

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



Diseño de campaña social para informar a padres de familia, niños y adolescentes acerca de la prevención de la violencia sexual en varones, para Fundación Sobrevivientes, Ciudad de Guatemala.

Presentado por:
Jennifer Marleny Quiñonez Pocón



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 campaña social para informar a padres de familia, niños y adolescentes
acerca de la prevención de la violencia sexual en varones,
para Fundación Sobrevivientes, Ciudad de Guatemala.

Presentado por:
Jennifer Marleny Quiñonez Pocón
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, agosto de 2021

“Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas
en la originalidad y contenido del tema, en el análisis y conclusión, eximiendo de cualquier
responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”



NÓMINA

de autoridades

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velasco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretarío Académico

TRIBUNAL

examinador

MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor Metodológico

Lic. Stuardo Alberto Samayoa Díaz
Asesor Gráfico

Licda. Irma Yolanda López Contreras
Tercera Asesora

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretarío Académico

DEDICATORIA

y agradecimientos a:



DIOS

por ser mi centro, todo lo que soy es gracias a Él; siempre estaré agradecida y le dedicaré mis triunfos futuros. Desde que ingresé a la Universidad me he encomendado a Él, pidiéndole fuerza y sabiduría.

Mis padres

Biron Quiñonez y Claudia Valladares, no tengo cómo agradecer su apoyo incondicional, porque siempre estuvieron conmigo, pese a mi estrés, mi mal humor. Todo esto es por ustedes, los amo! Papi, desde que tengo memoria te dije que sería sancarlista como tú y lo cumplí.

Mi hermana

Astrid Quiñonez, gracias por preocuparte, apoyarme y estar aquí.

Mi abuelita

Gladis Valladares, aunque ya no te encuentres entre nosotros, cada meta y logro, están dedicadas a ti; me encantaría que estuvieses hoy conmigo. Un abrazo y besos hasta el cielo, te amo.

Mi bisabuela

Mamines, recuerdo cuando le comenté de que pronto me graduaría y sonrió... Me hubiese gustado que estuviese aquí presente. Pero en alguna parte está feliz por este logro, que también está dedicado a ella.

**Mi familia**

a mis tíos, primos y demás familia; a todos y cada uno, gracias por estar pendientes de mí, por sus porras y apoyo, en verdad, ¡gracias los quiero mucho!

Mi novio

Víctor Figueroa, gracias por tanto Canche, por nunca dejarme caer, darme ánimo, apoyo incondicional y muchas fuerzas; en verdad, gracias por todo y tu amor por más de 12 años. ¡Te amo!

Mi hijo

Christopher, gracias por ser mi empujoncito del final. Cuando crezcas quiero que te sientas orgulloso de mamá. ¡Te amo!

Mis amigos

Gracias por su amistad, su apoyo, ánimos y por preocuparse por mí durante la carrera, gracias por tanto a cada uno. Va por vos Jonitas QEPD.

Fundación Sobrevivientes

por abrirme las puertas y aprender tanto, en verdad, me impulsaron para saber que en el futuro quiero seguir apoyando este tipo de proyectos para ayudar a los varones.

Universidad de San Carlos

por ser mi casa de estudios, por brindarme los conocimientos para formarme como profesional.

ÍNDICE

Pág. 11
PRESENTACIÓN

1

Pág. 14
INTRODUCCIÓN

2

Pág. 24
PERFILES

3

Pág. 40
PLANEACIÓN
OPERATIVA

8

Pág. 124
CONCLUSIONES

9

Pág. 128
RECOMENDACIONES

10

Pág. 132
FUENTES
CONSULTADAS

11

Pág. 138
GLOSARIO

4

Pág. 48
MARCO
TEÓRICO

5

Pág. 64
DEFINICIÓN
CREATIVA

6

Pág. 84
PRODUCCIÓN
GRÁFICA

7

Pág. 120
LECCIONES
APRENDIDAS

12

Pág. 142
ANEXOS

PRESENTACIÓN





ACERCA DEL PRESENTE PROYECTO

El siguiente informe reúne los criterios teóricos de planificación, gestión, ejecución e implementación, que son necesarios para el desarrollo de una campaña social, el cual está descrito en este contenido; fue planteado como proyecto de graduación y realizado para Fundación Sobrevivientes, está enfocado en el accionar ante la necesidad de comunicación visual para aportar a mejorar la vida del sector al cual se proyecta la Fundación.

En el transcurrir del informe se presenta desde la síntesis de investigación respecto a características de la Fundación, el grupo objetivo, ejecución y resultados del proyecto en cuestión de favorecer la campaña social para Fundación Sobrevivientes.

CAPÍTULO

1

INTRODUCCIÓN



ANTECEDENTES

Fundación Sobrevivientes es una organización no lucrativa y no gubernamental, prevé apoyo a mujeres, niñez y adolescentes que sufren de cualquier tipo de violencia.

Sin embargo, la Fundación se encargó de abordar un tema poco conocido y tabú, puesto que no se conocen casos, eso no quiere decir que no exista este problema en Guatemala, se trata de la violencia sexual en varones.

Basándonos en investigaciones y conversaciones con algunos miembros de la Fundación, se llegaron a importantes conclusiones, una de ellas es que las personas no están informadas del tema, porque no existe más información. Por otro lado, este tipo de casos existen en Guatemala; sin embargo, no son publicados o bien la población en general no se entera de ellos.

Según el reporte estadístico a nivel nacional por departamento, personas agraviadas por delitos contemplados en el Dto. 09-2009 Ley Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, en el 2018 se registraron 306 casos de violación y 283 casos por agresión sexual contra niños y adolescentes, de los cuales no se conoce si posterior a la denuncia realizan el seguimiento correspondiente.

DEFINICIÓN

DEL PROBLEMA

En Guatemala existen muchos casos de violación, convirtiéndose este delito en un acontecimiento del diario vivir de los guatemaltecos, los cuales se dan a conocer por medio de las principales cadenas de difusión (televisión, radio y prensa); dichos casos ocurren tanto dentro como fuera del territorio nacional. Ahora bien, al escuchar acerca de violencia sexual, en un primer momento se piensa en mujeres puesto que es lo que más se habla; sin embargo, también existen casos de varones, aunque estos no salgan a la luz pública no quiere decir que no sucedan.

Existen diferentes instituciones, fundaciones y asociaciones que trabajan en este tema, Fundación Sobrevivientes es una de ellas, a pesar de sus esfuerzos son muy pocos los varones que se acercan a la organización buscando la ayuda profesional que necesitan para sobrellevar lo que vivieron o bien están viviendo. La desinformación es una de las principales causas ya que no saben a los lugares donde pueden acudir por ayuda; este

tema se considera tabú entre los guatemaltecos, tratándose de varones, su egocentrismo, masculinidad, entre otros factores, se ven afectados por la sociedad en la que vivimos hoy en día, haciendo difícil que puedan hablar y abocarse a estas instituciones.

Según datos recabados por el Laboratorio de Serología del Instituto Nacional de Ciencias Forenses, (archivo de Inacif, 2013) en total formaron parte del estudio 588 casos de violación, los cuales ingresaron al Instituto en el primer trimestre del año 2013, 563 de las víctimas son de sexo femenino y 25 son masculino.

Por lo tanto, el problema institucional se presenta por la falta de conocimiento en las personas respecto a instituciones que velan por varones para que fortalezca el aprendizaje significativo respecto a este tema, el problema es de comunicación visual, se trata de la ausencia de materiales gráficos que respondan a las necesidades del grupo objetivo para que tengan la información necesaria.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

TRASCENDENCIA DEL PROYECTO

A largo plazo será posible ayudar a varones que sufren de violencia (sexual, psicológica, física, verbal, entre otros), por tratarse de un tema tabú existe mucha desinformación; por ello es importante la recopilación de la información para una campaña social y su ejemplificación exhaustiva por medio de imágenes ilustrativas descriptivas, las cuales serán elaboradas según los códigos visuales del grupo objetivo que permitirá la comprensión del mensaje. Asimismo, la importancia del tema para la disminución de casos de violencia sexual en varones en la ciudad de Guatemala, por medio de la detención temprana para Fundación Sobrevivientes.

INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO

A corto plazo se requiere que los padres de familia se informen sobre ¿qué es el abuso, ¿qué tipos de abuso existen?, ¿cómo pueden identificarlo?, ¿qué se debería hacer en caso de abuso?; las consecuencias generales que conlleva este problema, y qué tratamiento psicológico pueden llevar las víctimas que les permita sobrellevar estos traumas. Mediante la elaboración de una campaña publicitaria, con la cual se tendrá acceso a la información necesaria sobre la violencia en varones de la ciudad de Guatemala para Fundación Sobrevivientes.

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

Los miembros de Fundación Sobrevivientes poseen la información necesaria para realizar una campaña social, porque han recabado mediante estudios y antecedentes información valiosa; además de contar con ayuda de psicólogos, quienes son expertos del tema en particular. La elaboración de la campaña social responde a que la Fundación desea facilitar la información a los varones y padres de familia, a su vez, sea difundido para que conozcan más sobre este tema.

OBJETIVOS

DEL PROBLEMA

OBJETIVO GENERAL

Contribuir con la disminución y prevención del abuso en varones que se presenta dentro del perímetro de la ciudad de Guatemala, mediante la identificación de los diferentes tipos de violencia que existen.

OBJETIVO ESPECÍFICO **DE COMUNICACIÓN**

Informar a padres de familia, adolescentes y adultos acerca de la violencia sexual en varones para la identificación de los diferentes tipos de violencia que existen con apoyo de Fundación Sobrevivientes, aumentando a su vez el impacto y reconocimiento institucional a nivel nacional dentro del perímetro de la ciudad de Guatemala.

OBJETIVO ESPECÍFICO **GRÁFICO**

Diseñar una campaña social bajo fines ilustrativos descriptivos, como también códigos visuales adaptados a niños, adolescentes y adultos de la ciudad de Guatemala, para la identificación de posibles comportamientos de alerta por medio de una campaña preventiva e informativa, acerca de la violencia en varones para Fundación Sobrevivientes.

PERFILES

CAPÍTULO

2





PERFIL DEL CLIENTE

ORGANIZACIÓN

Fundación Sobrevivientes

Dirección: 12 calle 11-63, zona 1

Contacto: 2245-3000

Fundación Sobrevivientes es una organización no lucrativa y no gubernamental, sin intereses políticos o religiosos. Provee apoyo a mujeres, niñez y adolescentes que sufren de cualquier tipo de violencia.

SECTOR SOCIAL

Salud, leyes y educación.

HISTORIA

DE FUNDACIÓN SOBREVIVIENTES

En 1999, Norma Cruz y su hija, Claudia María Hernández Cruz, quien fue víctima de violencia sexual, empiezan una lucha en búsqueda justicia. A partir de entonces su psicología, su universo, su vida, con una profunda herida se transformó.

Junto a su hija, Norma Cruz deambuló de institución en institución buscando fortalecer la denuncia, lograr acompañamiento, conocer procedimientos, cursos de acción, obtener apoyo legal.

Se enfrentaron a una realidad angustiante. El abuso sexual no estaba tipificado como tal. Las condenas eran mínimas y estos delitos no eran relevantes para el sistema de justicia. En los operadores de justicia, al momento de actuar, prevalecían estereotipos y paradigmas. La violencia contra la mujer era normal. Ante estas condiciones, en un primer momento, Norma y Claudia María experimentaron una sensación de indefensión abrumadora.

SURGIMIENTO

DE LA FUNDACIÓN

En una ocasión, estando ambas en una sala de espera del Ministerio Público, conocieron a un niño víctima de violación sexual. Claudia María se identificó plenamente con la situación que estaba ante sus ojos, propuso a Norma hacer algo... porque no era posible quedar impasible ante tanta impunidad.

Ese fue el momento en que empezó a gestarse el concepto que daría vida, años después, a Fundación Sobrevivientes. En aquel momento, Claudia María y Norma, con lo poco que habían aprendido iniciaron un proceso de acompañamiento muy básico a la pequeña víctima y a su madre.

Otras mujeres se fueron sumando a la iniciativa. Personas interesadas en apoyar, profesionales del Derecho, psicólogos empezaron a generar solidaridad y voces alrededor del tema.

El Ministerio Público, la Policía Nacional Civil y otras instituciones comenzaron a remitirles casos que requerían acompañamiento. Ante la

necesidad de un local se abrió una pequeña oficina, de cinco por cinco metros de espacio, donde se efectuaba simultáneamente asesoría legal, psicoterapia y trabajo social. En enero de 2003 se adopta la figura jurídica de asociación. Más adelante, se modificó esta figura por el de fundación, para adecuarla al tipo de servicio que se pretendía brindar.

VISIÓN

Las mujeres, niñez y adolescencia con sus derechos restituidos y una institucionalidad del Estado que prevenga la violencia, acompañe y contribuye a su empoderamiento para alcanzar justicia y la reconstrucción de su propio proyecto de vida.

MISIÓN

Ser una institución que contribuye al fortalecimiento del Estado para que las mujeres, niñez y adolescencia sobrevivientes de la violencia, alcancen la justicia y reconstruyan su proyecto de vida, convirtiéndose en agentes de cambio.

VALORES Y PRINCIPIOS

Responsabilidad, respeto, tolerancia y solidaridad.

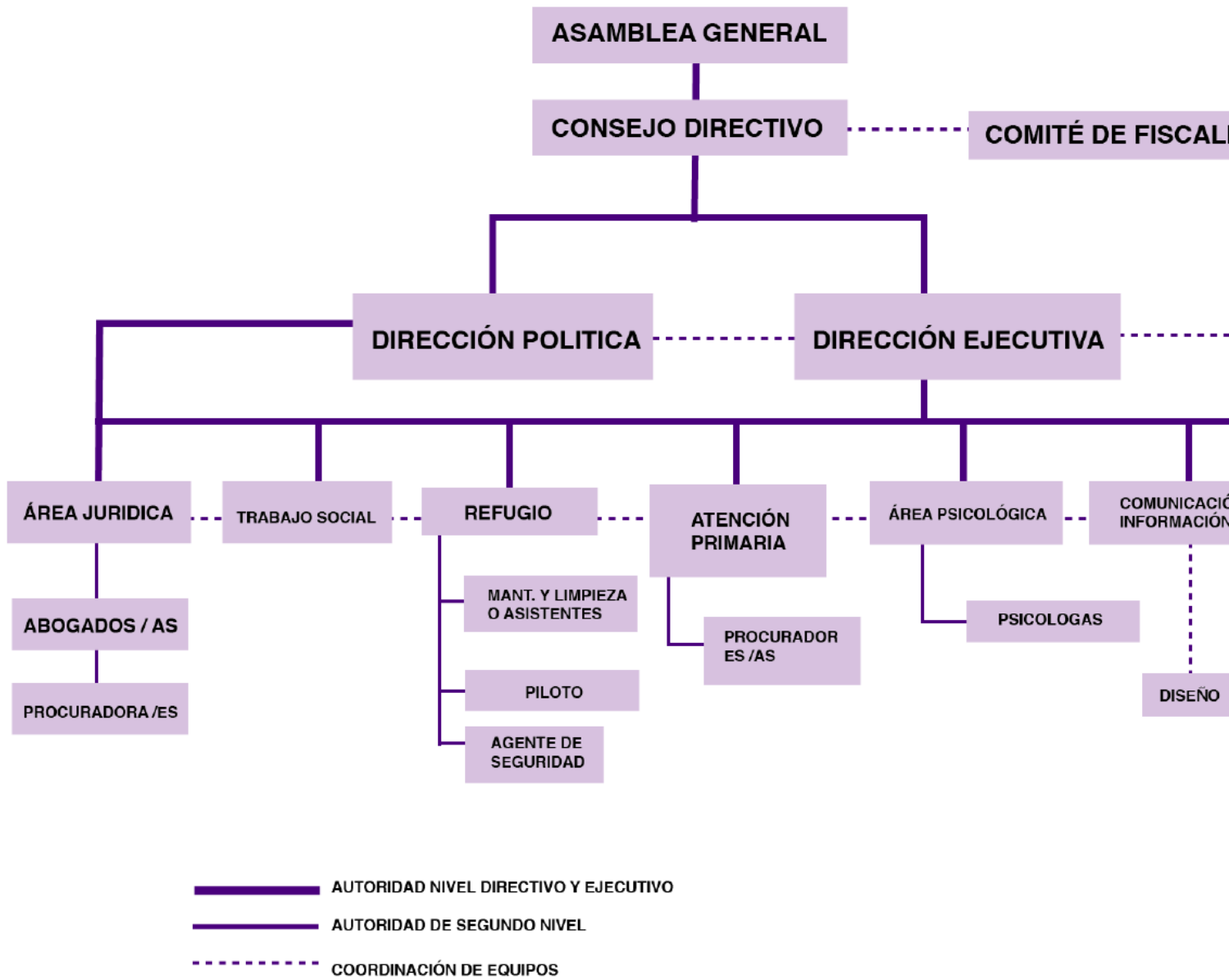
OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la prevención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres y la niñez en Guatemala, y al acceso a la justicia por parte de las mujeres y la niñez víctimas de violencia, a través de la creación de un centro especializado sobre la temática.

OBJETIVO ESPECÍFICO

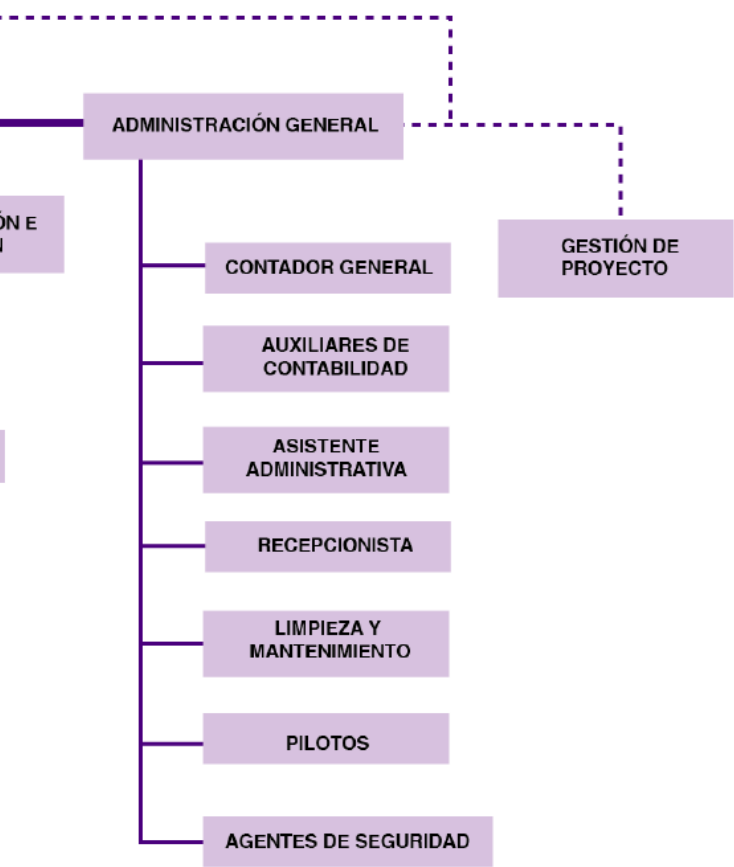
- Realizar incidencia a través de la propuesta y planteamientos en los temas de seguridad, legislación, acceso a la justicia, que contribuya a creación de políticas públicas tendientes a prevenir, sancionar y erradicar la violencia en contra de las mujeres y la niñez.
- Acompañar a las mujeres y menores, víctimas de violencia, en la búsqueda de justicia y contribuir a mejorar su desarrollo físico, psíquico, social a través de la asistencia integral.
- Seguimiento al cumplimiento de los compromisos internacionales, en materia de los derechos humanos de la mujer y del niño, y la eliminación de la violencia contra la mujer y la infancia.

ORGANIGRAMA



Fuente: Fundación Sobrevivientes, agosto de 2019

IZACIÓN



CASOS QUE SE ACOMPAÑAN

En lo jurídico penal (delitos en contra de la integridad)

- Muerte violenta de mujeres
- Femicidio
- Violencia sexual
- Trata de personas en su manifestación de explotación sexual contra la niñez y adolescencia

SERVICIOS

- Atención primaria jurídica (orientación jurídica)
- Trabajo social
- Atención psicológica
- Asesoría y acompañamiento jurídico, civil y penal
- Casa refugio

PSICOLOGÍA

- Violencia sexual
- Violencia contra la mujer
- Maltrato infantil
- Acompañamiento a familiares de víctimas de violencia
- Terapia para parejas en proceso de separación

COBERTURA

En la ciudad capital y departamentos cercanos.

GRUPO OBJETIVO

Mujeres, niños y adolescentes.

IDENTIDAD VISUAL / ANTECEDENTES GRÁFICOS

Fundación Sobrevivientes ha recibido apoyo en el área gráfica, según las necesidades se realizan materiales para brindar la información necesaria, muchos de estos materiales son para redes sociales y desarrollados por ellos mismos.

PERFIL 1

DEL GRUPO OBJETIVO

PRIMER GRUPO OBJETIVO

Adolescentes y padres de familia, que tengan indicios o crean que un familiar o conocido ha sufrido o sufre de violencia sexual.

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

El grupo objetivo se ubica en un espacio geográfico centroamericano, en el país de Guatemala, departamento de Guatemala, dentro de la ciudad de Guatemala, específicamente dentro de las zonas 1, 6, 7 y 3 en su mayoría.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- Edad: comprende de 18 a 35 años.
- Tamaño de familia: pequeña, mediana.
- Sexo: masculino y femenino.
- Ocupación: trabajadores en respectivas áreas o negocios propios.
- Función y responsabilidad: apoyar y fortalecer el crecimiento de sus hijos, velando por un equilibrio entre aspectos de bienestar físico, educación y afectivos, apoyando en brindar cualquier recurso o herramienta para su desarrollo.

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

Personas que son comprendidas en el nivel socioeconómico D1 y D2, pertenecen a la clase baja en la ciudad de Guatemala. Sus actividades laborales varían, sus quehaceres se desarrollan en oficinas, ventas formales e informales, servicios de transporte y comunicaciones, entre otros. En la mayoría de las familias ambos padres trabajan en puestos de regular remuneración. Sus hábitos de consumo se relacionan buscando establecimientos donde se encuentre la relación costo/beneficio, siendo lugares más baratos, están catalogados como compradores racionales, pues siempre buscan la prioridad de sus impuestos o responsabilidades con sus hijos, el tipo de compras que realizan son planificadas.

CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

Su entorno laboral es urbano, se encuentra rodeado de compañeros de trabajo, los cuales también se ven influenciados por publicidad funcionando en las cercanías de las zonas donde se encuentran. Luego de su jornada laboral, retornan a su vivienda, junto con su familia, predominados por canales audiovisuales como la televisión, teléfonos con conexión a internet. Posee y muestra actitudes de respeto y convivencia social con la finalidad de representar valores y ser modelo de comportamiento para los hijos, su motivación se basa en la aspiración a una calidad de vida óptima para su familia. Buscan solventar soluciones para su diario vivir, donde se encuentran en un bombardeo constante de publicidad por medio de canales, impresos, digitales y audiovisuales.

ENCUENTRO DIRECTO ENTRE G.O. Y FUNDACIÓN SOBREVIVIENTES

Se presentan de manera presencial a la Fundación cada cierto tiempo. 40,810 personas siguen su página de Facebook (red social que más interacción tiene), donde se enteran de actividades o movimientos que realiza la Fundación.

PERFIL 2 **DEL GRUPO OBJETIVO**

PRIMER GRUPO OBJETIVO

Niños y adolescentes han sufrido o sufre de violencia sexual.

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

El grupo objetivo se ubica en un espacio geográfico centroamericano, dentro del país de Guatemala, departamento de Guatemala, de la ciudad de Guatemala, específicamente en las zonas 1, 6, 7 y 3 en su mayoría.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- Edad: comprende de 10 a 18 años
- Tamaño de familia: pequeña, mediana
- Sexo: masculino
- Ocupación: estudiantes

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

Son comprendidas en el nivel socioeconómico D1 y D2, pertenece a la clase baja en la ciudad de Guatemala. Sus actividades giran en torno a sus estudios o bien ayudan a sus padres en sus trabajos. Sus hábitos de consumo están relacionados a la remuneración de sus padres, quienes son los que generan los ingresos para realizar las compras de consumo y son el sostén de sus hogares. Realizan compras planificadas, diario y semanalmente.

CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

Su entorno urbano, rodeado de compañeros de escuela o colegio, luego de sus actividades escolares retorna a su vivienda con su familia. Normalmente son influenciados por canales audiovisuales en la televisión y teléfonos con conexión a internet. Posee y muestra actitudes de respeto y convivencia social, con la finalidad de representar valores que se le han inculcado en su casa.

ENCUENTRO DIRECTO ENTRE G.O. Y FUNDACIÓN SOBREVIVIENTES

Posiblemente han acompañado a su progenitora a la Fundación pero no tienen una relación directa con esta.

PLANE

CAPÍTULO

3

40

ACCIÓN OPERATIVA

PROCESO CREATIVO PROYECTO DE GRADUACIÓN

Investigación

- Investigación sobre posibles lugares para realizar el proyecto de graduación.
- Observar todas las piezas gráficas, sobre que tratan las posibles instituciones, ver si en verdad necesitan ayuda.
- Recopilar el contenido y ver cuál es la más favorable para elección de la institución.
- Hablar directamente con la institución.

Insumos

Computadora
Celular
Acceso a internet
Redes sociales

Tiempos

Investigación en redes sociales / 2hrs
Visita a la institución / 2 - 3hrs

Totales

3 días

Visita a la institución

- Explicar de que trata el proyecto conforme a un análisis obtenido de la investigación.
- Definir piezas gráficas a realizar.
- Discutir las piezas a implementar durante el proyecto de graduación.
- Exponer que en la siguiente visita se presentarán los puntos que fueron aprobados por el asesor.
- Exponer que en la siguiente reunión se le presentarán bocetos de las piezas definidas.

Insumos

Hojas Q5.00
Lápiz y borrador Q5.00
Computadora
Celular
Gasolina Q50.00
Parqueo Q40.00
Gasto total Q100.00

Tiempos

Visita a la fundación 4hrs

Totales

3 días

Proceso de conceptualización

- Aplicación de técnicas creativas.
- Construcción de línea gráfica a implementar digitalmente en el proyecto.
- Conceptualización teórica.

Insumos

Hojas Q5.00
Tinta Q100.00
Impresora
Lápiz y lapicero Q7.00
Gasto total Q112.00

Tiempos

Técnicas creativas / 6hrs
Conceptualización / 5hrs
Construcción gráfica / 4hrs
Implementación / 3hrs

Totales

4 días

NO

SÍ



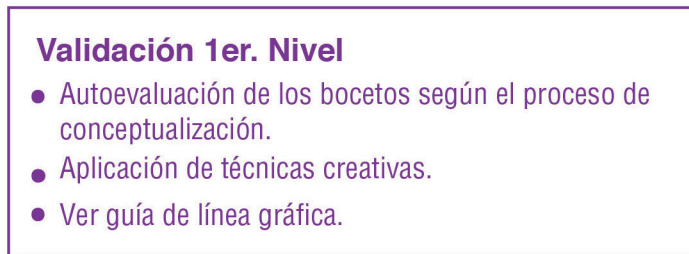
Insumos

Hojas Q10.00
 Lápiz y borrador Q5.00
 Crayones Q50.00
 Marcadores Q50.00
 Gasto total: Q115.00

Tiempos

Bocetaje a lápiz / 2 días
 Bocetaje a color / 2 días
 Bocetajes finales / 2 días
 Correcciones por asesor / 5 días

Totales 2 semanas



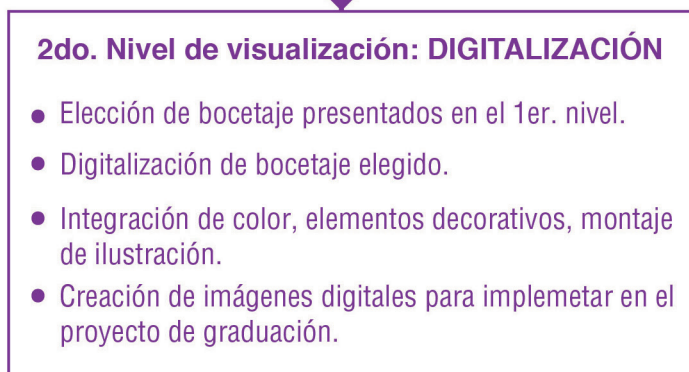
Insumos

Hojas Q10.00
 Lápiz y borrador Q5.00
 Gasto total: Q15.00

Tiempos

Validación / 1 día
 Correcciones / 2 días

Totales 3 días



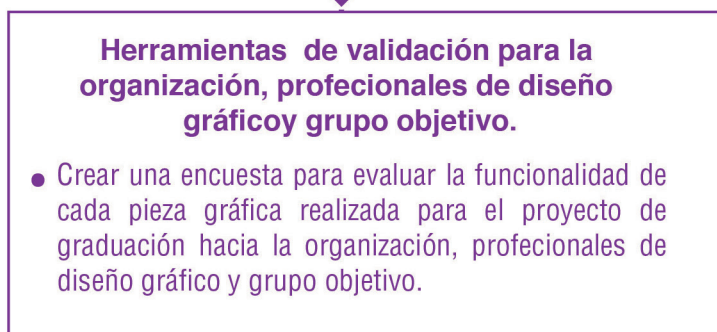
Insumos

Hojas Q10.00
 Tinta Q50.00
 Impresora
 Gasto total: Q60.00

Tiempos

Digitalización de bocetos / 1 semana
 Correcciones / 5 días

Totales 2 semanas



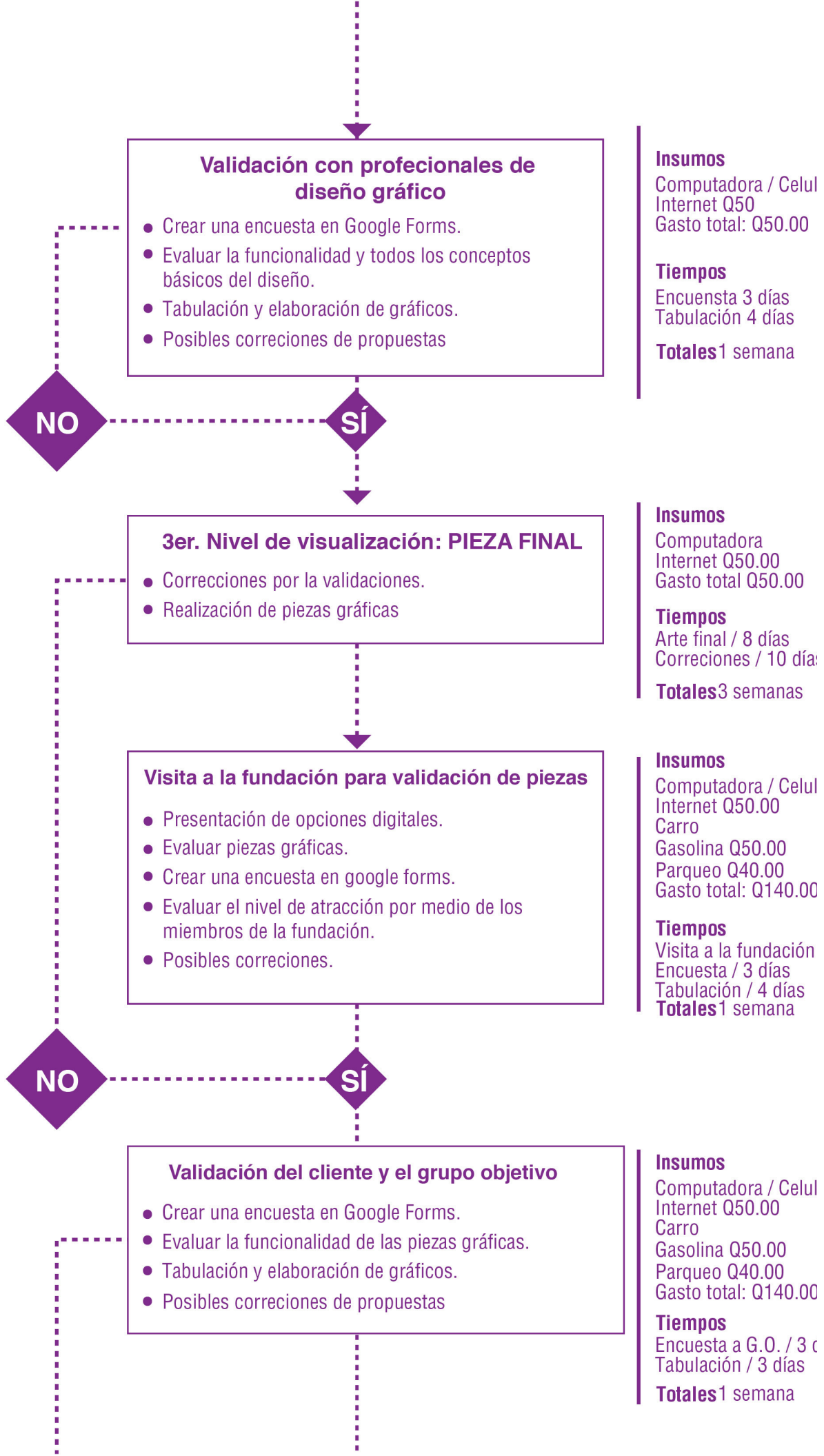
Insumos

Hojas Q10.00
 Internet Q50.00
 Computadora / Celular
 Gasto total: Q60.00

Tiempos

Encuesta / 3 días
 Correcciones / 2 días

Totales 1 semana





Visita a la fundación para presentación de propuestas finales

- Presentación de propuesta final.
- Tabulación de resultados.
- Entrega de presentación de piezas finales en un CD, USB con copia del trabajo.
- Presentación de los objetivos del proyecto de graduación, su alcance, funcionalidad y cumplimiento.
- Conclusiones y recomendaciones.

FIN

Insumos

- Computadora / Celular
- Internet Q50.00
- CD Q5.00
- USB Q65.00
- Carro
- Gasolina Q50.00
- Parqueo Q40.00
- Gasto total: Q210.00

Tiempos

Visita a la fundación 4hrs

Totales 1 día

Tiempo Final

80 días o 3 meses
(este resultado es sí aprobaran todas las fases)

Q1,052.00

CRONOGRAMA DE TRABAJO

AGOSTO

Descripción	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Visita a la institución	■				
Elaboración de <i>brief</i> creativo		■			
Definición de estrategia institucional		■			
Definición de premisas de diseño gráfico		■			
Recopilación de referentes visuales		■	■		
Elaboración de concepto, <i>insight</i> y <i>slogan</i>			■		
1er nivel de proceso creativo				■	■
Autoevaluación					■
2do nivel de proceso creativo					■

Fuente: elaboración propia, octubre de 2019

SEPTIEMBRE

Descripción	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
2do nivel de proceso creativo	■	■			
Coevaluación			■		
3er nivel de proceso creativo				■	■

Fuente: elaboración propia, octubre de 2019

OCTUBRE

Descripción	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
3er nivel de proceso creativo	■				
Elaboración, prototipos para arte campaña	■	■			
Validación		■			
Elaboración de artes finales campaña		■	■		
Elaboración de informe			■	■	■

Fuente: elaboración propia, octubre de 2019

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO

4



VIOLACIONES

EN GUATEMALA

En el 2016, Guatemala encabeza el listado de departamentos con más reportes de delitos sexuales en el Instituto Nacional de Ciencias Forenses (Inacif), de acuerdo al registro recogido por la Dirección de Investigación de la Procuraduría de Derechos Humanos (PDH). De los 2 mil 61 casos hasta abril, 880 violaciones se reportaron en el departamento central; 774 de las víctimas eran mujeres.

Escuintla y Quetzaltenango le siguen en la incidencia de delitos sexuales con 197 y 157 casos respectivamente. Todos los departamentos reportan este tipo de delitos; sin embargo, los que menos casos registran son El Progreso con 27 casos y Totonicapán con 37.

De enero a abril del 2016 el Inacif reportó 2 mil 616 violaciones sexuales, según evaluaciones médicas practicadas, lo que representa en promedio unas 22 agresiones al día; el 89 por ciento de las víctimas fueron mujeres. Comparado con el mismo período del año pasado, la cantidad de víctimas es similar, lo que sugiere que el flagelo aún no está controlado por las autoridades. Según el informe estadístico recogido por la Dirección de Investigación de la Procuraduría de Derechos Humanos (PDH) presentó el “Reporte sobre reconocimiento de delitos sexuales”, con datos oficiales proporcionados por el Inacif, documento que señala que el 89 por ciento de las víctimas de delitos sexuales son mujeres, del total de delitos sexuales registrados por el Inacif hasta abril, las principales víctimas fueron niñas y adolescentes.

En Guatemala muchos menores son violentados física y sexualmente desde temprana edad, de estos casos, es común que el agresor se encuentra dentro del mismo núcleo familiar, los menores son amenazados, golpeados y manipulados.

La edad precisa que el 37.8 por ciento de casos de agresión sexual, equivalente a 990 violaciones, fue contra víctimas entre 13 y 17 años; seguido de menores entre 7 y 12 que se reportaron 409 casos en los primeros cuatro meses.

También se reportaron 230 casos de violencia sexual en contra de menores de 0 a 6 años, donde 169 de los registros reporta niñas como víctimas. Ellas son las más vulnerables, representan el 96 por ciento de los 5 mil 483 exámenes que el Inacif practicó en menores de 20 años durante el 2018, seis por ciento más que el año anterior.

Se detalla que, de los 2 mil 616 casos registrados en los primeros cuatro meses del año, 2 mil 337 víctimas eran mujeres; solo el 10 por ciento de casos fueron hombres los que denunciaron y se sometieron a las pruebas médicas practicadas por el Inacif luego del delito sexual.

VIOLENCIA SEXUAL

Guatemala tipifica el delito de violación, según el artículo 173 del Código Penal Guatemalteco de la siguiente forma: “Quien con violencia física o psicológica, tenga acceso carnal, vía vaginal, anal o bucal con otra persona, o le introduzca en cualquier parte del cuerpo u objetos, por cualquiera de las vías señaladas, u obligue a otra persona a introducirselos a sí misma, será sancionado con pena de prisión de ocho a doce años”¹.

El país es afectado por distintas formas de violencia, entre ellas se encuentra la violencia sexual, en muchos de los casos y para agravar aún más la situación traumática, son los mismos familiares quienes cometen este delito. Se denomina como un delito silencioso, porque es algo que no se ve, son agresiones que incluso han sufrido hombres, mujeres, niños y niñas sin poder hablar, por temor a represalias de parte del agresor, muchas víctimas no han tenido el valor de hacer la denuncia respectiva ante las instancias correspondientes.

Es necesario mencionar que de acuerdo con los datos que se presentan de violencia intrafamiliar, muchas de estas violaciones estén relacionadas con la violencia sexual y que los abusos se den en este mismo contexto familiar, lo cual marca de una manera distinta a las víctimas, pues depende una relación de confianza para la víctima. Sin embargo, no puede dejarse por un lado que en Guatemala también se han reportado violaciones por parte de grupos organizados, que este se puede catalogar en otro

¹ **Código Penal de Guatemala**, acceso 06 de septiembre de 2019, https://www.un.org/depts/los/LEGISLATIONANDTREATIES/PDFFILES/GTM_codigo_penal.pdf

contexto criminal. El daño es igual de grave, pues en ambos casos como se ha mencionado en repetidas ocasiones en este informe, la víctima muere en vida.

Cada día, el Ministerio Público (MP) recibe un promedio de 16 o más denuncias de personas que han sido violadas sexualmente en Guatemala. Al menos 30 guatemaltecos al día (de los cuales en un 80 por ciento son menores de edad) son víctimas de un delito sexual, tales como el exhibicionismo, agresión sexual, violación a la intimidad sexual o producción de pornografía infantil.

DENUNCIAS Y EVIDENCIAS

Romper con el círculo del silencio no ha sido fácil por miedo a demandar a un familiar, muchas veces por vergüenza o por patrones culturales, como el machismo, miedo del qué dirán y algunas veces amenazas de su agresor, no se procede a realizar las denuncias.

“Del 1 de enero al 31 de marzo pasado, el MP recibió 2 mil 771 denuncias por delitos de violencia sexual. Además, se practicaron 2 mil 115 exámenes médicos por delitos sexuales. Un 90 por ciento de los casos reportados fueron agresiones contra niñas”². Adicionalmente, se encuentra un subregistro de los casos que no se denuncian, los cuales podrían superar los dos mil. El encargado del Departamento de Análisis Criminal de esa Fiscalía, informó que, de este número de denuncias, el 97 por ciento de las víctimas son mujeres y el tres por ciento son hombres.

De estas denuncias son pocas las que llegan ante un juez, “el resto se archivan o desestiman debido a que la víctima por vergüenza ya no sigue con el proceso, retira la denuncia por temor o intimidación, o en algunos casos ya se tiene identificado al agresor, pero la víctima ya no quiere reconocerlo”.

En Guatemala, una de las actividades delincuenciales más frecuentes son los delitos que atentan contra la integridad sexual, y el delito es mayor si es contra un menor de edad. El Inacif se encarga de realizar el reconocimiento médico a niños y adolescentes para determinar si sufrieron agresión o violación sexual.

² *En Guatemala se presentan 29 denuncias diarias por violencia sexual*, acceso 06 de septiembre de 2019, <https://elperiodico.com.gt/nacion/2019/06/27/en-guatemala-se-presentan-29-denuncias-diarias-por-violencia-sexual/>

No actúan, necesitan una orden de un juez competente o de un fiscal de MP para realizar la evaluación. Los especialistas del Inacif siguen un protocolo para atender estos casos, y requieren el “consentimiento informado”, es decir el permiso del padre, madre o tutor del menor para hacer la evaluación.

Uno de los inconvenientes a los que se enfrentan los especialistas en dicha tarea es el tiempo. Para obtener cualquier indicio (semen, saliva, cabello o sangre del agresor), solo se tienen 72 horas después del ilícito. “La denuncia tardía, más allá de tres a cinco días, ya pone en problemas a los que realizan este tipo de exámenes, porque hace muy difícil recoger indicios del cuerpo”³ del niño o de las prendas de vestir que llevaban.

La función del Inacif es auxiliar al sector justicia, es tratar de poner evidencias que pueden ser convertidos en medios de prueba al fiscal para probar la autoría de un hecho delictivo de esta naturaleza.

VIOLENCIA SEXUAL CONTRA VARONES

“Los hombres experimentan violencia sexual a índices más altos de los que la gente cree o habla. A menudo estas agresiones ocurren antes de los 18 años de edad y el niño/hombre conoce a su atacante”⁴.

Muchos varones pudieron ser abusados sexualmente cuando eran niños, muchos de ellos no proceden a realizar una denuncia por diferentes motivos entre una de las principales el propio machismo. Los varones también deben de recibir una terapia por el trauma sexual ya que sufren los mismos síntomas que sufre una mujer después de un abuso sexual.

³ *Sobre la violencia sexual en hombres*, acceso 06 de septiembre de 2019, <https://www.woar.org/violencia-sexual-contrahombres/?lang=es>

⁴ *Sobre la violencia sexual en hombres*, acceso 06 de septiembre de 2019, <https://www.woar.org/violencia-sexual-contrahombres/?lang=es>

RECONSTRUYENDO VIDAS

La agresión y la violencia sexual deja marcas en las víctimas de por vida, y el primer punto para que comiencen a sanar es escucharlas y creer en su denuncia, porque muchos menores han vivido años de abuso y creen que esta situación es normal, desnormalizar la violencia sexual es vital para que ellas superen las secuelas físicas, emocionales y mentales.

Algunas fundaciones dan acompañamiento a niñas y adolescentes que han sido agredidas para que construyan un plan de vida, se les da apoyo psicológico, nutricional y médico, pues muchas son contagiadas con enfermedades de transmisión sexual y necesitan ser atendidas con medicamento.

Las mujeres son las que representan el mayor número de agraviadas, pero no significa que los hombres no sufran agresiones o también sean violentados sexualmente. En el 2018 hubo 9.9 por ciento más casos que en el 2017.

LA COMUNICACIÓN

“La comunicación es un proceso que suele darse con cierto nivel de dinamismo entre el emisor y el receptor. A medida que transcurre, se crea una secuencia donde cada uno de ellos es participe en mayor o menor grado”.⁵ Ayuda a que las personas compartan diferente información entre sí, haciendo que el acto de comunicar sea una actividad esencial en la vida cotidiana de los guatemaltecos.

Gracias a ello hay diferentes formas, de las cuales se pueden expresar y compartir de distintas maneras para que el mensaje llegue a los destinatarios deseados. Este mensaje puede llegar de una manera verbal (puede ser hablando entre sí, dos o más personas o bien de forma escrita) siendo estas las más comunes de la comunicación en Guatemala.

Se derivan distintas formas y medios, de los cuales hay mensajes que llegan a los guatemaltecos; aquí se puede encontrar el tipo de comunicación asertiva, ya que con ella se logra expresar de una forma simple y clara lo que deseamos expresar al receptor, este tipo de comunicación tiene el equilibrio entre la comunicación agresiva y la comunicación pasiva. Porque se trata de una habilidad social importante que está asociada a la inteligencia emocional y a la comunicación no verbal.

Los medios de comunicación social consisten en sistemas de transmisión de mensajes a un público amplio. Entre los medios de comunicación se pueden encontrar la prensa, la radio, la televisión, el cine e internet; de los cuales se encuentran al alcance de la población en general. Mediante estos medios, se pueden transmitir diversos mensajes adecuándose al medio que se está comunicando para que así se logre tener la aceptación y que el receptor tomé el mensaje que se está transmitiendo.

⁵ *Qué es la comunicación*, acceso 09 de septiembre de 2019, <https://concepto.de/que-es-la-comunicacion/>

Hoy en día se maneja mucho la comunicación digital gracias a la tecnología, podemos conectarnos con el resto del mundo a través del internet, donde se puede ver todo tipo de información que sea de nuestro interés. El internet posee muchas páginas de información, estudios, procesos de investigación, blogs informativos, etcétera.

Es un medio muy eficaz donde se pueden recabar datos de interés y ayudar a las personas que se informen de una manera fácil sobre lo que está pasando en Guatemala y el resto del mundo.

Ahora bien, los medios impresos también poseen su versión digital, fomentan de esta manera a las personas para que puedan informarse de distintas maneras, brindándoles las herramientas necesarias para que estén enterados y puedan compartir la información a más personas.

EL DISEÑO

Al hablar de diseño, nos referimos a una planificación creativa, que pretende la solución de un problema, junto al contexto de la comunicación y otras disciplinas. No es más que la imaginación de un objeto, ya que se comprende desde los aspectos básicos como la forma, su funcionalidad y operatividad. Los diseñadores crean objetos físicos, gráficos o bien de cualquier otra índole, que sean de utilidad para un fin en específico.

“Un diseñador es una persona que ha entrenado su creatividad enfocándola hacia aspectos más pragmáticos, de manera que pueda ofrecer soluciones adaptadas al problema que enfrenta”.⁶ Por ello, el diseño es una disciplina que abarca varios campos de trabajo, como la ilustración, la lógica, el mercadeo, entre otros.

El diseñador tiene como objetivo satisfacer las necesidades de comunicación visual, por medio de imágenes combinados con texto que son producidos en distintos medios visuales, para comunicar un mensaje en específico a un grupo determinado que sea claro, conciso y bien definido para que tenga una buena aceptación.

⁶ *Concepto de Diseño*, acceso 09 de septiembre de 2019, <https://concepto.de/disenio/>

En distintos medios, el diseño tiene un gran peso, tal es el caso de los medios impresos, ya que se generan elementos visuales que deben estar diseñados de una forma estratégica para que tenga un atractivo visual, diagramación y que no sea de mucho peso para los lectores. En el caso de los medios digitales, también deben de poseer un atractivo visual, buen tamaño tipográfico, una buena diagramación, una paleta de color y resolución para que será visualizado.

El diseño gráfico se apoya en un grupo de elementos que ayudan organizar, proyectar y realizar comunicaciones visuales u obras gráficas. Algunos de ellos son: el punto, la línea y el plano; el espacio y el volumen; la asimetría y simetría; el ritmo y el equilibrio; la textura y el color; la figura y el fondo; el tiempo y movimiento; entre otros.

Gracias al diseño se pueden desarrollar diferentes tipos de estrategias para que se logre una comunicación desde el enfoque visual, esta elaboración se hace posible mediante distintos estudios para conocer al grupo objetivo (G.O.), para saber cuáles son sus intereses, qué realizan, qué les gusta, etcétera. Con ello se empieza a conocer cómo se puede persuadir con mayor facilidad, para que se logre encontrar la estrategia necesaria y definir cuáles son los mejores medios para que el mensaje llegue al G.O.

Realizar desde un post para redes sociales, que se convertirá en una campaña comunicativa o informativa, como también en medios impresos, existen diferentes formas de cómo se puede utilizar el diseño dependiendo a qué grupo se va a dirigir, como bien el tipo de mensaje que se quiere brindar, en los que se puede encontrar: el diseño de persuasión, administrativo, informativo y educativo.

RAMAS DEL DISEÑO

Los diseñadores tienen la capacidad de crear soluciones visuales, según los diferentes problemas de comunicación visual que se encuentren, entre las principales ramas de diseño gráfico para la realización de los mensajes visuales están: el diseño publicitario, diseño editorial, identidad corporativa o branding, diseño multimedia, diseño web, campañas sociales.

Por el ejemplo: el diseño publicitario, los diseñadores se encargan de crear la parte visual de las campañas publicitarias en todas las aplicaciones o medios que sean necesarios, como carteles, gigantografías, mupis, post par redes sociales, entre otros formatos.

En el diseño editorial se encuentra aquellos que les dan forma a los libros, revistas y periódicos. Ya sea impreso o digital, se crean estructuras visuales, teniendo en sí un equilibrio funcional y llamativo, llamando la atención para que sea amena la lectura del lector.

La identidad corporativa es la encargada de crear los rasgos visuales que distinguen a las marcas, siendo la forma como visualmente se expresa una empresa y a partir de ello, es como nacen los elementos gráficos con los que se identifican las marcas en el mercado. “En esta área del diseño es muy importante tener en cuenta qué es exactamente lo que la marca quiere comunicar de ella misma al mundo”.⁷

El diseño multimedia es una combinación de varias técnicas como la ilustración, la fotografía, animación, video, entre otros; que son utilizados en medios digitales, aunque los que se desarrollan en este tipo de áreas, utilizan la tendencia de medios audiovisuales.

En el diseño se puede aliar un poco con la informática y su objetivo principal es la creación de sitios web.

Una campaña social tiene una funcionalidad igual a cualquier otro tipo de campaña, “la idea es dar a conocer alguna problemática de tipo social, usualmente son acciones de tipo comunicacional”.⁸ Ya que en esta se habla de problemas de carácter social con el fin de darlos a conocer y crear conciencia en la sociedad sobre dicha problemática, buscando algún tipo de solución.

⁷ *Ramas del diseño gráfico*, acceso 09 de septiembre de 2019, <https://blog.ucq.edu.mx/ramas-diseño-gráfico>

⁸ *Definición de campaña social*, acceso 09 de septiembre de 2019, <https://conceptoydefinicion.com/campana-social/>

MATERIALES

A REALIZAR

A pesar de la falta de denuncias de varones, los casos de violencia sexual siguen existiendo, por ello, el diseño gráfico me permite dar mi aporte por este medio, de esta forma pretendo ayudar a concientizar a los varones sobre la necesidad que existe de que ellos también realicen sus denuncias; ante estos abusos para que se dé a conocer de los casos de la violencia sexual, abuso, maltrato en el seno familiar, área laboral, entre otros.

Es por ello que se trabajará una campaña social, principalmente, se desea crear conciencia en los varones para que puedan realizar denuncias correspondientes y también ayudar a los padres de familia a identificar estos actos a tiempo, ya que existen diversas señales con las que pueden saber si sus hijos o algún varón cercano de su núcleo familiar está sufriendo de violencia sexual.

“En 2018 se denunciaron 9 mil casos por violencia sexual; sin embargo, solo se ocurrieron 954 aprehensiones y 1 mil 200 sentencias. Se calcula que entre la denuncia y la sentencia hay un proceso de 780 días de por medio, es decir, que para lograr una resolución se debe esperar más de dos años”.⁹ Asegurando que uno de los mayores retos es conseguir que existan más denuncias

⁹ “Sorprende lo común que son los abusos sexuales a menores en Guatemala”, dice jugador de la NFL, acceso 08 de septiembre de 2019, <https://nomada.gt/pais/actualidad/sorprende-lo-comun-que-son-los-abusos-sexuales-a-menores-en-guatemala-dice-jugador-de-la-nfl/>

de este delito.

La prevención temprana ayuda a que no exista este tipo de actos, los cuales marcan y dejan cicatrices internas psicológicas en las víctimas, por ello el saber identificarlas, qué hacer en caso de abuso sexual, a qué lugares pueden acudir, qué tipo de ayuda es la que necesitan, entre otras situaciones, ya que por ser un tema tabú no se conoce y tampoco existe mayor información de estos casos; sin embargo, con ello no quiere decir que no existan. Según la Fiscalía de la Mujer del MP, del 6 de octubre de 2016 a finales de junio del 2017 se registraron 4 mil 50 violaciones, cuyos actos fueron denunciados. Adicionalmente, se encuentra el subregistro de los casos que no se denuncian, los cuales podrían superar los dos mil. El encargado del Departamento de Análisis Criminal de esa Fiscalía, informó que, de este número de denuncias, el 97 por ciento de las víctimas son mujeres y el tres por ciento son hombres.

Tanto hombres como mujeres sufren de violencia; sin embargo, existe más información para mujeres que las ayudan y velan por sus derechos, métodos de prevención, ayuda psicológica, nutricional, medica, etcétera. Pero para los varones no se encuentra con facilidad porque no existe este tipo de información que sea tan fácil de conseguir y brindar.

La violencia sexual es igual por ambas partes (aunque el mayor porcentaje que afecta es a las mujeres) existen videos, manuales, folletos, platicas, audios, entre otros, muchos de ellos son materiales gráficos que ayudan a las mujeres a que realicen sus denuncias y sepan a los lugares que pueden acudir. Todo este tipo de materiales han sido realizados para su bienestar psicológico e integral de cada una de ellas, teniendo acceso físicamente como digital, el acceso a ellos es muy fácil hoy en día.

Este tipo de materiales también deben de existir par a los varones ya que también ellos tienen derecho a tener este tipo de información, para estar informados de dónde pueden acudir, fundaciones que les puedan brindar apoyo, legal y psicológico, como también integral.

“Tomando como base los peritajes realizados por el Instituto Nacional de Ciencias Forenses, la magistratura de conciencia denunció que el año pasado 540 niños sufrieron maltrato (285 las niñas y 255 los varones), mientras que la cifra en adolescentes fue de 519 (300 en mujeres y 219 en hombres)”.¹⁰

¹⁰ *Mas de 5,600 menos en Guatemala sufrieron violencia física y sexual en 2017*, acceso 10 de septiembre de 2019, <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/mas-de-5-600-menores-en-guatemala-sufrieron-violencia-fisica-y-sexual-2017/20000013-3510493>

CAMPAÑA SOCIAL

Se busca que con la campaña social las personas conozcan sobre la realidad de la violencia sexual en varones que también afecta en Guatemala, crear conciencia en cuanto a que cualquier varón puede ser vulnerable a sufrir abuso sexual.

Principalmente se busca que los varones denuncien este tipo de hechos y que se realice el proceso correspondiente, tanto en el área legal como en la parte psicológica de la víctima, ya que muchos no se presentan a realizar las denuncias y con ello no procede como corresponde este tipo de casos.

Las secuelas del abuso pueden durar toda la vida y se pretende evitar que la que una vez fue víctima se convierta en agresor en su vida adulta.

Por ello, la campaña se dirige a varones, para que conozcan las fundaciones a donde pueden asistir para que les brinden la ayuda correspondiente, como a los padres de familia y puedan identificar este tipo de abusos en los varones, creando la conciencia y también informándolos.

DEFI

CAPÍTULO

5

DEFINICIÓN CREATIVA

BRIEF

El brief es un documento que contiene la información imprescindible para empezar a planificar o ejecutar un proyecto.

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

El enfoque de esta campaña es informar a través de las redes sociales acerca de la prevención de la violencia sexual en varones.

CAMBIO DE COMPORTAMIENTO DESEADO

Fomentar a que los varones realicen las denuncias correspondientes ante casos de violencia o cualquier tipo de abuso sexual.

DEMANDA DE MERCADO

Ante esta problemática no existe la información necesaria para informar acerca de la violencia que sufren los varones, con esto se presentará una estrategia de campaña social para ayudar a familiares y principalmente a los varones que han sido víctimas de violencia sexual.

OFERTA DE MERCADO

Existen varias organizaciones y fundaciones que están dispuestas a ayudar a víctimas de abuso sexual.

OPORTUNIDAD ORGANIZACIONAL

Ayudar a la institución a disminuir la vulnerabilidad y riesgo de su población ante la problemática de la violencia sexual en varones, mediante imágenes bajo fines ilustrativos y mensajes, por medio de redes sociales para que lleguen al grupo objetivo (G.O.) fortaleciendo su autoestima.

PROPÓSITOS DE LA ESTRATEGIA

Que se den a conocer los casos de abuso sexual en varones, rompiendo el tabú de este tema ante la sociedad machista que predomina en Guatemala, para que las víctimas tengan la ayuda psicológica y legal que necesitan, para incentivarlos a que hablen y exista un incremento de denuncias de abuso sexual en varones.

ANTECEDENTES

El abuso sexual no solo afecta a mujeres, sino también lo sufren los varones. Según el reporte estadístico a nivel nacional por departamento, personas agraviadas por delitos contemplados en el Dto. 09-2009 Ley contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, registrados en el periodo comprendido del 1 de enero del 2017 al 31 de diciembre de 2017 evidencia que en el departamento de Guatemala de ese año existieron 341 casos de violación contra hombres, de los cuales no se conoce si posterior a la denuncia se realizó el seguimiento correspondiente.

CLIENTE

Fundación Sobrevivientes

DIRECCIÓN

12 calle 11-63 zona 1, Guatemala

QUIÉNES SON

Es una organización no lucrativa y no gubernamental, sin intereses políticos o religiosos. Provee apoyo a mujeres, niñez y adolescentes que sufren de cualquier tipo de violencia.

MISIÓN

Las mujeres, niñez y adolescencia como sus derechos restituidos y una institucionalidad del estado que prevengan la violencia, acompañe y contribuya a su empoderamiento para alcanzar justicia y la reconstitución de su propio proyecto de vida.

VISIÓN

Son una institución que contribuye al fortalecimiento del estado para que las mujeres, niñez y adolescencia víctimas de violencia, alcancen la justicia y reconstruyan su proyecto de vida, convirtiéndose en agentes de cambio.

ACERCA DE SU TRABAJO:

Esta institución es un centro de atención especializado en litigio estratégico; una entidad de servicio social, no lucrativa, no gubernamental, sin intereses políticos ni religiosos y se integra por un equipo de profesionales para brindar atención especializada a mujeres, niñez y adolescencia, víctimas de violencia física psicológica, sexual, feminicidio y trata de personas en un marco de respeto a la diversidad étnica, sexual, ideológica y religiosa.

Su enfoque de trabajo es multidisciplinario, humano, solidario y de acompañamiento a las víctimas. También presta atención de refugio temporal a mujeres y sus familias que viven violencia. Tiene como prioridad la intervención inmediata y decidida en casos de violencia, ya que de ellos puede depender la vida de la víctima.

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la prevención, sanción y erradicación de violencia contra la mujer y la niñez en Guatemala, ayudando al acceso a la justicia por parte de las mujeres y la niñez víctimas de violencia, a través de la creación de un centro especializado sobre la temática.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Realizar incidencias a través de la propuesta y planteamiento en temas de seguridad, legislación, acceso a la justicia, que contribuya a la creación de políticas públicas tendientes a prevenir, sancionar y erradicar la violencia en contra de mujeres y la niñez.
- Acompaña a las mujeres y menores, víctimas de violencia, en la búsqueda de justicia y contribuir a mejorar sus desarrollo físico, psíquico, social a través de la asistencia integral.
- Seguimiento al cumplimiento de los compromisos internacionales en materia de los derechos humanos de la mujer y del niño, y la eliminación de la violencia contra la mujer y la infancia.

PRODUCTO

Campaña social digital.

TEMA

Informar y prevenir acerca de la violencia sexual en varones.

MEDIOS DE DIVULGACIÓN

Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y página web)

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA:

Entre los principales objetivos que posee la campaña, se encuentra informar acerca de la violencia sexual en varones que existe en Guatemala y con ello se generen más denuncias.

PÚBLICO AL QUE VA DIRIGIDO

Personas que residen en la ciudad de Guatemala, con un rango de edad de los padres de familia de 20 a 40 años, género masculino y femenino, varones víctimas de 10 a 25 años de edad. Según el Comité Técnico de la Asociación de Agencia de Investigación de Mercados, promovido por la Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad (UGAP), el 62.8 % de la población urbana pertenece a la clase baja (D1, D2) que es al grupo

al que va dirigida la campaña, un tercio de la población pertenece a la clase media. Donde el 76 % de la población posee carro, el 34 % de los hogares acostumbra a comprar comida light. El 99 % de la población urbana posee Tv y un 90 % tiene cable, 8 de cada 10 posee computadora.

INGRESOS PROMEDIO AL MES

% SOE

+DE Q100,000

A 0.7%

Q 61,000

B 1.1%

Q 25,600

C1 5.9%

Q 17,500

C2 11.6%

Q 11,900

C3 17.1%

Q 7,200

D1

Q 3,400

D2

Niveles socioeconómicos en Guatemala. Fuente: Alks Consultores, <https://www.alksconsultores.com/sin-gle-post/2018/03/07/NIVELES-SOCIOECON%C3%93MICOS-EN-GUATEMALA>. Consulta: Agosto 2019

PRE EL TOTAL

1.8%
ALTO "A/B"
29,600

35.4%
MEDIO "C"
584,100

9%

50.7%
12.1%
62.8%
BAJO "D"
1 MILLÓN

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Fundación Sobrevivientes es una organización no lucrativa y no gubernamental, sin intereses políticos o religiosos. Proveen apoyo a mujeres, niños y adolescentes que sufren cualquier tipo de violencia.

NECESIDADES ESPECÍFICAS

Informar y prevenir acerca de la violencia sexual en varones que existe en Guatemala, ayudando a que los varones víctimas de abuso se acerquen a la Fundación para recibir asesorías psicológicas y legales para brindarles toda la ayuda necesaria.

TIEMPO

La estrategia y diseño se realizó en los meses de septiembre a noviembre del 2019, para su ejecución y lanzamiento en enero a marzo del 2020 (según como lo desee la Fundación).

ESTRATEGIA

DE LAS PIEZAS DE DISEÑO

¿QUÉ?

Dar a conocer que la violencia sexual en los varones, sí existe en Guatemala.

¿PARA QUÉ?

Para informar a padres de familia de la detección temprana ante esta problemática y dar a conocer que la Fundación les brinda ayuda psicológica y legal de manera gratuita. También enseñarles la importancia de la denuncia.

¿CON QUÉ?

Mediante una campaña social para redes sociales.

¿CON QUIÉNES?

Grupo objetivo (primario/secundario)

Primario

- El personal de Fundación Sobrevivientes, porque ellos se encargan de brindar la información necesaria para que sea distribuida mediante la campaña social en redes sociales.
- Padres de familia y víctimas de abuso de violencia sexual.

Secundario

Público en general, personas que no están informadas, ni interesadas de esta problemática; ya que no existe mucha información del tema abordado, la cuál será de mucha ayuda para que puedan diversificar los diferentes tipos de violencia sexual y los lugares donde pueden apoyar a personas que sufran de este tipo de abuso.

¿CUÁNDO?

Planeando y programándose entre los meses de septiembre y octubre para su ejecución. Para hacer entrega en los últimos días de noviembre. Para su lanzamiento a finales del 2020.

¿DÓNDE?

Redes sociales de Fundación Sobrevivientes.

CUADRO COMPARTATIVO

Campaña social para la prevención de la violencia sexual en varones (redes sociales)

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none">• Puede ser compartida con facilidad, por estar en las redes sociales.• La información llegaría a muchas personas• Tener el apoyo de las víctimas.• Mejorar el aumento de visitas a la Fundación por casos de violencia sexual.	<ul style="list-style-type: none">• Que la propuesta visual no sea bien recibida por el tema que se está tocando.• Desinterés en las redes sociales.• Rechazo de la campaña.

Fuente: elaboración propia, octubre de 2019

CONCEPTO CREATIVO

RELACIONES FORZADAS

Se trata de una técnica creativa diseñada por Charles S. Whiting en 1958, cuya utilidad parte de un principio clave basado en combinar lo conocido con lo desconocido a fuerza de una nueva situación.

Amarillo	Miedo	Empatía
Huevo	El que dirán	Hablar
Cuadrado	Vergüenza	Comunicar
Bote	Depresión	Informar
Llave	Confusión	Enfrentar
Llamada	Deseos suicidas	Vencer miedos
Vaso	Problemas de identidad	Oportunidad
Lápiz	Culpa	Chanse
Teléfono	Promiscuidad	Sí puedo
Audífonos	Hipersexualidad	Salir adelante
Pantalón	Prostitución	Dependencia
Rojo	Masturbación	Seguridad
Sello	Perder hombría	Apoyo
Negro	Por qué no te defendiste	Ayuda
Agua	No te me van a creer	Platicar
Azul	Humillado	Comentar
Manzana	Víctima	Observar
Cuaderno	Sentimiento de culpa	Guiar
Mancha	Ansiedad	Compartir
Cable	Aislamiento	Libérate
Taza	Machismo	Conoce
Gorra	Destruye tu identidad	Perjuicios
Escribir	Destruye como persona	Entender
Mochila	<i>Bullying</i>	Jalar
Familia	Hipocondría	Esforzar
Amistad	Débil	Plantear
Abrir	Incapaz	Fuerza
Cerrar	Machismo	Capaz
Explorar	Contacto físico	Platicar

Fuente: elaboración propia, octubre de 2019

Como se puede observar en las siguientes columnas, encontraremos palabras que no se relacionan directamente, seleccionando palabras al azar, con las cuales se forzarán y se intenta adaptar frases que nos serán de gran utilidad para sacar nuestro concepto creativo.

POSIBLES CONCEPTOS CREATIVOS

- “Platiquemos y vamos por un café”
- “Enfréntalo, no te destruyas”
- “No te calles”

LLUVIA DE IDEAS

También conocido como *brainstorming*, es un proceso didáctico y práctico mediante el cual se intenta generar creatividad mental respecto a un tema, pensando de manera rápida y espontánea en ideas, conceptos y palabras que se puedan relacionar con un tema previamente definido.

Auxilio	Amargura
Grito	Rabia
Vergüenza	Sensibilidad
Miedo	Agonía
Culpa	Nervioso
Ira	Agobiado
Desahogo	Oscuridad
Tristeza	Soledad
Desagrado	Barreras
Asco	Distancia
Inseguridad	Fragilidad
Enojo	Quebradura
Confusión	Silencio
Aislamiento	Antisocial
Desapego	Susceptible
Sin vida	Muerte
Suicidio	Estrés
Ayuda	Incomodidad
Decepción	Silencio
Raro	Alto

Fuente: elaboración propia, octubre de 2019

Se tomaron las siguientes palabras para intentar ponerse en los zapatos de la víctima, teniendo como resultado las siguientes frases.

POSIBLES CONCEPTOS CREATIVOS

- “Lo que pocos ven”
- “Ayúdame a ayudarte”
- “Grito de agonía”

SEIS SOMBREROS PARA PENSAR

(Edward De Bono en 1983) Se establecen seis colores que simbolizan seis direcciones diferentes del pensamiento. Cada participante se pone un sombrero de color y debe realizar aportaciones sobre el tema a analizar, asociando ideas con el tipo de pensamiento de su sombrero que le ha tocado. Esta técnica permite analizar problemas complejos, cada color ofrece un punto de vista diferente.

SOMBRERO BLANCO:

Según datos recabados por del Laboratorio de Serología del Inacif, (archivo de Inacif, 2013) en total formaron parte del estudio 588 casos de violación, que ingresaron al Instituto en el primer trimestre del 2013; 563 de víctimas son de sexo femenino y 25 de sexo masculino.

SOMBRERO ROJO:

La violencia sexual ejercida en contra de los hombres es más común de lo que creemos, lo que sucede es que pocas veces se habla de tales situaciones, porque se vive en silencio y con vergüenza.

SOMBRERO NEGRO:

No existe ninguna ley que vele por los derechos de los hombres que hayan sufrido de abuso sexual, porque se cree que este delito aplica solo para mujeres, ya que ellos no pueden ser violados, siendo el machismo uno de los principales problemas de este tema.

SOMBRERO AMARILLO:

Existen fundaciones y asociaciones que están interesadas en brindar la ayuda necesaria a los varones víctimas de violencia sexual, proporcionan asesorías psicológicas y legales para ayudarlos de manera gratuita.

SOMBRERO VERDE:

Como diseñadores tenemos la capacidad de crear soluciones creativas, utilizando diferentes métodos para que el mensaje llegue al grupo objetivo, mediante distintos medios, aportando nuestros conocimientos, buscando la mejor manera de hacer llegar la información y sea aceptada de forma positiva.

SOMBRERO AZUL:

Sabemos que en Guatemala no existe la información necesaria acerca de la violencia sexual en varones, no es algo que se vea diariamente, ya que se considera un tema tabú, no se conocen este tipo de casos, ni fundaciones y asociaciones que brinden la ayuda necesaria a los varones, esto no quiere decir que no existan.

Lo que se desea con la campaña social es que se realicen las denuncias correspondientes, ampliando la información para que las fundaciones y asociaciones les brinden la ayuda psicológica y legal necesaria a estas víctimas.

De acuerdo con la información recabada con los seis sombreros para pensar, se obtuvieron los conceptos.

POSIBLES CONCEPTOS CREATIVOS

- “A los hombres también nos pasa”
- “Dilo, yo te quiero escuchar”
- “No te avergüences, a todos nos puede pasar”

FUNDAMENTACIÓN

DE LOS CONCEPTOS CREATIVOS

"PLATIQUEMOS Y VAMOS POR UN CAFÉ"

Una buena conversación normalmente está acompañada de una taza de café, siendo esta una forma bonita y agradable de contar un relato, anécdota, sintiéndose libre, desahogado y con buena compañía; representando a alguien que está dedicando su tiempo y atención en ti y quiere de una u otra manera ayudarte.

"AYÚDAME A AYUDARTE"

Se pretende que las víctimas hablen, se expresen y digan lo que sienten, lo que pasaron o está pasando. Se comprende que es una situación difícil; sin embargo, si las víctimas no nos ayudan a comprenderlos no podremos ayudarlo como queremos.

"NO TE AVERGÜENCES, A TODOS NO PUEDE PASAR"

Todos estamos inmunes, cualquier persona sin importar su género, religión, ideología, raza y condición económica puede sufrir de violencia y abuso sexual. No hay por qué avergonzarse, nadie busca ser abusado, pero se debe indagar la ayuda necesaria para sobrellevar esta situación y salir adelante con su vida.

CONCEPTO SELECCIONADO

"No te avergüences, a todos nos puede pasar"

INSIGHT

FACTORES INDIVIDUALES PSICOLÓGICOS

CULTURA

Profesionales guatemaltecos con hábitos similares que están enfocados en dar el mejor servicio a su país, que respetan en todo momento las tradiciones y creencias que van de la mano con su estilo de vida.

ESTATUS

Según el nivel socioeconómico, cada profesional mantiene un estrato de acuerdo con sus posibilidades de consumo, estilo de vida, círculos sociales y familiares, entre otros.

FACTOR EFECTIVO

Este puede ser uno de los factores principales que identifican al grupo objetivo debido a que dan el 100 % de su capacidad, esfuerzo y pasión por el servicio para ayudar a las demás personas.

NECESIDAD

En este factor entra en juego la necesidad de autorrealización y autoestima, tanto para ellos mismos como para transmitir a los demás el deseo de superación y éxito.

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Gracias al avance de la tecnología los profesionales pueden tomar esto a su favor para seguir aumentando su conocimiento, reforzarlo o recopilar nueva información.

GRUPOS DE INFLUENCIA

Por pertenecer al grupo de profesionales que tratan directamente con personas todo el tiempo, el grupo objetivo se caracteriza por rodearse de gente que los motiven, que pueda hacer que ellos saquen lo mejor de sí para transmitirlo y demostrarlo hacia las personas que ellos desean ayudar. Es decir, que siempre buscan estar rodeados de familiares y amigos que sean personas de éxito, tomando como ejemplo psicólogos y abogados reconocidos.

ACTITUDES, MOTIVACIONES E INTERESES

ACTITUD

El grupo objetivo se caracteriza por tener siempre una actitud de servicio.

MOTIVACIONES

Ser útil para los demás, aplicar todos sus conocimientos para satisfacer las necesidades de las personas.

INTERÉS

Ser una ayuda significativa, dejar huella en las personas que tratan y buscan satisfacer la necesidad de autorrealización y de autoestima, según la pirámide de Maslow.

FRASE DEL INSIGHT

“A mí no me va a pasar”

CÓDIGOS VISUALES

ASPECTO ESTÉTICO

TENDENCIAS / TIPOGRAFÍA

Maxitipografía = maxiimpacto

La tipografía como parte inseparable del diseño gráfico sigue definitivamente ciertas tendencias, algunas que se mantienen durante años y otras que se desvanecen bastante rápido.

La combinación de diferentes anchos de fuente y valores de densidad, las combinaciones entre orientación vertical, diagonal y horizontal, e incluso el aspecto de tipografía desordenada serán la norma en 2019.

Tipografía de contorno: rellenos no permitidos

Mientras varios estilos tipográficos parecen estar pasando de moda, la tipografía de contorno se está volviendo cada vez más popular.

Las letras en contorno maxi a menudo se verán en diseños de sitios web, diseños de interiores, diseños de identidad de marca. Las tendencias de diseño gráfico 2019 se marcarán con letras de gran contorno mezcladas con composiciones abiertas y estructuras 3D.

TENDENCIAS / FOTOGRAFÍA

Causas sociales

Con este tipo de fotografía se considera que será de gran impacto a nivel social, dando a conocer desde otro punto de vista lo que no se ve y sufren las víctimas de abuso sexual.

Se dará una perspectiva cruda, con un mensaje muy fuerte visualmente para que se comprenda a simple vista.

ENFOQUE

Pedazo de la vida real

Se plasman escenas de problemas y situaciones reales en donde el producto tiene un impacto positivo solucionando estas situaciones o siendo parte de ellas.

Impactante

Mediante ideas provocativas se busca generar un impacto en las personas. Suelen causar una reacción impactante en el público. Se requiere de mucho cuidado al aplicarlas puesto que si se abusa el público termina siendo inmune.

ESTILO

Paleta de color

Colores neutros cálidos y fríos

Tipografía

Familia tipográfica Avenir

Retícula

Se utilizará una retícula jerárquica. Por la estructura de la campaña se utilizarán fotografías y texto. Para que no sea de gran peso visual para el grupo objetivo y tenga una buena comprensión.

ASPECTO DIDÁCTICO

El objetivo principal de este aspecto es informar acerca de la violencia sexual que sufren los varones, con esto se pretende ampliar la información, ayudar a los familiares a identificar posibles víctimas de abuso en su núcleo familiar, qué pueden hacer, a dónde y con quién acudir. Utilizando investigación, datos de psicólogos expertos para evidenciar qué tanto está afectando este tema a la población guatemalteca.

ASPECTO MORFOLÓGICO

El objetivo principal de este aspecto es informativo y formativo, para transmitir un mensaje, apoyando la información y dejando lugar a la percepción de cada lector.

Este aspecto es testimonial e informativo, ya que se utilizarán distintos elementos que irán de la mano para lograr una conexión y que sea de mayor afluencia para la comprensión de lo que estará descrito en la campaña.

Connotación y denotación: denotativo

ASPECTO SEMÁNTICO

Se unificarán algunos aspectos con distintas connotaciones para que el lector se mantenga informado y entretenido, los recursos que se utilizarán serán los siguientes:

Metonimia, metáfora e interrogación retórica

En este aspecto se unificarán todos los aspectos anteriores, con diferentes connotaciones buscando informar al lector, algunos de los recursos visuales y lingüísticos que se utilizarán serán la sinécdoque y metáfora.

PRODUCCIÓN GRÁT

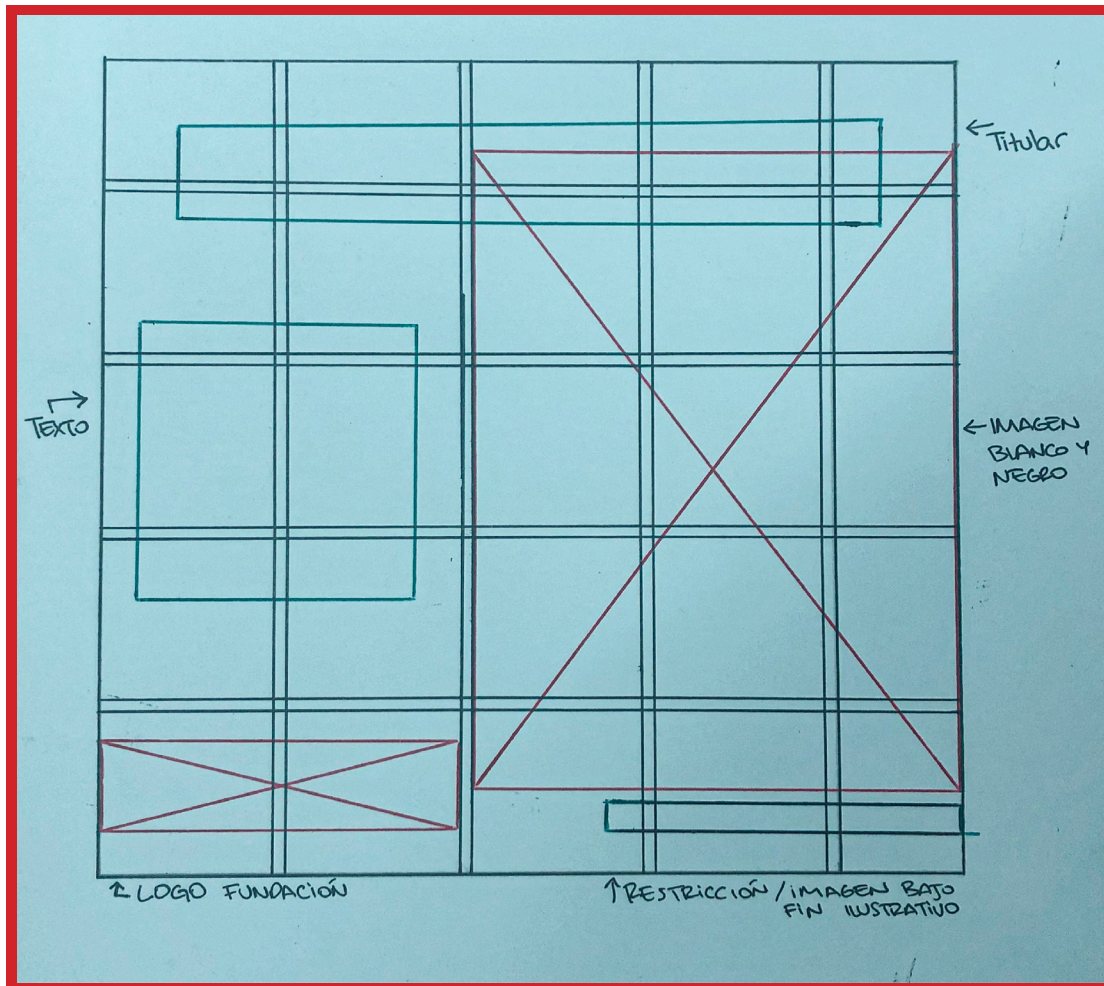
FICA

CAPÍTULO

6

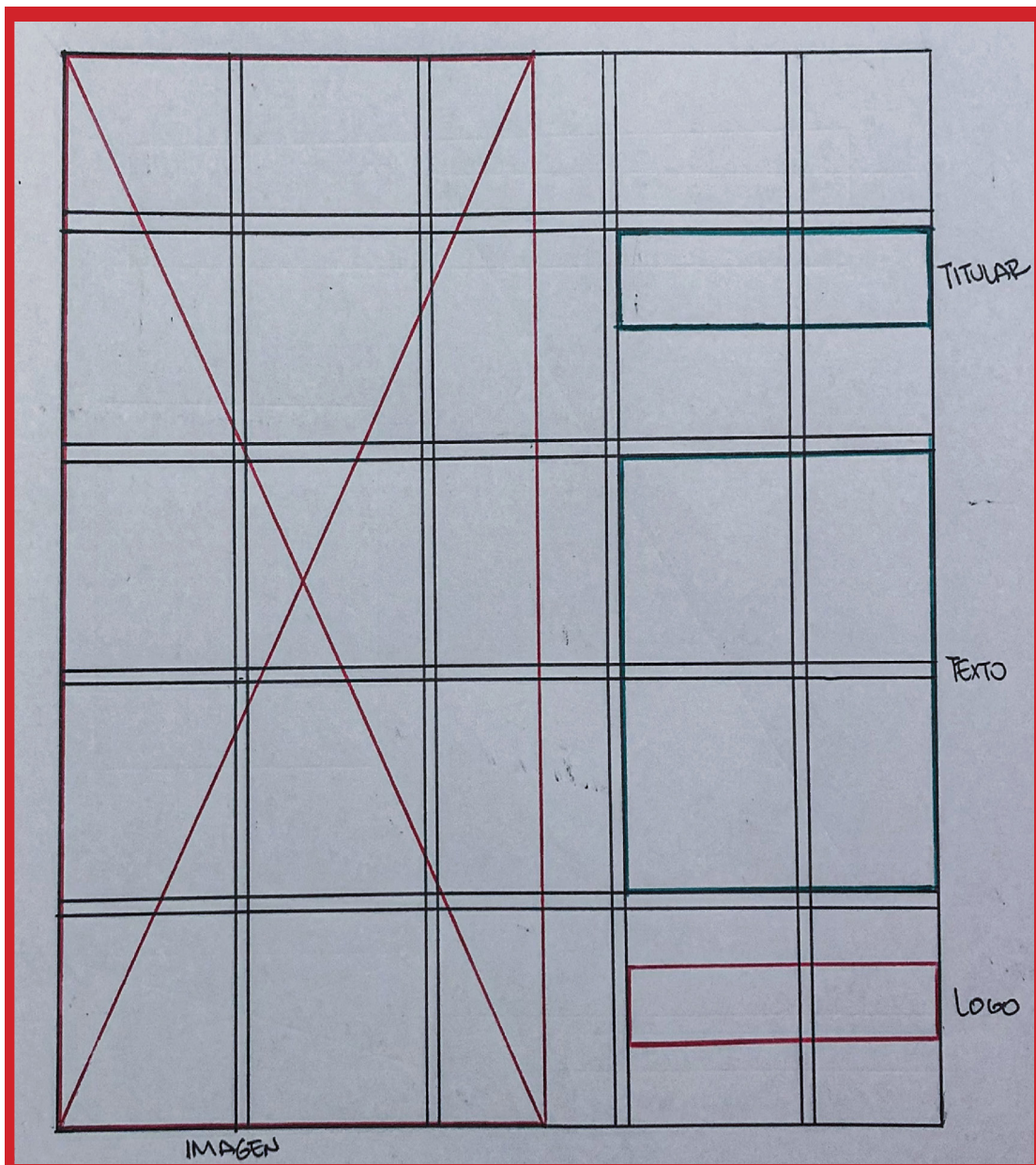
BOCETAJE

NIVEL DE VISUALIZACIÓN 1 BOCETAJE A MANO



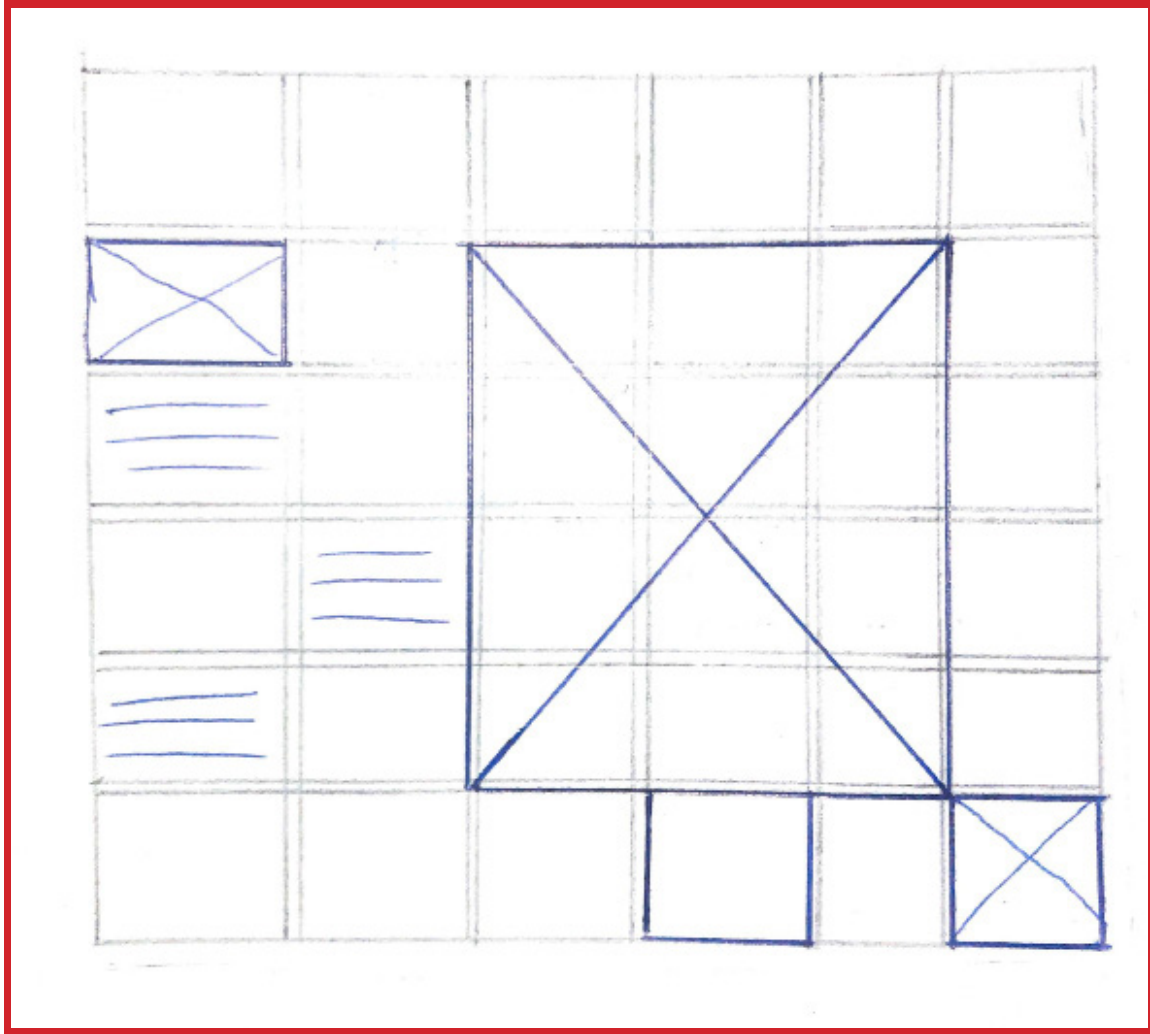
1ER. BOCETO DE RETÍCULA Y JERARQUÍA

La retícula jerárquica se centra en las proporciones de los elementos en el diseño, ya que se busca que no tenga sobrepeso visual al momento de visualizar el arte, tenga aceptación y jerarquía visual, jugando con distintos elementos.



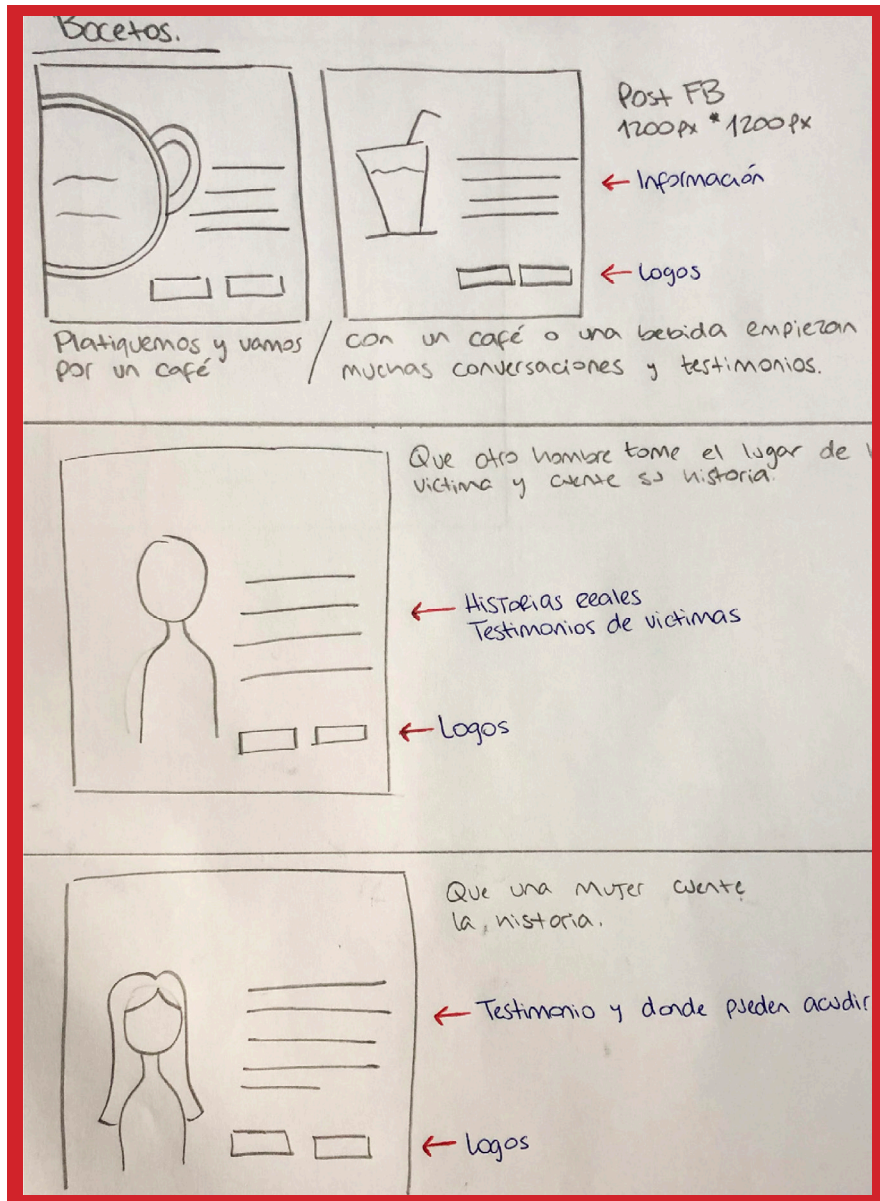
2DO. BOCETO DE RETÍCULA Y JERARQUÍA

Las zonas espaciales son agrupaciones de columnas, filas o módulos que forman un elemento de composición, aquí se utilizaron cinco columnas, obteniendo una composición ordenada y limpia.



3ER. BOCETO DE RETÍCULA Y JERARQUÍA

Los módulos son unidades de espacio creadas por la intersección de filas y columnas, además se obtiene una relación de contraste entre imágenes y cuerpos de texto.

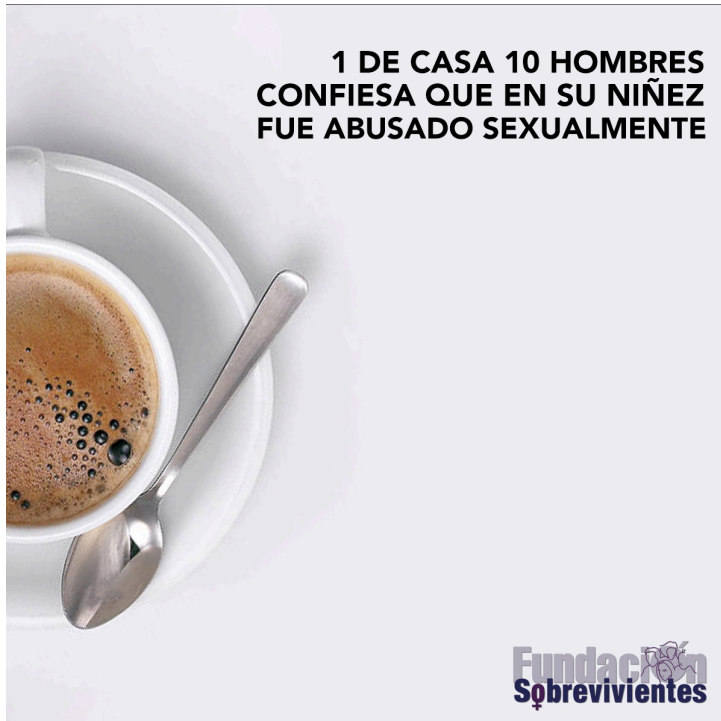


BOCETOS DE POST

Se tiene una idea básica de como se quiere presentar, utilizando imágenes que abarquen el tamaño completo del post, para que interactúe también con el texto y tenga una relación entre sí.

NIVEL DE VISUALIZACIÓN 2

BOCETAJE DIGITAL



Fuente: elaboración propia, septiembre de 2019

Propuesta 1

Se muestra una taza de café con un *copy*, donde se dan cifras para que visualice el G.O.



Fuente: elaboración propia, septiembre de 2019

Propuesta 2

Se muestra a un hombre de frente, desde la mitad del rostro, en una imagen en blanco y negro, aludiendo que él está mostrando parte de las cifras para que se transmita al G.O.



Fuente: elaboración propia, septiembre de 2019

Propuesta 3

Se muestra a una mujer, con un testimonio real, al final, se lee "está es la historia de Jaime".

Dándole lugar a que una mujer cuenta la historia x.

NIVEL DE VISUALIZACIÓN 3

PROPUESTA FINAL



Fuente: elaboración propia, septiembre de 2019

Después de realizar varios bocetos, entre los tres anteriores, se escoge la propuesta final, que reúne los requerimientos necesarios para la campaña.

EVALUACIONES

AUTOEVALUACIÓN



AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
		1	2	3	4	5
ASPECTO A EVALUAR						
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.					5
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.					5
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.					5
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					5
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					5
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.					5
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.					5
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					5
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					5
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					5
TOTAL						50

Fuente: elaboración propia, septiembre de 2017

NIVEL 2 VALIDACIÓN

EXPERTOS EN EL TEMA Y DISEÑO

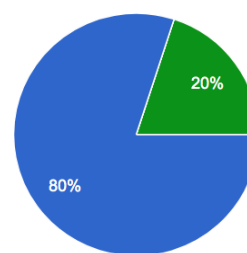
Se realizó una encuesta digital de formularios de Google a cinco personas expertas en el tema y en diseño, abordando aspectos sobre el color, composición y tipografía.

Entre los expertos hay dos psicólogas clínicas, una de la Universidad de San Carlos y otra de la Universidad Rafael Landívar, tres diseñadores gráficos de la Universidad de San Carlos, un estudiante de medicina de Universidad de San Carlos y un abogado y notario de Universidad Mariano Gálvez.



¿Qué paleta de color es de su preferencia?

5 respuestas



- Opción 1
- Opción 2
- Opción 3
- Opción 4

Según la opinión de los expertos, entre las posibles paletas de color, ellos escogieron la opción 1 y opción 4. Teniendo una gama de colores neutros combinados en cálidos y fríos.

Violencia **VIOLENCIA**

HELVETICA

Violencia **VIOLENCIA**

AVENIR

Violencia **VIOLENCIA**

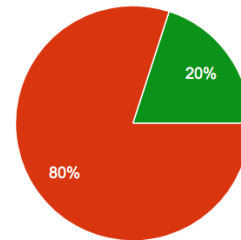
GOTHAM

Violencia **VIOLENCIA**

CENTURY GOTHIC

¿Qué tipografía es de su agrado?

5 respuestas



- Opción 1
- Opción 2
- Opción 3
- Opción 4

Entre las cuatro propuestas para tipografía, están Helvética, Avenir, Gotham y Century Gothi. Estas cuatro tipografías tienen una amplia familia tipográfica con la cual se pueden jugar con sus distintas variaciones. Eligiendo la tipografía Avenir.

Opción 1



Opción 2



Que fotografía describe mejor al abuso

5 respuestas



- Opción 1
- Opción 2

Tenemos dos fotografías en las cuales se representa un niño y hombre adulto, se quiere ver con exactitud, ¿cuál de estas imágenes se sobrentiende que fue abusado? Se tuvo como resultado la opción 1, donde se observa a un niño (no se muestra su rostro, por parte de la Fundación es preferible que no se vea el rostro, para proteger a la víctima).



Se quiso pedir la opinión directa de los expertos para que en la imagen ellos expresaran con sus propias palabras lo que veía. Teniendo un resultado positivo que sí entiende que significa *infancia, abandono, destrucción*.

589
DENUNCIAS POR DELITOS DE
VIOLACIÓN Y AGREACIÓN SEXUAL
CONTRA NIÑOS EN EL AÑO 2018.
EN LOS 22 DEPARTAMENTOS
EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

589 DENUNCIAS POR DELITOS DE
VIOLACIÓN Y AGREACIÓN SEXUAL
CONTRA NIÑOS EN EL AÑO 2018.
EN LOS 22 DEPARTAMENTOS
EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

Se presentan dos opciones con una maquetación sencilla y otra utilizando (tendencia tipográfica Maxi tipografía y tipografía de contorno) dándole un poco más de detalle y a su vez, más limpio, ordenando y teniendo el protagonismo.

NIVEL 3 VALIDACIÓN

GRUPO OBJETIVO

Se realizó una encuesta digital de formularios de Google al grupo objetivo para ver su aceptación sobre el color, composición y tipografía.

Violencia **VIOLENCIA**

HELVETICA

Violencia **VIOLENCIA**

AVENIR

Violencia **VIOLENCIA**

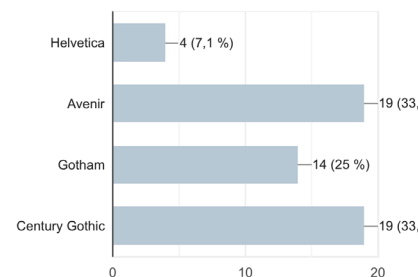
GOTHAM

Violencia **VIOLENCIA**

CENTURY GOTHIC

¿Qué tipografía es de su agrado?

56 respuestas

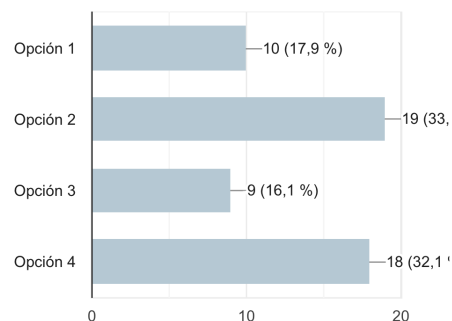


Tenemos Helvetica, Avenir, Gotham y Century Gothic. Estas 4 tipografías tienen una amplia familia tipográfica con la cual se pueden jugar con sus distintas variaciones. El grupo objetivo indicó que las tipografías que son de su agrado son la tipografía AVENIR y CENTURY GOTHIC.



¿Qué paleta de color es de su preferencia?

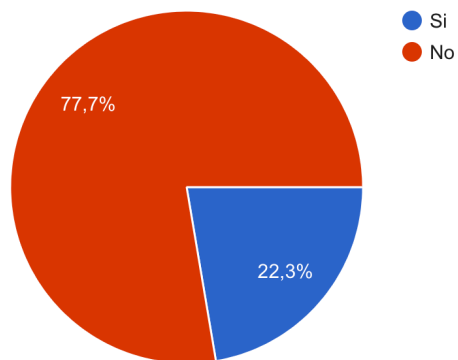
56 respuestas



Teniendo una gama de colores neutros combinados en cálidos y fríos. El grupo objetivo eligió la opción 2 y opción 4. Entre las paletas de color de su agrado.

Conoce usted a algún hombre que haya sido víctima de violencia sexual

94 respuestas

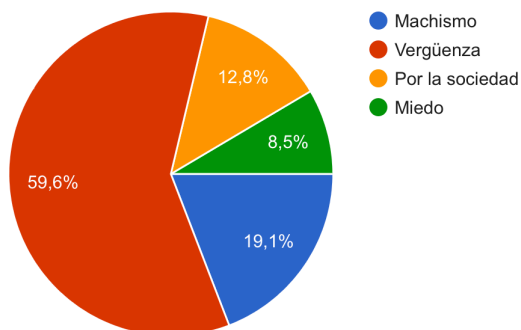


El grupo objetivo con el **22,3 % (21 personas)** indicaron que conocen a un hombre víctima de violencia sexual. Esto confirma que sí existe esta problemática; sin embargo, sigue sin tocarse el tema.

¿Cuál cree que es una de las principales causas por la que un hombre no habla de ser víctima de violencia sexual?



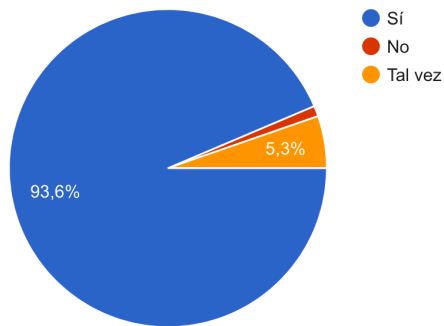
94 respuestas



Existen diversas razones por las cuales los hombres no hablan de esta problemática, entre las principales, con un **59,6 % (56 personas)** cree que por vergüenza, por la sociedad en la que vivimos, la manera de crianza de cada persona, entre otras.

Considera que es importante que se exista más información para la prevención de la violencia sexual en varones

94 respuestas



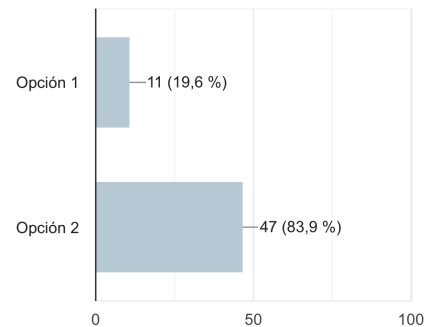
El grupo objetivo, el **93,6 % (88 personas)** indicaron que sí es importante que exista más información para que se prevenga la violencia sexual en varones.

¿Cuál consideras que está ordenada y lees sin dificultad? *



¿Cuál consideras que está ordenada y lees sin dificultad?

56 respuestas



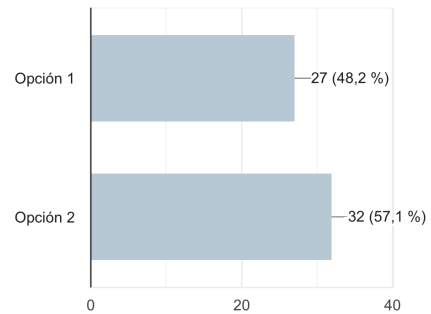
Los encuestados indicaron que tiene el peso visual en la opción 2 y que es mejor que la opción 1, por diversas cuestiones, podría entender tipografía y la estética de la fotografía.

¿Cuál te detendría a leer? *



¿Cuál te detendría a leer?

56 respuestas



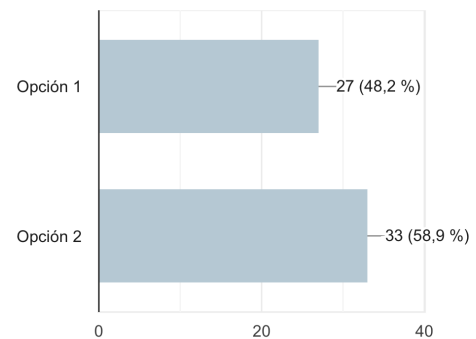
El grupo objetivo indica que sí se detendría a leer el afiche, se puede observar que se tiene a una mujer versus un niño, ambos afiches son muy similares, pero ellos sí determinan que les llama la atención por el tema que se está tratando.

¿Cuál te llama más la atención? *



¿Cuál te llama más la atención?

56 respuestas



Ambos afiches representa el abuso entre hombres y mujeres, el grupo objetivo indicó que le llama la atención la opción 2, puede ser el tipo de la fotografía, la iluminación, la expresión, entre otras características.

EVALUACIÓN



PROPUESTA FINAL

Según las validaciones realizadas al grupo objetivo y expertos en el tema, estos fueron los cambios que se realizaron en la propuesta final.

PRESENTACIÓN FINAL

DE LAS PIEZAS DISEÑADAS

De acuerdo al desarrollo y conclusión de los niveles de visualización anteriores, se procedió a mostrar la versión final de la gráfica.

PROPUESTA FINAL

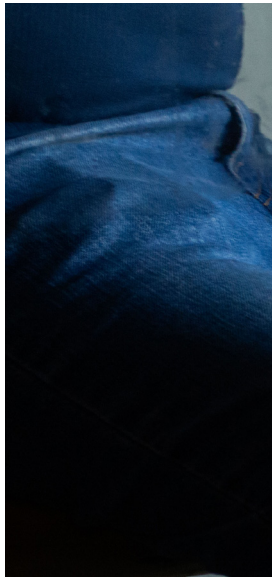
El concepto creativo se basó en *“No te avergüences, a todos nos puede pasar”*, en alusión a que todos estamos propensos a sufrir de abuso sexual, no por ser varón te encuentras a salvo de que te suceda. Ya que en las entrevistas, muchos hombres hicieron ese comentario y casi la misma expresión facial diciendo *“Nunca me va a pasar”*. Muchos hombres se sienten humillados, tristes e inseguros tras haber sufrido de abuso sexual, esa misma vergüenza hace que no realicen sus denuncias correspondientes, por el simple hecho del “qué dirán”, o bien si les van a creer.

A continuación, se presentan las piezas que se utilizarán en la campaña, se intentó hacer una pequeña representación de posibles hechos que pueden o han sufrido las víctimas (sin mostrar rostros, por protección). Utilizando la tendencia en fotografía “causas sociales”, con este tipo de fotografía se considera que será de gran impacto a nivel social, dando a conocer desde otro punto de vista lo que no se ve y sufren las víctimas de abuso sexual.

Se da una perspectiva cruda, con un mensaje muy fuerte visualmente, para que se comprenda a simple vista.













LINEAMIENTOS

PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA

En la siguiente presentación encontrará de forma detallada, como se diseñó la propuesta gráfica de la campaña. Tomando en cuenta las medidas para publicaciones de las diferentes redes sociales que son utilizadas por Fundación Sobrevivientes, que se implementará para informar a padres de familia, niños y adolescentes para erradicar la violencia sexual en varones.



FACEBOOK

Para esta red social tendremos disposición de cuatro medidas para las publicaciones.



Fundación Sobrevivientes

Today at 19:33 · 🌐

La violencia sexual contra varones es una realidad en Guatemala. Denúnciala a teléfonos:
110 de [PNCdeGuatemala](#)
... [Ver más](#)



👍 Like

💬 Comment

➦ Share

👍❤️😱 1.035

Write something...



Portada

Publicación cuadrada

Publicación horizontal

Publicación con enlace

Publicación cuadrada
851px*315px



Plantilla portada
851px*315px



Publicación con enlace
1200px*630px



Publicación horizontal
1200px*1220px

VISUALIZACIÓN

The image shows a screenshot of the Facebook profile for Fundación Sobrevivientes. The profile header includes the name 'Fundación Sobrevivientes', a verified badge, and a 'Contact Us' button. The cover photo features a teddy bear lying on the floor with the text 'VIOLENCIA SEXUAL EN YARONÉS' and the Fundación Sobrevivientes logo. The profile picture is a circular logo with a dollar sign and the text 'Fundación Sobrevivientes'.

Descripción

- Contribuir a erradicar la violencia contra las mujeres, la niñez y la adolescencia en todas sus formas, a través del combate a la impunidad.
- A 18228 personas les gusta esto
- 36.5M personas siguen esto
- Evites
- Info: www.sobrevivientes.org
- info@fundacion.sobrevivientes.org
- Organización sin fines

Photos

Privacy · Policy · Advertising · Help/About Us · Cookies · More

© 2008

Post:

Fundación Sobrevivientes
35 mins · 9

#ViolenciaSexualEnYarones
La agresión sexual en niñas, adolescentes y adultos es una problemática alarmante.

95 CASOS DE AGRESIÓN SEXUAL SE REGISTRARON EN EL DEPARTAMENTO DE CAUCA

Fundación Sobrevivientes

12 comments · 200 shares

Like · Comment · Share · More

View comments · Dislike

Write a comment...

INSTAGRAM

Para esta red social tendremos a nuestra disposición seis medidas para las publicaciones.



Post cuadrado

Imagen horizontal

Imagen vertical

Historia

Video

Anuncios

Publicación cuadrada
1080px*1080px



Historias e Instagram Tv
750px*1334



Anuncios
1080px*1080px



Post cuadrado
1080px*1080px



Imagen vertical
1080px*1350px



Video
640px*640px



Post cuadrado
1080px*556px

VISUALIZACIÓN

295 posts **695** followers **61** followings

Follow

Fundación Sobrevivientes

Somos una organización no lucrativa, brindamos apoyo legal, psicológico y social a mujeres, niñez y adolescencia víctimas de violencia.
sobrevivientes.org
Fundación Sobrevivientes, Guatemala, Guatemala City

Violencia... Ciclo viole... 8 Marzo Cambios p...

95 CASOS DE AGRESIÓN SEXUAL SE REGISTRARON EN EL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

539 DENUNCIAS POR VIOLACIONES CONTRA NIÑOS EN EL AÑO 2014 EN LOS 22 DEPARTAMENTOS DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

PRE-ADOLESCENTES Y ADOLESCENTES:
En algunos pre-adolescentes y adolescentes los indicadores son parecidos a los que aplican en niños, además se mencionan los siguientes:
SE MANTIENEN AISLADOS A LOS DEMÁS
• Están a solas por el espacio o quiere estar a solas con una persona en particular.
• Cansado de ir a la escuela.
FALTA DE ACTIVIDAD EXPLORATORIA
• Rechazo al recibir ayuda.
• Interés en sentirse o hacer cosas.

DESDE EL 12 DE MAYO SE BRINDARÁ ATENCIÓN AL PÚBLICO
En horario de 8:00 a 14:00 Hrs. de lunes a viernes
PRESENTARSE SOLAMENTE LA PERSONA INTERESADA
Hemos previsto la protección de todos. Pedimos su colaboración.

MADRE
Gracias por tu compromiso, dedicación, sensibilidad y coraje

EFFECTOS EN NIÑOS...
cometidos en contra de niños, niñas y adolescentes ahora son conocidos en el...

1 9 5

TWITTER

Para esta red social tendremos a nuestra disposición tres medidas para las publicaciones.

Imagen de portada

Post de imagen

Post de *link*



Imagen de portada
1500px*500px



Post de imagen
1024px*512px



Post de *link*
520px*254px

COSTOS

DEL DISEÑO

Con el trabajo empleado se realizó una visualización de los costos de diseño desarrollado, se tomó en cuenta desde el proceso de diagnóstico hasta la validación de las piezas gráficas, lo cual ayuda a brindar la importancia del trabajo hecho como diseñador gráfico.

Los costos del diseño fueron proyectados teniendo como referencia un salario de Q4,500.00 y un costo por hora de Q30.00; a continuación se verán detallados los costos.

Desarrollo del proyecto	Horas	Costo
Investigación	86 hrs	Q. 2,580.00
Planeación operativa	15 hrs	Q. 1,500.00
Definición Creativa	40 hrs	Q. 1,200.00
Producción Gráfica	105 hrs	Q. 2,000.00
Validación de la gráfica	30 hrs	Q. 1,000.00
Elaboración de artes Finales	85 hrs	Q. 2,500.00
Fotografía	6 hrs	Q.2,000.00
Subtotal estimado	367 hrs	Q. 12,780.00
Insumos utilizados		Q. 2,725.00
Costo total		Q. 15,505.00

Fuente: elaboración propia, octubre de 2019

COSTOS

DEL REPRODUCCIÓN

Asimismo, se procedió a establecer la cotización y cálculo de los costos de reproducción del diseño, como lo es la depreciación de el equipo utilizado para la realización del proyecto.

Desarrollo del proyecto

Depreciación de computadora	Q. 83,325.00
Depreciación de cámara	Q. 44,440.00
Parqueos	Q. 350.00
Gasolina	Q. 275.00
Insumos utilizados	Q. 128,390.00

Fuente: elaboración propia, octubre de 2019

LECCI

CAPÍTULO

7

IONES APRENDIDAS

LECCIONES APRENDIDAS

Durante el desarrollo del proyecto se lograron concretar nuevos aprendizajes y conocimientos desconocidos antes de realizar este proyecto, también reforzó la importancia de cada fase que se realizó, ayudó para el profesionalismo y experiencia como diseñadora gráfica, se presentarán las lecciones aprendidas.

- Con el desarrollo eficiente de las características del perfil del grupo objetivo sirvió para la definición gráfica del proyecto, se aprendió de los referentes visuales, la conceptualización y premisas de diseño que se tomaron en cuenta las características psicográficas, geográficas, socioeconómicas, etcétera.
- El contar con un banco de datos de información institucional al alcance del diseñador gráfico, ayudan al desarrollo efectivo del proyecto.
- La definición de costos y que estuvieran de la mano con en el flujograma desarrollado brindó una visualización del camino a seguir para el desarrollo del proyecto, se aprendió debido a la preparación del mismo.

CONCLUSIONES

CAPÍTULO

8

CONCLUSIONES

Las conclusiones muestran si los objetivos propuestos al inicio del mismo se cumplieron o no, o en otro caso si se logró para completarse en su totalidad o requiere de más tiempo.

A continuación los resultados de la investigación.

- Partiendo de los resultados de la validación con los grupos objetivos del proyecto, siendo estos totalmente positivos, se deduce que el desarrollo de la campaña social, puesto que la validación de todo el material gráfico fueron validados aspectos de legibilidad, distinción, comprensión de conceptos y comunicación visual; concordando en que se logró realizar los identificadores gráficos de su filosofía, alcanzando el objetivo de diseño del proyecto.
- El objetivo general también se considera alcanzado, a nivel de su afluencia actual, el mejorar la calidad de vida de las personas.



REC

CAPÍTULO

9

128

COMENDACIONES

RECOMENDACIONES

Según las experiencias que se obtuvieron durante el desarrollo del proyecto, se indica lo siguiente:

- Cuando alguna fundación o asociación requieran de un material o proyecto de diseño gráfico, busquen un especialista en el tema o área, para que esta persona pueda asesorarlos de una mejor manera y abordar el tema o problema con propiedad, de esta forma lograrán tener un proceso eficaz y obtener mejores resultados.
- Para conseguir mejores resultados al momento de realizar el proyecto de graduación es importante desarrollar un cronograma de actividades y que estas se respeten a lo largo del proceso. El proyecto posee varias actividades y por ende no se debe caer en la desorganización, situación que muchas veces pasa. Es importante el ordenar las prioridades, de esta forma se logrará realizar todo lo planificado en el cronograma.
- Los días que se tenga que asistir de forma presencial a la Universidad para asesorías, clase de proyecto de graduación y Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) deben realizarse el mismo día, ya que esas actividades en conjunto tienen mayores resultados y resuelven muchas dudas para abordar de mejor manera este proceso. Se podría implementar de mejor manera las asesorías por medio de internet o bien en conferencias en línea, puesto que se han realizado con anterioridad para no atrasarse con dudas y no aplazar los procesos.

FUENTES CONSULT

TADAS

CAPÍTULO

10

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Batres Méndez, Gioconda. Tercera edición (2017), *Tratamiento para adolescentes víctimas de abuso sexual*. San José, Costa Rica: Editorial Perro Azul.

PUBLICACIONES

En Guatemala se presentan 29 denuncias diarias por violencia sexual, acceso 06 de septiembre de 2019, <https://elperiodico.com.gt/nacion/2019/06/27/en-guatemala-se-presentan-29-denuncias-diaras-por-violencia-sexual/>

Julio E. Santos (2017) *Guatemala registra 16 denuncias de violaciones sexuales al día*. Recuperado de: <https://elperiodico.com.gt/nacion/2017/07/09/guatemala-registra-16-denuncias-de-violaciones-sexuales-al-dia/>

Sorprende lo común que son los abusos sexuales a menores en Guatemala, dice jugador de la NFL, acceso 08 de septiembre de 2019, <https://nomada.gt/pais/actualidad/sorprende-lo-comun-que-son-los-abusos-sexuales-a-menores-en-guatemala-dice-jugador-de-la-nfl/>

Super User (2018). *Violación sexual de menores*. Instituto Nacional de Ciencias Forenses de Guatemala (INACIF). Recuperado de: <http://www.inacif.gob.gt/index.php/therapies/k2-blog/item/28-violacion-sexual-de-menores>

Rojas, Alex. (2016). *Guatemala registra hasta 22 violaciones sexuales al día*. *Prensa Libre*. Recuperado de <https://m.prensali-bre.com/guatemala/comunitario/guatemala-registra-hasta-22-violaciones-sexuales-al-dia>

PÁGINAS WEB

Castañon, Mariela. (2018). *Violaciones sexuales contra hombres: “Fui violado al ser invitado a jugar PlayStation”*. La Hora. Recuperado de: <https://lahora.gt/violaciones-sexuales-contra-hombres-fui-violado-al-ser-invitado-a-jugar-playstation/>

Código Penal de Guatemala, acceso 06 de septiembre de 2019, https://www.un.org/depts/los/LEGISLATIONANDTREATIES/PDF-FILES/GTM_codigo_penal.pdf

Congreso de la República de Guatemala (1973). *Código Penal*. Guatemala, Guatemala.

Concepto de diseño, acceso 09 de septiembre de 2019, <https://concepto.de/disenio/>

Definición de campaña social, acceso 09 de septiembre de 2019, <https://conceptoydefinicion.com/campana-social/>

Díez, Pablo. (2017). *El tabú sobre las agresiones sexuales a los hombres*. EsGlobal. Recuperado de: <https://www.esglobal.org/tabulas-agresiones-sexuales-los-hombres/>

Gobierno de Guatemala (2019) *Estadística*. Recuperado de: <https://www.svet.gob.gt/estadistica>

Mas de 5,600 menos en Guatemala sufrieron violencia física y sexual en 2017, acceso 10 de septiembre de 2019, <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/mas-de-5-600-menores-en-guatemala-sufrieron-violencia-fisica-y-sexual-2017/20000013-3510493>

Mi Scielo (2006). *Valoración médica de la sospecha de abuso sexual en personas menores de edad. A propósito del estudio de tres casos*. Recuperado de: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-76062006000100005

Qué es la comunicación. Acceso 09 de septiembre de 2019, <https://concepto.de/que-es-la-comunicacion/>

Ramas del diseño gráfico, acceso 09 de septiembre de 2019, <https://blog.ucq.edu.mx/ramas-diseño-gráfico>

Sobre la violencia sexual en hombres, acceso 06 de septiembre de 2019, <https://www.woar.org/violencia-sexual-contra-hombres/?lang=es>

Wilwood, Dez. (n/a). *Abuso sexual de hombres y niños*. Euro-PRO-FEM - The European Men Profeminist Network. Recuperado de: http://www.europrofem.org/contri/2_05_es/es-sex/01es_sex.htm

CAPÍTULO

11

138

GLOSARIO

GLOSARIO

Cognitivo

Es aquello que pertenece o que esta relacionado al conocimiento. Este, a su vez, es un cúmulo de información que se dispone gracias a un proceso de aprendizaje o la experiencia. [Definición de 2019]

Conceptualización

Se entiende por conceptualización la representación de una idea abstracta en un concepto; surge de los conocimientos generales que se poseen sobre diversos temas. (Significados, 2019)

Metodología

El término metodología se define como el grupo de mecanismos o procedimientos racionales, empleados para el logro de un objetivo, o serie de objetivos que dirige una investigación. Este término se encuentra vinculado directamente con la ciencia; sin embargo, la metodología puede presentarse en otras áreas como la educativa, en donde se encuentra la metodología didáctica o la jurídica en el derecho. (Concepto, Definición, 2019)

Grupo objetivo

Es una noción que se emplea en el ámbito de marketing y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo ideal al cual se dirige una campaña o al comprador que se aspira a seducir con un producto o servicio. (Definición de 2019)

ANEXOS

CAPÍTULO

12

5

Med

No cuentan con sistemas
que evalúen el desempeño

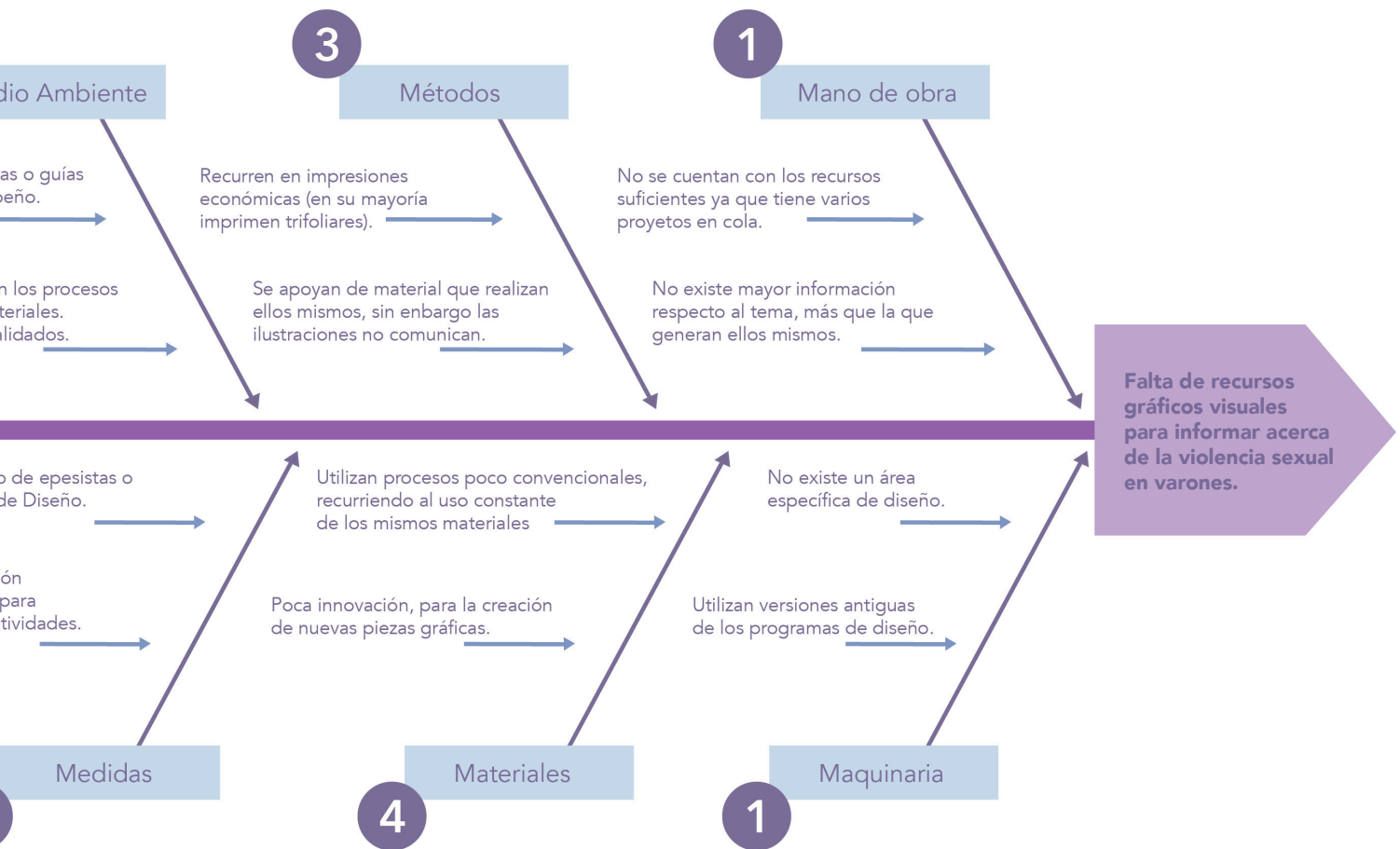
Se complican cosas
para generar más
Efectivamente van

Buscan apoyo
practicantes

Mejor la comunicación
por distintos medios
difundir talleres y ac

6

DIAGRAMA DE ISHIKAWA



Fuente: Elaboración propia, Diagrama de Ishikawa. Agosto de 2019



Diseño y estrategia de Campaña Social, para informar y prevenir a padres de familia, niños y adolescentes acerca de la Violencia Sexual en Varones.

Esta encuesta pretende medir cuán importante es la comunicación de una campaña social, para sensibilizar, ayudar al desarrollo e informar a las personas, que conozcan acerca de la violencia sexual de varones en Guatemala. Los datos servirán de ayuda para validación y poder desarrollar el proyecto de Graduación.

*Obligatorio

Correo *

Tu dirección de correo electrónico



1er. Nivel de Validación

En las siguiente preguntas se quiere conocer un poco más al grupo objetivo. Gracias por tu ayuda :)

*Obligatorio

¿Qué paleta de color es de su preferencia? *



ENCUESTAS

USADAS EN EL PROCESO

3er. Nivel de Validación

En las siguiente preguntas se quiere conocer la opinión de profesionales (psicología, diseño y leyes) Gracias por tu ayuda :)

*Obligatorio

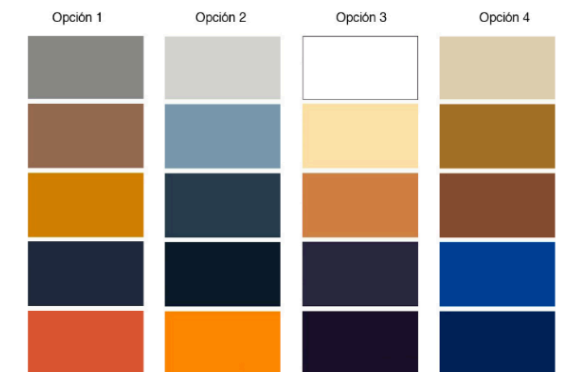
Nombre Completo *

Tu respuesta

Profesión, de que Universidad egreso *

Tu respuesta

¿Qué paleta de color es de su preferencia? *



- Opción 1
- Opción 2
- Opción 3
- Opción 4

¿Qué tipografía es de su agrado? *


Violencia **VIOLENCIA**
HELVETICA

VALIDACIÓN

EXPERTOS EN EL TEMA



COTIZACIONES

					5a. Av. 6-39, Zona 14, Col El Campo, Cond. Las Plazas				
MMS COMUNICACIONES, S.A.					Presupuesto 100020-2019				
Dirigido a:			Fecha:		30-Oct-19				
Empresa: Jenn Quiñonez			Correlativo:						
Producto:			Encargado:						
Campania: Institucional			Área:						
Versión: Material Digital			Tipo Cambio		7.7				
					REV.				
Dirigido a:					VALOR TOTAL				
Cantidad				días	VALOR UNIT.	QUETZALES	DÓLARES		
PROMOCIONALES									
5	Desarrollo de contenido digital				Q 300.00	Q 1,500.00	\$ 194.81		
25	Horas hombre, para generación de contenido y diseño				Q 300.00	Q 7,500.00	\$ 974.03		
	Crédito de 30 días					Q -	\$ -		
SUB TOTAL						Q 9,000.00	\$ 1,168.83		
COMISIÓN DE AGENCIA 17.65%						Q -			
IVA						Q 1,080.00			
Timbre de Prensa						Q 45.00			
TOTAL						Q 10,125.00	\$ 1,314.94		
IMPORTANTE:									
OBSERVACIONES:									
1. Al anular este presupuesto total o parcialmente, después de ser aprobado, el cliente deberá cancelar el valor de los gastos incurridos hasta la fecha. 2. Todo cambio no contemplado se cobrará o cotizará adicionalmente. 3. La aprobación de este presupuesto conlleva la aceptación de estas condiciones. 4. Los costos anteriores incluyen impuestos. 5. Este presupuesto puede variar hasta un 20%. Y está sujeto a revisiones según condiciones, negociaciones y recálculos. 6. El valor de esta cotización está sujeta a revisión si al momento de recibir el material hay cambios en cualquiera de las especificaciones presupuestadas. 7. Costos sujetos a cambios sin previo aviso. 8. Se requiere Orden de Compra para confirmar el proyecto. 9. Logos y artes finales proporcionados por el cliente.									
Para uso Interno de MMS, Comunicaciones Guatemala,S.A									
Proveedor:									
No. Factura Proveedor:									
Vo.Bo. Responsable					Recibido Contabilidad				
Aprobación Cliente					Fecha:				
					Recibido por:				



Guatemala, 08 de octubre de 2019

**Señorita
Jennifer Quiñonez
Presente.**

Estimada Jennifer,

De la manera más atenta me dirijo a usted para saludarle y a la vez someter a su consideración, la siguiente cotización para paquete de contenido en redes sociales,

Cantidad	Descripción	Total
1	Paquete de 08 artes gráficos para campaña digital, distribuidos según planificación del cliente durante 1 mes.	Q. 1,350.00
1	Paquete de 12 artes gráficos para campaña digital, distribuidos según planificación del cliente durante 1 mes.	Q. 2,025.00
1	Paquete de 10 artes gráficos para campaña digital, distribuidos según planificación del cliente durante 1 mes + Compra de 02 pautas en Facebook Ads en fechas y segmentación a conveniencia del cliente.	Q. 3,175.00

***Precios incluyen impuestos**

Sin otro particular, más que agradecer la atención brindada.

Cordialmente,

CARTAS

AUTORIZACIÓN

A quien corresponda:

A través de la firma de autorización en este formato, otorgamos el permiso correspondiente para toma de fotografías a nuestro hijo, dichas fotografías le servirán a la **Srita. Jennifer Marleny Quiñonez Pocón** que se identifica con **DPI 2204 12898 0101** que serán de uso para su **Proyecto de Graduación de la Universidad** siendo esta una Campaña Social, para la reproducción, exhibición y difusión en **redes sociales para Fundación Sobrevivientes**. Dichas fotografías fueron tomadas por la Srita. Quiñonez en nuestra presencia, donde ella nos detalló para que servirían las fotografías y siempre cuidó la identidad de nuestros hijos, en las cuales no se muestra rostros por protección de los mismos.

Confirmando que estas imágenes fueron tomadas con nuestro total conocimiento y consentimiento. Confirmamos que somos los tutores legales del niño y por lo tanto ratificamos nuestro permiso para la autorización.


Sin más que agregar.

Atentamente,



Ana María Figueroa Oliva de López

DPI 2390 67509 0101




Carlos López Rodenas

A quien corresponda:

A través de la firma de autorización en este formato, otorgamos el permiso correspondiente para toma de fotografías a nuestro hijo, dichas fotografías le servirán a la **Srita. Jennifer Marleny Quiñonez Pocón** que se identifica con el No. **DPI 2204 12898 0101** que serán de uso para su **Proyecto de Graduación de la Universidad** siendo esta una Campaña Social, para la reproducción, exhibición y difusión **en redes sociales para Fundación Sobrevivientes**. Dichas fotografías fueron tomadas por la Srita. Quiñonez en nuestra presencia, donde ella nos detallo para que servirían las fotografías y siempre cuidó la identidad de nuestro hijo, en las cuales no se muestra rostro por protección de l mismo.

Confirmo que estas imágenes fueron tomadas con nuestro total conocimiento y consentimiento. Confirmamos que somos los tutores legales del niño y por lo tanto ratificamos nuestro permiso para la autorización.

Sin más que agregar.
Atentamente,



Inés Alejandra Flores Valladares de Molina
DPI 1638 54904 0101



Gerardo Gabriel Molina Quevedo
DPI 1601 81755 0101

Rosa Amelia González Domínguez
Licenciada en Letras
Email: rosgon@yahoo.es
Teléfono: 56961166

Guatemala, 23 de julio de 2021

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación: **Diseño de campaña social para informar a padres de familia, niños y adolescentes acerca de la prevención de la violencia sexual en varones, para Fundación Sobrevivientes**, de la estudiante: **Jennifer Marleny Quiñonez Pocón** de la Facultad de Arquitectura, carne universitario **201408074**, previamente a conferírsele el título de **diseñadora gráfica** en el grado académico de **licenciada**.

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.



Rosa Amelia González Domínguez
LICENCIADA EN LETRAS
Colegiado No. 5284

Rosa Amelia González Domínguez
Número de colegiado: 5284

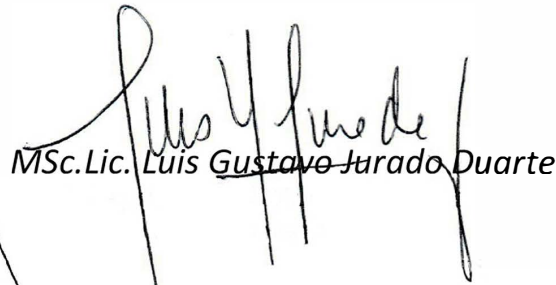
Diseño de campaña social para informar a padres, niños y adolescentes acerca de la prevención de la violencia sexual en varones, para Fundación Sobrevivientes

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Jennifer Marleny Quiñonez Pocón

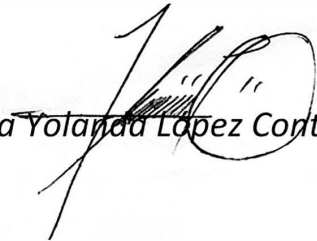
Asesorado por:



MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte



Lic. Stuardo Alberto Samayoa Díaz



Licda. Irma Yolanda López Contreras

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos

Decano



Es un tema del que casi no se habla, está prácticamente invisibilizado por factores culturales, por ser menos frecuente, menos severo y por vincularse con un maltrato hacia la mujer, pero no quiere decir que no existe.