuesta para realizar las gráficas más a detalle, las piezas de diseño si pasan por cambios significativos respecto de la estructura y forma presentada en la fase anterior.



Se digitalizó la propuesta y se cambiaron las formas básicas que se mostraban como eran los círculos o los cuadrados por líneas que presentan de mejor manera la estructura química, el *insight* **Nada es lo que parece**, se ve reforzado ya que puede que las personas pueden saber que la estructura representada en la diagramación representa a la *cannabis*.

Se buscó darle una imagen más seria al diseño y sintetizar la información, así también el uso de colores es por la sobriedad que brinda el color gris y al tomar como color secundario un verde esperanza para resalta y da un poco de vitalidad a cada pieza.

Los diseños variaron al tener la necesidad de hacer cambios en el logo y las líneas que forman la estructura química del compuesto Cannabidiol, también se vieron modificados respecto al grosor de las líneas.

Validación con diseñadores y expertos en el tema



Al realizar la validación con los expertos y diseñadores encontramos un resultado claro respecto a la tendencia en el diseño a realizar.

Gracias a los **diseñadores** que participaron en la encuesta vemos los indicadores y según los resultados, los colores son dinámicos debido al alto contraste entre ellos así mismo hay un porcentaje que muestra que los colores le parecen creativos y eso refuerza que los colores sirven de manera adecuada para destacar, separar o enfocar la atención por contraste cromático. Las figuras o formas dan a entender que hay acción dentro de las piezas y esto beneficia a la imagen que se quiere comunicar dado que es parte de lo que busca la organización que la gente tome acciones por medio de sus actividades. Mientras que por el lado de **los expertos** en el diseño la opinión está más dividida ya que la mitad piensan que comunican acción y una cuarta parte opina que es versátil mientras la otra opina que es diverso, este resultado se lo podemos adjudicar a la diferencia que hay entre un patrón y otro hablando de los esquemas.

Una observación válida es que la mayor parte del material o promoción del evento se va a llevar a cabo por medio de redes sociales por lo tanto todos los artes deben ser poco cargados de texto y más vistosos con ello se ha llegado a la **conclusión de los diseñadores** es que es necesaria una tipografía que les parezca conocida dado ese razonamiento se ha optado por la tipografía Lato y la tipografía Source Sans Pro. La opinión respecto al tamaño de la tipografía es que debería ser un poco más grande, por lo que se optó por hacer crecer la mayoría de los textos y en algunos casos sustituir la variación de la familia. Mientras las respuestas de **los expertos** indican que la tipografía estaba en un tamaño y estilo correcto y aparece una votación dominante de estético con 75%. Para tomar referencia de la jerarquía la encuesta muestra resultados del 100% equilibrada y en el caso de **los diseñadores** opinan en su mayoría que mantiene el equilibrio y un tamaño adecuado como la segunda opción. Esto puede que se deba a la composición presentada que tenía más espacios y textos más pequeños. Los resultados de la encuesta nos muestran que para la validación de memorabilidad los resultados son conforme a la forma con una mayoría encima de los 54% mientras que en segundo lugar está el color, lo cual nos hace notar que a **los expertos** les agrada más o les es más sencillo recordar la forma que tienen las estructuras de la *cannabis*, y

que la paleta de colores al ser corta es fácil de recordar y distinguir. Dentro de las preguntas podemos encontrar que se les cuestiona por la líneas que encuentran dentro del diseño y que enmarcan a otros elementos y los resultados de los diseñadores apuntan a decir que la línea les parece más estética que cualquiera de las demás opiniones. También se les cuestionó sobre la posibilidad de tener un elemento incluir iconos en lugar de las fotografías pero el resultado es claro a la preferencia por las fotografías para ambos grupos diseñadores y expertos. Para evaluar el mensaje se muestra que el resultado es que a los diseñadores les parece atractiva visualmente la propuesta y como segunda respuesta que también les invita a participar.

Tercer nivel de visualización

Tomando en cuenta los resultados anteriores en el segundo nivel de visualización se hacen los cambios como en tipografía a utilizar dado que era una tipografía que no satisfacía las expectativas del cliente dado que el color blanco es para este caso más clínico y dejar el tono oscuro solo para algunas piezas, las fotografías que necesitaban ser más enfocadas a el sentido humano, y también el espacio y tamaño de los elementos en las piezas gráficas de diseño ya que buscaban crear solo una idea pero no mostrar la partícula completa de las estructuras químicas.



¿QUÉ DEBEMOS SABER SOBRE LA LEGALIZACIÓN DE LA CANNABIS MEDICINAL?

Información sobre su uso, propiedades, investigaciones, características y tratamientos contra varios tipos de enfermedades. Como son el Alzheimer, Parkinson, Galucoma, entre otras.

16 de octubre
Hotel Camino Real
8:00 a 13:00 horas



CARLOS AGUIRRE VELÁZQUEZ
MÉDICO CIRUJANO POR LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
PEDIATRA POR EL HOSPITAL INFANTIL DE MONTERREY



30 años de experiencia en Neurología Pediátrica. Experto en déficit de atención, problemas de aprendizaje, problemas de conducta, crisis convulsivas, autismo, migrañas y epilepsia en niños y adolescentes.

Director de Clínica de Neurología y Psicología Integral para la atención a niños y adolescentes con problemas neurológicos de desarrollo, conducta y aprendizaje. Catedrático de Neuropediatría en el TEC de Monterrey e investigador clínico. Uno de los Pioneros en México para el uso de Cannabis Medicinal en la Epilepsia refractaria en niños.

Ha publicado varios artículos en la Revista Mexicana de Neurociencias y el Neurological Research International Journal sobre tratamiento de autismo y el uso de Cannabis medicinal en la epilepsia refractaria pediátrica en niños mexicanos.



24 de octubre 2018
Hotel Radisson, Salón Las Flores, Lav 42-46
Zona 10



Validación con el grupo objetivo

Los resultados a los encuestados que son parte del grupo objetivo para el evento apoyan que la combinación cromática es dinámica y también refleja seriedad a las piezas. La evaluación de las figura/forma muestra que la diagramación que ven representada en las piezas denota acción en su mayoría, de la misma forma que con un empate de porcentaje les genera la sensación de versatilidad como diversidad. La tipografía en tamaño y estilo fue modificada de los bocetos anteriores en su mayoría se cambio por bold dentro de la tipografía Lato con ello se logra que el 75% de los votos sea para una percepción cuidando la estética en la tipografía y legible por lo tanto. Respecto de los tamaños utilizados entre



las imágenes, diagramación, tipografía y espacio negativo, los encuestados responden que es equilibrado en un 100% de los votos. La memorabilidad de los elementos presentados es que la forma es decir la diagramación del esquema es lo que más recuerdan y con ello cumplimos el propósito en que le presten mucha de su atención a las estructuras que son parte de la estructura química de la *cannabis*. En la fotografía se puede observar que los resultados van dirigidos a lo atractivo que se ven los artes con el uso de fotografía y como segundos resultados que les parecen acertadas las fotografías y ayudan a transmitir identidad. El propósito de hacer este contenido o material gráfico es lograr que las personas se informen y quieran participar en la actividad y el porcentaje más grande responde que le interesaría asistir al evento.



Propuesta gráfica final y su fundamentación

Dado que se quiere proporcionar un perfil científico al proyecto, se ha decidido tomar parte de la estructura química que compone a la *cannabis* como la forma o la imagen gráfica del mismo, utilizando este parámetro para reforzar la imagen científica y no recreativa del uso de la Cannabidiol. Para lo cual también se realizó una elección de colores sobrios y un color diferencial, siendo el verde esperanza, para algunos detalles, titulares y para las líneas que requieran algo que las destaque dentro del proyecto.

Con los cambios anteriores, la propuesta final se encuentra plasmada sobre el color blanco como fondo de la mayoría de los artes, por la razón que es mucho más limpio y asociado a aspectos clínicos. El uso de fotografía es moderado debido a que Afitogua no cuenta con muchas imágenes propias y también hay preferencia por parte de los organizadores a que su imagen posea más textos que ilustraciones, por las personas a las que buscan influir. Esto sin descartar que los aspectos humanos deben estar presentes en las publicaciones a realizar, por lo que las fotografías que se elijan deben presentar situaciones entre pacientes y médicos, pero no el uso de alguna planta o la imagen de la marihuana misma. La tipografía seleccionada fue Lato debido a su gran variedad de estilos y versatilidad. En cuanto a la diagramación y el espacio negativo utilizado en las piezas gráficas, está equilibrado con tipografía e imágenes basadas en los resultados de los encuestados (ver anexo).

Por lo que la fundamentación de la propuesta final tiene como objetivo transmitir la imagen seria del proyecto, el cual es totalmente científico enfocado a las áreas clínica, farmacéutica, comercial e industrial, buscando también evitar que pueda ser tomado por el público en general como una oportunidad de utilizar la imagen del foro para un fin recreacional. Al mismo tiempo, se pretende que el proyecto sea atractivo para otros ámbitos a los cuales les pueda interesar investigar y desarrollar otros proyectos relacionados a este.



Brandbook AFITOGUA

El diseño gráfico debe seducir, educar y, quizás lo más importante, provocar una respuesta emocional
-April Greiman



◀ **Bloc de notas:** se fundamenta en color blanco por la razón que transmite calma, pureza y serenidad, y su asociación con el tema de medicamentos y hospitalario. El posicionamiento de la marca (foro) en el primer orden de lectura y enmarcado en las mismas formas que sostienen la idea de la estructura química, cerrando la pieza con el nombre de la organización detrás de este foro como un apoyo a la relación de peso que se quiere dar a conocer. La misma tipografía para dar continuidad al concepto y libertad de espacios dado que es un bloc de notas, transmitiendo esa sensación de ser libre de anotar y escribir.



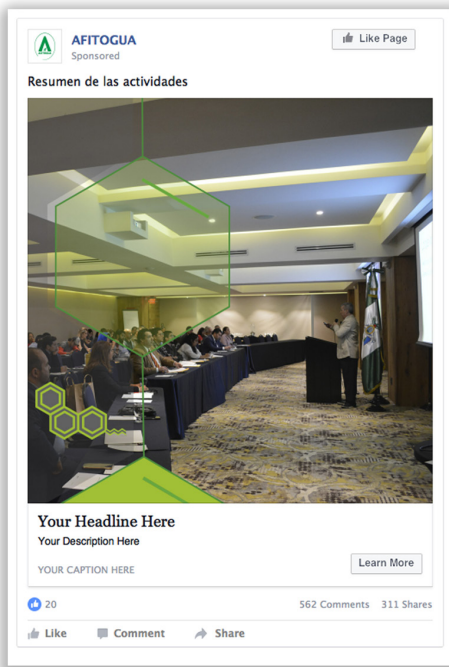
▶ **Banner:** esta pieza se busca ubicar en lugares donde el público objetivo pueda enterarse del foro y quien organiza el mismo, por lo que la imagen que proyecta está enfocada a verse de forma seria y elegante según la elección de colores, que a diferencia de otras piezas busca mantener un semblante específicamente serio y profesional. La intención en el uso de la fotografía es transmitir esperanza a pacientes y sus familiares, con el ángulo superior para dar a entender que este es un tratamiento ligado directamente a problemas neuronales. Los textos informativos respetan la tipografía escogida, al igual que la estructura química que refuerza la idea.



▶ **Bolsa promocional:** para la bolsa se busca una opción más natural por la misma temática del foro, siendo la mejor opción una bolsa de fibras naturales, la cual debe ser blanca o lo que más se le asemeje para que continúe con la línea planteada. En este caso, dado que la bolsa tiene una vida útil más larga, la Institución da prioridad en el orden de lectura, con un significativo realce en tamaño tipográfico se ubica el nombre del foro por el centro y encuadrando la intención aparecen las estructuras básicas del compuesto, correspondiendo los colores a la línea gráfica establecida.

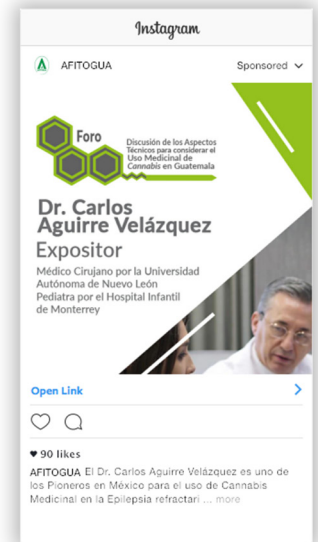
▶ **Anuncio impresos:** esta publicación debe cumplir con informar y atraer a las personas por medio de la asistencia de los invitados especiales y ponentes del foro, por lo que a través de la elección tipográfica se le ha dado mucha importancia a los nombres, títulos e instituciones donde ellos se desempeñan y utilizando también un gráfico para identificar su nacionalidad. Es un diseño modular con la intención de resaltar por bloques la información y el uso de la fotografía es identificativo y descriptivo a su vez. El cierre de la pieza lleva el logo del foro para que se tenga conocimiento de donde encontrar información de interés.





◀ **Marco para publicaciones:** los medios para dar a conocer el foro principalmente serán las redes sociales, por lo tanto, se elaboró un marco que se aplica en forma de filtro a las fotografías que se publiquen en las redes de AFITOGUA con los colores correspondientes al foro, las estructuras que componen la identidad gráfica del mismo y con una transparencia para que no afecte la visualización de las fotografías. En estas publicaciones se puede o no hacer uso del logo del foro dependiendo de si tiene relación con el mismo y será aplicado a Instagram, Facebook, LinkedIn o cualquier otra red que se esté utilizando por la Asociación.

Publicaciones impulsadas: se generaron publicaciones con el fin de impulsarse a través de las redes sociales, las cuales estarán disponibles para Instagram y Facebook. El contenido de las mismas inicia con el logo del foro en prioridad de lectura, seguido de jerarquía tipográfica para el nombre y profesión de los expositores, y el uso de la fotografía para la identificación de los mismos. En el caso de Instagram por ser una red social más enfocada a los gráficos, se plantea que tenga una fotografía del personaje interactuando para fines de la comunicación. La diagramación que se utiliza para las publicaciones depende de cada red social, para Facebook es un estilo más contemporáneo dado que su público objetivo suele ser mayor en relación a edad que el público que encontramos en Instagram, por lo tanto, en esta última el diseño es más vertiginoso tratando de atraer la atención de sus usuarios.



◀ **Gafetes:** estas piezas son realizadas bajo la necesidad de identificar de forma rápida los roles de cada persona el día del evento, por lo tanto, se le asignó un color a cada uno de los roles, que en este caso son 3. Un juego tipográfico para cada rol también los distingue por orden de lectura, se posiciona el logo de la asociación en primer lugar, seguido de la fotografía ilustrativa, código de color y rol, y el cierre con el logo del evento. Continúa la misma estructura de la línea gráfica, teniendo realce de color blanco por ser ya el día del evento en donde este color tiene prioridad.



◀ **Invitaciones impresas:** diagramación por jerarquías, donde el principal motivo es el destacar a la asociación, énfasis en los textos a resaltar, con el cierre de lugar y fecha así como los logos de patrocinadores y el del evento. Para finalizar con la información a transmitir, el color de la invitación es blanco por el tema médico-hospitalario y con las estructuras químicas para agregar orden y color.

Papel membretado: una disposición simple que identifique y ayude al branding a mantener su preferencia en todos los materiales del evento. Uso de la paleta de colores y formas para la asociación. Por jerarquías el logo de AFITOGUA únicamente tipográfico y el uso del logotipo del foro. Las estructuras utilizadas priorizan el dejar el espacio para su uso práctico.



◀ **Bolígrafo:** un apoyo a la imagen e identidad de la marca, bolígrafos color verde para poder ser sublimados en un solo color. El logotipo del foro debe ser usado en su versión a una tinta y ubicado en la parte superior de la pieza para evitar su posible desgaste al colocarlo cerca de su punta o en el medio. La impresión debe ser en forma paralela al bolígrafo.

Poster: la pieza fue creada a dos columnas, una basada en la imagen y gráficos y la otra columna siendo de contenido informativo y tipográfico. Según la jerarquía, en primer lugar aparece el logo de la Asociación que es el anfitrión, seguido del logo del evento, información sobre el lugar, fecha y precios, cerrando con los logotipos de los patrocinadores del evento. Respecto al tema gráfico se utilizó una fotografía que estimula la sensibilidad de las personas que pueden ser beneficiadas con este foro, además de otros gráficos decorativos que simulan cadenas bioquímicas. En el uso de color, aparece la paleta de colores del evento.



Programa: el programa cumple dos funciones, dar la bienvenida al público de forma personalizada e informar la cronología del evento. Está diseñado de forma que sea un sobre que contenga los pases del coffee break y al estar desplegado cumplir con la función de mostrar el horario. Tiene la paleta de colores, estructura y tipografía del evento. El encabezado contiene los logotipos de la Asociación y del foro. El contenido sigue un orden cronológico separado por cromas positivo y negativo, encontrándose en orientación centrado.

Sobre: pieza elaborada en color gris con detalles en blanco y verde, cumpliendo con la paleta de colores del evento. El color obscuro del sobre es para transmitir elegancia y para contrastar con el color blanco de las invitaciones. Estos detalles están constituidos por las estructuras químicas con el objetivo de decorar la pieza. Cuenta con el logotipo de la Asociación y del foro, para contribuir a la construcción de marca.





◀ **Tarjetas de presentación:** siguiendo el rubro de mantener elegancia, fueron elaboradas bajo el color gris de la paleta de colores seleccionada. En la primera cara se encuentra tanto el logotipo de la Asociación en la esquina superior derecha y el logotipo del evento centrado y con prioridad de tamaño. En la otra cara, con jerarquía tipográfica se describe el nombre y puesto de la persona, seguido de sus datos específicos. De igual forma se utiliza la estructura química para darle continuidad a la línea gráfica y no se promueve ningún tipo de troquelado para evitar aumentar los costos.

Taza: el material de la taza en peltre fue seleccionado por no ser un material convencional y que actualmente está en tendencia, al igual que por su resistencia y durabilidad. El color base es blanco para proporcionar un aspecto de higiene, siendo los detalles en verde y gris según la paleta de colores del evento. Como identificador de ser un promocional del evento, únicamente contiene el logo del foro.



◀ **Sudadero:** esta prenda fue elegida por el hecho de que es más duradera que una camiseta. El diseño identifica al público objetivo, en su mayoría personas con carreras afines a la química, ya que la decoración del mismo utiliza cadenas de estructuras químicas. Decoración en detalles en color verde y gris en un fondo blanco, según la paleta de colores del evento.

▶ **Stickers:** elaboradas en vinil autoadhesivo con corte electrónico a un solo color, en variedad de los 3 colores de la paleta del evento, utilizando el diseño figura fondo a una tinta.



◀ **Popsocket:** es un *souvenir* de gran impacto y beneficios, al ser de bajo costo, con mucha utilidad, vistoso y de tendencia actual. Fabricado en plástico de color blanco, con el logotipo del evento al centro y en la parte inferior en el de Asociación en versión tipográfica para decorarlo.





**LECCIONES APRENDIDAS
CONCLUSIONES
RECOMENDACIONES**

Foto por Clem Onojehuo de Unsplash

Lecciones aprendidas

1. Para hacer un trabajo que sea relevante para la institución hay que involucrarse con ellos, conocer sus necesidades y ponerse a pensar cómo ellos pueden de una manera realista realizar las acciones debido a que pueden surgir soluciones que no estén al alcance de la institución.

2. Los representantes de la institución suelen viajar o movilizarse por el país u otros países, por lo que es necesario tener varios canales de comunicación con ellos para darle continuidad a las tareas en gestión.

3. Las instituciones no tienen noción de los mensajes que quieren transmitir y a su vez, desconocen el público al cual le están comunicando o como llegar a este, por lo que se utilizaron herramientas para establecer quién es su verdadero receptor.

4. Para las visualizaciones y validaciones es necesario contar con tiempo antes de realizarlas ya que aún hay que interpretar datos y en base a los mismo realizar cambios en las propuestas.

5. En las validaciones se marcan o se hacen notar tendencias y elementos que captan la atención del observador y en base a estas se pueden tomar decisiones para cambios y lograr transmitir los objetivos que se plantearon al principio del proyecto.

6. Prestar atención a los resultados de las herramientas de investigación para corregir errores o ruidos en el diseño.

7. Un correcto orden cronológico en las acciones tomar para elaborar el proyecto, ayudan a no perder detalles o tiempo en producciones o artes que no se usarán.

8. La creatividad no es suficiente para concebir un proyecto ya que son necesarias la práctica, la repetición, las técnicas creativas y demás conocimientos adquiridos durante la carrera para lograr un producto de diseño que venda, interactúe y hasta modifique la idea o concepto que posee una persona sobre determinado producto o servicio.

9. Muchas de las decisiones tomadas durante el desarrollo del evento pueden contener cambios que conlleven a tener que repetir materiales por lo tanto es importante guardar una copia de los editables.

10. Los diseños deben ser funcionales para todos los formatos y adaptables

11. La institución es el cliente final y por lo mismo se debe tomar en cuenta en cada fase del proceso de producción visual para que estos puedan aportar su perspectiva del proyecto en tiempo. Esto evita el mal uso del tiempo en piezas que no serán útiles para la institución.

Conclusiones

1. Con el afán de mantener el interés de los guatemaltecos en la adquisición de nuevos conocimientos a través de los cuales puedan obtener beneficios, la Asociación de Fitoterapia y Productos Naturales de Guatemala (AFITOGUA) recibe el apoyo de universidades y otros colaboradores para transmitir información, capacitaciones y brindarles las herramientas por medio de sus eventos a sus asociados y demás público interesado. Para apoyar esto, AFITOGUA ha recibido una imagen más estandarizada y profesional que le ayude a reforzar su postura de compromiso y formalidad que tiene con el país.
2. La imagen que se creó es amigable y visualmente atractiva para el grupo objetivo y llama a la acción de participar o informarse más respecto a los eventos que la asociación organiza. Esto según los resultados que arrojan las herramientas de investigación donde muestran que sienten interés en participar y como segunda acción recibir más información de estos eventos.
3. Para crear una imagen seria y de carácter que enfatice la parte científica, el logotipo del foro que se quiere realizar por parte de la asociación fue creado con una línea gráfica a base de la estructura química de la *cannabis* y colores que refuercen la idea de que es un evento científico y no un evento de índole recreativo, lo cual fue bien recibido por el grupo objetivo según la información recolectada por las validaciones.

**Si alguien iguala el diseño gráfico con la
publicidad, no hace otra cosa que evidenciar
su falta de conocimiento**

- Marta Zatonyi

Recomendaciones

Para la institución

Los materiales por diseñar deben transmitir su esencia seria y científica en pocos segundos aún cuando sean piezas editoriales, de otra manera, se pierden o dejan de ser atractivos.

El uso de fotografía o reportaje fotográfico es más formal e impactante si el material está dirigido a un público mayor de edad y con un perfil formal como el de sus asociados.

Tomar en cuenta las necesidades de transmisión de información para escoger de forma correcta los medios o canales por utilizar, puesto que la institución puede pensar que llega a más personas de una forma, pero la investigación muestra que no son los canales más adecuados.

Para el gremio del diseño gráfico

Los materiales deben ser pensados en el tiempo que toman sus reproducciones así también los costos que estos implican para la organización.

Los diseños deben cumplir con las necesidades y peticiones del cliente, pero de igual forma sigue siendo un trabajo que se debe realizar de forma profesional, por lo tanto, aún cuando el cliente pide los cambios el diseñador debe tratar de racionalizarlos y solo así realizarlos.

A los futuros estudiantes de proyecto de graduación

A los estudiantes que comienzan el proceso de graduación se le recomienda tomar en cuenta la distancia a la que se encuentren de la institución para hacer sus visitas y requerir información, entrevistas, o asistencias de forma que no genere demasiadas complicaciones, tanto a la institución como al estudiante.

Se le recomienda realizar un proyecto en una rama del diseño en donde se sientan identificados y cómodos, para que su trabajo refleje la calidad que tienen como profesionales y no les parezca tortuoso el realizar su proyecto por el hecho de estar trabajando fuera de su zona de confort.

Utilizar notas personales junto a las versiones que se realizan de cada diseño facilitará el proceso de validación y podrán fundamentar de mejor manera sus propuestas.

Llevar los trabajos en su debido momento facilitará a los asesores proporcionar sus respectivas asesorías y correcciones con suficiente tiempo para poderlas realizar con buena calidad y mejorar el proyecto en términos generales. Es importante tomar en cuenta que solicitar la información muchas veces no es lo único que debemos hacer con la institución, muchas veces las personas de la institución viajan, o por alguna u otra razón no pasan mucho tiempo en sus oficinas por lo que recolectar la información se vuelve complicado, por lo mismo hay que darle seguimiento para que no se olviden datos o de la solicitud realizada.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias bibliográficas

PORTER, M. E., STERN, S. (2015) 2015 SOCIAL PROGRESS INDEX FINAL [Archivo PDF]. Social Progress Imperative. Recuperado de http://progresosocial.org.gt/wp-content/uploads/2015/04/2015-SOCIAL-PROGRESS-INDEX_FINAL.pdf

Instituto Progreso Social (2017). *Iniciativas*. [en línea] Disponible en: <http://progresosocial.org.gt/iniciativas/>

Pitán, E. y Gramajo, J. (6 de abril de 2016). Diputado presenta iniciativa para legalizar consumo de marihuana. *Prensa Libre*. Recuperado de <http://www.prensalibre.com/guatemala/politica/diputado-busca-legalizar-consumo-de-marihuana-para-promover-la-creatividad>

Álvarez, C. (16 octubre de 2017). Marihuana legal no tiene eco en el Congreso. *Prensa Libre*. Recuperado de: <http://www.prensalibre.com/guatemala/politica/nuevo-reves-a-intento-de-legalizar-la-marihuana>

Anónimo. (20 noviembre 2016). Si Guatemala fuera mas verde, marihuana. *El Periódico*. Recuperado de: <https://elperiodico.com.gt/domingo/2016/11/20/si-guatemala-fuera-mas-verde-marihuana/>

Anónimo. (2018). *Ejemplos de Paradoja*. Recuperado de <http://www.retoricas.com/2009/06/8-ejemplos-varios-de-paradoja.html> el día 17 de mayo de 2018.

Anónimo. (2018). *Definición de Hipérbole*. Recuperado de <http://www.retoricas.com/2009/06/definicion-de-hiperbole.html> el día 17 de mayo de 2018.

Fernández, A. (2005). *Creatividad e Innovación en empresas y organizaciones. Técnicas para la resolución de problemas*. Editorial Diaz de Santos. Pp. 117.

Jordi A, Gómez D. y A. Ferrer. (n.d.). *Técnicas y recursos creativos. Universidad Oberta de Catalunya (UOC)*. Recuperado de [https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Disseny_grafic/Diseno_grafico/Diseno_grafico_\(Modulo_5\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Disseny_grafic/Diseno_grafico/Diseno_grafico_(Modulo_5).pdf) el día 17 de mayo de 2018.

Maram, L. (2013). *20 ejemplos de figuras retóricas en publicidad*. Recuperado de <https://www.luismaram.com/20-ejemplos-de-figuras-retoricas-en-publicidad/#Hiperbole> el día 17 de mayo de 2018.

GLOSARIO

Foto por Romain Vignes de Unsplash

Glosario

Branding emocional

Es aquel que permite conectar la marca con el público objetivo a través de las emociones por medio del enfoque o tono de la comunicación.

Branding estratégico

Proceso de profundo análisis, diseño y acción estratégica que lleva a cabo una empresa para el desarrollo y la gestión de una marca.

BTL

La técnica publicitaria «below the line» —que significa literalmente en castellano: bajo la línea— más conocida por su sigla BTL, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos.

Benchmarking

Benchmarking es una técnica o herramienta de gestión que consiste en tomar como referencia los mejores aspectos o prácticas de otras empresas, ya sean competidoras directas o pertenecientes a otro sector.

Cannabidiol (CBD)

Es un componente del *cannabis* que tiene un beneficio medicinal significativo, y puede contrarrestar la psicoactividad del THC, al ser un químico no psicoactivo. Está presente en mayor cantidad en el cáñamo.

Cannabinoides

Son compuestos derivados de la planta *cannabis sativa* que producen acciones farmacológicas al interactuar con el sistema endocannabinoide humano. Existen más de 100 cannabinoides diferentes encontrados en el *cannabis*.

Cáñamo

Planta de la especie *cannabis sativa*, cultivada por sus propiedades naturales y usos industriales. Siendo más abundante en CBD, ha demostrado poseer beneficios naturales para la salud.

Carta Magna

Documento considerado como la base del sistema constitucional británico, que se ha desarrollado a través de normas escritas y consuetudinarias, pero que no está codificado.

Derogar

Abolir, anular una norma establecida, como una ley o una costumbre.

Elocuente

Capacidad de expresarse ya sea hablado, escrito o con cualquier forma de expresión, de tal forma que los oyentes queden asombrados o convencidos sobre algún tema en concreto.

Estupefacientes

Toda sustancia psicotrópica, con alto potencial de producir conducta abusiva y/o

dependencia, que actúa por sí misma o a través de la conversión en una sustancia activa que ejerza dichos efectos.

Impregnar

Transmitir a una persona o cosa una forma de pensar, sentir o ser característica y particular de manera que penetre intensamente en ella.

Identidad Visual

es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.

Insight

Se basa en percepciones, imágenes o experiencias del consumidor con la marca. Término que hace referencia a la psicología del consumidor, importante en *marketing* directo para conectar con el consumidor de forma individual y que se sienta identificado con el mensaje propuesto y que actúe en consecuencia.

Packaging

Es la ciencia, el arte y la tecnología de inclusión o protección de productos para la distribución, el almacenaje, la venta, y empleo.

Posicionamiento

En términos de *marketing* se refiere al lugar que ocupa una determinada marca, producto o servicio en la mente de los consumidores en relación a su competencia.

Postproducción

Proceso relativo al procesamiento y la edición de distintas tomas de material audiovisual digital o analógico usado para cine, publicidad, programas de televisión o radio.

Promocionales

Son útiles o decorativos artículos que se utilizan en programas de *marketing* y comunicación, soliendo tener impresos un logotipo de empresa, nombre o un mensaje.

Psicotrópicos

Cualquier sustancia natural o sintética, capaz de influenciar las funciones psíquicas por su acción sobre el Sistema Nervioso Central (SNC).

Retrovirus

Virus de la familia de los retroviridae. Posee genes codificados en ARN en vez de ADN, promoviendo que el sistema inmune se descontrole y comience a atacar al organismo.

Tetrahidrocannabinol (THC)

Es el principal ingrediente activo de la planta de *cannabis*, conocido como el responsable de producir efectos psicoactivos. Está presente en mayor cantidad en la marihuana.

El diseño gráfico no es lo que ves, sino lo que debes hacer que otras personas vean

- Edgar Degas



Steel
Miya Ando
miyaando.com

"The innumerable shades of grey within the material has always transfixed me. It's quite elegant and refined. The steel is a cornerstone of strength and permanence and yet all things are transitory. It's really interesting to get it to go in these unexpected ways."

Steel is a canvas collection by multi-award-winning American post-minimalist artist Miya Ando. The foundation of her practice—strongly focused on painting and sculpture—is the transformation of surfaces, articulating themes of "contradiction and juxtaposition of ideas."
Influenced by the redwoods in Santa Cruz and the simple, reductionist setting of the Buddhist temple in Japan where she was raised, Ando's paintings typically consist of steel, fabric, pigment, and automotive lacquer, applying techniques to alter the physical properties of materials, transforming pieces into subtle, light-reflective gradations of color and texture.
One of the notable aspects of Ando's work is this combination of traditional techniques of her ancestry and modern industrial technology. Transforming sheets of steel, fabric, pigment, and aluminum into spherical abstractions, along with almost meditative detail, until they reach the simplest form of her concept.
In this process, Ando explores the duality of metal and its ability to convey a sense of permanence, yet in the same instance absorb shifting colour and capture the fleeting moment. This acts as a reminder to the viewer of the transitory nature of all things in life with a palette of colour that evokes ethereal, minimalist landscapes and abstracted metal surfaces.
Finding that difficult balance between man-made and natural is what makes Ando's work so and unique, finding an extraordinary harmony in the result that does not leave you feeling
—J.S.



Anexos

Foto por Sarah Dorweiler de Unsplash

ANEXO I

Tablas de resultados para encontrar el mejor Insight

Potencialidad del *insight* #1 elegido de Catálogo

Indicadores de un insight poderoso	SI	NO
¿Genera un sentimiento?	X	
¿Es fácil de entender?	X	
¿Se relaciona con una característica del GO?		X
¿El Insight es aplicable a la mayoría del GO según la observación e investigación realizada?		X
De 1 a 10 ¿Qué tanto se relaciona el insight con el proyecto	5	

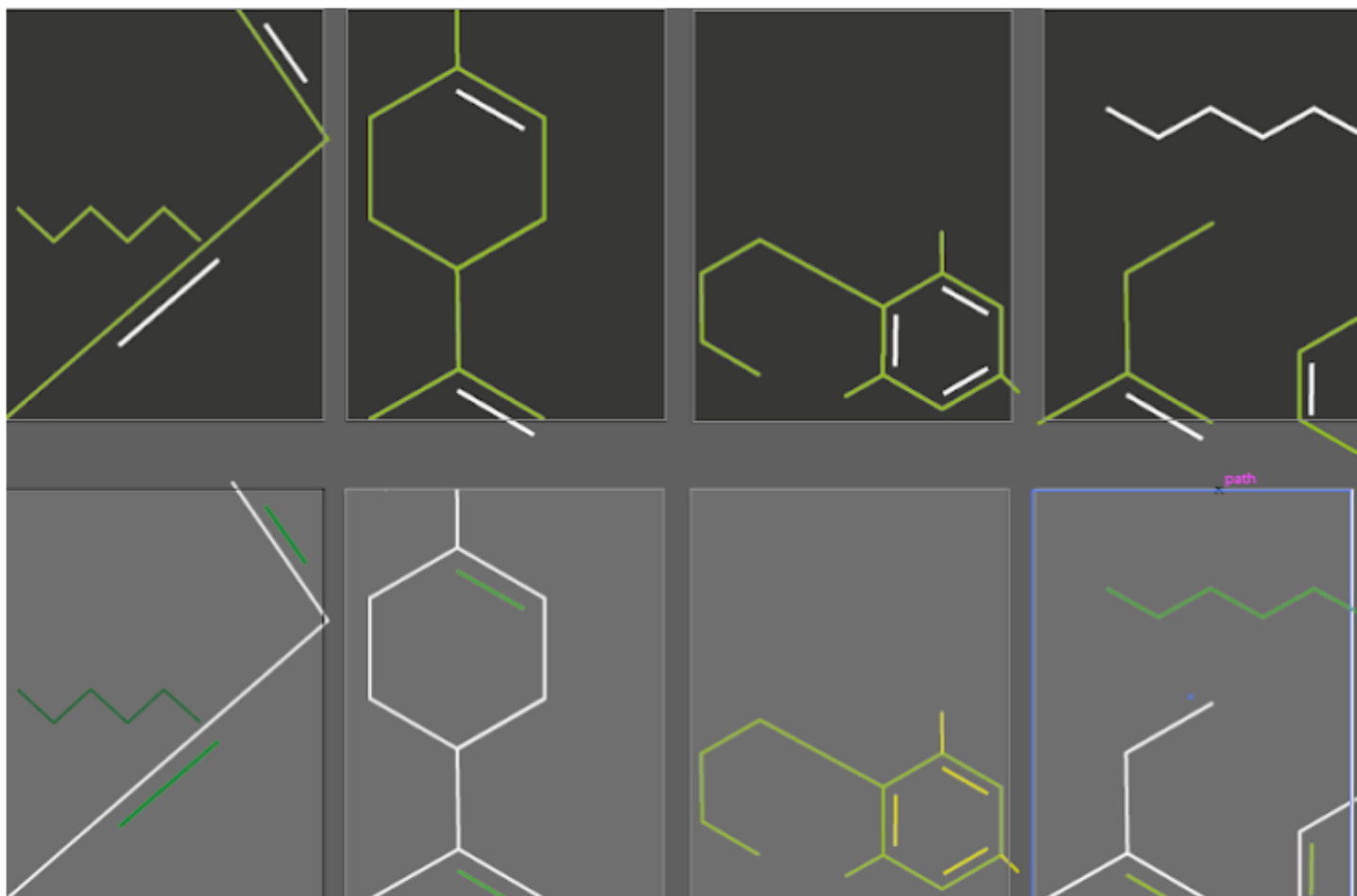
Potencialidad del *insight* #2 elegido de Retorica

Indicadores de un insight poderoso	SI	NO
¿Genera un sentimiento?	X	
¿Es fácil de entender?	X	
¿Se relaciona con una característica del GO?	X	
¿El Insight es aplicable a la mayoría del GO según la observación e investigación realizada?	X	
De 1 a 10 ¿Qué tanto se relaciona el insight con el proyecto	8	

ANEXO II

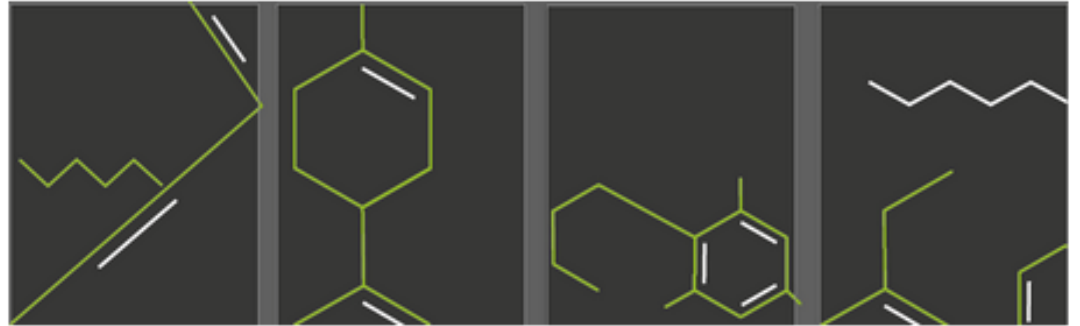
Herramienta para buscar cuales eran las preferencias y cómo visualizan los profesionales del diseño la imagen del foro

Cree que las combinaciones de colores son adecuados para comunicar *



- Dinamismo
- Diversidad
- Creatividad
- Seriedad

Las figuras o formas que ve le generan sensación de *



- Estabilidad
- Diversidad
- Acción
- Versatilidad

Cree que el tamaño de la tipografía usada es *



- Estética
- Buena legibilidad
- Poco legible

La distribución de los elementos cumple con una jerarquía *



- Equilibrada
- Adecuada
- Puede mejorar

¿Qué elemento hace más memorable las piezas? *

- Color
- Forma
- Fotografía

El uso de la línea rodeando las formas geométricas le parece *



- Informal
- Dinámica
- Tendencia
- Estética

Las imágenes dentro de las piezas le parecen *

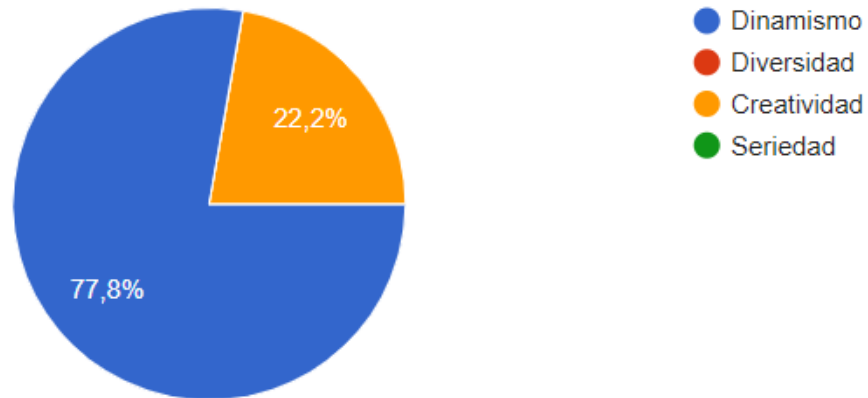
- Necesarias
- Innecesarias
- Podrían reemplazarse por iconos

El material, el color le parece un elemento *

- Relevante
 - Poco relevante
 - Repetitivo y aburrido
-

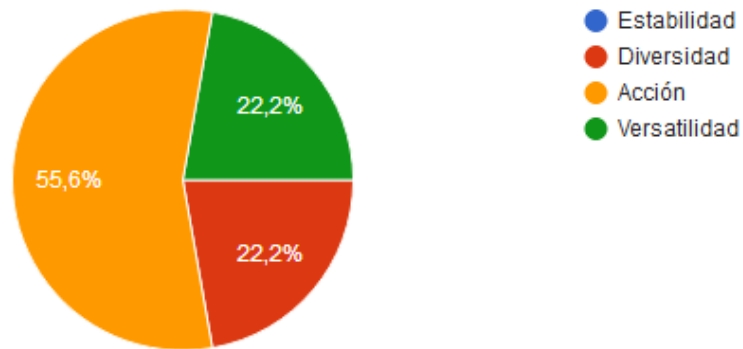
¿que las combinaciones de colores son adecuados para comunicar

estas



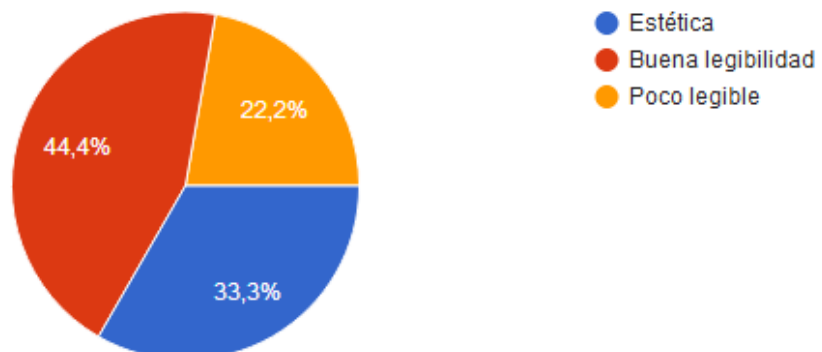
Las figuras o formas que ve le generan sensación de

9 respuestas



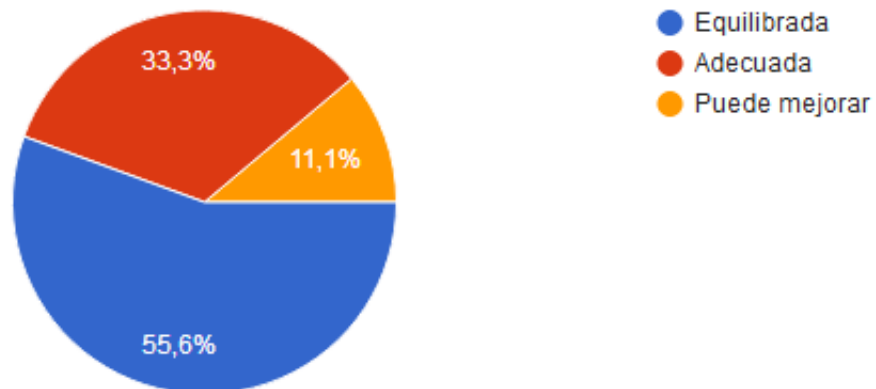
Cree que el tamaño de la tipografía usada es

9 respuestas



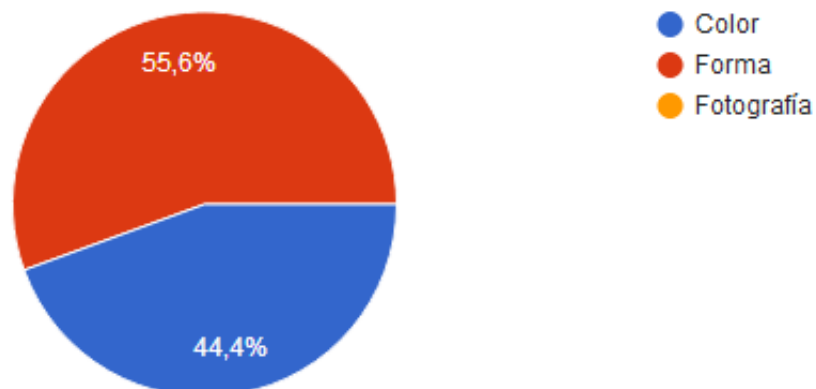
La distribución de los elementos cumple con una jerarquía

9 respuestas



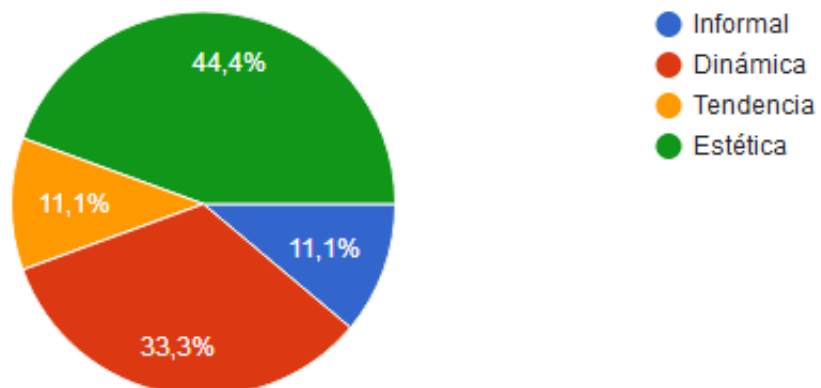
¿Qué elemento hace más memorable las piezas?

9 respuestas



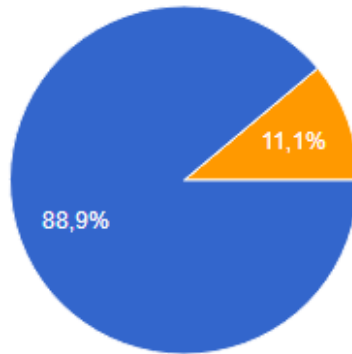
El uso de la línea rodeando las formas geométricas le parece

9 respuestas



Las imágenes dentro de las piezas le parecen

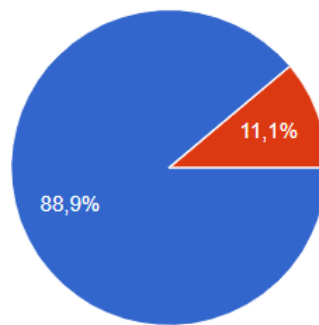
9 respuestas



- Necesarias
- Innecesarias
- Podrían reemplazarse por iconos

En el material, el color le parece un elemento

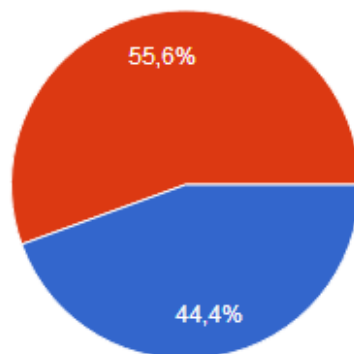
9 respuestas



- Relevante
- Poco relevante
- Repetitivo y aburrido

Cree que estos materiales

9 respuestas

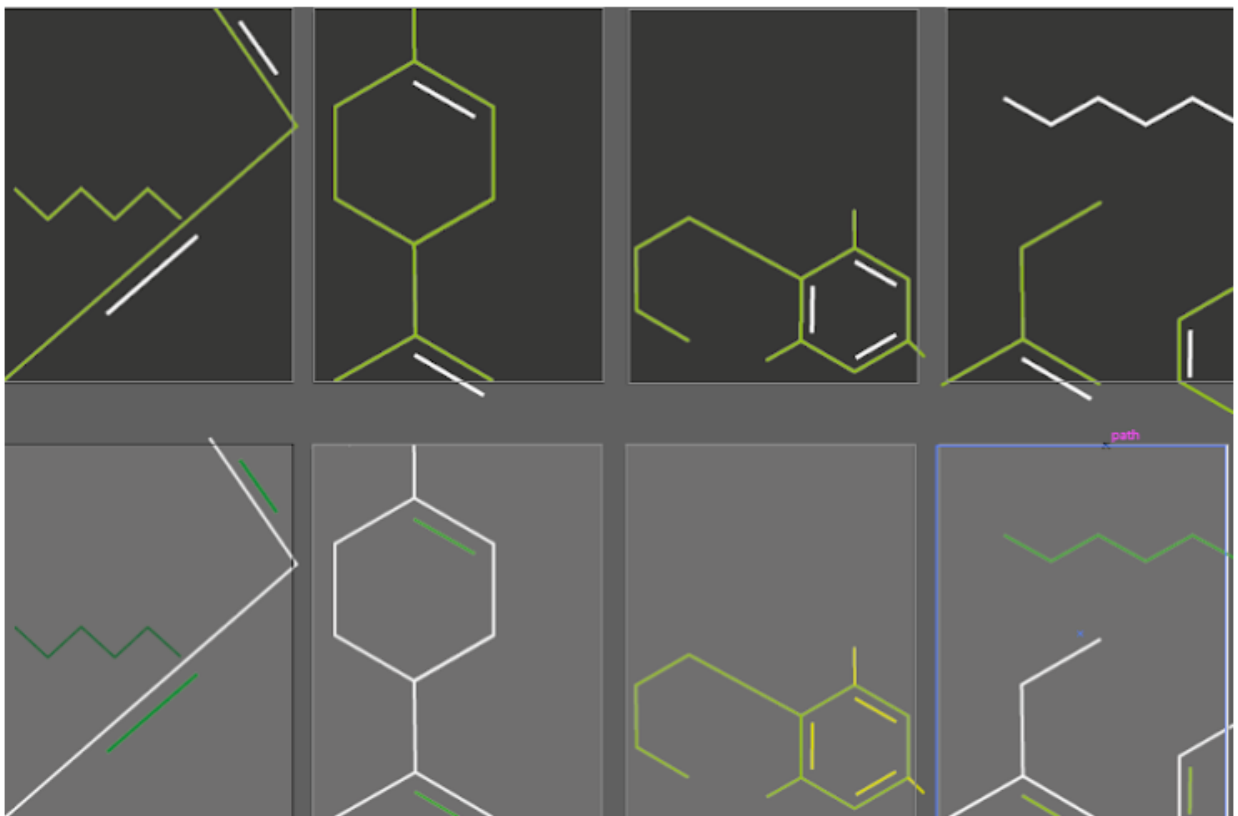


- Invitan a la acción
- Atraen la atención
- Posiblemente indiferente

ANEXO III

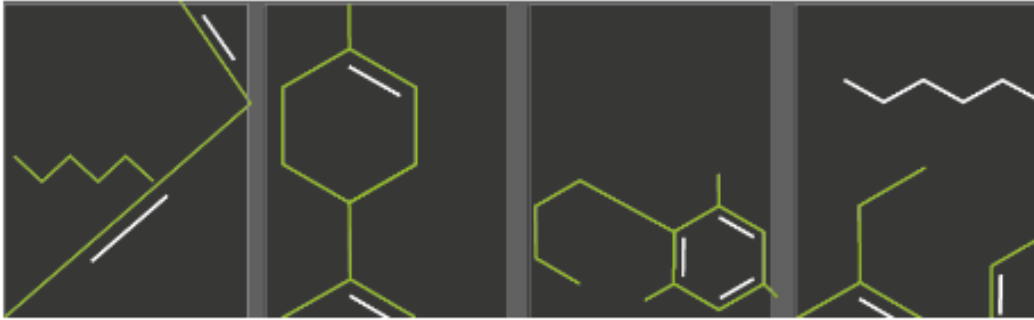
Herramienta para buscar cuáles son las preferencias y cómo visualizan el GO la imagen del Foro

Cree que las combinaciones de colores son adecuadas para comunicar la seriedad e imagen científica *



- Dinamismo
- Diversidad
- Creatividad
- Seriedad

Las figuras o formas que ve le generan sensación de *



- Estabilidad
- Diversidad
- Acción
- Versatilidad

Cree que el tamaño de la letra usada es *



- Estético
- Buena legibilidad
- Poco legible

La composición del diseño le parece *



- Equilibrada
- Adecuada
- Puede mejorar

Dentro de cada pieza cuál es el elemento que más recuerda *

- Color
- Forma
- Fotografía

El uso de las fotografías en las piezas las considera *

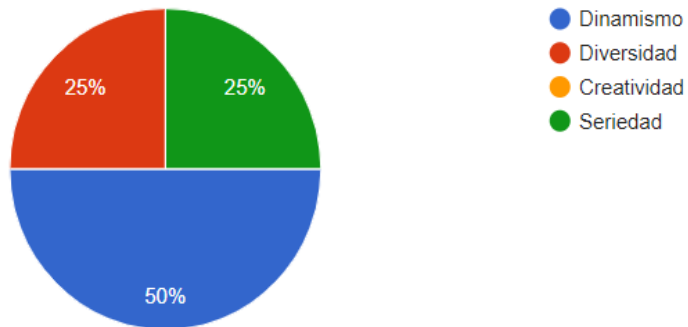
- Atractivas
- Con propósito
- Con identidad

Las piezas le invitan a *

- Conocer más del evento
- Asistir al mismo
- Ninguna reacción

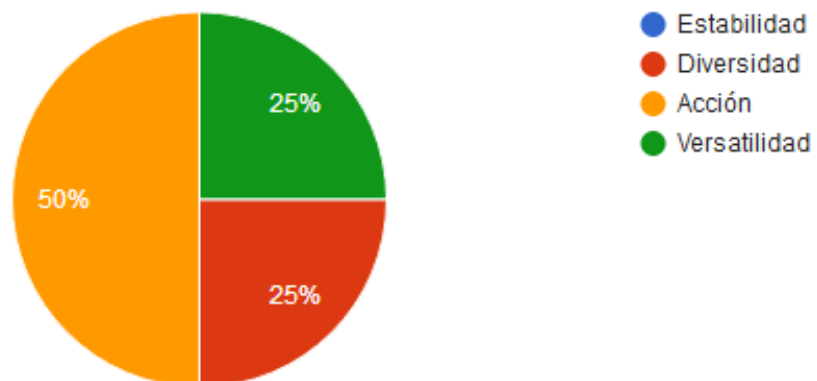
Cree que las combinaciones de colores son adecuadas para comunicar la seriedad e imagen científica

4 respuestas



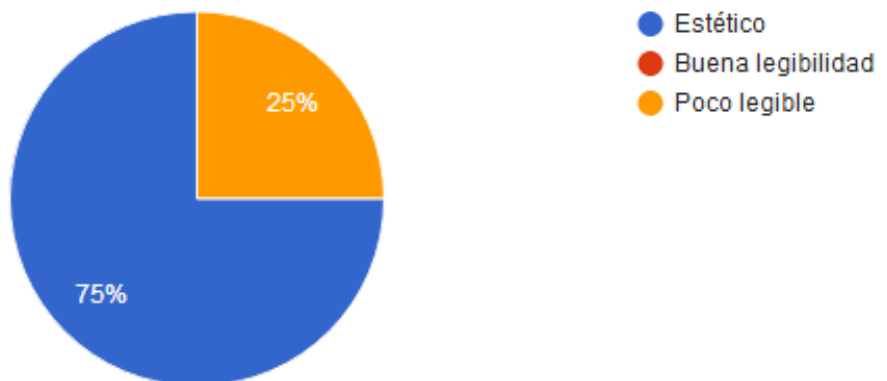
Las figuras o formas que ve le generan sensación de

4 respuestas



Cree que el tamaño de la letra usada es

4 respuestas



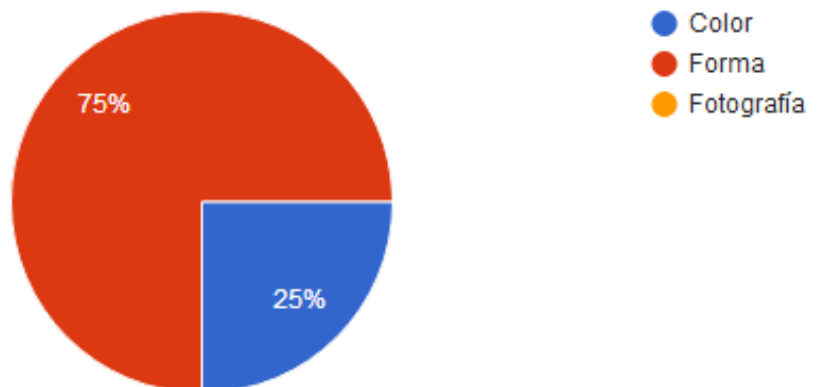
La composición del diseño le parece

4 respuestas



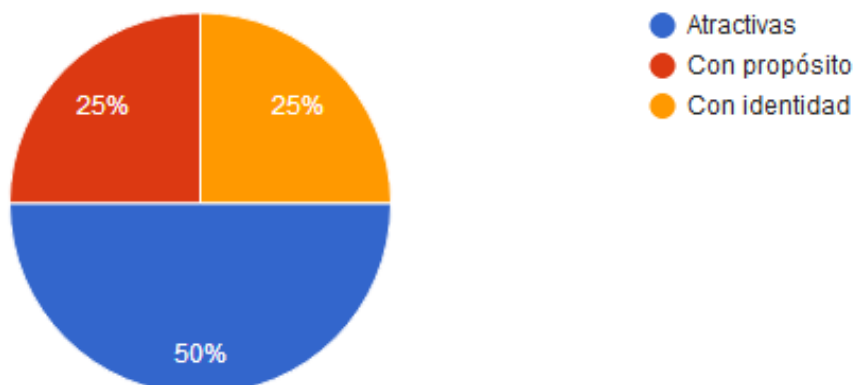
Dentro de cada pieza cuál es el elemento que más recuerda

4 respuestas



El uso de las fotografías en las piezas las considera

4 respuestas



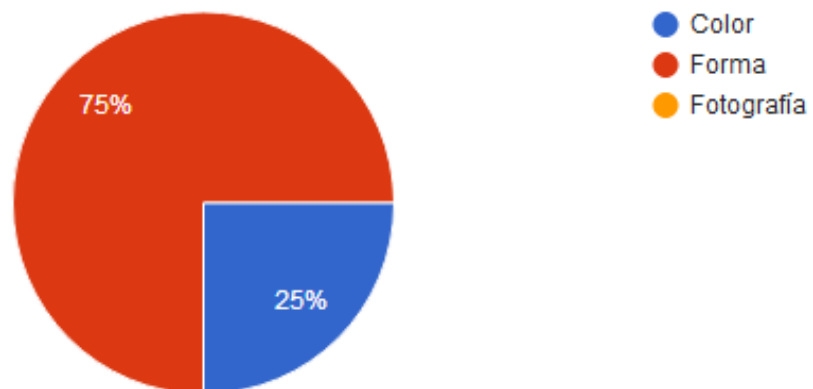
La composición del diseño le parece

4 respuestas



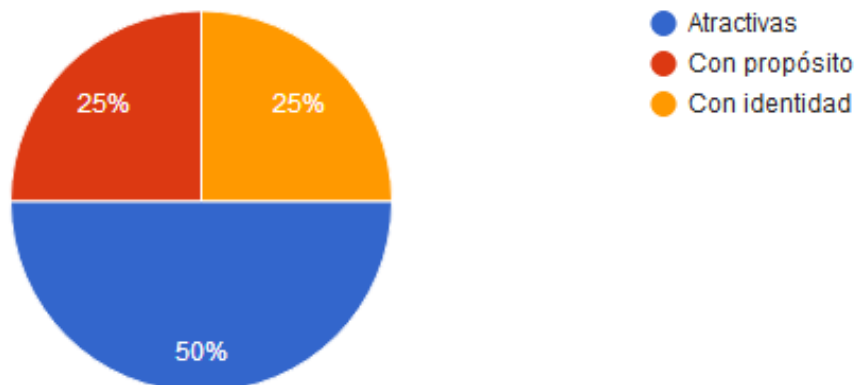
Dentro de cada pieza cuál es el elemento que más recuerda

4 respuestas



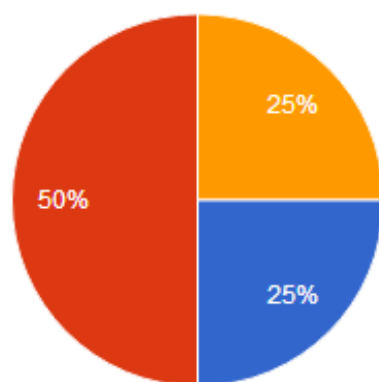
El uso de las fotografías en las piezas las considera

4 respuestas



Las piezas le invitan a

4 respuestas



- Conocer más del evento
- Asistir al mismo
- Ninguna reacción

ANEXO IV

Logo del evento foro Discusión de los aspectos técnicos para considerar el uso medicinal de *Cannabis* en Guatemala



ANEXO V

Logo en versión tipográfico de la Asociación de Fitoterapia y Productos Naturales de Guatemala

AFITOGUA

ANEXO VI

Iniciativa de ley 5224 presentada al congreso en el año 2016 como uno de los inicios en pro de la legalización de la *Cannabis*

CONGRESO DE LA REPUBLICA
GUATEMALA, C. A.

DIRECCIÓN LEGISLATIVA - CONTROL DE INICIATIVAS -

NUMERO DE REGISTRO

5224

FECHA QUE CONOCIO EL PLENO: 17 DE ENERO DE 2017.

INICIATIVA DE LEY PRESENTADA POR LOS REPRESENTANTES ÁLVARO ADOLFO VELÁSQUEZ Y SANDRA NINETH MORÁN REYES.

INICIATIVA QUE DISPONE APROBAR LEY QUE REGULAR LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DEL CANNABIS PARA FINES MEDICINALES, TERAPÉUTICOS Y CIENTÍFICOS.

TRÁMITE: PASE A LA COMISIÓN DE SALUD Y ASISTENCIA SOCIAL PARA SU ESTUDIO Y DICTAMEN CORRESPONDIENTE.

PARA USO EXCLUSIVO DEL CONGRESO DE LA REPUBLICA



Congreso de la República
Guatemala, C.A.

00000002

DIRECCION LEGISLATIVA
CONGRESO DE LA REPUBLICA
RECIBIDO
16 DIC 2016
HORA: 11:08 FIRMA:

Guatemala, 15 de diciembre de 2,016
Of-347-2016-CPVP-AAV/jacp

Licenciado
Luis Eduardo López Ramos
Encargado de despacho de Dirección legislativa
Congreso de la República
Su Despacho

Respetable Licenciado:

De manera atenta me dirijo a usted, deseándole éxitos en sus laborales cotidianas; el motivo de la presente es para hacerle entrega de la **INICIATIVA DE LEY QUE REGULA LA PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y CONSUMO DEL CANNABIS PARA FINES MEDICINALES, TERAPEUTICOS Y CIENTIFICOS.**

Sin otro particular, me suscribo atentamente,


Diputado Álvaro Velásquez
Presidente de la Comisión plan Visión de País

c.c. Archivo


JOSE GARCIA


Sandra María
Comunicación

**INICIATIVA DE LEY QUE REGULA LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DEL CANNABIS
PARA FINES MEDICINALES, TERAPÉUTICOS Y CIENTÍFICOS.**

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

HONORABLES DIPUTADOS:

Sectores conservadores, religiosos y legalistas, que no se han actualizado sobre las tendencias mundiales en materia del cambio de paradigma en el combate de las drogas, se han opuesto a la legalización del cannabis como una de las medidas más acertadas de política pública que está en consonancia entre la solidaridad que debe prevalecer entre el Estado y la ciudadanía y con los consumidores. Una solidaridad basada en la salud pública y los derechos humanos.

Además de lo anterior que ya es de suyo natural para el concepto mismo de comunidad política y social, hay en el aspecto específico de legalización del cannabis unas potencialidades enormes en lo económico y otras varias dimensiones. Sin embargo, es en su dimensión medicinal y científica donde esta sustancia natural y estupefaciente « soft », ha encontrado más eco en los parlamentos de no pocos países y Estados de los Estados Unidos, así como en la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Esta iniciativa de ley pretende ser más acotada la Iniciativa 5053 que el mismo ponente presenta esta vez. La idea es que los temores de ciertos sectores que la « legalización limitada » del cannabis incite a las adicciones y promueva delitos, se reduzcan. Por lo demás se respeta el derecho y la libertad de consumidores con enfermedades a recibir tratamientos terapéuticos directos y psicológicos mediante la administración recetada de este producto como el cannabis y su ingrediente activo el THC.

Sin embargo, el Cannabis se ha estado incluida en la clasificación de sustancia particularmente peligrosa, lo cual genera un estigma en el consumidor. Al contrario, existen muchos estudios científicos y médicos que fundamentan los beneficios terapéuticos y recreativos del consumo del Cannabis; en contraposición a sustancias legales como el alcohol y el tabaco.

El consumo del Cannabis no provoca dependencia, en contraposición con otras drogas legales y socialmente aceptadas. “La humanidad viene usando la marihuana desde hace 6000 años, para relajar tensiones y por sus virtudes medicinales. No se conoce ningún caso en la historia médica de muerte atribuida al cannabis, mientras que sólo en nuestro país mueren cada año unas 50.000 personas debido al tabaco y 30.000 personas debido al alcohol; drogas legales ambas.”¹

Como consecuencia, “a partir de la segunda mitad del siglo XX, emerge un marco más estricto, enfocado en la oferta, más que en la demanda, y en el castigo, más que en la salud.”² A partir de esto, las disposiciones de prohibición empezaron a extenderse indiscriminadamente a otras drogas,

¹ Cebrián, Jordi. **Legalización del cannabis: Manual de debate.**

<http://humaredas.blogspot.com/2006/06/legalizacion-del-cannabis-manual-de.html>

² Giacomello, Corina. **Evolución e impacto del marco internacional de fiscalización de drogas. Una lectura desde el caso de Guatemala.** Revista Análisis de la Realidad Nacional. Guatemala: IPNUSAC, 2013.

como la marihuana, heroína y cocaína; sin hacer una diferenciación objetiva y científica entre drogas blandas y duras.

En 1971, el entonces Presidente de los Estados Unidos de América, Richard Nixon, inicia la denominada “guerra contra las drogas”, política que subsistió en la actualidad. Esta política se ha enfocado principalmente en los países productores, como América del Sur y Central, y no consumidores, en el combate del crimen organizado transnacional. Además reforzó la necesidad que la posesión, cultivo y consumo personal de Cannabis fueran tipificados como delitos graves, sin enfocarse en la rehabilitación del consumidor.

Como consecuencia, esa política represiva y prohibicionista ha generado más problemas que los que pretendía combatir. Por ejemplo, estigmatiza, en todos los ámbitos de la vida privada, y criminaliza al consumidor de Cannabis.

Según el Reporte Mundial de Drogas³ publicado en 2008 por la Oficina de Naciones Unidas contra las Drogas y el Delito, las principales consecuencias imprevisibles son: a) un mercado negro violento; b) los recursos podrían utilizarse como enfoque sanitario, porque al final de cuentas es un problema de salud pública; y, c) la utilización de la justicia penal en contra de usuarios de drogas, que generalmente son marginados, disminuyendo el acceso a tratamiento de rehabilitación.

Por lo tanto, los efectos del sistema de control y prohibición han producido hacinamiento en los centros de privación de libertad, congestión en el sistema de justicia, desviación de recursos públicos, corrupción y estigmas sociales.

Los primeros dos aspectos mencionados se comprueban con las estadísticas proporcionadas por la Unidad de Acceso a la Información Pública del Ministerio Público, en la cual se puede observar el alto índice de procesos penales relacionados con el delito de posesión para el consumo, específicamente del Cannabis o Marihuana.

Desde el año 2003 hasta febrero de 2016 han sido capturadas 2410 personas por el delito de posesión para el consumo. Es decir, que el Ministerio Público, en conjunto con la Policía Nacional Civil, ha enfocado sus recursos y funciones en combatir y criminalizar al consumidor de Cannabis.

³ UNODC. **World Drug Report 2008**. Disponible en:
http://www.unodc.org/documents/wdr/WDR_2008/WDR_2008_eng_web.pdf (4 de abril de 2016)

Lo cual, incrementa los índices de sobrepoblación en los centros de privación de libertad, esto porque de conformidad con la Ley contra la Narcoactividad, Decreto Número 48-92 del Congreso de la República, no puede otorgarse ninguna medida sustitutiva en los delitos contemplados en la misma.



REPORTE ESTADISTICO POR CASOS EN PROCESO, POR EL DELITO DE POSESION PARA EL CONSUMO ESPECIFICAMENTE SOBRE LA DROGA DENOMINADA MARIHUANA, EN EL PERIODO COMPENDIDO DEL 01/01/2000 AL 29/02/2016

Delito	Año Caso	Total
POSESION PARA EL CONSUMO	2003	1
	2004	1
	2006	3
	2007	2
	2008	1
	2009	3
	2010	13
	2011	125
	2012	504
	2013	637
	2014	542
	2015	515
	2016	63
Total		2,410

Los registros estadísticos del Ministerio Público, indican que desde el 2010 a febrero de 2016 se han emitido 227 sentencias por los órganos jurisdiccionales, de las cuales únicamente 15 personas han sido absueltas y 212 han sido declaradas culpables del delito de posesión para el consumo, específicamente por la sustancia Cannabis.



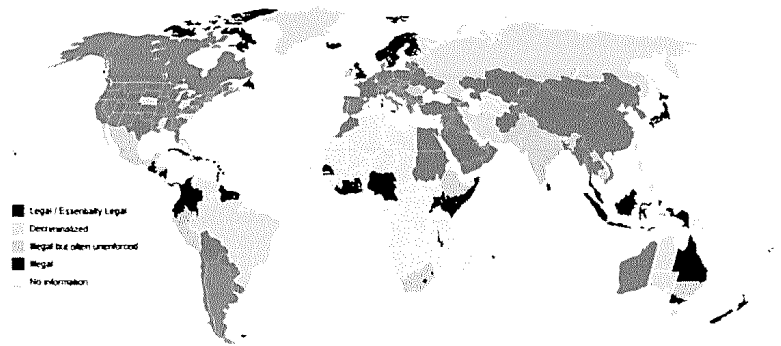
**REPORTE ESTADISTICO DE SENTENCIAS CONDENATORIAS Y ABSOLUTORIAS, POR EL DELITO DE POSEICION
PARA EL CONSUMO ESPECIFICAMENTE SOBRE LA DROGA DENOMINADA MARIHUANA EN EL PERIODO
COMPRENDIDO DEL 01/01/2000 AL 29/02/2016**

Delito Sentencia	Proceso	Año Sentencia	Cantidad	
SENTENCIAS POSEICION PARA EL CONSUMO	ABSUELTO	2012	1	
		2013	10	
		2014	3	
		2015	1	
		2010	1	
	CONDENADO	2011	7	
		2012	29	
		2013	63	
		2014	44	
		2015	57	
		2016	11	
		Total	ABSUELTO	15
			CONDENADO	212
		Total General		227

Con base en lo anterior, el sistema de justicia penal guatemalteco continua con la cadena de criminalización del consumidor de Cannabis, sin permitir su rehabilitación y posterior inserción en la sociedad. Además, el índice de sentencias condenatorias en esta materia es muy elevado en proporción al daño social, en contraposición con personas que cometen actos de corrupción.

Diferentes Estados alrededor del mundo han notado las incongruencias y problemas que ha generado el control y prohibición del Cannabis alrededor del mundo, como consecuencia en el último decenio, se ha adoptado una postura a favor de la despenalización y consecuente legalización de la sustancia cannabácea. Además, el factor que la lucha contra las drogas ha sido ineficaz es muy importante para abrir el debate en torno a la despenalización y legalización del Cannabis.

Entre los países y regiones que han adoptado alguna de estas posturas se encuentran Uruguay, los estados de Colorado, Distrito de Columbia y California de los Estados Unidos de América, Jamaica, Holanda, entre otros. Las regulaciones en torno al Cannabis en estos lugares han traído consecuencias positivas, como la reducción del índice de delincuencia relacionada con esta sustancia, los índices de consumidores no han aumentado, los estándares de calidad pueden ser controlados al igual que cualquier otra sustancia legal, la recaudación tributaria en esta materia, entre otros beneficios.



Legislación sobre el uso clínico del cannabis a nivel mundial.⁴ Autor: [Trinitresque](#). Esta gráfica esta bajo una Licencia de Creative Commons, Atribución-Compartir Igual 3.0.

*Azul = legal/esencialmente legal.

*Azul claro = despenalizada.

*Rosa = ilegal, pero a menudo no aplicado.

*Rojo = ilegal.

*Gris = sin información.

En consecuencia, la presente iniciativa que pretende aprobar la Ley para Regular el Cultivo, Producción, Distribución, Comercialización y Consumo Medicinal y Recreativo del Cannabis y sus Derivados, en el marco de las tendencias internacionales de despenalización y legalización de la Marihuana, pretende implementar un marco jurídico que por un lado regule lo relativo al cultivo, producción, distribución, comercialización y consumo, medicinal y recreativo, de la planta Cannabis, en todas sus especies y derivados.

Es importante destacar que la presente iniciativa de ley se enfoca en la adopción y ejecución de políticas públicas integrales que permitan, entre otras cosas, la educación sobre las consecuencias, positivas y negativas, del consumo de Cannabis; el acceso a programas gratuitos de rehabilitación integral para el consumidor crónico. Así mismo, se plantea la garantía de no discriminación ni estigmatización, en ninguna esfera de la vida, a las personas que consuman Cannabis, en cualquiera de sus especies, y derivados.

⁴ https://es.wikipedia.org/wiki/Legalidad_del_cannabis

Además, reglamentar los mecanismos y procedimientos de autorización correspondiente por parte del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, a través del un Instituto de Control sanitario para el efecto. La tendencia mundial es hacia la despenalización. De ahí está.

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

DECRETO NUMERO _____

El Congreso de la República de Guatemala,

CONSIDERANDO

Que los artículos 4 y 5 de la Constitución Política de la República de Guatemala regulan el derecho a la libertad, que debe comprenderse como la facultad que poseen los ciudadanos de decidir la manera en la que realizan su vida. Que el derecho a la salud es un derecho fundamental reconocido por tratados internacionales ratificados por Guatemala, el cual, en relación con el derecho a la libertad, implica que las personas tienen la libre determinación de decidir qué tratamientos terapéuticos y medicinales pueden utilizar para rehabilitar su salud, tal como prescribe la misma Constitución Política desde su artículo 94 en adelante.

CONSIDERADO

Que es de interés público las acciones tendientes a proteger, promover y mejorar la salud pública de la población mediante una política orientada a minimizar los riesgos y a reducir los daños del uso de cannabis, que promueva la debida información, educación y prevención, sobre las consecuencias y efectos perjudiciales vinculados a dicho consumo así como el tratamiento, rehabilitación y reinserción social de los usuarios problemáticos de drogas.

CONSIDERANDO

Que la tendencia mundial es a reconocer las propiedades medicinales del cannabis y sus derivados, lo cual hace falta potenciar con más investigación científica, que entre lo más general se indica que la idea de que el cannabis es una droga destructiva ha dominado la opinión pública por años. La opinión generalizada en el campo de la medicina ha girado dramáticamente en los últimos dos décadas en la medida que pruebas clínicas han ido desmitificando el uso del cannabis. En Estados Unidos, la mayoría de estados más conservadores ha aprobado leyes que permiten a los pacientes de epilepsia usar cepas de cannabis altas en CBD⁵. Estos Estados se han unidos a otros 23 dentro de Estados

⁵El cannabidiol (CBD) es un cannabinoide que se encuentra en el cannabis, siendo el principal componente de la planta, representando hasta un 40% de sus extractos. Comparado al tetrahidrocannabinol (THC), el cannabidiol no es psicoactivo y se considera que tiene un alcance más amplio para aplicaciones médicas que el THC, incluyendo epilepsia, y encefalopatías epilépticas como el síndrome de West, esclerosis múltiple, desórdenes de ansiedad, esquizofrenia, y náusea. Provoca un efecto sedativo en la mayoría de los

Unidos que tienen leyes más amplias respecto del uso de cannabis medicinal por lo mismo que ya se indicó. Dentro de los beneficios potenciales del cannabis respaldado por estudios clínicos podemos listar entre otros:

1. Reducir tumores cerebrales cancerígenos y agresivos.⁶
2. Reducir la frecuencia de ataques epilépticos.⁷
3. Reduce la espasticidad de quienes sufren de esclerosis.⁸
4. Combatir la depresión leve.

La Comisión de Salud estima que la actual postura prohibitiva del Estado frente al cannabis limita en gran medida el avance de la ciencia, en cuanto a la búsqueda de mejoras en tratamientos y la calidad de salud de los consumidores así de los pacientes.

casos e inhibe la transmisión de señales nerviosas asociadas al dolor. Se ha visto que CBD reduce el crecimiento de las células de cáncer de mama humano in vitro, y reduce la metástasis.

⁶El glioma de alto grado es uno de los cánceres más agresivos en los seres humanos adultos y las tasas de supervivencia a largo plazo son muy bajas, ya que los tratamientos estándar para el glioma permanecen en gran medida sin éxito. Se ha demostrado que los cannabinoides inhiben específicamente el crecimiento del glioma, así como neutralizan los procesos oncogénicos como la angiogénesis. En un intento de mejorar el resultado del tratamiento, hemos investigado el efecto de Δ^9 -tetrahidrocannabinol (THC) y cannabidiol (CBD) tanto solos como en combinación con radioterapia en varias líneas celulares de glioma (T98G, U87MG y GL261). Los cannabinoides se usaron en dos formas, pura (P) y como una sustancia farmacológica botánica (BDS). Los resultados demostraron una reducción dependiente de la duración y la dosis de la viabilidad celular con cada cannabinoide y sugirieron que el THC-BDS era más eficaz que el THC-P, mientras que el CBD-P era más eficaz que el CBD-BDS. Mediano efecto análisis reveló todas las combinaciones de ser hiperaditivo [T98G 48 horas índice de combinación (CI) en FUS0, 0,77-1,09]. De forma similar, pretratar células con THC-P y CBD-P juntos durante 4 horas antes de la irradiación aumentó su radiosensibilidad cuando se comparó con el pretratamiento con cualquiera de los cannabinoides individualmente. El aumento de la radiosensibilidad se asoció con un aumento en los marcadores de autofagia y apoptosis. Estos resultados in vitro se recapitularon en un modelo murino ortotópico para glioma, que mostró reducciones dramáticas en los volúmenes tumorales cuando ambos cannabinoides se usaron con irradiación (día 21: $5,5 \pm 2,2$ mm³ frente a $48,7 \pm 24,9$ mm³ en el grupo de control, $P < 0,01$). En conjunto, nuestros datos ponen de relieve la posibilidad de que estos cannabinoides pueden primar a las células de glioma para responder mejor a la radiación ionizante, y sugieren un potencial beneficio clínico para los pacientes de glioma mediante el uso de estas dos modalidades de tratamiento. Mol Cancer Ther; 1-13.

⁷<https://pdfs.semanticscholar.org/bcfb/4ac8b68b028b7b07a1e11f4252b58afca4a7.pdf>

⁸Cincuenta y tres personas del Reino Unido y 59 de Estados Unidos con esclerosis múltiple (EM) respondieron anónimamente al primer cuestionario sobre el consumo de cannabis y la EM. Entre el 97 y el 30% de los sujetos informaron que el cannabis mejoró (en orden descendente): espasticidad, dolor crónico de las extremidades, fenómeno paroxístico agudo, temblor, disfunción emocional, anorexia / pérdida de peso, estados de fatiga, visión doble, disfunción sexual, intestino y Disfunciones de la vejiga, oscuridad de la visión, disfunciones de caminar y el equilibrio, y la pérdida de memoria. Los sujetos encuestados tienen razones terapéuticas específicas para fumar cannabis. Los hallazgos de la encuesta ayudarán en el diseño de un ensayo clínico de cannabis o administración de cannabinoides a pacientes con EM o a otros pacientes con signos o síntomas similares.

<http://www.karger.com/Article/Abstract/112901>

7

00000010

POR TANTO

En el ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171, inciso a) de la Constitución de la República de Guatemala

DECRETA

INICIATIVA DE LEY QUE REGULA LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DEL CANNABIS PARA FINES MEDICINALES, TERAPÉUTICOS Y CIENTÍFICOS.

TÍTULO I

DE LOS FINES DE LA PRESENTE LEY

ARTÍCULO 1.- La presente ley tiene por objeto autorizar una producción, comercialización en farmacias y administración limitada, para fines medicinales del cannabis y sus derivados, para pacientes que así lo requieran por parte de profesionales colegiados de la medicina o la psiquiatría y que sepan es para fines medicinales y terapéuticos. También autoriza su investigación para fines científicos a Universidades o entidades sociales que así lo puedan demostrar al Instituto regulador que se crea para el efecto.

Esta autorización limitada es con fines de salud pública y de alcance en todo el territorio nacional.

ARTÍCULO 2.- El Estado asumirá el control y la regulación de las actividades de importación, exportación, plantación, cultivo, cosecha, producción, adquisición a cualquier título, almacenamiento, comercialización y distribución del cannabis y sus derivados cuando correspondiere, a través de las instituciones de salud, a la cuales otorgue mandato legal, conforme con lo dispuesto en la presente ley y en los términos y condiciones que al respecto fije la reglamentación

TÍTULO II

DEL CANNABIS

CAPÍTULO I

DE LAS MODIFICACIONES A LA NORMATIVA DE DROGAS

Artículo 3. Se agrega un último párrafo al artículo 35 del Decreto Número 48-92 del Congreso de la República, Ley contra la Narcoactividad, el cual queda así:

“Se exceptúa en el caso de la persona individual o jurídica que está habiendo demostrado mediante receta médica de profesional colegiado de la medicina o la psiquiatría, que necesita el cannabis y sus derivados para sus dolencias de diverso tipo, y las entidades debidamente autorizadas por el ente regulador del Ministerio de Salud”.

Artículo 4. Se agrega un último párrafo al artículo 36 del Decreto Número 48-92 del Congreso de la República, Ley contra la Narcoactividad, el cual queda así:

“Se exceptúa en el caso de la persona individual o jurídica que siembre, cultive y coseche Cannabis, en sus especies Sativa, Indica, que demuestra que es para venta medicinal o investigación científica de las potencialidades productivas del producto”

Artículo 5. Se agrega un último párrafo al artículo 38 del Decreto Número 48-92 del Congreso de la República, Ley contra la Narcoactividad, el cual queda así:

“Se exceptúa en el caso de la persona individual o jurídica que está autorizado para la distribución y comercialización de Cannabis, en sus especies Sativa, Indica, y sus derivados, siempre que sea certificado su uso medicinal o científico.”

Artículo 6. Se agrega un último párrafo al artículo 39 del Decreto Número 48-92 del Congreso de la República, Ley contra la Narcoactividad, el cual queda así:

“Se exceptúa en el caso del ciudadano mayor de 18 años que para su consumo adquiera o posea Cannabis, en sus especies Sativa o Indica o Híbrida, que bajo receta de médico colegiado consuma cannabis y sus derivados »

ARTÍCULO 7- Sustitúyese el artículo 36º del Decreto Nº 48-92 de la Ley Contra la Narcoactividad por el siguiente :

“ARTÍCULO 36º.- El que siembre, cultive o coseche semilla, florescencias, plantas o parte de las mismas, de las cuales naturalmente o por cualquier medio, se pueda obtener drogas que produzcan dependencia física o psíquica, serán sancionados con prisión de uno a veinte años y multa de Q10,000.00 a Q 100,000.00 con las siguientes excepciones :

- A) El Cannabis, cuando se realicen con exclusivos fines de investigación científica o para la elaboración de productos terapéuticos de utilización médica, psicológica, psiquiátrica o de investigación científica será completamente legal su producción, comercio y consumo.
- B) Las plantaciones o cultivos, en tal caso, deberán ser autorizados previamente por el Ministerio de Salud Pública y quedarán bajo su control directo. Tratándose específicamente de cannabis, las plantaciones o cultivos deberán ser autorizados previamente por el Instituto de Regulación y Control de Cannabis (IRCCA), y quedarán bajo su control directo, sin perjuicio de los controladores que la legislación vigente otorga a los organismos correspondientes en el ámbito de sus respectivas competencias.
- C) La plantación, el cultivo y la cosecha así como la industrialización y expendio de cannabis psicoactivo, siempre que se realice en el marco de la legislación vigente y con autorización previa del IRCCA, quedando bajo su control directo. Se entiende por cannabis psicoactivo a la unidades floridas con o sin fruto de la planta hembra del cannabis, exceptuando las semillas y las hojas separadas del tallo, incluidos sus aceites, extractos, preparaciones de potencial

uso farmacéutico, jarabes y similares, cuyo contenido de tetrahidrocannabinol (THC) natural, sea igual o superior al 1% (uno por ciento) de su volumen.

- D) La plantación, el cultivo y la cosecha así como la industrialización y comercialización de cannabis de uso no psicoactivo (cáñamo). Las plantaciones o cultivos, en tal caso, deberán ser autorizados previamente por el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca y quedarán bajo su control directo. Se entiende por cannabis de uso no psicoactivo (cáñamo) a las plantas o piezas de la planta de los géneros cannabis, las hojas y las puntas floridas, que no contengan más de 1% (uno por ciento) de THC, incluyendo los derivados de tales plantas y piezas de las plantas. Las semillas de variedades de cáñamo no psicoactivo a utilizar no podrán superar el 0,5% (cero con cinco por ciento) de THC.
- E) La plantación, el cultivo, la cosecha, el acopio para fines de investigación así como la industrialización para uso farmacéutico, siempre que se realice en el marco de la legislación vigente y acorde a lo que establezca la reglamentación, debiendo contar con autorización previa del IRCCA quedando bajo su control directo.
- F) Se autoriza clubes cannábicos, para el cultivo y cosecha de plantas de cannabis de efecto psicoactivo, realizados por clubes de membresía para propósitos recreativos, los que serán controlados por el IRCCA. Podrán operar en todo el territorio nacional con autorización notarial o simple de los Ministerios de Salud, Gobernación y Municipalidades.
- G) Dichos clubes funcionarán de acuerdo a la legislación vigente, y en la forma y condiciones que establecerá la reglamentación que se dicte al respecto. Los clubes de membresía deberán tener un mínimo de quince y un máximo de cuarenta y cinco socios. De entrada libre o por precio. Podrán plantar hasta noventa y nueve plantas de cannabis de uso psicoactivo y obtener como producto de la recolección de la plantación un máximo de acopio anual proporcional al número de socios y conforme a la cantidad que se estableciere para el uso no medicinal de cannabis psicoactivo.
- H) El IRCCA otorgará licencias de expendio de cannabis psicoactivo a las farmacias conforme las condiciones establecidas en la legislación vigente y el procedimiento y requisitos que estableciere la reglamentación. Así como llevará el registro y control de la membresía de los clubes cannábicos de consumidores.

El expendio de cannabis para fines medicinales requerirá que se acredite en el registro correspondiente según lo establecido en el artículo 8 de la presente ley, conforme a las estipulaciones legales, en tanto el expendio para uso medicinal requerirá receta médica de profesional colegiado activo, en las ramas de medicina, psicología o psiquiatría.

El expendio de cannabis para uso no medicinal no podrá superar los 40 gramos mensuales por usuario de los clubes cannábicos.

El Ministerio de Salud y de Gobernación coordinarán para que las actividades ilícitas sean debidamente controladas y sancionadas. Dicha reglamentación sin perjuicio de los contralores que la legislación vigente establece para toda plantación o cultivo que se realice en territorio nacional, en lo que resultare aplicable. Asimismo, la reglamentación establecerá los estándares de seguridad y calidad, además de las condiciones de uso de las licencias de cultivos para los fines previstos en los literales precedentes.

ARTÍCULO 8.- Sustitúyese el artículo 37º del Decreto Nº 48-92 de la Ley Contra la Narcoactividad por el siguiente:

“ARTÍCULO 37.- El que, sin autorización legal, elaborare, fabricare, transformare, extrajere o obtuviere drógas, será sancionado con prision de veinte meses a diez años, y multa de Q. 50,000.00 a Q.1,000,000.00.. *Queda exento de responsabilidad el que produjere marihuana mediante la plantación, el cultivo y la cosecha de plantas de cannabis en los términos de lo dispuesto en el artículo 3º de la presente ley. El destino a que refiere literal E) del artículo 3º será valorado, en su caso, por el Juez competente y con arreglo a las reglas de la sana crítica, en caso que se superaren las cantidades allí referidas”.*

ARTÍCULO 9.- Tratándose de los clubes de cannabis, el Instituto de Regulación y Control del Cannabis llevará sendos registros para las excepciones previstas en los literales A), B), C), D), E), F) y G) del artículo 3º de la presente ley.

Las características de dichos registros serán objeto de reglamentación por parte del Poder Ejecutivo. Y podrán operar en todo el territorio nacional con autorización de los Ministerios de Salud, Gobernación y Municipalidades.

La información relativa a la identidad de los titulares de los actos de registro tendrá carácter de dato sensible para lo establecido en los literales E) y F) del artículo 3º de la presente ley.

El registro del cultivo, según la legislación vigente, será requisito indispensable para poder ampararse en las disposiciones de la presente ley. Cumplidos ciento ochenta días desde la puesta en funcionamiento del referido registro, el que no tendrá costo para los usuarios y se hará para asegurar la trazabilidad y control de los cultivos, solo se admitirán registros de plantíos a efectuarse

CAPÍTULO II

DE LA SALUD Y LA EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN Y LOS USUARIOS

ARTÍCULO 10.- Prohíbese toda forma de publicidad directa, promoción, auspicio o patrocinio de los productos de cannabis psicoactivo y por cualesquiera de los diversos medios de comunicación : prensa escrita, radio, televisión, cine, revistas, carteles, vallas en vía pública, folletos, estandartes, cerca de centros escolares o públicos. Este artículo debe ser siempre interpretado sin perjuicio de la libertad de expresión y de asamblea.

ARTÍCULO 11.- Serán de aplicación al consumo de cannabis psicoactivo las medidas de protección de espacios establecidas por el Decreto 74-2008 (Ley Antitabaco) del Congreso de la República

ARTÍCULO 12.- Los menores de 18 años de edad no podrán acceder al cannabis psicoactivo para uso recreativo. Excepto si siendo menor de edad, demostración médica o sicológica lo haga recomendable.

ARTÍCULO 13.- Todo conductor estará inhabilitado para conducir vehículos u operar maquinaria en zonas urbanas, suburbanas o rurales del territorio nacional, cuando la concentración de tetrahidrocannabinol (THC) en el organismo sea superior a la permitida conforme con la reglamentación que se dictará al respecto. El conductor a quien se le compruebe que conducía vehículos contraviniendo los límites de THC a que refiere el inciso primero del presente artículo, será pasible de las sanciones previstas en PROHIBICION DE MANEJAR BAJO LA INFLUENCIA DEL ALCOHOL

TÍTULO III

DEL INSTITUTO DE REGULACIÓN Y

CONTROL DEL CANNABIS

CAPÍTULO I

CREACIÓN DEL INSITUTO DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL CANNABIS

ARTÍCULO 10.- Créase el Instituto de Regulación y Control del Cannabis (IRCCA), como persona jurídica de derecho público.

ARTÍCULO 11.- El Instituto de Regulación y Control del Cannabis tendrá como finalidades:

- A) Regular las actividades de plantación, cultivo, cosecha, producción, elaboración, acopio, distribución y expendio de cannabis, en el marco de las disposiciones de la presente ley y la legislación vigente.
- B) Promover y proponer acciones tendientes a reducir los riesgos y los daños asociados al uso problemático de cannabis, de acuerdo a las políticas definidas por el reglamento y el Ministerio de Salud y y otras las autoridades nacionales y departamentales.
- C) Fiscalizar el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley a su cargo.

DE LA ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO 12.- Los órganos del Instituto de Regulación y Control del Cannabis (IRCCA) serán:

- A) Junta Directiva.
- B) Dirección Ejecutiva.

ARTÍCULO 13.- La Junta Directiva será la autoridad máxima del Instituto de Regulación y Control del Cannabis y sus miembros serán personas de reconocida solvencia moral y técnica. Estará integrada por:

- Un representante del Programa de Accesibilidad de Medicamentos del Ministerio de Salud, que la presidirá.
- Un representante del Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación.
- Un representante del Ministerio de Educación.
- Un representante de la Secretaría Ejecutiva de la Comisión Vicepresidencial contra las Adicciones y el Tráfico de Drogas. (SECCATID)
- Un representante del Ministerio de Gobernación.
- Representantes de los clubes cannabigos que así lo requieran

La designación de los miembros de la Junta Directiva incluirá la de dos suplentes para los tres primeros miembros.

ARTÍCULO 14.- La duración del mandato de los miembros de la Junta Directiva será de cuatro años, pudiendo ser reelectos por un solo período consecutivo.

Los miembros salientes permanecerán en sus funciones hasta que asuman los nuevos miembros designados.

ARTÍCULO 15.- La Junta Directiva fijará su régimen de sesiones. Las resoluciones se adoptarán por mayoría.

ARTÍCULO 16.- Habrá un Director Ejecutivo designado por la mayoría de la Junta Directiva. Su retribución será fijada por la Junta Directiva con la conformidad del Poder Ejecutivo y a los recursos del Instituto de Regulación y Control del Cannabis. El Director Ejecutivo asistirá a las sesiones de la Junta Directiva con voz y sin voto.

ARTÍCULO 17.- El Director Ejecutivo será contratado por períodos de tres años renovables. Para su destitución o no renovación del contrato se deberá contar con la mayoría de los votos de la Junta Directiva.

CAPÍTULO IV

DE LOS COMETIDOS Y ATRIBUCIONES

ARTÍCULO 18.- Son atribuciones del Instituto de Regulación y Control del Cannabis :

- A) Otorgar las licencias para producir, elaborar, acopiar, distribuir y expender cannabis para uso medicinal o investigación científica a personas particulares, laboratorios, farmacias o universidades, o incluso médicos o personal de psicología o psiquiatría que lo prescriban para casos leves de depresión. Siempre que esto se demuestre no habrá persecución penal.

- B) Crear un registro de usuarios, protegiendo su identidad, manteniendo el anonimato y privacidad conforme las disposiciones legales vigentes y a la reglamentación respectiva. La información relativa a la identidad de los titulares de los actos de registro tendrá carácter de dato sensible no público, excepto para fines penales o civiles.
- C) Registrar las declaraciones de autocultivo de cannabis psicoactivo, conforme con las disposiciones legales vigentes, la presente ley y la reglamentación respectiva.
- D) Autorizar los clubes de membresía cannábicos conforme con las disposiciones legales vigentes y la reglamentación respectiva.
- E) Dirigirse directamente a los organismos públicos para recabar y recibir la información necesaria para el cumplimiento de los cometidos asignados.
- F) Celebrar convenios con instituciones públicas o privadas efectos del cumplimiento de sus cometidos, en especial con aquellas que ya tienen asignada competencia en la materia.
- G) Fiscalizar el cumplimiento de las disposiciones vigentes a su cargo.
- H) Dictar los actos administrativos necesarios para el cumplimiento de sus cometidos.
- I) Determinar y aplicar las sanciones pertinentes por infracciones a las normas regulatorias establecidas en esta ley y su reglamentación.
- J) Ejecutar las sanciones que imponga, a cuyos efectos los testimonios de sus resoluciones firmes constituirán título ejecutivo. Son resoluciones firmes las consentidas expresa o tácitamente por el sancionado y las que denieguen el recurso de reposición previsto en la presente ley.

ARTÍCULO 19.- La Junta Directiva, en su carácter de órgano máximo de administración del Instituto de Regulación y Control del Cannabis (IRCCA), tendrá las siguientes atribuciones:

- A) Elaborar el Reglamento General del IRCCA y someterlo a la aprobación del Ministerio de Salud Pública.
- B) Aprobar el estatuto de sus empleados y reglas internas de control de calidad, dentro de los seis meses de su instalación. Conforme las leyes laborales vigentes en el país.
- C) Designar, trasladar y destituir al personal.
- D) Fijar el costo de las licencias, al amparo de lo dispuesto en el artículo anterior de la presente ley.
- E) Aprobar su presupuesto y elevarlo al Poder Ejecutivo para su conocimiento, conjuntamente con el plan de actividades.
- F) Aprobar los planes, programas y los proyectos especiales.
- G) Elevar la memoria y el balance anual del IRCCA.
- H) Administrar los recursos y bienes del IRCCA.
- I) Adquirir, gravar y enajenar toda clase de bienes. Cuando se trate de bienes inmuebles deberá resolverse por mayoría especial de por lo menos tres miembros.
- J) Delegar las atribuciones que estime pertinentes mediante resolución fundada y por mayoría de sus miembros.
- K) En general, realizar todos los actos civiles y comerciales, dictar los actos de administración interna y realizar las operaciones materiales inherentes a sus poderes generales de administración, con arreglo a los cometidos y especialización del IRCCA.
- L) Asesorar al Presidente de la República en la implementación de políticas públicas integrales dirigidas a minimizar los riesgos del abuso del cannabis.

- M) Presentar al Ministro de Salud y Asistencia Social el arancel y reglamento de la presente Ley para su aprobación.

ARTÍCULO 20.- El Director Ejecutivo tendrá las siguientes atribuciones:

- A) Cumplir y hacer cumplir las normas vigentes en lamateria de competencia del Instituto de Regulación yControl del Cannabis (IRCCA).
- B) Ejecutar los planes, programas y resoluciones aprobados por la Junta Directiva.
- C) Realizar todas las tareas inherentes a la administración del personal y a la organización interna del IRCCA.
- D) Toda otra que la Junta Directiva le encomiende o delegue.

CAPÍTULO V

DE LOS RECURSOS, LA GESTIÓN Y EL FUNCIONAMIENTO

ARTÍCULO 21.- Constituirán los recursos del Instituto de Regulación y Control del Cannabis (IRCCA):

- A) La recaudación por concepto de licencias y permisos, al amparo de lo dispuesto en la presente ley.
- B) Un aporte anual del Estado del presupuesto público en las partidas a cargo de los programas de prevención y rehabilitación de estupefacientes ; así como de activos extinguidos según los procedimientos del Decreto 55-2010.
- C) El Poder Ejecutivo podrá modificar esta magnitud considerando la evolución de los ingresos del IRCCA.
- D) Fondos de Cooperación internacional
- E) Las herencias, legados y donaciones que acepte el IRCCA.
- F) Los valores o bienes que se le asignen al IRCCA a cualquier título.
- G) El producido de las multas y sanciones que aplique.
- H) Todo otro recurso que perciba por aplicación de la legislación vigente.

El monto proveniente del impuesto al Cannabis no mayor del 10% sobre la venta. Y cuyo destino se prevé para el área de salud e investigación científica del producto. El IRCA copatrocinará la investigación al respecto.

ARTÍCULO 22.- El director y contralor administrativo del Instituto de Regulación y Control del Cannabis será ejercido por el Poder Ejecutivo por intermedio del Ministerio de Salud Pública.

Dicho contralor se ejercerá tanto por razones de juridicidad, comode oportunidad o conveniencia.

A tal efecto, el Poder Ejecutivo podrá formular las observaciones que crea pertinente, así como proponer la suspensión de los actos observados y los correctivos o remociones que considere del caso.

ARTÍCULO 23.- La Contraloría General de Cuentas, ejercerá la fiscalización de la gestión financiera del Instituto de Regulación y Control del Cannabis, debiendo remitirse a la misma la rendición de cuentas y balance de ejecución presupuestal dentro de los noventa días del cierre de cada ejercicio.

La reglamentación de la presente ley determinará la forma y fecha no mayores a los seis meses de su entrada en vigencia.

CAPÍTULO VI

DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

ARTÍCULO 24.- La Junta Directiva del Instituto de Regulación y Control del Cannabis será el órgano encargado de aplicar las sanciones por infracciones a las normas vigentes en materia de licencias, sin perjuicio de las responsabilidades penales que pudieren corresponder. El procedimiento aplicable en estos casos será materia de la reglamentación.

ARTÍCULO 25.- Las infracciones a que hace referencia el artículo anterior, atendiendo a la gravedad de la infracción y a los antecedentes del infractor, serán sancionadas con:

- A) Apercibimiento.
- B) Multa desde Q. 1,000.00 hasta Q. 10,000.00
- C) Decomiso de la mercadería o de los elementos utilizados para cometer la infracción.
- D) Destrucción de la mercadería cuando corresponda.
- E) Suspensión del infractor en el registro correspondiente.
- F) Inhabilitación temporal o permanente.
- G) Clausura parcial o total, temporal o permanente, de los establecimientos y locales de los licenciarios, sean propios o de terceros.
- H) Las sanciones precedentemente establecidas podrán aplicarse en forma acumulativa y atendiendo a la gravedad de la infracción y a los antecedentes del responsable.

Artículo 26. Recursos administrativos. Contra las resoluciones administrativas que se dicten en esta materia proceden los recursos de contenidos en la Ley de lo Contencioso Administrativo, Decreto Número 119-96 del Congreso de la República.

ARTÍCULO 27.- Sin perjuicio del ejercicio de las potestades sancionatorias precedentes, habiendo tomado conocimiento la Junta Directiva o su Director Ejecutivo, en el ejercicio de las facultades de control y fiscalización cometidas al Instituto de Regulación y Control del Cannabis, de la existencia de actividades de carácter delictivo, efectuarán la denuncia respectiva ante la autoridad judicial competente.

TÍTULO IV

DEL REGIMEN IMPOSITIVO

ARTÍCULO 28.- Los contribuyentes autorizados y consumidores del producto cannabico en cualesquiera de sus variedades, pagarán, además del IVA, un impuesto fijo para toda la cadena de producción y venta de cannabis y sus derivados para su consumo, el equivalente al diez por ciento (10%) del precio de venta para el consumo de cualquier naturaleza.

Los comerciantes de cannabis y sus derivados extenderán facturas para la venta de sus productos en las que figurarán impresos los precios de venta sin impuesto al cannabis. En renglones separados se hará constar la cantidad correspondiente al impuesto a que se refiere este artículo calculado sobre dicho precio de venta sin impuesto. Cualquier descuento o comisión concedida al consumidor, no afectará en ninguna forma el cálculo del impuesto.

La administración, control, recaudación y fiscalización corresponde a la Superintendencia de Administración Tributaria.

Artículo 29. Destino del impuesto. El destino del impuesto al Cannabis medicinal o científico a partir de sus ciclo de producción y consumo se distribuirá de la siguiente manera:

1. Un cincuenta por ciento (50%) del monto del impuesto recaudado exclusivamente al funcionamiento del sistema hospitalario nacional.
2. Un cincuenta por ciento (50%) para programas de prevención y rehabilitación de cualquier adicción.

TÍTULO V

DISPOSICIONES FINALES Y TRANSITORIAS

Artículo 34. Reglamento. El Organismo Ejecutivo, por conducto del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social deberá emitir el reglamento correspondiente, dentro de un plazo no mayor a seis meses días a partir de la vigencia.

Artículo 35. Derogatorias. Se derogan los artículos 306 al 310 del Decreto Número 17-73 del Congreso de la República de Guatemala, Código Penal.

Artículo 36. Vigencia. El presente Decreto entrará en vigencia dos meses después de su publicación en el Diario Oficial.

EMITIDO EN EL PALACIO LEGISLATIVO, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA, EL ___ DE ___ DE DOS MIL DIECISÉIS.

00000020

REMÍTASE AL ORGANISMO EJECUTIVO PARA SU SANCIÓN, PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN.

PASE AL ORGANISMO EJECUTIVO PARA SU PUBLICACION Y CUMPLIMIENTO, DADO EN EL PALACION DEL ORGANISMO LEGISLATIVO, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA A LOS _____ DIAS DEL MES DE _____ DE DOS MIL _____.

Nueva Guatemala de la Asunción, 9 de octubre de 2020

MSc. Arquitecto
Edgar Armando López Pazos
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación **Diseño de estrategia informativa del Foro y discusión de aspectos técnicos para el uso de la Cannabis medicinal en Guatemala organizado por AFITOGUA**, del estudiante Aldo Fernando Pérez Méndez, carné: 200715136, estudiante de la Facultad de Arquitectura, previamente a conferírsele el título de Diseñador Gráfico en el grado académico de Licenciado.

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

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



Licenciada Virsa Valenzuela Morales
6,237

Virsa Valenzuela Morales
Licenciada en Letras
Coligiada No. 6237

“Diseño de imagen del Foro Discusión de los aspectos técnicos para considerar el uso de Cannabis en Guatemala organizado por AFITOGUA”

Proyecto de Graduación desarrollado por:

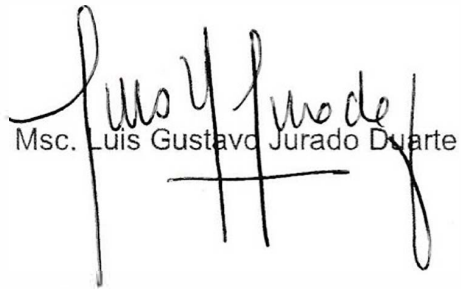


Aldo Fernando Pérez Méndez

Asesorado por:



Licda. Ana Carolina Aguilar Castro



Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte



Licda. Ana Carolina Rosales Zea

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala