

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

"Desarrollo de material audiovisual para fomentar la educación sexual en las áreas rurales de Guatemala con la Asociación Alas."

PROYECTO DE GRADO

**GERARDO ANDRÉS PALENCIA MORALES**  
CARNET 12655-14

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, AGOSTO DE 2018  
CAMPUS CENTRAL

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**  
**LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO**

"Desarrollo de material audiovisual para fomentar la educación sexual en las áreas rurales de Guatemala con la Asociación Alas."

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR  
**GERARDO ANDRÉS PALENCIA MORALES**

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, AGOSTO DE 2018  
CAMPUS CENTRAL



## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.  
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO  
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO  
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS  
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO  
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ  
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ  
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

## **NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

LIC. ANA ISABEL CAHUEX SOLANO

## **TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**

LIC. JOSÉ ALEJANDRO RAMÍREZ PINEDA  
LIC. JOSÉ PABLO ANLEU DE LEÓN  
LIC. ROBERTO ADOLFO SACASA OCAMPO

# Carta de asesor



Facultad de Arquitectura y Diseño  
Departamento de Diseño Gráfico  
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. DG.137-2018

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de  
Arquitectura y Diseño a los veintitrés días del mes de mayo  
de dos mil dieciocho.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **GERARDO ANDRÉS PALENCIA MORALES**, carné **1265514**, cumplió con los requerimientos del curso de Proyecto de Grado en Diseño Gráfico.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Presentación de Proyecto de Grado, previo a optar al grado académico de Licenciado(a).

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ana Isabel Cahyex Solano', written in a cursive style.

Lic. Ana Isabel Cahyex Solano  
ASESOR DE PROYECTO

# Orden de Impresión



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
No. 031352-2018

## Orden de Impresión

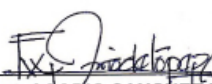
De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado del estudiante GERARDO ANDRÉS PALENCIA MORALES, Carnet 12655-14 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0389-2018 de fecha 7 de agosto de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"Desarrollo de material audiovisual para fomentar la educación sexual en las áreas rurales de Guatemala con la Asociación Alas."

Previo a conferírsele el título de DISEÑADOR GRÁFICO en el grado académico de LICENCIADO.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 7 días del mes de agosto del año 2018.



  
MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA  
ARQUITECTURA Y DISEÑO  
Universidad Rafael Landívar

# 00 ÍNDICE

00. Introducción.....	04
-----------------------	----

## Gestión de la estrategia de diseño

01. Familiarización con el cliente y proyecto.....	07
02. Comprensión y definición de la necesidad.....	11
03. Definición del objetivo.....	14
04. Marco de referencia.....	17
04.1 Recopilación y profundización de la información del cliente	
04.2 Análisis de competencia	
04.3 Análisis de antecedentes gráficos	
04.4 Recopilación de información del tema	
05. Contenido teórico de diseño.....	51
06. Comprensión del grupo objetivo.....	81
06.1 Perfil geográfico	
06.2 Perfil demográfico	
06.3 Perfil Psicográfico	

## Gestión del proceso de diseño

07. Contenido del material gráfico.....	89
08. Diseño del concepto.....	99
09. Codificación del concepto.....	119
10. Planeación estratégica de medios.....	125
10.1 Selección de las pieza	
10.2 Fases estratégicas de comunicación	
11. Proceso de bocetaje.....	131
12. Validación técnica del diseño preliminar.....	189
12.1 Cambios realizados en las piezas	

## Gestión de la implementación de diseño

13. Propuesta final e implementación.....	208
14. Producción y reproducción.....	244
15. Conclusiones y recomendaciones.....	250
16. Referencias.....	254
17. Anexos.....	260

# RESUMEN

El presente trabajo escrito consta del desarrollo de la estrategia creativa y material audiovisual para la asociación Alas de Guatemala, quien se dedica a promover la educación sexual en áreas rurales mediante jornadas de salud, talleres, charlas y actividades recreativas, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

La finalidad del proyecto fue crear una serie de vídeos informativos acerca de métodos de planificación familiar, que sirvan de apoyo visual en las jornadas de salud que realiza la asociación, explicando mediante gráficos animados, los procesos, efectos y beneficios que conllevan la utilización de dichos métodos.

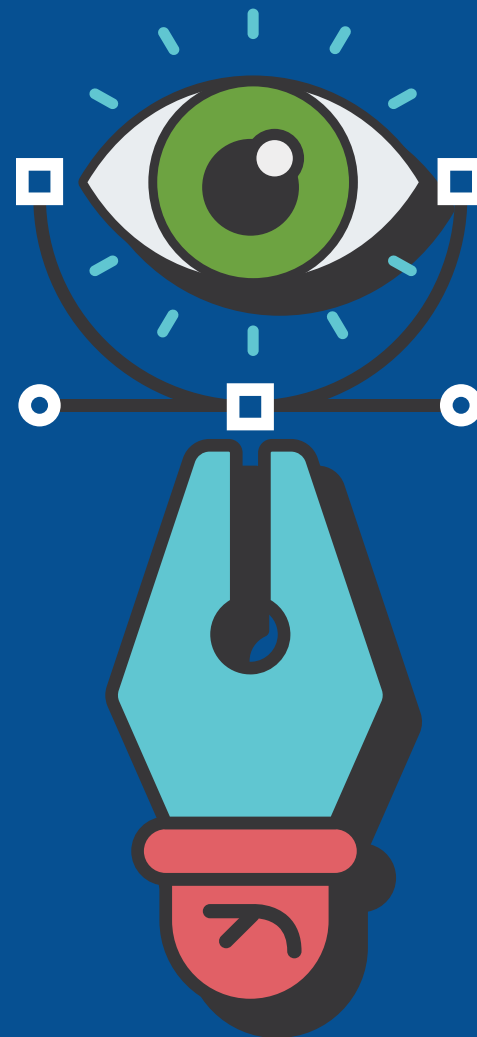
De esta forma, se logra mejorar el canal comunicacional entre Alas y su grupo objetivo y con ello difundir a mayor escala la educación sexual en Guatemala.



Desarrollo de  
**MATERIAL AUDIOVISUAL**  
para fomentar la  
**EDUCACIÓN SEXUAL**  
en las áreas rurales de  
**GUATEMALA**  
con la asociación Alas

Universidad Rafael Landívar  
Facultad de Arquitectura y Diseño  
Licenciatura en Diseño Gráfico  
Proyecto de grado

Gerardo A. Palencia Morales  
1265514



# INTRODUCCIÓN

En Guatemala, la carencia de recursos y educación son de los factores que alimentan la pobreza en el país, ya que hay un constante crecimiento poblacional, que lleva a las familias en áreas rurales a invertir sus pocos ingresos en cada vez más integrantes, lo cual desata más problemas como la desnutrición o la explotación infantil.

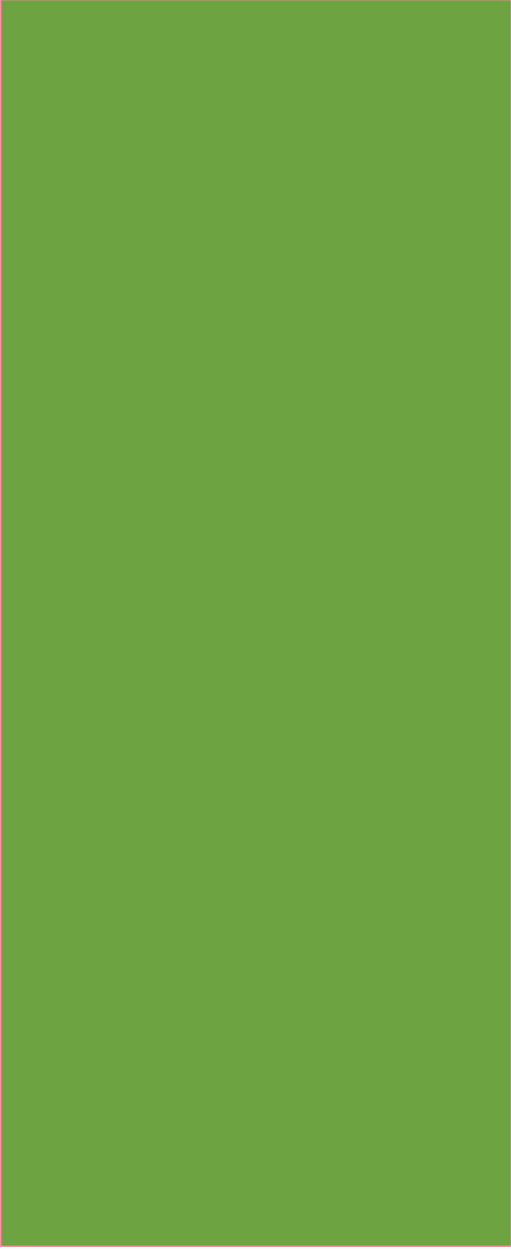
La asociación Alas de Guatemala, es de las pocas entidades internacionalmente reconocidas que se dedica a promover la salud y educación sexual en el territorio guatemalteco, enfocándose en las áreas rurales. Mediante sus servicios y alianzas con otras instituciones como APROFAM, la asociación ha logrado mejorar la calidad de vida de miles de guatemaltecos al instruirlos con el conocimiento que imparten en sus jornadas de salud y los servicios de bajo o nulo costo que dan en las mismas.

Las personas al involucrarse con Alas, se vuelven conscientes de sus opciones de vida ya que aprenden a llevar una vida sexual saludable y a realizar su planificación familiar eficientemente, lo que los lleva a poder enfocarse a tener un mejor futuro y desarrollo, en lugar de dedicarse a tener y mantener más hijos de los que realmente desea o puede. Por esto, se decidió desarrollar una propuesta de diseño, ya que al fortalecer su canal de comunicación, la asociación Alas puede llegar a generar un mayor impacto y así, mejorar las vidas de muchas personas más.

A continuación se presenta el desarrollo del proyecto de diseño, con el cual se busca resolver la problemática comunicacional de la asociación.







**01.**

**FAMILIARIZACIÓN**  
con el cliente y el proyecto  
en general

# 01 FAMILIARIZACIÓN DEL CLIENTE

La carencia de educación acerca de la salud sexual y reproductiva es algo que impacta en diversas dimensiones de la humanidad y sus sociedades de forma negativa, afirma la CIPD (1994). Según APROFAM (s.f.) el acceso a información y servicios de salud sexual en Guatemala se ve limitado considerablemente por la alta tasa de pobreza existente en el país, la cual es del 56.7%, conformada en su mayoría por la población indígena que reside en áreas rurales. Dado que el porcentaje de mujeres en edad fértil que utilizan un método de planificación familiar es de apenas el 43.3%, las jóvenes menor educación pueden tener una fecundidad hasta casi seis veces la correspondiente a la de jóvenes con mayores recursos.

Alas, también conocida como Wings, es una asociación no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, fundada en el 2001 y se enfoca en la salud y educación reproductiva en áreas urbanas y rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva (ver anexo 1).

Unsworth (2017) explica que Alas surge en 1999, por Sue Patterson, quien recibió la llamada de una amiga pidiendo ayuda financiera para siete mujeres (cada una con al menos ocho hijos) que querían, de manera voluntaria, ligarse las trompas de falopio, para evitar más embarazos. Sue conmovida por el deseo de estas mujeres de tomar el

control sobre su vida reproductiva y ofrecerles un mejor cuidado a sus hijos, les pidió a sus amigos que hicieran donaciones. La generosidad que encontró y el darse cuenta de la gran necesidad de salud reproductiva y de servicios de planificación familiar en Guatemala inspiraron la idea de fundar Alas.

A partir de su fundación, la asociación Alas brinda educación sexual dentro de establecimientos educativos y a nivel comunitario, fortalecen las capacidades locales de cada comunidad que visitan, incluyendo el Ministerio de Salud del lugar, docentes y técnicos de otras ONG's. Además, proveen servicios de salud sexual y reproductiva (métodos anticonceptivos de corto y largo plazo), anticoncepción quirúrgica voluntaria, prevención de cáncer de cérvix, y tratamiento de infecciones de transmisión sexual.

Cuentan con sedes en el interior del país, en Alta Verapaz, Sololá, Sacatepéquez y Petén, su sede principal se encuentra en Estados Unidos. Según el reporte anual del 2016, lograron impactar la vida de 27,771 mujeres, hombres y jóvenes, a quienes les proporcionaron diversos servicios de salud sexual y reproductiva.





Actualmente están asociados con APROFAM, entidad que les proporciona diferentes materiales de educación sexual, dirigido a las comunidades rurales, con lo que logran aumentar el número de personas beneficiadas.

Su grupo objetivo son jóvenes y adultos en edad reproductiva, residentes tanto en áreas urbanas como rurales, cubriendo 14 departamentos de Guatemala, sin embargo dentro de su target, hacen un mayor énfasis en mujeres de entre 15 y 40 años de escasos recursos, con educación limitada ya que según sus estudios realizados, son quienes presentan mayor necesidad.

La institución no lucrativa APROFAM, quien provee de los mismos servicios que Alas, dando acceso a educación y programas de salud sexual a mujeres y hombres de escasos recursos ubicadas alrededor del país. Reciben donaciones nacionales e internacionales para mantener precios accesibles y promover la planificación familiar.

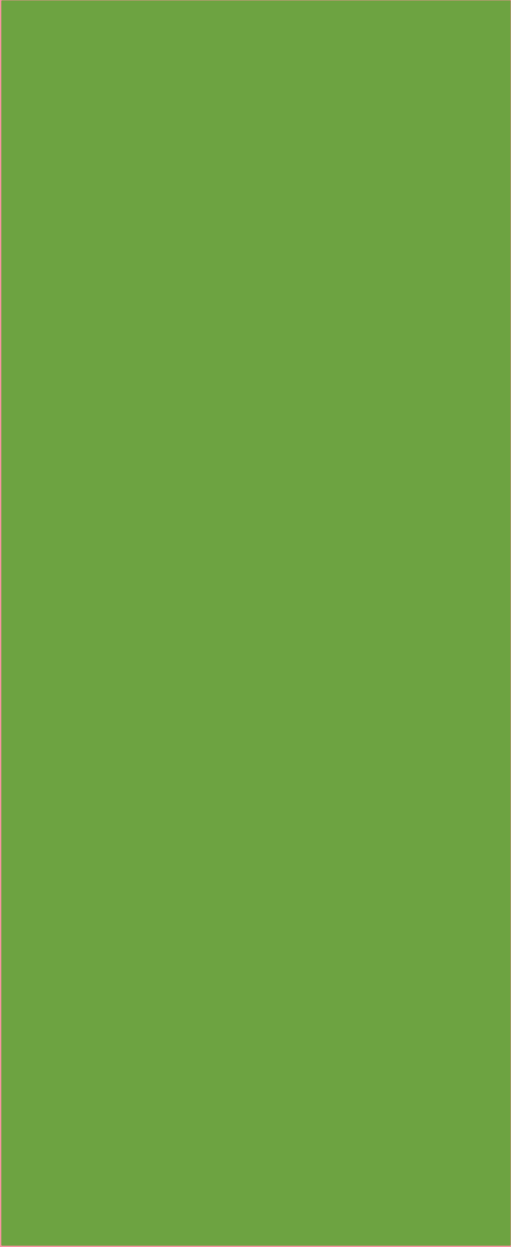
El reto de diseño es desarrollar un material informativo que no requiera de altos niveles de comprensión y análisis, que aborde los temas de salud sexual y reproductiva sin provocar incomodidad, inseguridad o temor en las personas que asisten a las jornadas que lleva a cabo la asociación. La efectividad del proyecto de diseño a realizar será medida mediante el estudio de impacto anual que realiza la asociación, en el que cubre aspectos como

el porcentaje de embarazos no deseados prevenidos, el perfil de los pacientes tratados y el alcance de sus programas y jornadas de salud.

La asociación Alas cuenta con un presupuesto anual aproximado de \$850,000 que recauda mediante de fundaciones y donaciones individuales, del cual invierten alrededor del 80% en sus programas y jornadas de salud sexual y reproductiva, sin embargo no cuentan con un presupuesto de diseño ya que tienen un departamento de comunicación que se encarga de la realización de piezas visuales. Cuentan con clínicas móviles además del apoyo de múltiples centros de salud que prestan sus instalaciones cuando la asociación visita las comunidades en las que se encuentran.

La asociación Alas comenzará a implementar el proyecto en julio del año 2018, a manera de iniciar el segundo ciclo del año utilizando el material en las jornadas de salud e incluirlo en el informe semestral que realizan a final de cada año, donde evalúan y registran el progreso.





02.

Comprensión  
y definición  
del problema  
**NECESIDAD**

## 02 Necesidad

La Asociación Alas es una entidad no lucrativa, dedicada a la educación sexual que está asociada con distintos centros de salud y establecimientos educativos para realizar jornadas de operaciones y métodos anticonceptivos en Guatemala, enfocándose en hombres y mujeres en edad reproductiva de escasos recursos, que residen en las áreas rurales. Debido a la baja educación y nivel de comprensión con la que cuentan dichas personas, a los voluntarios, enfermeros y doctores que participan en las jornadas, se les dificulta abordar de forma apropiada el tema de métodos de planificación familiar, por lo que no logran persuadir a las personas a utilizar los métodos preventivos que ofrecen, por la mala interpretación y comprensión de la información.





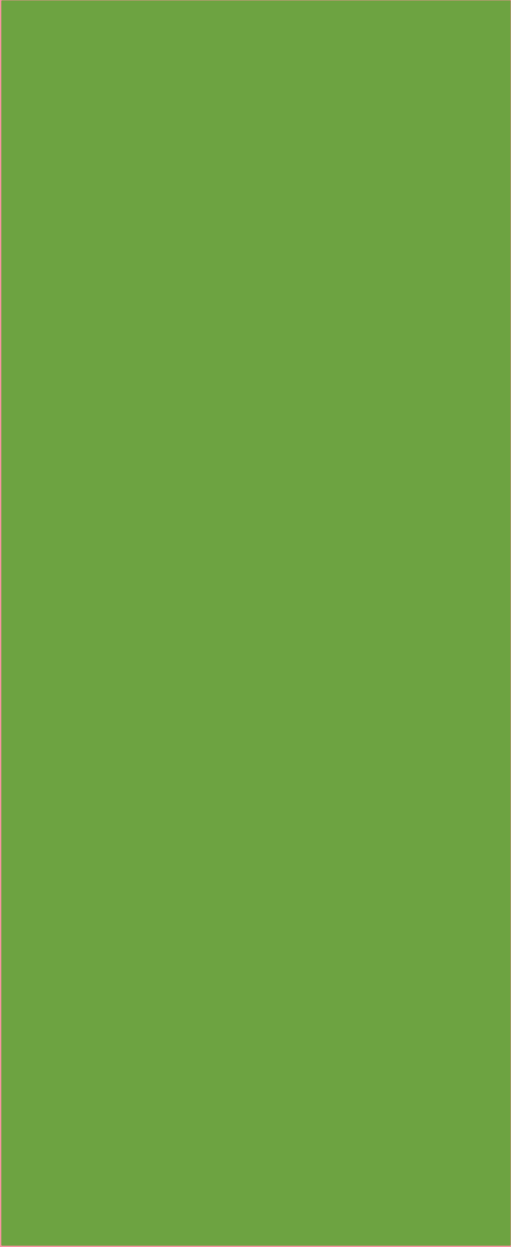
# 03. OBJETIVOS





### 03 OBJETIVO

Crear material audiovisual, que apoye en las charlas de salud sexual y reproductiva, realizadas por la asociación Alas en las áreas rurales de Guatemala, de manera que le faciliten la comprensión de dichos temas a las personas de escasos recursos y baja educación que asisten a las jornadas, sin provocar aversión ni incomodidad o sensaciones negativas.



# 04. Marco de **REFERENCIA**

## 04 MARCO DE REFERENCIA

### Recopilación y profundización de la información del cliente

#### 04.1 Información general del cliente

##### Asociación Alas de Guatemala



Fig. 1. Logotipo de la asociación.

La asociación Alas (2015), explica que es una organización ubicada en La Antigua Guatemala, registrada sin fines de lucro que desde su fundación en 1999 está dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

Alas realiza su trabajo con un enfoque holístico de la salud reproductiva, que reconoce las diversas barreras para ejercer los derechos en el ámbito local e involucra a miembros de la comunidad, incluidas las mujeres y niñas indígenas, donde se garantizan los derechos reproductivos y llevar sus voces a la vanguardia del proceso de toma de decisiones. La asociación brinda educación sexual dentro de establecimientos educativos y a nivel comunitario, fortalecimiento de capacidades locales incluyendo el Ministerio de Salud Local, docentes y técnicos de otras ONGs. Además de servicios de salud sexual y reproductiva: métodos anticonceptivos de corto y largo plazo, anticoncepción quirúrgica voluntaria, prevención de cáncer de cérvix, y tratamiento de infecciones de transmisión sexual. Los servicios de clínica y productos que proveen son los siguientes:



- Ligadura de trompas
- Vasectomía
- Píldoras anticonceptivas
- Píldoras anticonceptivas de emergencia
- Condomes
- Inserción y retiro de Jadelle
- Inserción y retiro de T de cobre (DIU)
- Inyección mensual y trimestral
- IVAA
- Crioterapia
- Tratamientos por infección

No se limitan en servir a la comunidad de escasos ingresos, la población rural e indígena en Guatemala, sino que también ofrecen información y servicios de salud reproductiva a la población en general que lo solicite, pidiendo una donación que les ayuda a continuar su trabajo, argumentan en su página web.

Sue Patterson, fundadora de la asociación, se decidió a trabajar en Guatemala ya que vio grandes necesidades en el país además de la pobreza, como la alarmante cantidad de embarazos no deseados, la falta de acceso de servicios de salud y planificación de parte de las mujeres indígenas, y el hecho de que el 50% de los niños menores a 5 años padecen de desnutrición crónica.

Su misión y visión para Alas es proveer educación y servicios de calidad en salud reproductiva a jóvenes, mujeres y hombres marginados, primordialmente del área rural; y llegar a un futuro donde todos los guatemaltecos prosperan y son capaces de ejercer plenamente sus derechos sexuales y reproductivos.

A lo largo de su trayectoria en el campo de salud sexual y reproductiva, la asociación Alas ha logrado educar y asesorar a más de 244,000 mujeres, hombres y jóvenes. Han examinado a 54,472 mujeres para detectar y determinar si tenían cáncer cervical, han podido evitar más de 235,000 embarazos no deseados, así como previnieron la muerte de 1,336 niños y 86 muertes maternas.



## Presupuesto y donaciones

Actualmente, la asociación trabaja con un presupuesto anual de más de 850,000 dólares, para funcionamiento, salario del personal, desarrollo y expansión de nuevos proyectos y la implementación de los programas. La recaudación la realizan mediante diferentes tipos de donaciones las cuales pueden ser:

- **Donación única**, en esta se llena un formulario de transacción única.
- **Donación mensual**, la cual varía entre los 10 y 100 dólares.
- **Regalos Wings**, consiste en la compra de accesorios de joyería de la asociación, el precio comienza en los 39\$.
- **Donación de acciones**, donde se transfieren activos a Alas.
- **Donación planificada**, que se realiza mediante la donación de efectivo, acciones, bienes muebles, inmuebles, planes de jubilación y seguros de vida, etc, donde se requiere de un legado en el testamento o fideicomiso del donante.

Entre los colaboradores y donantes más importantes de la asociación están:







Fig. 2 - 7. Logos de colaboradores / donantes.

## Premios y reconocimientos

La asociación, ha dado conferencias al rededor del mundo y es reconocida internacionalmente, como en la Conferencia Internacional de Planificación Familiar, en Dakar, Senegal, la Conferencia del Consejo Mundial de la Salud Anual Internacional, Washington DC; además ha sido internacionalmente reconocida y premiada por las siguientes entidades:

- **Premio de la Fundación Juan Bautista Gutiérrez** Apoyando a Quienes Apoyan reconocimiento a la excelencia sin fines de lucro en Guatemala. (2007)
- Finalista en los **Premios Internacionales de Promoción de la Salud** en Roma, Italia. (2010)
- **Premio Clarence H. Moore** a la Excelencia en el Servicio Voluntario de la Fundación Panamericana de la Salud y Educación (PAHEF). (2011)

# Línea de tiempo de logros importantes de Alas

**1999** Alas se asocia con el proveedor más grande de servicios de salud reproductiva en Guatemala, APROFAM, y comienza la subvención de servicios de planificación familiar.

**2003** La asociación logra obtener el estatus oficial de las ONG en Guatemala por su creciente trabajo y ayuda en la comunidad.

**2006** Agregan Crioterapia en el Programa de Prevención de Cáncer de cuello uterino, permitiéndoles entregar en el mismo día los resultados, así como el tratamiento el mismo día de las células precancerosas.

**2000** Amplían el área geográfica para incluir dos áreas de bajos ingresos de la ciudad de Guatemala y varias comunidades en los departamentos de Chimaltenango y Escuintla

**2004** Crean y lanzan su primer programa de la juventud, y contratan al primer Director Ejecutivo.

**2007** Lanzan el programa para hombres de sensibilización de la salud sexual y reproductiva y contrarrestar mitos y conceptos erróneos, y comienza la colaboración con Ministerios de Salud y Educación.

**2001** 200 mujeres se proyectan en el primer año, y contratan una persona para dar educación para la salud reproductiva y comenzar a proporcionar la prueba de Papanicolaou para detectar el cáncer de cuello uterino.

**2005** Alas lleva a cabo una Estudio de prevalencia de infecciones de transmisión sexual (ITS) en el departamento de Chimaltenango.

**2008** El presupuesto de funcionamiento de la asociación Alas pasa los \$500,000.



**2009** Alas se expande al norte de Guatemala y comienza a trabajar en Petén.

**2011** Se comienza la formación de jóvenes con niños con el programa de Familia promotores de planificación.  
**2012** El presupuesto de funcionamiento de Alas pasa de \$1,000,000.

**2015** La primera clínica estacionaria de Alas se abre en Antigua.  
**2015** Incorporan vasectomías y ligaduras de trompas en su cartera de servicios.

**2011** Se asocian con los principales donantes mundiales: USAID y el Instituto de la Sociedad Abierta de la Fundación Soros.  
**2011** Presentaron en el Congreso Internacional sobre Salud de la Mujer, Filadelfia

**2011** Realizan el documental ALAS, “fruto bendito de tu vientre – una lucha por los derechos reproductivos en Guatemala” y debuta el mismo año.  
**2013** Participaron en Women Deliver, Kuala Lumpur, Malasia.

**2016** Alas forma parte de Women Deliver 2016, la cuarta edición de la conferencia internacional más grande de salud, derecho y bienestar de mujeres, que se llevó a cabo en Copenhague, Dinamarca.

**2011** Comienzan a trabajar con los trabajadores de las plantaciones de caña de azúcar en el departamento de Escuintla, inician el programa de teatro en las calles para jóvenes y se asocian con el Banco Mundial.

**2014** Su red “Promotor Voluntario” llega a los 103 miembros  
**2014** Alas fortalece la oferta de formación y servicio en Alta Verapaz.

## 04.2 Análisis de antecedentes gráficos (Asociación Alas)

Las siguientes imágenes son imágenes de piezas físicas que fueron proveídas por la asociación y digitales que publicaron en sus redes sociales entre el 2017 y 2018, los cuales se analizaron mediante un instrumento de observación (ver anexo 2):



Fig. 8 - 9. Versiones del logotipo de la asociación.

El logotipo de Alas tiene distintas aplicaciones, así como los tiene dos idiomas, que varían según el grupo objetivo al que dirigen la pieza. Cuando son piezas impresas y digitales el color de logotipo cambia drásticamente, ya que pasa de un rojo encendido y a un corinto oscuro.

### Material impreso



Fig. 10 - 11. Piezas impresas de Alas.

Cuentan con un diseño de tarjetas de presentación, el cual muestra una versión desactualizada del logotipo y un patrón típico. No utilizan las tarjetas con tanta frecuencia por lo que no han deseado actualizarla, ya que estas la suelen dar a posibles donadores, quienes se concentran en áreas internacionales.





Otros materiales impresos con los que cuentan con trifoliales y piezas tamaño carta donde detallan su trabajo, el impacto que genera y cómo se pueden involucrar otras personas y ayudar a la causa. Estas piezas también se encuentran desactualizadas ya que ahora utilizan el medio digital por su dinamismo, fácil reproducción y el alcance que este tiene.

Hacen uso de fotografías de las personas a quienes ayudan acompañadas de bloques rojos con tipografías que varían por pieza.



## Rotafolio



Fig. 12. Muestra del rotafolio usado en las jornadas.

El rotafolio no cubre la necesidad visual que tiene el grupo objetivo para poder comprender los temas impartidos puesto que este solo muestra la forma de los métodos y deja a la imaginación el proceso de aplicación y demás factores explicados.

Los doctores, enfermeras o voluntarios que imparten las charlas en ocasiones utilizan un rotafolio dentro de cual tienen diferentes tipos de métodos anticonceptivos. Este lo utilizan para mostrar la forma de estos pero por su tamaño, solo puede ser apreciado por aquellos que estén hasta en frente de las charlas y que cuenten con una buena vista.

Además, puede causar agotamiento a quien imparte las charlas ya que este debe estar parado, sosteniendo el rotafolio mientras explica cada método anticonceptivo y va cambiando de página.



## Redes sociales

En sus posts de redes sociales se puede observar el uso de patrones creados a partir de los rombos de su logotipo. Aplican en su mayoría el color rojo y azul al igual que las tipografías TW Cen y Bebas neue, pero en son constantes con el uso de tipografías ni del color. no mantienen retículas y el uso de ilustración mantiene un nivel de abstracción medio. Su material de redes está en español.

Suelen publicar las fechas de sus jornadas de salud y la ubicación de las mismas en facebook como en twitter. También publican mensajes con frases con temas de libertad sexual con los que promueven sus servicios y el cuidado de la salud sexual.

**JORNADA DE OPERACIÓN PARA NO TENER MÁS HIJOS**

ALDEA TIERRA BLANCA, TOTONICAPÁN  
MIÉRCOLES 13 DE SEPTIEMBRE - 7:30AM

- ◆ Sanatorio CDRO
- ◆ Donación: Q. 50
- ◆ Mujeres: Vengan en ayunas

\*Por favor, traigan DPI

Mujeres: Ligadura de Trompas      Hombres: Vasectomía

ALAS GUATEMALA

**JORNADA DE VASECTOMÍA**

DÍA: 11 de agosto HORA: 8:00h  
LUGAR: Clínica Sue Patterson  
9a Calle Poniente No.17 (Residenciales El Rosario No. 3) La Antigua, Guatemala

◆ SE NECESITA PRE-INSCRIPCIÓN      ◆ DONACIÓN MÍNIMA: Q.200

7832 - 5130      4511 - 6583

ALAS WINGSQUATE.ORG

**“NO QUIERO ATARME A NINGUNA RELACIÓN Y DISFRUTO LIBREMENTE MI SEXUALIDAD.”** #haztelaprueba

No importa cómo sea tu útero.  
Hazte la prueba de cáncer cervical.

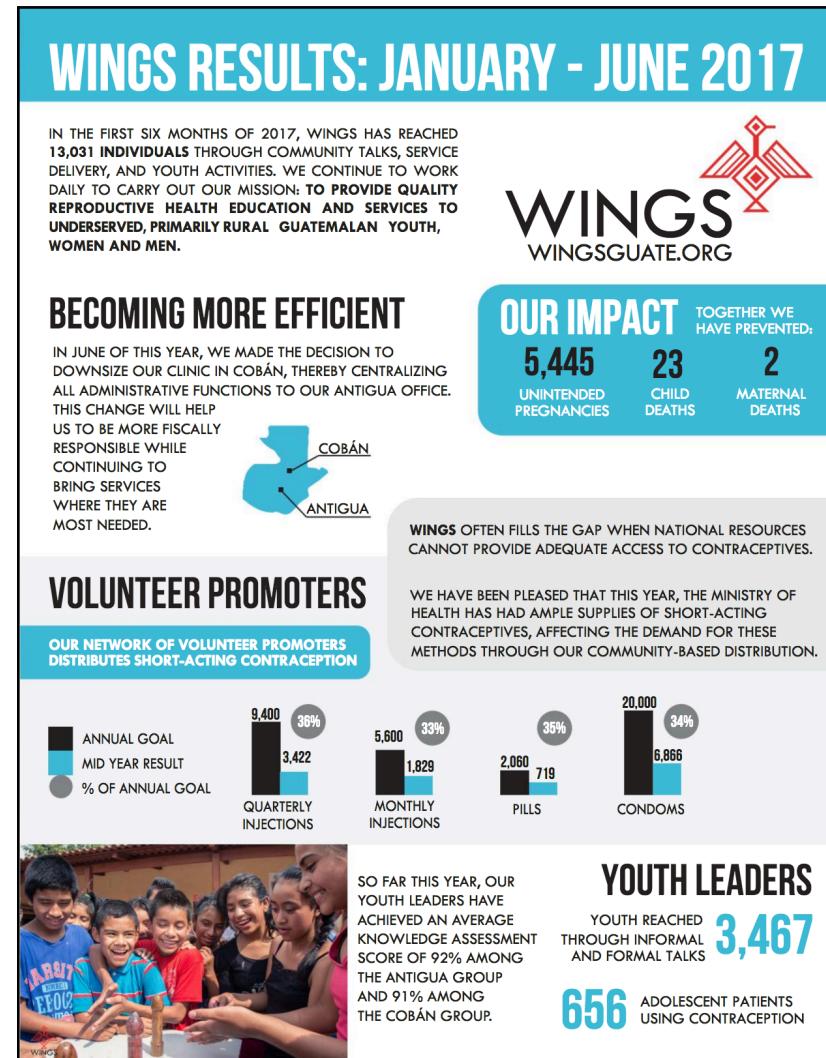
ALAS GUATEMALA

Fig. 13 - 15. Piezas digitales empleadas en redes sociales.

## Informes

La asociación suele realizar informes cada cierto tiempo, en forma de infografías donde cuenta acerca del trabajo que realizaron en un período determinado y el impacto generado. Estos están en inglés por lo general.

En sus reportes utliizan las tipografías TW Cen y Bebas Neue, así como en algunas de sus publicaciones de redes. Hacen uso de celeste negro y rojo el algunos elementos además del logo.

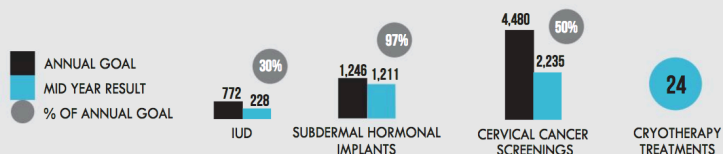




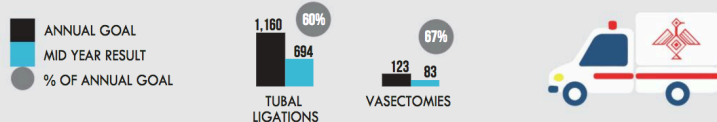
ONE OF THE STRATEGIES THAT **WINGS** IS MOST PROUD OF IS OUR COMMITMENT TO PATIENT-CENTERED CARE. THIS COMMITMENT IS MOST EVIDENT IN OUR COUNSELING TECHNIQUES WHICH PLACE INDIVIDUAL RIGHTS AT THE VERY FOREFRONT OF OUR SERVICES. **EVERY PATIENT CHOOSES THE METHOD THEY FEEL FITS THEIR LIFESTYLE BEST, AFTER CAREFUL RIGHTS-BASED COUNSELING.** SO FAR THIS YEAR, WE HAVE SEEN A PATIENT PREFERENCE FOR SUBDERMAL HORMONAL IMPLANTS OVER IUDs. ADDITIONALLY, THE DEMAND FOR VASECTOMIES CONTINUES TO GROW. OUR PATIENTS REFER FRIENDS AND FAMILY TO US ON A REGULAR BASIS, DEMONSTRATING THE SUCCESS OF OUR FOCUS ON PROVIDING THE HIGHEST CARE POSSIBLE.

## SERVICE PROVISION

### LARCS DISTRIBUTION & CERVICAL CANCER PREVENTION



### VOLUNTARY SURGICAL CONTRACEPTION (VSC)



### WINGS FINANCIAL RESULTS

REVENUE	JAN - JUN 17 ACTUAL	ANNUAL PROJECTION
FOUNDATIONS	\$285,583	\$429,311
INDIVIDUALS	140,359	383,532
OTHER LOCAL DONATIONS	33,374	29,278
<b>TOTAL REVENUE</b>	<b>\$459,316</b>	<b>\$842,121</b>

EXPENSES	JAN - JUN 17 ACTUAL	ANNUAL PROJECTION
ADMINISTRATION	\$53,309	\$146,705
DEVELOPMENT	44,840	80,832
PROGRAMS	353,678	597,291
<b>TOTAL EXPENSES</b>	<b>\$451,827</b>	<b>\$824,828</b>

<b>NET SURPLUS</b>	<b>\$7,489</b>	<b>\$17,293</b>
--------------------	----------------	-----------------

WWW.WINGSGUATE.ORG



© WINGS GUATEMALA 2017

Fig. 16 - 17. Infografía del trabajo del 2017.

## 04.3 Análisis de competencia

# APROFAM



Fig.18. Logo de APROFAM.

En su sitio web (s.f.), explica que es una institución privada sin fines de lucro, que fue fundada en 1964, con el objetivo de prestar servicios de salud, con equidad e igualdad de género, enfocándose en la salud sexual y reproductiva. Se dedican a servir a adolescentes, jóvenes hombres y mujeres, en áreas rurales, urbanas, periféricas y en poblaciones indígenas, de escasos recursos alrededor del país, ofreciendo sus amplios servicios y educación de salud, que permiten la recuperación de costos y el subsidio cruzado para la planificación familiar.

En 1969, 5 años después de su fundación, la institución fue acreditada como miembro de la asociación más grande a nivel mundial que promueve y defiende los Derechos Sexuales y Reproductivos de toda la población, la Federación Internacional de Planificación Familiar (IPPF). De tal forma que mantiene los estándares requeridos por esta organización internacional, asegurando los derechos sexuales y reproductivos para todos, así como el acceso

universal a servicios de salud de alta calidad y a una educación sexual integral.

La institución mantiene sus operaciones mediante el aporte donantes nacionales e internacionales y pagos de servicios a precios accesibles por parte de pacientes. Además, está aliado con el Ministerio de Educación, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, y el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS) y mantiene una alianza estratégica con empresas privadas como:

- BANRURAL
- Banco G&T
- Seguros Universales
- Humana de Seguros
- Aseguradora Mundial
- Walmart

APROFAM tiene como misión el proveer servicios integrales de salud para el bienestar de las personas, y se visualizan siendo líderes a nivel nacional en la prestación de servicios integrales con calidad y proyección social.



Sus objetivos como institución dedicada a la salud son:

- Fortalecer el bienestar de la familia guatemalteca haciendo énfasis en el mejoramiento de las condiciones de las mujeres a través de la educación, distribución de productos y servicios integrales de salud, especialmente los de Salud Materno Infantil, Sexual y Reproductiva, VIH/SIDA/ITS y de Planificación Familiar, a efecto de contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes del país.
- Estimular, promover y fortalecer el derecho básico de todos los segmentos de la población guatemalteca, a decidir de manera libre e informada respecto a su propia salud sexual y reproductiva, así como los medios que les permitan ejercer este derecho, dando la información y los servicios anticonceptivos estrictamente con base a la aceptación voluntaria y al consentimiento informado.
- Organizar y capacitar recursos humanos en los campos de Educación, Salud Sexual y Reproductiva y de Planificación Familiar para extender la cobertura de dichos servicios en todo el país, particularmente a los grupos con menor acceso a los mismos, por ubicación geográfica o por falta de recursos económicos.
- Asegurar el fácil acceso a la Información Orientación Sexual, Educación y Servicios de Planificación Familiar, obligándose a respetar el derecho de los diferentes segmentos de la población a hacer elecciones voluntarias e informadas sobre los programas y servicios disponibles, sin restricción alguna y tomando las medidas necesarias para prevenir cualquier forma de coerción en los programas.



## Análisis de material (APROFAM)

Las siguientes imágenes son piezas digitales que publicó la institución APROFAM entre el 2017 y 2018, en la red social Facebook, las cuales fueron analizadas con la ayuda de un instrumento de observación (ver anexo 2):

La institución trata distintos temas por publicación, los cuales van desde publicidad de servicios hasta pequeñas infografías.

Implementan una línea gráfica mediante el uso del color azul, que parte de la imagen corporativa de la institución. Evitan la monotonía variando los colores y tipografías que utilizan por imagen, por lo que el único elemento por el que se puede identificar y distinguir a APROFAM es el cintillo el cual no siempre utilizan.

En el contenido, utilizan siempre imagen y texto, ya sean ilustraciones vectoriales o fotografías, aunque predominan la combinación de ilustración con textos.

Utilizan siempre más de una tipografía por publicación, de las cuales una sans serif es constante y las otras siempre varían, siendo serif o manuscritas.

**Jornada de Planificación Familiar**

**Tendremos disponible**

- T de Cobre 10 años
- Implante subdérmico 5 años
- Cirugías para no tener más bebés (para mujer y hombre) permanente
- Métodos Orales
- Métodos Inyectables

Unidad Móvil

APROFAM  
Atención al Cliente 1586 5050-8160

**¡No más colas!**

Haz tu cita

Citas únicamente para Hospital Central

APROFAM  
Atención al Cliente 1586 5050-8160

**TIPS para mantenerte HIDRATADO esta Semana Santa**

Debes de consumir como mínimo **2 litros de agua pura al día.**

Puedes saber la cantidad de agua que debes tomar dividiendo tu peso en libras dentro de 16 y el resultado es la cantidad de vasos que necesitas consumir cada día.

La edad, el peso y la condición física, pueden elevar la cantidad de litros que debes beber a diario.

APROFAM  
Atención al Cliente 1586 5050-8160

Se puede observar que hacen uso de un cintillo azul en la parte inferior de cada imagen, donde se encuentra el logo de APROFAM e información de contacto. No se percibe como saturado ya que tiene un color sólido de fondo y una tipografía sans serif a un tamaño legible.

En ocasiones cambian el color de fondo del cintillo a dorado haciendo que resalte más la información que contiene.



Las jerarquías son definidas por distintos factores como el uso de colores y la variación de tamaños. No utilizan ningún tipo de retícula y la prioridad del contenido es primero atracción seguido de retención y comprensión por último pero puede llegar a ser atracción-comprensión-retención, el cual varía según el tema que traten, ya que les interesa que la gente sepa qué servicios proveen y las fechas en las que estarán atendiendo.

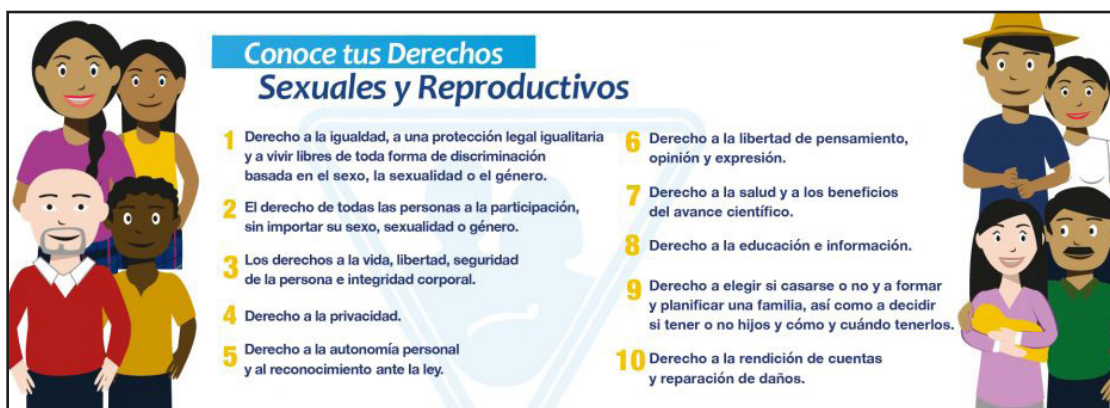


Fig. 19 - 23. Posts de redes de APROFAM.

## Medios audiovisuales

Adicionalmente cuentan con medios audiovisuales que publican en su canal de YouTube, que funcionan como videos informativos de lenguaje bimedia, donde la imagen es dominante.

Se utilizan animaciones 2D simples, de movimiento u opacidad, de elementos como íconos o tipografías.



En algunas animaciones utilizan puramente ilustración vectorial animada con cuerpo de texto sin narración alguna, por lo que la comprensión es limitada para aquellos que no saben leer y debido a que no tiene ningún atractivo y carece dinamismo, el espectador puede perder interés rápidamente.







## Ginecología

Diagnóstico y tratamiento médico de molestias y enfermedades del aparato reproductor femenino.

**APROFAM** Servicio al Cliente **1586**

## Criocirugía

Es un tratamiento quirúrgico para congelar y destruir el tejido anormal en el cuello uterino.



**APROFAM** Servicio al Cliente **1586**



## Traumatología

Diagnóstico y tratamiento de lesiones y afecciones traumáticas, tales como artrosis, osteoporosis, fracturas, esguinces, tendinitis, etc.

**APROFAM** Servicio al Cliente **1586**



**APROFAM**

Servicio al Cliente **1586**

Whatsapp **5050-8160** **APROFAM Guatemala**

Fig. 24 - 31. Slides del vídeo de servicios de APROFAM.

En otros casos los videos filmados, iconos animados, texto y narración, no cumplen con la comprensión del contenido o retención y atracción del mensaje, por la longitud del video.





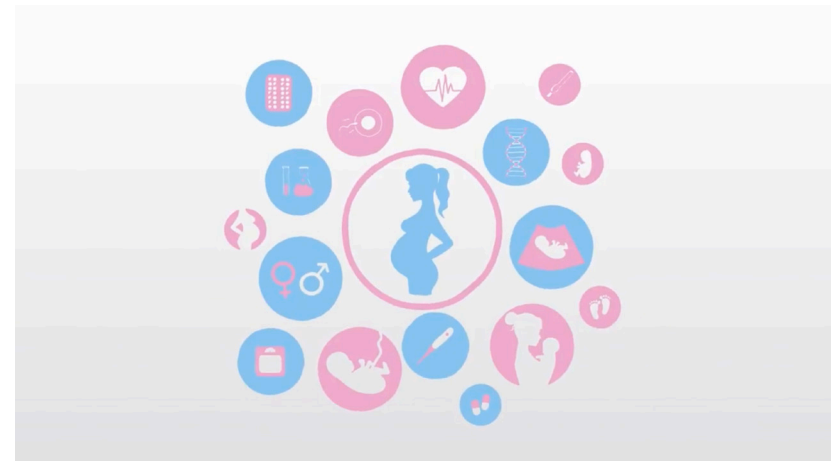


Fig. 31 - 39. Slides del vídeo Consulta Pre y Post Natal.



diferente de la salud reproductiva, puesto que una persona puede haber encontrado plenitud en su sexualidad sin que esto implique el acto de reproducirse, y viceversa.

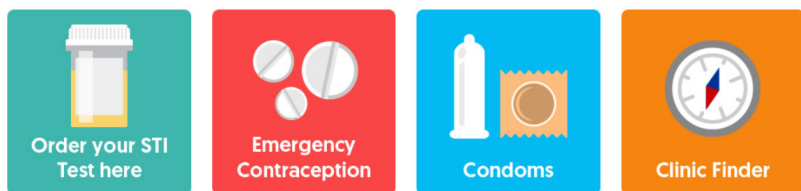


Fig. 41. Preventivos para la salud.

## 4.1.2 Salud sexual y reproductiva en adolescentes

El VIH, abortos en situaciones de riesgo y complicaciones durante el embarazo, el parto y el puerperio son aún causas de mortalidad y morbilidad que afectan a la población joven en la Latinoamérica y el Caribe, afirma Lauglo (2008). La salud sexual y reproductiva de los adolescentes continúa siendo un asunto urgente en la región, ya que los embarazos no deseados, las infecciones de transmisión sexual y la falta de acceso a anticonceptivos aumentan cada vez más y repercuten negativamente en la salud de este grupo y continuarán impactando en su bienestar y desarrollo debido a la carencia de importancia que le dan los gobiernos al tema. La combinación de la falta de acceso equitativo a los servicios de salud de calidad, los escasos programas de educación en salud sexual y servicios de

salud poco convenientes para los jóvenes se traduce en estados de salud sexual y reproductiva deficientes.

Para mejorar la salud sexual y reproductiva de los adolescentes es necesario abordar aspectos tales como la maternidad temprana, las infecciones de transmisión sexual, el comportamiento relacionado con la búsqueda de atención en salud, la violencia y los comportamientos de riesgo.

La autora agrega que el embarazo no deseado sigue siendo un problema, ya que el 25% de las mujeres jóvenes en América Latina y el Caribe son madres antes de los 20 años de edad, y el 45% de estos embarazos son el resultado del mal uso o la falta de anticonceptivos. En 2008 un estudio demostró que esto podría atribuirse a la falta de políticas relacionadas con la educación en salud sexual y reproductiva que respondan eficientemente al aumento de las primeras relaciones sexuales a edades más tempranas. Por ejemplo, en algunos países de Centroamérica, el 50% de las mujeres jóvenes han tenido relaciones sexuales antes de los 15 años.

Casi el 90% de los jóvenes en América Latina y el Caribe están familiarizados con al menos un método de anticoncepción, sin embargo, entre el 48 y el 53% de los jóvenes sexualmente activos nunca los utiliza. Entre los que han usado un método anticonceptivo, aproximadamente el 40% lo hace regularmente.

Esto demuestra que si se tiene un mayor acceso a los servicios de salud de calidad en combinación con una mejor educación sexual, se podrían prevenir las ITS/VIH y los embarazos no deseados, lo que a su vez revela el alto nivel de necesidades no satisfechas para una anticoncepción segura. Se debe destacar que en zonas rurales las adolescentes tienen mayor probabilidad de quedar embarazadas a una edad más temprana, comparadas con las de zonas urbanas. Lo mismo sucede en aquellas de un nivel socioeconómico bajo, en relación con las que pertenecen a un nivel socioeconómico más alto. Estas madres jóvenes son generalmente pobres, sin redes de apoyo social y tienen poca educación, continuando así con el ciclo vicioso de pobreza intergeneracional. Además de los problemas sociales del embarazo precoz y no planeado, hay también efectos biomédicos negativos.

### 4.1.3 Infecciones de transmisión sexual

Las Infecciones de Transmisión Sexual o ITS, son un tipo de enfermedades infecciosas que se transmiten por medio de las relaciones sexuales sin uso de preservativo, afirma la Fundación para Estudio e Investigación de la Mujer (2006). Estas infecciones pueden ser causadas por bacterias, virus, hongos, parásitos y protozoos. Las ITS más comunes son: sífilis, clamidia, herpes genital, papilomas, uretritis, gonorrea, hepatitis B, tricomonas y la infección por VIH/sida.

A pesar de que, en la actualidad, existen tratamientos muy efectivos para tratar o curar la gran mayoría de estas enfermedades, no han desaparecido y en algunos casos se están extendiendo, gracias a la carencia de información suficiente, por lo cual mucha gente ignora o desconoce los síntomas, en la mayoría de los casos no aparecen síntomas o son poco evidentes, la gente tiene miedo o vergüenza y no se anima a hablar sobre ellas con su pareja ni a consultar a un médico y la ocurrencia de las ITS evidencia que la gente no usa preservativo o lo usa mal.

Hablar de ITS no es fácil ya que significa hablar de la sexualidad, algo que en la sociedad latinoamericana se reprime, da vergüenza e incomoda. Pero la prevención es la estrategia más eficaz para enfrentar a las ITS, y para poder prevenirlas y tratarlas lo fundamental es poder hablar de ellas.



## 4.2 Cáncer cervical

Según MedlinePlus (2017), el cáncer cervical comienza en las células que se encuentran de la superficie del cuello uterino, siendo estas escamosas o columnares. La mayoría de los cánceres de cuello uterino provienen de las células escamosas. El cáncer cervical comienza con una infección pre-cancerosa (displasia) y el desarrollo del cáncer generalmente es muy lento, pueden pasar años para que la displasia se convierta en cáncer cervical. Esta afección se puede detectar por medio de un proceso llamado citología vaginal y es 100% curable. La mayoría de las mujeres a quienes se les diagnostica cáncer cervical en la actualidad no se han sometido a citologías vaginales regulares o no han tenido un seguimiento por resultados anormales en estas.

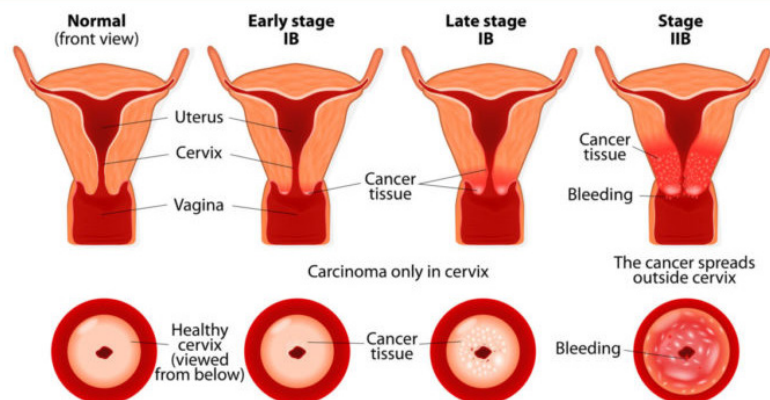


Fig. 42. Etapas del cáncer cervical.

El autor agrega que casi todos los cánceres cervicales son causados por el virus del papiloma humano (VPH), un virus común que se disemina a través de las relaciones sexuales. Existen muchos tipos de cepas de VPH y algunas cepas llevan a cáncer cervical, otras cepas causan verrugas genitales, mientras que otras no causan ningún problema. Los hábitos y patrones sexuales de una mujer pueden aumentar su riesgo de padecer cáncer cervical. Las prácticas sexuales de riesgo son las siguientes:

- Tener relaciones sexuales a una edad temprana
- Tener múltiples parejas sexuales
- Tener una pareja o múltiples parejas que participen en actividades sexuales de alto riesgo
- No recibir la vacuna contra el VPH
- Estar en condiciones económicas desfavorables
- Tener una madre que haya tomado durante su embarazo el medicamento DES (dietilestilbestrol) a comienzos de los años 60 para prevenir el aborto espontáneo
- Sistema inmunitario debilitado

## 4.3 Métodos Anticonceptivos

El Programa de Salud Sexual y Reproductiva (2006) explica que existen diferentes métodos anticonceptivos eficaces y seguros para evitar el embarazo, pero sólo los preservativos protegen también contra las infecciones de transmisión sexual y el VIH/sida. Sin embargo, es necesario saber que no existe un método anticonceptivo “perfecto”, adecuado a todas las mujeres o varones, para todas las edades y en todas las situaciones, ya que cada persona, cada pareja, debe decidir cuál es el anticonceptivo que se acopla mejor a su situación, estado de salud, edad, frecuencia de las relaciones sexuales, actitudes propias y de su pareja, creencias y proyectos de vida. El autor comenta que la buena comunicación en la pareja sobre este tema ayuda a tomar decisiones con más seguridad y permite a ambos un mayor disfrute sexual. Es recomendable consultar al médico, que podrá aconsejar cuál es el método que mejor se adapta a las necesidades de cada persona y cada pareja. Así se podrá elegir el método que resulte más cómodo y seguro.

### 4.3.1 Uso de anticonceptivos

Se calcula que en los países en vías de desarrollo, cerca de 214 millones de mujeres en edad fecunda desean posponer o detener la procreación pero no utilizan ningún método anticonceptivo moderno por diferentes razones como la poca variedad de métodos, acceso limitado a la anticoncepción especialmente por parte de los jóvenes y los segmentos más pobres de la población o los solteros, temor a los efectos colaterales, oposición por razones culturales o religiosas, servicios de mala calidad, errores de primerizos y barreras de género.

Entre los métodos anticonceptivos se pueden encontrar:

- **Anticonceptivos orales en combinación:** contiene las hormonas estrógeno y progestágeno. Evita la ovulación, si es utilizada correctamente tiene un 99% de eficacia y disminuye el riesgo de cáncer endometrial y ovárico.
- **Pastillas de progestágeno:** impide que el óvulo y los espermatozoides se junten, además de prevenir la ovulación. Tiene una eficacia del 99% si se usa de manera correcta y sostenida.
- **Implantes:** son cilindros o cápsulas pequeñas y flexibles que se colocan debajo de la piel del brazo, impide el encuentro de los espermatozoides con el óvulo y evita la ovulación. Tiene una eficacia del 99% y debe ser insertado y extraído por personal sanitario; se puede usar durante 3 a 5 años, según el tipo; las hemorragias vaginales irregulares son comunes pero no dañinas.





- **Progestágeno en forma inyectable:** se inyecta por vía intramuscular o bajo la piel cada 2 o 3 meses. Impide que los espermatozoides y el óvulo se junten, además de prevenir la ovulación. Tiene una eficacia del 99% si se usa de manera correcta y sostenida. Al cesar el uso, la fecundidad tarda en reaparecer
- **Parche anticonceptivo combinado y anillo vaginal anticonceptivo combinado:** libera dos hormonas de forma continua, una progestina y un estrógeno, directamente a través de la piel o mediante el anillo e impide la ovulación.
- **Condón masculino:** vaina o cubierta que envuelve el pene erecto. Tiene un 98% de eficacia. También protege de las infecciones de transmisión sexual.
- **Vasectomía:** impide que haya espermatozoides en el semen eyaculado.
- **Ligadura de las trompas:** anticoncepción permanente por la cual se bloquean o cortan las trompas de Falopio. Tiene un 99% de eficacia.



Fig. 43. Iconografía de métodos anticonceptivos.

## 4.4 Planificación familiar

La OMS (2017) explica que por medio de la planificación familiar las personas pueden determinar el número de hijos que tendrán y el lapso de tiempo entre embarazos. Todo a través de la utilización de métodos anticonceptivos y tratamientos de esterilidad. La aplicación de la planificación familiar es esencial para lograr el bienestar y la autonomía de las mujeres, así como apoyar la salud y el desarrollo de las comunidades. Esta conlleva muchos beneficios como los siguientes:

- Prevención de los riesgos para la salud relacionados con el embarazo en las mujeres.
- Reducción de la mortalidad infantil
- Prevención de la infección por el VIH y el SIDA
- Poder de decisión y una mejor educación
- Disminución del embarazo de adolescentes
- Menor crecimiento de la población

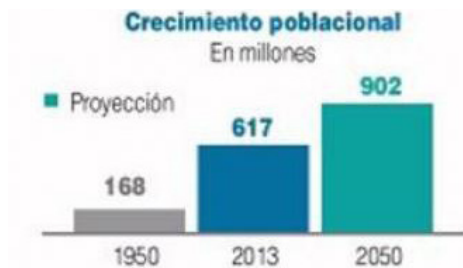


Fig. 44. Crecimiento de latinoamérica.





## 4.5 Educación sexual

En cuanto a las percepciones que tienen los docentes sobre sus propios conocimientos en educación sexual, es de suma importancia conocer que apuntan a una insuficiencia en la formación recibida con respecto a dicho tema, pues, es posible que la enseñanza sobre temas sexuales que los docentes imparten a sus estudiantes adolescentes podría estar poco fundamentada y más dependiente de criterios personales de los propios docentes, y no necesariamente, en bases científicas actualizadas, lo cual no sólo ocurre aquí sino también en Argentina (Ramírez Rivera, s.f.). El docente no cuenta con los conocimientos necesarios para responder de manera adecuada las principales dudas o preguntas que tienen los estudiantes respecto a la sexualidad y aun cuando presentan una actitud positiva, esta puede ser dudosa en la medida en que el docente manifiesta desconocimiento en temas de sexualidad.

Además, tanto los docentes que recibieron formación en educación sexual como los que no recibieron esta formación, indican tener un bajo nivel de conocimientos didácticos para la enseñanza de la educación sexual, esto traería consigo la posibilidad que la metodología empleada por los docentes para abordar el tema con sus estudiantes no sea la más adecuada y efectiva.

La concreción de la educación sexual en el sistema educativo y en las aulas de clase no ha sido un proceso fácil ni fluido, sino que la influencia de conceptos sociales y las presiones morales de corte teológico han hecho difícil que la educación sexual se impregne en la sociedad y en las aulas a través de los docentes (Bargalló, 2012). Esto a pesar del énfasis que diferentes autores han puesto en los efectos contraproducentes de la falta de información, los mitos, los prejuicios o el silencio temeroso en torno de la sexualidad, recalcando que estos propician las relaciones desprotegidas, los embarazos no deseados y las enfermedades de transmisión sexual, además de volver más vulnerables a violaciones y abusos a jóvenes (Hiriart Riedeman, 1999). En este mismo sentido, docentes afirman que la información clara y oportuna puede evitar embarazos en adolescentes, enfermedades por contacto sexual, relaciones sexuales insatisfactorias, entre otras (Hernández, 1996). De otro lado, son diversos los estudios que resaltan la importancia de la educación sexual en la prevención de consecuencias negativas de una iniciación sexual. Así la educación sexual ha sido reconocida como una estrategia necesaria para ayudar a cambiar el curso de la epidemia de VIH, evitar las infecciones de transmisión sexual, embarazos no planificados, la explotación, el abuso y la violencia sexual, la discriminación y el estigma y cualquier otro tipo de violencia (UNESCO, 2013).



Más aún, diversos estudios han evidenciado que algunos docentes, no consideran a la educación sexual como parte de su responsabilidad profesional, así opinan que la educación sexual debe ser enseñada solamente desde casa, en el entorno familiar (Suarez, 2004). En este mismo sentido, estudios previos han documentado las limitaciones que presentan los docentes al abordar la educación sexual.

CLADEM (2010), expresa que es importante promover una educación sexual integral que fortalezca las capacidades de las niñas, los niños y las y los adolescentes, para reflexionar, discernir y satisfacer sus necesidades básicas de aprendizaje con respecto a su sexualidad. La educación puede brindar las herramientas para que las niñas, los niños y las y los adolescentes puedan tener una vivencia de su sexualidad conducente a un desarrollo integral y a establecer relaciones equitativas entre hombres y mujeres, en el marco de respeto a sus derechos. En este sentido es esencial que puedan entender el cambio en sus cuerpos que los diferencia, que fortalezca su autoestima, que puedan relacionarse constructivamente con sus familias y pares, que comprendan los valores del respeto, la tolerancia y la responsabilidad, y que son sujetos de su propio desarrollo. Desde esta perspectiva, educar en sexualidad es educar para la vida, en tanto es encuentro con el mundo propio y con los demás, y les permite abrirse a la información, a la reflexión, a la revisión de actitudes y comportamientos, y a poder expresar necesidades, sentimientos y pensamientos. Desde esta perspectiva, el enfoque y los contenidos que se definan son fundamentales.

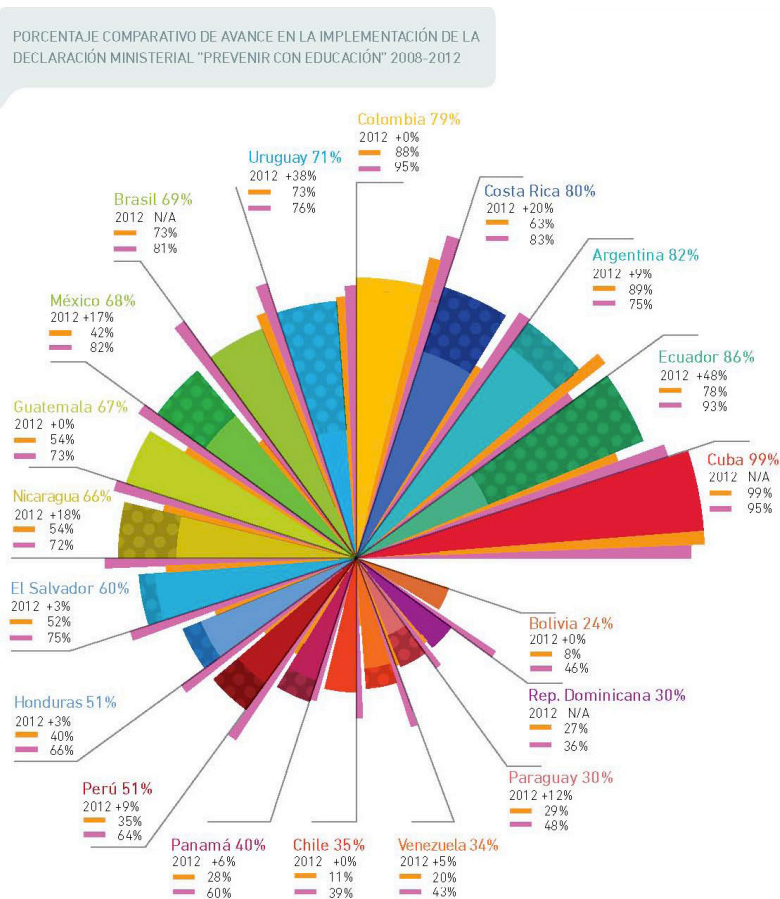


Fig. 45. Estadística del avance en las metas de la Declaración Ministerial, "Prevenir con educación" en América Latina.



El Relator Especial de Naciones Unidas sobre el derecho a la educación, fundamenta con base en las normas internacionales de derechos humanos, la importancia de que la educación sexual tenga un enfoque integral. Asimismo considera que debe trascender lo reproductivo, e incluir, según corresponda con la edad, contenidos relacionados con el placer, el erotismo y el disfrute de la sexualidad. Insiste en la importancia de que la educación de la sexualidad se inicie tempranamente, con una sólida perspectiva de género que comprenda a las mujeres y a los hombres en relaciones igualitarias, y que se preste atención a la diversidad sexual. Adicionalmente a los planteamientos del Relator Especial, están los lineamientos de la UNESCO10 sobre educación sexual, que propone que sus contenidos deben brindarse según la edad, ser accesible culturalmente, científica, desprejuiciada y humanista, con el fin de que permita tomar decisiones, desarrollar habilidades para la comunicación, y reduzca los riesgos asociados.

## 4.6 Recursos en educación

Según el sitio Definición ABC (s.f.), es un proceso por el cual una persona desarrolla capacidades cognitivas y físicas de forma que se pueda incorporar plenamente en la sociedad a la cual pertenece. Olgalde (2008) agrega algunos recursos, llamados didácticos como parte fundamental del aprendizaje del estudiante:

- **Libros:** Fuente de información, que proporciona sugerencias al lector e incita respuestas personales y reflexión. Permite abordar con mayor profundidad determinados temas de estudio.
- **Fotografías:** Imágenes impresas estáticas de objetos, realidades, situaciones, personajes, etc. Estas ayudan a la observación de detalles, orienta la atención del estudiante hacia el objeto deseado, es fácil de manejar y almacenar y este demuestra de manera clara la realidad.
- **Carteles:** Cartulinas con información basada en una idea dominante y simplificada. Estas atraen la atención mediante el estímulo del interés y la curiosidad, comunica una idea de manera significativa y es agradable a la vista.
- **Películas:** Imágenes consecutivas de objetos en movimiento que se proyectan. Acercan la realidad, muestran continuidad, mostrando el pasado, presente o futuro, atraen y mantienen la atención.
- **Rotafolio:** Serie de hojas grandes de papel o cartulina que pueden voltearse una a la vez, para mostrar una serie de pensamientos, dibujos o puntos importantes. Puede utilizarse varias veces y sustituir a un pizarrón.

- **Computadora:** Integra actividades de estimulación, respuesta y retroalimentación. Incrementa la atención durante más tiempo, reduce el tiempo de aprender una tarea, motivación hacia valores o destrezas artísticas, sensibilización y relajamiento complemento de otras actividades.



Figura. 46. Ejemplo de rotafolio.



# Sujeto de Estudio

German Caxaj

Experto en salud sexual y laboratorista



German Augusto es laboratorista en el Hospital General Hermano Pedro de Bethacourt de la Antigua Guatemala en el que lleva trabajando más de 30 años apoyando en distintos sectores del hospital. Además ha trabajado como voluntario en aldeas de Petén en las que atendió partos e impartió su conocimiento acerca de cuidados y prevenciones en salud sexual. Se le escogió como sujeto de estudio por su gran experiencia en el campo de la salud y medicina.

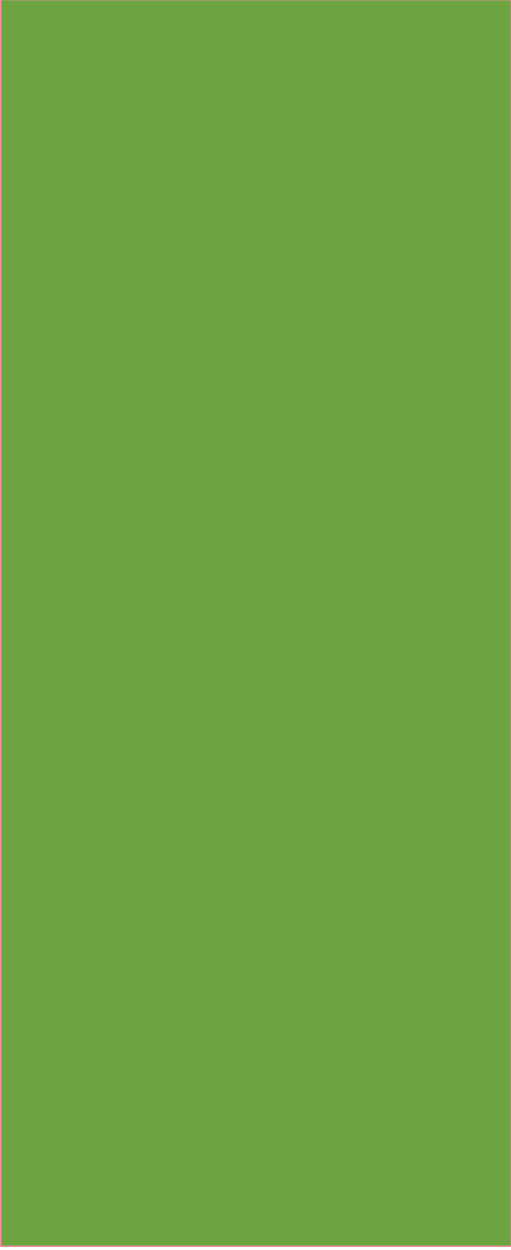
## Aportes:

Caxaj (2018), en la entrevista (ver anexo 4) comenta que al tratar un tema de salud, al ver todas las consecuencias y marcaciones que van degenerando a la persona cuando no tiene información al respecto se tiene un mayor impacto pero es recomendable exponer lo positivo para introducir los procesos de cuidado y sus repercusiones de no tener cuidado. Agrega que es importante tratar los temas de salud de forma directa, pero hay que hacer la diferencia por condiciones económicas, la tolerancia diferencia a ambas. En lo que se refiere a charlas directas con ciertos grupos de mejores condiciones es mejor ser claro y directo.

En cuanto a materiales de apoyo explicó que siempre se debe tener material informativo. El material en los hospitales suele ser caricaturezco, que es una línea que se ha llevado desde hace mucho

tiempo; por lo que una ilustración clara pero no muy caricaturezca, es una representación que ha funcionado en el material de los hospitales, pero siempre se debe mostrar claramente las partes del cuerpo, que no deje lugar a la duda.

Por último, afirmó que los jóvenes de ahora son menos impresionables y esto es por el acceso que hay a la información, al igual que las escuelas comprendieron la importancia de la educación sexual por lo que son temas que ahora abarcan.



# 05.

## Marco teórico de **DISEÑO**

# 05 MARCO TEÓRICO DEL DISEÑO. / ÍNDICE

## 05.1 Comunicación visual

- 05.1.1 Proceso de la comunicación
- 05.1.2 Percepción visual
- 05.1.3 Diseño de la información
- 05.1.4 Relación texto/imagen
- 05.1.5 Evaluación de la pieza
- 05.1.6 Ilustración
- 05.1.7 Flat Design
- 05.1.8 Representaciones de una imagen
- 05.1.9 Infografías

## 05.2 Animación

- 05.2.1 Guión
- 05.2.2 Storyboard
- 05.2.3 Animatic
- 05.2.4 Animación tradicional
- 05.2.5 Stopmotion
- 05.2.6 Pixelación

## 05.3 Motion graphics

- 05.3.1 Tipografías animadas
- 05.3.2 Factores influenciadores en la pieza

## 05.4 Elementos del diseño

- 05.4.1 Connotación de las familias tipográficas
- 05.4.2 Paletas de color
- 05.4.3 Jerarquías por color





## 5.1 Comunicación visual

Munari (2016), define la comunicación visual como todo aquello que percibimos mediante los ojos, ya que cada imagen tiene un valor individual definido por su contexto. Munari agrega que la comunicación visual puede ser casual e intencional, siendo la primera toda aquella información que recibimos sin intención alguna, como sucesos espontáneos sin un mensaje en concreto ni emisor específico, como lo es el movimiento de ramas por el viento, suceso que no es manipulado por un emisor para lograr un objetivo específico, por lo que esto puede ser interpretado libremente por el receptor. La intencional es la comunicación visual, que es creada por un sujeto determinado que transmite un mensaje concreto con un fin en mente, como lo es el semáforo o la publicidad.

Costa (2008), argumenta que un diseñador debe considerar la lectura como un placer intelectual, así como información utilitaria y explica que el proceso de lectura se reduce a una conducta mecánica del ojo en la que se depende directamente de la línea tipográfica. Por esto, si la tipografía no es clara, la lectura pierde su fluidez y la mente se detiene a analizar los caracteres para identificarlos, de forma que el lector comienza a adivinar más de lo que comprende.

La descodificación de todo mensaje es vinculada a la experiencia del receptor, en vez de la del emisor. Eso se debe a que los significados atribuidos al mensaje dependerán de los conocimientos y experiencias previas de quien recibe lo recibe, afirma Asinsten (s.f.). En otras palabras, los mensajes no transportan contenidos, sino que funcionan como disparadores, que activan los contenidos (significados) que el receptor ya posee, por lo que sólo se puede comprender aquello que ya se sabe.



Fig. 47. Medios de comunicación visual.

### 5.1.1 Proceso de la comunicación

Para tener una comunicación eficaz es necesario comprender en qué puntos del proceso es que se dificulta la transmisión del mensaje, argumenta Asinsten(s.f.), quien da a conocer un modelo más completo de la comunicación que consiste de los siguientes 8 elementos:

- **La intención comunicativa**, acción que inicia con la necesidad de intercambiar información. La cual parte de la búsqueda de alcanzar determinados objetivos mediante la acción comunicativa.
- **El emisor**, quien tiene una cultura determinada y puede operar sistemas de códigos, lenguajes, con determinada habilidad.
- **Codificación**, este es uno de los elementos principales que determinaran si el receptor podrá o no decodificar proceso, ya que consiste del proceso mediante el cual el contenido del mensaje es descrito por medio de un sistema de signos, osea un lenguaje. La codificación depende de la elección de los signos lingüísticos correctos y la adaptación al canal por el que los signos son transmitidos.
- **Mensaje**, es el contenido de la comunicación, codificado y adecuado al canal.
- **La decodificación**, proceso de comprensión del mensaje en el que se interpretan los signos según los códigos del lenguaje utilizado. Este se realiza con mayor eficacia mientras mayor proporción del sistema de códigos sea realmente compartido por emisor y receptor. Aunque los sistemas de códigos sean de miembros de la misma comunidad lingüística, nunca son totalmente coincidentes, por lo que siempre hay se encontrará ambigüedad en un mensaje.

- **El receptor**, con una cultura determinada como el emisor, y una relación individual con el lenguaje, añade al proceso de decodificación, el filtrado que dependerá de las pautas culturales, sociales, religiosas, laborales, y su propia experiencia de vida.
- **El ruido**, consiste de procesos que afectan de forma directa a la comprensión del mensaje en cualquiera de las etapas del proceso, dificultando el acto comunicativo.
- **Retroalimentación o feedback**, proceso mediante el cual el receptor del mensaje, informa al emisor de cualquiera forma acerca de los resultados de la acción comunicativa, permitiéndole modificar el mensaje, de ser necesario, para obtener mejores resultados.

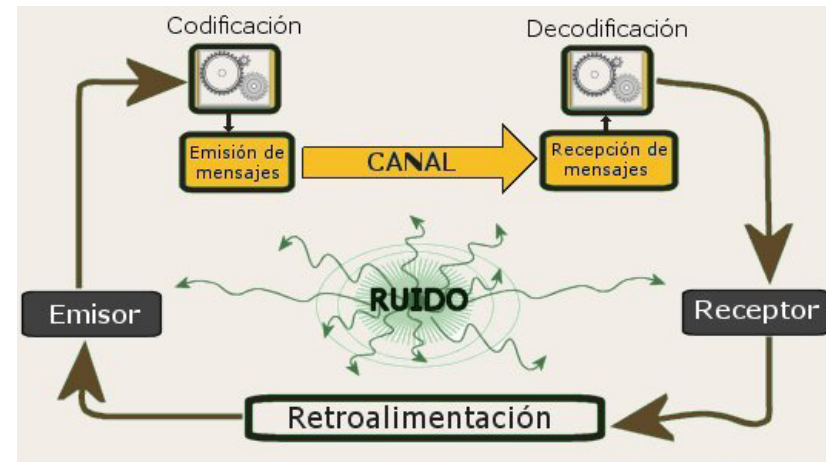


Fig. 48. Elementos de la comunicación.

### 5.1.2 Percepción visual

Frascara (2006), afirma que mirar no es un acto pasivo, ya que miramos para entender y encontrar lo que queremos. El significado y la relevancia son los mayores determinantes de la dirección de nuestra atención. La percepción implica buscar un significado y la organización de los estímulos visuales en un arreglo significante, todo mediante el proceso de interpretación. Percibir no es recibir información pasivamente. Percibir implica buscar, seleccionar, relacionar, organizar, establecer conexiones, recordar, reconocer, identificar, jerarquizar, evaluar, descartar, aprender e interpretar. La percepción en general y la percepción visual en particular se desarrollaron para interpretar los datos de los sentidos en función de construir significados. No fueron desarrolladas para admirar la belleza del ambiente sino para entenderla. Es por eso que, el humano siendo fundamentalmente visual, los mensajes visuales pueden tener tanta fuerza, a pesar de que el contenido no sea importante, ya que el canal concede la potencia.

Villafaña (2007) argumenta que al percibir un objeto, primero observamos la forma y su color, pero para que la mente retenga la imagen, es necesario que el sujeto la observe detalladamente y relacionarla con percepciones anteriores. Por esto, el diseñador debe tomar en consideración diferentes factores para llevar a cabo una pieza como lo son los símbolos, los colores, los materiales e incluso las imágenes en movimiento, de manera que se explote el campo visual y se generen estímulos intensos en la mente del espectador y se logre crear una memoria que este retenga a largo plazo.

**AZUL AMARILLO NEGRO**  
**ROJO AZUL NARANJA**  
**VERDE NEGRO ROJO**  
**AMARILLO VERDE AZUL**  
**NARANJA NEGRO VERDE**  
**AZUL ROJO NARANJA**

Fig. 49. Ejemplo de percepción de forma y color .

### 5.1.3 Diseño de la información

Frascara explica que la selección de los componentes determina de gran forma el significado del diseño. La organización de los mismos puede reforzar este aspecto, el semántico, pero su propósito principal es el de presentar los elementos significantes en un orden acorde con las capacidades de percepción y cognición de la gente, en función de que se facilite el procesamiento y la comprensión del mensaje.

En algunos casos, la organización de los elementos puede no tener una función cognitiva, más allá de hacer que la información sea accesible, como lo es con horarios, catálogos de productos, y otros ejemplos de presentación visual de información, explica Frascara. El diseño, por otro lado, nunca debe ser neutral; toda forma, además de su ajuste al objetivo informativo, tiene una raíz y un impacto

cultural. Todo estilo visual promueve determinados valores y pertenece a cierto grupo social, y muchas veces a grupos muy específicos de raza o género.

La selección de componentes en un diseño dependerá del contenido del mensaje. La organización de los componentes en un diseño tiene la función de establecer claras relaciones de jerarquía, inclusión, conexión, secuencia y dependencia entre esos componentes, además de facilitar la construcción de un significado.

### 5.1.4 Relación texto/imagen

La combinación de texto e imagen es llamada lenguaje bimedia por Costa (2008), quien la define como objeto de una disciplina actual que se extiende a más que los medios impresos. La elección entre sí puede ser complementaria y antagónica, en el diseño gráfico se acostumbra generar distintas interacciones entre texto e imagen, dando lugar al sistema bimedia. Dicha relación puede ser positiva y negativa según la naturaleza de cada uno, ya que la combinación de estos puede perturbar la percepción del espectador si uno de los dos elementos crea ruido en relación al otro, o puede ocurrir lo opuesto, que aumenten su poder didáctico al captar la atención del espectador y concentrarla en el mensaje haciéndolo más convincente.

Según Frascara, la imagen debe ser visualmente fuerte, es decir, debe tener una gran coherencia interna y, al mismo tiempo, debe diferenciarse del contexto que la rodea. Además, el significado del mensaje debe relacionarse con los intereses del público.



Fig. 50. La infografía es bimedia.

### 5.1.5 Evaluación de la pieza

Para desarrollar un lenguaje visual adecuado a las necesidades comunicacionales del proyecto, el diseñador debe desarrollar una lista de chequeo, adaptándola y extendiéndola de acuerdo con los requerimientos de cada caso, como se evalúan los siguientes aspectos, explica Frascara:

- Ajuste al contenido: la relación entre el tema y su presentación visual.
- Ajuste al contexto: el lenguaje visual fue diseñado acorde al grupo objetivo y el entorno en el que será aplicado.
- Calidad del concepto: tiene una idea visual detrás o consiste solamente de diagramación.
- Calidad de la forma: tiene buena organización perceptual.
- Legibilidad/visibilidad: hay buena distinción entre los textos e imágenes.
- Artesanía: se hizo y presentó adecuadamente el proyecto.
- Calidad del medio usado: los medios a utilizar maximizarán la eficacia de la pieza, como las tecnologías y materiales.

### 5.1.6 Representaciones de una imagen

Para Camusso, Gastaldo, Marchetti Menendez y Provencal (2012), el grado de semejanza entre lo representado y aquello que lo representa permite que convencionalmente se establezcan clasificaciones, siempre teniendo en cuenta, que la semejanza es en sí misma una relación cultural.

Dondis (1992), explica que según la distancia entre el signo y lo real, se puede clasificar tres niveles de representación: el realista o representacional, el abstracto y el simbólico. Cada uno de estos niveles, constan de características propias que pueden ser aisladas y definidas, pero no son conflictivas en absoluto. Estas tres clasificaciones, además tienen opciones tanto de estilo como de medios para la resolución de los problemas visuales.

La información visual representacional es el nivel más eficaz para la información directa e intensa de los detalles visuales del entorno, sean naturales o artificiales. La representación realista es aquella que nos permite apreciar la ilusión de lo real.

La abstracción por otra parte, es producto del proceso de reducción de múltiples elementos visuales priorizando aquellos más específicos o esenciales, elementos que permiten reconocer al objeto representado para de diferenciarlo de otros. Al ser un proceso, se encuentran diferentes niveles de abstracción, la eliminación progresiva de detalles puede desembocar en una abstracción hacia el simbolismo, que es cuando a una representación se le remueven los rasgos particulares a favor de los generales y se le asigna un significado. También está la abstracción pura, en la que la reducción de la representación a



elementos básicos no da a lugar una relación con ningún referente real.

La abstracción a nivel simbólico requiere de una simplicidad alta, de una reducción del detalle visual al mínimo posible. Un símbolo, para ser efectivo, no sólo debe verse y reconocerse sino también recordarse y reproducirse. La simplicidad de las formas contribuye a la identificación entre el signo y la cosa significada. Sin embargo, tampoco debe ser tan general como para que no haya diferenciación suficiente como para lograr la identidad de la entidad o imagen representada.

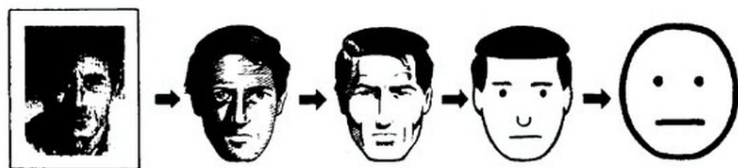


Fig. 51. Diferentes grados de iconicidad.

La abstracción ha sido el instrumento primario en el desarrollo del medio visual, ya que es muy útil para la exploración no comprometida de un problema y para el desarrollo de opciones y soluciones visibles. La abstracción libera al diseñador de las demandas que suponen representar la solución final acabada, y permite así reforzar la estructura subyacente en una composición, que aparezcan los elementos visuales puros y que se pueda experimentar directamente con las técnicas a aplicar.



Fig. 52. Abstracción simbólica.





### 5.1.7 Ilustración

Aumont (1992) define a las imágenes como un elemento que generan relaciones con el espectador mediante los valores de signos, representativos o simbólicos, que transmiten determinados mensajes de acuerdo con la intención del autor, y utilizadas en contextos socioculturales específicos, pueden influir en la forma de pensar de las personas. El uso de imágenes en ese proceso ha sido determinante y ha fortalecido la disciplina que se conoce como ilustración.

La ilustración ha tenido gran importancia como un recurso de comunicación visual, y ha favorecido la comprensión de textos y transmisión de mensajes en ámbitos educativos, científicos y culturales, mediante medios como carteles, libros narrativos, educativos o científicos, pero en la actualidad, por la ligereza del mundo moderno, y el apoyo en las nuevas tecnologías que facilitan la creación de contenido, se utilizan métodos sin tener en cuenta el contexto y las áreas de conocimiento, por lo que se hace importante la revisión y aclaración del concepto de ilustración y sus diferencias con otras disciplinas como el arte, el diseño y el dibujo, afirman Menza, Sierra y Sánchez (2016).

La ilustración, aunque también busca entregar mensajes y funcionar como una comunicación visual, tiene como prioridad la representación de textos, y su lenguaje visual se fundamenta en la aplicación de técnicas artísticas. De igual forma, un diseñador entrega soluciones rápidas y satisfactorias, mientras que una ilustración requiere aplicar un proceso creativo y artístico más reflexivo y extenso. Adicionalmente, el diseño se ha reinventado en función de las necesidades del usuario a partir de 1970, y en su enfoque centrado en el humano, permite que no se limite al desarrollo de imágenes o productos, sino que busca brindar experiencias más allá de cubrir una demanda argumentan Sandersa y Stappersb (2008).



Fig. 53. Texto complementado por ilustración.

### 5.1.8 Flat design

Sokolova (2016), explica que el Flat Design es un estilo de diseño gráfico e interface de usuario que usa elementos al mínimo y deja a un lado cualquier tipo de colores, degradados u otro tipo de sombras y texturas complejas. Permite que uno se enfoque más en el contenido, sin distraer a los espectadores con efectos, ya que enfatiza la simplicidad de los elementos y brinda la información de manera más rápida y fácilmente.



Fig. 54. Ejemplo de la tendencia de Flat Design.

Con este estilo, se utilizan elementos geométricos básicos como cuadrados y círculos para evitar formas sobrecargadas o complejas, afirma Galerna Estudio (s.f.). Galerna continúa explicando que la forma de percibir la información está cambiando, con un aumento constante de elementos visuales que apelan a la atención, lo cual obliga al diseñador a realizar piezas con mensajes más claros y directos, que resalten en espacios saturados de información. El cambio evolutivo de la tecnología justifica las tendencias donde la base son la simplicidad y minimalismo.

Según Carreño (2017), los colores primarios y secundarios se utilizan frecuentemente en el flat design, pero los colores brillantes predominan ya que estos crean un contraste con el que los elementos sobresalen del fondo, sean imágenes o fondos de colores sólidos. Sin embargo, también suelen utilizarse gamas de colores con poca saturación como los pastel.



Fig. 55. Ejemplo de colores utilizados frecuentemente.



La tipografía puede tomar un papel muy importante en la imagen del flat design, usualmente se utilizan familias tipográficas sans serif en mayúsculas, que son simples y claras, haciendo que el diseño sea limpio y legible, comenta Sokolova (2016).

Sokolova, Galerna y Carreño coinciden en que el flat design cuenta con las siguientes ventajas:

- Brinda jerarquías visuales claras.
- Permite enfocar la atención en el contenido.
- El diseño básico de elementos y pocos detalles aporta a que estos sean reconocibles en diferentes escalas.
- El uso de colores brillantes y sólidos da una imagen moderna, positiva y atractiva que crea un ambiente adecuado.
- La simplicidad y reducción de un elemento a lo esencial hacen que el usuario comprenda el mensaje de forma rápida.

### 5.1.9 Infografías

En primer lugar se tiene que ver lo que cada infografía está tratando de conseguir antes de que se pueda establecer las mejores prácticas para su aplicación. Por defeción, todos los gráficos de información están destinados a comunicar. Lo que varía son los fines para hacerlo, y entender estos fines es lo que determina las prioridades del gráfico. Estas prioridades explican una diferencia necesaria en el enfoque de cada diseño explican Lankow, Ritchie, Crooks(2012).

Si una infografía pretende comunicar información de la manera más clara y objetiva posible, entonces la primera prioridad para el diseñador es la comprensión, después la retención, seguido de la atracción. Esto es común en las aplicaciones de la inteligencia académica, científica y empresarial, ya que estas áreas suelen carecer de cualquier orden del día aparte de transmitir y conseguir que los espectadores comprendan en conocimiento. La atracción es menos necesaria en este escenario, ya que el espectador suele necesitar la información y la busca como resultado. La atracción sólo es útil cuando se mantiene la atención de los espectadores para lograr una posterior comprensión. Normalmente un gráfico así se utilizaría como una fuente de información, que es también por lo que la retención es una prioridad secundaria. Si el espectador necesita la información y es una fuente de fácil acceso, entonces puede volver a visitarla cuando le sea necesario para recuperarla de nuevo. No hay necesidad de ocupar más espacio valioso del necesario en el cerebro.

Sin embargo, según Lankow et al., un gráfico creado con un interés comercial tendrá en cuenta otras prioridades. Las marcas buscan en primer lugar la atención de los

espectadores y finalmente convertir a esos usuarios en clientes de pago. El orden de las prioridades de un gráfico de marketing comercial sería atracción, retención y por último comprensión. Las marcas están tratando de captar la atención de los espectadores y crear una impresión duradera, que por lo general significa que la comprensión del contenido por parte de los espectadores es con frecuencia su última prioridad. La excepción sería la infografía que se centra más en la descripción de un producto o servicio, como un comunicado de prensa visual, ya que en estos casos los diseñadores quieren que el espectador entienda de una forma clara el material tal y como se refiere a la propuesta de valor de la empresa. De cualquier forma, ser lo suficientemente atractivo para posibles clientes de manera que se consiga que escuchen es siempre el objetivo número uno.

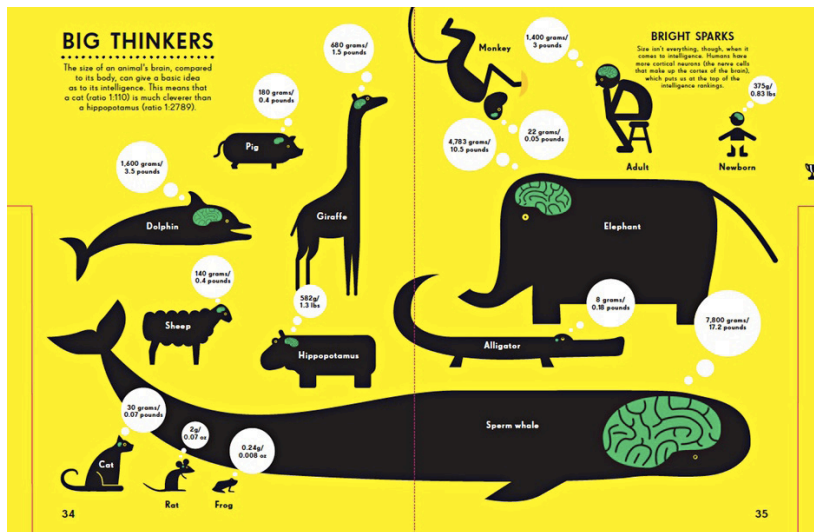


Fig. 56. Infografía de prioridad de atracción, retención y comprensión .

Los editores que crean infografías editoriales que tienen el orden de prioridad de atracción, comprensión y retención. Esto se debe a que el atractivo del contenido de una revista es lo que hará que vuele de los quioscos, que comparte como prioridad -mejorando las ventas- con empresas de otros sectores. La supervivencia de una editorial se basa únicamente en su capacidad para despertar el interés de los lectores. La calidad del contenido o los gráficos producidos sobre una base consistente ayuda a impulsar este interés por crear una fuerte impresión en los lectores, y es aquí donde entra en juego la comprensión. Una publicación de calidad se basa en el contenido que produce, que está destinado a ayudar a los lectores a entender un tema dado. Sin embargo, que el lector puede recordar ese tema con el mismo nivel de comprensión una semana después, tiene poca importancia para los resultados del editor. El denominador común entre los intereses comerciales y editores es que ambos desean forzar al consumidor a realizar una acción específica.

Un estudio reciente de la Universidad de Saskatchewan sugiere que los espectadores prefieren un mayor uso de la ilustración en las representaciones visuales. Aunque esta conclusión parece obvia, es importante tenerla en cuenta en el acercamiento al diseño. No es suficiente con hacer su contenido visual, también debe ser visualmente interesante. Se puede llevar a cabo mediante el uso de iconografía representativa, de metáfora ilustrativa o de mecanismos relevantes en un marco decorativo. La idoneidad de los elementos decorativos e ilustrativos variará dependiendo de la aplicación y uso de una infografía (Lankow et al.).

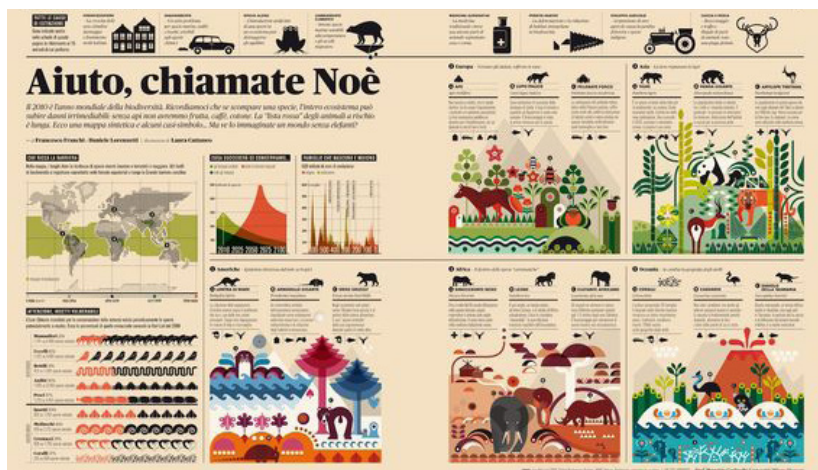


Fig. 57. Infografía editorial.

Si se usan incorrectamente, los elementos decorativos tienen el potencial de distraer al espectador de la información real, lo que disminuye el valor total del gráfico. Dominar este proceso y encontrar el equilibrio entre la atracción y la claridad puede ser un proceso con matices. Los investigadores han estudiado y modelado los estilos de aprendizaje de muchas maneras diferentes a lo largo de las últimas décadas, y los orígenes de este estilo visual específico de pensamiento se pueden remontar hasta el modelo VAK de Neil Fleming. Uno de los modelos más conocidos y valorados de pensamiento establece que, cuando se trata de comprender información, las personas aprenden mejor con los estímulos visuales, auditivos o táctiles.

Cuando se aprende con el estímulo visual, se comprende mejor la información que se presenta en imágenes, diagramas, tablas y elementos similares; los que aprenden de manera auditiva lo hacen mejor cuando escuchan la información hablada; y los que aprenden de manera táctil

necesitan tocar y aprenden sintiendo. Aunque dicha teoría es aceptada, los científicos han mostrado que hay poca o ninguna evidencia de que alguno de estos métodos sea mejor para comprender y retener la información. Es importante tener en mente la estructura de los medios de comunicación los canales mediante los cuales la gente se informa. No es tan importante saber cómo prefieren aprender las personas como lo es saber cómo lo hacen en realidad y actualmente estas experiencias se están dando más en un canal principalmente visual, el internet.

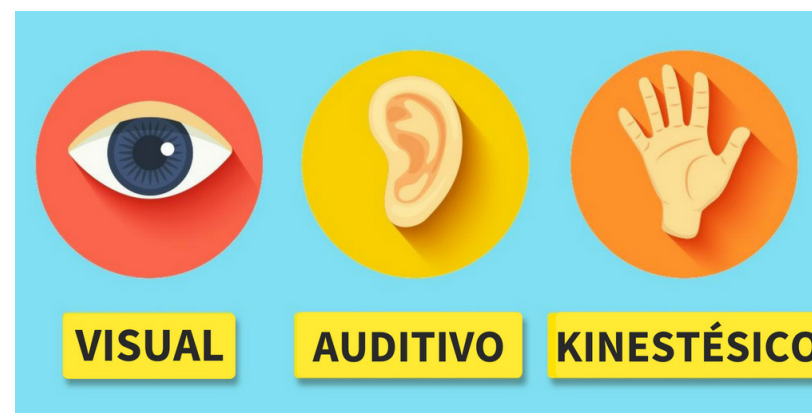


Fig. 58. Estilos de aprendizaje.

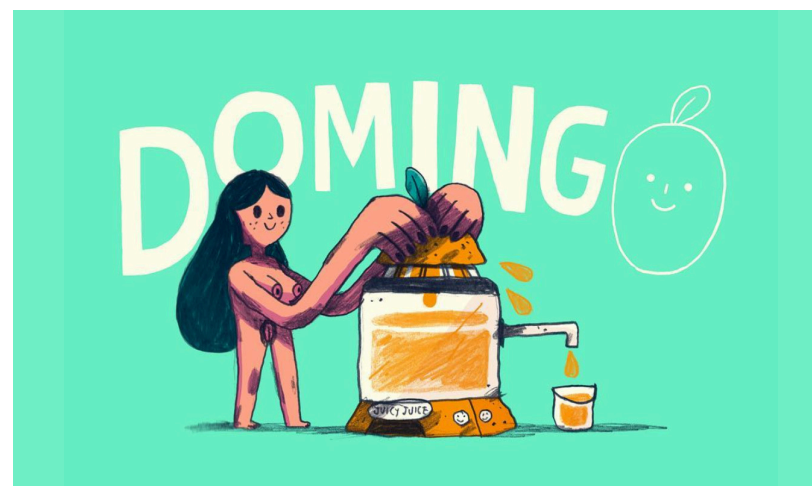
Ya que las personas suelen digerir información de forma visual, el valor de utilizar elementos visuales en la comunicación es muy significativo, afirman Lankow et al. El sistema visual humano es un buscador de modelos de enorme poder y sutileza. El ojo y la corteza visual del cerebro forman un procesador paralelo masivo que proporciona el máximo canal de banda ancha a los centros cognitivos humanos. A mayores niveles de procesamiento, más interrelacionados están la percepción y la cognición, por lo que las palabras comprendidas y vistas son mínimas.



# Sujeto de estudio

Raúl Pardo

Experto en infografías e ilustración



## Aportes:

Raúl Pardo (2018), afirma que teniendo claro el enfoque de la pieza, se define qué pregunta vas a contestar y así es más fácil saber qué se responderá. De ahí en adelante hay que asegurarse que toda la información seleccionada conteste la pregunta definida. En ocasiones uno se topará con información interesante acerca del tema y se termina queriendo incluir pero si esta no responde directamente a la pregunta no es necesaria. De igual manera, se puede evitar comunicar algo erróneo con una buena comprensión del tema que se está tratando y una buena redacción. Si se siguen los siguientes pasos, se puede lograr una buena pieza informativa:

- Tener claro cuál es el enfoque y propósito de la pieza
- Tener clara cuál es la narrativa.
- Tener clara (y verificada) la información
- Bocetar

Pardo (2018) comenta que hay una gran cantidad de personas que le cuesta mucho procesar información escrita y hay mucha información valiosa que no llega a la gente porque le cuesta empatizar con ella. Con el buen diseño de la información, se puede hacer que la información sea menos aburrida, más relevante, y más sencilla de entender para muchas personas. Cada tema se aborda de una manera particular, por lo que no hay una “longitud óptima” universal; “Regla de oro: si a ti te da flojera tu infografía, a tu público le dará más flojera aún.” Es esencial evaluar cada vez que se hace algo, pensar qué se pudo haber hecho mejor, qué funcionó y qué no funcionó.

En cuanto a la ilustración, Pardo comentó que lo visual tiene que ser igual o más importante que el texto, en todo momento tiene que aportar algo a la explicación de la información. El propósito siempre es empatizar mejor con la gente, por lo regular, los personajes ayudan mucho. El estilo dependerá del tema, por lo que es necesario ver qué es lo que ayuda mejor a la comprensión de la información; veces puede ser algo muy literal, a veces ayuda más algo abstracto. Siempre hay que considerar si estilo ayudará a hacer el material más cercano a quien la verá, “sin importar el tema, NUNCA SER ABURRIDO”.



## 5.2 Animación

La animación es una técnica artística que consta de la generación de secuencias gráficas en distintos soportes que por medio de la alternación de imágenes estáticas, representan la ilusión de movimiento, explica Definición ABC (s.f.). Por lo tanto, esta es una técnica que utiliza la ilusión óptica para dar vida a un elemento o individuo mediante el dinamismo. Según Pixel-Creativo (2015), actualmente existen muchas técnicas de animación entre las cuales se pueden encontrar la animación tradicional, el StopMotion, la pixelación, la rotoscopía, Cut Out Animation y animación 3D.



Fig. 59. Secuencias gráficas.

### 5.2.1 Guión

Según Manuel(2016) un guión es el texto en el que se encuentra la historia a ser contada en una producción cinematográfica, en el se especifican los detalles de la historia como el lugar, los personajes, el ambiente, etc, detalles con los cuales quien lea el mismo podrá entender la trama y como se desencueve. Este tiene un estándar predeterminado por la industria del cine. El autor agrega que un guión consta de 5 partes, siendo las siguientes:

- El encabezado de escena
- La descripción
- El diálogo
- La transición de escena
- El plano a utilizar

### 5.2.2 Storyboard

Urbano (s.f.) explica que un storyboard es un conjunto de imágenes o gráficos que que muestran la secuencia de una producción de forma que se previsualice cómo se llevará a cabo. En otras palabras, es un guión gráfico.

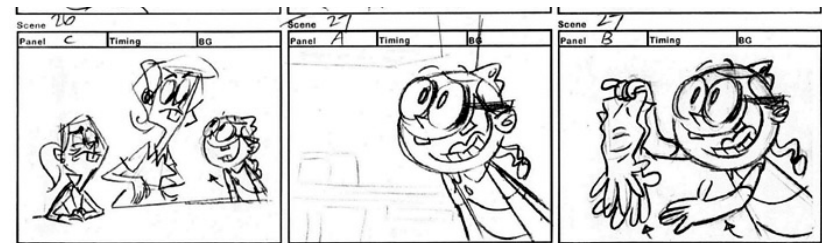


Fig. 60. Storyboard de caricatura.





### 5.2.3 Animatic

Bustamante (s.f.) expone que un animatic es un storyboard animado, al cual se le pueden agregar sonidos, de esta forma permite lograr un mejor entendimiento de la producción audiovisual a realizar ya que se emulan los planos y movimientos que tendrá la producción final.

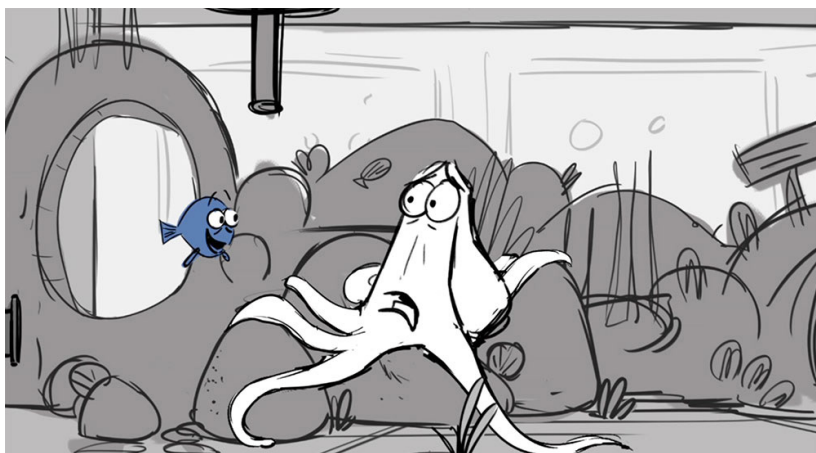


Fig. 61. Ejemplo de animatic.

### 5.2.4 Animación Tradicional

Consiste en dibujar fotograma por fotograma. En sus inicios se dibujaba y pintaba cada cuadro para luego ser filmado en una cinta de película, pero en 1910, se agiliza el proceso con la animación por celdas, inventada por Bray y Hurd, la cual consistía en usar laminas transparentes, en las que se animaban los personajes sin tener que pintar el fondo en cada fotograma. En la actualidad se utilizan diversos medios digitales como Photoshop, Flash o After Effects.



Fig. 62. Animación tradicional.

### 5.2.5 StopMotion

Es una técnica para animar que no entra en la categoría de dibujo animado como la animación tradicional. Consiste en conectar los movimientos de objetos estáticos, por medio de fotografías cuadro por cuadro o movimiento por movimiento y puede utilizarse plastilina a lo que se llama claymotion u objetos rígidos.



Fig. 63. Fases de personaje.

### 5.2.6 Pixelación

Esta es considerada una variante del StopMotion. Consta de objetos que no son ni modelos (muñecos y plastilina) ni maquetas, sino que utiliza objetos comunes e incluso personas que recrean diferentes movimientos al ser fotografiados repetidamente y desplazados ligeramente entre cada fotografía.



Fig. 64. Fases de niño patinando.

## 5.3 Motion graphics

Obtener conocimiento a través de la comunicación visual es como aprender un nuevo lenguaje, el cual esta compuesto puramente de imágenes. El lenguaje visual está más limitado que el lingüístico, pero el visual comunica algo de forma más directa explican Fathi Dare Shir y Asadolla (2014).

Motion graphics, o gráficas en movimiento, es creado por tecnología de video o animación, así como por la ilusión de movimiento o el cambio de la apariencia de factores visuales. Cuando este es utilizado en proyectos de multimedia, suele estar complementado por medios auditivos, lo cual en su mayoría se presenta en medios electrónicos.

Para crear una comunicación adecuada con el grupo objetivo, se debe realizar la selección indicada del método de motion graphics a trabajar, ya que cada uno cuenta con sus propias características que podrán resultar como ventajas o desventajas según el tipo de mensaje y audiencia. Además, Fathi Dare Shir et al., mencionan que un diseñador de motion graphics no debe dejarse llevar por su estilo propio o técnicas con la que acostumbra trabajar, especialmente si el proyecto será hecho con fines de negocios, a menos que se le haya buscado por su forma de trabajo. Entre los diferentes métodos o estilos gráficos están la animación 2D, la animación virtual 3D, el montage de fotografías y collage de materiales.





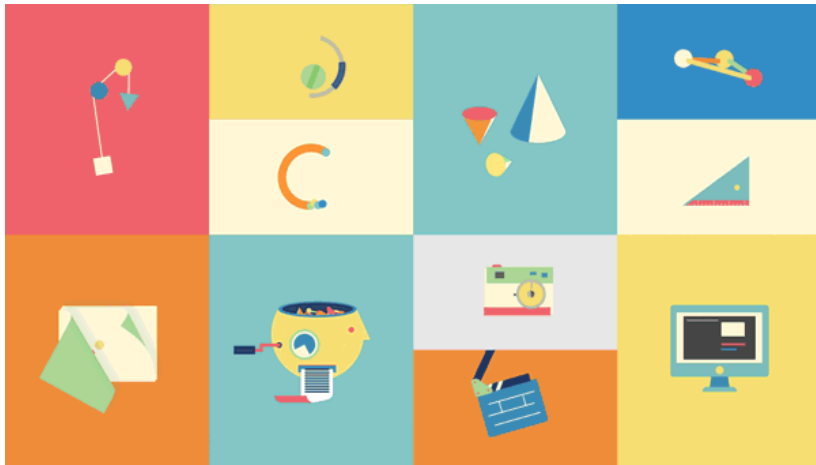


Fig. 65. Estilo clásico 2D de motion graphics.



Fig. 66. Animación 3D.

### 5.3.1 Tipografías animadas

Para el uso de tipografía, como en cualquier otro ámbito del diseño, es esencial entender al grupo objetivo junto con sus recursos y discapacidades, ya que esto determinará la técnica adecuada a aplicar al contenido y la efectividad de la misma, afirman Marshall y Meachem (2012). Actualmente los diseñadores tienen con muchas herramientas a la mano para realizar animaciones que pueden ser digitales mediante la utilización de software, o análogas como la utilización de fotogramas. Debido a la creciente comunidad digital, las animaciones se vuelven más y más comunes, resultando en la monotonía animada, con la que el espectador pierde el interés fácilmente, por lo que se ha recurrido a animaciones más dinámicas y atractivas para mantener despierto el interés, pero sin importar como sea animado un texto, no pueden dejarse por un lado la legibilidad y fluidez de lectura. La tipografía en movimiento tiene un gran potencial para facilitar la transmisión de un mensaje pero el movimiento excesivo puede llegar a ser ya sea una distracción o una carga visual inapelable que dificulta la transmisión y comprensión del texto, por lo que es necesario reflexionar si los efectos y movimientos aplicados contribuyen al impacto y potencialización del mensaje.



Fig. 67. Letra en movimiento.

### 5.3.2 Factores influyentes en la pieza

El área de actividad del motion graphics es un campo en el que la captación y retención de atención de la audiencia es la prioridad, cuando para los posters, brochures y otros medios impresos, esto cae en el segundo plano. La atracción continua de la pieza audiovisual y su efecto, familiarizarse a ella y esperar la siguiente secuencia son todos puntos que dependen del tiempo, algo característico de dicha rama visual.

El sonido, como el tiempo, es un factor fundamental en el motion graphics, ya que por mejor acabados que estén los efectos visuales o el entorno gráfico, sin la musicalización o la edición de sonido correcta, la pieza perderá su atractivo a la mitad de su reproducción y con ello su propósito. El 70% de la influencia y atractivo del motion graphics reside en la utilización de sonido afirman, Fathi Dare Shir et al. La música ayuda no solo a la retención de atención sino de información también ya que esta le da vida a la animación y puede aportar a la identificación de la audiencia con el material. Todo esto es porque los principales sentidos del ser humano son el de la vista y el oído.

## 5.4 Elementos de diseño

### Jerarquías por color

El color es una herramienta muy útil para la creación de distintos niveles de lectura, tanto en medios impresos como digitales. El color puede llegar a tener muchas aplicaciones diferentes con las que se puede causar impacto junto con la tipografía o una composición, pero no hay que olvidar que los colores interactúan y reaccionan entre sí, ciertos colores son armoniosos al combinarlos, otros compiten entre sí y se anulan, explican Marshall y Meachem (2012). La combinación de los colores y sus efectos tienen una gran influencia en la legibilidad también. La utilización de colores vivos no es esencial para captar la atención, debido a que esto se puede lograr con la monocromía, aplicando la gama de tonos y utilizando el contraste entre las secciones de una composición. Los autores agregan que la aplicación de un color como anomalía puede resaltar o destacar zonas de diseño e incluso establecer una conexión entre ellas, como suele realizarse en el diseño editorial, cuando se elige un color de una imagen y se le aplica al título o texto de la página, lo que crea un enlace, ayudando al lector a tener una lectura más fluida. La utilización de colores contrastantes o complementarios puede ser muy eficaz también, ya que la forma en que reaccionan entre sí hace que su zona de contacto parezca vibrante, atrayendo la mirada directamente a esa área.





Fig. 68. Niveles de lectura.

## Paletas de colores

Valenzuela (2014) comenta que el color tiene una gran influencia sobre las personas pues llevan intrínsecos diversos sentimientos. Cada color tiene un significado diferente que va por encima de los gustos personales y determina las sensaciones que un gran grupo de personas sienten hacia él.

Todo humano conoce muchos más sentimientos que colores. Un mismo verde puede parecer venenoso o saludable, por ejemplo y se debe a los otros colores que le rodean, es decir, en un mismo efecto interviene varios colores.

En la mayoría de los casos, al realizar un diseño de logotipo, imagen, web u otros, se necesita más de un color y no obligatoriamente se eligen según la psicología de cada uno sino lo que representan en conjunto.

La autora presenta algunos ejemplos de combinaciones:

- El frío y el calor: Ambos tienen unos colores muy determinados para cada sensación o sentimiento. Al pensar en el frío, imaginamos colores azulados y grisáceos y si pensamos en el calor serán, por el contrario, colores rojos, naranjas y amarillos.
- Los colores cálidos implican cercanía a la vez que los fríos lejanía. Sin embargo, al unir ambas escalas se comprueba que el resultado, es una serie de colores que se podrían denominar como tranquilizadores. Se han visto muchas de las empresas de temas médicos o educativos que usan estos colores, evocando la tranquilidad y la calma.
- La fidelidad y la infidelidad: generalmente los tonos negros y violetas, se usan lo exclusivo, lujoso, privado y fidelidad. Reflejan sentimientos a los que no todos pueden acceder, por lo que da la sensación de “ser especial”, lo que se siente cuando nos son ellos. Por el contrario la infidelidad, usa los colores de lo tranquilizador con el complemento del rojo, que significa violencia. El rojo se encarga de destruir la calma producida por el azul y el verde. Sin embargo, como en el caso anterior, la mezcla de los distintos colores con sus respectivos sentimientos adversos brinda el término medio: la cortesía.
- La amabilidad y la hosquedad: de nuevo, hasta que no son unidas las gamas de colores de ambos no se puede llegar hasta un entorno con más naturalidad. Y aquí podemos ver una curiosidad: la gama de colores de lo natural es muy similar a lo tranquilizador. La principal diferencia entre ambas es la cantidad de uso de los colores. De cualquier manera lo natural es tranquilizador.



Fig. 69. Tonalidades de color.

## Connotación de las familias tipográficas

Martínez (2009) menciona que las fuentes tipográficas son la apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos bajo las mismas características; mientras que familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una fuente con variaciones como el grosor, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Agrega el autor que para hacer la mejor selección, es útil entender las diferencias básicas entre las familias tipográficas, las cuales se puede dividir en amplias categorías: Serif, Sans Serif, Manuscritas, de Exhibición y Símbolos.

**Serif**, también llamadas de adorno tienen su origen en el pasado, cuando se cincelaban en bloques de piedra, resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por lo que se desarrolló una técnica para destacar las líneas cruzadas de casi todas las letras, presentando así en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de serif.

Estas tipografías proporcionan el efecto de tranquilidad, autoridad, dignidad y firmeza. Las pequeñas terminaciones, le permiten al ojo seguir la línea fácilmente, sobretodo en bloques de texto amplios e impresos.

I am serif.

Fig. 70. Ejemplo de serif.

**Sans Serif**, del francés Sans “sin” Serif, “serifa”, es decir, no tienen remates en sus extremos. Representan la forma natural de una letra que ha sido realizada por alguien que escribe con otra herramienta que no sea un lápiz o un pincel. Asociadas desde su inicio a la tipografía comercial, su legibilidad y durabilidad los hacían perfectos para impresiones de etiquetas, embalajes, envolturas y demás propósitos comerciales. Estas fuentes crean el efecto de modernidad, sobriedad, alegría y seguridad, es más neutra y aunque son populares, dificultan la lectura de textos largos, por lo que se usan sólo en casos de textos muy cortos donde existiera una razón para ello. También tienden a reflejar una imagen limpia o minimalista. Muchos consideran las fuentes de Sans Serif como la mejor opción para el diseño de presentaciones digitales, ya que son más legibles cuando se proyectan en pantallas.

I am sans.

Fig. 71. Ejemplo de sans serif.



**Manuscritas o script**, parecen cursivas o de caligrafía. Generalmente se reservan para acentuar el título principal, o la firma del autor, pues los trazos más finos pueden desaparecer, comprometiendo la legibilidad.



Fig. 72. Ejemplo de manuscrita.

**Fuentes de Exhibición (display)**, tienen mayor atracción de todas las categorías. La forma del carácter puede sugerir una época o período de tiempo, otras simplemente otorgan mayor personalidad. Por su alto grado de asociación y referencia mediática, las fuentes de la exhibición se utilizan en todos los casos única y exclusivamente para el título.

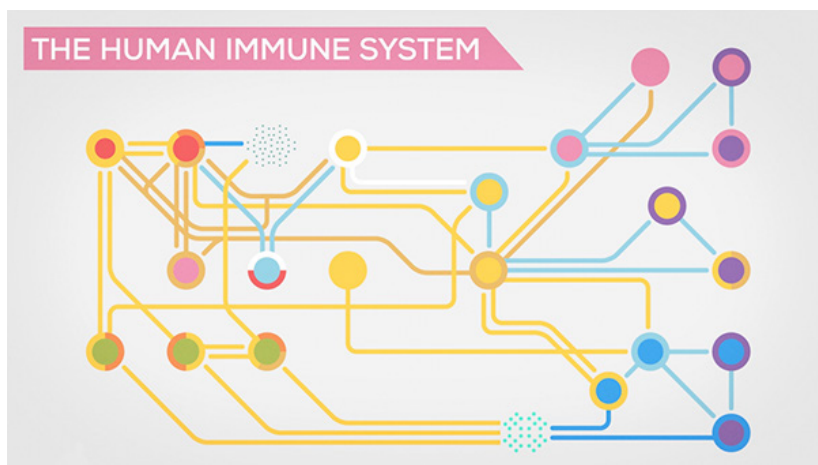


Fig. 73. Ejemplo de display.

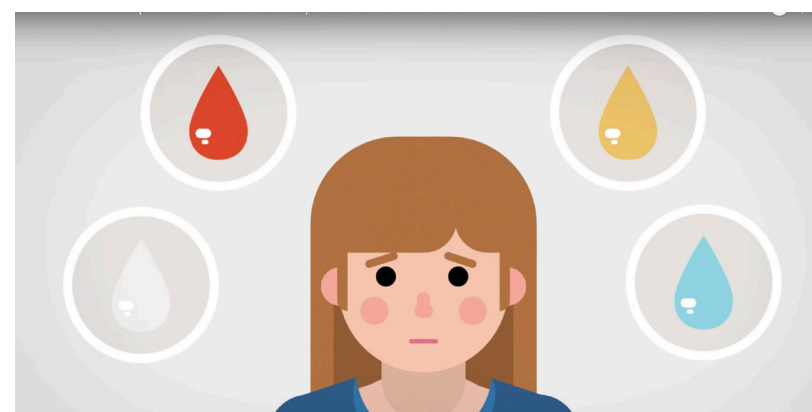
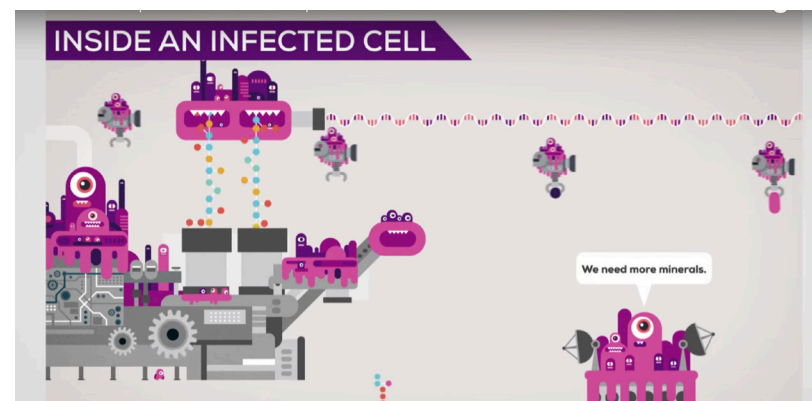
## Caso análogo de diseño

### **Ebola exposed. Por Kurzgesagt**

Ebola explained es un proyecto que consiste de un material informativo audiovisual orientado a la conscientización de un problema de salud, se analizó con la ayuda de un instrumento de observación (ver anexo 8).



Este tiene un uso de colores variados que va de cálidos a fríos pero siempre vivaces. Las imágenes tienen un nivel medio de abstracción, utilizan el flat design, cuenta con el uso de personajes y utiliza la narración como medio principal para explicar el contenido, la cual se apoya de subtítulos y globos de texto ocasionales para brindar un mejor contexto a la animación.





El video tiene una duración de 5 minutos y medio y predomina la animación de vectores a la utilización de texto, así como la narración es constante pero no rápida, por lo que el autor del proyecto tenía como prioridad atraer la atención del espectador y que comprendiera el material y por último que retuviera la información.

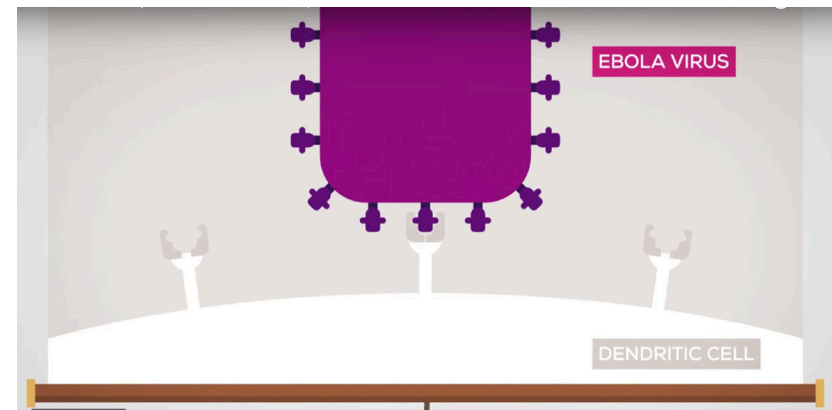
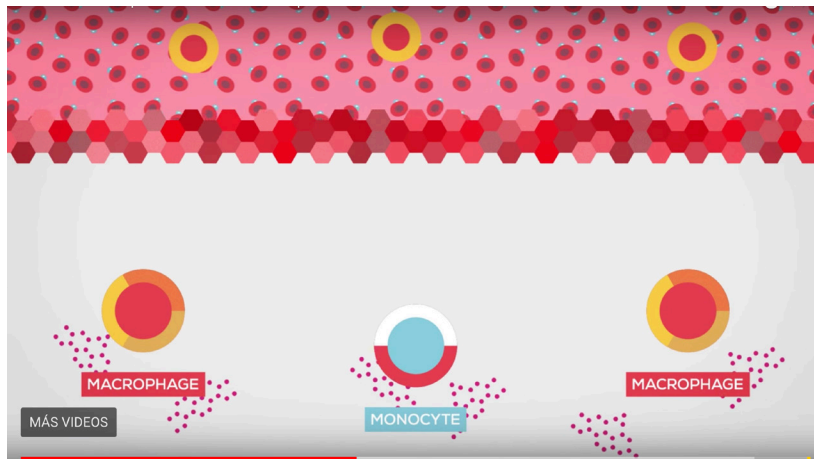
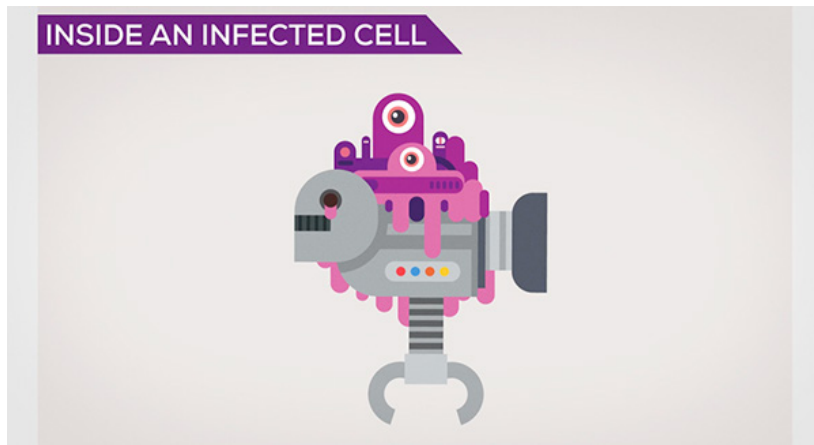


Fig. 80 - 86. Imágenes del vídeo de "Ebola explained".

# Caso de experiencia desde diseño:

## Modern Human Instinct. Por Jeffery Lawson

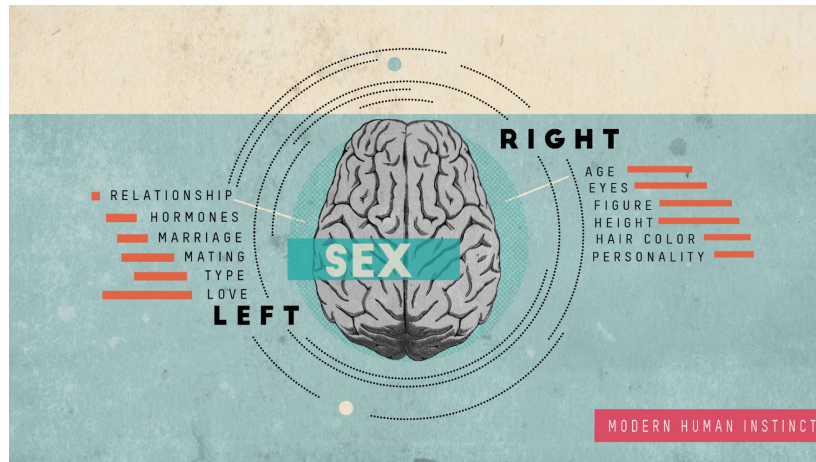
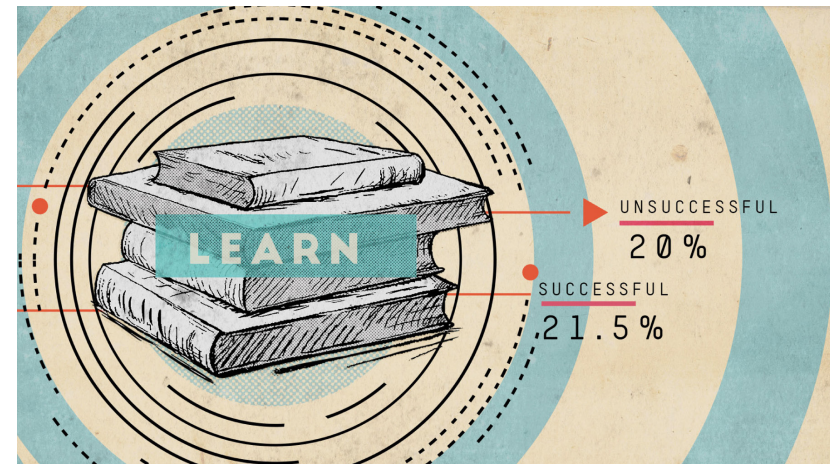


Fig. 87 - 89. Styleframes.

Este proyecto consta de un vídeo de motion graphics en el que habla acerca de los instintos del ser humano y cómo los medios de información actuales como los celulares y el internet cambian el comportamiento humano y la forma en que procesa y aprende determinada información, y aún más importante, cómo los medios cambiaron la forma en que nos comunicamos, por lo que una mala elección de canal de mensaje hará que no se procese ni retenga la información que se pretende transmitir.

Hace uso de una animación de puntos y líneas acompañados de una narración apoyada por textos animados e ilustraciones que aluden al tema explicado según el segmento.



Lawson, el autor del proyecto, comienza por elegir un concepto bajo el cual trabajar el proyecto y elige realizar un guión en base al comportamiento humano, los instintos y como el lenguaje se ve afectado por su entorno.





Seguido de redactar el guión, eligió un estilo gráfico según sus objetivos siendo los siguientes:

- Invocar la imaginación del espectador al despertar al niño interior.
- Mantener una imagen simple.

Con esto en mente se decidió por utilizar un estilo de diseño moderno y minimalista, con los que buscaba llegar a un grupo objetivo compuesto por millenials.

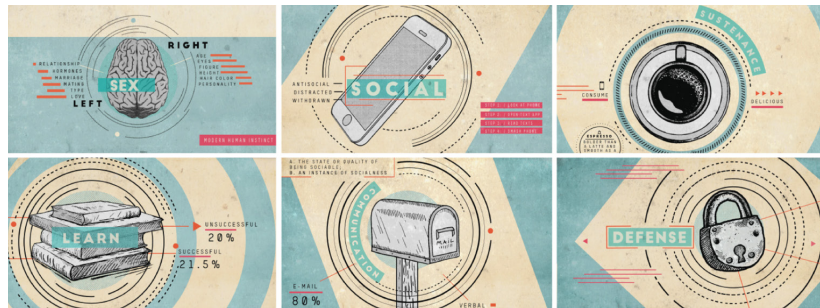


Fig. 90. Styleframes.

Con el estilo definido, realizó una breve investigación de trabajos que giraran en torno al mismo y seleccionó una serie de piezas para armar un moodboard que utilizó como inspiración.

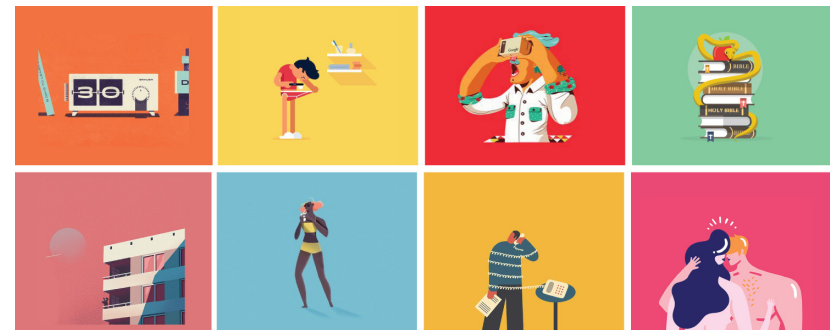
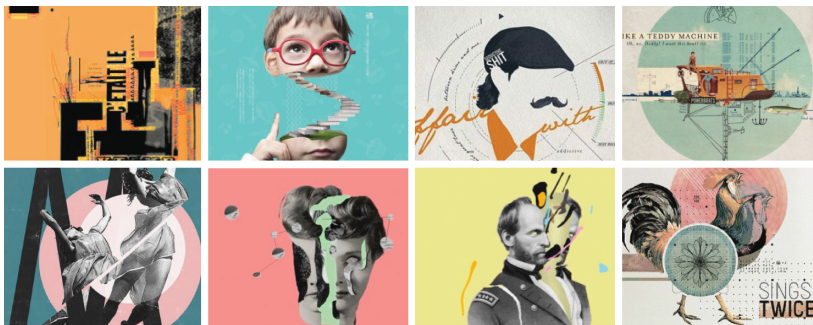


Fig. 91 - 92. Moodboard.

Al tener el moodboard listo, realizó una lluvia de palabras para luego combinarlas con ilustraciones para moldear un mejor la idea principal de cada cuadro/segmento e hizo otra lista de cosas a hacer y qué no hacer.

Intimate	Fixed	Social	Employment
Mentor	Flee	Grow	Attraction
Help	Protection	Bonds	Resources
Build	Growth	Email	Private
Touch	Education	Duality	Forces
Maintain	Poor	Ubiquitous	Survive
Smile	Fight	Shatter	Corrupt
Imagine	Procreate	Assimilation	Linkage
Flee	Fight	Roles	Reflect

**DO AND DONT LIST**

	<b>DO'S</b>		<b>DONT'S</b>	
Dull colors	Use lines	Be comical	Think to hard	Add more
Use tone	Be perverted	Use Illustration	Clutter	Use gradient
Animate	Be simple	Be dynamic	Compare	Be perfect
Tell story	Do Modern	Add angles	Over concept	Complicate
De saturate	Use thin type	Secondary Items	Grow up	Be digital

Realizó un mapa mental para ordenar las ideas a representar en el vídeo e hizo un storyboard en base al mapa y el guión.

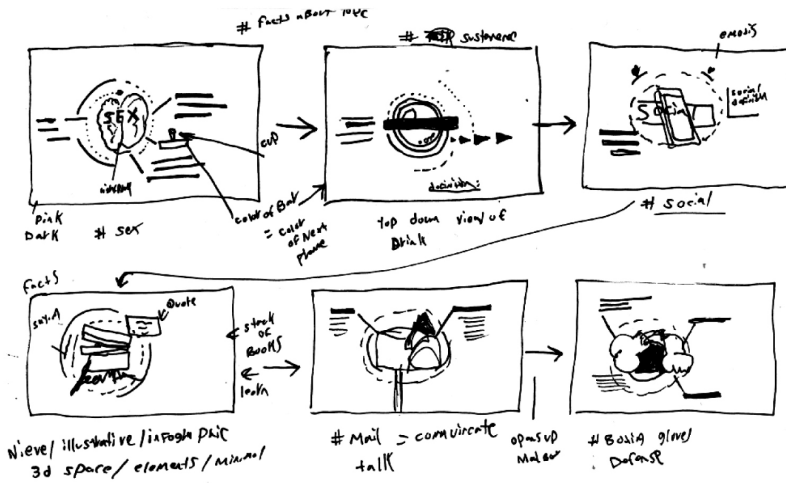
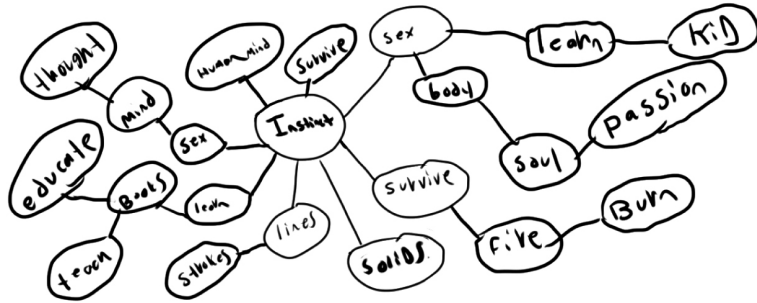


Fig. 93 - 94. Mapa mental y storyboard. Modern-Human-Instinct.

Por último hizo la selección de tipografías en base al estilo de diseño moderno y minimalista e hizo la selección de color basándose en la lista de qué hacer y qué no hacer que había hecho previamente.

LOBSTER  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890[.,:;!\$@\*]

#6\*\*+,-./01237::<=>?@|j.ïi÷~%∞Æ∅|çžH⁴%¿ÿŸ!;κ9  
 Å#6\*\*+,-./01237::<=>?@|j.ïi÷#6\*\*+,-./01237::<=>?

ALICE  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRST  
 UVWXYZ  
 1234567890(.,:;!\$@\*]

#8'\*+,-./01237::<=>?@|jç£¥\$S''@-@±  
 'ñ.ïi÷~%∞Æ∅|çžH⁴%¿ÿŸ!;κ9ÄŽ!}Èóþ³α¹²  
 ½|JH×%∞--'""'f'ÁÓÚÇ·@§\$|ZijĐ

POIRTET ONE  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890(.,:;!\$@\*]

#&'\*+,-./01237::<=>?@|jç£¥\$S''@-@±'  
 'ñ.ïi÷~%∞Æ∅|çžH⁴%¿ÿŸ!;κ9äŽŪ!}èóþ³α¹  
 ²½|JH×%∞--'""'f'Éáóúç·@§\$|ZijĐ  
 Œ∞.f'



Fig. 95. Colores y tipografías.

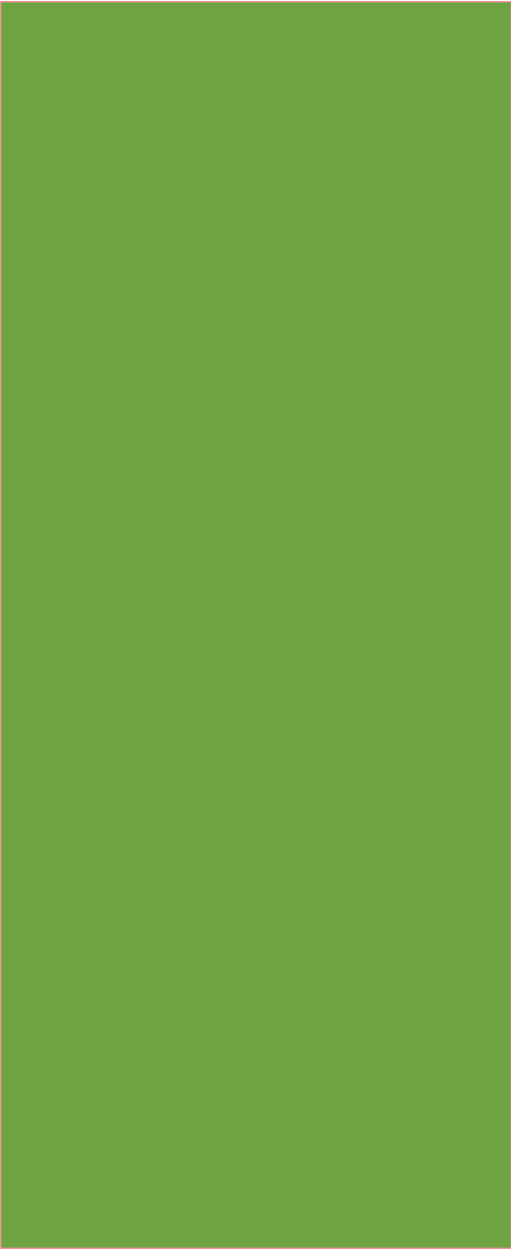
## Resultado final:



Fig. 96. Styleframe.







# 06.

## Comprensión del **GRUPO OBJETIVO**

## 06 **COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO**

Para obtener mayor información acerca del grupo objetivo, se desarrolló una encuesta con preguntas acerca de sus costumbres, conocimiento general del tema de planificación familiar, gustos y nivel de comprensión (ver anexo 9). Esta encuesta fue evaluada por la directora de comunicaciones de la asociación Alas de forma que no se hicieran preguntas que fueran a ofender a los encuestados y que tuvieran la postura correcta. Tras haber sido evaluada la encuesta, se eliminaron preguntas como edad y nivel de escolaridad para evitar redundancia y molestar al grupo objetivo con preguntas repetitivas ya que estas son preguntas que la asociación hace a todo aquel que participa en las jornadas. Para poder realizar la encuesta, se asistió a una jornada de salud sexual que impartió Alas en San Martín Jilotepeque, Chimaltenango, a las que atendieron 28 mujeres, de las cuales 15 accedieron a responder las preguntas. Para evaluar el nivel de comprensión de las personas que asistieron a las jornadas, se escogieron 2 videos (ver anexo 10), de asociaciones que tratan con salud sexual, que tuviesen diferentes tipos de ilustración y niveles conceptuales, para determinar los niveles de iconicidad a utilizar y la rapidez de los videos.

### Perfil geográfico

En la base de datos del año 2017 de la asociación Alas (anexo 10), se muestra la información recolectada de aproximadamente 5,422 mujeres. En este puede ver que su grupo objetivo, está compuesto en su mayoría por personas del sexo femenino, que residen en las áreas rurales del país de Guatemala en los siguientes 13 departamentos:

- Alta Verapaz
- Chimaltenango
- Escuintla
- Guatemala
- Huehuetenango
- Petén
- Quiché
- Retalhuleu
- Sacatepequez
- Santa Rosa
- Suchitepequez
- Totonicapan
- Quetzaltenango

Pero se enfocan en los departamentos de Alta Verapaz, Sacatepequez y Sololá. Dichas mujeres suelen mantenerse dentro la región de sus comunidades y viajan a los puntos en los que se encuentre Alas proveyendo sus servicios, ya sea con unidades móviles o en los centros de salud del lugar.



## Perfil demográfico

Según la base de datos proveída por la asociación Alas, las mujeres se encuentran en el rango de edad de 14 a 35+ años y tienen de 1 a 5+ hijos. La mayoría se dedica al oficio de casa y a cuidar de sus hijos. El 20% no recibieron ninguna educación, mientras que un 59% de las mujeres si recibieron educación formal pero tan solo el 22% se consideran literatas y el 21% restante prefirieron no decir. El 52% son de etnicidad indígena, el 18% son ladinos y el 30% no se consideran de ninguna etnia específica.

Según PRODATOS (2016), los hogares que se encuentran en el nivel socioeconómico bajo, están conformados por 5 o más personas, quienes cuentan con una educación pública, más no universitaria y utilizan el transporte público para llegar ya sea a los centros educacionales o a sus trabajos, que por lo general son en construcción o agricultura, con lo que reciben un salario medio entre Q1,600.00 y Q6,400.00 mensuales. Estos ingresos, por lo general, no son suficientes para cubrir todas sus necesidades, de manera que no cuentan con estabilidad económica ni con capital para cubrir gastos de emergencias.

El hogar promedio de dicho estrato social, tienen solamente artículos básicos como refrigeradores de tamaño mediano o pequeño, y tienen acceso muy limitado a tecnología como computadoras e internet, pero si cuentan con uno o dos televisores con cable y celulares con modalidad prepago, con los cuales pocos se conectan al internet.

Para complementar la información, se realizaron dos entrevistas, la primera se le hizo a personas que atendieron a una jornada de métodos anticonceptivos que realizó Alas en San Martín Jiloteque, Chimaltenango, y la segunda se llevó a cabo en el mercado de la Antigua, Guatemala. Con esto se concluyó que el 46.7% de las entrevistadas en Chimaltenango, no ha recibido ningún tipo de educación sexual, el 73.3% comprende el concepto de planificación familiar y aunque el 86.7% conoce los métodos anticonceptivos, pocas pudieron mencionar más de uno, siendo el condón el más conocido. De los entrevistados en Antigua, Guatemala, el 100% se dedica a ventas de productos, así como todos han escuchado acerca del término de planificación familiar pero tan solo el 63.4% sabe lo que significa realmente. De igual forma, a pesar que el 85.7% han recibido charlas acerca de educación sexual, la mayoría mencionaron tan solo el condón y la T de cobre, ya que no lograron recordar con facilidad los diferentes métodos anticonceptivos existentes.



## Perfil psicográfico

Según las entrevistas realizadas a 15 mujeres que atendieron a una de las jornadas de Alas, estas no trabajan, en cambio se dedican al oficio de sus hogares y cuidan de sus hijos mientras sus esposos van a trabajar al campo. En sus tiempos libres, el cual es escaso, se dedican a tejer y a estar con sus hijos. Todas tienen un teléfono celular pero solo el 53.3 % de ellas cuentan con un celular con conexión a internet y lo utilizan en su mayoría para hacer llamadas o mandar mensajes SMS o mediante whatsapp, aquellas que tienen internet en sus celulares, también cuentan con Facebook.

Papalia y Feldman (2012), afirman que las personas de una adultez media, pasan con un proceso de tres etapas llamado recentramiento, donde el adulto se vuelve completamente independiente, tomando el poder, la responsabilidad y la toma de decisiones, se aumenta la autoconfianza y la autonomía. El adulto ya tiene compromisos serios y tiene que velar por tener los recursos necesarios para mantenerlos y por último, se dedican a su carrera, pareja o a tener hijos. Los autores continúan explicando que a tal edad, las personas también se alejan de sus metas relacionadas con la educación y los amigos para centrarse en nuevas metas relacionadas con la salud, la familia y el trabajo.

Los autores agregan que en la adultez media, cuando son minorías étnicas y raciales, muchos deben asumir responsabilidades adultas antes que aquellos que no son parte de la minoría, tomando valor en las relaciones familiares estrechas e interdependientes, llegando a sentirse obligados a ayudar económicamente en la familia.

De igual manera, pueden sentirse presionados a casarse y tener hijos con prontitud, o se ven forzados a comenzar a trabajar en vez de dedicarse a tener una mejor educación. Por esto la adultez emergente, se ve acortada y deben enfrentar problemas de identidad respecto a su etnicidad.

## Percepción visual

Como se mencionó anteriormente, se les mostraron dos videos diferentes y se evaluó tanto su atracción hacia estos al igual que la cantidad de información que comprendieron. Con esto se concluyó que la mayoría, siendo un 86.7%, se ven atraídas por una paleta de colores vivos que contiene tonos fríos y cálidos a la vez. En cuanto a las tipografías, prefieren las sans serif ya que mantienen una imagen limpia y una lectura más ágil. Se evaluó el nivel de comprensión del grupo objetivo mediante un video informativo con el cual se concluyó que tienen un nivel de comprensión intermedio, ya que pudieron retener la mayoría de la información proporcionada por el video, el cual impartía datos acerca de un método anticonceptivo, con una rapidez intermedia. De las 14 personas entrevistadas en la Antigua, Guatemala, más del 50% se inclinaron por una ilustración abstraída de los órganos reproductores y tan solo el 28% eligieron una representación más realista.

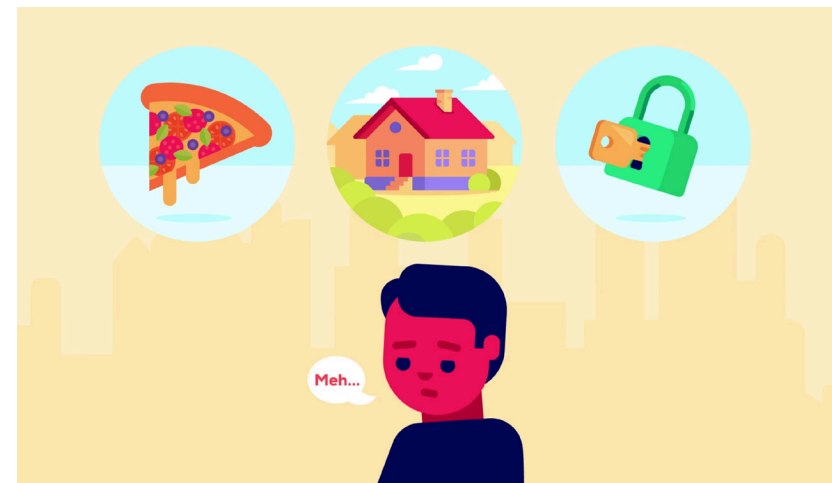
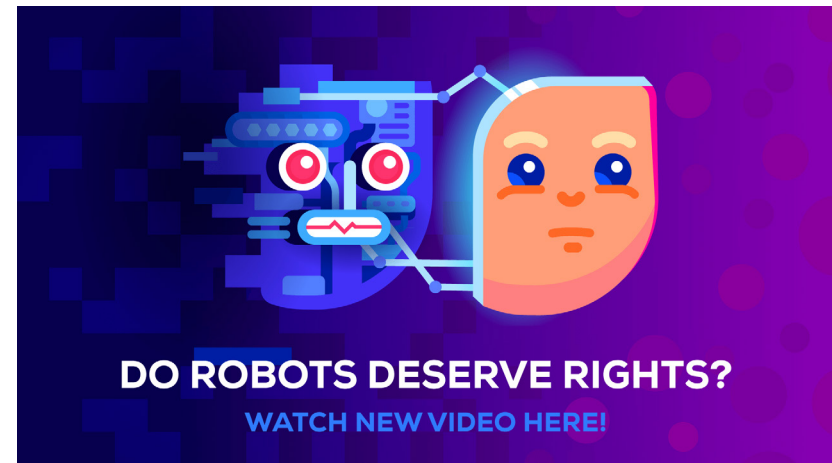
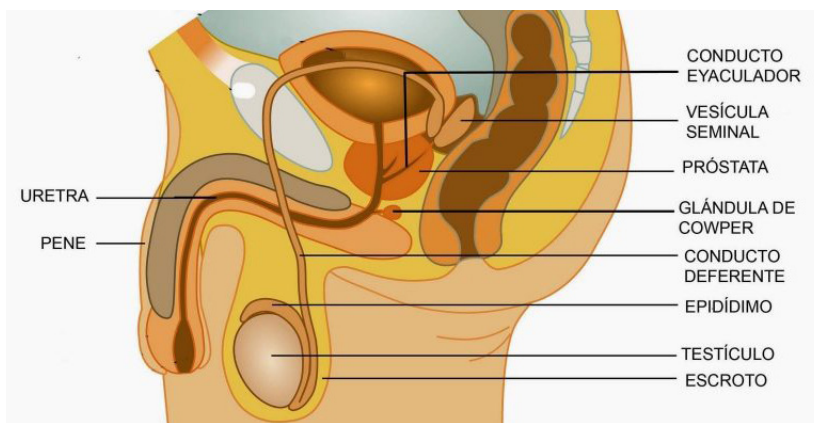


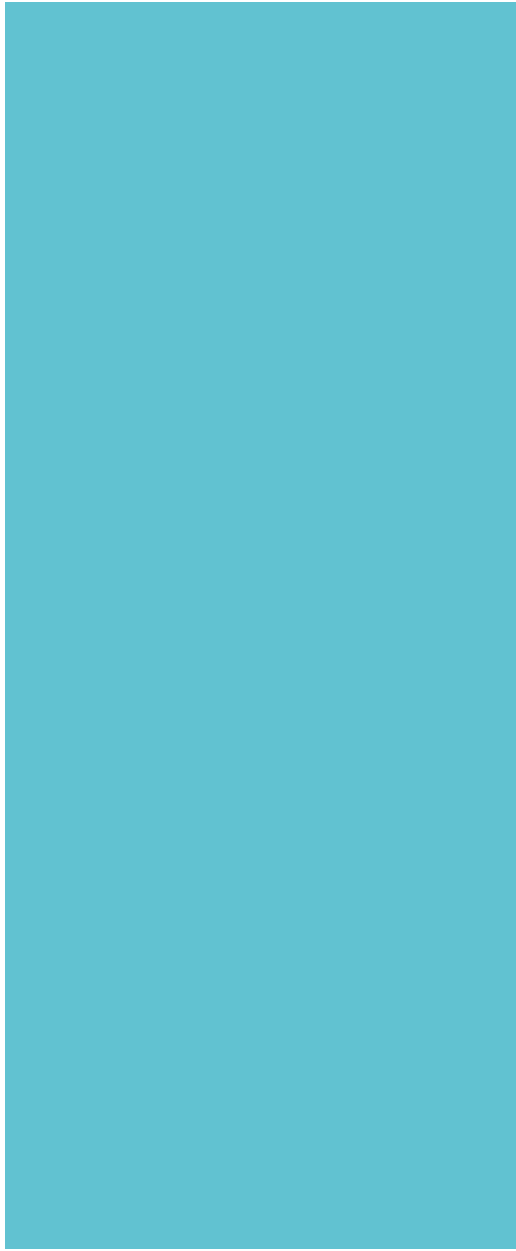


Moodboard en base a la percepción visual del grupo objetivo



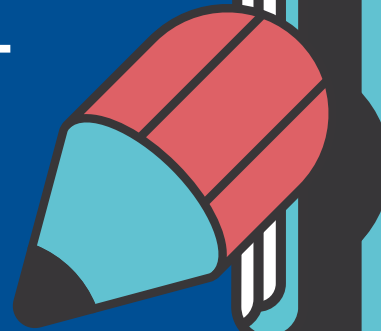
**FUTURE**

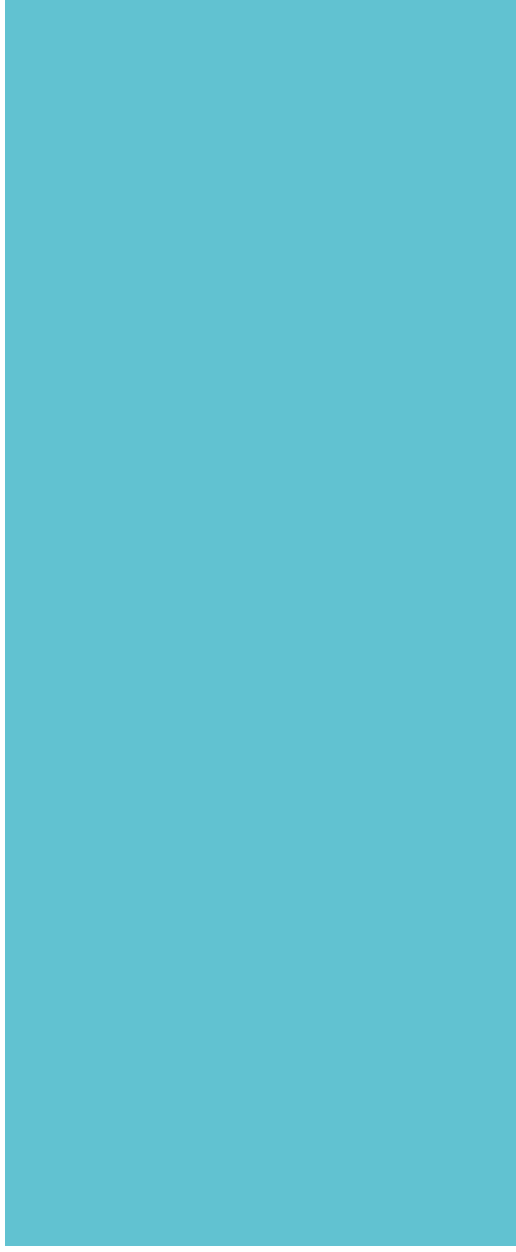






**GESTIÓN DEL  
PROCESO  
DE DISEÑO**





**07.**

**Contenido del  
MATERIAL GRÁFICO**



# 07 CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

El contenido de los vídeos está basado en las guías de las charlas que imparte la Asociación Alas en las jornadas de salud reproductiva.

## Guía de charlas: Vasectomía

### 1 ¿Qué es el método?

- Una cirugía definitiva e irreversible.
- No es una castración, no afecta los testículos, ni la capacidad sexual.

### 2 Procedimiento

- Una cirugía definitiva e irreversible.
- No es una castración, no afecta los testículos, ni la capacidad sexual.

### 3 Cómo funciona

- Bloquea conductos que transportan los espermatozoides.
- El semen continúa siendo igual.
- Se aplican 1 o 2 puntos solamente.

### 4 Efectividad

- Muy efectivo.
- Efectiva hasta después de 3 meses o 20 eyaculaciones.
- Usar otro método hasta entonces.
- Falla en menos de 1 de cada 100.

### 5 Requisitos básicos

- Estar seguro de no tener más hijos: irreversible.
- Enfermedades crónicas: estar compensado.

### 6 Efectos secundarios

- Muy leves, fáciles de manejar.
- Dolor, inflamación e hinchazón: analgésicos y antiinflamatorios.
- Consultar a Alas si hay fiebre, mucho dolor, o signos de infección.



## 7 Cuidados y seguimiento

- Hielo x2 días.
- Tomar analgésico/ antiinflamatorio x 3 días (proporcionadas).
- No relaciones sexuales x 1 semana.
- Los puntos se caen solos.
- Usar otro método anticonceptivo x 3 meses.

## Guión para narración:

### Vasectomía

- Él es Felipe. Felipe no desea tener más hijos, por lo que decide hacerse “una Vasectomía”. Primero, Felipe debe saber que es una cirugía irreversible. No es una castración ni afecta a la capacidad sexual.
- Se comienza aplicando anestesia local, se hace 1 o 2 incisiones en la piel de los testículos y se cortan los conductos deferentes. Estos luego son bloqueados de forma que los espermatozoides no pueden pasar. La abertura se cierra con 1 o 2 puntos que se caerán solos.
- Tras haberse operado, aplique hielo por 2 días y tome analgésico/antiinflamatorio por 3 días.
- No puede tener relaciones sexuales por una semana, después debe usar otro método anticonceptivo por 3 meses o 20 eyaculaciones, luego comienza a ser efectiva la operación y falla en menos de 1 de cada 100.
- Debe consultar a Alas si comienza a tener dolor, fiebre o signos de infección.





# Guía de charlas: Laparoscopia

## 1 ¿Qué es el método?

- Cirugía definitiva e irreversible
- Nunca más va a tener hijos
- No afecta a la capacidad sexual

## 2 Procedimiento

- Anestesia local (sólo se dormirá el lugar de la incisión)
- Incisión de 1-2 cm cerca del ombligo
- Se introduce cámara que permite ver y ligar las trompas de Falopio

## 3 Cómo funciona

- Bloquea las trompas de Falopio
- Se utiliza un anillo para bloquear, queda adentro, no es dañino. Óvulo (semilla de la mujer) no puede pasar
- 1 o 2 puntos solamente

## 4 Efectividad

- Muy efectivo
- Efecto inmediato Falla 1 de cada 100

## 5 Requisitos básicos

- Estar seguro de no tener más hijos
- No estar ni sospechar estar embarazada
- Más de 40 días post parto
- Antecedentes de operaciones (unas impiden la operación)

## 6 Efectos secundarios

- Dolor: Tomar 3 veces al día el analgésico/antiinflamatorio proporcionado, no aspirina
- Consultar a Alas si hay fiebre, mucho dolor, mareos y desmayos o signos de infección



## 7 Cuidados y seguimiento

- A partir de mañana, lavar con agua y jabón
- Toma tabletas de analgésico x 3 días (proporcionadas)
- Ir a retirar puntos en 1 semana
- Evitar esfuerzo x 3 días, no cosas pesadas 1 semana
- Evitar relaciones sexuales por mínimo 1 semana

## Guión para narración:

### Laparoscopia

- Ella es Ana. Ana no desea tener más hijos, por lo que decide hacerse “una Ligadura de trompas”. Para realizarse una ligadura de trompas, Ana no puede estar embarazada ni sospecharlo, debe tener más de 40 días post parto, presentar antecedentes de operaciones ya que algunas impiden hacer la operación y saber que es una cirugía irreversible.
- Se comienza aplicando anestesia local, se hace una incisión cerca del ombligo de 1 a 2 centímetros. Se introduce una cámara para ver las trompas de falopio y ligarlas con un anillo que bloquea el paso del óvulo. La incisión se cierra con 1 o 2 puntos.
- Es un método muy efectivo ya que falla 1 de cada 100 y es de efecto inmediato.
- A partir del día de la operación, tiene que lavar con agua y jabón el área, debe evitar esfuerzo, tomar analgésico por 3 días y evitar relaciones sexuales por 1 semana mínimo.
- Debe consultar a Alas si hay desmayos, dolor, mareos, fiebre o signos de infección.

## Guía de charlas: DIU o T de cobre

### 1 ¿Qué es el método?

- Método no hormonal para evitar embarazos, Intrauterino, forma de T
- Muy privado (nadie lo nota, ni la pareja)
- Dura hasta 10 años pero se puede retirar en cualquier momento

### 4 Efectividad

- Muy efectivo, aún bien colocado 1 de 100 pueden quedar embarazadas, pero no afecta al bebé, que queda protegido dentro de la bolsa de agua y la T por fuera
- Efecto inmediato

### 2 Procedimiento

- Fácil y rápido en posición parecida al examen papanicolau
- Va dentro de la matriz
- Su colocación puede molestar un poco, pero es rápido y tolerable

### 5 Requisitos básicos

- Prueba de embarazo
- Examen pélvico sencillo
- Consentimiento

### 3 Cómo funciona

- Debilita los espermatozoides
- Evita que se una el ovulo y espermatozoide

### 6 Efectos secundarios

- Pasajeros
- Primeros 3-6 meses, es común tener una menstruación con más sangrado y más dolor por más días
- Controlar efectos con Ibuprofeno



## 7 Cuidados y seguimiento

- Dolor: 1 tableta de Ibuprofeno 3 veces al día x 3 días
- Efectivo inmediatamente
- Revisar los hilos después de 1 mes o 1era menstruación y luego cada año
- Consultar a personal de Alas si hay dolor intenso o hemorragia

## Guión para narración:

### T de cobre

- Ella es Rosa. Rosa quiere dedicarse a sus dos hijos pequeños, por lo que no desea tener más niños por el momento. Con Alas, Rosa puede optar por un método anticonceptivo de largo plazo como el DIU o T de Cobre.
- El DIU es un método no hormonal, que puede durar hasta 10 años y puede retirarse cuando se desee. Para tener un DIU o T de cobre, Rosa debe realizarse una prueba de embarazo y un examen pélvico.
- Al ver que no está embarazada, ella podrá utilizar un DIU, que se coloca dentro de la matriz de forma fácil y rápida. El DIU debilita los espermatozoides, evitando que se unan con el óvulo.
- Es de efecto inmediato y tan solo 1 mujer de cada 100 puede quedar embarazada, en cuyo caso el bebé no es afectado por el DIU.
- Tras un mes o una menstruación, el DIU de Rosa tiene que ser revisado, luego la revisión se vuelve anual.
- En los primeros 3 o 6 meses, Rosa puede tener una menstruación con más flujo y dolor, pero podrá controlar los efectos tomando ibuprofeno 3 veces al día, por 3 días.
- Si Rosa experimenta dolor intenso o hemorragia, es importante que lo consulte con Alas.
- Únete a Rosa y cuida tu salud sexual.

## Guía de charlas: Jadelle

### 1 ¿Qué es el método?

- Método hormonal para evitar embarazos
- 2 tubos plásticos (tamaño fósforo), colocados en el brazo
- Dura hasta 5 años, pero se puede retirar en cualquier momento

### 4 Efectividad

- Muy efectivo, aún bien colocado 1 de 100 pueden quedar embarazadas
- Si pesa más de 176 libras, efectividad de 4 años
- Efectivo en 1 semana

### 2 Procedimiento

- Anestesia local
- En el brazo que menos se usa
- Colocación dura 1 minuto

### 5 Requisitos básicos

- Prueba de embarazo
- Consentimiento

### 3 Cómo funciona

- Libera hormonas
- Impide maduración + salida de óvulo (semilla de la mujer)
- También espesa moco cervical

### 6 Efectos secundarios

- Cambios de la menstruación
- Dolor de cabeza, mareos, cambios de humor
- Puede incrementar peso (ligeramente)
- Son muy bien tolerados



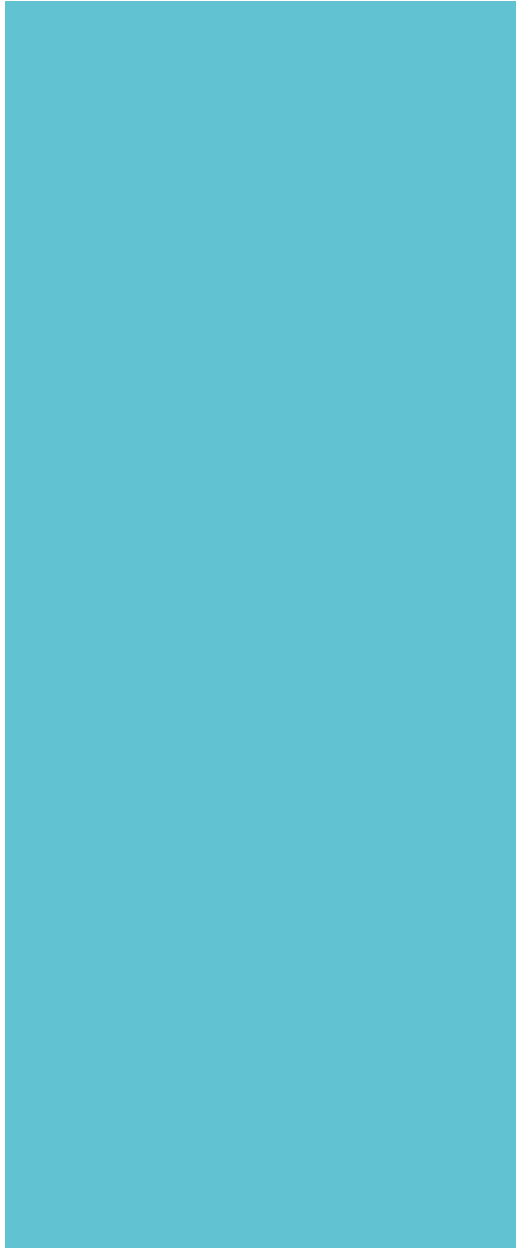
## 7 Cuidados y seguimiento

- Regla de 3: No retirar/mojar la gasa x 3 días y luego lavar con agua y jabón. Empieza efecto en 3 días (usar otro método). 3 días reposo.
- No requiere seguimiento
- Al retirarlos retorno de fertilidad es inmediato

## Guión para narración:

### Jadelle

- Ella es Rosa. Rosa es madre de dos hijos y quiere dedicarse a ellos por el momento, por lo que quiere utilizar un método anticonceptivo de largo plazo. En Alas Rosa optar por tener un Jadelle.
- Para tener un Jadelle, Rosa debe hacerse una prueba de embarazo primero. El Jadelle es un método hormonal que puede durar 5 años o 4 años si la mujer pesa más de 174 libras. Además, puede ser retirado cuando se desee.
- El implante subdérmico consta de 2 tubos plásticos del tamaño de un fósforo. Primero se aplica anestesia local y luego se introducen los dos tubos y se colocan en el brazo que menos usa.
- El Jadelle libera hormonas impidiendo la maduración y salida del óvulo, al igual que espesa el moco cervical. Comienza a hacer efecto después de una semana. Es muy efectivo ya que 1 de cada 100 mujeres puede quedar embarazada.
- Debe evitar retirar o mojar la gasa por 3 días, luego debe lavar con agua y jabón el área. Tiene que estar en reposo por 3 días y utilizar otro método anticonceptivo por otros 3 días.
- Puede tener cambios en la menstruación, dolor de cabeza, mareos, cambios de humor o incrementar ligeramente de peso.
- Únete a Rosa y comienza tu planificación familiar.





# 08.

## Diseño del **CONCEPTO**



## 08 DISEÑO DEL CONCEPTO

En el proceso de formulación del concepto para el proyecto audiovisual para la asociación Alas, se realizaron dos técnicas de conceptualización convencionales y dos no convencionales. En el desarrollo de las técnicas, se tuvo en mente tanto el objetivo a cumplir como la misión y visión del cliente y el grupo objetivo al que se dirige, de forma que el resultado de dicho ejercicio sea lo más funcional y conciso posible.

A partir de cada técnica, se creó un conjunto de 20 frases (80 frases en total) de las que se seleccionaron 5 preliminares (20 frases en total). De estas, tras ser evaluadas, se escogieron 4 que se pre-fundamentaron para verificar la viabilidad de cada una, de manera que se pudiese elegir una frase final, para ser utilizada como concepto bajo el que se trabajarán las piezas a realizar en el proyecto. Las técnicas utilizadas fueron las siguientes:

### Técnicas convencionales.

#### **Brainstorming segmentado:**

Se realizó un listado de más de 50 palabras relacionadas con el cliente, de las que se crearon frases conceptuales.

#### **Relación de palabras:**

Se crearon 3 listados de distintos enfoques relacionados con el grupo objetivo y la temática del proyecto, resultando en una serie de frases.

### Técnicas no convencionales.

#### **Da Vinci:**

Se escogieron imágenes que sirvieron de referencia para generar listados de palabras en base a ellas, con las que se crearon frases conceptuales.

#### **Disruption (21 What if).**

Se pensó en realidades alternas planteando la pregunta ¿qué pasaría si..?, a partir de las cuales se escribieron 20 frases.



## Código de color del proceso:

Para facilitar la identificación de las frases elegidas en el proceso de conceptualización y la distinción entre frases graficables y problemáticas, se desarrolló el siguiente código de color:

### Frases elegidas:

Frases en bold y color celeste.

Ej.  **Lorem Ipsum**

### Frases no graficables o problemáticas:

Frases en bold y color rosado.

Ej.  **Lorem Ipsum**

### Frase final de la técnica

Frase en mayúsculas bold y color verde.

Ej.  **LOREM IPSUM**



## 08.1 Búsqueda del concepto

### Brainstorming segmentado:

Esta es una técnica creada por Alex Osborn, que se utiliza para obtener gran variedad de palabras con las que se toma en cuenta todos los aspectos que la temática a diseñar involucra. Se realizan amplios listados de palabras en relación al tema, al cliente y al grupo objetivo para generar diferentes frases conceptuales que puedan funcionar al tomar en cuenta las ramas del proyecto. Se llevó a cabo con lápiz y papel para apoyar la fluidez en la escritura de cada palabra.

#### Tema

- Salud
- Cuidado
- Reproducción
- Sexualidad
- Conciencia
- Planificación
- Propagar
- Extender
- Educar
- Compartir
- Anticipar
- Bienestar
- Impartir
- Inculcar
- Enseñanza
- Difundir
- Aleccionar
- Infundir

#### Grupo objetivo

- Comunidad
- Geométrico
- Tabú
- Reservado
- Anticuado
- Marginado
- Colorido
- Trabajador
- Vitalidad
- Comunidad
- Cerrados
- Esfuerzo
- Raíz
- Cultura
- Costumbres

- Escasez
- Organicidad
- Crecimiento
- Feminidad
- Privacidad
- Delicadeza
- Finura
- Textiles
- Tradicional
- Pureza
- Progreso
- Sencillo
- Mínimo
- Patrones

#### Cliente

- Ayuda
- Lecciones
- Planes
- Solidaridad
- Concientización
- Colectivo
- Recreación
- Apoyo
- Fortalecimiento
- Fortalecimiento
- Seguridad
- Confianza
- Salud
- Prevención
- Percepción
- Divulgación
- Percepción
- Colectivo
- Desarrollo
- Acceso
- Servicio
- Intervención
- Bienestar
- Colaboración
- Iniciativa



## Frases:

- Delicado bienestar ilustre
- **Sencillez de conocimiento fluido**
- Impacto orgánico colectivo
- **Sobria difusión de vitalidad**
- Planes de crecimiento comunitario
- **Textiles de divulgación educativa**
- Enseñanzas preventivas de geométricidad
- Sexualidad consciente anticipada
- Esfuerzo colectivo planificado
- **Difusión de apoyo vital**
- Fortalecimiento de pureza reproductiva
- Colectivo de conciencia progresiva
- **Infusión de costumbres preventivas**
- Desarrollo cultural del bienestar
- Anticipación de costumbres delicadas
- Bienestar de raíces aleccionadas
- Bienestar de sexualización cultural
- Crecimiento de intervención inculcada
- Patrones de salud accesible
- Reproducción de divulgación minimalista

## Frases preliminares:

1. **Sencillez de conocimiento fluido**
2. Sobria difusión de vitalidad
3. **TEXTILES DE DIVULGACIÓN EDUCATIVA**
4. **Difusión de apoyo vital**
5. Infusión de costumbres preventivas

### Textiles de divulgación educativa

A través de este concepto se busca reflejar la cultura de las personas que asisten a las jornadas de salud en las áreas rurales, así como transmitir el mensaje de Alas quien busca expandir el alcance de la salud con la educación sexual que proveen.

# Relación de palabras:

Esta técnica de conceptualización, creada por Koberg y Bagnall, consiste la selección de tres temáticas generales que cubran aspectos del proyecto que se considere esenciales para la graficación del mismo. Tras haber seleccionado las palabras, se enlistan palabras continuamente creando un lazo entre cada una de ellas, pensando en que la siguiente palabra tenga relación con la anterior y así continuamente. Para realizar dicha técnica se utilizó una grabadora para grabar las secuencia de palabras generadas por el tren de pensamiento, al terminar cada lista, se escuchó la grabación y se apunto en el ordenador.

## Colores

- Contraste
- Frialdad
- Calidez
- Anomalía
- Patrones
- Texturas
- Tonos
- Vivacidad
- Energía
- Formas
- Siluetas
- Vibrante
- Orgánico
- Fluido
- Geométrico
- Variado
- Perfil
- Armonía
- Curiosidad

## Conocimiento

- Mente
- Creatividad
- Imaginación
- Amplio
- Abierto
- Original
- Idea
- Lección
- Aprendizaje

- Inventiva
- Ilusión
- Visión
- Pensamiento
- Intelecto
- Sensación
- Sensato
- Consciente
- Saludable
- Estable
- Claridad
- Serenidad

## Estados

- Emocionado
- Sorprendido
- Extasiado
- Ingenioso
- Curioso
- Interesado
- Hiperactivo
- Exaltación
- Sensación
- Impresión
- Realización
- Felicidad
- Alegría
- Prudente
- Serio
- Precavido
- Satisfacción



## Frases:

- Alegre armonía de precaución
- Impacto orgánico colectivo
- **Energía de satisfacción sensata**
- **Sobrio movimiento de vitalidad**
- Armonía de lecciones precavidas
- Siluetas de sensatez alegre
- Exaltación comedida de lecciones
- Fluidez de ideas precavidas
- Sensación de tonalidades visionarias
- Mentalidad de satisfacción armoniosa
- **Patrones de pensamiento minimalista**
- Impresión de ideas vibrantes
- Visiones orgánicas estables
- Geometría vivaz realizada
- **Aprendizaje de sensatez enérgica**
- Perfil cauto contrastante
- Sensación de siluetas contrastantes
- Realización de fluidez precavida
- Claridad de formas geométricas alegres
- **Serenidad de siluetas orgánicas coloridas**

## Frases preliminares:

1. **Energía de satisfacción sensata**
2. **SOBRIO MOVIMIENTO DE VITALIDAD**
3. **Patrones de pensamiento minimalista**
4. **Aprendizaje de sensatez enérgica**
5. Serenidad de siluetas orgánicas coloridas

### **Sobrio movimiento de vitalidad**

Ya que Alas es una asociación no lucrativa que promueve (movimiento) la educación reproductiva en áreas rurales mediante talleres, charlas, actividades recreativas, etc; apoyan el control y desarrollo personal (vitalidad) que llevan a una vida minimalista (sobria), especialmente en el ámbito sexual y reproductivo.



# Disruption (21 what ifs):

En la técnica de Disruption de Jean-Marie Drue, se realizó un listado de realidades alternas planteando la pregunta del ¿qué pasaría si..?, al rededor de una idea principal, con el objetivo de explorar el potencial de la misma y lograr soluciones no tradicionales. Como tema principal se escogió a Alas y el sexo. A partir de las preguntas que más resaltaron, se realizaron frases conceptuales y se seleccionó una final.

## Preguntas

- ¿Que pasaría si Alas promoviera el sexo sin protección?
- ¿Que pasaría si los métodos anticonceptivos no existieran?
- ¿Que pasaría si reprodujéramos de forma asexual?
- ¿Que pasaría si la asociación fuese privada?
- ¿Que pasaría si no hubiese pobreza en el mundo?
- ¿Que pasaría si todos usaran protección?
- ¿Que pasaría si no hubiesen tendencias sexuales?
- ¿Que pasaría si no tuviésemos órganos reproductores?
- ¿Que pasaría si todos viviéramos de forma saludable?
- ¿Que pasaría si nadie hace caso a la educación sexual?
- ¿Que pasaría si la OMS no existiera?
- ¿Que pasaría si los servicios de Alas fueran gratis?
- ¿Que pasaría si Alas se dedicara a otro campo de la salud?
- ¿Que pasaría si nadie tiene sexo?
- ¿Que pasaría si Alas estuviera aliado con celebridades?
- ¿Que pasaría si todos tuvieran al menos una ETS?
- ¿Que pasaría si nadie muriera?
- ¿Que pasaría si la salud sexual fuera una religión?
- ¿Que pasaría si Alas tuviese su propio programa de televisión?
- ¿Que pasaría si los métodos anticonceptivos fueran gratis?
- ¿Que pasaría si el aborto fuese obligado por ley a partir del tercer hijo?
- ¿Que pasaría si Alas pagara a sus pacientes por ser operados o usar los métodos anticonceptivos?
- ¿Que pasaría si pasaría si el gobierno le pagara a la gente por no tener hijos?
- ¿Que pasaría si fuéramos un país del primer mundo?
- ¿Qué pasaría si no hubiera placer en el sexo?



## Frases:

- Orden desequilibrado de la forma
- Fría naturaleza contrastante
- **Simetría de vida ilustrada**
- Progresión de figuras precavidas
- Libido controlado
- **Realidad de armonía vibrante**
- Fluidez de energía balanceada
- Ignorancia progresiva
- Régimen de siluetas remitentes
- Cúmulo de señales armoniosas
- Ilusión de formas dilatadas
- **Difusión rítmica masiva**
- Contagio de enseñanzas nefastas
- Saturación de formas ajetreadas
- **Circulación de dogmas cautos**
- Levantamiento de precaución vigorosa
- Normas del bienestar controlado
- Flujo de moderación deliberada
- Reducción de obstáculos exuberantes
- **Flujo de austeridad transcendental**

## Frases preliminares:

1. Simetría de vida ilustrada
2. Realidad armoniosa vibrante
3. **Difusión rítmica masiva**
4. **Circulación de dogmas cautos**
5. **FLUJO DE AUSTERIDAD TRANSCENDENTAL**

### Flujo de austeridad transcendental

Con esta frase, se hace referencia al objetivo de Alas de promover la salud sexual de forma que se vuelva algo continuo en la vidas de los guatemaltecos, que sea fluida. Así como busca promover el sexo con precaución, cuidados y moderación e inculca la importancia de ser conscientes y prudente con la sexualidad.

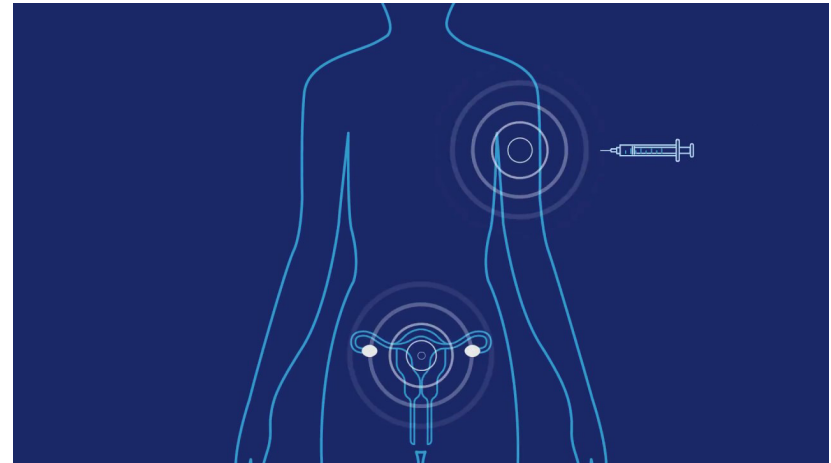
## Da Vinci:

La técnica de conceptualización Da Vinci de Michael Michalko, consiste en el análisis de referencias gráficas, en base a las que se crea un listado de palabras que sintetizan el contenido de la imagen y comprendan el estilo de la misma y sus elementos. Se escogieron diversas imágenes en el internet, que giran en torno a la técnica a utilizar en el proyecto. De estas se generaron listados de palabras, en un bloc de notas, con las que se crearon frases conceptuales.



- Orgánico
- Vivaz
- Vibrantes
- Flat
- Colores sólidos
- Transparencias
- Curvas
- Geometría
- Personajes
- Humano
- Planos
- Patrones

- Contraste
- Anomalía
- Máscaras
- Jerarquías
- Armonía
- Fuerza
- Ilustración
- Vigor
- Energía
- Activo
- Vivacidad
- Abstracción
- Sans serif
- Secuencias
- Linea



- Discreción
- Recatado
- Limpieza
- Sobriedad
- Anomalía
- Simpleza
- Minimalismo
- Prudencia
- Frío
- Bienestar
- Corriente
- Calma
- Armonía
- Simetría
- Ilustración
- Abstracción
- Focal
- Alzamiento



## Frases:

- **Patrones de bienestar simétricos**
- Planos de corrientes de armoniosas
- Anomalía geométrica vivaz
- Personajes de simpleza secuencial
- Alzamiento de transparencias focales
- **Ilustración de la vivacidad recatada**
- Discreción de curvas secuenciales
- Sobriedad de planos jerárquicos
- Calma orgánica alzada
- Corriente de recato vibrante
- Limpia frialdad en planos
- **Curvas vivaces minimalistas**
- Actividad armoniosa
- Geometría lineal transparente
- **Figuras humanoides del bienestar**
- Calma focal en movimiento
- Alzamiento de discreciones orgánicas
- Patrones de fuerza lineal
- Vibrante sobriedad abstracta
- **Secuencias de prudencia sólida**

## Frases preliminares:

1. **PATRONES DEL BIENESTAR SIMÉTRICO**
2. Ilustración de la vivacidad recatada
3. **Curvas vivaces minimalistas**
4. Figuras humanoides del bienestar
5. **Secuencias de prudencia sólida**

### Patrones del bienestar simétrico

Los patrones se ven como elementos que se repiten constantemente, como lo pueden ser formas o costumbres. Alas busca crear una costumbre del cuidado de la salud sexual, de forma que la familia pueda decidir cuando tener hijos y cuantos tener. Resultando en el control sobre sus vidas y la inversión de recursos equitativamente, a manera de progresar y no empeorar.



# Ventajas y desventajas de los conceptos preliminares

## Textiles de divulgación educativa

### Pros

- Los textiles pueden aportar a la identificación del grupo objetivo con el proyecto.
- Engloba cada aspecto del proyecto

### Contras

- Hay demasiados textiles como para realizar todos.
- El uso de textiles es algo que se ha vuelto la solución obvia al hablar de áreas rurales y típicas.
- La frase en general es difícil de graficar.

## SOBRIO MOVIMIENTO DE VITALIDAD

### Pros

- Es fácil de graficar.
- El movimiento se puede representar de distintas formas.
- Vitalidad hace referencia al tema y puede representarse con figuras y colores.
- Se integra con cada ámbito del proyecto.

### Contras

- No se escucha como una frase sola, se puede fragmentar en dos que no se conectan entre sí.
- Puede ser redundante.



## Flujo de austeridad trascendental

### Pros

- Austeridad conecta con el objetivo del cliente y puede ser representado de varias formas.
- Flujo es una palabra con muchas variantes para graficar.

### Contras

- Es muy ambiguo.
- No conecta con el grupo objetivo.
- Puede connotar algo más espiritual que bienestar sexual.

## Patrones del bienestar simétrico

### Pros

- Se puede conectar con el grupo objetivo mediante patrones.
- Engloba muchos ámbitos del proyecto.

### Contras

- Es ambiguo.
- Puede ser redundante.



# Sobrio movimiento de vitalidad (concepto preseleccionado)

Se decidió realizar pruebas de redacción del concepto elegido entre los 4 finalistas. De esta forma lograr generar un concepto más fuerte y funcional, sin perder la esencia de este.

## Pruebas de redacción

- Sobria vitalidad en movimiento
- Movimiento vital de sobriedad
- Vitalidad sobria movida
- Moviéndose sobriamente en vitalidad
- Vital movimiento del sobriedad
- Moviendo la sobriedad vital
- La sobria movida vital
- La vitalidad del movimiento sobrio
- Sobriedad vital en movimiento
- Movimiento de sobria vitalidad
- Vitalidad sobria en movimiento

## Sinónimos

### Sobrio

Frugal	reprimido	sencillo
recatado	modesto	tranquilo
parco	parsimonioso	escueto
mesurado	honesto	serio
moderado	sensato	prudente
cauto	púdico	solemne
austero	circunspecto	serio
reservado	formal	formal
comedido	conciso	abstemio
precavido	decoroso	
contenido	sereno	





## Movimiento

Meneo	celeridad	alzamiento
desplazamiento	corriente	motín
velocidad	tendencia	revuelta
circulación	estilo	pronunciamiento
tráfico	opinión	algarada
flujo	escuela	
oscilación	doctrina	
vibración	levantamiento	
ajeteo	rebelión	
actividad	revolución	

## Vitalidad

Longevidad	energía	imprescindible
movilidad	vivacidad	indispensable
vida	grave	vivaz
empuje	básico	nutritivo
nervio	esencial	exuberante
vigor	trascendental	activo
juventud	indispensable	vigoroso
fuerza	valioso	dinámico
potencia	significativo	fuerte
fortaleza	fundamental	



## Frases con sinónimos

- Sensato alzamiento energético
- Vigor medido
- Doctrina de prudencia esencial
- Serena tendencia imprescindible
- Movimiento de vitalidad decorosa
- Levantamiento de vigor comedido
- Estilo vigoroso medido
- Corriente de vivacidad moderada
- Flujo de potencia prudente
- Vibración de sensatez trascendental
- Corriente de energía frugal
- Desplazamiento de vida recatada
- **Corriente de vitalidad circunspecta**
- Circulación de vida moderada
- Movimiento vital circunspecto
- Flujo de circunspección vivaz
- Movilizando la vitalidad medida
- Doctrina de vivacidad frugal
- Alzamiento de sobriedad vital
- Tendencia de precaución dinámica



## 08.2 Fundamentación de la idea

# Corriente de vitalidad circunspecta

### Corriente

#### Denotación

La RAE define corriente como un curso, movimiento o tendencia de los sentimientos o de las ideas, así como “aquello que es cierto, sabido, admitido comúnmente que no tiene impedimento ni estorbo para su uso y efecto, y es admitido o autorizado por el uso común o por la costumbre.”

#### Connotación

La asociación Alas al expandir el número de personas a quienes ayudan mediante sus programas de educación sexual y planificación familiar, crean una tendencia o costumbre donde la gente puede actuar conscientemente sobre sus vidas sexuales sin impedimentos ni dificultades ya que podrán implementar, en sus vidas cotidianas, las lecciones aprendidas.

#### Graficación

Dicha palabra puede ser representada mediante el uso de recursos con movimiento como figuras dinámicas, elementos orgánicos y ritmos.

### Vitalidad

#### Denotación

La RAE define corriente como “Cualidad de tener vida. Actividad o eficacia de las facultades vitales.” Al contar con una vida llena de vitalidad, uno se logra desarrollar y tomar control sobre su vida desde los aspectos sociales hasta los sexuales.

#### Connotación

Con esta palabra se representa el tema de desarrollo personal, algo que consiguen aquellos que forman parte de los programas de Alas, ya que mediante los conocimientos impartidos en estos, se puede tomar el control sobre la vida y lograr un bienestar común o vital como familia.

#### Graficación

Esta palabra se puede representar mediante paletas de colores vibrantes, elementos curvos continuos, escalas de crecimiento, etc.

# Circunspecta

## Denotación

La RAE define circunspecta como aquello “que se conduce con circunspección”, palabra que explica que es “la prudencia ante las circunstancias, para comportarse comedidamente; seriedad, decoro y gravedad en acciones y palabras”.

## Connotación

Con esta palabra se quiere transmitir la forma de vida que la asociación desea inculcar por medio de las enseñanzas que promueven, el estar consciente de sus derechos y posibilidades de salud sexual los lleva a vivir una vida moderada en control sobre todos ámbitos.

## Graficación

Esta palabra puede ser representada mediante el uso limpio de espacios, familias tipográficas sans serif, jerarquías visuales simples, composiciones con jerarquías claras, etc.



## Vinculación del concepto

El concepto creado se vincula respectivamente con el grupo objetivo, con el tema y el cliente de la siguiente manera:

### Cliente

Se eligió la palabra **corriente** para conectar con el objetivo de la asociación Alas, siendo este la divulgación de la educación sexual y planificación familiar en áreas rurales. Al realizar las jornadas de salud sexual logran esparcir conocimiento, dando lugar a un movimiento de concientización, en lugares donde tienden a no implementar métodos de planificación familiar en sus vidas y así persuadirlos a crear la costumbre de llevar una vida sexual saludable.

### Tema

**Vitalidad** es una palabra enfocada en el tema de desarrollo personal, ya que por medio del conocimiento y enriquecimiento de la mente que promueve Alas, las mujeres de áreas rurales y sus parejas, toman el control de sus vidas sexuales y reproductivas, manifestando el dinamismo o energía que brinda el control sobre los hábitos sexuales, resultando en el bienestar común o vital de una familia.

### Grupo objetivo

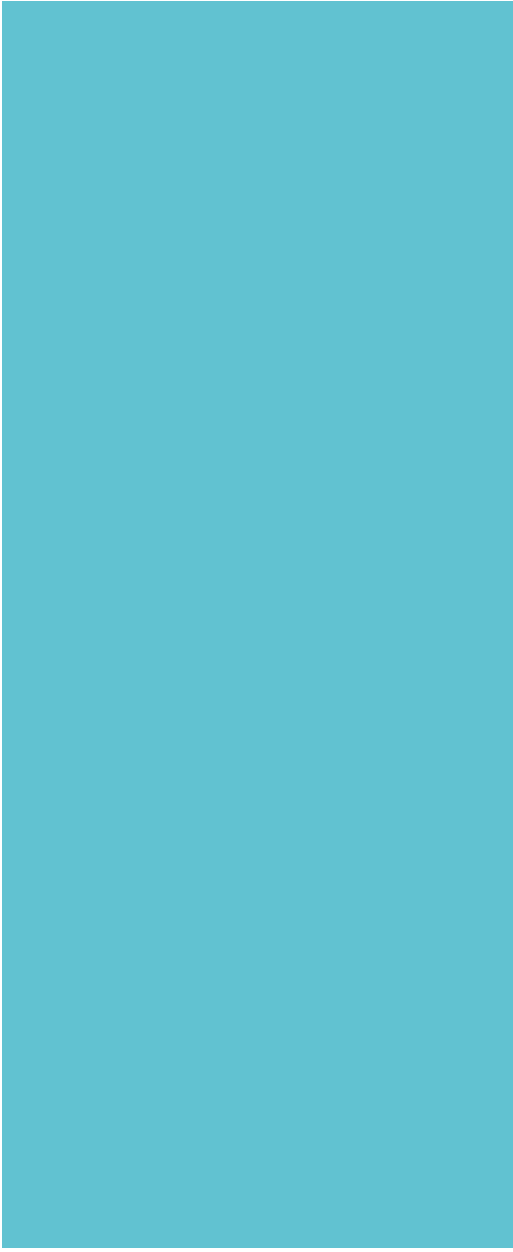
La palabra **circunspecta** es utilizada para hacer referencia al moderación como forma de vida, con la cual se busca vivir con control, simpleza, consciente y comedidamente.

Es el estilo de vida que se le busca inculcar al grupo objetivo, ya que las mujeres y sus parejas, carecen de conciencia, control y moderación en sus vidas sexuales. Se busca promover la reducción a lo mínimo y esencial en todo aspecto de la vida, especialmente en el ámbito sexual y reproductivo.

### Conexión global

Con la frase “Corriente de vitalidad circunspecta”, se trata de englobar el trabajo que realiza la asociación no lucrativa Alas, ya que esta realiza esfuerzos para promover la educación reproductiva en áreas rurales (corriente) mediante talleres, charlas, actividades recreativas, etc; inculcando costumbres que llevan a una vida en control moderada (circunspecta), resultando en el desarrollo y realización personal (vitalidad), especialmente en el ámbito sexual y reproductivo.





**09.**

**CODIFICACIÓN DEL  
MENSAJE**



# Codificación del mensaje

## Ejes/tipografías

### Función

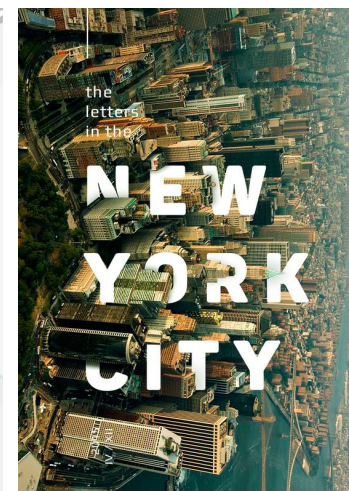
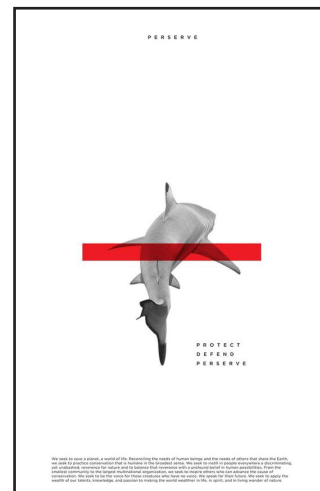
Transmitir una imagen sobria y simple donde los ejes del texto son definidos por la imagen, de forma que se le de prioridad a imagen antes que texto.

### Tecnología

Uso de familias tipográficas sans serif en bold cuyo papel en la jerarquía visual quede en segundo plano.

### Expresión

Sensación de limpieza y claridad





# Codificación del mensaje

## Color

### Función

Se utilizarán colores que apelen a la vista del grupo objetivo con sus tonalidades vivaces y que a la vez conecten con la identidad de la asociación.

### Tecnología

Uso de una paleta que combine colores fríos y cálidos con tonalidades vivaces y neutros.

### Expresión

Sensación de vida y control



# Codificación del mensaje Ilustración

## Función

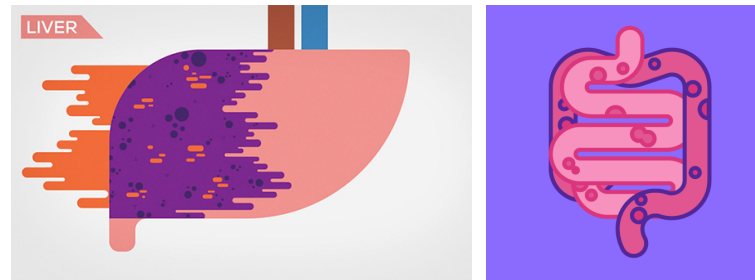
Representar elementos principales del guión de una forma simple respetando la sensibilidad de los temas a tratar.

## Tecnología

Ilustración de nivel de abstracción medio que pertenezcan al estilo flat design y que atraigan la atención del espectador.

## Expresión

Simplicidad y comprensión



# Codificación del mensaje

## Motion graphics

### Función

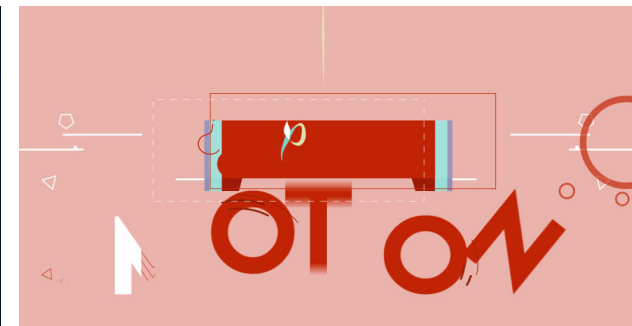
Explicar con simplicidad y movimiento distintos temas de forma que se obtenga fácilmente la atención del espectador y este retenga la información dada.

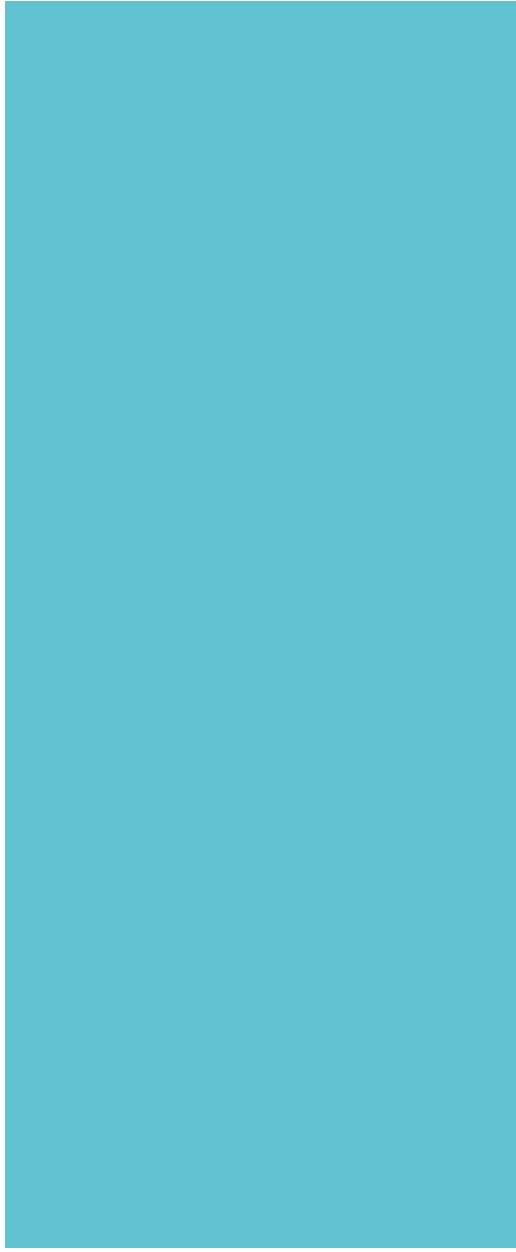
### Tecnología

Uso de la técnica digital de motion graphics para crear ilustraciones con movimiento.

### Expresión

Sensación de atracción y curiosidad





**10.**

**Planeación estratégica de  
MEDIOS**

# 10 Planeación estratégica de medios

¿QUE MEDIO SE UTILIZARÁ?			¿CÓMO SE DISTRIBUIRÁ?		
PIEZA	MEDIO				
PROPÓSITO	SOPORTE	CARÁCTER	LUGAR	TIEMPOS	A TRAVÉS DE O CÓMO
<p><b>Métodos</b> Reforzar gráficamente la información dada en las charlas acerca de los cuidados y seguimientos de las operaciones.</p>	Digital	Vídeo Informativo	Centros de salud y clínicas en las que esté presente la organización Alas.	Será proyectado en cada jornada de operaciones.	Por medio de la organización Alas, será mostrado el vídeo en los lugares que requiera.
<p><b>Operaciones</b> Reforzar gráficamente la información dada en las charlas acerca de los cuidados y seguimientos de los métodos.</p>	Digital	Vídeo Informativo	Centros de salud y clínicas en las que esté presente la organización Alas.	Será proyectado en cada jornada de métodos.	Por medio de la organización Alas, será mostrado el vídeo en los lugares que requiera.



## 10.2 Fases de comunicación

A continuación se explica específicamente la dinámica de un día en las jornadas de salud sexual de Alas, ya que es cómo funcionará en cada jornada por un tiempo aproximado de un año, que es el tiempo de vigencia de la información y línea gráfica de las piezas. Se llevarán a cabo dos series de dos videos informativos cada una, que serán implementados según el tipo de jornadas que esté realizando la asociación Alas. Los jornadas pueden ser de métodos de planificación familiar definitivos y temporales, en el caso de las primeras, son un vídeo acerca de la vasectomía y otro de la laparoscopia, y la segunda siendo métodos temporales, son videos acerca del DIU y del Jadelle.

### Fase 1

#### Introducción

Esta fase consiste de la introducción y profundización de los temas de métodos de planificación familiar definitivos y temporales, por parte del experto que impartirá las charlas en las jornadas. No se interviene en esta fase ya

que el experto no utiliza ningún medio gráfico en dicha fase para concentrar la atención del público en la información de la charla.

### Fase 2

#### Apoyo visual

Al terminar las charlas, el encargado dará inicio a los videos que le respecten a cada jornada siendo operaciones o métodos temporales. Los videos seran reproducidos en pantallas ubicadas en las clínicas donde se estén llevando a cabo los servicios de la asociación y servirán como refuerzo a la información previamente por el experto.

### Fase 3

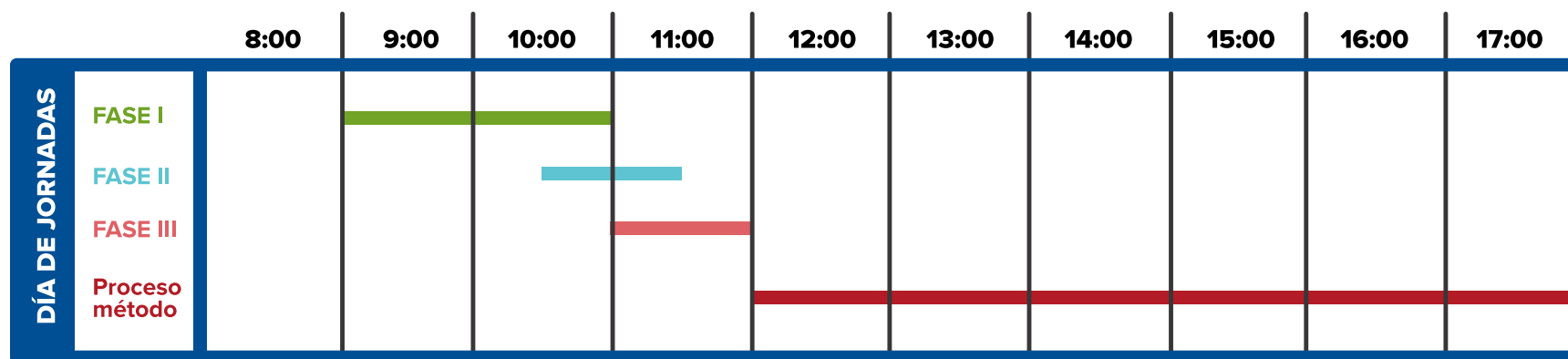
#### Seguimiento

Tras haber sido reproducidos los videos, el encargado dará inicio a la fase de resolución de dudas. Esta consiste de un PDF interactivo que contiene los 6 segmentos de los videos, de esta forma los espectadores podrán hacer preguntas que tengan acerca de partes específicas de los videos.

# Línea de tiempo de las fases estratégicas de implementación

La hora establecida en las jornadas suele ser las 9am, por lo que la asociación llega una hora antes al lugar, ya sea un centro de salud o un lugar de la comunidad, para realizar todos lo preparativos con el personal y su equipo. Las personas suelen comenzar a llegar entre 9 y 9:30 y terminan de llegar alrededor de las 10:30. El encargado de las charlas se introduce a si mismo y a la asociación y comienza a impartir las charlas a las 10:00 ó 10:15, aproximadamente, dependiendo de la cantidad de personas presentes (**fase 1**), por lo que la primera fase de las charlas dura de 10:00am a 10:45am. Tras haber impartido las charlas el encargado procede a reproducir

los videos de la jornada que se necesiten (**fase 2**). Luego de terminar de ver cada vídeo, comienza la fase de dudas para complementar el material audiovisual (**fase 3**). Con la pieza de resolución de dudas, el encargado y los espectadores podrán visualizar claramente los segmentos de los vídeos e identificar fácilmente la parte en la cual tiene la duda. Esta fase tendrá una duración aproximada de 10 a 15 minutos, terminando entre 11 y 11:30am. De esta manera queda el resto del día para atender a aquellos que deseen someterse a algún procedimiento que respecte a las jornadas llevadas a cabo. El día de las jornadas suele terminar entre 3:30 y 5:30 de la tarde.

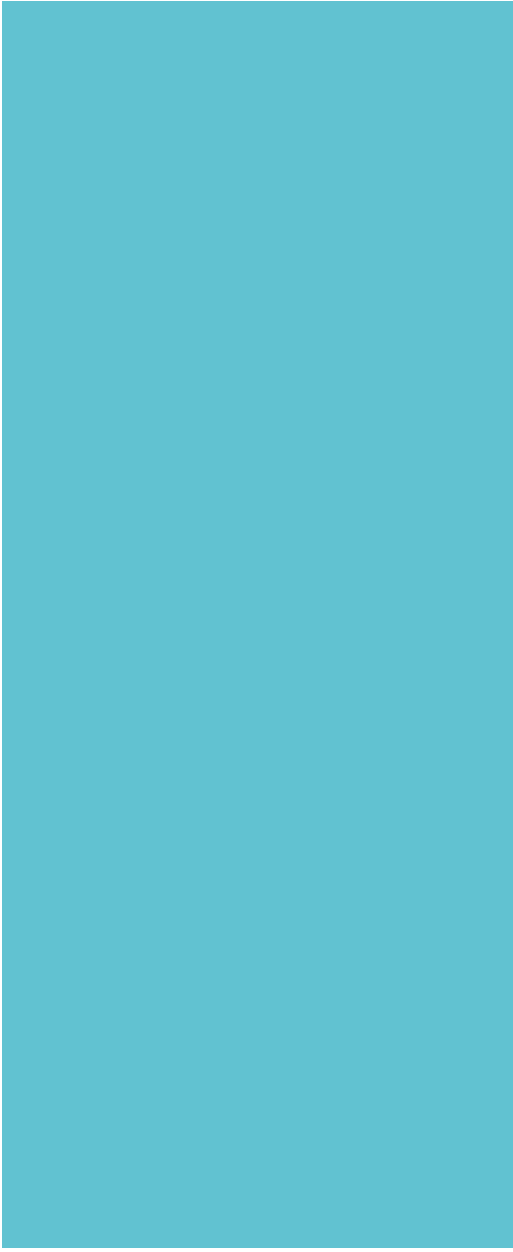




## 10.3 Proyección financiera

Los 4 vídeos tienen la función de ser apoyo visual en las charlas impartidas por los médicos, enfermeros y voluntarios que trabajan con la asociación, con las cuales, según el reporte anual de Alas del 2016, se llega a más de 27,000 mujeres, hombres y jóvenes mediante las jornadas de salud reproductiva que proveen en al menos 13 de los 22 departamentos de Guatemala. Los vídeos informativos serán proyectados en las diferentes áreas de trabajo de Alas por medio de televisores, especialmente en las áreas rurales, ya que su grupo objetivo se concentra más en dichas ubicaciones. Estos serán utilizados hasta que la información que contienen se encuentre desactualizada o los mismos sean mejorados.

Debido a que son piezas digitales que serán utilizadas en centros de salud o clínicas móviles, utilizando equipo con el que ya cuenta la asociación, siendo este pantallas y bocinas, el desarrollo y aplicación de este proyecto no le representa ningún costo de reproducción, más que el de producción de diseño, el cuál se detallará en el área de “Producción y reproducción”.



11.

**BOCETAJE**  
para definir la  
propuesta preliminar

# Bocetaje para

## 11 definir la propuesta preliminar

El bocetaje es un proceso que consistió de distintas fases mediante las que se definieron el uso de color, el estilo gráfico a seguir, la forma de animar y las transiciones entre animación. Previo a dicho proceso, se desarrollaron moodboards en base a las áreas a trabajar en el proyecto, como codificación, de esta forma se tomaron varias piezas como inspiración para iniciar la fase de bocetaje.

Se inició con la primera fase en la que se definió manualmente el estilo de los elementos gráficos a animar, luego se concretizó la línea gráfica con la definición de colores y desarrollando las ilustraciones de cada segmento de forma digital.

La segunda fase se basó en la creación del storyboard de la primera animación y la prueba de distintas transiciones entre segmentos.

Se crearon los siguientes íconos con el propósito de facilitar la comprensión del proceso y la toma de decisiones que se llevó a cabo:



- Bocetaje manual



- Bocetaje digital



- Animación



- Versión destacada



El proceso de bocetaje se divide de la siguiente manera:

### Fase 1: Línea gráfica

- Ilustración
- Paletas de colores
- Elementos gráficos
  - Ilustraciones
  - Personajes
  - Tipografías

### Fase 2: Animación

- Storyboard
- Transiciones
- Movimiento

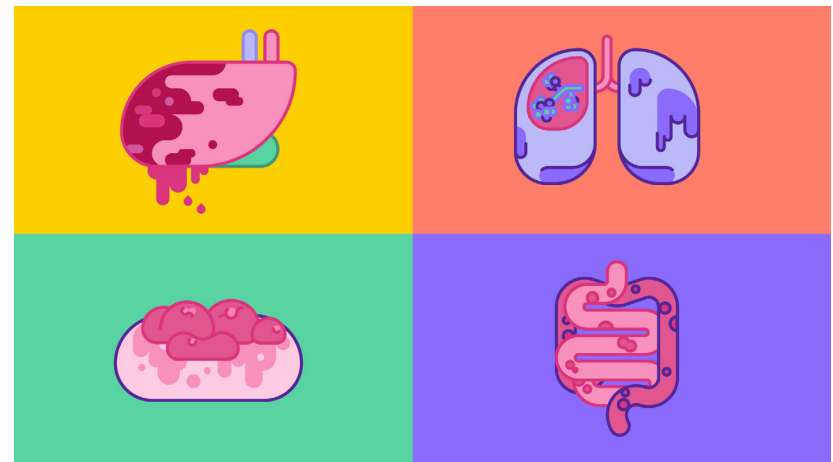
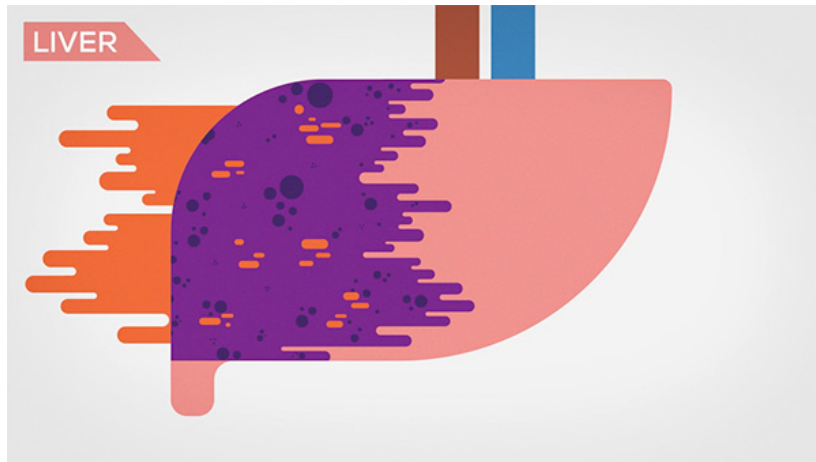
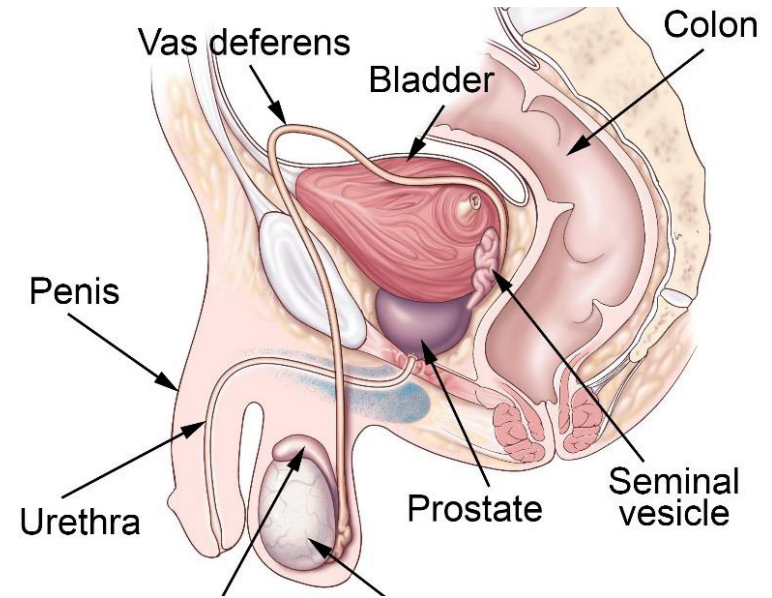


## PROCESO DE BOCETAJE

### Referencias gráficas

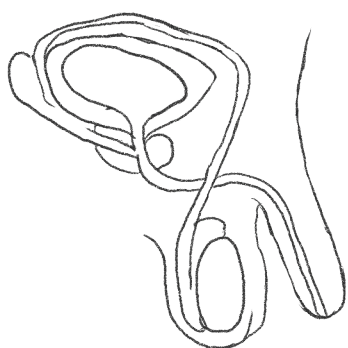
Se tomaron estas imágenes de referencia para realizar la graficación del aparato reproductor masculino, la primera una imagen realista con detalles, de forma que se desarrolle una ilustración correcta del aparato.

Luego se pueden ver de imágenes de ilustraciones de órganos con un nivel de abstracción medio, estas con el fin de inspirar la definición de la línea gráfica a seguir. Para esto se tomó en cuenta la sensibilidad del tema en relación al grupo objetivo, quienes según el cliente, al ver imágenes explícitas pueden sentir ofensa o desagrado, por ser de comunidades conservadoras.

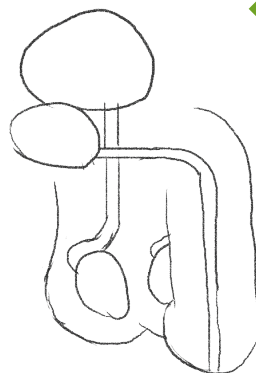




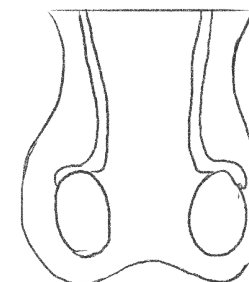
## Bocetaje manual



Esta versión se descartó ya que tiene una forma bastante compleja y consta de muchos elementos para animar y explicar los procedimientos necesarios.



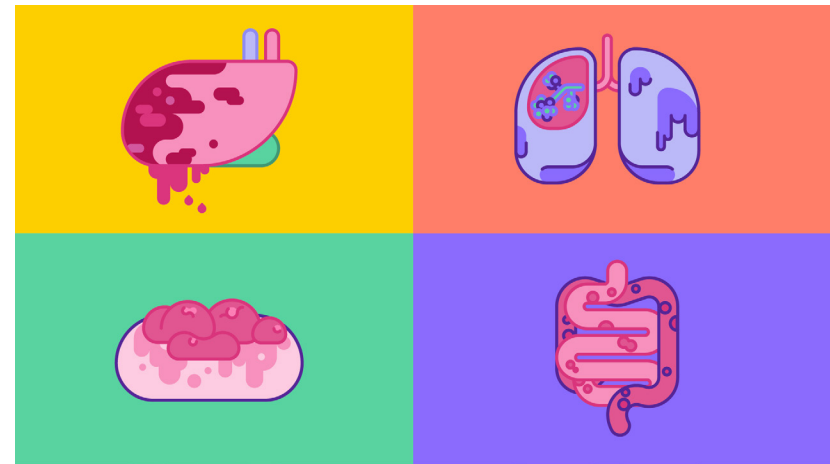
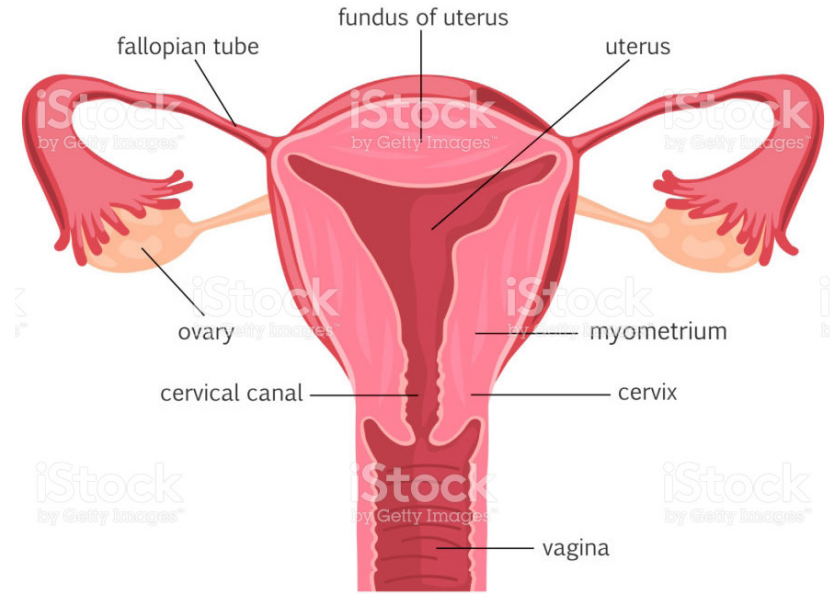
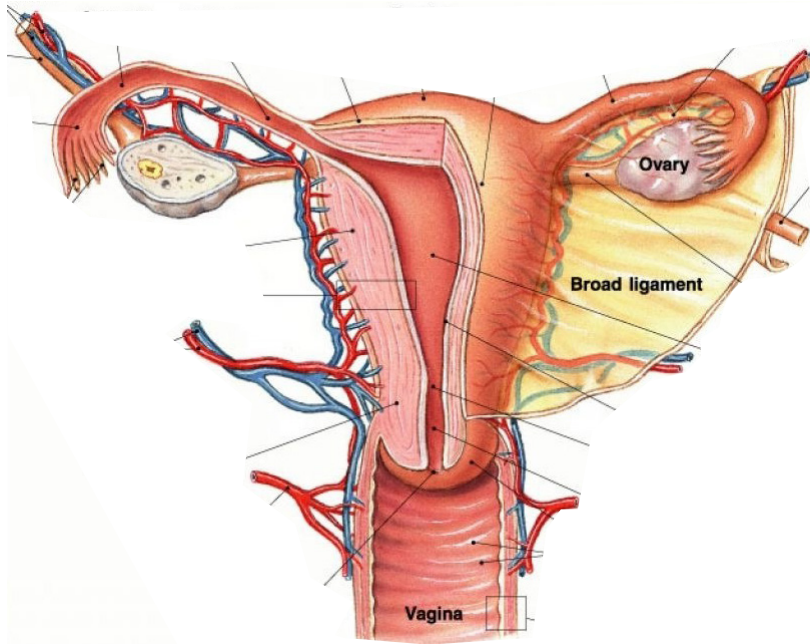
Estas dos versiones del aparato serán desarrolladas de forma digital para definir cuál será la pieza final. Ambas fueron elegidas por su simpleza y claridad.



# Referencias gráficas

Como en el aparato reproductor masculino, se tomaron de referencia las siguientes imágenes, la primera siendo una imagen realista con detalles, la segunda muestra una versión más abstracta del aparato.

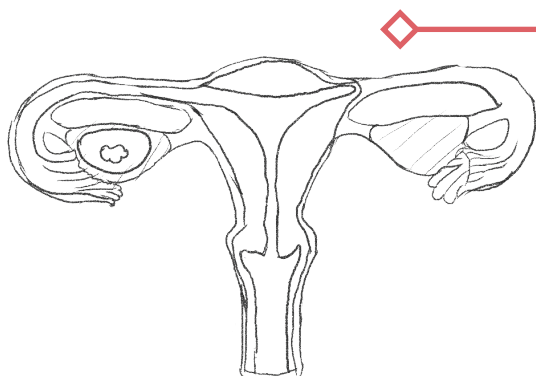
Se utilizaron las mismas referencias que el anterior para mantener una línea con el mismo nivel de abstracción.



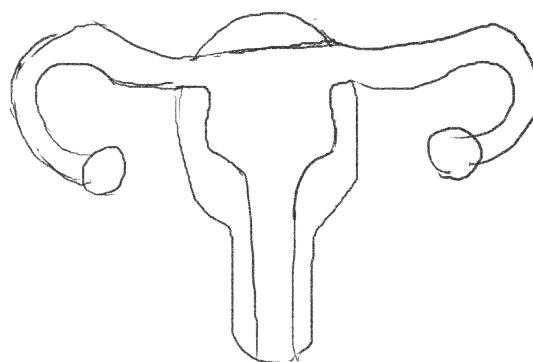




## Bocetaje manual



Esta versión fue descartada ya que se presenta dificultad para entenderse por su complejidad.



Esta versión del aparato se ve muy simplificada, pero será desarrollada de forma digital para definir mejor la forma y evaluar si esta se vuelve más clara.



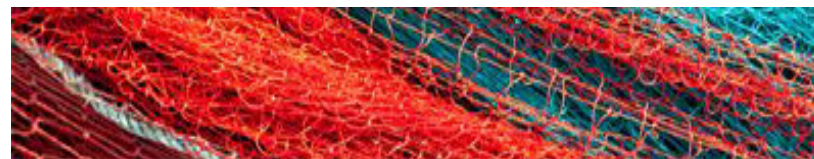
## Bocetaje digital

Tras haber bocetado las ilustraciones principales de los vídeos, los órganos sexuales, se definió la paleta de colores a utilizar, basada en las respuestas obtenidas en el estudio psicográfico del grupo objetivo, con el cual se concluyó que se inclina por colores brillantes de tonalidades frías y cálidas a la vez. Además, se tomó en consideración el moodboard realizado en codificación. Se definió la paleta de colores previo a la digitalización de las ilustraciones con el objetivo de realizar el bocetaje digital con pruebas de aplicación de color y así ver la versatilidad de la paleta escogida.



Paleta de color por la que se inclinó el grupo objetivo en las encuestas realizadas.

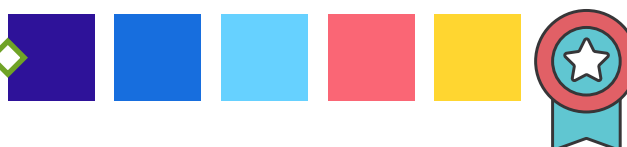
## Referencias gráficas





Esta opción se descartó ya que está compuesta por una combinación de colores opacos y vivaces, no se integran de la mejor manera.

Esta opción fue elegida por la combinación de colores fríos y cálidos que a la vez poseen tonalidades vivaces, así como son un intermedio entre los colores del moodboard y los elegidos por el grupo objetivo.

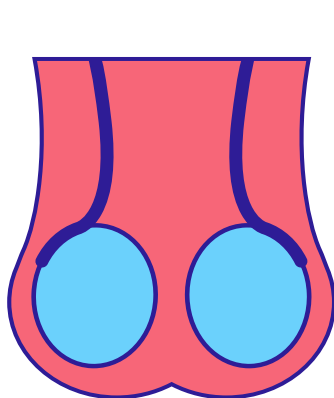


Esta paleta, como la primera, consta de colores vivaces como opacos, aunque sus colores interactúan entre sí, la segunda paleta se acopla mejor al proyecto.



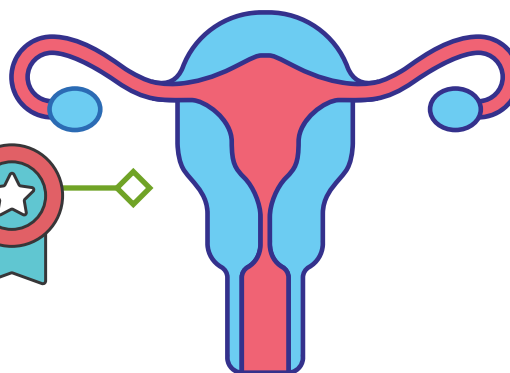


## Bocetaje digital



Se escogió esta opción como final ya que permite ver claramente los conductos deferentes de los testículos, que es donde se realiza el procedimiento a realizar.

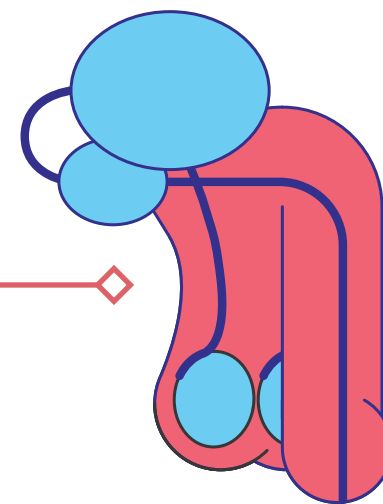
Tras haber digitalizado la versión manual, se le dieron proporciones simétricas a la representación del aparato por lo que se volvió una ilustración bastante definida, comprensible, que agiliza el proceso de animación.



Esta versión es una representación clara del aparato masculino, más no se pueden visualizar bien ambos conductos por lo que se descartó.

Al haber seleccionado las versiones finales de los aparatos sexuales con la paleta de color aplicada, se definió la línea gráfica a seguir para la ilustración la cual consiste de:

- Apariencia simple con pocos detalles
- Colores planos
- Contorno de línea de grosor medio
- Formas geométricas con intersecciones redondeadas

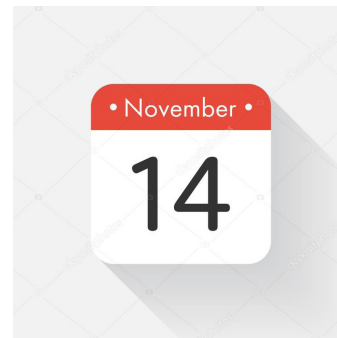




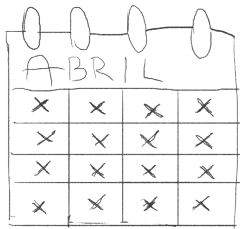
## Bocetaje manual

### Elementos

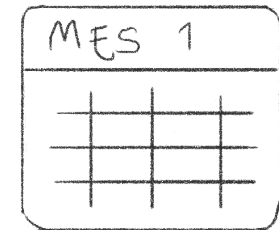
Teniendo la línea gráfica establecida, se procedió a bocetar los siguientes elementos, comenzando por la observación de referencias.



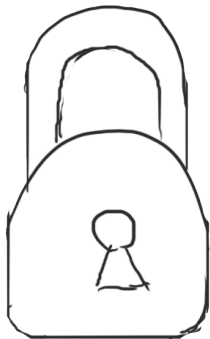
Luego se realizaron bocetos que fueran simples y tuvieran las características más comunes de cada elemento para hacerlos fáciles de identificar.



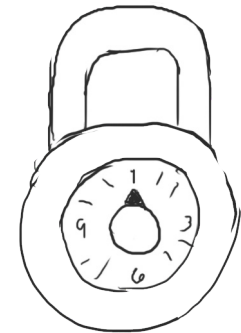
Se descartó esta forma de calendario por los aros metálicos y por tener los meses especificados.



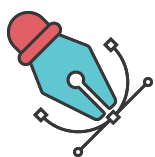
Se escogió como final por su limpieza y ambigüedad, ya que en base al guión no se necesitan meses específicos, solo cantidad.



Se escogió este candado por ser de una forma más común, por lo que el grupo objetivo podrá asociarlo y reconocerlo mejor.



Este tipo de candado se descartó por la alta posibilidad de que el grupo objetivo no lo reconozca fácilmente.



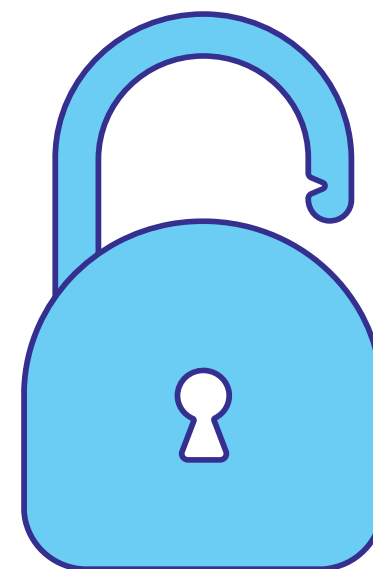
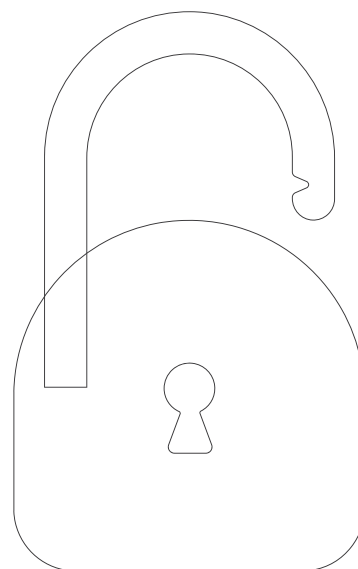
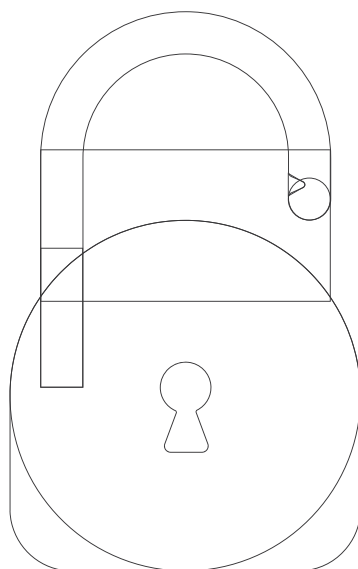
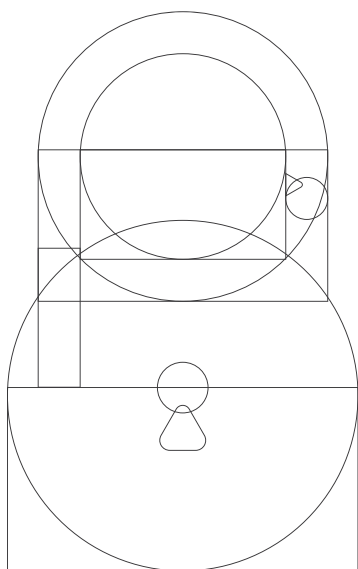
## Bocetaje digital

### Elementos y utensilios

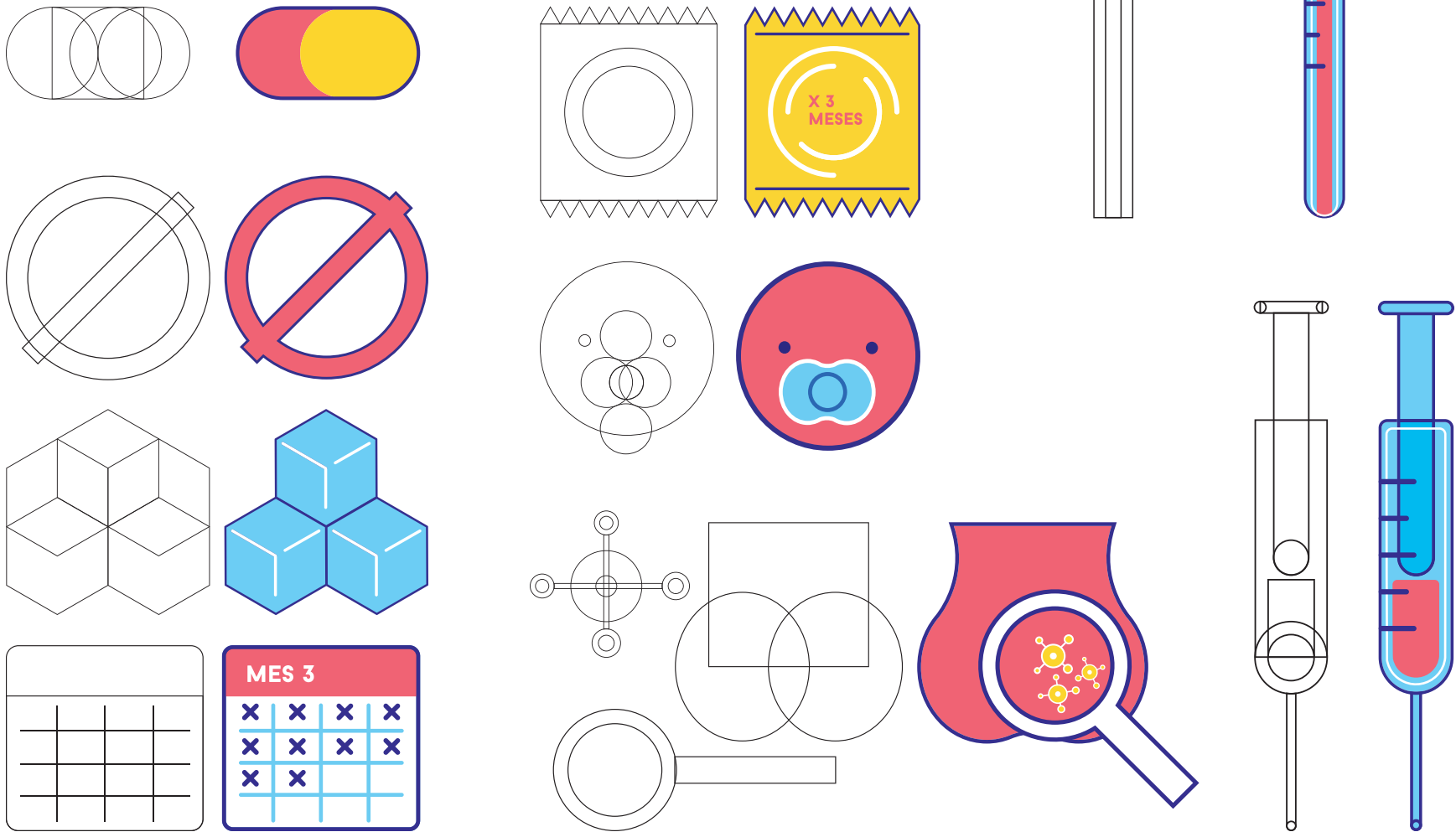
Al tener la paleta de colores y el estilo de la ilustración definidos, se decidió continuar el desarrollo de ilustraciones directamente en el programa Illustrator para agilizar el proceso, ya que por ser ilustración vectorial con un nivel medio de abstracción, se pueden realizar los mismos siguiendo las características simétricas y geométricas con más facilidad.

Se utilizaron puramente las formas básicas de Illustrator, combinadas con la herramienta pathfinder, con lo que se logró crear ilustraciones simétricas. A estas luego se les curvaron los vértices.

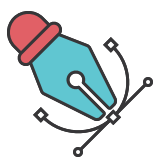
Se siguió este proceso con cada elemento a utilizar en la animación, siguiendo siempre la línea gráfica.



Gracias a que son elementos comunes, se visualizaron de manera mental, luego se procedió a ilustrar mediante Illustrator y sus figuras base, llegando al siguiente resultado.







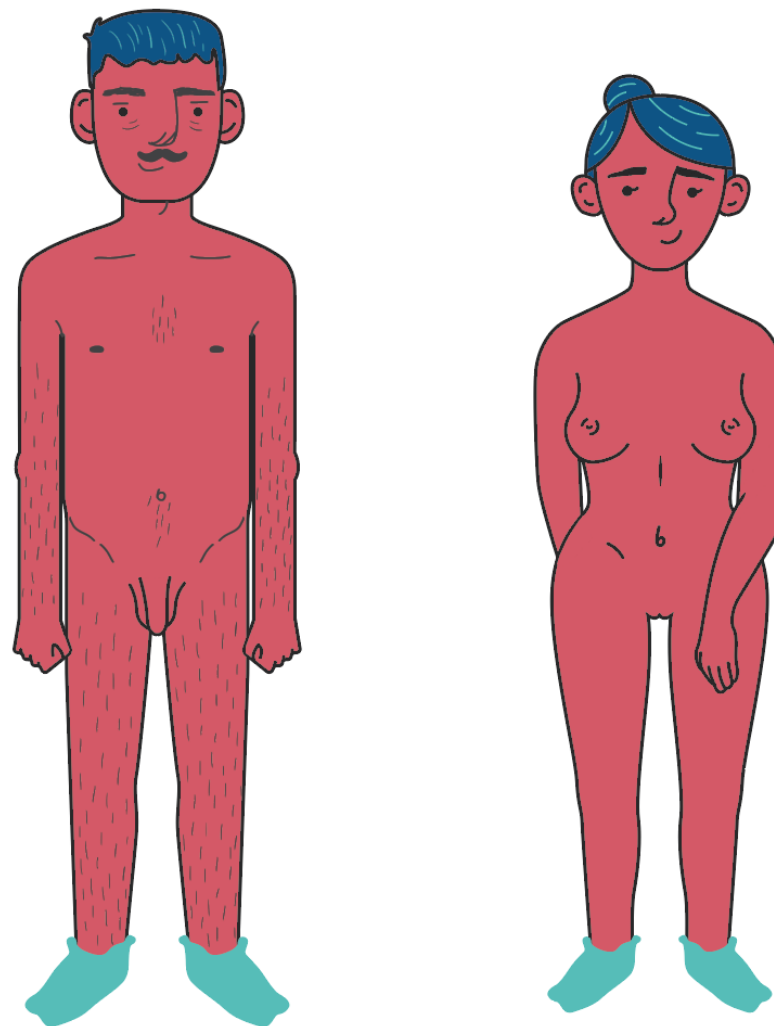
## Bocetaje digital

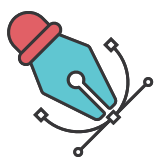
### Personajes

Se decidió crear dos personajes, hombre y mujer, a partir de una pre-validación con el cliente, ya que es necesario contextualizar la información dada en cada animación, de forma que los espectadores comprendan tanto escalas, como ubicación de aparatos reproductivos y procedimientos a realizar.

Ambos fueron utilizados en los vídeos de las jornadas de operaciones en un segundo plano, ya que no tuvieron un papel significativo más que el de ser referencias para demostrar síntomas.

Se buscó que estos tuviesen una apariencia amigable y que sus cuerpos tuvieran proporciones más realistas, pero no se respetó la línea gráfica implementada en las piezas anteriores, además, por ser personajes hechos sin formas primitivas tienen irregularidades y pueden dificultar el proceso de animación por la forma en la que fueron construidos.



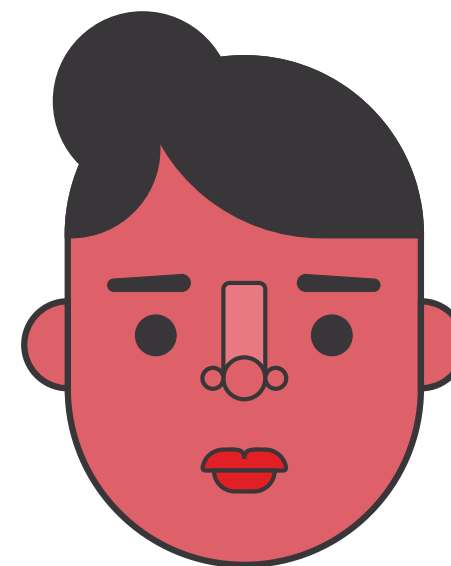
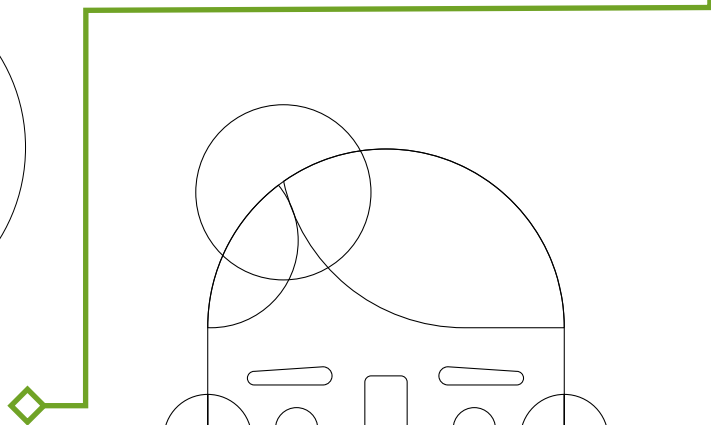
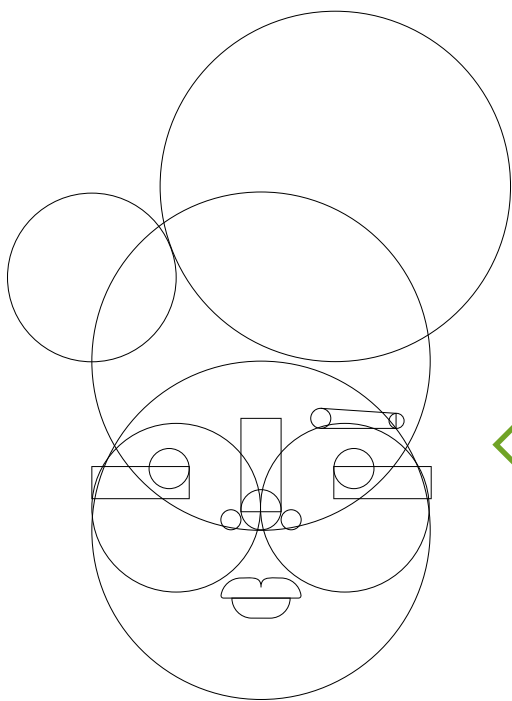


## Bocetaje digital

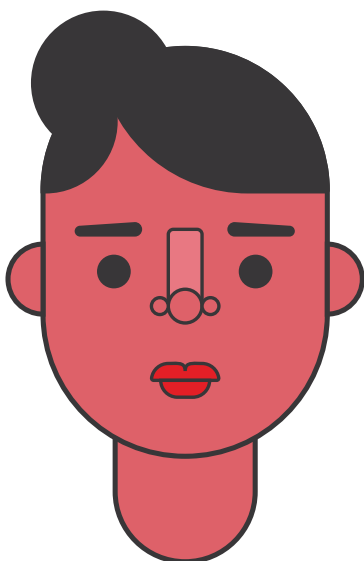
### Construcción

Al realizar los vídeos para las jornadas de métodos, se observó que los personajes no se integraban bien en los vídeos ya que no seguían la línea gráfica de las otras ilustraciones, estos son más orgánicos ya que fueron creados a mano alzada en Photoshop, en vez de ser creados a partir de las formas básicas de Illustrator. Por esto, se decidió rediseñar a ambos personajes, para mantener la unidad en las piezas.

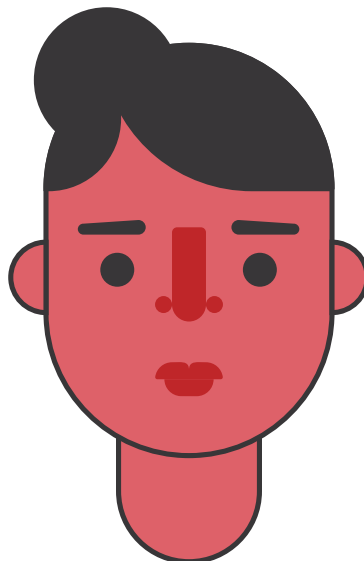
Así como los elementos anteriores, los nuevos personajes se bocetaron digitalmente, construyéndolos en Illustrator.



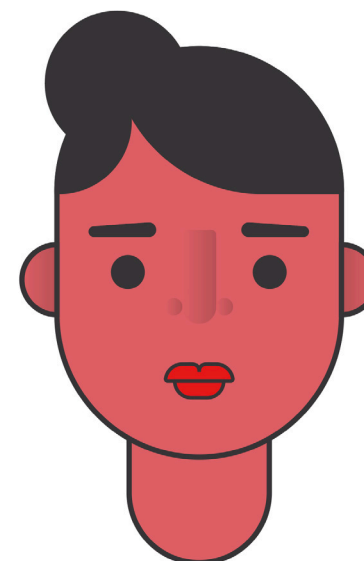
Se exploraron diferentes formas de graficar tanto la nariz como la boca y el pelo. El personaje femenino se está desarrollando a detalle ya que en los vídeos de métodos tomará un papel más importante y servirá para interactuar más con los espectadores.



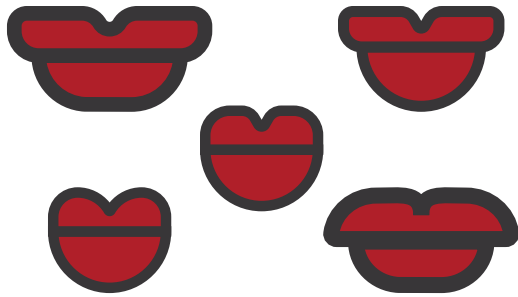
Se descartó esta opción ya que la nariz aparenta tener una curita.



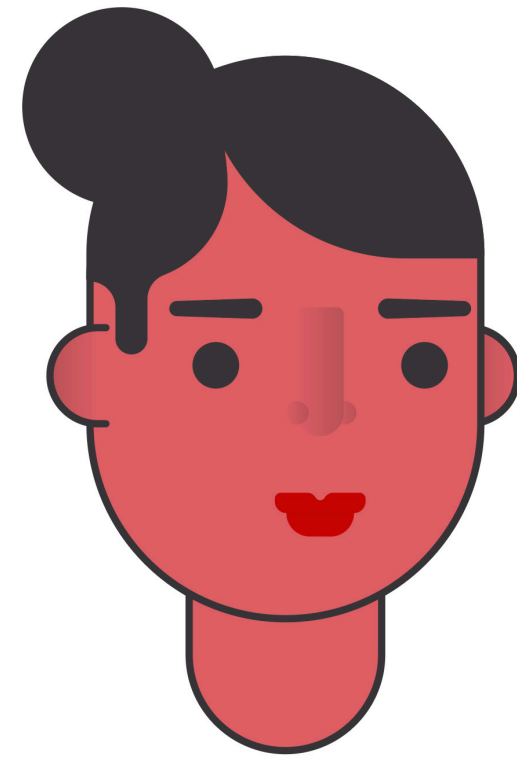
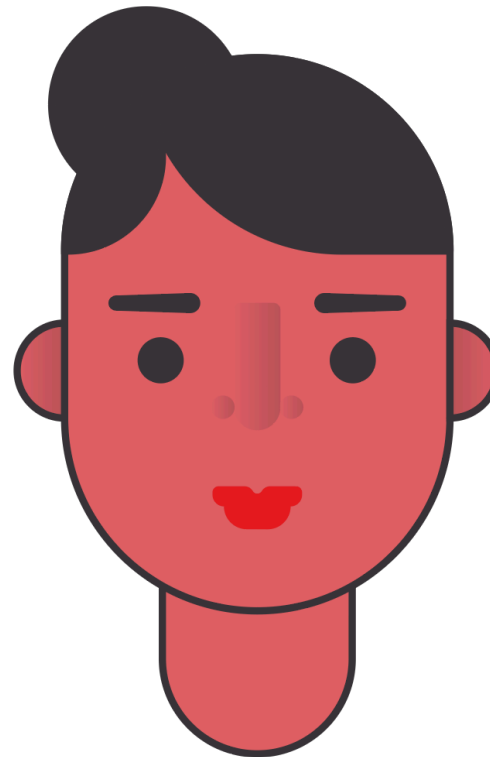
Esta se descartó por el color de su nariz ya que se puede pensar que sufrió alguna quemadura.



Se escogió esta versión para seguir probando opciones de nariz, boca y expresiones ya que transmite ningún mensaje no deseado.



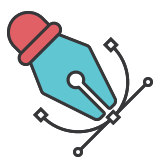
Se realizaron varias formas de labios pero se descartaron todas aquellas con contornos ya que no conectaban con el resto de partes faciales.



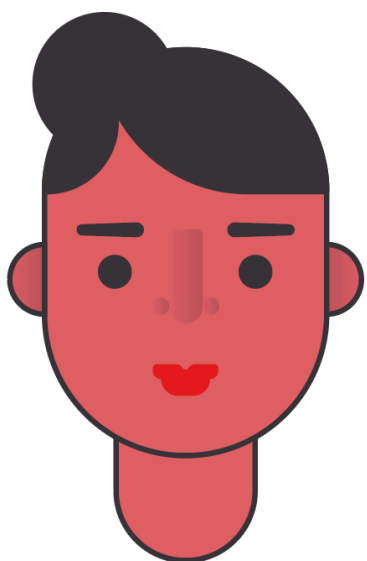
Se escogió como final ya que su expresión transmite una sensación de seguridad y realización, sentimientos que Alas busca inculcar en las mujeres que forman parte de sus programas de salud

Se hizo una prueba de ángulos para probar la versatilidad de la ilustración, además de probar un color menos llamativo para los labios que no saliera de la paleta de colores utilizada.

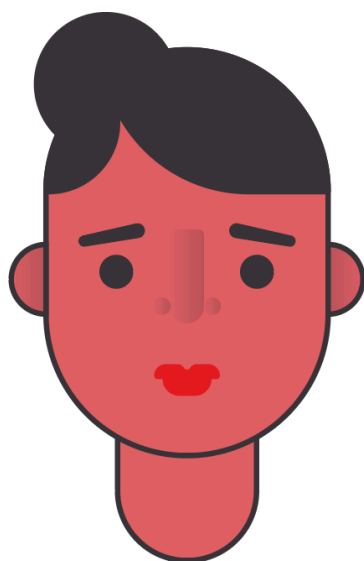




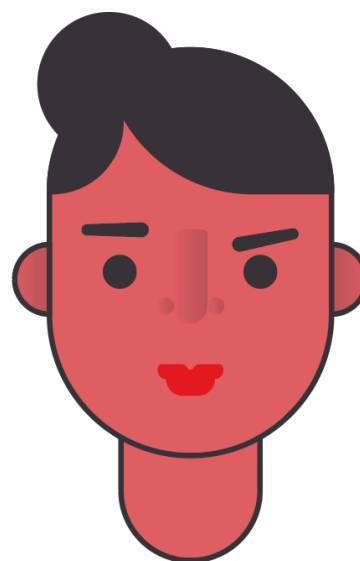
## Bocetaje digital



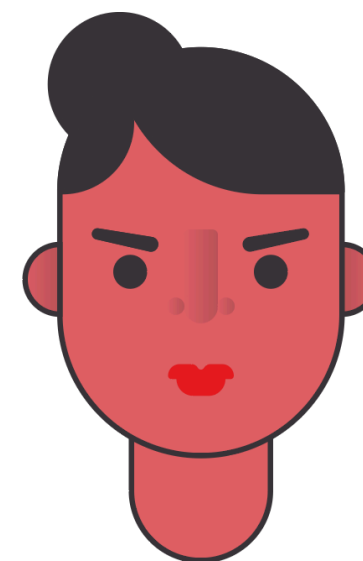
ESTADO NEUTRAL/FELIZ



TRISTE



CONFIADA

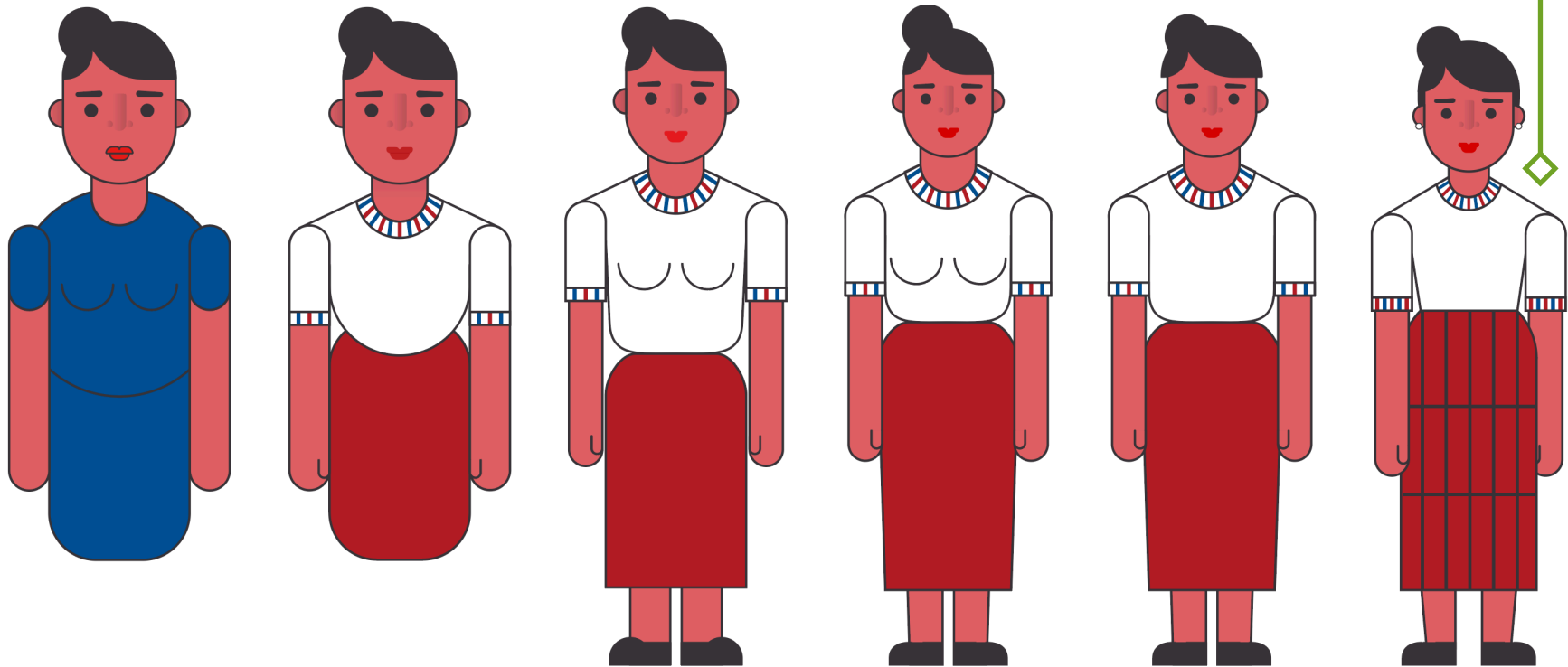


ENOJADA

Al tener la versión preliminar del rostro del personaje, se le aplicaron diferentes expresiones ya que en los vídeos serán utilizadas al menos dos distintas.

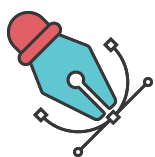
Se comenzó creando el cuerpo del personaje con formas básicas pero este se veía muy tosco y poco integrado, por lo que se realizaron distintas versiones del cuerpo en las que se fue definiendo mejor la proporción de cada parte, se intentó poner busto con líneas, pero se eliminó ya que se consideró que no era necesario, para indicar una edad más avanzada se hicieron las caderas más desarrolladas, con la espalda y cuello menos anchos. De igual forma, al ir mejorando y afinando la forma del cuerpo se fueron agregando detalles al personaje en la vestimenta como en la cabeza.

Luego se hizo pruebas de diferentes peinados en Rosa.

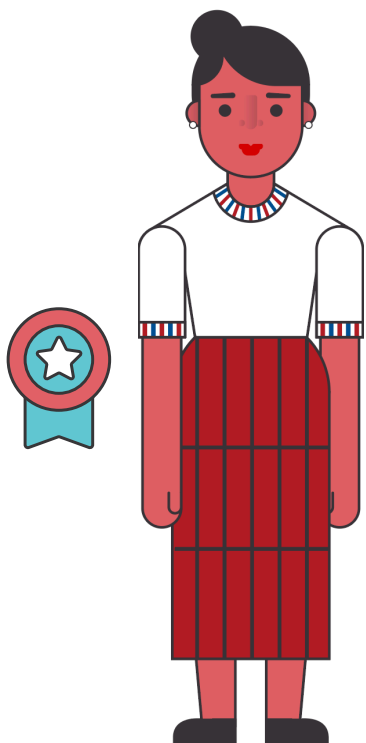


Se escogió esta versión del cuerpo como la final ya que es la que cuenta con las proporciones más apropiadas y femeninas.

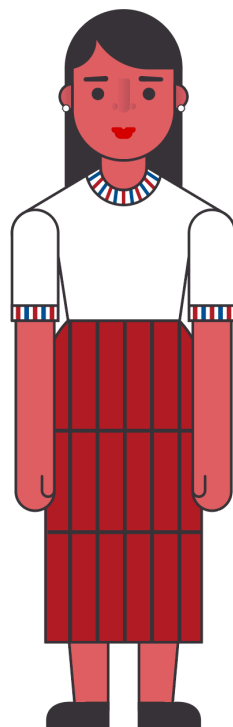




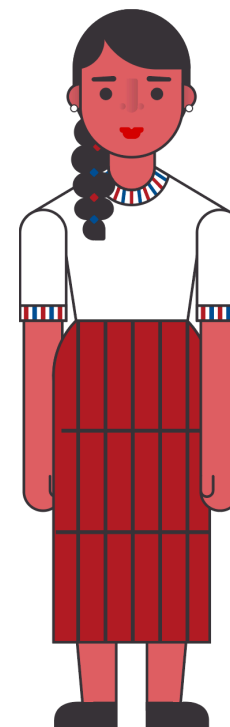
## Bocetaje digital



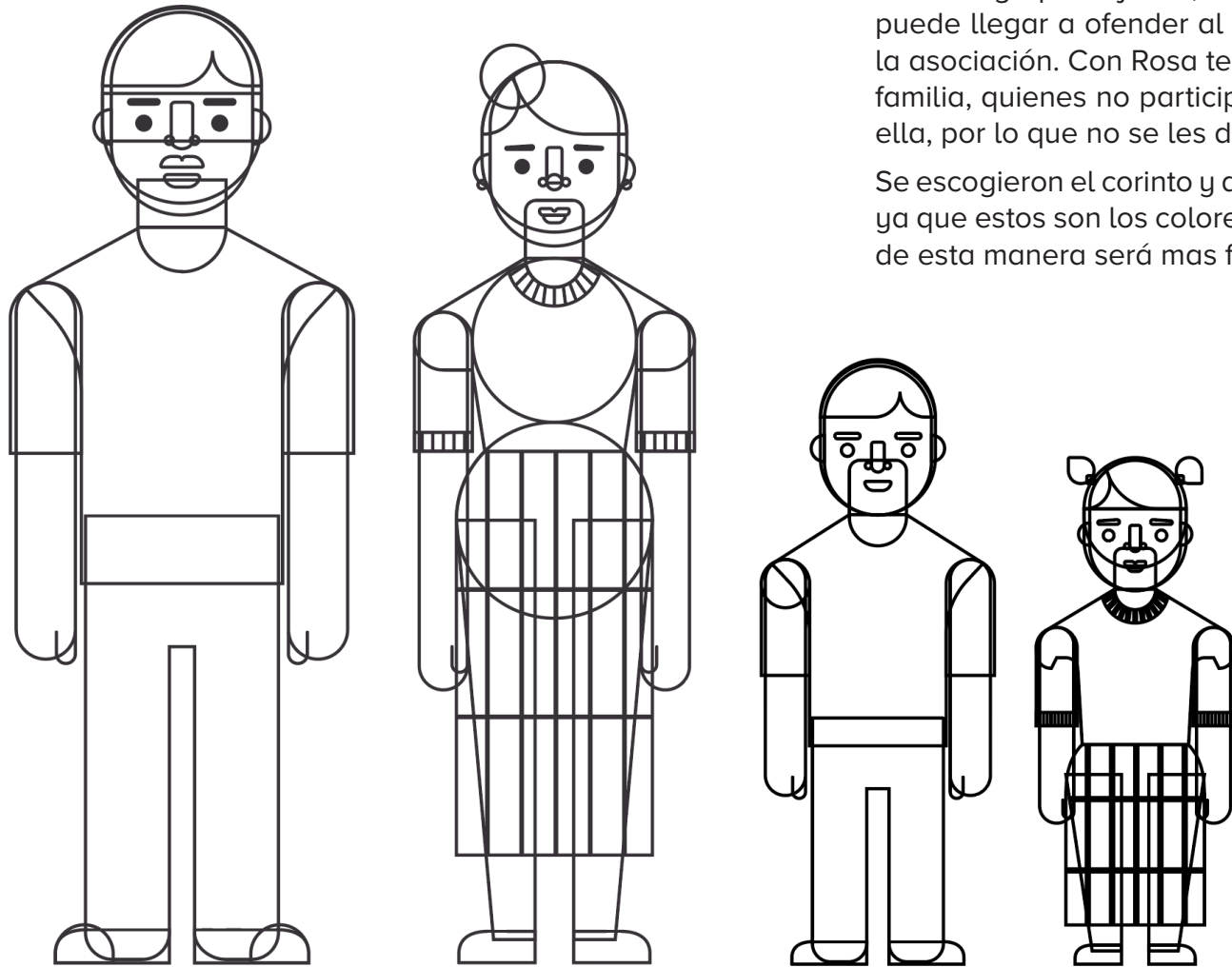
Se escogió esta versión como final ya que al atender a una de las jornadas de Alas se observó que al menos el 80% de las mujeres que atendieron tenían el pelo con este estilo de peinado.



Esta se descartó por el color de su nariz ya que se puede pensar que sufrió alguna quemadura.



Se escogió esta versión para seguir probando opciones de nariz, boca y expresiones ya que transmite ningún mensaje no deseado.

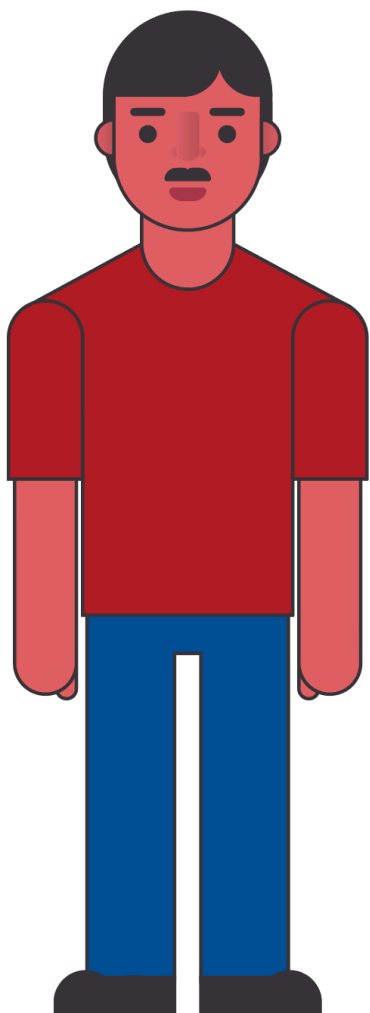


Teniendo el personaje femenino hecho, se decidió ponerle un nombre, siendo Rosa, ya que es un nombre común entre el grupo objetivo, como María, pero este segundo puede llegar a ofender al grupo objetivo, según comentó la asociación. Con Rosa terminada, se procedió a crear la familia, quienes no participarán tanto en los vídeos como ella, por lo que no se les desarrolló al mismo nivel.

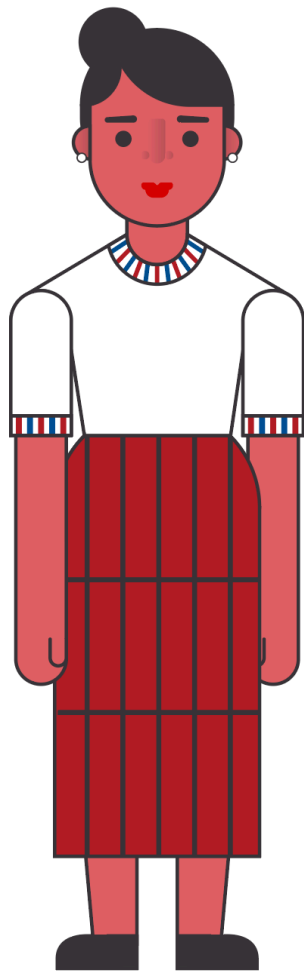
Se escogieron el corinto y azul como los colores de su ropa ya que estos son los colores que más utiliza la asociación, de esta manera será mas fácil conectarlos con la misma.



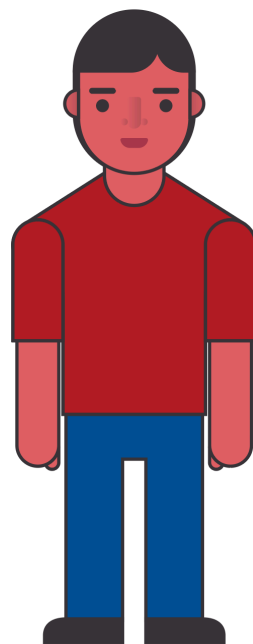




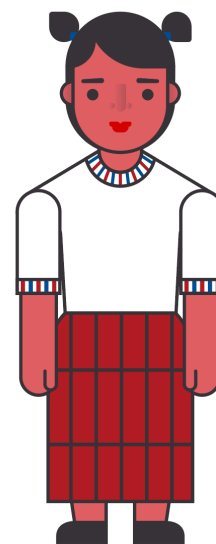
28 años



26 años

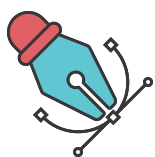


7 años



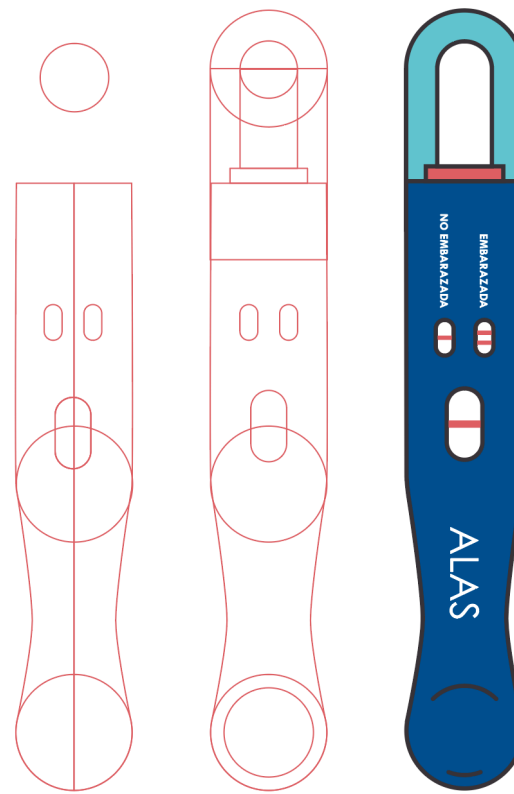
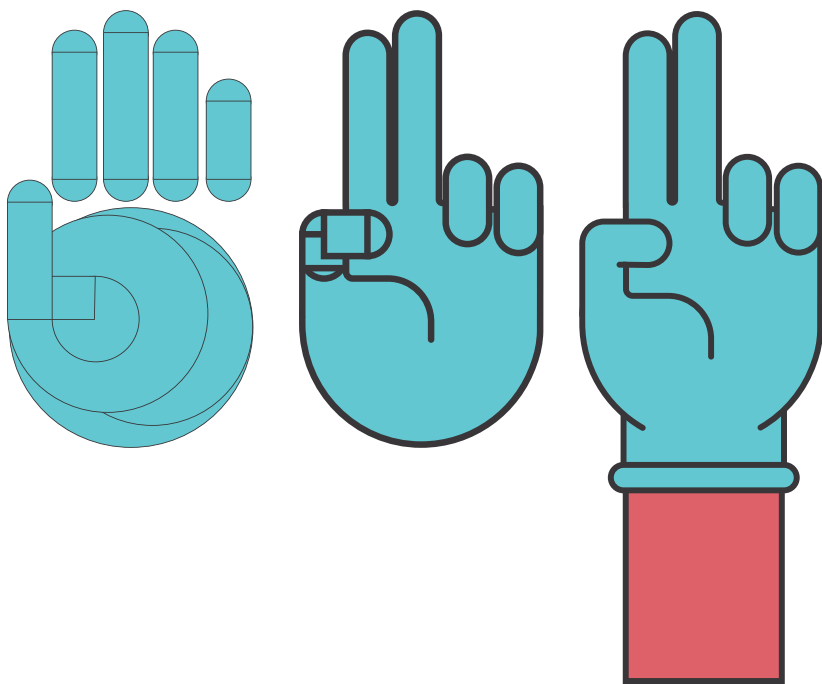
4 años



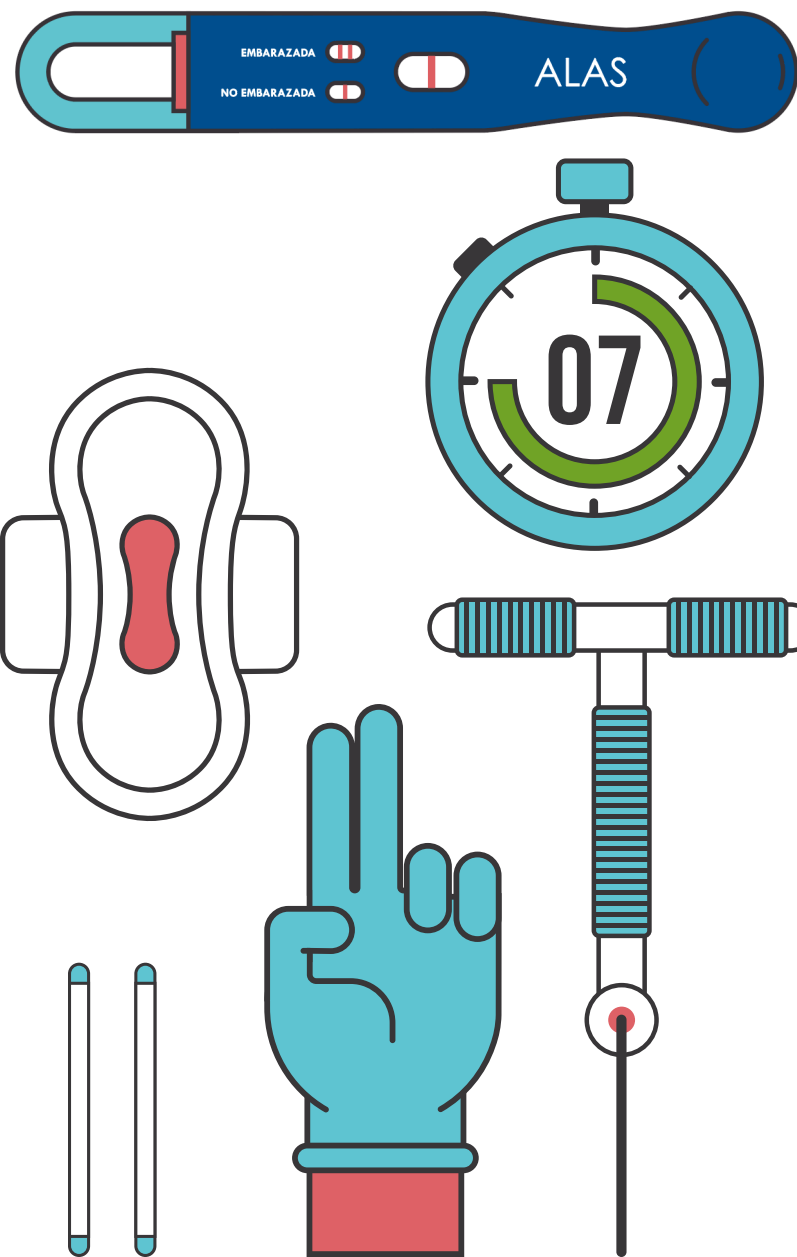
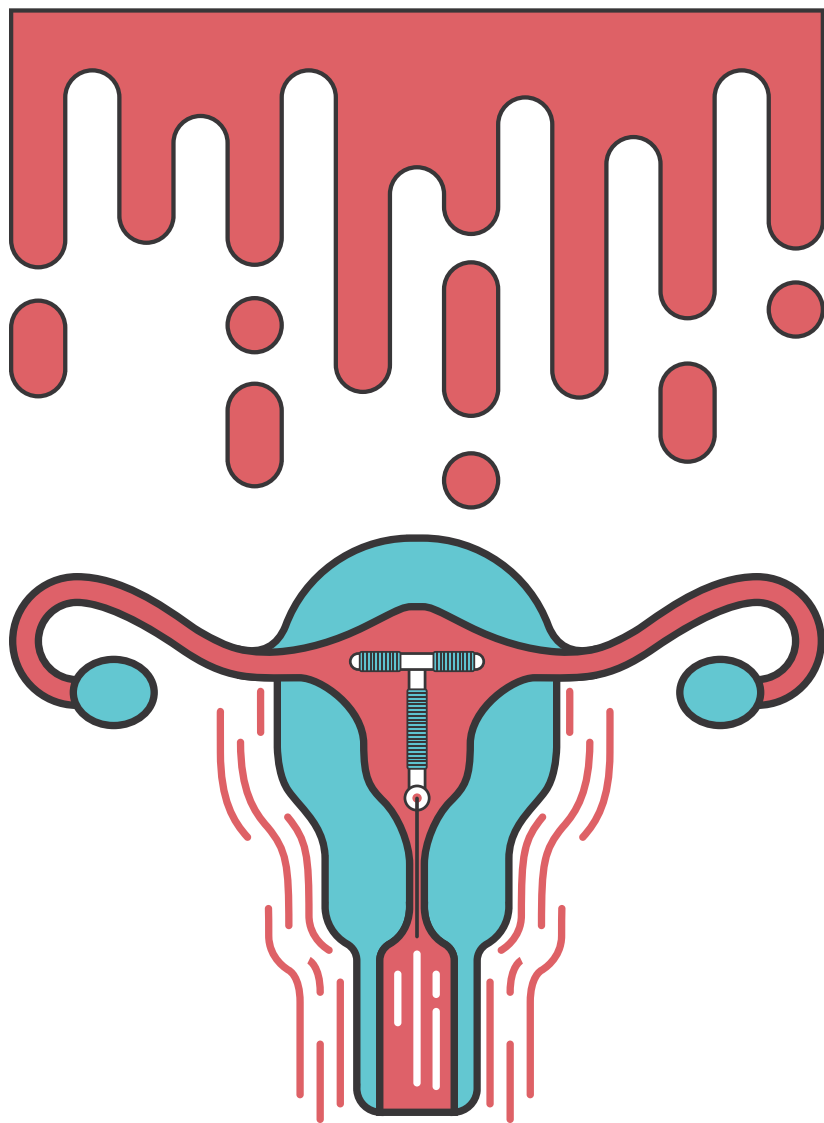


## Bocetaje digital

Al tener los personajes, se continuó con el desarrollo del resto de ilustraciones a utilizar específicamente para las animaciones de las jornadas de métodos anticonceptivos. Siguiendo la construcción de los anteriores, puramente geométrica.



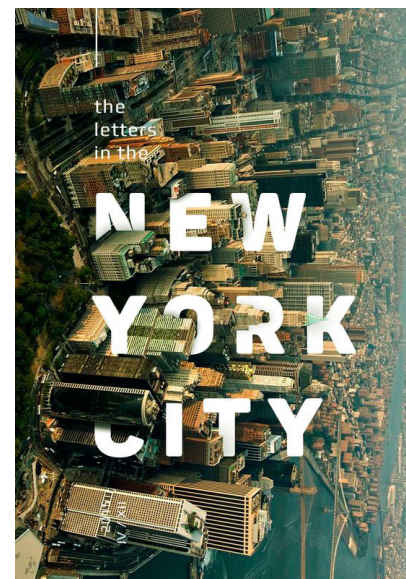
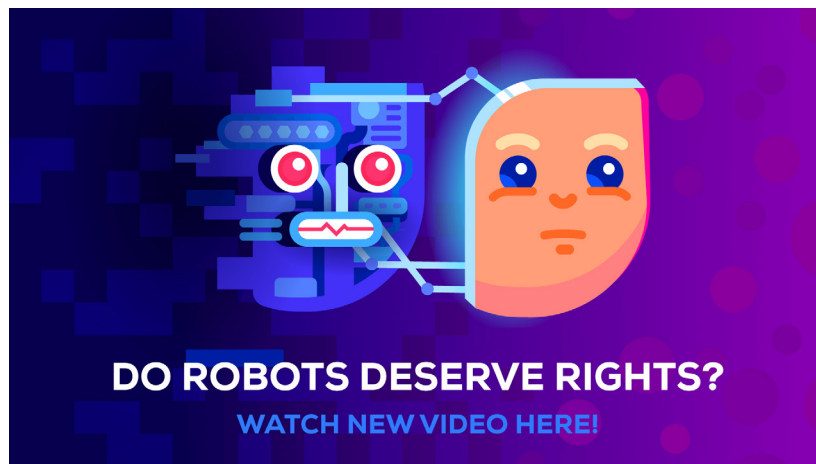
A continuación se muestran las ilustraciones realizadas, pero no se muestran con las proporciones aplicadas en los vídeos, por lo que no son las reales.



## Referencias gráficas - tipografías -

En la elección de tipografías, se tomó en cuenta la dificultad que puede presentar una buena parte del grupo objetivo al tener textos que leer, por lo que se tomaron en consideración varias familias tipográficas del tipo sans serif, ya que estas brindan una lectura más fácil en medios digitales como los videos o páginas web.

Entre las referencias se muestra el uso de tipografías modernas sin serifa, en su mayoría bold y en mayúsculas.





Intro

**NO QUERER MÁS HIJOS** ◆

Adam.GG Pro

**NO QUERER MÁS HIJOS**

Aqua Grotesque

**NO QUERER MAS HIJOS**

Aqua Grotesque

**no querer mas hijos**

Azedo Bold

**NO QUERER MÁS HIJOS**

Azedo Bold

**NO QUERER MÁS HIJOS**

**no querer más hijos**

Brandon Grotesque

**NO QUERER MÁS HIJOS** ◆

**no querer más hijos**

Se escogieron estas fuentes ya que cuentan con un buen peso visual, legibilidad, tildes y diferentes versiones, desde light hasta black.

Se descartaron el resto de las propuestas por distintos factores, algunas no cuentan con tildes o tienen características muy específicas que podrían no facilitar la lectura.



## Bocetaje digital

Intro

**NO QUERER MÁS HIJOS**



Brandon Grotesque - Black

**NO QUERER MÁS HIJOS**

Brandon Grotesque - Bold

**NO QUERER MÁS HIJOS**

Brandon Grotesque - Medium

**NO QUERER MÁS HIJOS**

Brandon Grotesque - Bold

**No querer más hijos**

Brandon Grotesque - Black

**No querer más hijos**

JORNADAS DE  
**OPERACIONES**

JORNADAS DE  
**MÉTODOS**

Brandon Grotesque / Intro

Jornadas de  
**OPERACIONES**

Jornadas de  
**MÉTODOS**

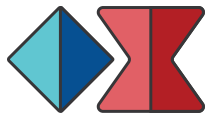


---

Se escogieron esas fuentes como finales por las claras jerarquías que se logran con ellas y por su legibilidad.

---





## Animación (storyboard)

Tras haber desarrollado las ilustraciones a animar y haber definido las tipografías a utilizar, se dio inicio a la fase de animación creando un storyboard digital donde se detalló el tipo de movimiento y los diálogos que tendría cada elemento gráfico al ser animado, con el propósito de mostrar al cliente el estilo a seguir y tener su aprobación para dar inicio a la animación.

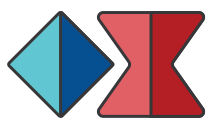
Por este lado se colocó la parte del guión que está siendo representada mediante los gráficos animados.

01. Estar seguro de no tener más hijos: irreversible



Luego de introducción de Alas y temática principal Operaciones / Vasectomía, comienza a salir bebés que se multiplican y se interrumpe la multiplicación con la aparición del símbolo.

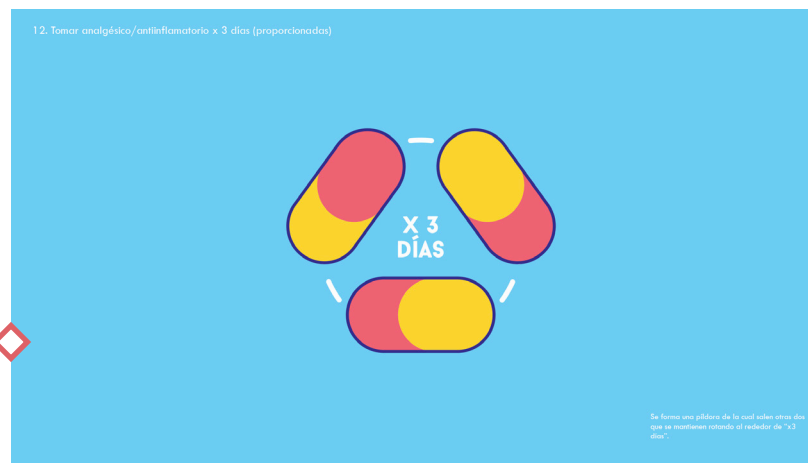
En esta área se explica el movimiento que tendrán las ilustraciones.



## Animación (storyboard)

Al realizar el storyboard del primer vídeo, se notó que las ilustraciones no resaltaban del fondo y la composición se veía demasiado simple por lo que se decidió agregar una sombra sólida con 135 grados de inclinación, que funcionó como pleca haciendo que sobresalgan los gráficos.

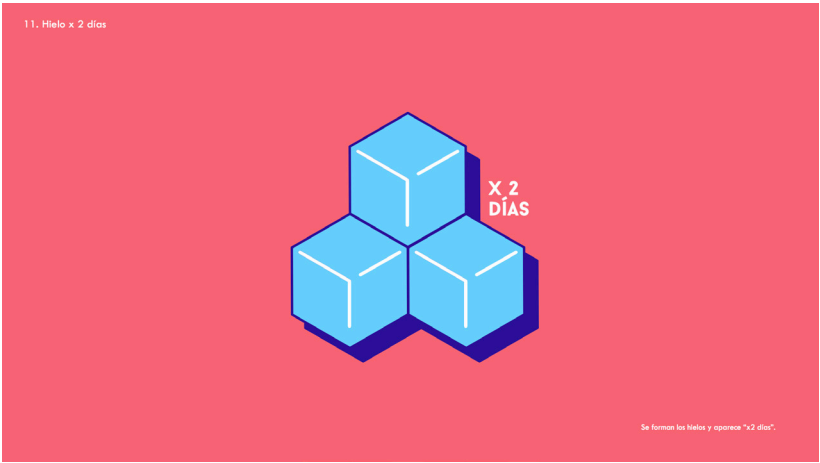
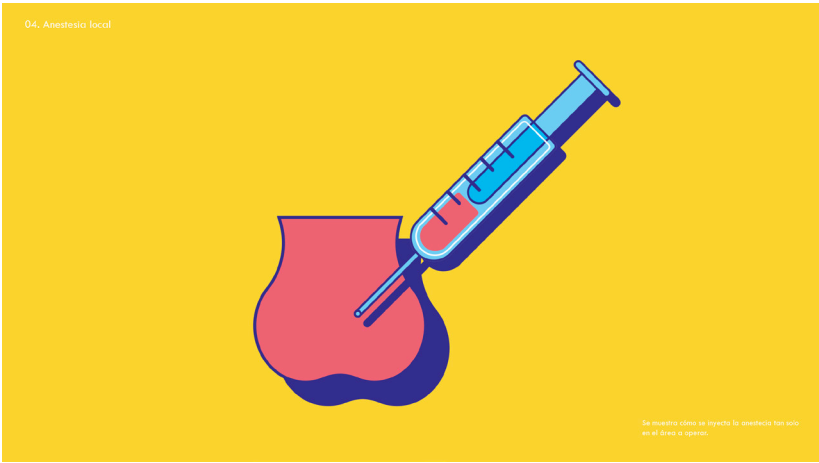
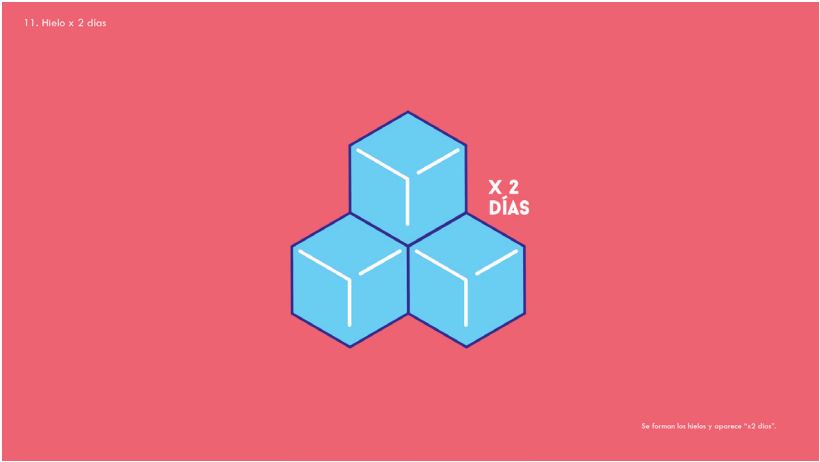
Antes.

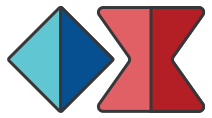


Después.









## Animación

Con el storyboard del primer vídeo listo (ver anexo 12), este le fue enviado al cliente por correo, quien indicó que era necesario utilizar los colores institucionales en las animaciones ya que la propuesta no transmitía la identidad de la asociación con la que el grupo objetivo ya estaba familiarizado.



Paleta obtenida por un estudio psicográfico del grupo objetivo y moodboard creado en codificación.



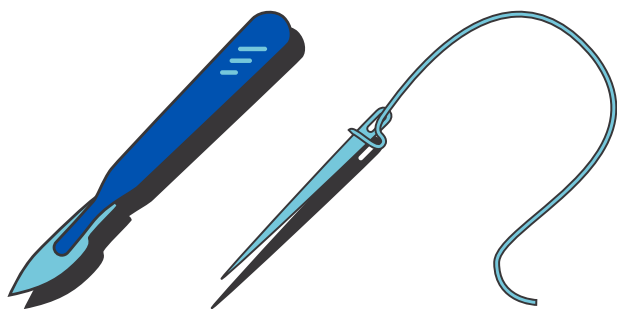
Colores institucionales de la asociación Alas. Esta paleta está compuesta por colores en el código de impresión CMYK. Tiene un color principal siendo el corinto y 6 colores secundarios.



Paleta final en la que los colores institucionales se les modificó de manera que se fuesen un intermedio entre la paleta anterior y la paleta utilizada por la asociación, dándoles tonalidades más vivaces ya que al ser utilizados en medios digitales estos pueden verse opacos.



De igual manera agregó que se debían implementar las herramientas utilizadas en los procedimientos en lugar de ser representados de forma conceptual, por lo que se desarrollaron nuevas ilustraciones.



---

Ya que se hizo la adaptación de la paleta de colores a la institucional, se hizo el cambio de tipografías a la que la asociación utiliza para mantener la imagen que esta tiene.

---

Antes.

Jornadas de  
**OPERACIONES**

Jornadas de  
**MÉTODOS**

**NO QUERER MÁS HIJOS**

Después.

JORNADAS DE  
**OPERACIONES**

JORNADAS DE  
**MÉTODOS**



**NO QUERER MÁS HIJOS**

Se le creó un cuerpo al bebé, el cual se encuentra enrollado ya que es una de las formas comunes en las que los tienen las madres.

Antes.

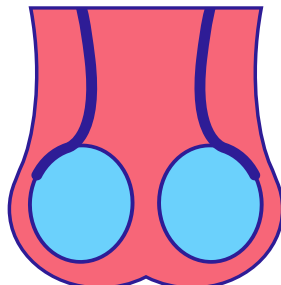


Después.

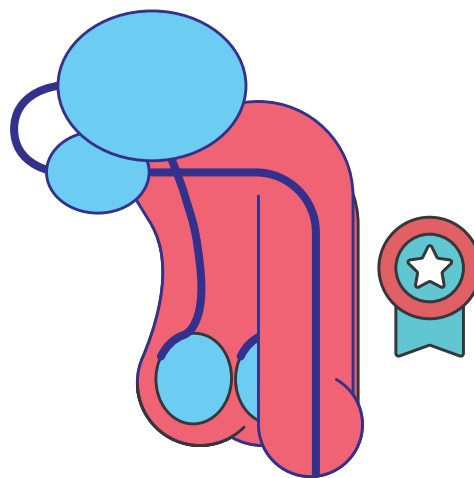


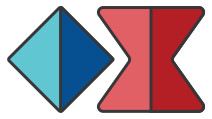
Se retomó esta versión del aparato reproductor masculino ya que muestra más detalle y se puede comprender mejor que la versión anterior.

Antes.



Después.





## Animación (transiciones)

Antes de comenzar a animar se hicieron pruebas de transiciones entre segmentos e ilustraciones animadas, se crearon 3 diferentes que consisten de elementos planos con efectos de movimiento de posición, rotación y tamaño, que cierran y abren cada parte del vídeo.

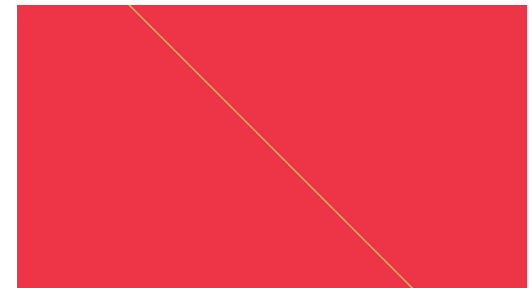
1.



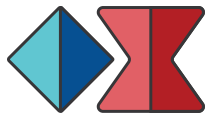
La primera transición comienza con un efecto de cortina en la que varios planos se van cerrando progresivamente hasta cambiar el color de fondo.



Se muestra cómo 4 planos de diferentes colores se van cerrando uno tras otro.

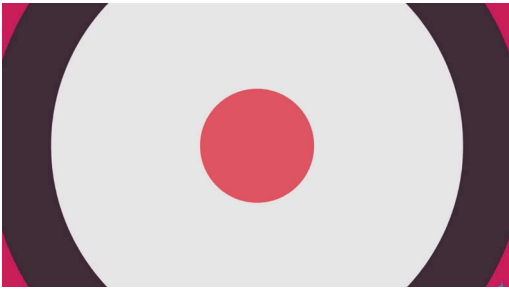


En este cuadro se muestra cómo se está terminando de cerrar el último plano dejando el fondo de color rojo.

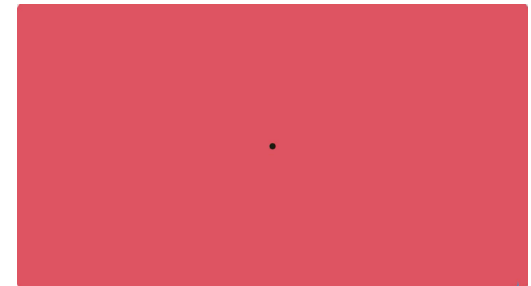


## Animación (transiciones)

2.



Como la primera transición, en esta se muestran círculos aumentando de tamaño desde el centro de la composición.



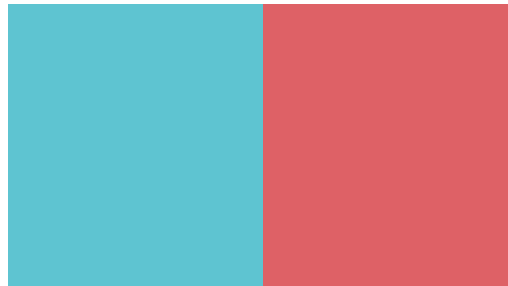
En el último cuadro se ve cómo el color del último círculo es el que queda de fondo.



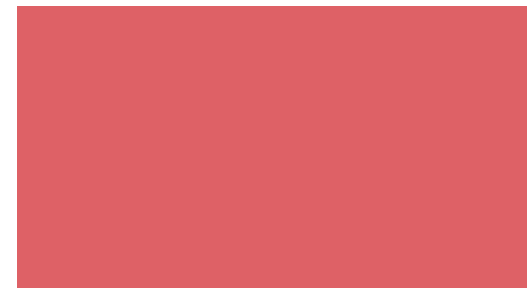
3.



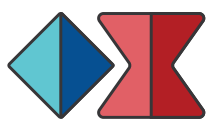
En esta transición, la dinámica es más simple, un plano se mueve ya sea de arriba hacia abajo o de un lado al otro, abriendo el siguiente segmento.



En esta transición, la dinámica es más simple, un plano se mueve ya sea de arriba hacia abajo o de un lado al otro, abriendo el siguiente segmento.

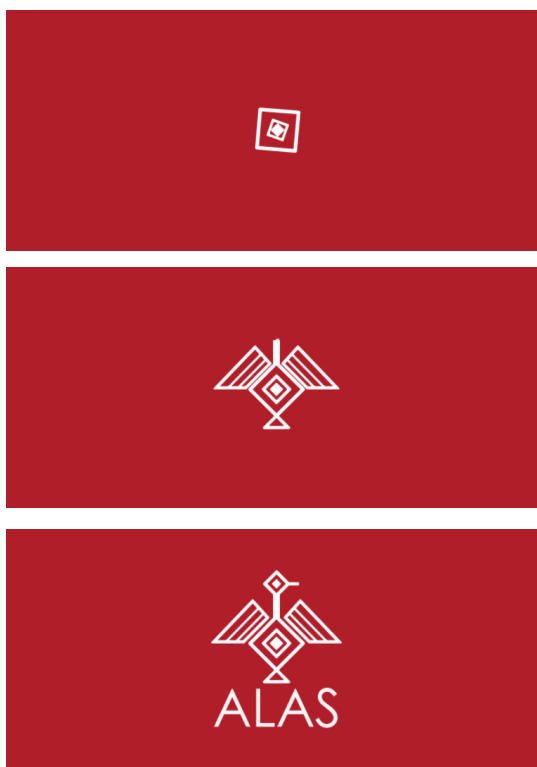


Se escogió esta transición ya que el movimiento de esta no es tan elaborado que pueda desviar la atención de quien ve el vídeo ni carga de animaciones innecesarias el mismo.



## Animación (movimiento)

Al tener los elementos definidos se hicieron las respectivas grabaciones de los guiones y se comenzó el proceso de animación. Se inició animando el logotipo de la asociación Alas para crear una introducción de cada vídeo de forma que se identificara tanto la asociación a la que corresponden los vídeos como el tema a tratar.



Seguido de la introducción, se realizó la animación de cada segmento de la animación de Vasectomía con sus debidas gráficas. Esta luego se utilizó como base para el resto de vídeos informativos.



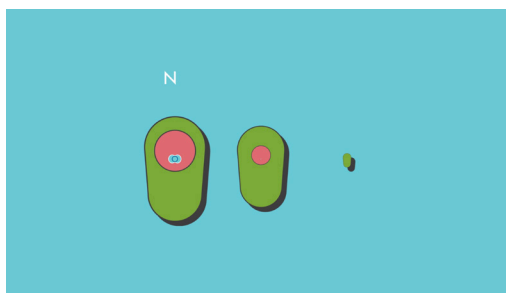
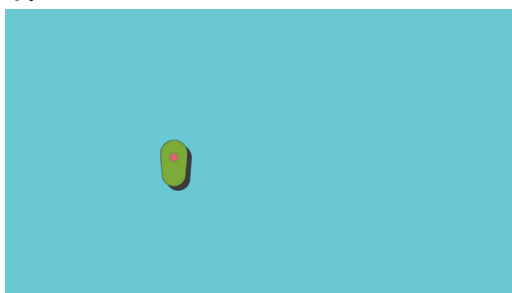


# Animación por tamaño

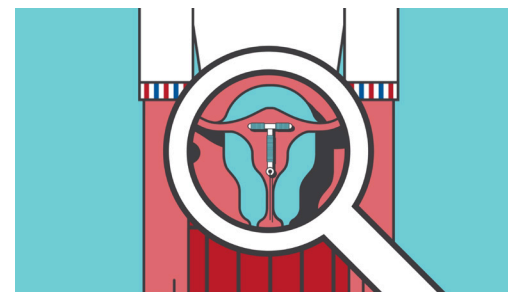
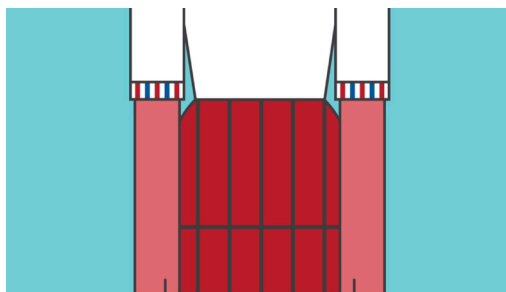
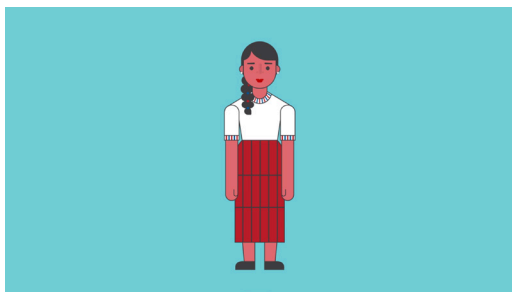
La mayoría de los elementos animados tienen sus dimensiones con movimiento, ya sea aumentan de tamaño o disminuyen ya sea para cambiar de una pantalla a otra o para introducir los elementos que representan lo que se está narrando como lo es en el primer ejemplo.

Otro uso para la animación en el tamaño de las ilustraciones, como en el segundo ejemplo, es para enfocar la atención en algún punto de la composición.

1.



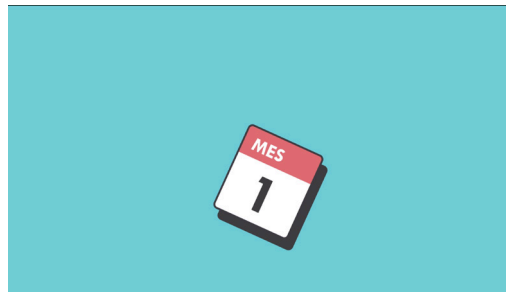
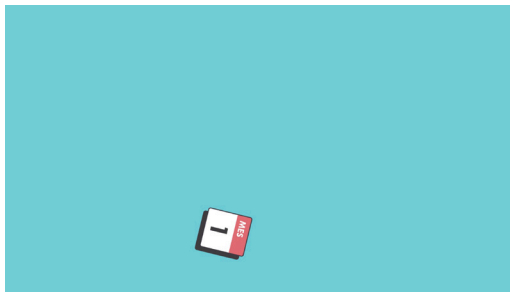
2.



# Animación por posición/rotación

En el siguiente ejemplo, se muestra la animación de la rotación de un elemento sobre un eje específico, este revela al objeto con más dinamismo que con la animación de tamaño. Además, este cuenta con la posición animada, revelando otro objeto al moverse a un lado que también cuenta con la rotación animada.

1.



# Animación de tipografías

El movimiento de las tipografías está compuesto la animación de su posición mediante un efecto llamado “ramp up”, el cual sube o baja la letras una por una, a este se le agregó una máscara para que se fueran revelando las letras conforme van subiendo. Se le dio una animación simple a las tipografías, de forma que se mantuviese la jerarquía visual, donde el protagonismo lo tiene la gráfica y el texto pasa a segundo plano, ya que es tan solo un medio auxiliar para reforzar el mensaje del segmento.



## 10.1 PROPUESTA PRELIMINAR

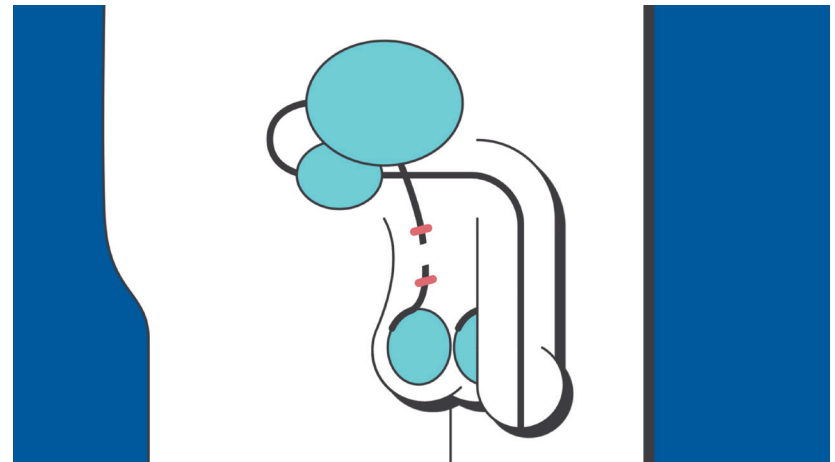
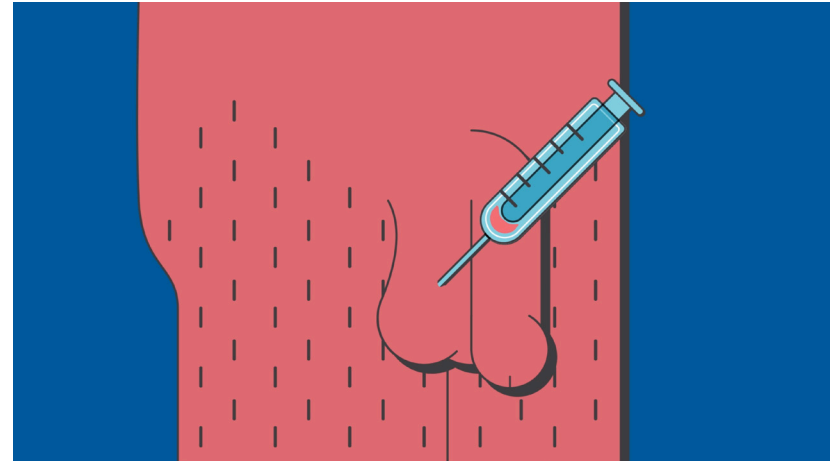
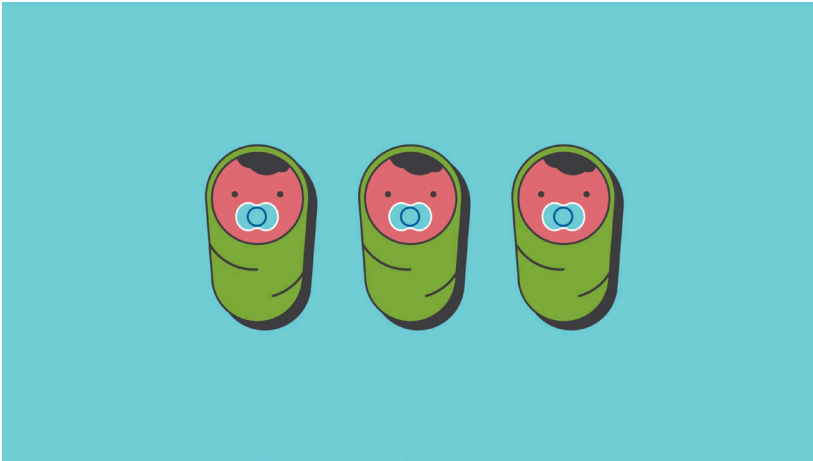
### Vídeo informativo Vasectomía

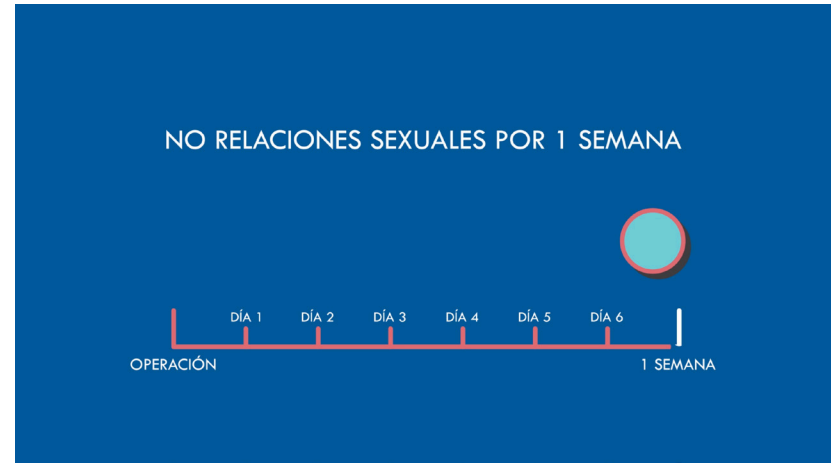
#### Especificaciones técnicas

Vídeo animado para las jornadas de operaciones. Cuenta con una resolución de 1920x1080 píxeles con 24 cuadros por segundo. En este se incluye una breve introducción de la organización Alas con su logotipo animado e indicando la temática que les respecta siendo ya sea operaciones o métodos de planificación familiar a largo plazo. Ambas piezas audiovisuales cubren 7 puntos:

- El método
- Los requisitos básicos
- El procedimiento a realizar
- El funcionamiento
- La efectividad del método
- Los efectos secundarios a esperar
- Los cuidados y seguimiento







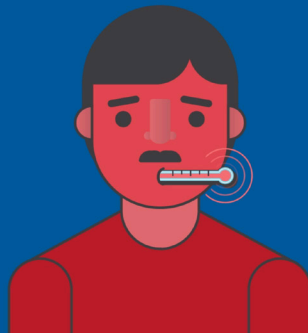


DOLOR

O SIGNOS DE INFECCIÓN



FIEBRE



## Vídeo informativo Ligadura de trompas

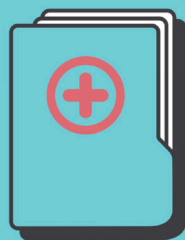
### Especificaciones técnicas

Vídeo animado para las jornadas de operaciones. Cuenta con una resolución de 1920x1080 píxeles con 24 cuadros por segundo. En este se incluye una breve introducción de la organización Alas con su logotipo animado e indicando la temática que les respecta siendo ya sea operaciones o métodos de planificación familiar a largo plazo. Ambas piezas audiovisuales cubren 7 puntos:

- El método
- Los requisitos básicos
- El procedimiento a realizar
- El funcionamiento
- La efectividad del método
- Los efectos secundarios a esperar
- Los cuidados y seguimiento



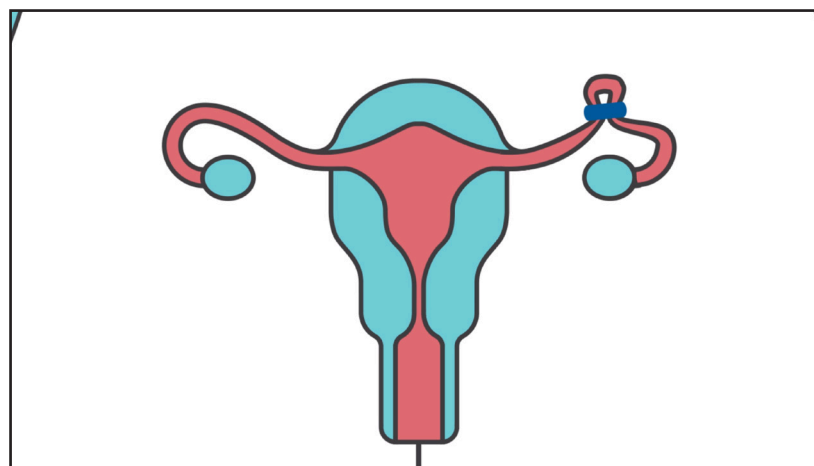
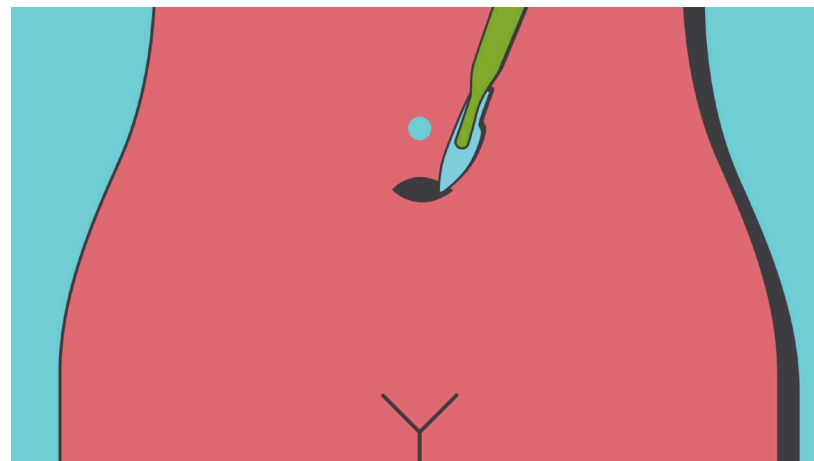


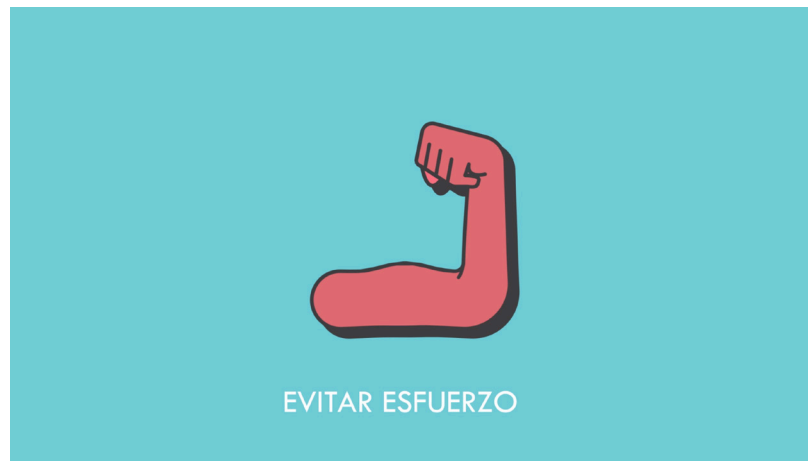
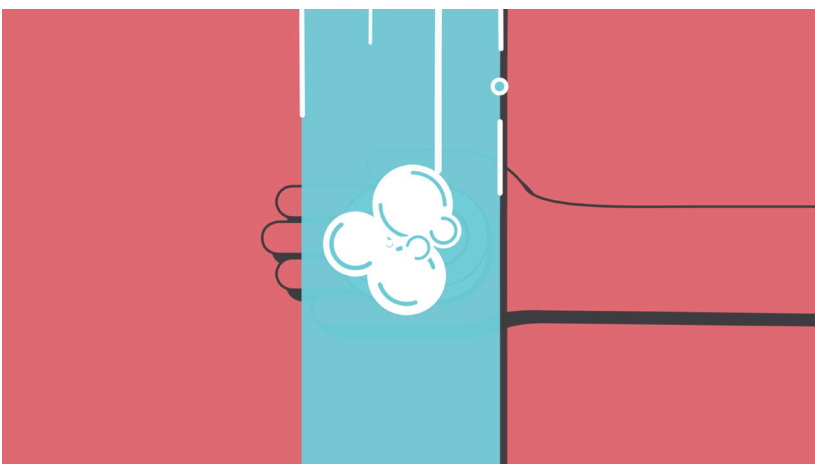
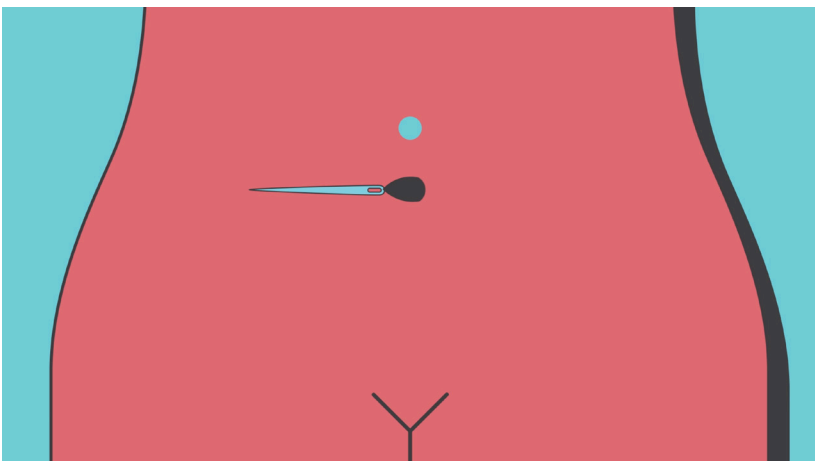


PRESENTAR ANTEDECENTES



40 DÍAS POST-PARTO





EVITAR ESFUERZO



ES DE EFECTO INMEDIATO



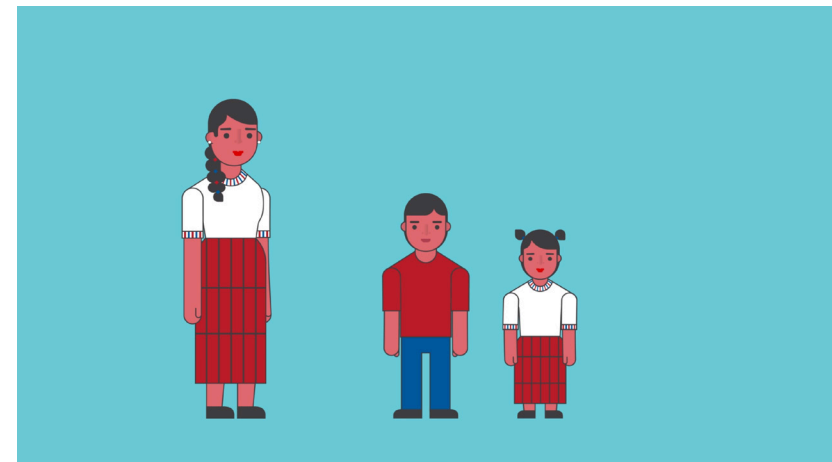


## Vídeo informativo DIU

### Especificaciones técnicas

Vídeo animado para las jornadas de métodos. Cuenta con una resolución de 1920x1080 píxeles con 24 cuadros por segundo. En este se incluye una breve introducción de la organización Alas con su logotipo animado e indicando la temática que les respecta siendo ya sea operaciones o métodos de planificación familiar a largo plazo. Ambas piezas audiovisuales cubren 7 puntos:

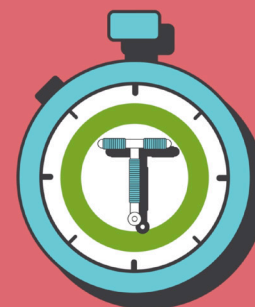
- El método
- Los requisitos básicos
- El procedimiento a realizar
- El funcionamiento
- La efectividad del método
- Los efectos secundarios a esperar
- Los cuidados y seguimiento



## DIU O T DE COBRE



NO LIBERA HORMONAS



HASTA 10 AÑOS

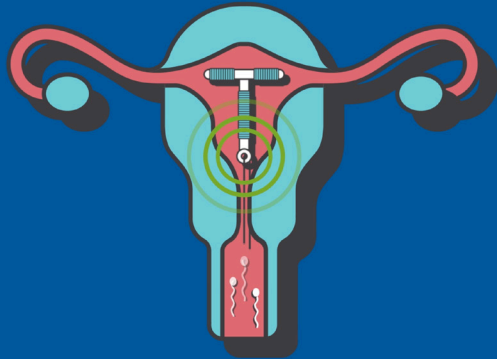
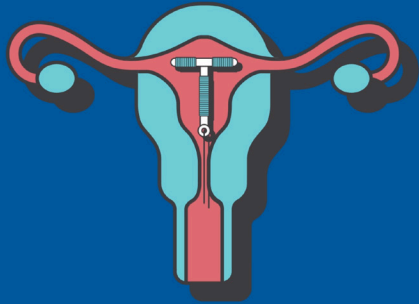


PRUEBA DE EMBARAZO

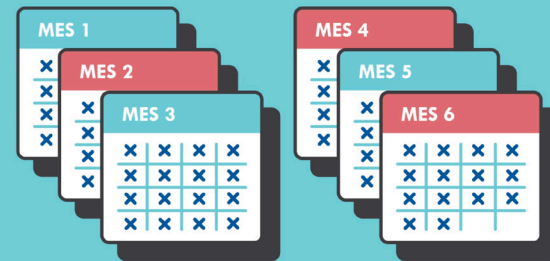
Y EXAMEN PÉLVICO



SE PONE FÁCILMENTE



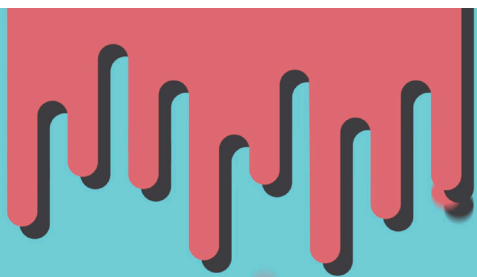
O UNA MENSTRUACIÓN



DOLOR INTENSO



¡CUIDA TU SALUD SEXUAL!



O HEMORRAGIA

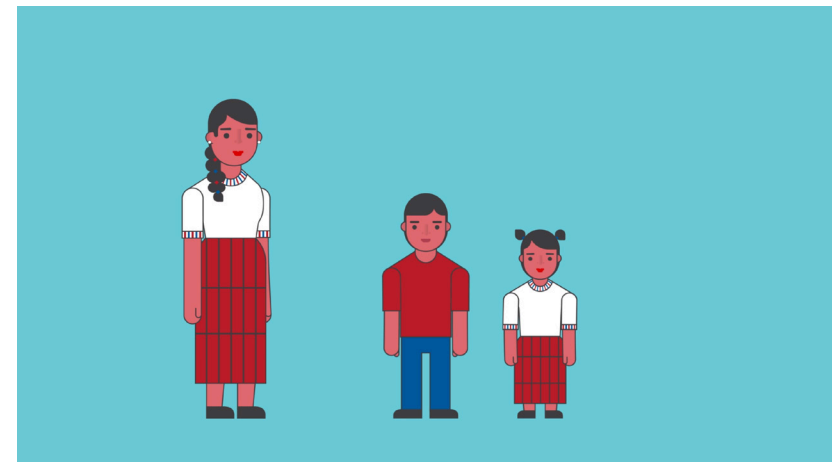


## Vídeo informativo Jadelle

### Especificaciones técnicas

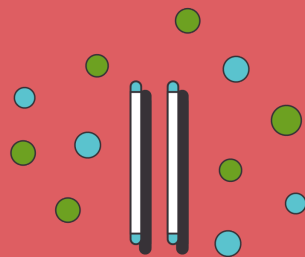
Vídeo animado para las jornadas de métodos. Cuenta con una resolución de 1920x1080 píxeles con 24 cuadros por segundo. En este se incluye una breve introducción de la organización Alas con su logotipo animado e indicando la temática que les respecta siendo ya sea operaciones o métodos de planificación familiar a largo plazo. Ambas piezas audiovisuales cubren 7 puntos:

- El método
- Los requisitos básicos
- El procedimiento a realizar
- El funcionamiento
- La efectividad del método
- Los efectos secundarios a esperar
- Los cuidados y seguimiento

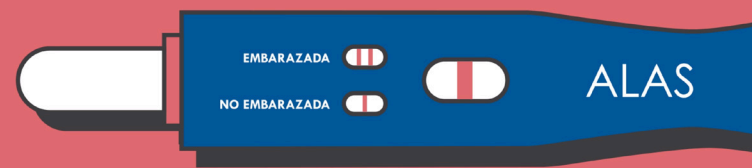




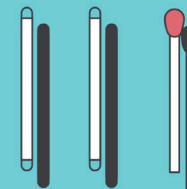
# JADELLE



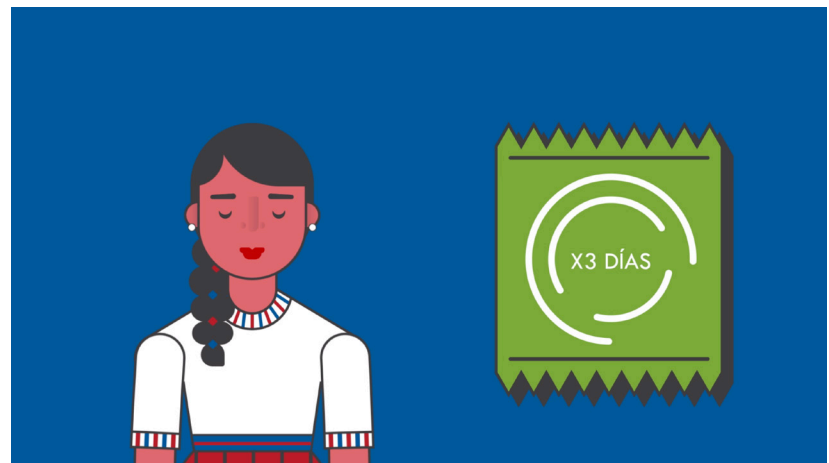
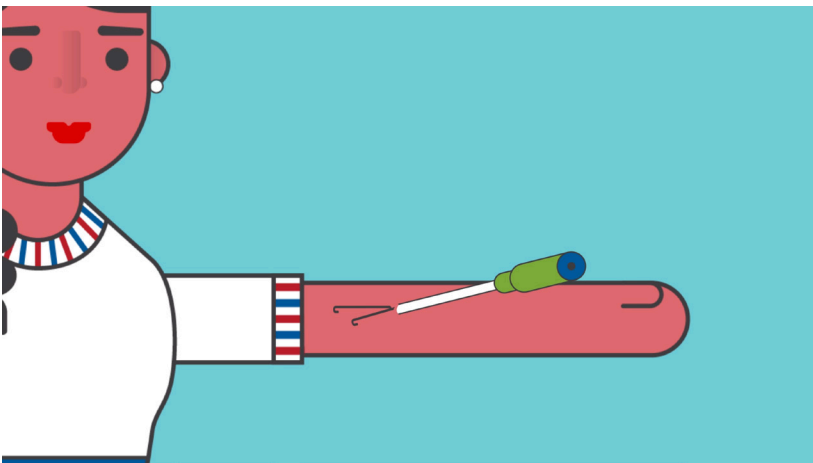
ES UN MÉTODO HORMONAL



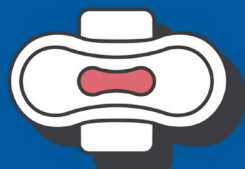
NO PUEDE ESTAR EMBARAZADA



IGUAL QUE UN FÓSFORO



### CAMBIOS EN SU MENSTRUACIÓN

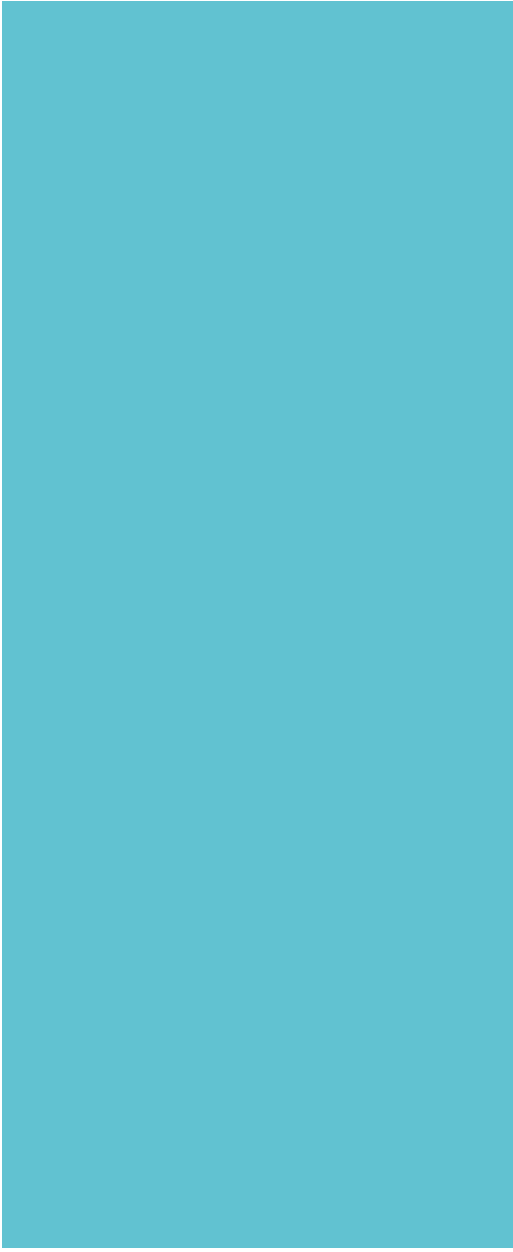


### ÚNETE A ROSA Y COMIENZA TU PLANIFICACIÓN FAMILIAR



### CAMBIOS DE HUMOR





# 12. VALIDACIÓN

## 12 Validación

Al haber concluido el proceso de bocetaje y las piezas preliminares, se realizaron validaciones con distintos perfiles, siendo estos expertos en el tema, expertos en diseño y el grupo objetivo a quien va dirigido el material desarrollado.

En el proceso de validación, se realizaron distintos instrumentos para evaluar las piezas desde los 3 diferentes puntos de vista mencionados anteriormente. Esto con el objetivo de determinar la funcionalidad y viabilidad de cada parte del proyecto. Se realizó de la siguiente forma:

- Expertos en diseño (ver anexos 16, 17 y 19): se encuestó a 5 personas con experiencia en el campo de motion graphics e ilustración, mediante una encuesta en línea y se entrevistaron a otras dos para obtener observaciones más a profundidad. Los sujetos respondieron el instrumento que comprendía diferentes temas como el uso de color, representación de contenido y fluidez en la animación. Entre los expertos están Mgtr. Enrique Ponsa (Motion Graphics), Lic. Alejandro Marquez (Motion Graphics), Lic. Juan Manuel Monroy (Diseño Gráfico), Lic. Luis Pinto (Ilustración) y Eduardo Dominguez (Producción Audiovisual).
- Expertos en el tema (ver anexos 18 y 20): como con los expertos en diseño, se entrevistó a 5 profesionales con experiencia en el tema de salud sexual y psicología

social por medio de una encuesta en línea y se entrevistó a dos expertos más. Estos respondieron a preguntas que giraban en torno a la comprensión del los vídeos, representación apropiada de los procedimientos y el uso de color. Los expertos con los que se validó el material son la doctora Michelle Dubón (Directora médica de Alas), Eleanor Unsworth (Experta en salud comunitaria y directora de programas de Alas), Mgtr. Kirsten Taylor (experta en desarrollo social), Marta Augé (coordinadora de comunicaciones de Alas) y Lic. Alberto Guigui (Psicología social)

- Grupo objetivo (ver anexo 21): se realizó un sondeo de opinión con alrededor de 18 negociantes en el mercado de la Antigua, Guatemala, ya que estos cumplían con las características de quienes está dirigido el material realizado. Con el sondeo, la comprensibilidad de los vídeos, la implementación y aceptación de la técnica de ilustración y animación, entre otras cosas.

En base a los resultados, se hizo un resumen de los comentarios y cambios sugeridos tanto por los tres perfiles que formaron parte de la validación. Estos están dividido por áreas que engloban al proyecto en general como lo es evaluación de concepto, color, ilustración y funcionalidad. Se evaluaron los comentarios y cambios sugeridos de forma que se descartaron algunos y otros se llevaron a cabo a las piezas del proyecto.



## Resumen de resultados:

En general se pudo identificar que hubo gran aceptación por parte de los diversos grupos a quienes se les presentaron los vídeos informativos, sobretodo la sincronización entre animación y narración y el tiempo en que se desarrolla cada segmento de las animaciones.

### Concepto

El 100% de los encuestados y entrevistados de los tres perfiles, sí consideran que el concepto se ve plasmado en las piezas desarrolladas.

### Paleta de color

La paleta de color, para el 80% de los expertos en diseño, es funcional para el objetivo de las piezas y al 20% restante les pareció apropiada para el proyecto. Uno de los comentarios fue “el color está suficientemente bien estudiado, no ofende ni distrae del contenido que se está dando”.

De los expertos en el tema encuestados, el 80% definieron los colores como apropiados para el tema y el 20% dijeron ser funcionales para la comprensión. El experto en psicología comentó lo siguiente: “El que se utilice el color rojo invita de cierta forma desde la psicología a hablar sobre temas pasionales o temas sexuales entonces te prepara para lo que vas a ver”.

Al 54.5% del grupo objetivo le pareció atractiva la paleta de colores y al restante 45.5% dijeron que no les molestan los colores en relación al tema tratado en los vídeos.

### Ilustración

Para el 100% de los expertos en diseño, la representación gráfica del contenido es buena y tiene congruencia con lo narrado. Uno de los experto definió la ilustración como “diseño es simple y a pesar de tener cierto nivel de abstracción, es suficientemente claro para el grupo objetivo”.

De los expertos en el tema, el 100% consideraron apropiada la ilustración en los vídeos pero sugirieron cambios para algunos segmentos para hacer más comprensibles las representaciones de dichos segmentos.

Para el 100% del grupo objetivo, el tipo de ilustración utilizada es agradable.



## Personaje Rosa

El personaje de Rosa fue validado en forma de entrevista con los tres perfiles, de estos el perfil de expertos en el tema dijeron que no harían cambios al personaje ya que es una representación general del grupo objetivo. De los expertos en diseño uno mencionó que valdría la pena agregar detalles a la falda de Rosa y otro comentó que podría ser mejor abstraerla al punto de que se asemejara a las figuras humanoides de la señalética como la utilizada para distinguir los baños de hombre y mujer.

El personaje tuvo bastante aceptación pero optaron por una versión con más detalle en el pelo, estos cambios se verán mas a detalle en la siguiente sección.

## Animación

La animación, para el 60% de los expertos en diseño es fluida, para un 20% es ideal y al 20% restante les pareció que podría mejorar la fluidez en algunas partes más no mencionaron en cuales.

De los expertos en el tema, el 100% consideran que la animación es un medio adecuado y funcional para la comprensión de los temas

Para el 81.8% del grupo objetivo, la animación mantiene un movimiento que les facilita la comprensión del contenido, a un 9.1% le pareció normal y a otro 9.1% les pareció rápido.

## Duración

Para el 100% de los tres perfiles los vídeos tienen una longitud ideal que los hacen comprensibles y no tediosos.

## Comprensión

Para evaluar la comprensión que tuvo el grupo objetivo de los vídeos, se hizo una escala de 1 a 5 donde 1 equivale a entender nada y 5 entenderlo todo. Al concluir el análisis de resultados, se observó que hacía falta una pieza para facilitar la resolución de dudas, por lo que se decidió agregar una pieza con la cual el grupo objetivo pueda identificar los segmentos en los que tuvo dificultad en comprender y puedan indicar sus dudas.

## Cambios a realizar:

- Color de piel de los personajes.
- Tamaño de incisión en vasectomía y vellos.
- Incorporación del personaje Felipe.
- Cambio de representación de segmentos.
- Cambio de color de bebes.
- Cambio del nombre del segundo vídeo.
- Representación de fiebre.
- Peinado y vestimenta de Rosa.
- Creación del personaje Ana.
- Incorporación de una figura masculina en los vídeos.
- Creación de pieza para resolución de dudas.





## CAMBIOS DEL PROCESO DE VALIDACIÓN

Color de piel:

#DD5F66

### Antes

Se buscaba limitar los colores a utilizar a la paleta de colores establecida pero expertos en diseño señalaron que el tono de piel podría dar a entender que esta estaba irritada, por lo que recomendaron oscurecerla.

#C26F63

### Después

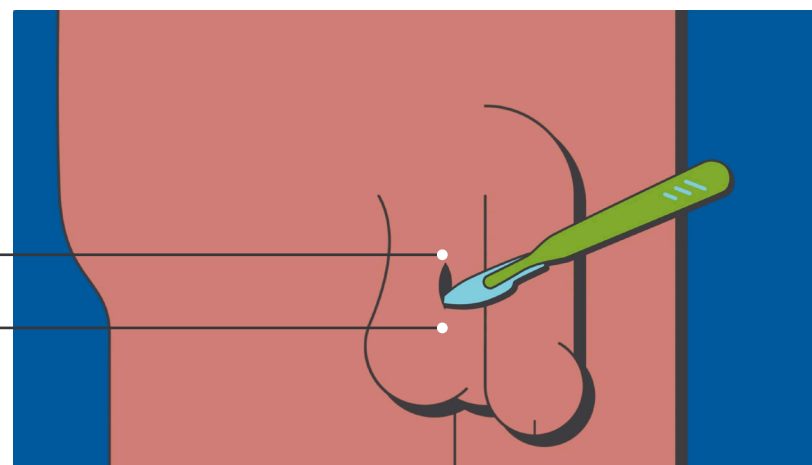
Se utilizó un tono rosado oscuro que se asemejara al color natural piel morena del grupo objetivo.

# Vasectomía



## Antes

En el vídeo de la vasectomía, un experto en el tema comentó que la abertura que es creada por el bisturí se representó de una forma más grande de lo que es en realidad, lo cual podría tener resultados negativos en los pacientes haciéndoles creer que será una abertura de la mitad del escroto.

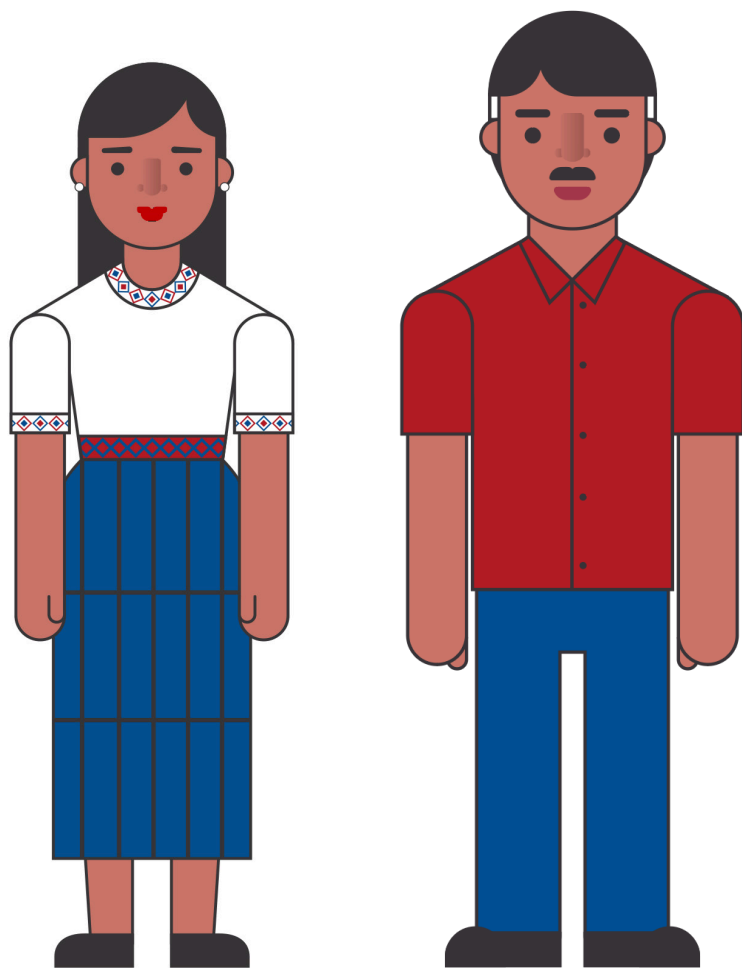


## Después

La representación de la abertura en el escroto se hizo más pequeña y se removieron los vellos ya que un experto en diseño mencionó que se asemejaban a las incisiones del vídeo.



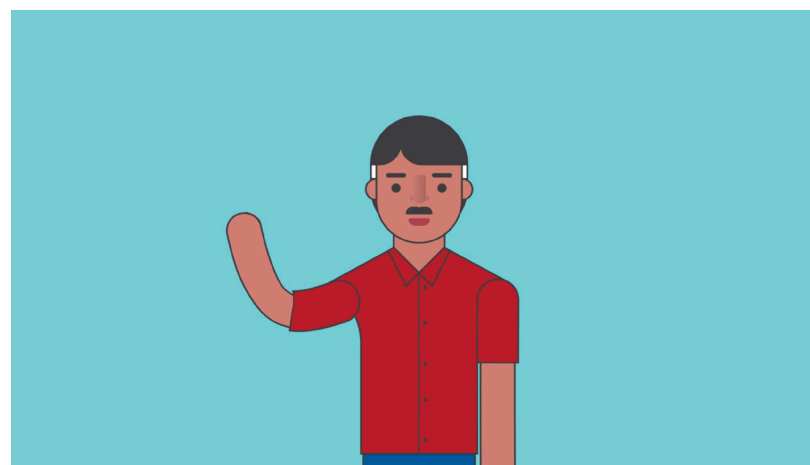
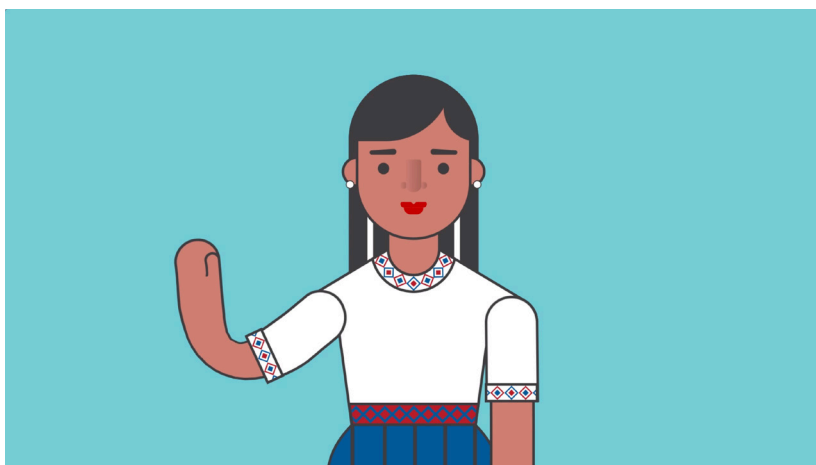
## Vasectomía/Laparoscopia



Se agregaron los personajes “Ana y Felipe” en la introducción de los vídeos de operaciones para tener una figura con la cual el grupo objetivo pudiese identificarse.



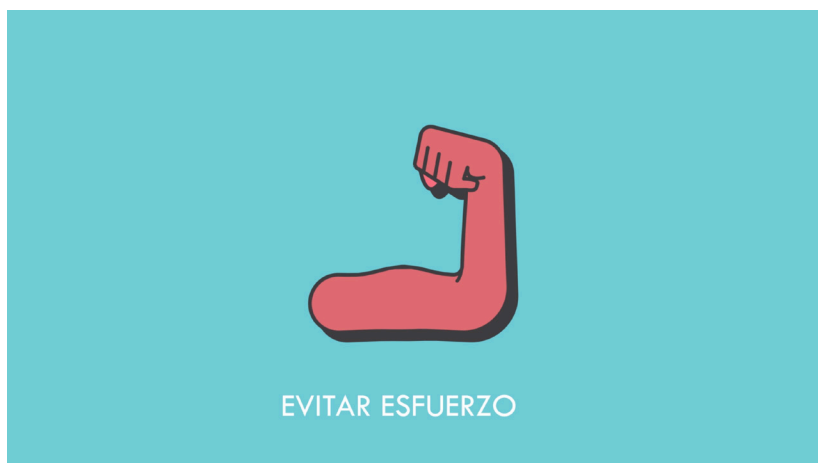
## Vasectomía / Laparoscopia



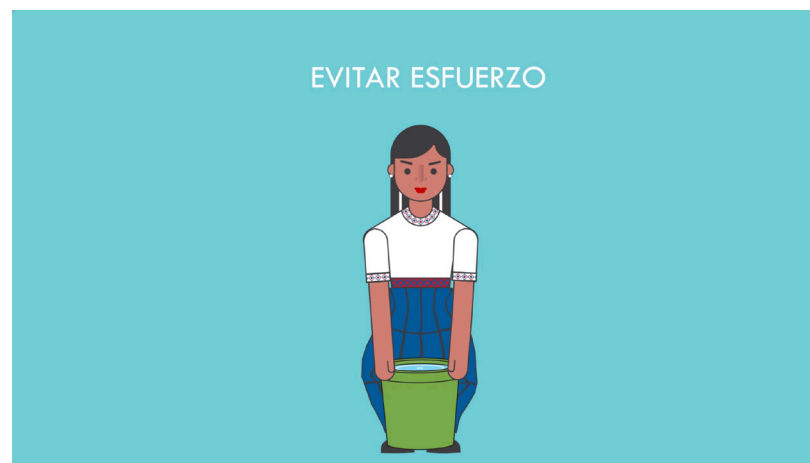
Se agregó una introducción con los personajes saludando en los vídeos de operaciones para tener un elemento de identificación para el grupo objetivo y mantener unidad con los vídeos de métodos.



## Vasectomía / Laparoscopia



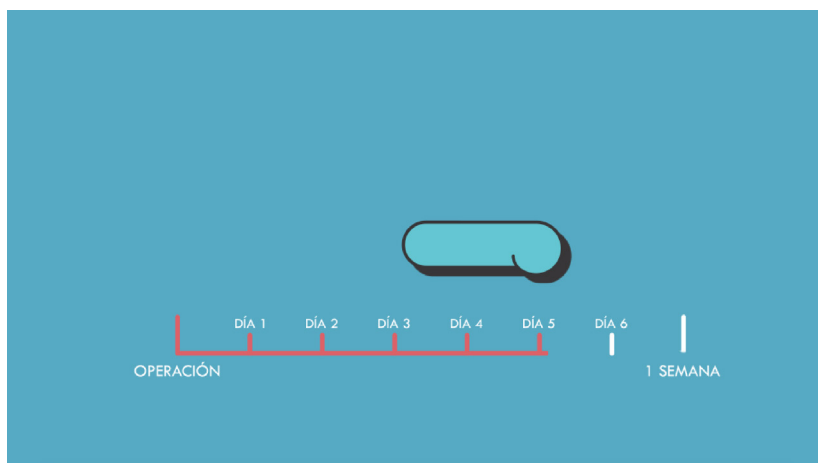
**Antes**



**Después**

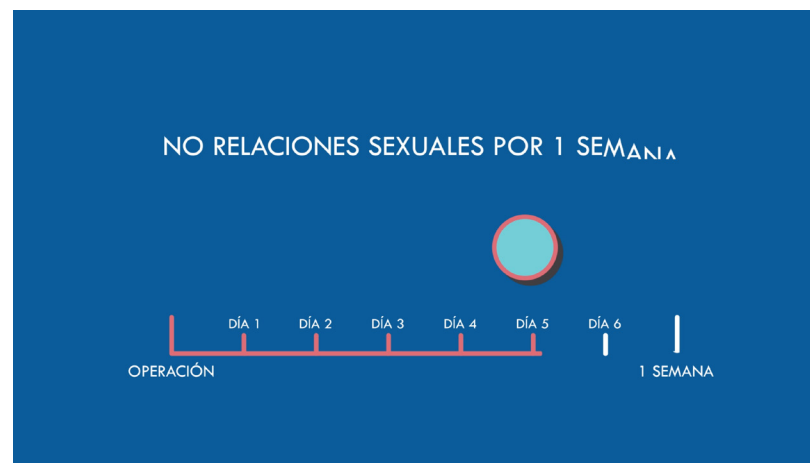
Cambio sugerido por experto en diseño. Se decidió poner al personaje cargando un balde de agua para que se relacionara más con el contexto del grupo objetivo.

## Vasectomía / Laparoscopia



### Antes

En el segmento de prevenciones en los vídeos informativos de las jornadas de operaciones, un experto en tema comentó que el usar un pene que se introduce a un óvalo que representa la vagina, era una forma muy explícita de representar las relaciones sexuales.

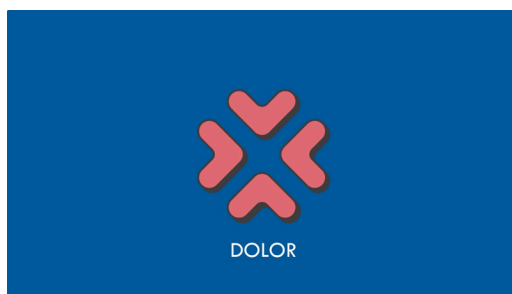


### Después

Se cambió el pene por un círculo del cual sale un cheque al llegar a la marca indicada, para evitar cualquier representación directa de la penetración, adicionalmente se agregó texto descriptivo de forma que se tuviese mejor comprensión de la gráfica.



## Vasectomía / Laparoscopia



Antes



Después

Se utilizaron los personajes para representar dolor en lugar del símbolo para que este fuese más comprensible, ya que un experto en diseño indicó que algunos podrían no entenderlo.

## Vídeo Laparoscopia

LAPAROSCOPIA

### Antes

Al introducir el vídeo del procedimiento para mujeres de las jornadas de operaciones, aparecía el nombre formal del procedimiento el cual es “Laparoscopia”.

LIGADURA DE TROMPAS

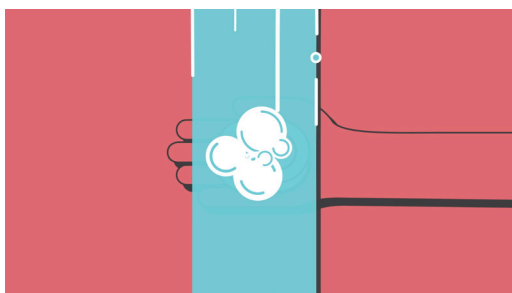
### Después

Se cambió el término “Laparoscopia” por “Ligadura de Trompas” ya que el grupo objetivo está más familiarizado con dicho término, según explicaba la directora médica de la asociación Alas.

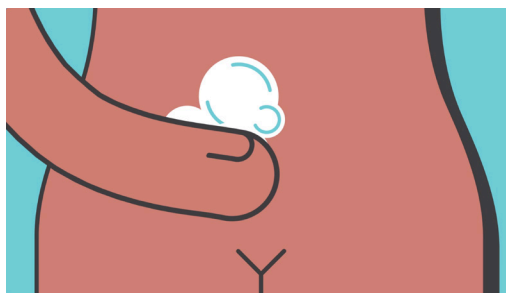




## Laparoscopia / Jadelle



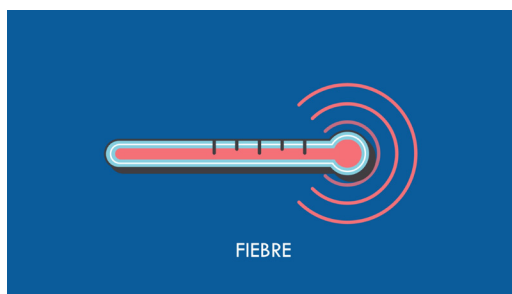
**Antes**



**Después**

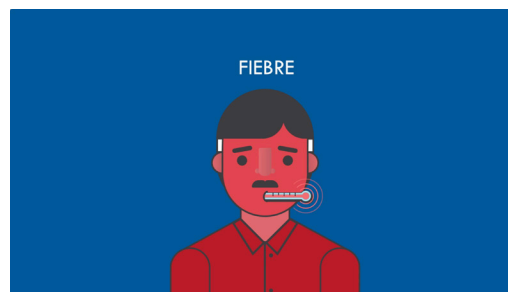
Al validar con expertos en diseño, se decidió realizar el cambio de representación de “lavar el área”, a uno más fiel a lo que dice la narración, ya que algunos expertos señalaron que es necesario no ser ambiguo.

## Vasectomía / Laparoscopía



### Antes

En el segmento de prevenciones en los vídeos informativos de las jornadas de operaciones, se graficó el síntoma de fiebre con un termómetro que se calienta y emite ondas de calor.

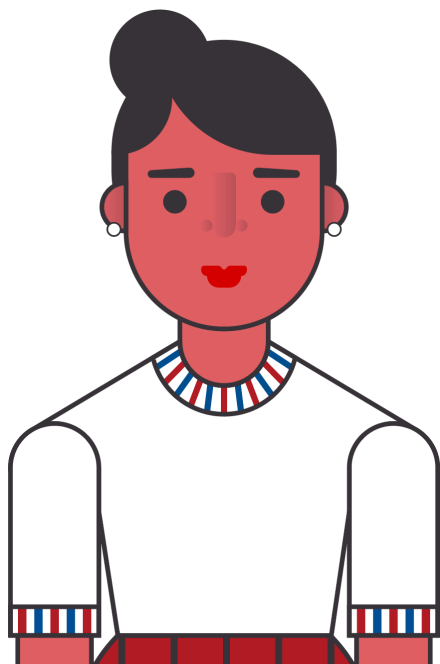


### Después

En el proceso de validación, la directora de programas de la asociación Alas señaló que debido al nivel socio-económico del grupo objetivo, era posible que algunos no estuviesen familiarizados con el termómetro por lo que se agregó un personaje que se vuelve rojo y muestra una expresión facial de malestar.



## Personaje Rosa



### Antes

Al estar presente en una de las jornadas de Alas, se observó que la mayoría de mujeres que atendieron tenía el pelo agarrado, por lo que se decidió darle dicho peinado a Rosa.



### Después

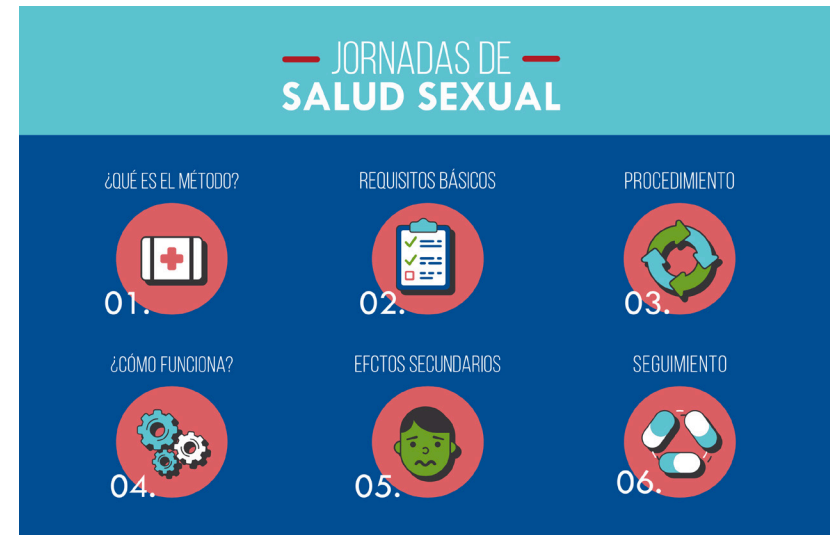
Al validar con el grupo objetivo, se mostraron diferentes opciones de pelo para Rosa, de las cuales la mayoría de las mujeres encuestadas prefirieron a Rosa con una trenza, por esto se le cambió el peinado a Rosa en los vídeos de las jornadas. También se le acortaron las mangas y se le agregó una faja en la cintura para integrar mejor la vestimenta.

## Apoyo visual para espacio de resolución de dudas

Se decidió realizar esta pieza ya que al realizar la validación de los vídeos informativos con el grupo objetivo, a pesar de que la mayoría, siendo más del 90% de los encuestados respondió que había comprendido bastante bien el contenido, el 9.1% afirmaron que pudieron comprender tan solo la mitad del contenido de los vídeos. Con esta pieza se busca dar continuidad a los vídeos y agilizar la resolución de dudas al colocar los segmentos de los vídeos representados con íconos, lo que le facilita al espectador indicar las dudas por segmento.

Se consideró hacerse como una imagen estática .jpg, sin embargo esta no poseía ningún dinamismo por lo que se optó por un PDF interactivo con botones de navegación.

Para ver el bocetaje, consulte el anexo 26.



¿QUÉ ES EL MÉTODO?



PROCEDIMIENTO

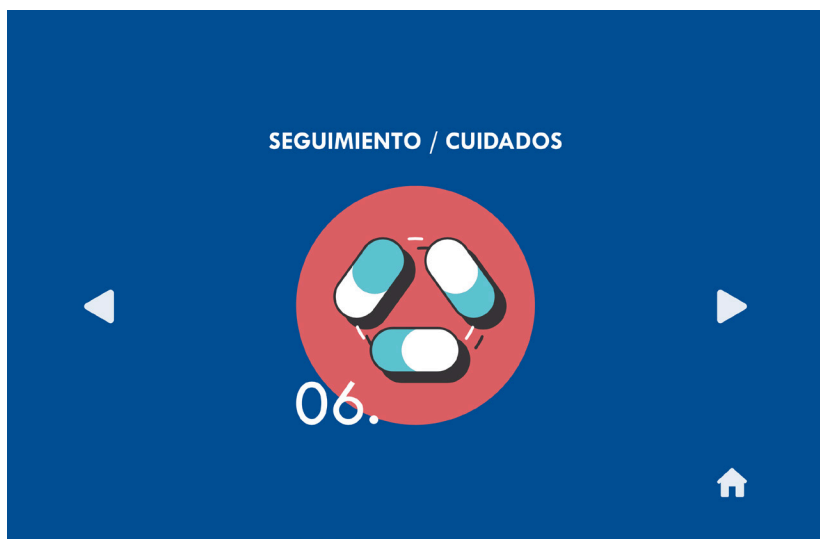


REQUISITOS BÁSICOS



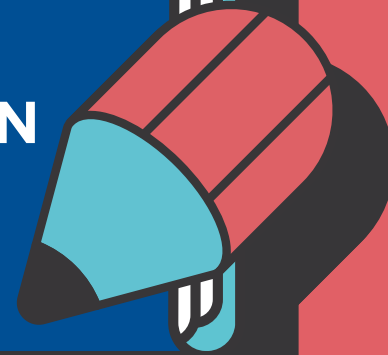
¿CÓMO FUNCIONA?







**GESTIÓN DE LA  
IMPLEMENTACIÓN  
DE DISEÑO**







13.

Propuesta final y  
**FUNDAMENTACIÓN**

## 13 Propuesta final y Fundamentación

La combinación de la falta de acceso equitativo a los servicios de salud de calidad, los escasos programas de educación sexual y servicios de salud poco convenientes, se convierte en estados de salud sexual y reproductiva deficientes, afirma Lauglo (2008). La asociación Alas de Guatemala es una entidad internacionalmente reconocida, que promueve la salud sexual en Guatemala, enfocándose en las áreas rurales ya que es donde encontraron mayor necesidad en cuanto a esta problemática.

Alas busca mejorar las vidas de aquellos que más lo necesitan mediante servicios y educación de salud reproductiva de calidad.

La asociación no cuenta con material gráfico con el cual puedan explicar el contenido que imparten en las jornadas de salud reproductiva que ofrecen, lo cual les representa grandes dificultades comunicacionales ya que su grupo objetivo está conformado mayormente por personas de escasos recursos, quienes no cuentan con un nivel alto de formación académica, además estas son parte de comunidades conservadoras por lo que los temas sexuales pueden ser delicados e incluso tabú. Como resultado, parte de aquellos que asisten a las jornadas no se sienten motivados a utilizar los servicios de la asociación

ya que el canal de comunicación que utilizan no es el óptimo para ellos.

Con esto en mente, se llevó a cabo un estudio del grupo objetivo para identificar la mejor forma de tratar los temas de sexualidad y el canal que a utilizar. Con esto se concluyó que la utilización de ilustración con un grado medio de abstracción era una solución viable ya que se pueden tratar temas sensibles sin causar ofensas o desagrado.

Se desarrolló la frase conceptual “Corriente de vitalidad circunspecta” para desarrollar un material que se conectara con la imagen del cliente y creara un mejor canal de comunicación con su grupo objetivo. Con este se engloba el proyecto mediante la palabra corriente ya que la asociación realiza movimientos de salud con sus jornadas (corriente), con lo que promueven una vida moderada en control (circunspecta) donde pueden satisfacer sus necesidades sexuales (vitalidad) conscientemente.

Se escogió el medio audiovisual para solventar el problema de comunicación del cliente, ya que se puede transmitir información de forma rápida y eficiente sin requerir de un nivel de comprensión alto. De esta manera, se desarrollaron 4 vídeos que explican visualmente los



requerimientos, procedimientos, cuidados y efectos que conlleva el uso de los métodos anticonceptivos que más implementan en sus jornadas de operaciones y métodos. A estos se les agregó una pieza de resolución de dudas para que aquellos que no hayan comprendido algún segmento de los vídeos, puedan indicar de una forma más fácil sus preguntas. Con los vídeos y la pieza de resolución de dudas se mejora el canal de comunicación entre quien imparte las charlas y quienes atienden a las jornadas.

Estos serán utilizados según las jornadas que sean por lo que se dividen en dos grupos de dos vídeos, con los que se buscó que las personas a quienes se dirigieron las piezas estuvieran cómodas con las gráficas. Serán proyectados en los centros de salud en los que Alas esté prestando sus servicios tras haber concluido las charlas generales de los métodos anticonceptivos u operaciones, por lo que estos funcionarán para reforzar la información dada y resolver cualquier duda o preocupación que resulte por la carencia de elementos visuales que muestren escalas o procesos de una forma simple y fácil de comprender, estos luego serán complementados por una imagen que contendrá los segmentos de los vídeos, por si alguna persona tiene dudas puntuales, pueda utilizarlo de referencia al preguntar.

A continuación se presenta la fundamentación del proyecto audiovisual para la asociación Alas, donde se explica la razón de la toma de decisiones en cada parte del mismo.

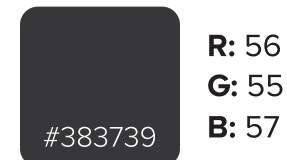
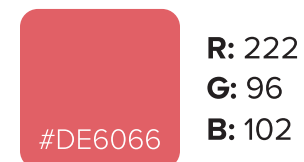


## Paleta de colores

Al escoger la paleta de color, se tomaron en consideración una serie de factores importantes como la sensibilidad del tema, la función y connotación de los colores y la identificación por parte del grupo objetivo. Por esto, se utilizaron colores con los que se pudiese comunicar un mensaje pasivo y no reactivo al ser aplicados, que a la vez fuesen del agrado del grupo objetivo de acuerdo al estudio que se hizo alrededor del mismo, donde eligieron una paleta de color con tonalidades vivaces y variadas. Para poder conectar con el cliente también, se tomaron sus colores institucionales y se modificaron de forma que fueran más encendidos y adecuados para el medio digital. Valenzuela (2014), afirma que al unir colores cálidos con fríos se obtienen paletas de colores que se pueden denominar como tranquilizados y estos son utilizados comúnmente en áreas relacionadas con la medicina o la educación, debido a que evocan calma y tranquilidad.

Por ser un tema de salud sexual, se busca mantener una imagen que transmita tranquilidad y evitar causar tensión o algún sentimiento negativo en los espectadores, a forma de captar la atención de una forma positiva que pueda incentivar a los usuarios en vez de asustarlos.

Los colores utilizados fueron:



# Tipografías

Costa (2008), explica que el proceso de lectura se reduce a una conducta mecánica del ojo en la que se depende directamente de la línea tipográfica. Si la tipografía no es clara, la lectura pierde su fluidez y la mente se detiene a analizar los caracteres para identificarlos, de forma que el lector comienza a adivinar más de lo que comprende.

Por esta razón, se utilizó la familia tipográfica TW Cen, ya que esta posee las características de los tipos Grotescos y Neo-grotescos, que según Aharonov (2011), son tipografías modernas sencillas y fácil de leer, que dan una sensación de estabilidad y movimiento a la vez, que aportan universalidad y objetividad, además de una imagen limpia a la pieza de diseño, siguiendo así las bases minimalistas del resto de elementos de los vídeos informativos.

Se utilizó también Bebas Neue, para crear una composición tipográfica en los titulares de cada vídeo, identificándolos si son de las jornadas métodos o de operaciones, esto con el propósito de hacerlo sobresalir del resto de textos utilizados en las piezas, por ser un titular.

Para que cualquier texto se lea, es esencial que exista un contraste entre los elementos, el buen uso de contrastes asegura que haya una lectura coherente y atractiva, pero si este es excesivo o mínimo, se puede deshacer la armonía de la composición, explica Aharonov (2011). Se utilizó el blanco en los textos, por ser un color que con todos los colores de fondo usados genera el suficiente contraste para que sea legible, pero no demasiado como para desbalancear las jerarquías impuestas de ilustración > texto.

TW CEN, REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

BEBAS NEUE, BOOK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

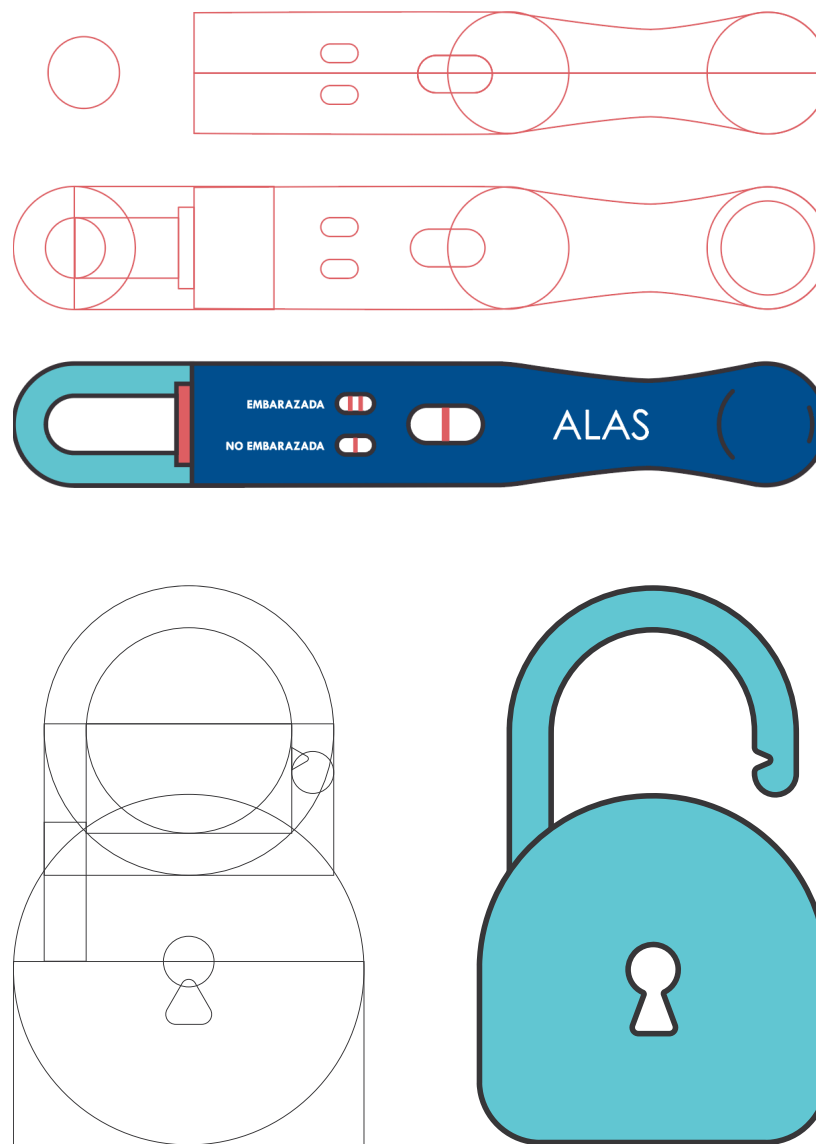
0123456789



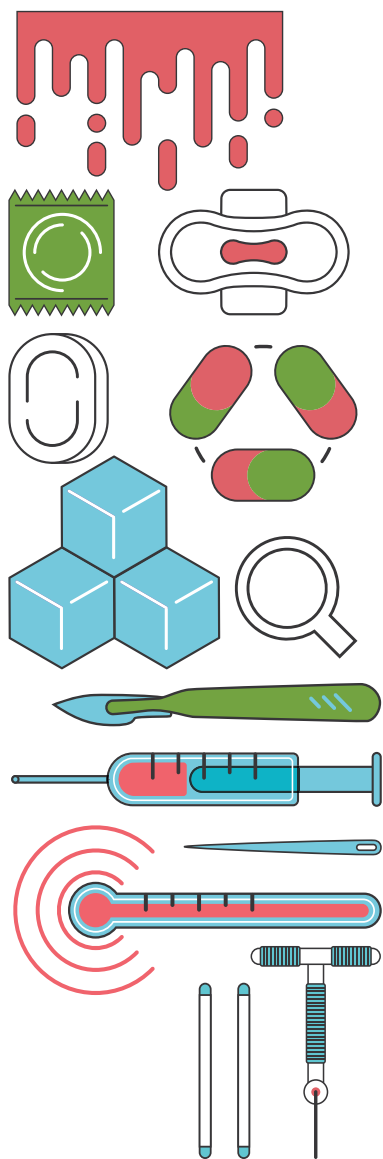
## Ilustración

Se desarrollaron ilustraciones con un nivel de abstracción medio para evitar crear imágenes explícitas que pudiesen ofender o desagradar al grupo objetivo y se mantuvo suficiente detalle para que sean fáciles de distinguir lo que cada ilustración representa, dejando la conceptualidad a un lado ya que lo que se busca es facilitar la comprensión del contenido por el nivel de comprensión de las personas a quienes se dirige el material. Se buscó que cada ilustración fuese simétrica y geométrica, ya que como Aharonov (2011) afirma, el humano tiende a simplificar las cosas que ve, geometrizándolas para entenderlas mejor y relacionarlas con algo que ya conoce. Además, como explica Villafaña (2007), la mente retiene la información mejor cuando esta la relaciona con percepciones familiares o anteriores. De esta forma, al realizar las ilustraciones con figuras geométricas básicas, se crean percepciones de objetos que pueden aludir a elementos geométricos con los que ellos están familiarizados como los patrones que el grupo objetivo utiliza en sus textiles.

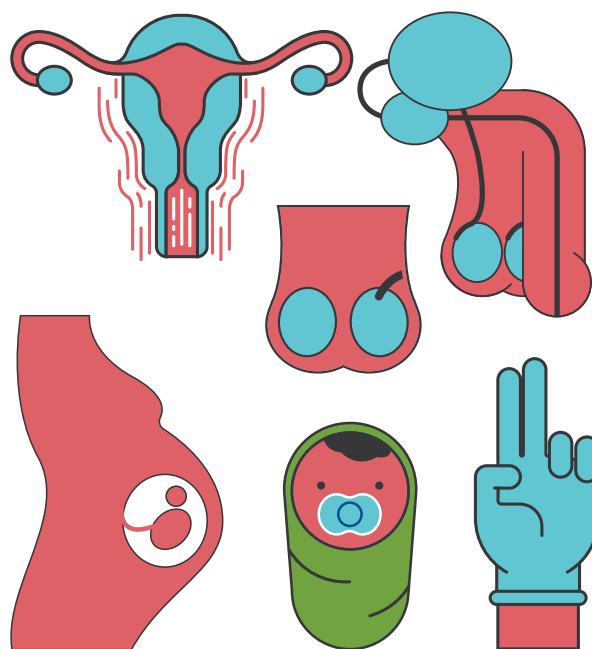
A las ilustraciones al ser animadas, se les agregó una sombra que funciona como pleca, haciendo que sobresalgan del fondo y capten mejor la atención. Cao y Cousins (2016), explica que las sombras en el flat design, aportan profundidad y complejidad a la pieza sin sacrificar la imagen minimalista que hace tan atractivo a dicho estilo.



## Utensilios y elementos



## Elementos del cuerpo humano



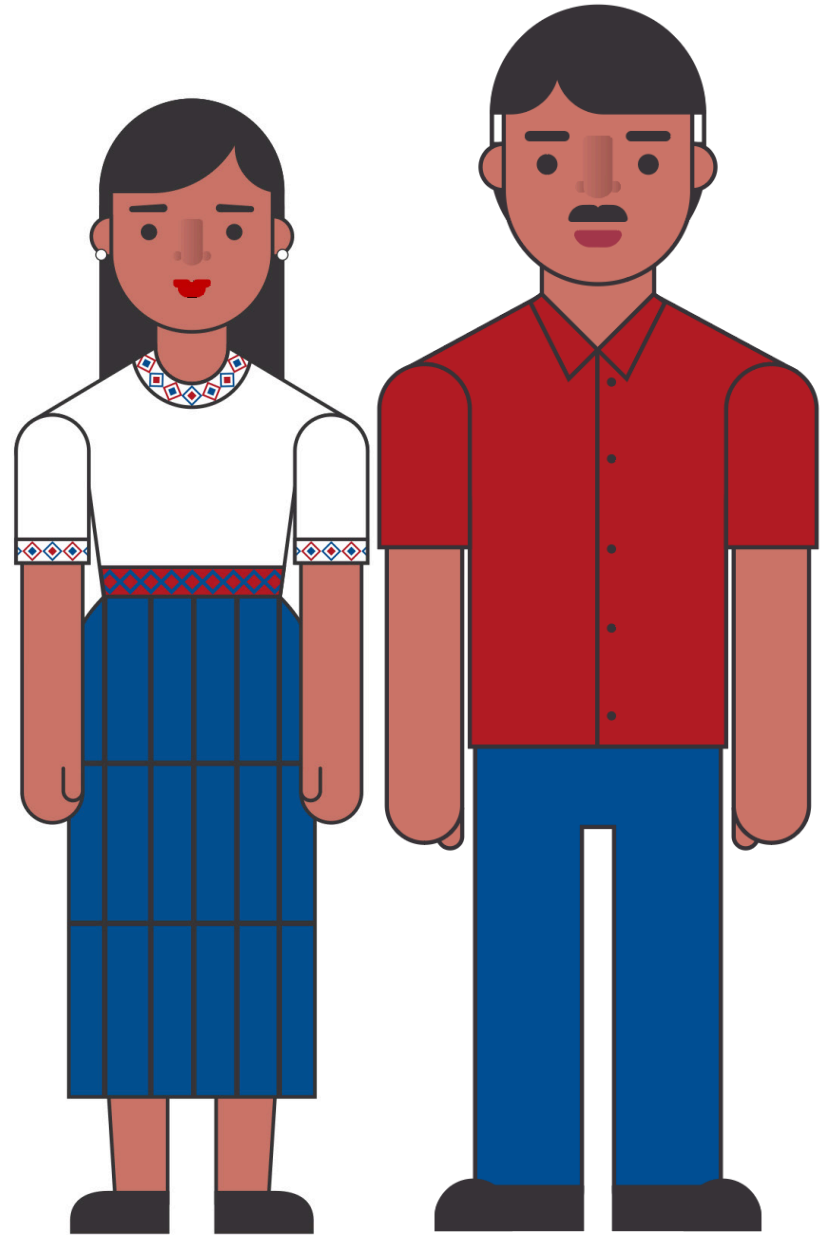
## Extras



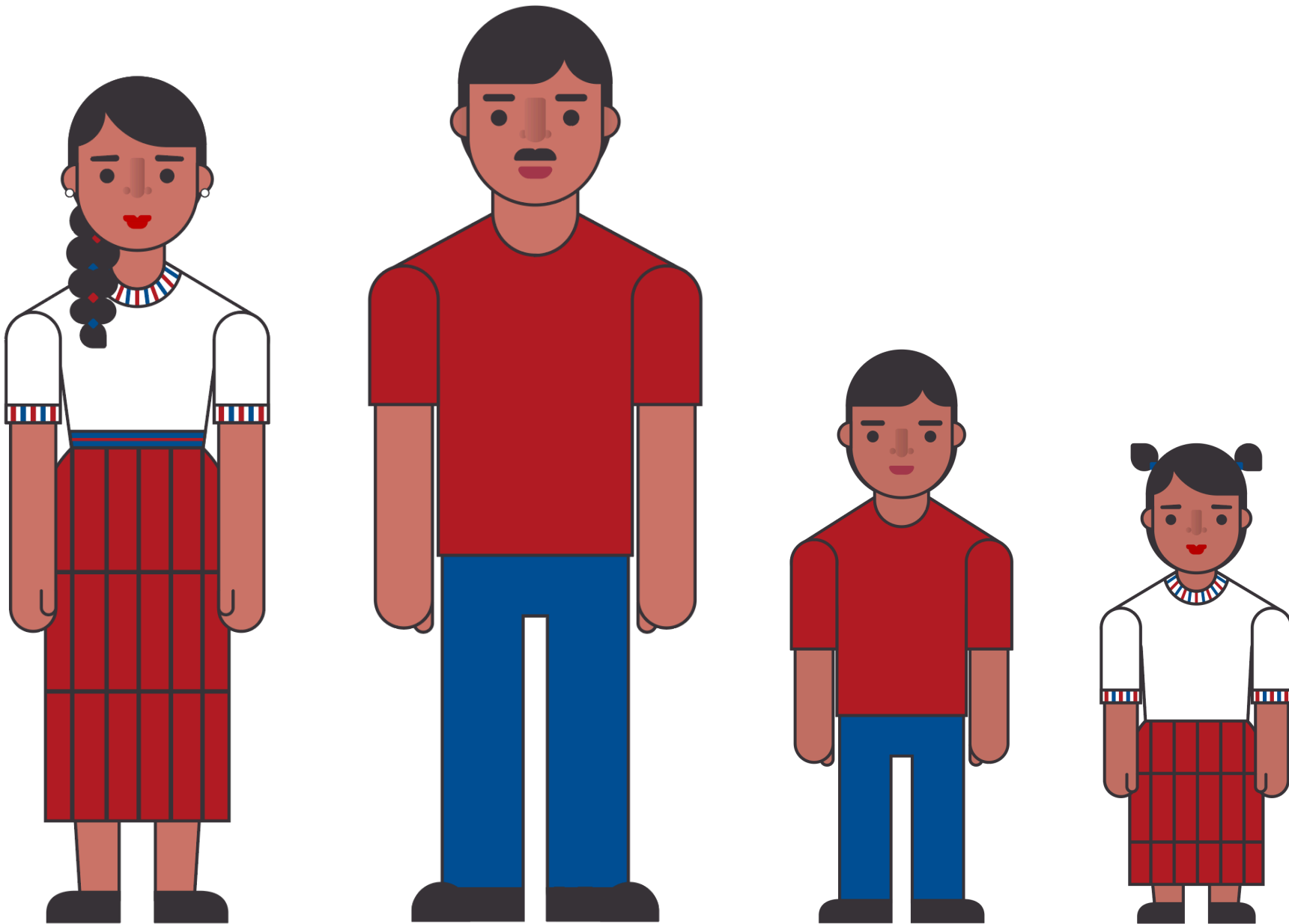
## Personajes

Se desarrolló el personaje llamado Rosa, quien se construyó en base a un análisis general de la vestimenta de las mujeres de escasos recursos que residen en el área rural de Guatemala, para crear un vínculo más directo con las mujeres que conforman el grupo objetivo. Como dijo el psicólogo social Alberto Guigui (2018), “todo ser humano por naturaleza necesita identificarse con algo o con alguien”. No se utilizó la vestimenta típica de una región en específico con el propósito de dirigir el contenido a una audiencia más amplia y no específica. A partir de la creación de Rosa, se desarrollaron los demás personajes que son un hombre que se utilizó en el vídeo de vasectomía y un niño y una niña, quienes fueron referidos como los hijos de rosa y solo fueron utilizados en los vídeos de las jornadas de métodos.

La vestimenta cuenta con dos colores, rojo y azul, que son los colores que más utiliza la asociación Alas. Se limitó a la utilización de estos colores para conectar de forma indirecta con la identidad del cliente.







## Motion graphics

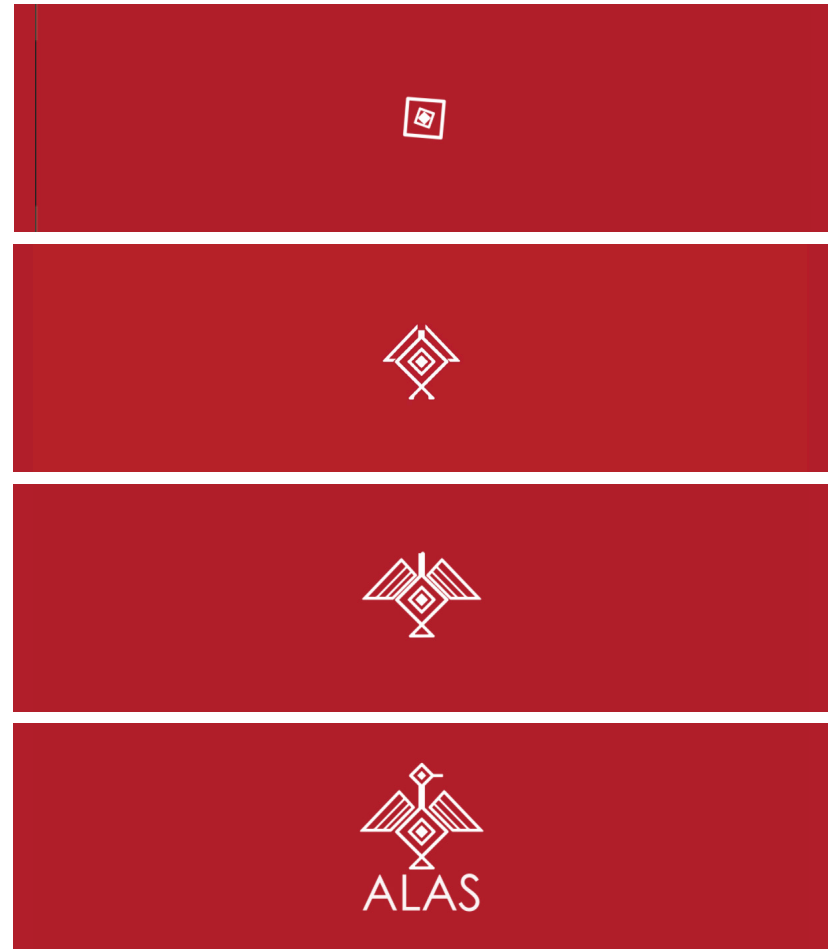
Frascara (2006) define al humano como un ser fundamentalmente visual, por lo que los mensajes visuales tienen mucha más fuerza que aquellos que utilicen otros sentidos, a pesar de que el contenido no sea importante, ya que el canal le concede la potencia al mensaje.

Los gráficos en movimiento tienen una gran ventaja sobre los estáticos, ya que la capacidad de involucrar a la gente mediante la voz en off, permite que el usuario no deba elegir participar de forma activa con la información en todo momento, facilitando que este la digiera, explican Lankow, Ritchie, Crooks (2012). Lankow et al., agregan que la capacidad de atraer a un espectador emocionalmente a través de imágenes en movimiento, mientras estas son complementadas con la narración y música, da una oportunidad a que se comunique un mensaje poderosamente.

Se escogió el motion graphics como medio para resolver la necesidad de la asociación ya que este cuenta con los tres elementos mencionados anteriormente, lo que lo hace una herramienta ideal para explotar los principales sentidos del ser humano, que según Fathi Dare Shir y Asadolla (2014), son la vista y el oído, por ende, es la forma más efectiva para comunicar un mensaje y que este no solo sea atractivo sino que sea comprendido y retenido por el usuario fácilmente. Más aún teniendo en cuenta que según el reporte anual de la asociación Alas, menos del 22% de su grupo objetivo se consideran literatos, por lo que cualquier material que dependa de la participación activa del espectador como todo medio impreso o estático, no es funcional.

## Logotipo animado

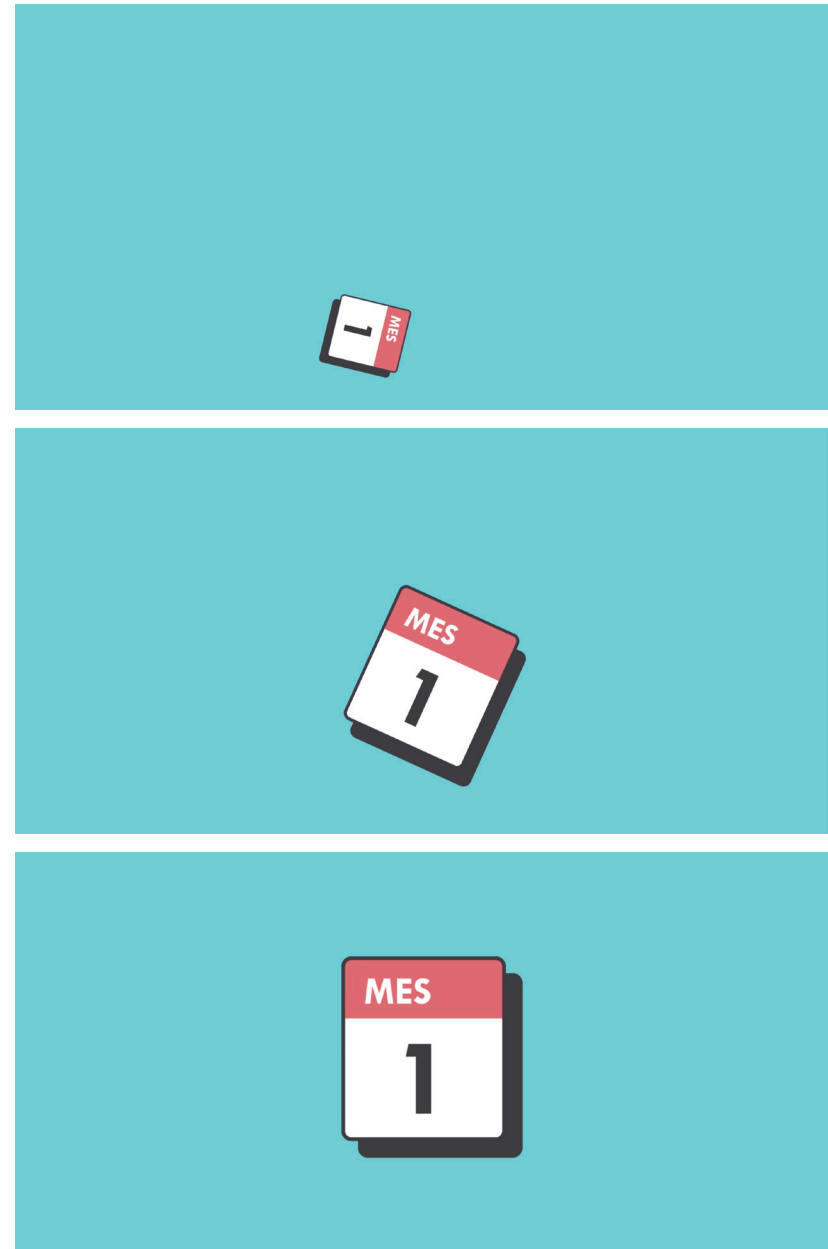
La asociación ya contaba con un logotipo, el cual se decidió animar para que se integrara adecuadamente a los videos informativos mediante el dinamismo. La animación de este se incluyó al principio de cada vídeo para crear una introducción de la animación y para que el espectador identificara a la asociación.

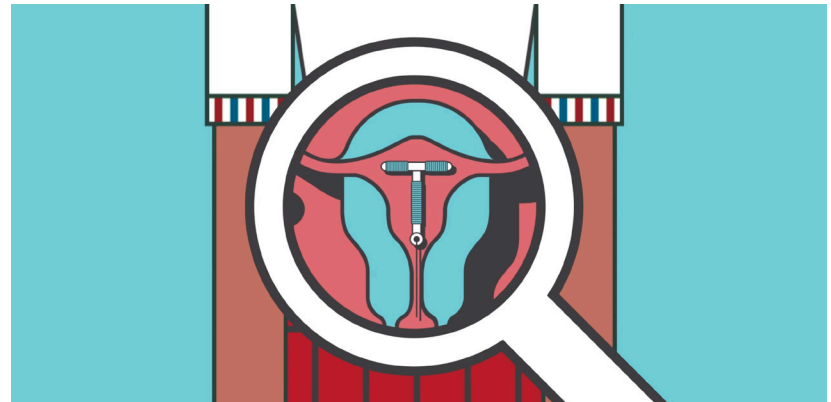
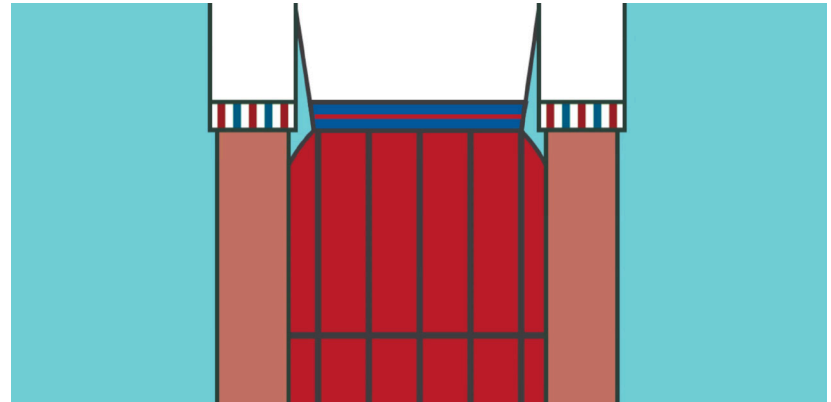
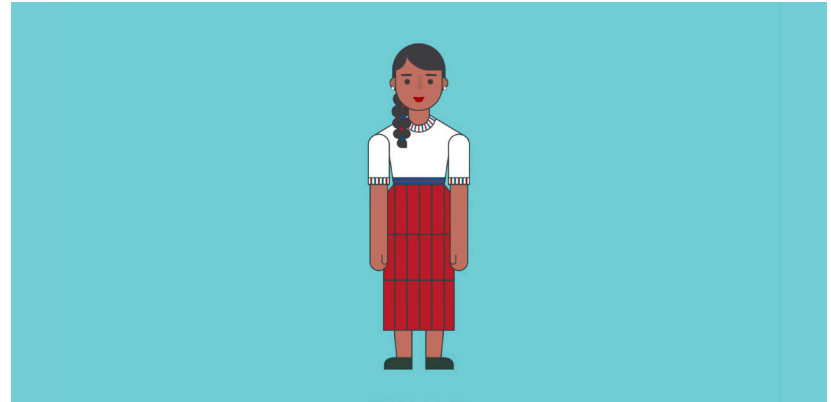
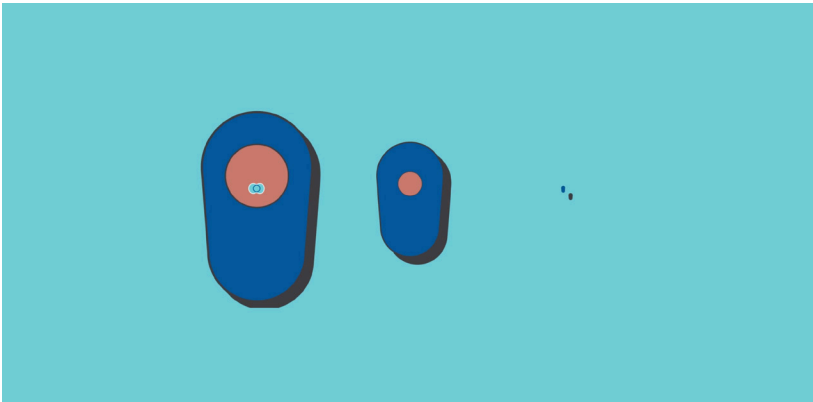
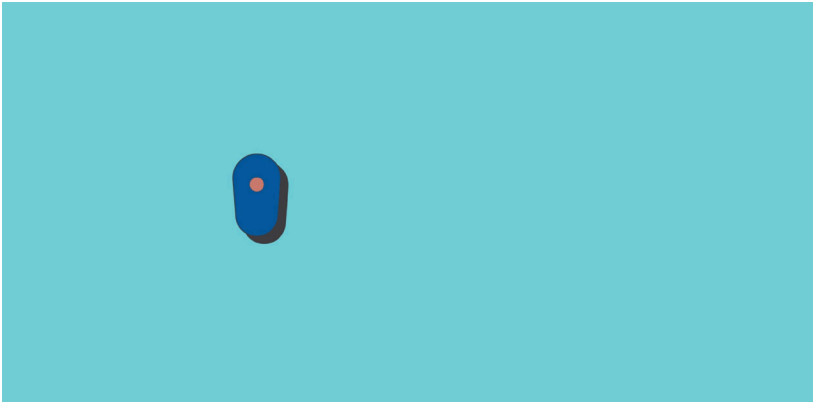


## Animación de elementos

Se le aplicaron distintas formas de animación a los elementos, siempre buscando que estas no fueran muy elaboradas para no distraer a quien ve los vídeos de la información que se le está comunicando. Así mismo, se sigue la idea del concepto, de mantener una imagen limpia.

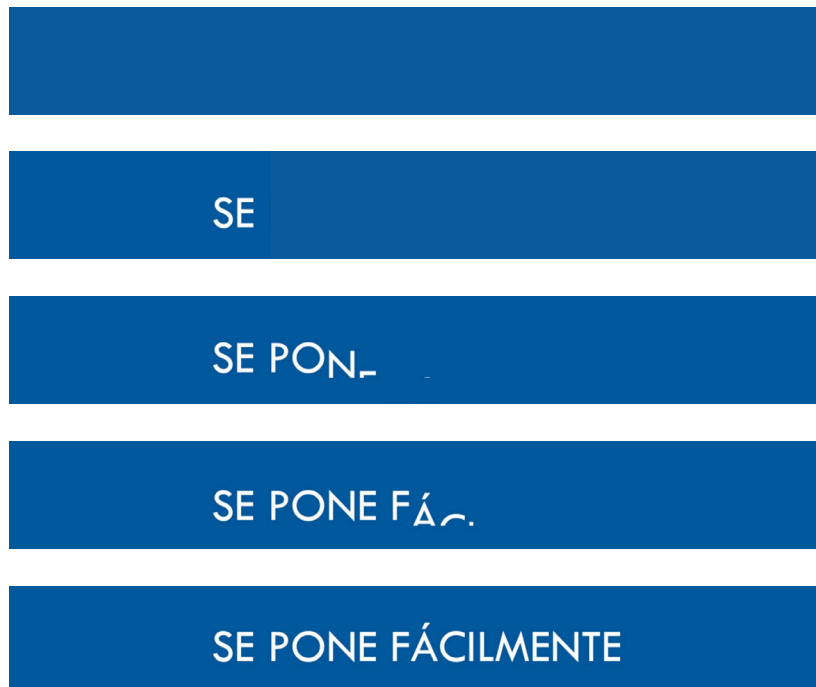
A las ilustraciones se les animó el aumento y disminución del tamaño, la rotación y la posición, de forma que estos marcaran el cambio de un segmento a otro, introdujeran otros elementos animados o se enfocara la atención en un punto específico de la pantalla.





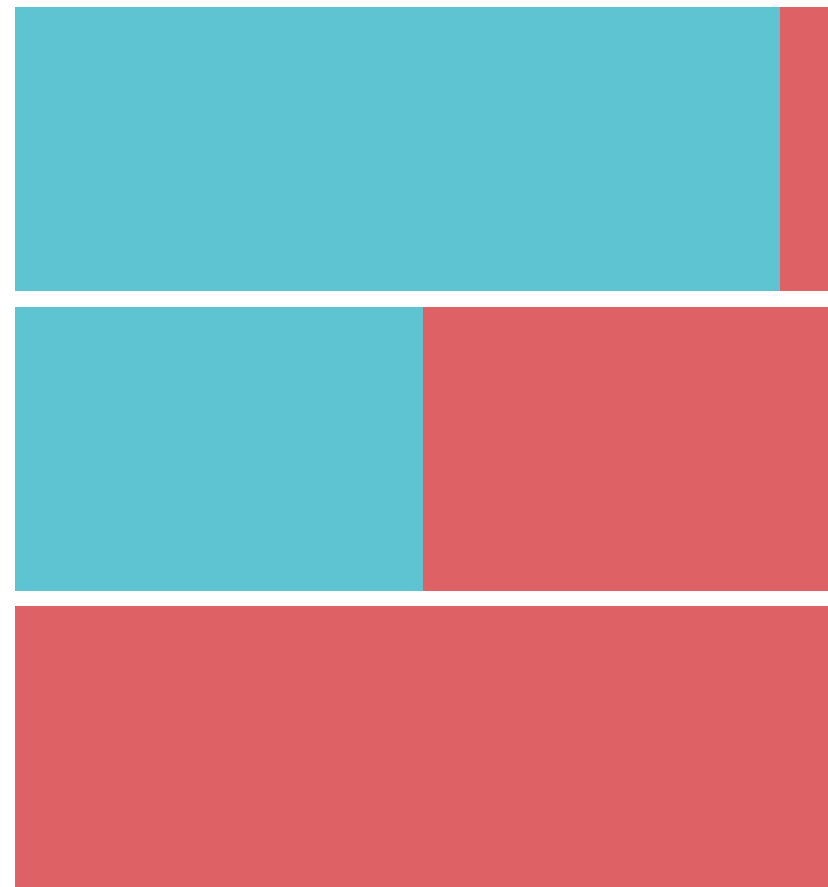
## Animación de tipografías

El movimiento tipográfico se mantuvo al mínimo para evitar robarle protagonismo a las gráficas y la narración, ya que estas son utilizadas tan solo para reforzar el mensaje del segmento animado, manteniéndolas en un segundo plano. De igual manera, Marshall y Meachem (2012), afirman que el movimiento excesivo puede llegar a ser ya sea una distracción o una carga visual inapelable que dificulta la transmisión y comprensión del mensaje.



## Transiciones

Se escogió animar la posición de los planos de color del fondo para utilizarlos como transición que marca el fin de un segmento y el inicio de otro, estos se mueven de arriba hacia abajo o viceversa y de un lado al otro para evitar un movimiento monótono en el que tan solo se mueve hacia una dirección. Por ser una dinámica simple no carga de animaciones innecesarias el vídeo.



## Narración

Se utilizó la voz en off ya que esta impulsa la precisión comunicativa, puesto que la presencia de la narración es capaz de estructurar la visión y la audición, anteponiéndose a cualquier otra forma de comunicación y determinando la decodificación del receptor, aclaran Ràfols y Colomor (2006). Se utilizó una voz femenina, ya que esta transmite una sensación de calma.

Se usó la voz de Hilary Pineda.

## Musicalización

Se utilizó la canción “That Positive Feeling” de Alumo, ya que cuenta tonos alegres que aporta un tono amistoso a los vídeos informativos, de manera que el usuario sienta confianza y cercanía al ver el material desarrollado. Ràfols y Colomor (2006), afirman que la música tiene una gran fuerza para evocar sensaciones en una determinada dirección, creando un ambiente envolvente que nos haga percibir una determinada sensación. La música puede ser triste, alegre o misteriosa por si misma, haciendo referencia a una situación genérica, pero al ser unida a imágenes, esta toma más precisión junto con su significado, puesto que dicha unión crea una nueva realidad.



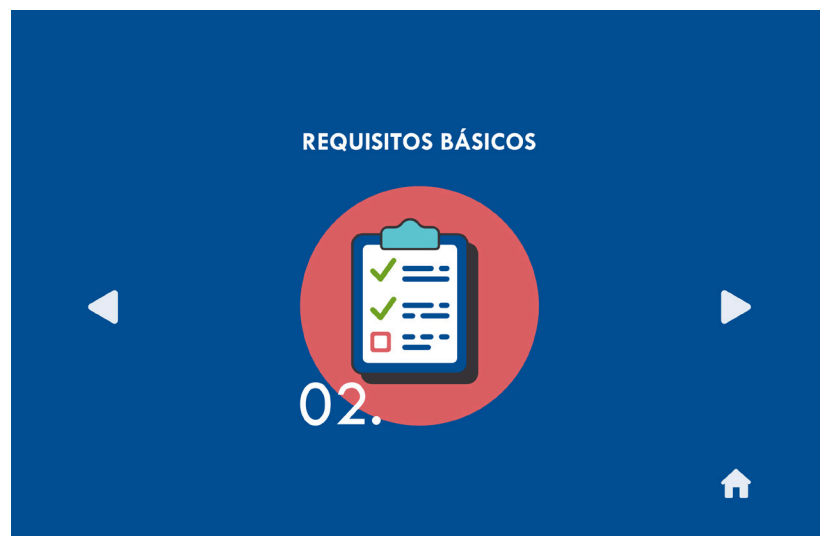
## Resolución de dudas

Se decidió desarrollar esta pieza de forma que se pudiesen complementar los vídeos con una sección de dudas, de manera que se terminaran de resolver dudas puntuales y así concluir con la fase de las charlas.

### Formato

Se escogió realizarlo como un PDF interactivo ya que este cuenta con más dinamismo que una imagen estática como un .jpg y no se ve limitado por el tiempo o calidad del archivo como los gifs.

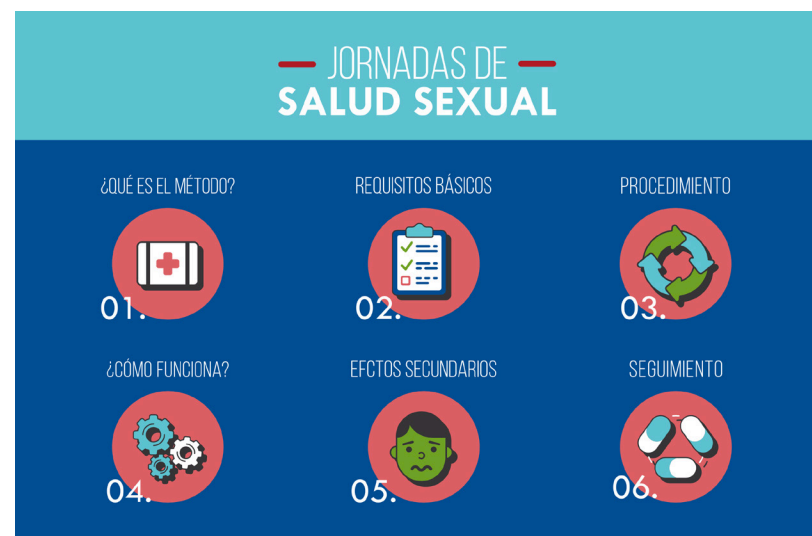
Este cuenta con botones de navegación que permite dirigirse a las diferentes pantallas del PDF con un click. Se puede ir de atrás para adelante y viceversa con los botones de flechas que se encuentran en los extremos.



Se complementaron con un botón de home que dirige a la pantalla principal del PDF donde se pueden visualizar los 6 segmentos por los que pueden preguntar las personas al indicar ya sea el nombre, el ícono o el número del mismo.

Con el uso de botones, se logra obtener una pieza que se dinámica que agiliza el proceso de resolución de dudas, por la navegación que estos permiten, además, el uso de botones estándar de la web, se logra que esta sea intuitiva.

Se decidió no implementar más contenido en esta pieza que un título, un ícono y un número por segmento, ya que al desglosar el PDF en las secciones con la información de los vídeos causaría redundancia y conflicto de propósito entre las propuestas de los vídeos y dejarían de ser funcionales en vez de ser complementarios.





Al seleccionar un segmento, este se vuelve el único en la pantalla para enfocar la atención en una sola sección y no causar confusión al explicar una duda puntual acerca de la sección y así lograr que el resto sepan de qué segmento se habla.

## Estilo Ilustración y tipografías

Se implementó el mismo estilo flat de ilustración para mantener la línea gráfica de los vídeos y así generar armonía y unión entre las piezas. Se desarrollaron íconos, para representar cada segmento, buscando que estos fuesen objetos comunes para facilitar la identificación de los mismos con el grupo objetivo. Se agregó un círculo de fondo que funiona como pleca para que los elementos sobresalgan. Se les aplicó sombra y contorno solamente a los elementos ilustrados, ya que al implemetarlas a las plecas, se saturaba la imagen y se disminuían los espacios de respiro en la composición.

Se utilizaron las fonts TW Cen y Bebas Neue por su limpieza y para mantener el estilo del proyercto.

## ¿QUÉ ES EL MÉTODO?

### REQUISITOS BÁSICOS

### PROCEDIMIENTO

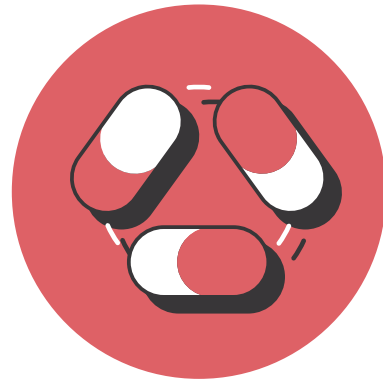
### ¿CÓMO FUNCIONA?

### EFFECTOS SECUNDARIOS

### SEGUIMIENTO / CUIDADOS







## 13.2 PROPUESTA FINAL

Vídeo informativo:  
Vasectomía

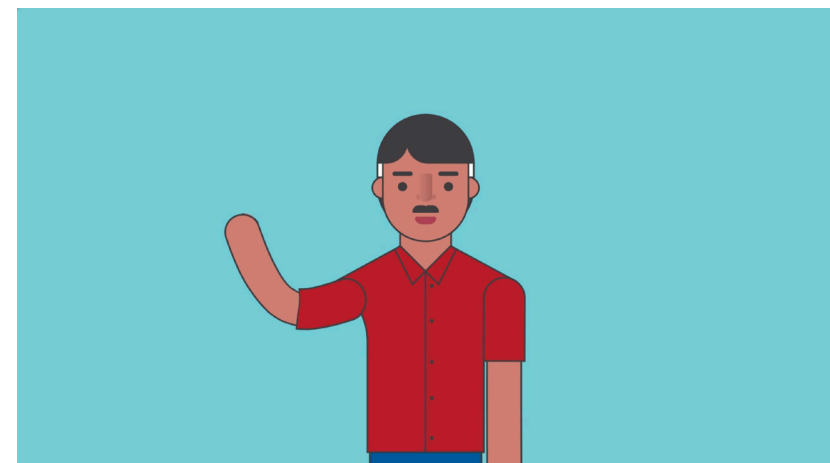
1920x1080px

**Link:**

<https://vimeo.com/282254876>

**Contraseña:**

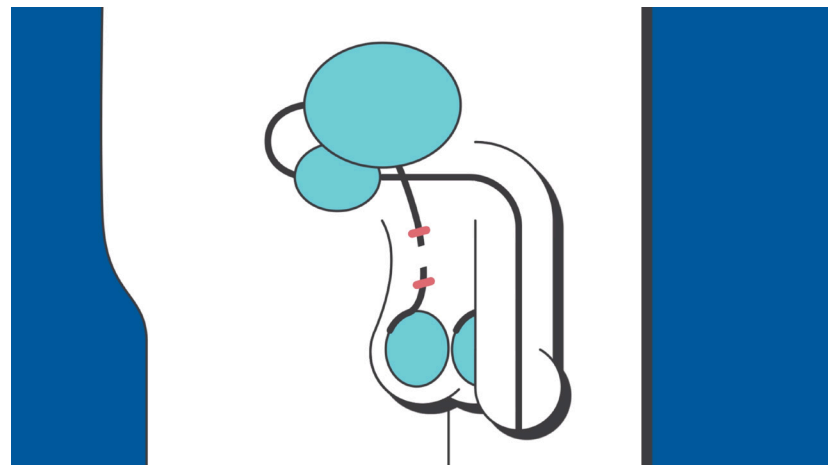
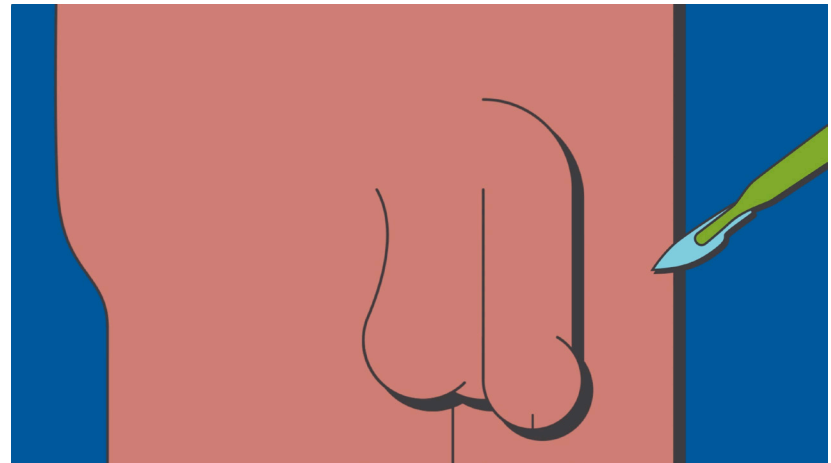
proyectoalas

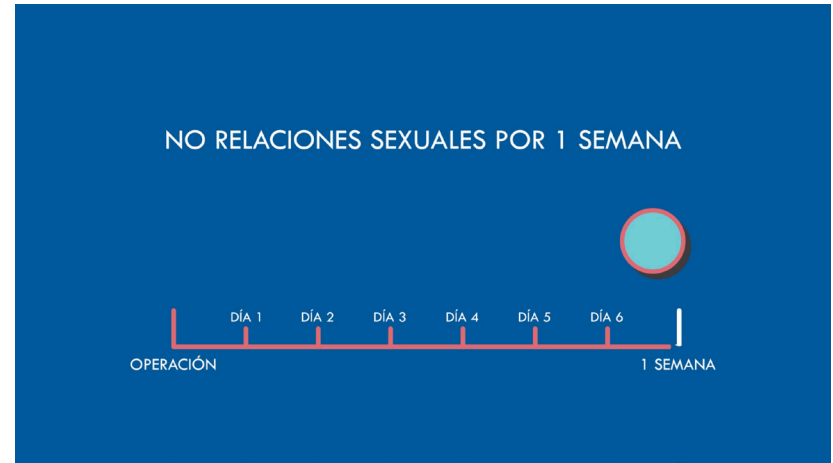


# VASECTOMÍA



NO QUIERE MÁS HIJOS





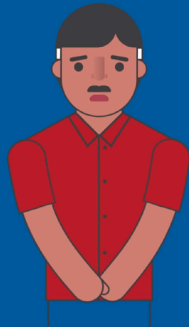
HIELO X2 DÍAS



20 EYACULACIONES



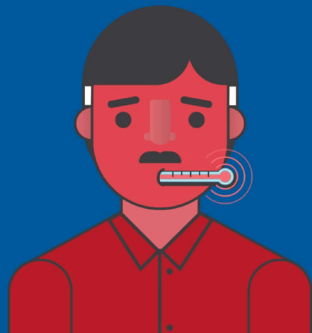
DOLOR



O SIGNOS DE INFECCIÓN



FIEBRE



Vídeo informativo:  
Ligadura de trompas

1920x1080px

**Link:**

<https://vimeo.com/282255636>

**Contraseña:**

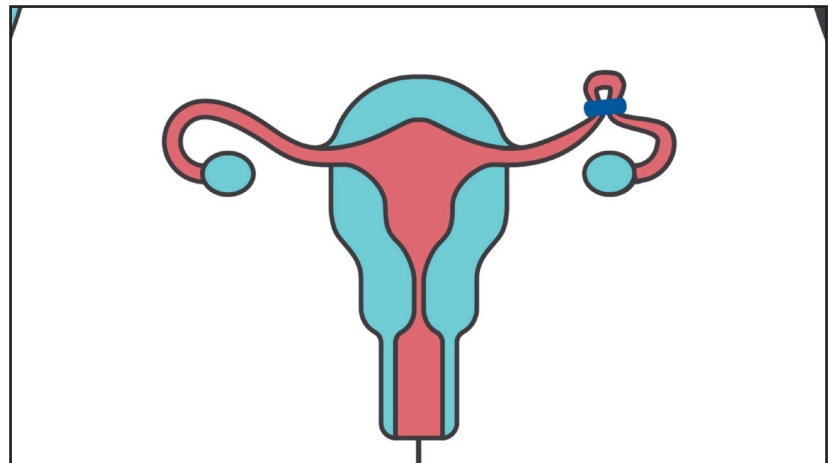
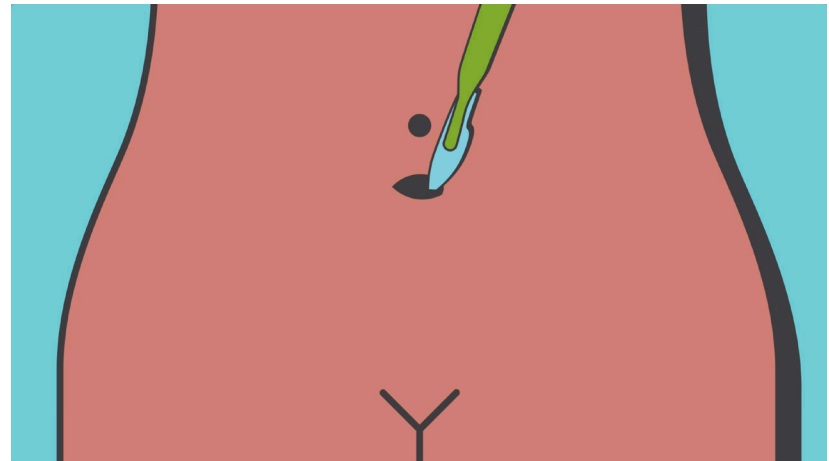
proyectoalas

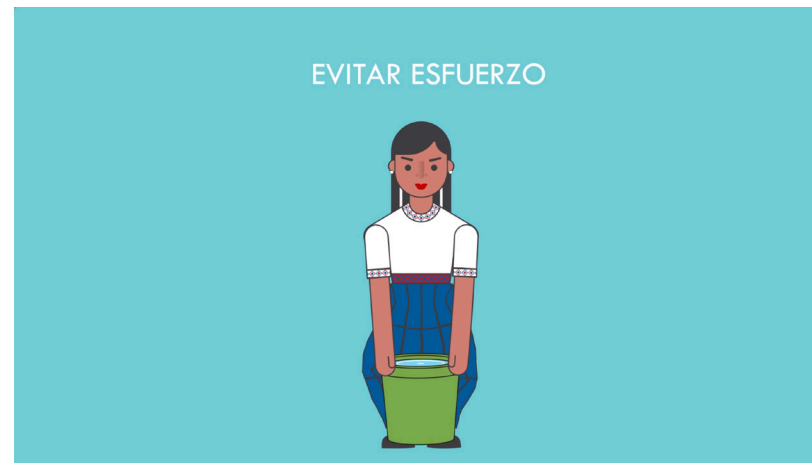
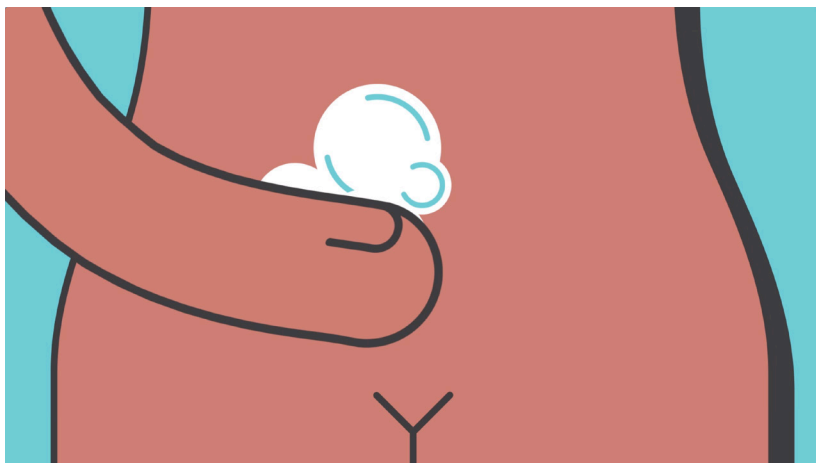
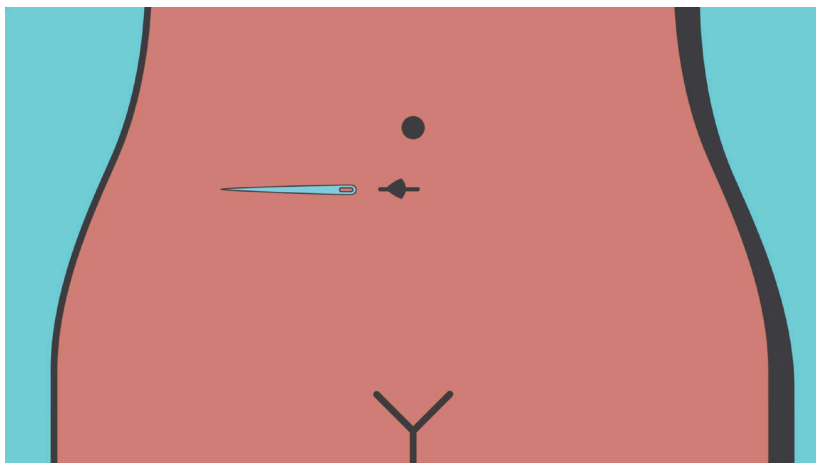


## LIGADURA DE TROMPAS



40 DÍAS POST-PARTO





ES DE EFECTO INMEDIATO

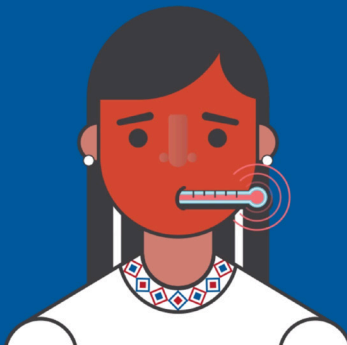






MAREOS

FIEBRE



SIGNOS DE INFECCIÓN



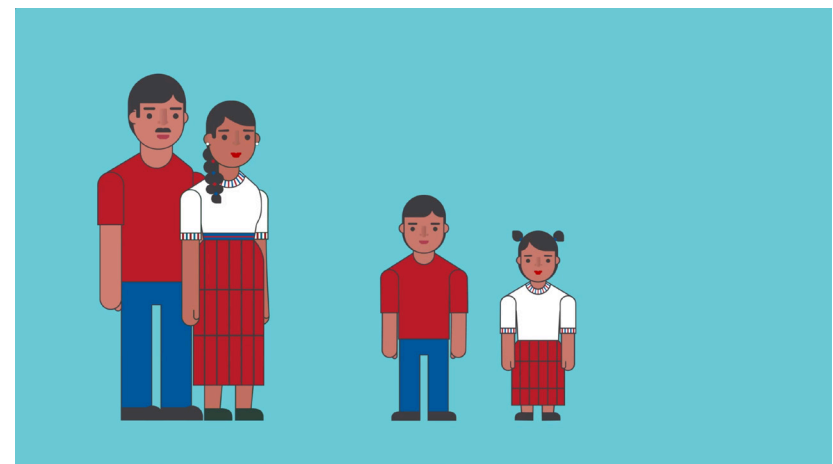
Vídeo informativo:  
DIU o T de cobre  
**1920x1080px**

**Link:**

<https://vimeo.com/282258210>

**Contraseña:**

proyectoalas



## DIU O T DE COBRE



NO LIBERA HORMONAS



HASTA 10 AÑOS

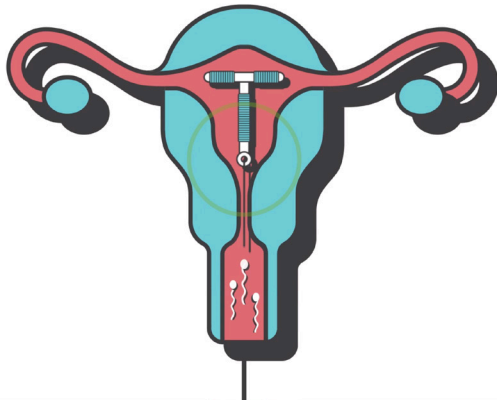
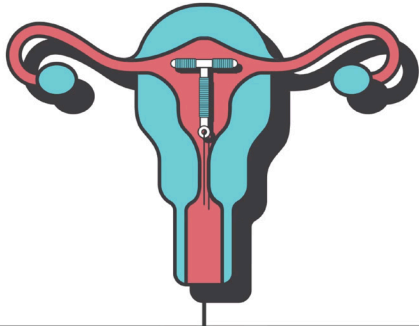
Y EXAMEN PÉLVICO



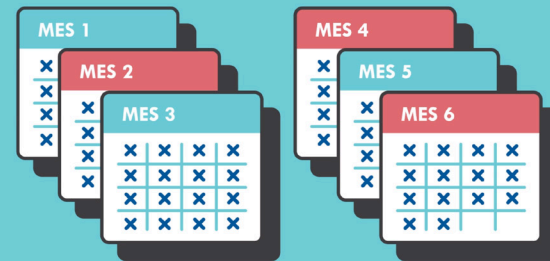
PRUEBA DE EMBARAZO



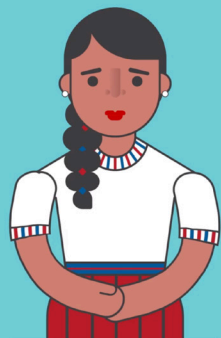
SE PONE FÁCILMENTE



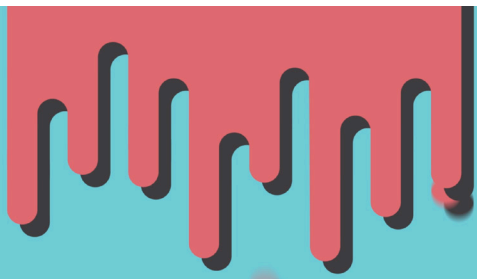
O UNA MENSTRUACIÓN



DOLOR INTENSO



¡MEJORA TU SALUD SEXUAL!



O HEMORRAGIA



Vídeo informativo:  
Jadelle

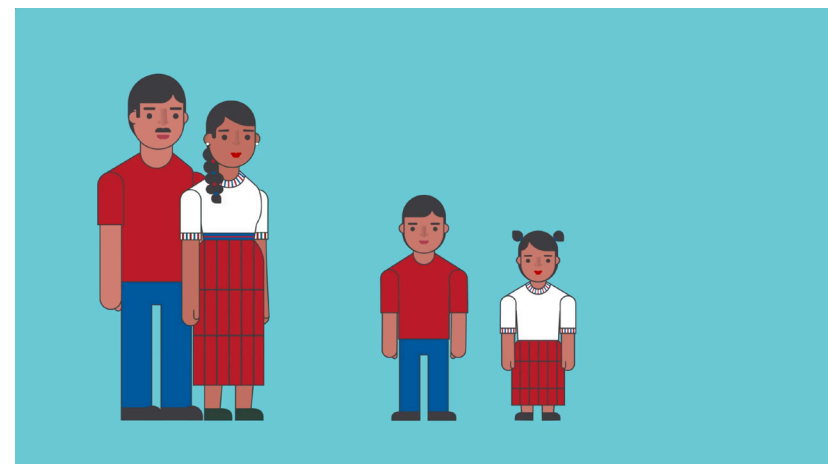
1920x1080px

**Link:**

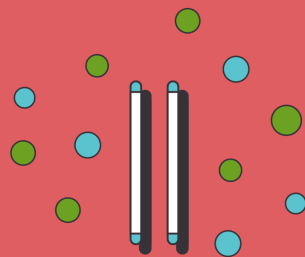
<http://vimeo.com/282261423>

**Contraseña:**

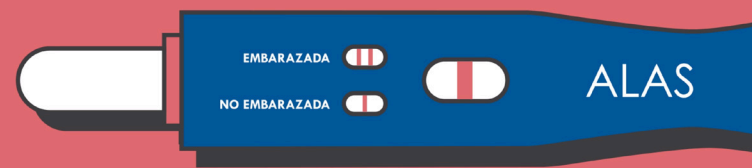
proyectoalas



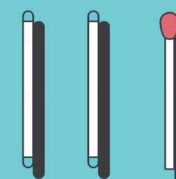
## JADELLE



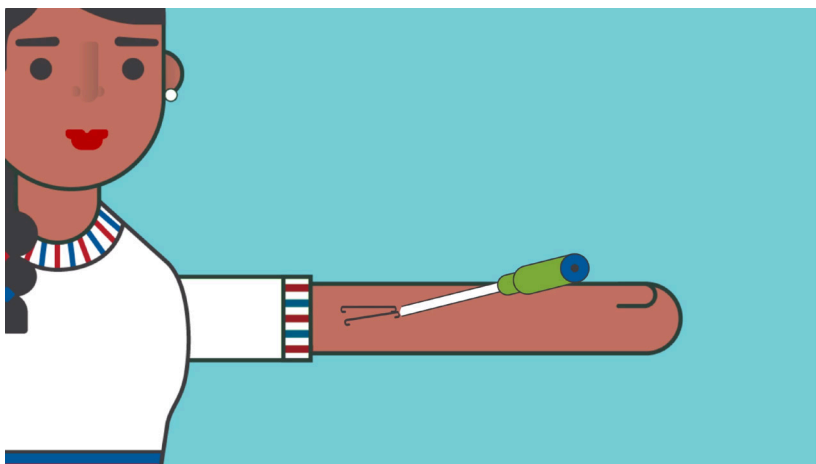
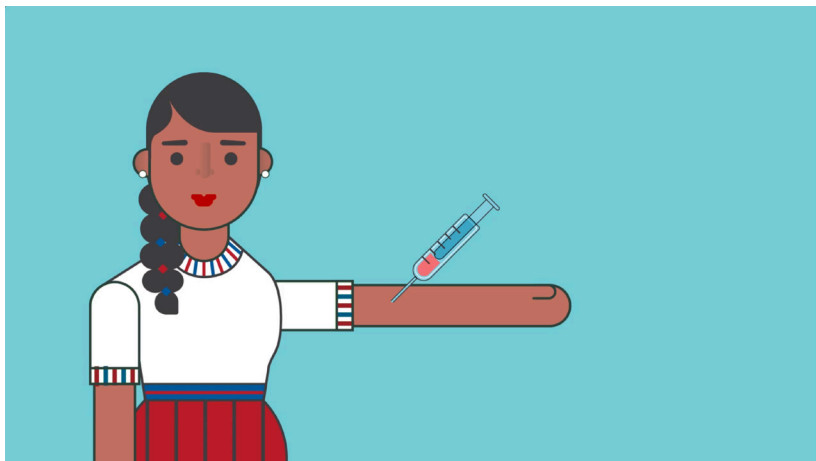
ES UN MÉTODO HORMONAL



NO PUEDE ESTAR EMBARAZADA

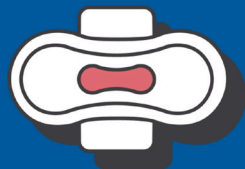


IGUAL QUE UN FÓSFORO





CAMBIOS EN SU MENSTRUACIÓN



¡MEJORA TU SALUD SEXUAL!

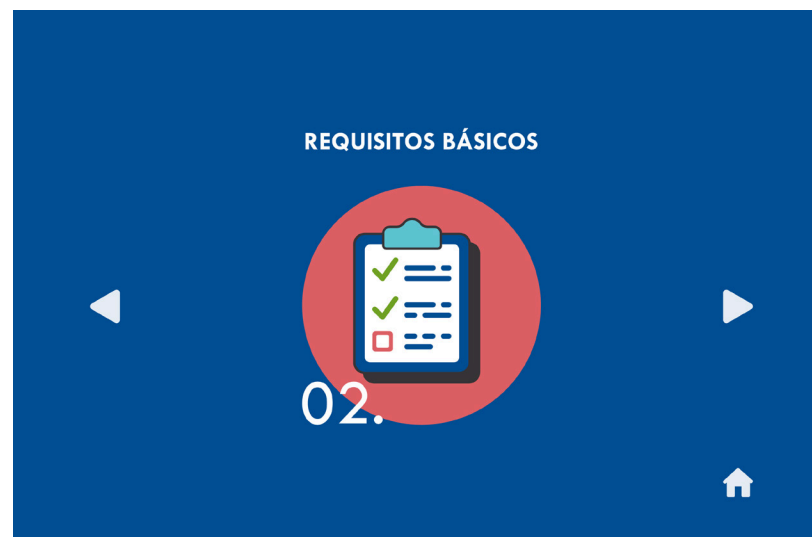
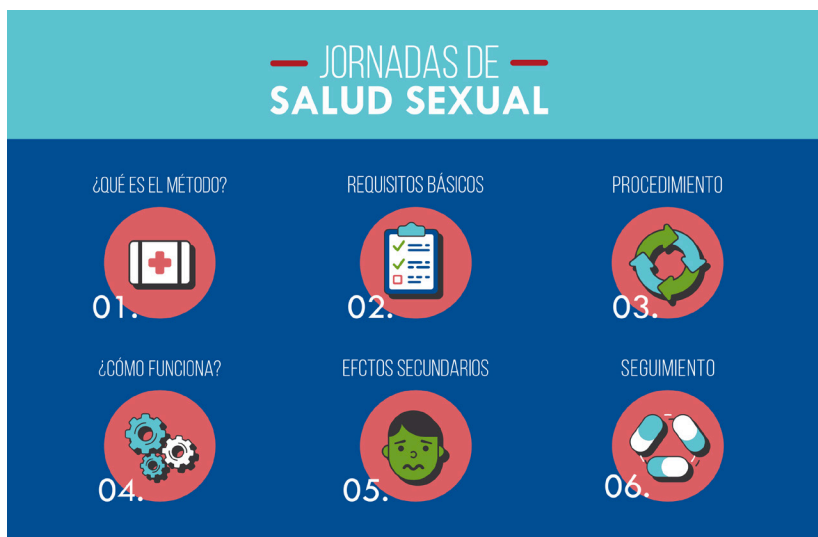


CAMBIOS DE HUMOR



# Resolución de dudas

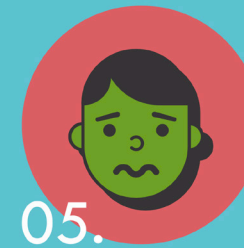
1620x1080px



PROCEDIMIENTO



EFFECTOS SECUNDARIOS



¿CÓMO FUNCIONA?



SEGUIMIENTO / CUIDADOS





**14.**

**PRODUCCIÓN Y  
RERODUCCIÓN**



## 14 Producción y reproducción

Como se mencionó en proyección financiera, el desarrollo los vídeos informativos no requieren de una inversión por parte de la asociación para que estos sean reproducidos, ya que esta ya cuenta con el equipo necesario para que el proyecto sea aplicado, siendo este pantallas y bocinas. A continuación se presentan las especificaciones técnicas:

### Especificaciones técnicas generales

La serie de vídeos animados tiene una resolución de 1920x1080 píxeles con 24 cuadros por segundo. En estos se incluye una breve introducción de la organización Alas con su logotipo animado e indicando la temática que les respecta siendo ya sea operaciones o métodos de planificación familiar a largo plazo.

## Apoyo visual para espacio de resolución de dudas

### Aspectos técnicos:

- Dimensión: 1650 x 1080px.
- 8 páginas.
- Formato PDF interactivo con botones.
- Código de color: RGB.

## Vasectomía

### Aspectos técnicos:

- Resolución de 1920 x 1080px a 24 fps.
- Duración: 1 minuto con 25 segundos.
- Formato de vídeo .mov, compatible con las plataformas Macintosh y Windows.
- Código de color: RGB.

## Laparoscopia

### Aspectos técnicos:

- Resolución de 1920 x 1080px a 24 fps.
- Duración: 1 minuto con 25 segundos.
- Formato de vídeo .mov, compatible con las plataformas Macintosh y Windows.
- Código de color: RGB.



## DIU

### Aspectos técnicos:

- Resolución de 1920 x 1080px a 24 fps.
- Duración: 1 minuto con 34 segundos.
- Formato de vídeo .mov, compatible con las plataformas Macintosh y Windows.
- Código de color: RGB.

## Jadelle

### Aspectos técnicos:

- Resolución de 1920 x 1080px a 24 fps.
- Duración: 1 minuto con 45 segundos.
- Formato de vídeo .mov, compatible con las plataformas Macintosh y Windows.
- Código de color: RGB.

## Jornadas de Operaciones

### Aspectos técnicos:

- Resolución de 1920 x 1080px a 24 fps.
- Duración: 2 minutos con 45 segundos.
- Formato de vídeo .mov, compatible con las plataformas Macintosh y Windows.
- Código de color: RGB.

## Jornadas de Métodos

### Aspectos técnicos:

- Resolución de 1920 x 1080px a 24 fps.
- Duración: 3 minutos con 3 segundos.
- Formato de vídeo .mov, compatible con las plataformas Macintosh y Windows.
- Código de color: RGB.



## Carta para cliente

Guatemala, 9 de mayo del 2018

Directora comunicaciones de la asociación Alas,

El motivo de la presente carta es para explicar el proceso de reproducción que se debe realizar con las piezas digitales desarrolladas para las jornadas de salud sexual.

Se adjunta un CD llamado "Vídeos\_Jornadas" dentro del cual se encuentran las siguientes carpetas y su contenido:

- "Vídeos\_Jornadas\_de\_Métodos\_Alas"
  - Vasectomía\_Final
  - Laparoscopia\_Final
  - Jornadas\_de\_Operaciones\_Total
  
- "Vídeos\_Jornadas\_de\_Operaciones\_Alas"
  - DIU\_Final
  - Jadelle\_Final
  - Jornadas\_de\_Métodos\_Total
  
- "Resolución de Dudas", se incluyó fuera de las carpetas la pieza para resolución de dudas que complementa los vídeos de ambas jornadas.

A caso de tener alguna duda o consulta, por favor comunicarse conmigo.

Saludos cordiales,

Gerardo A. Palencia Morales

- TEL: 42151910
- Correo: geanpalmor@gmail.com





## 14.2 Presupuesto de diseño

Los precios fijados para el diseño del proyecto fueron calculados en base a una recomendación de un experto en diseño que se dedica al área de motion graphics, quien dio aproximados por pieza y también se consultó el tarifario de diseño de Argentina (ver anexos 26 - 27). Al tener dichos precios en mente, se hizo un cálculo de horas y el precio de cada hora de trabajo.

### Vasectomía

- Diseño / Ilustración: Q3,000.00
- Animación: Q3,500.00
- Locución: Q1,500.00

### Laparoscopia

- Diseño / Ilustración: Q3,000.00
- Animación: Q3,500.00
- Locución: Q1,500.00

### DIU o T de Cobre

- Diseño / Ilustración: Q3,000.00
- Animación: Q3,500.00
- Locución: Q1,500.00

### Jadelle

- Diseño / Ilustración: Q3,000.00
- Animación: Q3,500.00
- Locución: Q1,500.00

### Musicacalización de los 4 vídeos

- Q.500.00

### Resolución de dudas

- Diseño: Q.500.00
- Ilustración: Q.1,000.00

**Total: Q34,000.00**





# 15.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 15 Conclusiones y recomendaciones

### Conclusión

- Mediante el análisis y comprensión de la necesidad del cliente y el grupo objetivo a quien Alas se dirige, se desarrolló un proyecto altamente visual donde los gráficos animados, junto con la narración juegan un papel importante, en la comunicación de información pertinente acerca de la salud sexual, teniendo en cuenta la sensibilidad del tema, para lograr transmitir un mensaje positivo que incentive en lugar de crear reacciones negativas al ser explícitos y directos. Con esto se mantiene una imagen limpia y considerada con la cual se instruirá eficientemente a las personas que asistan a las jornadas de salud sexual que realiza la Asociación Alas en las áreas rurales de Guatemala. De igual manera se dará uso al equipo de reproducción multimedia con el que cuenta la asociación, siendo bocinas, pantallas y computadoras.
- De esta forma, se le ahorró al cliente gastos de reproducción y se les proporcionó un medio eficiente y apropiado para su grupo objetivo de escasos recursos y bajo nivel académico. Con los vídeos informativos se logra que los espectadores estén conscientes acerca de los procedimientos, requerimientos, efectividad, efectos secundarios y efectividad que conllevan tanto la vasectomía, como la laparoscopia, el DIU y el Jadelle.



## Recomendación

- Se recomienda que al desarrollar diseños con temas de sexualidad o salud, se tenga acceso a un experto en el tema siempre, de forma que se pueda corroborar que tanto el contenido como la representación visual del mismo sean fieles al mensaje que se desea transmitir, ya que fuentes externas como el internet pueden contener información no verídica ni correcta. De igual forma, es necesario hacer un estudio del lenguaje visual que se acostumbra utilizar en comparación a la tolerancia visual del grupo objetivo de manera que se cree una propuesta agradable que no ofenda y también siga o mejore los estándares ya sea del cliente o de la disciplina sobre la cual se desarrolla el proyecto.





# 16.

## REFERENCIAS



# REFERENCIAS

## Libros

Aharanov, J. (2011). *Psico Typo: Psicología tipográfica*.

Asinsten, J. C. (s.f.). *Comunicación visual y tecnología de gráficos de computadora*. Buenos Aires, Argentina: educar.

Aumont, J. (1992). *La imagen*. (trad. A. Lopez). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Bargalló, M.L. (2012). *Educación sexual integral para la educación secundaria*. Buenos Aires: Ministerio de Educación.

Camusso M., Gastaldo S., Marchetti V., Menendez C., Provensal A. (2012). *Imagen y Representación: Del realismo a la abstracción*. Argentina: UNR.

Cao y Cousins (2016). *Book of Trends*. Estados Unidos: UXPin.

Costa, J. (2008, 2a Ed.). *Diseñar para los ojos*. Barcelona, España : Gràfic. Granollers.

Dondis, D. (1992, 10a. Ed.). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Hiriart Riedemann, V. (1999). *Educación sexual en la escuela: guía para el orientador de púberes y adolescentes*. México: Paidós.

Instituto de Estudios y Capacitación Cívica COMODES (2001, 3a. Ed.). *Diccionario Municipal de Guatemala*. Guatemala.

Fundación para el Estudio e Investigación de la Mujer (2006). *Cartilla educativa: Qué deben saber madres, padres y docentes sobre educación sexual y VIH/sida*. Buenos Aires, Argentina: Para chic@s y adolescentes.

Fondo de Población de las Naciones Unidas (2011). *La transición de la salud sexual y reproductiva en América Latina: 15 años después de El Cairo 1994*. Santiago, Chile: CEPAL.

Fondo de Población de las Naciones Unidas (2004). *Programa de Acción*. Santiago, Chile: CEPAL.

Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Infinito.

Lankow J., Ritchie J., Crooks R. (2012). *Infographics the power of visual storytelling*. Wiley.

Lauglo, M. (2008). *La Salud Sexual y Reproductiva de los Adolescentes y los Jóvenes: Oportunidades, Enfoques y Opiniones*. Washington, D.C, EEUU: Organización Panamericana de la Salud.

Marshall y Meachem (2012). *Cómo utilizar la TIPOGRAFÍA*. Barcelona, España: Art Blume, S.L.

Moore, Pearce y Applebaum (2010). *Sensación, Significado y Aplicación del Color*. Chile: LFNT.

Ministerio de Salud y Ambiente de la Nación (2004). *El libro de la salud sexual, reproductiva y la procreación responsable*. Buenos Aires, Argentina: OMS.





Munari, B. (2016, 2a Ed.). Diseño y comunicación visual. (trad. F. Serra). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

Organización Mundial de la Salud (1989). Educación para la salud. Bélgica: Vanmelle.

Papalia, Feldman (2012). Desarrollo humano. México: Edamsa Impresiones S.A. de C.V.

PRODATOS (2016). Niveles socio-económicos 2016: Nosotros los guatemaltecos. Guatemala: Print Studio.

Programa de Salud Sexual y Reproductiva (2006). Guía sobre Anticoncepción de Emergencia para los trabajadores de la salud. Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Salud del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Ràfols y Colomer (2006). Diseño audiovisual. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

Ramírez, A. (2010). Sistematización sobre educación de la sexualidad en América Latina. Lima, Perú: CLADEM.

Ramírez Rivera, C.A. (s.f.). Conocimientos y actitudes hacia la sexualidad en profesores de educación secundaria. Sonorense de Psicología.

Real Academia Española (1997, 21a Ed.). DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Madrid, España: UNIGRAF, S.L.

Romero, B. (s.f.). Usabilidad y arquitectura de la información. Catalunya, España: Universidad Oberta de Catalunya.

STGO Sano (2016). 100 Preguntas Sobre Sexualidad Adolescente. Santiago, Chile.

Suarez, O., (2004). Como entender la educación sexual. México: San Pablo.

Swam, A. (1990). Bases del Diseño Gráfico. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.A.

UNESCO (2013). Respuestas del Sector de Educación frente al Bullying Homofóbico. Publicación de la Serie Buenas Políticas y Prácticas para la Educación en VIH y Salud. Santiago, Chile: OREALC/UNESCO.

Vargas, Juan Carlos (s.f.). Conéctese con el tema mas delicioso del mundo. Bogotá, Colombia: Profamilia.

Villafaña, G. (2007, 2a ed.). EDUCACIÓN VISUAL: Conocimientos básicos para el diseño. México: Editorial Trillas S.A.

Zamberlin, Portnoy (2007). Tu cuerpo, tu salud, tus derechos. Guía sobre salud sexual y reproductiva. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Población de Naciones Unidas.



## Revistas

Menza V., Sierra B., Sánchez R. (2016). La ilustración: dilucidación y proceso creativo. Revista Kepes, pp. 266 - 296.

Fathi Dare Shir, M. y Asadolla, M. (2014). THE ROLE OF MOTION GRAPHICS IN VISUAL COMMUNICATION. Department of Visual Communication and Photography. pp. 1 - 5.

Sandersa, E. & Stappersb, P. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. Tylor & Francis, Vol 4. No. 1. pp. 5 - 18.

## Fuentes de Internet

Admin (2016) ¿Qué es y en qué consiste la Producción Audiovisual? Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: <http://huribroadcast.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>

Aprofam (s.f.) El país. Consultado el 5 de febrero del 2018 en: <http://www.aprofam.org.gt/nosotros/perfil/>

Asociación Alas (2017) Annual Report 2016. Consultado el 30 de octubre del 2017 en: [https://issuu.com/wingsguatemala/docs/annual\\_report\\_2016](https://issuu.com/wingsguatemala/docs/annual_report_2016)

Carreño, D. (2017) ¿Qué es el diseño plano o flat design? Consultado el 10 de marzo del 2018 en: <https://waarket.com/que-es-el-diseno-plano-o-flat-design/>

Definición ABC (s.f.) Definición de animación. Consultado el 17 de septiembre del 2017 en: <https://www.definicionabc.com/general/animacion.php>

Definición ABC (s.f.) Definición de educación. Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: <http://www.de-nicio-nabc.com/general/educacion.php>

Deguate (2006) Datos de Sololá. Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: [http://www.deguate.com/artman/publish/geo\\_deptos/Datos\\_de\\_Solol\\_389.shtml](http://www.deguate.com/artman/publish/geo_deptos/Datos_de_Solol_389.shtml)

Galerna, E. (s.f.) ¿Qué es el diseño plano?, también conocido como Flat Design. Consultado el 10 de marzo del 2018 en: <https://galernaestudio.com/que-es-diseno-plano-flat-design/>

Graffica (2016) ¿Qué es Material Design y en qué consiste Material.io? Consultado el 23 de octubre del 2017 en: <https://graffica.info/que-es-material-design-y-material-io/>



INE (2013) Caracterización departamental Alta Verapaz. Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: <https://www.ine.gob.gt/sistema/>

Jimenez, S. (s.f.). ¿QUÉ ES UN ANIMATIC? Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: <http://bombilloamarillo.com/que-es-un-animatic-comercial-de-sofia-vergara/>

Manual (2016) Las 5 partes del guión cinematográfico. Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: <https://mospcorp.com/general/partes-del-guion/>

Martínez, G. (2009) Fuentes y familias tipográficas Consultado el 3 de septiembre, 2017, en: <http://clasi-caciontipogra-ca.blogspot.com/>

Medline Plus (2017) Cáncer Cervical. Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000893.htm>

Natareno, Axel (2012) Datos de Alta Verapaz. Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: [http://www.deguate.com/artman/publish/geo\\_deptos/Datos\\_de\\_Alta\\_Verapaz\\_406.shtml](http://www.deguate.com/artman/publish/geo_deptos/Datos_de_Alta_Verapaz_406.shtml)

Organización Mundial de la Salud (2017) Planificación familiar. Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs351/es/>

Pixel-Creativo (2015) ¿QUÉ ES ANIMACIÓN? Consultado el 17 de septiembre del 2017 en: <http://pixel-creativo.blogspot.com/2012/09/que-es-animacion.html>

Sokolova, Y. (2016). 10 Top Tips on Creating Flat Design Graphics. Consultado el 10 de marzo del 2018 en: <https://design.tutsplus.com/tutorials/10-top-tips-on-creating-flat-design-graphics--cms-25888>

UPAVIM (2016) UPAVIM. Consultado el 08 de septiembre del 2017 en: <http://weguatemala.org/es/ong/upavim-unidas-para-vivir-mejor-0>

Urbano, Jhon (s.f.). Qué es un Storyboard y algunos ejemplos. Consultado el 10 de septiembre del 2017 en: <https://www.jhonurbano.com/2013/01/que-es-el-storyboard-ejemplos.html>

Starfish One by One (2016) Starfish One by One. Consultado el 08 de septiembre del 2017 en: <http://weguatemala.org/es/ong/starfish-one-one-estrella-de-mar>

Valenzuela, V. (2014) ¿Que gama de colores escojo para mi diseño? Consultado el 03 de septiembre de 2017 en: <https://www.silocreativo.com/eleccion-colores-para-diseno/>





# 17.

## ANEXOS

Modelos utilizados para recolectar información y/o proceso que complementan relacionados al proyecto.

## 17 ANEXOS / ÍNDICE

<b>17.1</b> Brief: Asociación Alas.....	264
<b>17.2</b> Instrumento de observación antecedentes gráficos.....	265
<b>17.3</b> Instrumento de observación competencias.....	267
<b>17.4</b> Entrevista a sujeto de estudio: Lab. German Caxaj.....	269
<b>17.5</b> Entrevista de sujeto de estudio: (ilustración / infografías).....	271
<b>17.6</b> Entrevista de sujeto de estudio: Raúl Pardo.....	272
<b>17.7</b> Anexo 7 Entrevista a sujeto de estudio: Mgtr. Enrique Ponsa.....	275
<b>17.8</b> Anexo 8. Guía de observación para caso análogo.....	278
<b>17.9</b> Anexo 9. Instrumento de estudio para grupo objetivo Chimaltenango.....	280
<b>17.10</b> Anexo 10. Tabulación respuestas obtenidas en comprensión del grupo objetivo.....	282
<b>17.11</b> Anexo 11. Frames de vídeos para estudio de grupo objetivo.....	286
<b>17.12</b> Anexo 12. Instrumento de estudio para grupo objetivo: Sacatepequez.....	288
<b>17.13</b> Anexo 13. Storyboard Vasectomía.....	290
<b>17.14</b> Anexo 14. Base de Datos del Grupo objetivo de la Asociación Alas.....	294



<b>17.15</b> Anexo 15. Reporte anual 2016.....	295
<b>17.16</b> Anexo 16. Instrumento experto en diseño.....	297
<b>17.17</b> Anexo 17. Instrumento experto en diseño / Luis Pinto.....	298
<b>17.18</b> Anexo 18. Instrumento experto en diseño / Juan Manuel Monroy.....	301
<b>17.19</b> Instrumento experto en tema / Alberto Guigui.....	304
<b>17.20</b> Instrumento de validación / Diseño.....	306
<b>17.21</b> Instrumento de validación / Tema.....	308
<b>17.22</b> Instrumento de validación / Grupo objetivo.....	310
<b>17.23</b> Tabulación resultados / Tema.....	312
<b>17.24</b> Tabulación resultados / Diseño.....	315
<b>17.25</b> Tabulación resultados / Grupo objetivo.....	318
<b>17.26</b> Bocetaje de Pieza de resolución de dudas.....	320
<b>17.27</b> Cotización de vídeos.....	326
<b>17.28</b> Cotización de vídeos / Tarifario Argentina.....	327



# Anexo 1.

## Brief: Asociación Alas

- Descripción del proyecto a comunicar: Una serie de videos informativos ilustrados.
- Objetivos del negocio: Proveer mejor educación y servicios de calidad en salud reproductiva a jóvenes, mujeres y hombres marginados, primordialmente del área rural.
- Objetivos del proyecto: Facilitar la comprensión de los temas de salud sexual y reproductiva a personas de escasos recursos.
- Objetivos de comunicación: ¿Qué percepción queremos generar / qué queremos que el cliente haga cuando reciba la pieza?
- Insight: por el bajo nivel de educación del grupo objetivo, las piezas impresas son la mejor alternativa.
- Value Proposition: Se desarrollarán piezas audiovisuales que facilitarán su objetivo de proveer una mejor educación y servicios de salud sexual, ya que estará enfocada en resolver su problema de comprensión.
- Piezas a desarrollar: Dos videos informativos de métodos anticonceptivos y dos videos informativos de operaciones.
- Tono y Manera: se creará un material que haga uso del lenguaje visual y auditivo, con gráficas no tan realistas y con una narración comprensible y directa.
- Target: jóvenes y adultos en edad reproductiva que residen en las áreas rurales de Guatemala.
- Periodo de duración de la campaña: hasta que la información de los videos esté desactualizada.
- Mandatarios: departamento de comunicación de la asociación y doctores en jefe.
- Presupuesto: No se requiere de un presupuesto de impresión o distribución.
- ¿Cómo vamos a medir resultados? Serán medidos mediante el estudio de impacto anual que realiza la asociación, en el que cubre aspectos como el porcentaje de embarazos no deseados prevenidos, el perfil de los pacientes tratados y el alcance de sus programas y jornadas de salud.





## Anexo 2. Instrumento de observación antecedentes gráficos:

**Nombre del proyecto:**

**Autor:**

**Origen y año:**

**Rama de diseño:**

- Editorial
- Ilustración
- Publicidad
- Animación
- Diseño web
- Producción audiovisual

**Grupo objetivo:**

- Jóvenes de ambos sexos
- Hombres
- Adultos de ambos sexos
- Mujeres
- Niños
- No específica
- Adolescentes

**El enfoque del proyecto es:**

- Enfermedades de transmisión sexual
- Otro:
- Planificación familiar
- Cuidado de la salud
- Métodos anticonceptivos

**El objetivo del proyecto es:**

- Crear conciencia
- Identificar e informar acerca de una asociación
- Persuadir a realizar una acción
- Otro:
- Informar acerca de una problemática

**Se implementan recursos:**

- Fotográficos
- Ilustrados
- Animados

**La representación de la imagen utilizada es:**

- Realista
- Caticaturezca
- Abstracta
- Simbólica

**Si cuenta con un medio audiovisual este es:**

- Animación
- Producción audiovisual
- Motion graphics

**Si es animación o motion graphics, utiliza el estilo:**

- Stop motion
- Collage
- Pixelación
- Montaje de fotografía
- Animación tradicional
- Animación 2D o 3D

### Si es video informativo, utiliza:

- Elementos animados, tipografías y narración.
- Elementos animados y narración.
- Ilustración y narración.
- Tipografías animadas, ilustración y narración.
- Fotografías y narración.

### Si implementa texto, hace uso de tipografías:

- Serif
- Sans serif
- Manuscritas
- Display

### El tipo de paleta de color utilizada es:

- Monocromática
- Vivaz
- Cálida
- Fría
- Combinación cálidos y fríos



## Anexo 3. Instrumento de observación competencias:

### Nombre del proyecto:

### Autor:

### Origen y año:

### Rama de diseño:

- Editorial
- Publicidad
- Diseño web
- Ilustración
- Animación
- Producción audiovisual

### Grupo objetivo:

- Jóvenes de ambos sexos
- Adultos de ambos sexos
- Niños
- Adolescentes
- Hombres
- Mujeres
- No específica

### El enfoque del proyecto es:

- Enfermedades de transmisión sexual
- Planificación familiar
- Métodos anticonceptivos
- Otro:
- Cuidado de la salud

### El objetivo del proyecto es:

- Crear consciencia
- Persuadir a realizat una acción

- Informar acerca de una problemática
- Identificar e informar acerca de una asociación
- Otro:

### Se implementan recursos:

- Fotográficos
- Animados
- Ilustrados

### La representación de la imagen utilizada es:

- Realista
- Abstracta
- Caticaturezca
- Simbólica

### Si cuenta con un medio audiovisual este es:

- Animación
- Motion graphics
- Producción audiovisual



## Si es animación o motion graphics, utiliza el estilo:

- Stop motion
- Pixelación
- Animación tradicional
- Animación 2D o 3D
- Collage
- Montaje de fotografía

## Si es video informativo, utiliza:

- Elementos animados, tipografías y narración.
- Elementos animados y narración.
- Ilustración y narración.
- Tipografías animadas, ilustración y narración.
- Fotografías y narración.

## Si implementa texto, hace uso de tipografías:

- Serif
- Sans serif
- Manuscritas
- Display

## El tipo de paleta de color utilizada es:

- Monocromática
- Vivaz
- Cálida
- Fría
- Combinación cálidos y fríos



## Anexo 4.

### Entrevista a sujeto de estudio: Lab. German Caxaj

#### Salud sexual

German Aungusto es laboratorista en el Hospital General Hermano Pedro de Bethacourt de la Antigua Guatemala en el que lleva trabajando más de 30 años apoyando en distintos sectores del hospital. Además ha trabajado como voluntario en aldeas de Petén en las que atendió partos e impartió su conocimiento acerca de cuidados y prevenciones en salud sexual. Se le escogió como sujeto de estudio por su gran experiencia en el campo de la salud y medicina.

- ¿Cómo comenzó su carrera en el área de salud?

Comencé en 1985, como estudiante para laboratorio clínico, una de las primeras experiencias que tuve fue llevar la profilaxis sexual (prevención sexual), tuve a mi cargo 8 bares de trabajadoras sexuales y un establecimiento militar de 155 jóvenes soldados con su capitán, tenientes y cabos a quienes les impartí charlas de profilaxis sexual. Mi área de trabajo microbiológico es tomar secreciones uretrales en los hombres y en mujeres secreciones vaginales para identificar diplococos intra y extracelulares para definir el tipo de enfermedad infectocontagiosa sexual, ahí es donde se inicia el proceso de las enfermedades venéreas. Trabajé para el doctor

Aragón, quien es infectólogo e investigador del VIH en Guatemala.

- ¿Cómo acostumbra impartir o explicar temas de salud?

He tenido un complejo de contradicción con la información al respecto, de como visualizar las enfermedades y me parece un poco ambiguo que se utilicen caricaturas en el sistema donde se encuentran cosas tan peligrosas y en mis conferencias trato de que sea lo más real toda la información que doy.

- En su experiencia, ¿Tiene mayor impacto tratar un tema de salud con un acercamiento positivo o negativo? Por ejemplo, el acercamiento negativo sería explicar las consecuencias y el positivo sería explicar los beneficios.

Creo que lo mejor es ver los casos desde el punto negativo, ver todas las consecuencias y marcaciones que van degenerando a la persona cuando no tiene información al respecto, luego obviamente exponer lo positivo para introducir los procesos de cuidado.

- ¿Qué diferencias ha visto en la comprensión en personas de áreas urbanas y rurales?

Generalmente trato áreas rurales, grupos religiosos y en establecimientos que lleven un lineamiento de salud, en el área rural aún guardan muchos mitos, lo que les hace ver cualquier tipo de enfermedad como presencia algo maligno, por ejemplo si son de cultura maya muy marcada, tienden a utilizar rituales con lo que creen mejorar su salud, en el área urbana las personas generalmente, le toman importancia en el momento y más adelante hacen



caso omiso de lo escuchado. En la religiosa, son grupos más accesibles por la mentalidad que tienen respecto a su creencia.

- Debido a la delicadeza del tema de relaciones sexuales, ¿cómo considera que se debe abordar el tema visualmente?

Actualmente, es importante que las diferentes enfermedades y demás sean tratadas de forma directa, pero hay que hacer la diferencia por condiciones económicas, la tolerancia diferencia a ambas. En lo que se refiere a charlas directas con ciertos grupos de mejores condiciones es mejor ser claro y directo.

- Al explicar los procedimientos a realizar o algún tema, ¿tiende a usar gráficos realistas o más sutiles?

Generalmente siempre se debe tener material didáctico e informativo, y el material en los hospitales suele ser caricaturesco, que es una línea que se ha llevado desde hace mucho tiempo.

- En su experiencia, al abordar temas sensibles como lo son temas de sexualidad, ¿ha visto más aceptación con una aproximación realista o más caricaturesca?

Los jóvenes de ahora son menos impresionables y esto es por el acceso que hay a la información, al igual que las escuelas comprendieron la importancia de la educación sexual por lo que son temas que ahora abarcan.

- ¿Cuál considera que es un nivel de abstracción apropiado para que entiendan los pacientes y tampoco se cause desagrado por ser explícito?

Algo claro pero no muy caricaturesco, debe mostrar claramente las partes del cuerpo, que no deje lugar a la duda.

- ¿Qué gama de colores considera que es más eficaz para representar la salud?

En salud generalmente el rojo, amarillo y azul. El rojo que se utiliza para emergencias extremas, el amarillo implica poca gravedad y el azul es una suspensión, por ejemplo puede no ser algo grave pero puede llegar a serlo.

- ¿Considera que el color rojo en videos informativos de salud puede tener una connotación negativa?

Creo que el rojo para nosotros es algo normal, pero por su tonalidad y por la relación con la sangre, puede ser un shock para las personas que no acostumbran estar en el ambiente de salud, puede ser impactante.



## Anexo 5.

### Entrevista de sujeto de estudio: (ilustración / infografías)

1. ¿Qué pasos sigues previo al inicio de la creación de la pieza final?
2. ¿Cómo sintetizas la información de forma que se entienda aun el tema sin sobrecargar o dar a entender algo erróneo?
3. ¿Por qué consideras que es importante el diseño en la información?
4. ¿Qué longitud consideras mejor para el contenido en una infografía para evitar que el espectador pierda interés?
5. ¿Utilizas algún método para definir las jerarquías visuales?
6. ¿Cómo eliges qué graficar del contenido o la información textual?
7. ¿Cómo defines los niveles de abstracción a utilizar en la ilustración?
8. ¿Cómo defines el estilo gráfico a seguir por infografía?
9. ¿Cómo sabes que la gráfica representa correctamente la idea?
10. ¿Por qué las ilustraciones que realizan tienen contornos? ¿Le aportan algo los contornos a las ilustraciones más que estilo?
11. ¿Considera esencial la utilización de personajes para llegar mejor al grupo objetivo?
12. ¿Cómo define la paleta de colores a utilizar?
13. ¿Te ha tocado ilustrar temas sensibles como lo es la sexualidad? ¿Qué acercamiento hiciste?
14. ¿Has descubierto mejores formas de llevar a cabo una ilustración?
15. ¿Cuáles son los errores más comunes que te han llevado hasta donde estas?



## Anexo 6.

### Entrevista de sujeto de estudio: Raúl Pardo

1. ¿Qué pasos sigues previo al inicio de la creación de la pieza final?

- Tener claro cuál es el enfoque y propósito de la pieza
- Tener clara cuál es la narrativa.
- Tener clara (y verificada) la información
- Bocetar

2. ¿Cómo sintetizas la información de forma que se entienda aun el tema sin sobrecargar o dar a entender algo erróneo?

Teniendo claro el enfoque de la pieza es más fácil saber qué pregunta vas a contestar en la pieza.

Por ejemplo, si explicarás “cómo se forman las estrellas” entonces te aseguras que TODA la información que selecciones contesta esa pregunta. Muchas veces hay temas que tienen mucha información interesante y caemos en la tentación de incluir cosas que NO aportan directamente a contestar “la pregunta”.

Es casi igual de importante saber que información no incluir que saber cual sí incluir. Creo que el dar a entender algo erróneo se resuelve con buena comprensión de lectura y buena redacción.

3. ¿Por qué consideras que es importante el diseño en la información?

Hay una gran cantidad de gente que le cuesta mucho trabajo consumir información escrita. Y hay mucha información valiosa que no llega a la gente porque le cuesta empatizar con ella.

El buen diseño de la información puede ayudar a que la información sea menos aburrida, más relevante, y más sencilla de entender para muchas personas.

4. ¿Qué longitud consideras mejor para el contenido en una infografía para evitar que el espectador pierda interés?

No entiendo precisamente qué consideras como “longitud” pero creo que cada tema se aborda de una manera particular. Entonces no creo que haya una “longitud óptima” universal. Regla de oro: si a ti te da flojera tu infografía, a tu público le dará más flojera aún.

5. ¿Utilizas algún método para definir las jerarquías visuales?

No tengo una metodología muy específica. La mayoría lo he aprendido en la práctica y desarrollando mi intuición de que funciona y que no está funcionando.





6. ¿Cómo eliges qué graficar del contenido o la información textual?

Lo visual tiene que ser igual o más importante que el texto. SIEMPRE tiene que aportar algo a la explicación de la información.

7. ¿Cómo defines los niveles de abstracción a utilizar en la ilustración?

Depende del caso, ver que es lo que ayuda mejor al entendimiento de la información. A veces puede ser algo muy literal, a veces ayuda más algo abstracto.

8. ¿Cómo defines el estilo gráfico a seguir por infografía?

Igual, depende del caso. Es muy diferente el estilo que escogerías para un tema científico a un tema de cultura pop.

Siempre tienes que pensar que estilo te ayudará a hacerlo más cercano a quien la verá. Sin importar el tema, NUNCA SER ABURRIDO.

9. ¿Cómo sabes que la gráfica representa correctamente la idea?

ANÁLISIS. Si la ves con atención y la gráfica SÍ dice lo que tiene que decir, entonces estás bien.

10. ¿Por qué las ilustraciones que realizan tienen contornos? ¿Le aportan algo los contornos a las ilustraciones más que estilo?

No. Los contornos a veces pueden ayudar a que contrasten las ilustraciones del fondo. Pero casi siempre es una preferencia estética de quien ilustra.

11. ¿Considera esencial la utilización de personajes para llegar mejor al grupo objetivo?

El propósito siempre es empatizar mejor con la gente. Por lo regular, los personajes ayudan mucho.

12. ¿Cómo define la paleta de colores a utilizar?

- En muchas ocasiones hay temas que por su naturaleza te inspiran a que tipo de colores usar.

El resto es simplemente gusto persona y siempre tratar de experimentar para no caer en repetición y aburrimiento.

13. ¿Te ha tocado ilustrar temas sensibles como lo es la sexualidad? ¿Qué acercamiento hiciste?

Sí.

14. ¿Has descubierto mejores formas de llevar a cabo una ilustración?

Siempre. Cada vez que haces algo tienes que pensar que pudiste haber hecho mejor. Qué funcionó. Qué no funcionó.

Con los aprendizajes que vas acumulando intentas siempre buscar atajos y mejores maneras de hacer las cosas como en cualquier cosa.

15. ¿Cuáles son los errores más comunes que te han llevado hasta donde estas?

No entendí bien la pregunta jajaja. Los errores no me han llevado a ningún lado pero me imagino que va más de que aprendizajes me han llevado.

Aprender a no compararme con los demás. La mayoría de las veces te decepciona y te distrae de enfocarte en tus debilidades y como mejorarte.

Aprender a buscar ayuda. En la ilustración a mucha gente le da pena pedir consejos/ayuda/retroalimentación. Los que sea animan a hacerlo llegan más lejos.



## Anexo 7.

### Entrevista a sujeto de estudio: Mgtr. Enrique Ponsa

#### Motion Graphics

Diseñador gráfico egresado de la Universidad Radael Lanfívar. Sacó un máster de Motion Graphics Design en el Instituto Europeo de Design de Madrid, España. Actualmente es el director de Motion Graphics de Amorfo Studio. Fue escogido la experiencia con la que cuenta trabajando en el campo de la animación.

- ¿Qué pasos sigues previo al inicio de la creación de la pieza final?

Primero se habla con el cliente sobre cuál es el tema que se quiere comunicar, cuál es la información clave y relevante para hablar en el video. Luego se trabaja en un guión, generalmente el cliente lo proporciona y nosotros hacemos las modificaciones necesarias para que sea 100% graficable y animable. Luego se crea la línea gráfica si es posible entregamos el storyboard. Y luego que se aprueba el storyboard procedemos a animar.

- ¿Cómo sintetizas la información de forma que se entienda aun el tema sin sobrecargar o dar a entender algo erróneo?

Hablamos con el cliente sobre temas puntuales y clave. En ese caso se saca lo más relevante del tema y se busca

que se pueda transmitir gráficamente y a su vez que el mensaje sea bastante claro. Para eso es importante el guión ya que cuando lo lees te vas dando cuenta de que palabras funcionan y cuales no.

Lo que buscamos es que las palabras clave se puedan graficar ya sea con íconos o con algún personaje que haga alguna acción representando la palabra.

- ¿Cómo sabes que la gráfica representa correctamente la idea?

Cuando te basás en el guión y lo representás en el storyboard el cliente ve que no hay ninguna confusión de lo que interpretaste de lo escrito a lo que diseñaste.

- ¿Qué longitud consideras mejor para el contenido en un vídeo informativo para evitar que el espectador pierda interés?

Lo que siempre recomendamos es que no se pase de los dos minutos.

- ¿Consideras que la utilización de subtítulos sea ideal para el refuerzo del contenido o le roba protagonismo a la animación?

Depende. Si lleva una locución que es lo ideal intentamos utilizar textos en palabras clave, ahora si el video lo van a pasar en algunas pantallas que no llevan audio si se recomienda utilizar subtítulos o si el video también lo van a ver personas que no pueden escuchar.



- ¿Consideras que es necesario hacer una breve pausa entre segmento a explicar para que el espectador tenga tiempo de procesar la información?

Si es importante que el video tenga algunas pausas en ciertos puntos, pero siempre se recomienda que no se quede 100% estático. Es decir que alguno de los elementos que están en la pantalla siga tendiendo algún movimiento.

- ¿Consideras que la musicalización es necesaria en un vídeo informativo?

Es super importante porque ayuda a que el video sea más dinámico y llamativo para la gente que lo está viendo y escuchando en este caso. También ayuda a darle vida a la locución.

- ¿Cómo decides qué musicalización es correcta?

Depende del tema y al grupo objetivo al que va dirigido. No vas a utilizar una canción super moderna y tecnológica si el video va dirigido a niños. Es importante dedicarle el tiempo a la elección de la canción y muchas veces se comete el error de utilizar cualquiera solo para salir del paso.

- ¿Cómo defines la paleta de colores a utilizar?

Generalmente le pedimos al cliente que nos envíe su línea gráfica y a partir de eso decidimos la paleta de color, aunque el cliente solo cuente con logotipo esto nos puede servir para ver que colores utiliza.

- ¿Cómo eliges la técnica o estilo gráfico a utilizar según tu grupo objetivo?

Siempre que vamos a trabajar un video buscamos muchas referencias y armamos un archivo con diferentes estilos para que el cliente tenga opción de elegir por el estilo que quiere su video. Por ejemplo si es un video para niños buscamos un estilo bastante infantil, menos realista y no tan abstracto pero con diferentes estilos que se adapten al mismo tema.

- ¿Consideras esencial la utilización de personajes para llegar mejor al público?

Creo que es depende del tema que se va a tratar, si considerás que el personaje puede ayudarte a transmitir mejor el mensaje y va a ayudar a que el grupo objetivo se sienta mas identificado entonces lo podés utilizar. El personaje es bastante llamativo pero para lograrlo tenés que dedicarle tiempo a su animación, intentar no sacarlo a la carrera y ser bastante detallista con los movimientos que va a realizar.

- ¿Qué factores influyen en la definición de la paleta de colores a utilizar?

Como lo dije anteriormente nos basamos en la paleta de color que el cliente utiliza y vemos qué colores podemos explotar mas y cuales no. Todo se basa en la psicología del color, y buscás los colores que se adapten mas a tu tema.



- ¿Te ha tocado tratar temas sensibles como lo es la sexualidad? Si sí, ¿Qué aproximación hiciste para hacer una pieza que no desagradara u ofendiera?

No, nunca he tenido la oportunidad de trabajar un tema así, pero si me tocara hacerlo creo que intentaría no ser extremadamente gráfico. Intentar transmitir un mensaje claro e inteligente.

- ¿Has descubierto mejores formas de llevar a cabo una animación?

La mejor forma es llevar un proceso ordenado. Guión, Storyboard, Animate, Animación. Si cumpliste con todos esos pasos vas a ser mucho más productivo al momento de animar y no vas a tener confusión al momento de darle vida a los elementos que tenés en el storyboard. No intentés saltarte pasos y empezar a animar cuando no tenés un storyboard definido.

Al momento de animar llevá un proceso ordenado de escenas y elementos.

- ¿Cuáles son los errores más comunes que te han llevado hasta donde estas?

Un error que se comete bastante es decirle al cliente siempre que si. A veces te piden una animación en 4 días y cometés el error de decirle que si cuando sabés que para entregar un buen trabajo tenés que dedicarle tiempo y es importante darle a entender el cliente que una buena animación y un buen diseño lleva tiempo y pasos a seguir para que se realice correctamente.

Otro de los errores que se cometen bastante es no

ser ordenado con tus archivos. Mucha gente no le da importancia a este tema pero cuando te das cuenta perdiste un montón de tiempo en buscar layers o elementos solo por no llevar un orden y ese tiempo lo pudiste haber utilizado en avanzar más en el proyecto.

También muchas veces te acomodás a una técnica de animación que ya dominás y siempre propones hacer lo mismo. Creo que es importante explorar nuevas técnicas y no tener miedo a proponer algo diferente a lo que ya sabés hacer. No importa si todavía no sabés hacerlo, para eso están los tutoriales.



## Anexo 8. Guía de observación para caso análogo

**Nombre del proyecto:** Ebola explained

**Autor:** Kurzgesagt

**Origen y año:** Alemania, 2014

**Rama de diseño:**

- Editorial
- Publicidad
- Diseño web
- Ilustración
- Animación
- Producción audiovisual

**Grupo objetivo:**

- Jóvenes de ambos sexos
- Adultos de ambos sexos
- Niños
- Adolescentes
- Hombres
- Mujeres
- No específica

**El enfoque del proyecto es:**

- Enfermedades de transmisión sexual
- Planificación familiar
- Métodos anticonceptivos
- Otro:
- Cuidado de la salud

**El objetivo del proyecto es:**

- Crear consciencia
- Persuadir a realizar una acción
- Informar acerca de una problemática
- Identificar e informar acerca de una asociación
- Otro:

**Se implementan recursos:**

- Fotográficos
- Animados
- Ilustrados

**La representación de la imagen utilizada es:**

- Realista
- Abstracta
- Caticaturezca
- Simbólica

**Si cuenta con un medio audiovisual este es:**

- Animación
- Motion graphics
- Producción audiovisual



## Si es animación o motion graphics, utiliza el estilo:

- Stop motion
- Pixelación
- Animación tradicional
- Animación 2D o 3D
- Collage
- Montaje de fotografía

## Si es video informativo, utiliza:

- Elementos animados, tipografías y narración.
- Elementos animados y narración.
- Ilustración y narración.
- Tipografías animadas, ilustración y narración.
- Fotografías y narración.

## Si implementa texto, hace uso de tipografías:

- Serif
- Sans serif
- Manuscritas
- Display

## El tipo de paleta de color utilizada es:

- Monocromática
- Vivaz
- Cálida
- Fría
- Combinación cálidos y fríos

## El orden de prioridades en el material es:

- Comprensión, retención y atracción.
- Atracción, retención y comprensión.
- Atracción, comprensión y retención.

## Análisis del proyecto:

Ebola explained es un proyecto que consiste de un material informativo audiovisual orientado a la conscientización de un problema de salud. Este tiene un uso de colores variados que va de cálidos a fríos pero siempre vivaces. Tiene un nivel medio de abstracción y utiliza la narración como medio principal para explicar el contenido, la cual se apoya de subtítulos y globos de texto ocasionales para brindar un mejor contexto a la animación. El video tiene una duración de 5 minutos y medio y predomina la animación de vectores a la utilización de texto, así como la narración es constante pero no rápida, por lo que el autor del proyecto tenía como prioridad atraer la atención del espectador y que comprendiera el material y por último que retuviera la información.

## Anexo 9.

### Instrumento de estudio para grupo objetivo Chimaltenango:

Para la realización del estudio del grupo objetivo se realizó un entrevista a 15 mujeres de las 28 que asistieron a una de las jornadas realizadas en San Martín Jilotepeque, Chimaltenango.

Como parte de un proyecto universitario del curso "Síntesis del Diseño III" en la Universidad Rafael Landívar, se nos pide coleccionar información acerca del público al cual serán dirigidas las piezas gráficas a diseñar.

Instrucciones: lee atentamente y responde según tu propia opinión, recuerda que ninguna respuesta está mal.

\*Obligatorio

¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Actualmente está estudiando? \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Ha recibido alguna charla de educación sexual además de la de Alas? \*

- Sí  
 No

¿Sabe qué es la planificación familiar? \*

- Sí  
 No

¿Sabe qué es un método anticonceptivo? \*

- Sí  
 No

Si su respuesta fue sí, ¿Cuáles conoce? \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Cuenta con un celular con conexión a internet? \*

- Sí  
 No

¿Para qué lo utiliza más?

- Hablar por teléfono  
 Mandar mensajes  
 Redes sociales

¿Qué redes sociales tiene?

- Facebook  
 Instagram  
 Whatsapp





¿Qué red social utiliza más?

- Facebook
- Instagram
- Whatsapp
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Cuánto tiempo pasa en el celular?

- 1-2 horas
- 3-5 horas
- 6-8 horas

Observa detalladamente las siguientes imágenes y escoge la opción que sea mejor para ti:

Colores



¿Con cuál de estos grupos de colores se identificas más? \*

- a.
- b.
- c.
- d.

¿Le gustaría escuchar de los próximos eventos de Alas por medio de la redes sociales?

- Sí
- No

¿Qué letra le agrada más? \*

**a.**

La palabra texto proviene del vocablo latín *textus* que significa "tejar, entrelazar". Es una serie de enunciados unidos mediante diferentes enlaces de tipo léxico, gramatical y lógico, éstos pueden ser orales o escritos.

**b.**

La palabra texto proviene del vocablo latín *textus* que significa "tejar, entrelazar". Es una serie de enunciados unidos mediante diferentes enlaces de tipo léxico, gramatical y lógico, éstos pueden ser orales o escritos.

**c.**

La palabra texto proviene del vocablo latín *textus* que significa "tejar, entrelazar". Es una serie de enunciados unidos mediante diferentes enlaces de tipo léxico, gramatical y lógico, éstos pueden ser orales o escritos.

- a.
- b.
- c.

De 1 a 5, ¿qué tanto entendió del video 1? Siendo 1 casi nada y 5 todo \*

	1	2	3	4	5	
Casi nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Todo

¿Cree que es muy largo el vídeo? (Video 1) \*

- Sí
- No

¿Considera que el vídeo va muy rápido? (Vídeo 1) \*

- Sí
- No

¿Le interesaría ver vídeos informativos de Alas en las redes sociales? (Vídeo 1) \*

- Sí
- No
- Tal vez

## Anexo 10. Tabulación respuestas obtenidas en comprensión del grupo objetivo

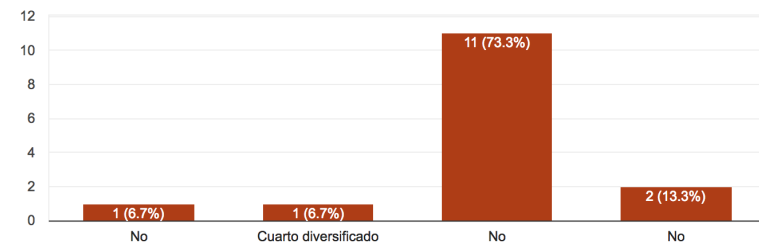
¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?

15 respuestas



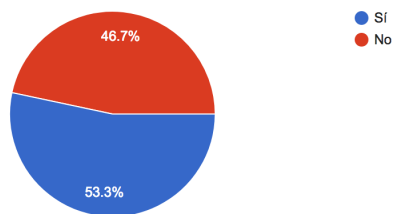
¿Actualmente está estudiando?

15 respuestas



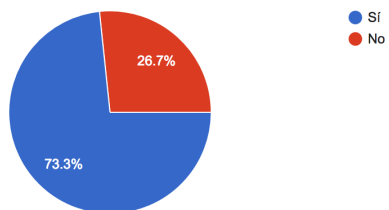
### ¿Ha recibido alguna charla de educación sexual además de la de Alas?

15 respuestas



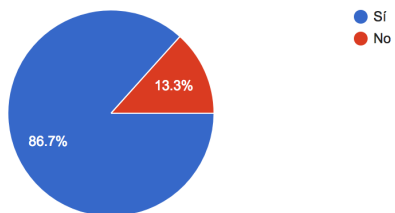
### ¿Sabe qué es la planificación familiar?

15 respuestas



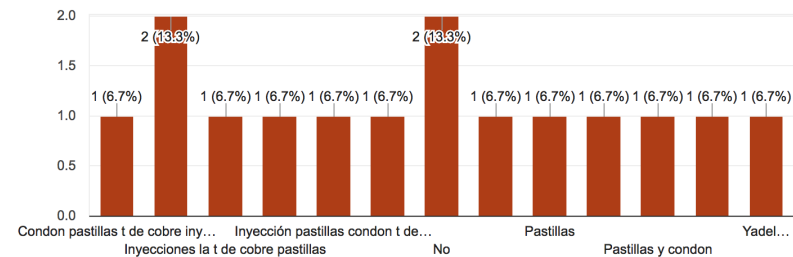
### ¿Sabe qué es un método anticonceptivo?

15 respuestas



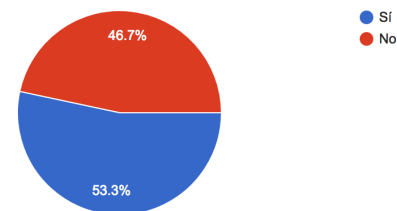
### Si su respuesta fue sí, ¿Cuáles conoce?

15 respuestas



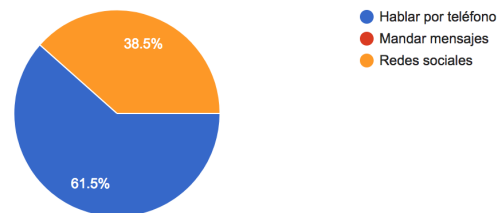
### ¿Cuenta con un celular con conexión a internet?

15 respuestas



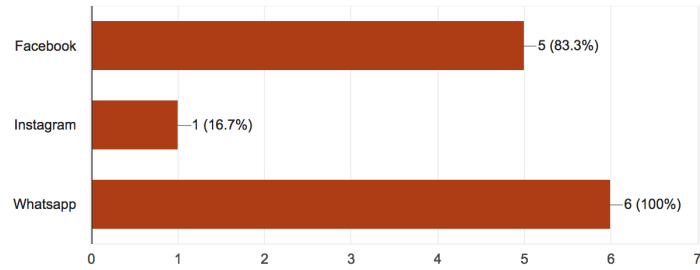
### ¿Para qué lo utiliza más?

13 respuestas



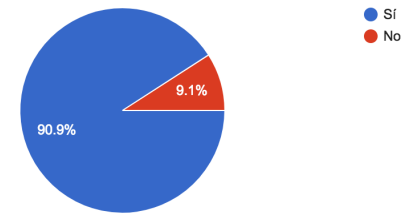
### ¿Qué redes sociales tiene?

6 responses



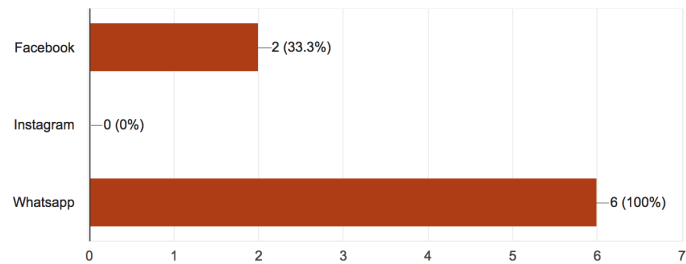
### ¿Le gustaría escuchar de los próximos eventos de Alas por medio de la redes sociales?

11 responses



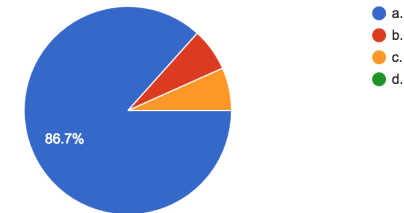
### ¿Qué red social utiliza más?

6 responses



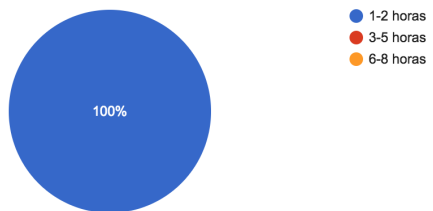
### ¿Con cuál de estos grupos de colores se identificas más?

15 responses



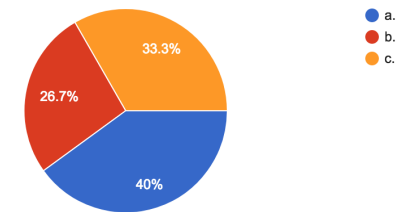
### ¿Cuánto tiempo pasa en el celular?

10 responses



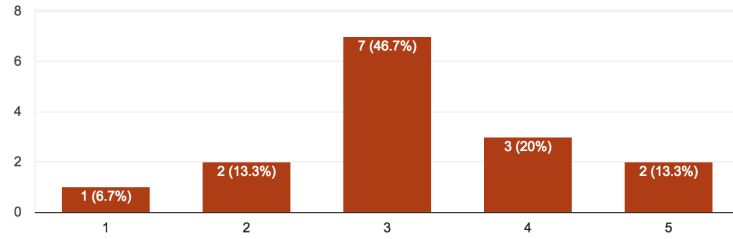
### ¿Qué letra le agrada más?

15 responses



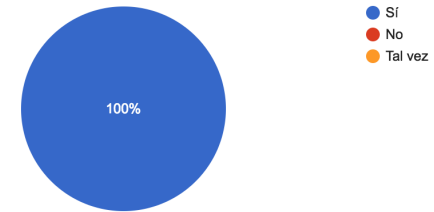
De 1 a 5, ¿qué tanto entendió del video 1? Siendo 1 casi nada y 5 todo

15 responses



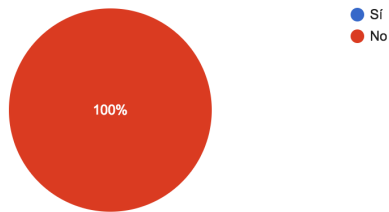
¿Le interesaría ver vídeos informativos de Alas en las redes sociales? (Video 1)

15 responses



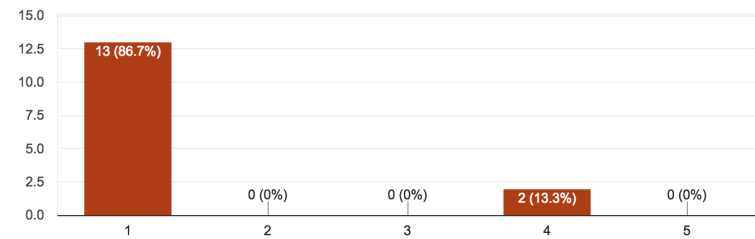
¿Cree que es muy largo el vídeo? (Video 1)

15 responses



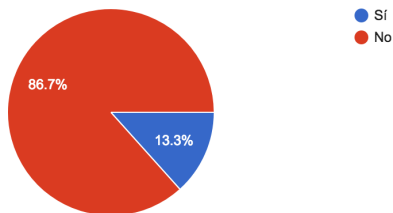
De 1 a 5, ¿que tanto entendió del video 2? Siendo 1 casi nada y 5 todo

15 responses



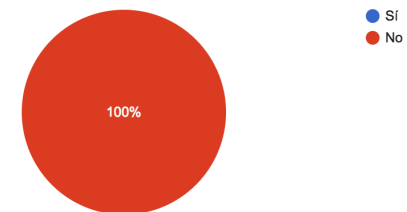
¿Considera que el vídeo va muy rápido? (Video 1)

15 responses



¿Cree que es muy largo el vídeo? (Video 2)

15 responses

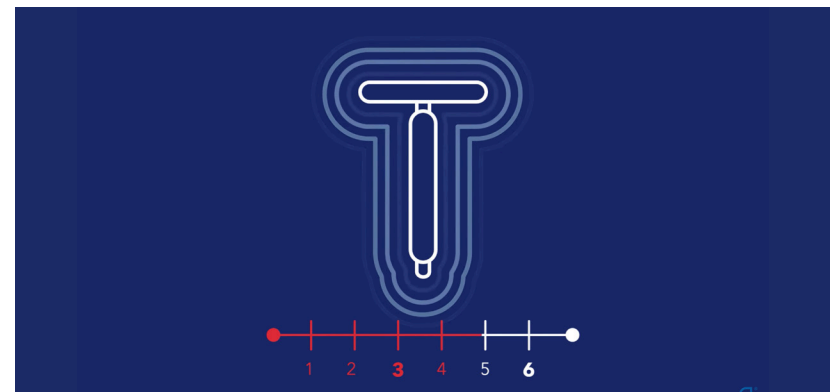
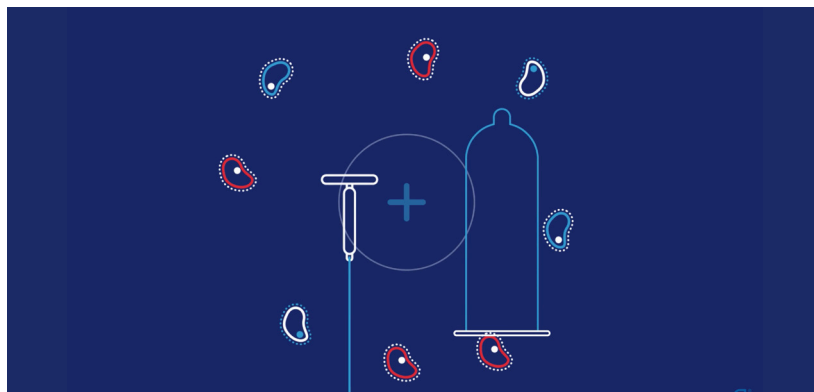
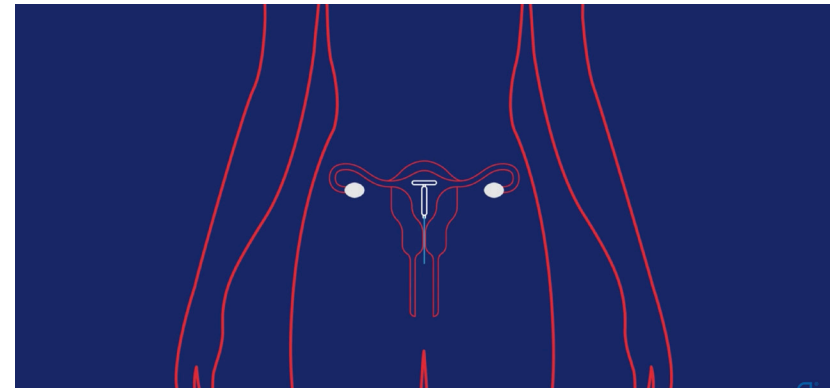


# Anexo 11.

## Frames de vídeos para estudio de grupo objetivo

Se muestran frames y links de los dos vídeos utilizados para evaluar el nivel de comprensión y la percepción visual del grupo objetivo.

- ¿Qué es el DIU? por Planned Parenthood:  
<https://www.youtube.com/watch?v=oeVfAhfv0tw>



- Asociación PASMO por la Asociación PASMO:  
<https://www.youtube.com/watch?v=Q5Q32fTNWhc>



## Anexo 12.

### Instrumento de estudio para grupo objetivo: Sacatepequez

Como parte del Proyecto de Graduación, en la Universidad Rafael Landívar, se nos pide coleccionar información acerca del público para quién serán desarrolladas las piezas gráficas.

#### ¿Cuántos años tiene?

#### Suele ir al doctor cuando...

- Comienza a sentir malestares
- Cuando está enfermo
- Como hábito de prevención

#### ¿Cuántas veces acostumbra ir al doctor?

- 1 a 2 veces al año
- 3 a 5 veces al año
- 6 ó más veces al año
- Ni una vez al año

#### ¿Ha escuchado acerca de la planificación familiar?

- Si
- No

#### La planificación familiar es...

- Cuando una familia hace planes de vacaciones.
- Calcular el presupuesto anual de la familia.
- Realizar planes de vivienda como familiar.
- Es el uso de métodos anticonceptivos para tener control sobre la reproducción.

#### ¿Ha recibido alguna charla de educación sexual?

- Si
- No

#### ¿Donde recibió las charlas de educación sexual?

- Escuela
- Familia
- Asociaciones
- Hospital

#### ¿Sabe qué son los métodos anticonceptivos?

#### ¿Cuáles de los siguientes métodos anticonceptivos conoce?

- Jadelle
- DIU
- Ligadura de trompas
- Condón
- Parche anticonceptivo
- Vasectomía
- T de cobre
- Pastillas anticonceptivas






¿Cuáles de las siguientes imágenes le parece más agradable y más comprensible?

- Realista
- Intermedio
- Abstracta



# Anexo 13. Storyboard Vasectomía

01. Estar seguro de no tener más hijos: Irreversible




Logo de Introducción de Alas y nombre principal Operaciones / Vasectomía, con una o más bebés que se multiplican y se interrumpe la multiplicación con la operación del símbolo.

03. NO es una castración, NO afecta los testículos NI la capacidad sexual



Desaparecen los testículos y luego aparece el símbolo de negación sobre ellos para resaltar que no serán removidos.

02. Es una cirugía definitiva e irreversible



Aparece un candado el cual se cerrará haciendo énfasis en que es una cirugía irreversible.

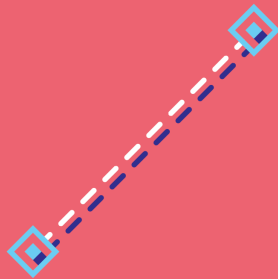
04. Anestesia local



Se muestra cómo se inyecta la anestesia tan solo en el área a operar.

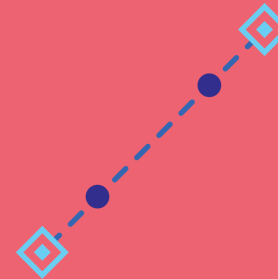


05. 1 o 2 incisiones en piel de los testículos



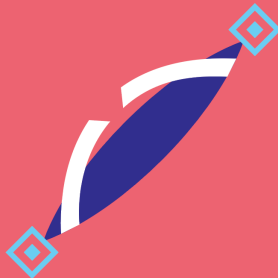
Se realiza un zoom al escroto del cuadro anterior, haciéndolo el fondo, sale una línea punteada con cuadros que muestran la incisión a realizar.

07. 1 o 2 puntos solamente, que se caen solos con el tiempo



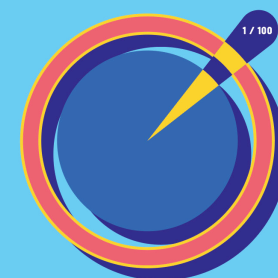
Se cierra la abertura y se muestran los puntos a aplicar.

06. Se cortan y ligan los conductos deferentes



Se muestra el conducto deferente y cómo se corta y bloquea.

08. Muy efectivo, falla en menos de 1 de cada 100



Se forma un círculo y luego un contorno que no llegan al 100% reforzando la narración que es muy efectiva la vasectomía.

09. Efectiva hasta después de 3 meses



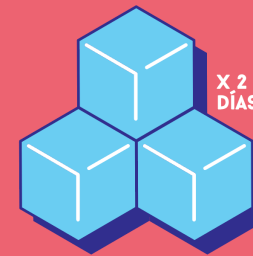
Se muestra cómo se van completando los meses en calendarios que aparecerán secuencialmente.

10. Se recomienda usar otro método anticonceptivo durante esos 3 meses



Se forma de 0 el condón y su envoltorio.

11. Hielo x 2 días



Se forman los hielos y aparece "x2 días".

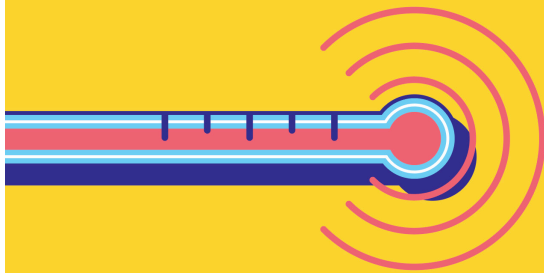
12. Tomar analgésico/antiinflamatorio x 3 días (proporcionadas)



Se forma una píldora de la cual salen otras dos que se mantienen rotando al rededor de "x3 días".

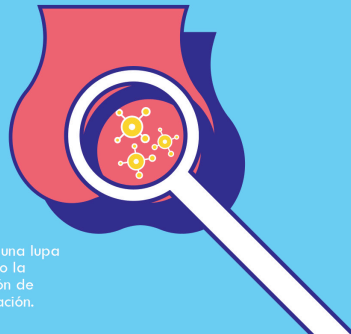


13. Consultar a Alas si hay fiebre, mucho dolor



Aparece un termómetro que se irá calentando progresivamente y al llegar al tope comienza a emitir ondas de calor.

14. o signos de infección



El termómetro gira y se convierte en una lupa que revela una infección, concluyendo la animación y pasando a la información de contacto de alas o la siguiente animación.

## Anexo 14.

### Base de Datos del Grupo objetivo de la Asociación Alas

La asociación compartió la siguiente base de datos que forma parte de su reporte anual del 2017. Dicha información comprende datos del mujeres atendidas en las jornada de salud reproductiva entre enero y octubre.

Perfil general de usuarias.		
	Total	% de usuarias
<b>Age groups</b>		
<b>Under 14</b>	<b>1</b>	<b>0%</b>
<b>14</b>	<b>5</b>	<b>0%</b>
15-18	471	9%
19-24	1,614	30%
25-34	2,444	45%
35+	876	16%
Unknown	11	0%
<b>Number of living children</b>		
<b>0</b>	<b>212</b>	<b>4%</b>
1-2	2,346	39%
3-4	1,082	18%
5+	458	8%
Unknown	1,324	
<b>Ethnicity</b>		
Indigenous	2,798	52%
Non Indigenous	991	18%
Indeterminate	1,633	30%

Education		
None	1,073	20%
Primary incomplete	458	8%
Primary complete	417	8%
Secondary incomplete	238	4%
Secondary complete	274	5%
High or plus	659	12%
Literate	1,177	22%
Unknown	1,126	21%
<b>Residence</b>		
Urban	350	6%
Rural	5,072	94%



# Anexo 15.

## Reporte anual 2016

La asociación compartió la siguiente base de datos que forma parte de su reporte anual del 2017. Dicha información comprende datos del mujeres atendidas en las jornada de salud reproductiva entre enero y octubre.



IT ALL BEGINS WITH REPRODUCTIVE RIGHTS  
**WINGS 2016 ANNUAL REPORT**

### WORDS FROM OUR LEADERS

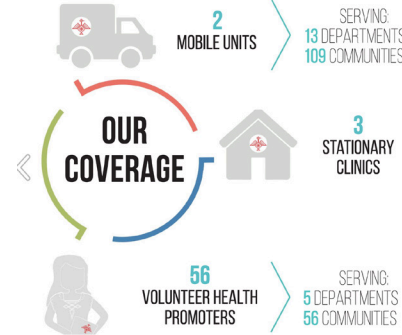
Dear Friends,  
 2016 was a year of accomplishments at WINGS. We increased the efficiency of our programs while growing the number of clinics we serve, always focusing on our goal of reaching underserved individuals in rural Guatemala with needed reproductive health services. Despite challenges, we grew our impact by concentrating our efforts on education, and particularly by providing counseling using the LARCS (long-acting reversible contraceptive) that methodology. As well as continuing our work at established stationary clinics in Sanja and Cobán, we expanded our mobile unit services by installing the isolated and poor 1st Region of Quiché in our service area. Lastly, we signed agreements with additional hospitals to allow us to expand our surgical services to communities in Suchitupé, Retalhuleu and Sanaratepé.  
 One of the most exciting accomplishments we saw in 2016 was the 42% increase from 2015 in the number of adolescents using a LARCS, from 288 to 355. We believe that we have the tools to positively influence the youth we serve and we could not be more proud of our success. This achievement speaks highly of our 40 Youth Leaders, who reached almost 9,200 of their peers with well-designed youth-friendly education programs. Every year we see small shifts in Guatemalan attitudes and behaviors that result in especially great attitudes toward gender equality. Our Youth Leaders demonstrate a willingness to address reproductive health in an honest way that is at times unexpected and always appreciated.

Recent studies reveal that Guatemala continues to experience increases in adolescent pregnancy and maintains a high level of child malnutrition. The gap between rich and poor continues to grow as the population under age 15 booms, with indigenous communities in Guatemala experiencing the burden of malnutrition and hunger more acutely than non-indigenous counterparts. Women and girls continue to experience patriarchy and cultural norms that limit their autonomy in decision-making with regard to contraception use. However—at the same time—more adults express the desire to have smaller families and the government is beginning to provide some contraceptive resources to its citizens on a reliable basis. WINGS remains positive in our outlook for the future, with the knowledge that true change takes time and patience.

WINGS has not received any government funding since 2015, neither from the US nor Guatemalan governments. While support from foundations remains steadfast, 2016 was the first year we did not meet our fundraising goals from individual donors. As the US political climate shifted, we have observed that a great number of donors have chosen to focus their gifts on projects closer to home. While we understand this trend, we plan to re-engage these donors and identify new ones to support our critical reproductive health work in Guatemala.

In 2016, on a budget of \$836,227, WINGS reached 27,771 Guatemalan youth, women and men with vital sexual and reproductive health services. In this report, you will read compelling first-hand accounts from our patients, detailing how their lives have been impacted by our services. We hope you are moved to join us in our efforts to support the reproductive rights of youth, women and men in Guatemala and will share the news about WINGS' success with others.

With much sincere gratitude,  
 Holly Myers, President of the Board of Directors  
 Rodrigo Barrios, Executive Director



### SERVICE PROVISION

TOTAL PATIENTS ATTENDED BY OUR MOBILE AND STATIONARY CLINICS  
**6,642**

PROFILE OF OUR PATIENTS  
 25 14 YOUNGEST PATIENT / 47 OLDEST PATIENT / AVERAGE AGE OF OUR CONTRACEPTIVE METHODS PATIENTS  
 31 18 YOUNGEST PATIENT / 62 OLDEST PATIENT / AVERAGE AGE OF OUR VOLUNTARY SURGICAL CONTRACEPTION PATIENTS  
 3 0 MINIMUM NUMBER OF CHILDREN / 11 MAXIMUM NUMBER OF CHILDREN / AVERAGE NUMBER OF CHILDREN FOR OUR CONTRACEPTIVE METHODS PATIENTS  
 4 0 MINIMUM NUMBER OF CHILDREN / 10 MAXIMUM NUMBER OF CHILDREN / AVERAGE NUMBER OF CHILDREN FOR OUR VOLUNTARY SURGICAL CONTRACEPTION PATIENTS

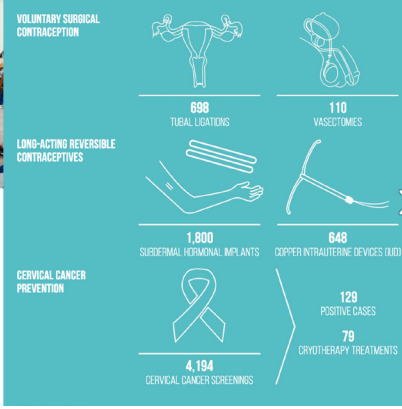


### ABOUT WINGS

Founded in 2001, WINGS provides quality reproductive health education and services to underserved, primarily rural Guatemalan youth, women and men. We take a holistic approach to reproductive health that recognizes the diverse barriers to exercising rights of the local level and engages community members, including indigenous women and girls, to secure reproductive rights and bring their voices to the forefront of the decision-making process. Working in 13 predominantly rural, indigenous, and low-income provinces in Guatemala, we provide education and services through a network of youth leaders, local contraception promoters, two mobile units, and two stationary clinics.

### OUR IMPACT

**27,771** WOMEN, MEN, AND YOUTH REACHED THROUGH SEXUAL AND REPRODUCTIVE HEALTH INFORMATION AND SERVICES  
**10,146** UNINTENDED PREGNANCIES PREVENTED / 21% INCREASE FROM 2015  
**56** CHILD DEATHS PREVENTED / 28% INCREASE FROM 2015  
**4** MATERNAL DEATHS PREVENTED

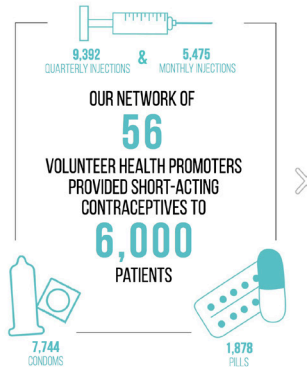


Asociación Alas / estrategia E

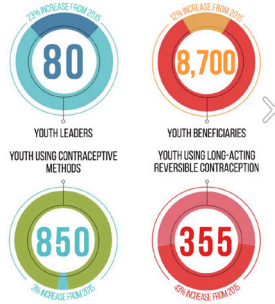




## VOLUNTEER PROMOTER NETWORK



## YOUTH PEER EDUCATION PROGRAM



## THANK YOU

To the **483 individuals and organizations** around the world who made generous financial contributions to support our work;

To the **22 WINGS Sustainers** that chose to give monthly;

To the **192 new supporters** who have joined our cause; and

To the **countless advocates, allies, and volunteers** who believe in the power of reproductive rights to transform lives and make the effort to spread the word about WINGS.

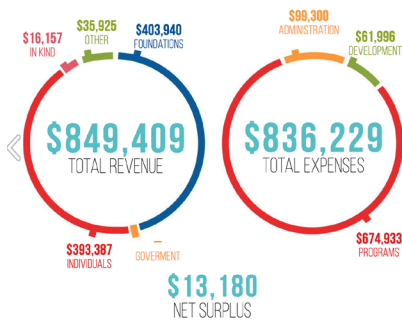
**GUATEMALA**  
 9a Calle Poniente No. 17  
 Residenciales El Rosario No. 3  
 La Antigua, Guatemala  
 +(502) 7832-5130

[www.wingsgate.org](http://www.wingsgate.org)  
[info@wingsgate.org](mailto:info@wingsgate.org)

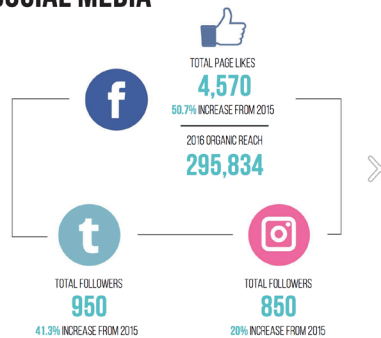
**USA**  
 1043 Grand Ave #299  
 St. Paul, MN 55105  
 +(1)415 230-0441



## FINANCIAL RESULTS



## SOCIAL MEDIA





## Anexo 16.

### Instrumento experto en diseño

Como parte del proyecto de graduación en la Universidad Rafael Landívar, se nos requiere realizar validaciones de las piezas realizadas con el fin de mejorar la propuesta.

Cliente: Alas de Guatemala

Es una asociación no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

Cuentan con sedes en el interior del país, en Alta Verapaz, Sololá y Petén, además de la sede principal en los Estados Unidos.

En las jornadas de operaciones y métodos que brindan, carecen de un medio visual del cual puedan apoyarse por lo que se decidió realizar una serie de vídeos informativos en base al concepto “Corriente de Vitalidad Circunspecta”. Los vídeos tratan los métodos anticonceptivos y de planeación familiar principales que implementan en Alas siendo Vasectomía, Laparoscopia, DIU y Jadelle.

Muestra de vídeos

¿Relaciona la animación con la frase: Corriente de

Vitalidad Circunspecta? ¿Cómo cree está presente en las piezas?

¿Cómo describiría la representación/graficación del contenido?

¿Agregaría elementos para explicar mejor el contenido? Si la respuesta fue si, ¿cuáles serían?

¿Diría que el uso de color es funcional o inapropiado para el tema? ¿Por qué?

¿Considera que el personaje transmite una imagen general o acertada del grupo objetivo?

¿Cree necesaria la utilización de un personaje para que el grupo objetivo se identifique con el mismo y haga más efectiva la comprensión?

¿El desarrollo del contenido del vídeo sigue una secuencia coherente? Explicar el por qué de su respuesta.

Comentario general:



## Anexo 17.

### Instrumento experto en diseño

**Luis Pinto**

Como parte del proyecto de graduación en la Universidad Rafael Landívar, se nos requiere realizar validaciones de las piezas realizadas con el fin de mejorar la propuesta.

Cliente: Alas de Guatemala

Es una asociación no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

Cuentan con sedes en el interior del país, en Alta Verapaz, Sololá y Petén, además de la sede principal en los Estados Unidos.

En las jornadas de operaciones y métodos que brindan, carecen de un medio visual del cual puedan apoyarse por lo que se decidió realizar una serie de videos informativos en base al concepto “Corriente de Vitalidad Circunspecta”. Los videos tratan los métodos anticonceptivos y de planeación familiar principales que implementan en Alas siendo Vasectomía, Laparoscopia, DIU y Jadelle.

Muestra de videos

¿Relaciona la animación con la frase: Corriente de Vitalidad Circunspecta? ¿Cómo cree está presente en las piezas?

- Sí, yo de las tres palabras, las que más tal vez evidencio es corriente y vitalidad, circunspecto si lo puedo ver en ciertos momentos. Se me hace que es un concepto bastante graficable, sobretodo porque manejas una coherencia en la animaciones, ósea tienen una función infográfica todo el tiempo y que de alguna manera, al momento de hablar de corrientes, podemos relacionar desde menstruación, sangre, todo lo que es flujos o fluidos inclusive; es algo que me gusta como funciona, es bastante objetivo. Vitalidad estamos hablando desde la vida humana, estamos hablando de la sexualidad, estamos hablando del momento de concebir, funciona. La parte circunspecta, hasta es conceptualmente todo lo que es salud, todo lo que es algo clínico.

¿Cómo describiría la representación/graficación del contenido?

- Es bastante objetivo, yo creo que no satura de información en ningún momento. Yo creo que la mayoría del tiempo la gráfica cumple mucho con tratar de explicar lo más que se puede una instrucción o una explicación. El éxito, tal vez del video, radica mucho en la narración. Es decir, no estamos perdiendo el tiempo en leer que creo que es algo que al final, no es que sea algo malo, simplemente como es un material que es de rápida asimilación,



el no poner texto y agarrar un VoiceOver, ayuda mucho a que el material sea bastante rápido de digerir, sobretodo si estamos hablando de que lo vas a presentar a muchas personas y no solamente a un usuario.

¿Agregaría elementos para explicar mejor el contenido? Si la respuesta fue si, ¿cuáles serían?

- De lo que yo veo solamente sería de ver el contexto social de a quién se le va a dar el contenido, saber si por ejemplo cuando agarramos, en este caso, personajes que de alguna manera abriendo el ejemplo hacia un poblado o hacia un tipo de persona de cierta región si realmente la gente genera pertenencia con el material o es más bien solamente apreciar el gráfico solamente apreciar el gráfico y no tener una relación directa con el material, es decir, cómo reaccionaría el material. De ahí, la manera como se presenta, el estilo visual me encanta, creo que va muy bien al nivel del concepto que manejaste. Es bastante dinámico, se hacen apartados por color, habla de diferentes temas, creo que lo sutil y lo retórico de la gráfica ayuda mucho a que sea un contenido fácil de digerir, en ningún momento sientes algo grotesco o de mal gusto gráficamente para el público.

¿Diría que el uso de color es funcional o inapropiado para el tema? ¿Por qué?

- Sí, yo creo que se relaciona mucho a lo que estábamos platicando, el color está suficientemente bien estudiado, no ofende ni distrae del contenido que se está dando, pero tiene que ver mucho también por la abstracción gráfica que haces, el hecho de no saturar lo que es la manera de presentar cada tema y que mantiene una armonía visual hace que realmente fluya la animación.

¿Considera que el personaje transmite una imagen general o acertada del grupo objetivo?

- Sí se puede relacionar y al mismo tiempo, si habría que hacer realmente el testeo y la pregunta de saber si hay precisamente esa pertenencia, es decir, ¿esos atributos gráficos, físicos ayudan a que realmente las mujeres se sientan identificadas? ¿se podría poner en una abstracción un poco mayor? ¿es necesario agregar caras? ¿es necesario en algún momento ciertos detalles? Todo ese tipo de cosas pesa. Al final, si estamos hablando de un pueblo, lo ideal es ver si alguien de Quiché o alguien de Quetzaltenango se puede sentir cómodo o pertenecido al material es muy importante y si es necesario en algún momento esa parte de ver los detalles del telar, cosas que a veces uno puede obviar pero en cierta región de Panajachel o Patzún, hay una cierta pertenencia y puede ser que eso ayude, tal vez la personalización en algún momento, de este mismo visual pero con ciertos elementos que sean propios del lugar, para generar todavía más pertenencia al contenido.



¿Cree necesaria la utilización de un personaje para que el grupo objetivo se identifique con el mismo y haga más efectiva la comprensión?

– Considero que en cualquier momento cuando se genera cualquier visual que represente una especie gráfico humanoide, o sea, todo lo humanizamos, el ser humano tiende a humanizar cualquier cosa hasta a los perros. Creo que sí funciona que aparezca en algún momento esta cuestión de que le pertenece este material a las personas y es para las personas. Lo único que evaluaría sería el nivel de abstracción de ese humanoide, ¿es necesario agregarle muchos atributos? ¿es necesario tan solo los suficientes para que se entienda que es una personas?. Lo estoy hablando desde la parte iconográfica, es decir, cuando hablamos de señalética, vemos construcciones humanidades que no necesariamente tiene un nivel de abstracción bajo y esto realmente sí se relacionaría muy bien al estilo visual que ya vas manejando, solo es de evaluar si realmente es adecuado.

¿El desarrollo del contenido del vídeo sigue una secuencia coherente? Explicar el por qué de su respuesta.

Sí. Considero que es efectivo, porque la animación aparte de que va muy ligada conceptualmente a este tema de corrientes, volvemos al tema de la manera de presentar la información es completamente visual en su mayoría, tal vez solamente en algunos momentos aparecen títulos para hacer un enunciado de lo que sucede pero creo que un 50% lo realiza el VoiceOver

y eso le da una efectividad inmediata al material que precisamente, creo que la secuencia no tendría coherencia o sería muy lenta si tuviéramos que estar leyendo constantemente, entonces por ese lado, sí considero que tu contenido tiene una secuencia bastante fluida y bastante coherente.

Comentario general:

Es una pieza que se necesita bastante, sobretodo que muchas veces por la carencia que existe de generar puentes donde la educación media no permite dos idiomas guatemaltecos, creo que este tipo de materiales, siendo vídeos que al mismo tiempo funcionan como un material instructivo-infográfico, hace que sea la información más rápida de digerir y que en dado caso, una observación que daría, es si sería necesario cambiar ciertos títulos a la lengua de esas personas, yo lo vería coherente, todavía más efectivo, para que realmente la gente pueda entender completamente lo que se está narrando, inclusive la narración.



## Anexo 18.

### Instrumento experto en diseño

#### Juan Manuel

Como parte del proyecto de graduación en la Universidad Rafael Landívar, se nos requiere realizar validaciones de las piezas realizadas con el fin de mejorar la propuesta.

Cliente: Alas de Guatemala

Es una asociación no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

Cuentan con sedes en el interior del país, en Alta Verapaz, Sololá y Petén, además de la sede principal en los Estados Unidos.

En las jornadas de operaciones y métodos que brindan, carecen de un medio visual del cual puedan apoyarse por lo que se decidió realizar una serie de videos informativos en base al concepto “Corriente de Vitalidad Circumspecta”. Los videos tratan los métodos anticonceptivos y de planeación familiar principales que implementan en Alas siendo Vasectomía, Laparoscopia, DIU y Jadelle.

Muestra de videos

¿Relaciona la animación con la frase: Corriente de Vitalidad Circumspecta? ¿Cómo cree está presente en las piezas?

- Sí se ve, creo que es evidente en la fluidez de la animación, cómo están construidas las gráficas, sumado con la locución, cómo vas contando cada una de las partes de una manera sutil pero fluida y no tienen una saturación de imagen, es lo justo, a la hora de que muestras por ejemplo la planificación familiar, hay un órgano reproductor solo muestras eso, no utilizas textura entonces creo que mantienes esa simpleza en la línea gráfica.

¿Cómo describiría la representación/graficación del contenido?

- Es algo minimalista, la forma en la que están contruidos los personajes de alguna manera lo identifico con tu estilo. Creo que responde a la tendencia de ilustración actual que de alguna manera el simple y lineal, manteniendo los detalles justos para lograr comunicar el mensaje. Pensando en el objetivo siendo que personas del interior entiendan o comprendan luego de la plática, creo que si son gráficas que se entienden por esa misma simplicidad, porque no estas saturando ni el mensaje ni las gráficas entonces es un mensaje bastante directo, sencillo y bastante fácil de asimilar.

¿Agregaría elementos para explicar mejor el contenido? Si la respuesta fue si, ¿cuáles serían?

- Creo que es bastante puntual. Digamos desconozco toda la gama de métodos anticonceptivos que utilizan en el interior, pero al menos el que vi que habla de la T de cobre, es bastante puntual, tiene lo justo



que debería de tener, creo que resuelve las dudas preliminares o las dudas generales que puede tener cualquier persona sobre esto. Creo que es muy puntual, directo y va al grano. Si esto es el cierre, creo que pueden terminar de aterrizar las ideas que tienen del taller o conferencia que tuvieron.

¿Diría que el uso de color es funcional o inapropiado para el tema? ¿Por qué?

– Honestamente me pareció interesante que no son quizá los colores más tradicionales para hablar del tema, porque abris con un color rojo o corito que es el de la fundación, utilizas unas mezclas que contrastan como el verde y rosado, que digamos si te metes a un material de Pasmó, que podría ser un referente que también trabaja en este tipo de campañas, utilizan muchos colores pastel, mucho rosado, entonces me pareció interesante cómo trataste de generar cierto contraste con diferentes colores que sí logran tener esa atención y te permite identificar cada pieza con lo que es, con lo que va diciendo la locución. Esa selección de paleta de color me parece interesante y diferente a lo que quizá estos materiales están acostumbrados, pues si es algo que tiene que ver con la parte femenina se van a colores pasteles, rosados algo muy suave pero la paleta que elegiste creo que genera cierto contraste que puede llegar a ser es impacto que buscas en las personas.

¿Considera que el personaje transmite una imagen general o acertada del grupo objetivo?

– Con la parte de la identificación del personaje con el grupo objetivo, creo que todavía podrías explorar un poco más en el huipil, que entiendo que te fuiste bastante a lo básico, a lo sencillo, sin embargo habría que indagar un poquito más o aplicarle algunos detalles incluso de color en la falda así como lo hiciste por acá, porque al rato solo cuadrícula se podría quizá con un uniforme escolar, puede haber una escuela pública que tenga estos colores. Creo que un leve exploración podría ser. Como estás utilizando verde, por qué no hacer la t-shirt del niño verde y acá puedes generar un poco más de contraste, creo que ya tienes la paleta de colores definida, tal vez sería de explorar la combinación de los colores y agregar más detalle porque acuérdate que el huipil es un elemento muy representativo de tu grupo objetivo y si alguien lo identifica como es una falda de colegio sería de evaluar e indagar para que no tengas ningún tipo de problema.

¿Cree necesaria la utilización de un personaje para que el grupo objetivo se identifique con el mismo y haga más efectiva la comprensión?

– Creo que totalmente. Sí es importante que lo identifiquen, sobretodo la forma de asimilar la información de ese nivel de complejidad para las personas del interior de alguna manera es un tema que aún es tabú, entonces creo que si es importante que ellos logren identificar a un nivel visual que lo que estas contando que pasa y cómo complementar este tipo de métodos, que ellos identifiquen que



pueden ser ellos. Creo que darle el toque de un personaje te ayuda acercarte de alguna manera más cálida y agradable a tu grupo objetivo, a que prescindieras de eso y que solo fuera texto creo que todavía ellos no se sentirían parte de la historia que estas contando así que creo que es importante que haya un personaje y que sobretodo se identifiquen.

¿El desarrollo del contenido del vídeo sigue una secuencia coherente? Explicar el por qué de su respuesta.

- Sí. Creo que gran parte de lo que te ayuda a que tenga una secuencia coherente es la locución porque entre eso de alguna manera te va guiando y vas observando parte de lo que vas diciendo y eso termina de darte una secuencia coherente. Tal vez no en la parte gráfica pero si ver el tema de dicción de la persona que está locutando, terminar de afinar que sí tengas un buen sonido.

Comentario general:

Ahorita que te estaba diciendo eso, se me ocurre si tenías contemplado una versión sin audio porque que tal si llegan a un lugar donde no tienen bocinas. En general lo que me presentas creo que es algo funcional, creo que para tus habilidades es algo bastante realizable, está bien hecho.



## Anexo 19.

### Instrumento experto en tema

#### Alberto Guigui

Como parte del proyecto de graduación en la Universidad Rafael Landívar, se nos requiere realizar validaciones de las piezas realizadas con el fin de mejorar la propuesta.

Cliente: Alas de Guatemala

Es una asociación no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

Cuentan con sedes en el interior del país, en Alta Verapaz, Sololá y Petén, además de la sede principal en los Estados Unidos.

En las jornadas de operaciones y métodos que brindan, carecen de un medio visual del cual puedan apoyarse por lo que se decidió realizar una serie de vídeos informativos en base al concepto “Corriente de Vitalidad Circumspecta”. Los vídeos tratan los métodos anticonceptivos y de planeación familiar principales que implementan en Alas siendo Vasectomía, Laparoscopia, DIU y Jadelle.

Muestra de vídeos

Cómo describiría la representación del contenido?  
Es bastante simple pero entendible, puede generar identificación de parte cualquier persona. (Que sean cortos es muy bueno), genera mayor atención.

¿Diría que el uso de color es funcional o inapropiado para el tema? ¿Por qué?

- El que se utilice el color rojo invita de cierta forma desde la psicología a hablar sobre temas pasionales o temas sexuales entonces te prepara para lo que vas a ver. Si hubiera sido otro color creo que no se hubiese tenido tanto impacto como el rojo que es un color muy sexual.

¿Haría algún cambio para que se comprenda mejor el contenido? ¿Cuáles serían?

- No, no haría ningún cambio porque está lo suficientemente corto para que se entienda pero con la información necesaria para alguien que no está letrado, que no está inmerso en este tema; entonces al ser muy visual y no chocante, ayuda a comprenderlo, yo creo que eso es algo muy importante por lo que no haría ningún cambio.

¿Considera que el personaje transmite una imagen general o acertada de mujeres de escasos recursos que residen en áreas rurales? Explicar el por qué de su respuesta.

- Sonaré un poco discriminados pero sí, porque hiciste ver dentro de tu trabajo a una mujer del área rural con el tono de piel, el traje, que aquí en la capital para los antropólogos eso podría generar problema





pero como no es tu público objetivo, no es tu “target” creo que le dicen en tu carrera, no es el público al que te piensas dirigir yo creo que no es tan chocante, al contrario podría generar un poco más de identificación porque no es lo mismo que pongas una niña rubia con ojos azules que no les vaya a decir nada porque eso no los representa.

¿Cree necesaria la utilización de un personaje para que el grupo objetivo se identifique con el mismo y haga más efectiva la comprensión? Explicar el por qué de su respuesta.

- Yo creo que sí. Yo creo que todo ser humano por naturaleza necesita identificarse con algo o con alguien, si no no tuvieran tanto éxito ciertos grupos musicales o ciertos personajes particulares, yo me identifico con este y genero gregarismo porque este se viste igual que yo, tiene las mismas costumbres o hábitos que yo, entonces de cierta forma se generan esos pequeños guetos. Al tener vos una imagen representativa te vas a afianzar porque vas a decir “ok, esta persona o esta imagen o esta gráfica me dice algo porque yo la entiendo y porque es como yo”. Eso es lo importante, generar ese ámbito tanto en el espectro masculino como en el femenino.

¿El desarrollo del contenido del vídeo sigue una secuencia lógica que facilita la comprensión del tema?

¿Por qué?

- Sí, yo creo que partimos de lo micro para lo macro. Es decir, partimos desde el tema de formación y educación sexual para ver y conocer el cuidado que debemos tener en ese ámbito de vida. Por ejemplo, la utilización de un método anticonceptivo, antes de

entender el por qué utilizarlo, voy entender cual es la razón que me va a llevar a... entonces tengo un objetivo claro, por lo tanto tengo una actividad que va amarrada a ese objetivo, entonces al decir ¿quieres tener más hijos? No, lo lógico es decir como me voy a cuidar para. Creo que es algo muy lógico y es la secuencia natural del aprendizaje.

Comentario general:

- Yo considero que en un ámbito tan conservador como Guatemala, un ámbito en el cual el tema sexual se convierte en un tabú, en el cual es mejor callar, en el cual obviar, en el cual es mejor no decir, creo que este tipo de información es necesaria para que la gente sepa cómo cuidarse, uno, dos, sepa como funciona su cuerpo y tres, sepa de cierta forma que hay otras posibilidades para tener una vida sexual sana y que no es chocante, y que no es retador ante esta misma sociedad. Lo digo sobretodo porque hablar de métodos anticonceptivos puede ser contraproducente en un mercado o en un ámbito en el cual la gente rechaza ese cuidado aduciendo una idea místico-religiosa muy insana, dicho sea de paso, y que no invita a la salud integral. Creo que este tipo de trabajos genera espacios no amarillistas del trato de la educación sexual y de la necesidad de la misma también.

# Anexo 20.

## Instrumento de validación.

### Validación Expertos en Diseño

Como parte de un proyecto universitario del curso "Síntesis del Diseño III" en la Universidad Rafael Landívar, realizar validaciones de las piezas realizadas con el fin de mejorar la propuesta.

Cliente: Alas de Guatemala

Es una asociación no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

Cuentan con sedes en el interior del país, en Alta Verapaz, Sololá y Petén, además de la sede principal en los Estados Unidos.

En las jornadas de salud reproductiva que brindan carecen de un medio visual del cual puedan apoyarse por lo que se decidió realizar una serie de vídeos informativos que tratarán los métodos anticonceptivos y de planeación familiar principales que implementan en Alas siendo Vasectomía y Laparoscopia.

Instrucciones: mira la animación del link y luego lee atentamente y responde según tu propia opinión.

Link: <https://vimeo.com/243244506>

**\*Obligatorio**

Relaciona la animación con la frase: Sobrio Movimiento de Vitalidad \*

- Sí
- No

¿Por qué?

Tu respuesta

Considera que los vídeos informativos están dirigidos a: \*

- Personas de 10 a 15 años.
- Personas de 16 a 25 años.
- Personas de 26 a 35 años.
- Personas de 36 a 45 años.

De 1 a 5, siendo 1 casi nada y 5 todo ¿qué tanto entendió el vídeo? \*

	1	2	3	4	5	
Casi nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Todo

¿Por qué?

Tu respuesta

¿El desarrollo del contenido del vídeo sigue una secuencia coherente? \*

- Sí
- No



¿Los gráficos tienen congruencia con lo que se está narrando? \*

- Sí
- No

¿Por qué?

Tu respuesta

---

La paleta de color utilizada es:

- Apropiaada
- Poco atractiva
- Funcional
- Inapropiaada para el tema

La longitud del video lo hace: \*

- Tedioso
- Comprensible
- Difícil de entender

¿El vídeo logra captar y mantener su atención? \*

- Sí
- No

¿Por qué?

Tu respuesta

---

¿Agregaría elementos para explicar mejor el contenido? \*

- Sí
- No

Si su respuesta fue sí, ¿Cuáles serían?

Tu respuesta

---

El movimiento de cada animación es:

- Fluido
- Pausado
- Lento
- Otro: \_\_\_\_\_

Comentario \*

Tu respuesta

---

# Anexo 21.

## Instrumento de validación.

### Validación Expertos en el Tema

Como parte de un proyecto universitario del curso "Síntesis del Diseño III" en la Universidad Rafael Landívar, realizar validaciones de las piezas realizadas con el fin de mejorar la propuesta.

Cliente: Alas de Guatemala

Es una asociación no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

Cuentan con sedes en el interior del país, en Alta Verapaz, Sololá y Petén, además de la sede principal en los Estados Unidos.

En las jornadas de salud reproductiva que brindan carecen de un medio visual del cual puedan apoyarse por lo que se decidió realizar una serie de videos informativos que tratarán los métodos anticonceptivos y de planeación familiar principales que implementan en Alas siendo Vasectomía y Laparoscopia.

Instrucciones: mira la animación del link y luego lee atentamente y responde según tu propia opinión.

Link: <https://vimeo.com/243244506>

\*Obligatorio

Relaciona la animación con la frase: Sobrio Movimiento de Vitalidad \*

- Si
- No

¿Por qué?

Tu respuesta

Considera que los videos informativos están dirigidos a: \*

- Personas de 10 a 15 años.
- Personas de 16 a 25 años.
- Personas de 26 a 35 años.
- Personas de 36 a 45 años.

De 1 a 5, siendo 1 casi nada y 5 todo ¿qué tan comprensible es el video? \*

	1	2	3	4	5	
Casi nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Todo

¿Por qué?

Tu respuesta

¿El desarrollo del contenido del video sigue una secuencia coherente? \*

- Sí
- No



¿Los gráficos tienen congruencia con lo que se está narrando? \*

- Sí
- No

¿Por qué?

Tu respuesta

---

La dicción de la locutora es:

- Pobre
- Buena

Los colores utilizados son:

- Apropriados
- Poco atractivos
- Funcional
- Inapropiada para el tema

La longitud del video lo hace: \*

- Tedioso
- Comprensible
- Difícil de entender

¿El vídeo logra captar y mantener su atención? \*

- Si
- No

¿Por qué?

Tu respuesta

---

¿Agregaría elementos para explicar mejor el contenido? \*

- Sí
- No

Si su respuesta fue sí, ¿Cuáles serían?

Tu respuesta

---

¿El movimiento de la animación apoya a la comprensión de los temas?

- Si
- No
- Otro: \_\_\_\_\_

Comentario \*

Tu respuesta

---



## Anexo 22.

### Instrumento de validación.

#### Validación Grupo Objetivo

Como parte de un proyecto universitario del curso "Síntesis del Diseño III" en la Universidad Rafael Landívar, realizar validaciones de las piezas realizadas con el fin de mejorar la propuesta.

Cliente: Alas de Guatemala

Es una asociación no lucrativa ubicada en La Antigua Guatemala, dedicada a la educación reproductiva en áreas rurales; imparte talleres, charlas, actividades recreativas, entre otras, para familias, jóvenes y mujeres en edad reproductiva.

Cuentan con sedes en el interior del país, en Alta Verapaz, Sololá y Petén, además de la sede principal en los Estados Unidos.

En las jornadas de salud reproductiva que brindan carecen de un medio visual del cual puedan apoyarse por lo que se decidió realizar una serie de vídeos informativos que tratarán los métodos anticonceptivos y de planeación familiar principales que implementan en Alas siendo Vasectomía y Laparoscopia.

Instrucciones: mira la animación y luego lee atentamente y responde según tu propia opinión.

Link: <https://vimeo.com/243244506>

\*Obligatorio

Considera que los vídeos informativos son para: \*

- Personas de 10 a 15 años.
- Personas de 16 a 25 años.
- Personas de 26 a 35 años.
- Personas de 36 a 45 años.

De 1 a 5, siendo 1 casi nada y 5 todo ¿qué tanto entendió el vídeo? \*

	1	2	3	4	5	
Casi nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Todo

¿Por qué?

Tu respuesta

---

¿Tiene sentido el orden en el que se explican los temas del vídeo? \*

- Sí
- No

¿Por qué?

Tu respuesta

---

¿Las imágenes reflejan lo que se está narrando? \*

- Sí
- No



### ¿Por qué?

Tu respuesta

---

Los colores del vídeo son:

- Poco atractivos
- Llamativos
- No combinan entre sí
- No le molestan

La longitud del video lo hace: \*

- Aburrido
- Comprensible
- Difícil de entender

¿El vídeo capta y mantiene su atención? \*

- Si
- No

### ¿Por qué?

Tu respuesta

---

¿Le hace falta algo para entenderlo mejor? \*

- Sí
- No

Si su respuesta fue sí, ¿Qué sería?

Tu respuesta

---

El movimiento de cada animación es:

- Rápido
- Entendible
- Lento
- Otro: \_\_\_\_\_

Comentario \*

Tu respuesta

---

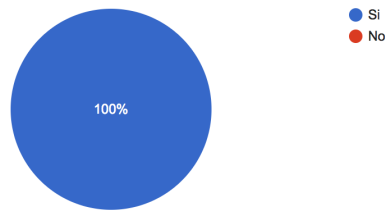


# Anexo 23. Tabulación resultados

## Resultados Expertos en el Tema:

Relaciona la animación con la frase: Sobrio Movimiento de Vitalidad

5 respuestas



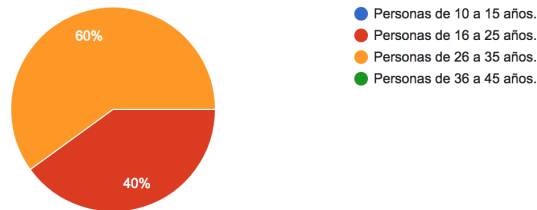
¿Por qué?

1 response

El movimiento de los vídeos y sus colores le dan vida al tema.

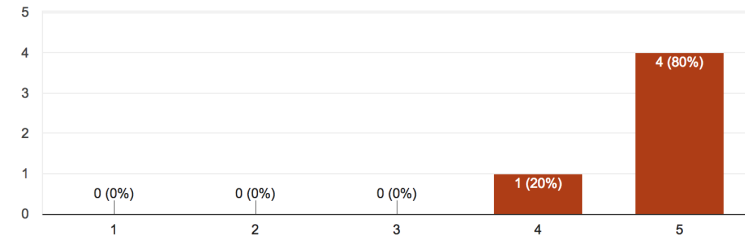
Considera que los vídeos informativos están dirigidos a:

5 respuestas



De 1 a 5, siendo 1 casi nada y 5 todo ¿qué tan comprensible es el vídeo?

5 respuestas



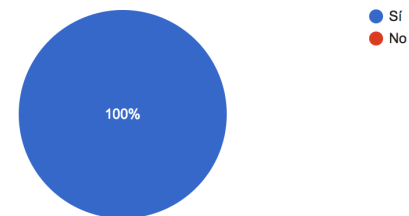
¿Por qué?

1 response

Se toma su tiempo con cada tema en el vídeo.

¿El desarrollo del contenido del vídeo sigue una secuencia coherente?

5 respuestas



¿Por qué?

1 response

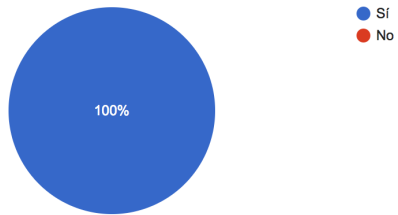
La explicación de los periodos de cuidado y precauciones es progresivo.





### ¿Los gráficos tienen congruencia con lo que se está narrando?

5 responses



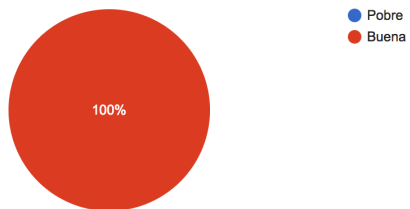
### ¿Por qué?

1 response

Lo narrado coincide con el desarrollo de las gráficas.

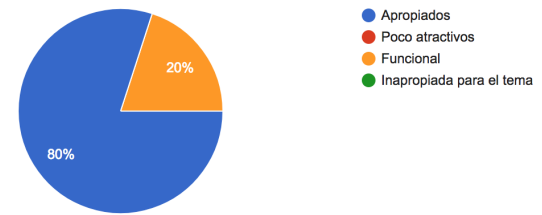
### La dicción de la locutora es:

5 responses



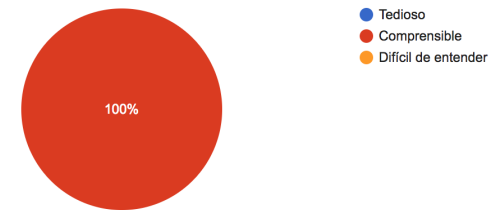
### Los colores utilizados son:

5 responses



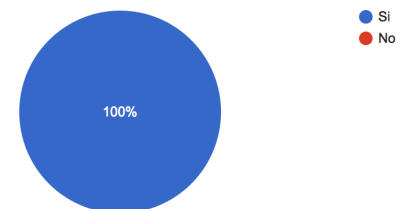
### La longitud del video lo hace:

5 responses



### ¿El video logra captar y mantener su atención?

5 responses



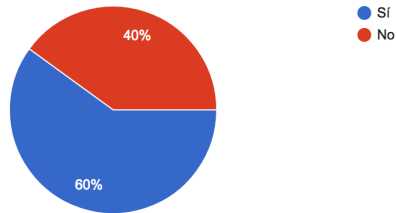
### ¿Por qué?

1 response

Tiene mucho movimiento y las gráficas son diferentes a lo que se acostumbra.

### ¿Agregaría elementos para explicar mejor el contenido?

5 responses



### Comentario

5 responses

- El tiempo entre cada tema es el adecuado.
- Geniales los videos.
- La incisión en la vasectomía debe mostrarse más pequeña, de lo contrario los pacientes creerán que se abre el escroto en su totalidad.
- ¡Increibles animaciones!
- Muy buenos los videos, tan solo como comenté anteriormente agregaría una cara sudando.

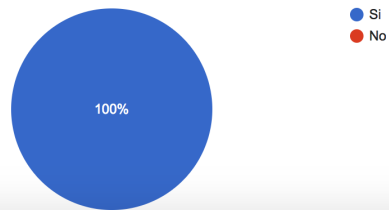
### Si su respuesta fue sí, ¿Cuáles serían?

3 responses

- Evaluaría el termómetro ya que en las áreas rurales no son comunes.
- Pondría ligadura de trompas en lugar de laparoscopia ya que es un término más amigable.
- Pondría una cara sudando representando fiebre para que las personas comprendan mejor ya que no todos cuentan con un termómetro para medir la temperatura.

### ¿El movimiento de la animación apoya a la comprensión de los temas?

5 responses



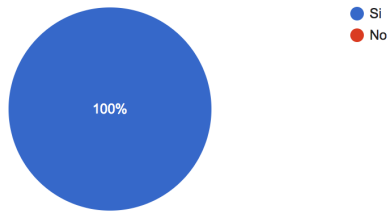
# Anexo 24.

## Tabulación resultados

### Resultados Expertos en Diseño:

Relaciona la animación con la frase: Sobrio Movimiento de Vitalidad

5 responses



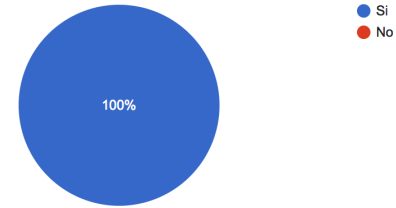
¿Por qué?

1 response

La animación se puede catalogar como sobria por los movimientos suaves y también por la composición gráfica de los elementos. Vitalidad por la temática y el mensaje que se quiere comunicar.

Relaciona la animación con la frase: Sobrio Movimiento de Vitalidad

5 responses



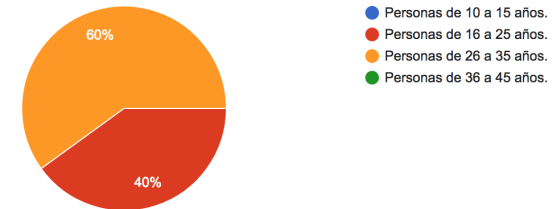
¿Por qué?

1 response

El movimiento de los vídeos y sus colores le dan vida al tema.

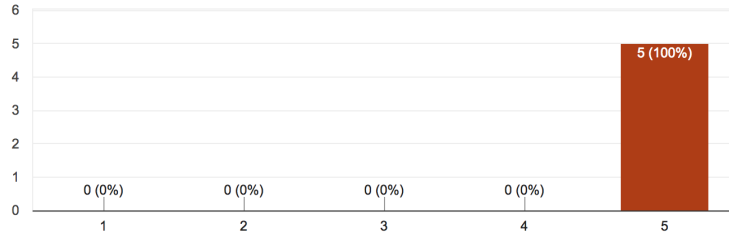
Considera que los vídeos informativos están dirigidos a:

5 responses



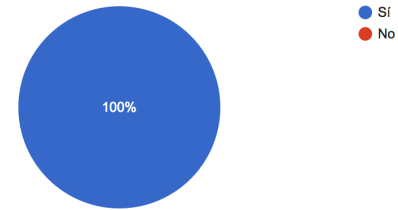
De 1 a 5, siendo 1 casi nada y 5 todo ¿qué tanto entendió el vídeo?

5 respuestas



¿Los gráficos tienen congruencia con lo que se está narrando?

5 respuestas



¿Por qué?

2 respuestas

Es claro el mensaje

La narración va sincronizada con las animaciones.

¿Por qué?

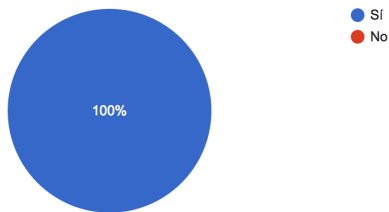
2 respuestas

El diseño es simple y a pesar de tener cierto nivel de abstracción, es suficientemente claro para el grupo objetivo.

Buena locución.

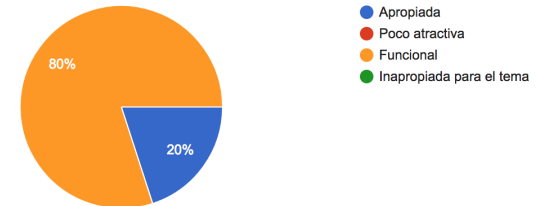
¿El desarrollo del contenido del vídeo sigue una secuencia coherente?

5 respuestas



La paleta de color utilizada es:

5 respuestas



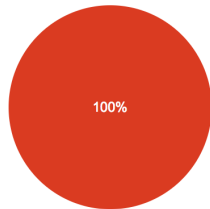
¿Por qué?

0 respuestas



### La longitud del video lo hace:

5 responses



- Tedioso
- Comprensible
- Difícil de entender

### ¿El vídeo logra captar y mantener su atención?

5 responses



- Si
- No

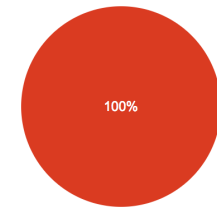
### ¿Por qué?

1 response

Los temas que tratan son interesantes y la animación + diseño ayudan a explicarlos claramente y de forma dinámica.

### ¿Agregaría elementos para explicar mejor el contenido?

5 responses



- Si
- No

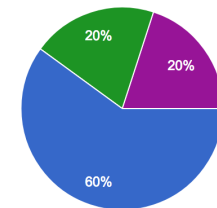
### Si su respuesta fue sí, ¿Cuáles serían?

1 response

Si se agregan más elementos se saturaría la animación.

### El movimiento de cada animación es:

5 responses



- Fluido
- Pausado
- Lento
- Podría mejorar la fluidez en algunas partes que es algo lento.
- Ideal

En general, la animación de los videos esta muy bien lograda, los movimientos y acciones son coherentes con el diseño, además de ser fluidos. El nivel de abstracción es adecuado para dar a comprender el mensaje principal apoyado por la locución y tiene una estética agradable.

Considero que los videos desarrollados van a ayudar al cliente a presentar de forma más dinámica los temas de métodos anticonceptivos y planeación familiar, cumpliendo su objetivo.

¡Buen trabajo!

Cuidar la locución se escucha un eco. Creo que la música es muy cute para el mensaje que se está transmitiendo. Se podría proponer algo diferente mas aplicado a tutorial o a musica explicativa.

Hay suficiente tiempo entre cada explicación, mejorar la fluidez de movimiento en algunas cosas.

Las transiciones entre segmentos son buenas.

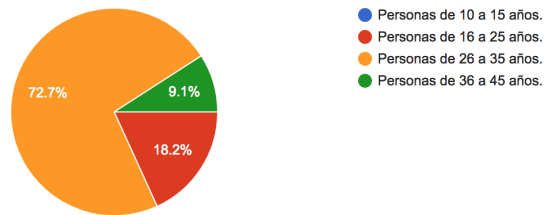
Buena dicción en la narración y sincronización en los tiempos.

# Anexo 25. Tabulación resultados

## Resultados Grupo Objetivo:

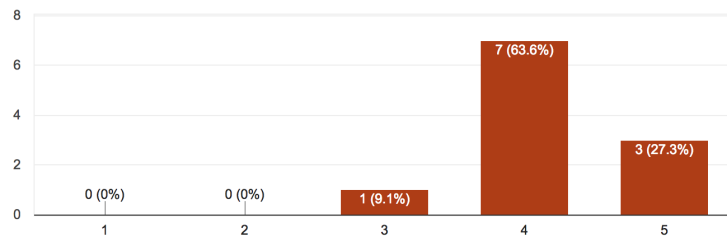
Considera que los vídeos informativos son para:

11 responses



De 1 a 5, siendo 1 casi nada y 5 todo ¿qué tanto entendió el vídeo?

11 responses

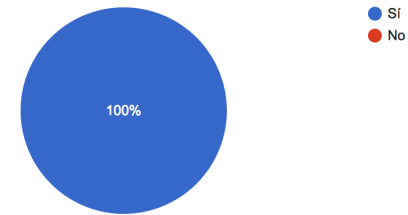


¿Por qué?

0 responses

¿Tiene sentido el orden en el que se explican los temas del vídeo?

11 responses

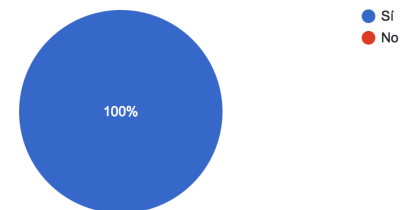


¿Por qué?

0 responses

¿Las imágenes reflejan lo que se está narrando?

11 responses



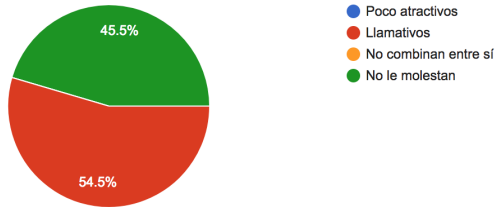
¿Por qué?

0 responses



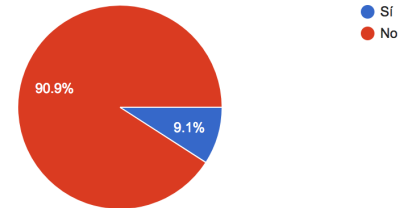
### Los colores del vídeo son:

11 responses



### ¿Le hace falta algo para entenderlo mejor?

11 responses



### La longitud del video lo hace:

11 responses

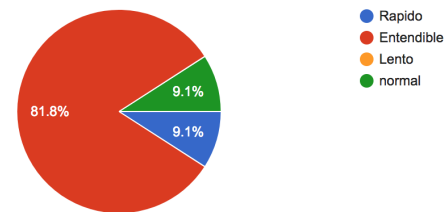


### Si su respuesta fue sí, ¿Qué sería?

0 responses

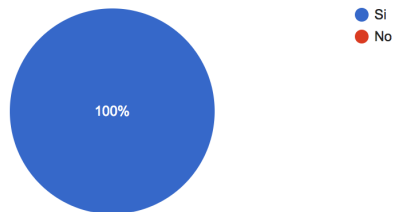
### El movimiento de cada animación es:

11 responses



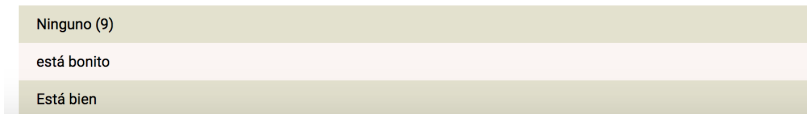
### ¿El vídeo capta y mantiene su atención?

11 responses



### Comentario

11 responses



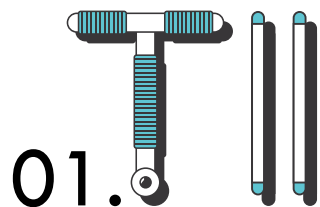
## Anexo 26.

### Bocetaje de Pieza de resolución de dudas

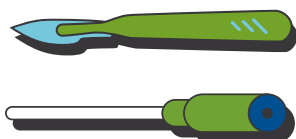
#### Secciones y representación de las mismas

Se tomaron las secciones de los vídeos, se les dio un título y luego se utilizaron elementos de las piezas animadas para representar cada titular, de forma que se mantuviese la línea.

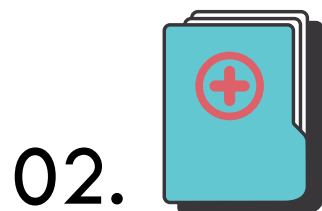
#### ¿QUÉ ES EL MÉTODO?



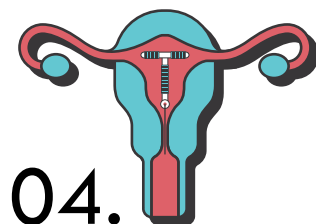
#### PROCEDIMIENTO



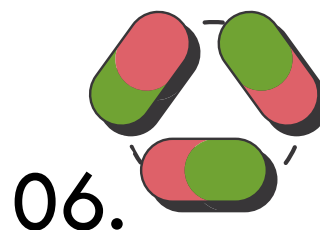
#### REQUISITOS BÁSICOS



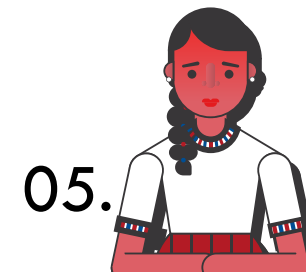
#### ¿CÓMO FUNCIONA?








#### SEGUIMIENTO



#### EFCOTOS SECUNDARIOS



#### Primer propuesta

JORNADAS DE SALUD SEXUAL	¿QUÉ ES EL MÉTODO?	REQUISITOS BÁSICOS	PROCEDIMIENTO
ALAS	01. 	02. 	03. 
	04. 	05. 	06. 





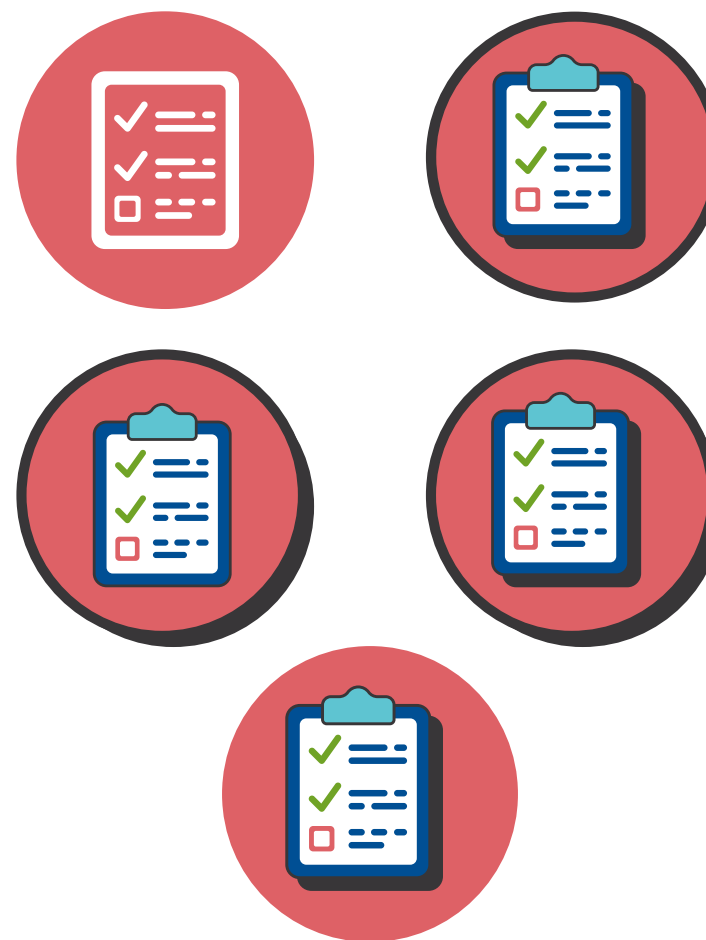
## Nuevos íconos

Ya que es una pieza que da continuación a los vídeos pero es una pieza totalmente aparte, se decidió generar íconos nuevos que representaran de una forma no necesariamente médica pero si general cada una de las secciones. Se inició con un ícono para el título de “Resolucion de dudas” y se continuó con uno de los titulares. Con estos se definió la forma a implementar el estilo gráfico establecido con las ilustraciones de los vídeos.

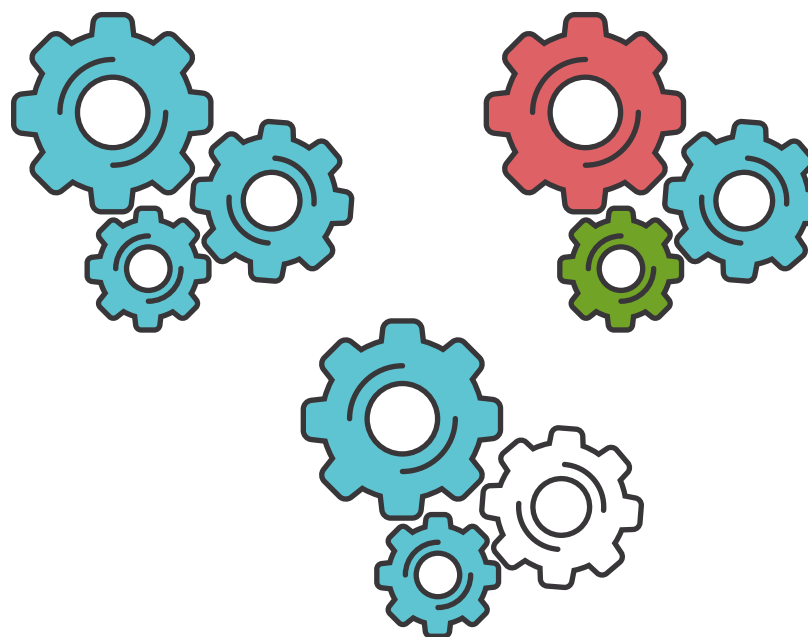
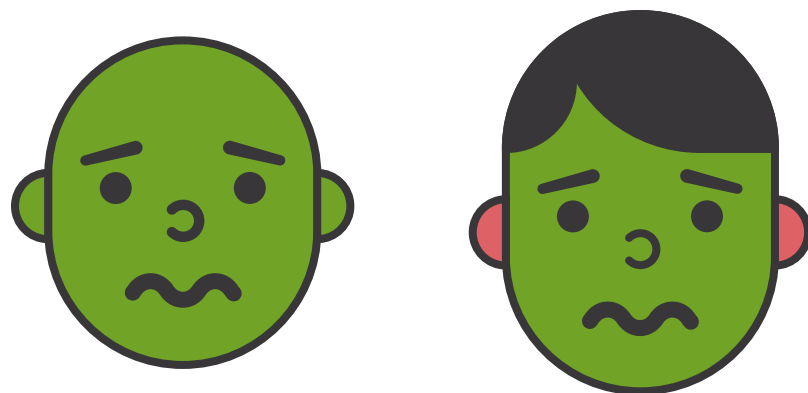


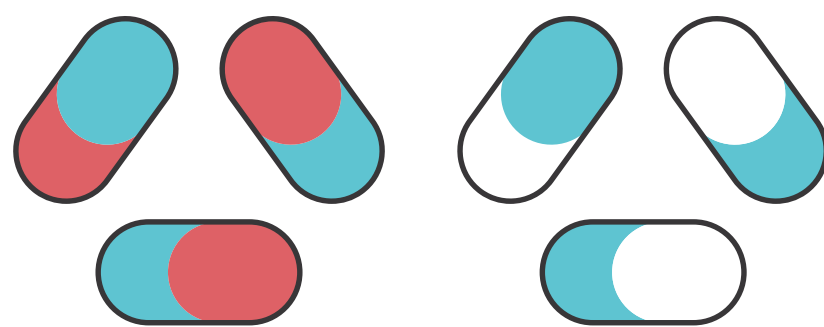
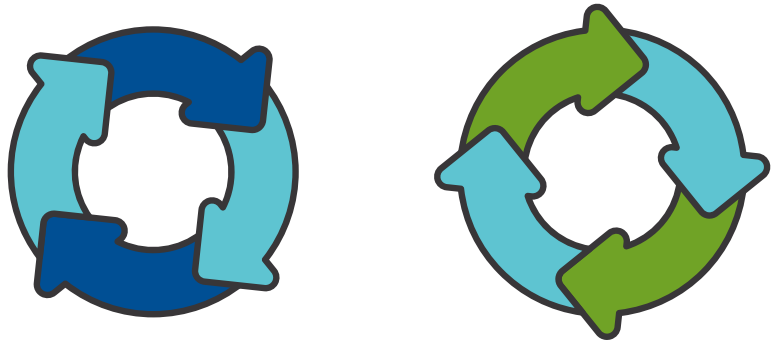
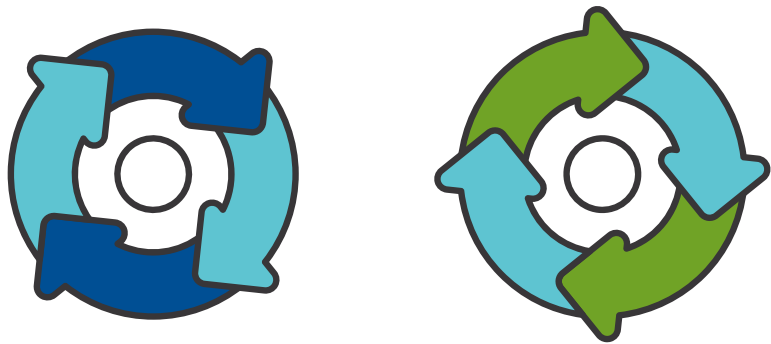
Se consideró utilizar solo los contrnos de los íconos en blanco pero se decidió aplicarles color y más detalle para hacerlos más reconocibles.

Se probó la utilización de sombras y contornos tanto en el círculo de fondo como en el elemento en sí pero se le aplicó tan solo en el elemento para que coincidiera con los vídeos.



Con la decisión de cómo implementar el estilo gráfico, se realizaron los demás íconos, con algunos de los cuales se hicieron pruebas de color o abstracciones.





Al tener los íconos terminados se hizo una nueva propuesta.

JORNADAS DE SALUD SEXUAL	¿QUÉ ES EL MÉTODO? 01.	REQUISITOS BÁSICOS 02.	PROCEDIMIENTO 03.
ALAS	¿CÓMO FUNCIONA? 04.	EFCOTOS SECUNDARIOS 05.	SEGUIMIENTO 06.

Se decidió utilizar otro formato ya que el .jpg no tiene ningún tipo de dinamismo como los vídeos. Se utilizó el PDF interactivo que cuenta con botones, haciendo la dinámica de resolución de dudas más ágil y acorde al resto del proyecto.



## JORNADAS DE SALUD SEXUAL

¿QUÉ ES EL MÉTODO?



01.

REQUISITOS BÁSICOS



02.

PROCEDIMIENTO



03.

¿CÓMO FUNCIONA?



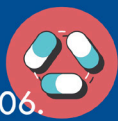
04.

EFCOTOS SECUNDARIOS



05.

SEGUIMIENTO



06.

### REQUISITOS BÁSICOS



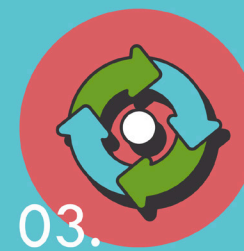
02.

### ¿QUÉ ES EL MÉTODO?



01.

### PROCEDIMIENTO



03.



¿CÓMO FUNCIONA?



SEGUIMIENTO / CUIDADOS



EFFECTOS SECUNDARIOS



# Anexo 27.

## Cotización de vídeos



**Alejandro Marquez Sagastume** <alemarsa@hotmail.com>

para mí ▾



Ya te respondí la encuesta :)

Al respecto de la cotización y eso:

Por el video que me pasaste de 1:30 min. podrías cobrar aprox:

Q2,500 - Q3,500 / Diseño

Q4,500 - Q5,000 / Animación

Q250 - Q350.00 / Musicalización

Total: Q7,250 - Q8,850 por video.

Esto incluye diseño, animación y musicalización. Aparte tendrías que cotizar locución (es lo más caro normalmente y le sube bastante el precio, a menos que te la de el cliente).

Espero te sirva! Saludos,

Alejandro Márquez



## Anexo 28. Cotización de vídeos Tarifario Argentina

### Ilustración Vectorial

CLIENTE A

CLIENTE B

CLIENTE C

Ilustración vectorial para revista / folleto / web

\$ 4,191

\$ 2,794

\$ 1,829

[Consultar](#)

### Video

CLIENTE A

CLIENTE B

CLIENTE C

Edición de Video (precio por min)

Incluye retoque de imagen, sonido y render

\$ 483

\$ 368

\$ 241

[Consultar](#)

Filmación - 1 cámara, 2 horas

\$ 3,924

\$ 2,921

\$ 1,937

[Consultar](#)

Placa animada / Diseño de texto, fondo y animación

5 segundos de duración

\$ 737

\$ 572

\$ 362

[Consultar](#)

