

TESIS DE
ARTES PLÁSTICAS
8
20/1

**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

"Cartel, folleto y encuesta contra el SIDA"

Que para obtener el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

presentan:

MAURICIO CEJÍN GONZÁLEZ



**SECRETARÍA
ACADÉMICA**
Escuela Nacional de
Artes Plásticas



México, D.F.

1994.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**CARTEL
FOLLETO
Y ENCUESTA ...**

**CONTRA EL SIDA,
INFORMACIÓN PARA SU PREVENCIÓN.**

... A LA VIDA.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. SIDA	6
NO SON NÚMEROS, NO SON CIFRAS: SON VIDAS	
2. UNAM	11
LOS MEDIOS UNIVERSITARIOS DE COMUNICACIÓN LA UNAM FRENTE AL SIDA CONASIDA UNAM-CONASIDA	
3. ANÁLISIS DE MENSAJES	23
MENSAJE	
PROPUESTA	
4. CARTEL	39
5. FOLLETO	49
6. ENCUESTA	60
7. IMPRESIÓN Y DISTRIBUCIÓN	66
CONCLUSIONES	70
BIBLIOGRAFÍA	75

INTRODUCCIÓN

LETANÍA FINISECULAR

Sida: sí da
Sida: La Gran Peste
Sida: los prejuicios
Sida: racismo y discriminación
Sida: homosexuales
Sida: bisexuales
Sida: heterosexuales
Sida: defendamos *toda* la sexualidad
Sida: prevenciones
Sida: ¿mortal por necesidad?
Sida: condones de colores
Sida: África en llamas
Sida: ya no más
Sida: son virus
Sida: falla la omnipotente inmunidad
Sida: es un síndrome, *no* un castigo
Sida: grave pero no más
Sida: la obsesión
Sida: con histerias no se gana el cielo
Sida: ni señalando al prójimo la eternidad
Sida: lo primero es calmar al que sufre
Sida: llevar el final
Sida: volver a pensamos
Sida: otra y otra y otra, y una vez más
Sida: las hijas y los hijos
Sida: sus amores
Sida: sus amoríos
Sida: qué teléfono tendrán
Sida: volver a pensamos
Sida: ¿contrarrevoluciones?
Sida: no te entumas, sufriente humanidad

INTRODUCCIÓN

Hacer la tesis significa aplicar lo que hemos ido aprendiendo en nuestra carrera, la académica (Comunicación y Diseño Gráfico), y la de nuestras vidas, ¿por qué no?

Realizar un proyecto gráfico responde a una demanda real.

Tan real como la existencia del Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH), hay la necesidad concreta de informar, con el objetivo específico de prevenir.

Es innegable que la aparición del SIDA (Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida), afecta a la sociedad y a nosotros que la constituimos, nos impacta y modifica en *todas* nuestras conductas, incluida la sexual.

Elegimos este tema porque nos preocupa, nos concierne y nos permite aplicar lo aprendido de acuerdo a nuestras convicciones buscando el beneficio de otros, así como el nuestro.

Asumiendo que los jóvenes estamos expuestos a conductas que elevan el riesgo de contraer el virus que provoca el SIDA, notamos en el medio que nos rodea una carencia de información accesible acerca de la enfermedad. Por lo que pensamos que los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México, que buscan una mejor forma de vida, serían el público indicado para invitarlo a que se informe y se prevenga de este grave problema.

Con base en esta demanda, iniciamos una investigación sobre este público y la información que existe para él.

Recurrimos a documentación gráfica-visual y bibliográfica, analizamos distintos medios de comunicación.

A partir de ello elaboramos una propuesta gráfica utilizando el cartel, el folleto y la encuesta como medios para satisfacer la necesidad de informar. Esto es lo que define cada capítulo.

En el transcurso del trabajo fuimos descubriendo que a mayor información mayor conciencia, que implica un cambio en nuestros hábitos y conceptos de salud, y el deseo y el reto de lograr que otros también lo hagan.

Dado que la prueba de detección del virus VIH en la sangre es fundamental para el control de la enfermedad, decidimos ir al Consejo Nacional de Prevención y Control del SIDA

(CONASIDA) y someternos a ella.

Esta experiencia, confrontadora por sí misma, se compone de una extensa encuesta sobre la vida sexual, y de una entrevista con un psicólogo que hace preguntas sin respuestas (cuando menos inmediatas), preguntas que se quedan ahí, girando, preguntas que nos habíamos hecho alguna vez, pero que nunca nos atrevimos a contestar, preguntas tan íntimas como la vida y la muerte, la sexualidad, la fidelidad y la promiscuidad, la pareja, los padres, la familia, los amigos, ...

Y de nuevo: la muerte y la vida, o la vida y la muerte.

Y si soy seropositivo? ¿A quién decirle? ¿A dónde correr? ¿Me van a aceptar? ¿Qué hago aquí en CONASIDA? ¿Quién me habrá infectado? La muerte, ¿Sida? ¿Yo? No, no creo, pero...

Y así son los 15 días que aproximadamente hay que esperar para los resultados. 15 días que no pasan, pesan.

Y las preguntas siguen sin respuesta, aún el día esperado, y no deseado.

A partir de ser participantes activos e involucrados verdaderamente en el tema, elaboramos el mensaje. Trabajamos con la asesoría del doctor Carlos Larralde (Jefe del Departamento de Inmunología del Instituto de Investigaciones Biomédicas, UNAM), quién nos ayudó a encontrar el mensaje y a editar el contenido. Es importante señalar que contamos también con la revisión y aprobación de CONASIDA.

Tuvimos la necesidad de decir, de gritar a los jóvenes, qué tan importante es la *responsabilidad* del autocuidado, de la salud, del cuerpo, *de la vida*.

Pretendiendo que nuestro trabajo trascendiera de ser sólo una propuesta, presentamos el proyecto en la Universidad Nacional Autónoma de México, a la Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad, a la que le agradecemos y le debemos que nos hayan oído, leído, impreso y distribuido, logrando así nuestro objetivo: informar para prevenir.

Creemos en nuestro trabajo y lo justificamos así, en pocas palabras: **la información y la prevención, son dos fundamentos que posibilitan la vida.**

CAPÍTULO 1.
SIDA

"Si no somos capaces de vencer la desinformación y la intolerancia, es probable que aquellas personas que padecen la enfermedad, o las que sólo son portadoras del virus, tengan que alejarse de los sistemas de salud por temor a que la agresión y los daños infringidos por el medio, sean mayores que los beneficios aportados por la ciencia médica. Sin duda, la solución depende de nosotros, de quienes conformamos la sociedad: mientras que no se acepte que el SIDA es una enfermedad en la que la corresponsabilidad es ilimitada, se corre el riesgo de incrementar su frecuencia".

Arnoldo Kraus. "La Jornada" (México, Agosto 1991).

SIDA

SIDA quiere decir Síndrome de Inmuno Deficiencia Adquirida.

Como escriben las autoras Karen Hein y Theresa Foy Digeronimo en su libro **SIDA: Verdades en lugar de miedo**, estas cuatro palabras explican en qué consiste el SIDA.

SÍNDROME:

Es un "conjunto de síntomas o problemas". Una persona con SIDA puede desarrollar una serie de síntomas diversos. Sin embargo, hay que tener presente que no porque se tengan uno o varios de estos síntomas se tiene necesariamente SIDA.

INMUNE:

Significa "a salvo o protegido". Cuando se tiene inmunidad se está a salvo de algo o protegido contra ello.

El cuerpo cuenta con un sistema que combate infecciones y enfermedades; se llama sistema inmunológico. Algunas enfermedades como el catarro común, la gripa y el sarampión son provocadas por virus. La función del sistema inmunológico es detener cualquier virus y evitar que se multiplique. El sistema inmunológico cumple su función mediante la producción de anticuerpos. La tarea de un anticuerpo consiste precisamente en eliminar del cuerpo a cualquier virus.

DEFICIENCIA:

Quiere decir "falta o insuficiencia". Al hablar de SIDA, la palabra deficiencia se vincula con la palabra inmune. Una persona con SIDA es "inmuno-deficiente", es decir, su sistema inmunológico es deficiente; no trabaja como debería para proteger a la persona contra infecciones y enfermedades.

ADQUIRIDA:

Este término se refiere al hecho de que el SIDA es algo que se recibe, algo que se obtiene. El SIDA no se hereda de los padres de la misma manera que se hereda, por ejemplo, el color de los ojos o el color del cabello (si bien hay que señalar que una mujer con SIDA, embarazada, transmite a su bebé -en la mayoría de los casos- el virus que provoca la enfermedad).

NO SON NÚMEROS, NO SON CIFRAS: SON VIDAS

"Lograr unificar a la humanidad en un solo ejército contra el SIDA, sólo será posible el día en que esta enfermedad deje de tener la valoración social que ahora tiene para adquirir una distinta. Esto significa que el SIDA no es un problema cuya solución depende totalmente del progreso científico. Es necesario acompañar al avance del conocimiento para encontrar un remedio a ella, un cambio radical en la manera en que la sociedad, y con ello, los individuos, valoran esta enfermedad".

"2.9 millones de personas en el mundo han desarrollado SIDA, más de 2.5 millones han muerto y al menos 13 millones están infectados por el VIH. Para el año 2000, cerca de 38 millones de adultos y posiblemente 10 millones de niños estarán infectados".

El Nacional. "Sociedad y SIDA" (México: no. 33, Junio 1993).

Hasta el 31 de diciembre de 1992 se notificaron un total de 611,589 casos de SIDA en el mundo. México ocupa el tercer lugar en número de casos en el continente Americano, después de Estados Unidos y Brasil, y el décimo primer lugar en el mundo, con un número de 12,540 casos acumulados.

El 85.2 % de los casos se han presentado en hombres; la relación hombre - mujer es de 6 a 1.

El 80.2 % de las transmisiones es por vía sexual. La transmisión homosexual representa el 35 % de los casos, la bisexual el 23.9 %.

La transmisión por contacto heterosexual es responsable del 21.3 % de los casos.

Los casos atribuibles a transmisiones sanguíneas son una proporción importante del total de casos notificados. Representando el 18.7 %, de los cuales el 14 % se debe a transfusión, el 2.8 % exdonadores, 1.2% hemofílicos y, el 0.7% droga intravenosa.

En la distribución de la enfermedad por edades, los grupos más afectados son; el de 25 a 29 años, que acumula el 20.3 % del total de casos, el de 30 a 34 años que tiene el 20.3 %, el de 35 a 39 años el 15.2 %, de 20 a 24 años el 11.2 %, de 40 a 44 años el 10.1 %, de 45 a 49 años el 6.8 %.

El 16 % se distribuye en los grupos restantes.

La ocupación que acumula la mayor parte de los casos de SIDA es la del empleado administrativo en un 17.6 %, trabajadores de servicios públicos y personales 12.3 %, obreros 11.9 %, amas de casa 9.4%, comerciantes 8.5%, profesionales 7.3 %, estudiantes 3 %. La mayoría de casos (57.1%) se concentran en áreas urbanas. Las tasas más altas de SIDA se han registrado en el Distrito Federal, estado de México y Jalisco. En donde uno de cada 2,180 habitantes tiene SIDA.

Basado en información del Instituto Nacional de Diagnóstico y Referencia Epidemiológicos. Boletín Mensual SIDA / ETS (México: Julio 1992, no. 7, año 6 y Febrero 1993, no.2, año 7).

Compartimos la opinión de Nelson Minello Martini "En verdad, no hay culpa en "el otro"; en todo caso, todos somos culpables. Culpables de no enseñar y enseñarnos que el SIDA es una enfermedad infecciosa prevenible; culpables de no hablar de la necesidad del condón y el nonoxinol 9; del temer proponer a nuestra pareja la adopción de dichas precauciones; culpables de negar el sexo, es decir la vida, para intentar salvarnos. El SIDA no debe de ser una enfermedad secreta ni tratada en una estructura estigmatizada. A mayor conocimiento, y esto implica hablar libre, extensa y claramente sobre el tema, mayores posibilidades tendremos de prevenir la infección".

*Gaceta CONASIDA, no. 3
(México: Publicación del Consejo Nacional para la Prevención y Control del SIDA, 1990).*

CAPÍTULO 2.
UNAM

"Existe evidencia de que el virus causante del SIDA está presente en la población estudiantil de los centros de enseñanza superior del D.F."

CONASIDA. "Gaceta Informativa"
(México: Número especial, Enero 1990).

"Si nuestro país ha de romper los eslabones del subdesarrollo, necesariamente requerirá de un sólido y consistente sistema nacional de educación, muy distinto por cierto al que hoy tenemos. En este proceso, la educación superior y la Universidad Nacional en particular, deberán tomar un papel predominante. La Universidad Nacional demanda una reforma académica que la mantenga a la altura del desafío que confronta: atender satisfactoriamente las demandas de una sociedad en transición"

Dr. José Narro. "Introducción a la Universidad"
(México: UNAM, 9 Febrero 1989), p.10

El universo como campo de trabajo es inagotable, hay que definirlo y delimitarlo.

Habría que empezar por la propia casa.

LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

LA MÁXIMA CASA DE ESTUDIOS

La Universidad Nacional Autónoma de México es una corporación pública, descentralizada del Estado y dotada de plena capacidad jurídica. Sus fines, consisten en "impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura". Es una institución creada por y para la sociedad mexicana, que sirve con sus capacidades y posibilidades a todas las clases y sectores de nuestro país.

Para el desarrollo de sus funciones universitarias, la institución se organiza por subsistemas: el docente, que agrupa las facultades, escuelas y el Colegio de Ciencias y Humanidades; el de investigación; el de difusión cultural; y el de la administración central.

La mayor parte de sus instalaciones se ubican en el área metropolitana de la ciudad de México, cuenta también con programas propios o en colaboración con otras instituciones en 23 entidades federativas y en casi 50 ciudades de nuestro país.

Con el objeto de mostrar la complejidad del sistema universitario, hay que tener presente que cuenta con más de 1,700,000 metros cuadrados de construcción; tan sólo la Ciudad Universitaria cuenta con 316 edificios.

La Institución ofrece en el sistema escolarizado: planes de estudio en el bachillerato, carreras técnicas, licenciaturas, especialidades, maestrías y doctorados.

La población escolar total del ciclo 91-92 fue de 266,235 en los siguientes niveles: Iniciación Universitaria, Propedéutico de Música, Bachillerato, Técnico Profesional, Técnico Auxiliar, SUA (Sistema de Universidad Abierta), Licenciatura SUA, Licenciatura, Posgrados.

Del total: el 56 % pertenece al sexo masculino y el 44 % al femenino. En el bachillerato las tres cuartas partes de la población son menores de 17 años, y un tercio del total de estudiantes de

licenciatura tiene 21 años o más.

El personal académico es de 28,236, que por su tipo de nombramiento son: Profesores de Asignatura, Profesores de Carrera, Investigadores, Técnicos Académicos, Ayudantes de Profesor de Asignatura, Ayudantes de Profesor de Carrera; y tienen un promedio de edad de 39.7 años y una antigüedad laboral de 14.6 años en promedio.

El total del personal administrativo (de base y de confianza) fue de 27,265, con un promedio de edad de 42 años, siendo el 54 % población masculina y el 43.3 % femenina.

LOS MEDIOS UNIVERSITARIOS DE COMUNICACIÓN

Dentro de la UNAM, la comunicación y difusión se dan básicamente por medio de publicaciones, gacetas informativas, boletines, folletos, carteles; cuenta con una estación de radio y espacios en cadenas de T.V.

La Coordinación de Difusión Cultural tiene a su cargo más de 20,000 actividades anuales que incluyen conferencias, cursos, exposiciones, visitas guiadas, conciertos, proyecciones cinematográficas, funciones teatrales, programas de radio y de televisión.

Entre otras publicaciones gratuitas que cuentan con un espacio dedicado de uno u otro modo al tema del SIDA, son:

La revista *Los Universitarios*; cuyo contenido está compuesto de arte, literatura, ciencia, política, economía, historia y otras áreas humanísticas; está a cargo de la Coordinación de Difusión Cultural, su tiraje es de 20,000 ejemplares que se distribuyen gratuitamente en los campus de la Universidad y en las principales librerías de la ciudad de México.

La *Gaceta de la UNAM*, es la publicación periódica de mayor circulación y tiraje que edita la Universidad, (tres mil ejemplares, dos días a la semana). Contiene entrevistas con profesores, investigadores, y funcionarios sobre asuntos de interés general; reportajes, e investigaciones periodísticas, promociones y convocatorias de las actividades que organizan algunas dependencias que conforman la Universidad, tiene diferentes secciones sobre ciencia, tecnología, sociedad, cultura, salud y deporte.

Incluye un suplemento semanal: *La Agenda*, con información sobre cursos, conferencias, encuentros, talleres, becas, teatro, danza, convocatorias, concursos y anuncios sobre actividades académicas y culturales de la Institución.

Diversas dependencias como Direcciones, Escuelas, Facultades, cuentan con un departamento de diseño y/o impresión para la difusión de sus eventos, publicaciones, carteles, folletos, etcétera.

En este aspecto la Universidad cuenta con los medios necesarios para la difusión de su vida académica y cultural. El problema está en la falta de programas y/o campañas especial para combatir el SIDA.

El uso que se le da a estos medios de comunicación, poco tiene que ver con información sobre el SIDA.

LA UNAM FRENTE AL SIDA

En nuestra investigación sobre material editado por la Universidad para los estudiantes, acerca del SIDA nos dimos cuenta que éste no es suficiente para la magnitud del problema y la gran diversidad del público universitario.

La Dirección General de Servicios Médicos (DGSM), dependencia de la Secretaría de Asuntos Estudiantiles (antes Secretaría Auxiliar), tiene, entre otras funciones, proporcionar atención médica general y especializada a la comunidad universitaria; coordinar todas las acciones que en materia de servicios de salud se realizan en la Universidad, así como planear, desarrollar y apoyar programas de prevención y control de enfermedades transmisibles y no transmisibles, en coordinación con dependencias universitarias e instituciones del Sector Salud y el Gobierno Federal. Es la Subdirección Técnica (de DGSM) quien se hace cargo, con el Programa Educativo Preventivo, de editar el material gráfico.

Lamentablemente observamos que el poco material en relación al SIDA, no cuenta con un diseño bien elaborado. Los dípticos, trípticos y folletos, en muchos casos son hojas con información hechas a máquina, sin ningún estímulo; con ilustraciones carentes de imaginación que no llaman la atención. El sistema de impresión y reproducción es el mimeógrafo y/o fotocopiado; el papel delgado blanco, amarillo o azul es utilizado injustificadamente. Además su distribución no es muy amplia.



Hay carteles de buena calidad que contaron con los recursos necesarios para su elaboración, edición e impresión; éstos, en su mayoría, son realizados por la UNAM y el CONASIDA.

Cabe mencionar el cuestionario que se añadió al examen médico que se aplica a los estudiantes de primer ingreso, con el propósito de detectar a las personas con riesgo de infección. Estas son algunas preguntas:

¿Te has transfundido sangre?

¿En el último año has tenido relaciones sexuales con parejas nuevas?

¿Tienes relaciones sexuales con alguien que no sea tu pareja habitual, sin usar el condón?

¿Te has aplicado inyecciones con agujas no estériles?

¿Te quieres hacer la prueba del SIDA?

Las personas que presentan un alto índice de riesgo, son invitadas a hacerse la prueba de detección del virus, en el Instituto Nacional de Referencia Epidemiológica de la Secretaría de Salud.

En caso de tener un resultado positivo, la Dirección General de Servicios Médicos cuenta con apoyo psicológico para quien lo requiera.





Secretaría de Asuntos
Estudiantiles

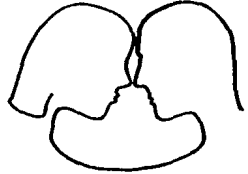
ENFERMEDADES DE TRANSMISION SEXUAL



Dirección General de Servicios
Médicos



RESPUESTA SEXUAL



Secretaría
General
Auxiliar

DIRECCION GENERAL DE
SERVICIOS MEDICOS
SECRETARÍA DE
SALUD PÚBLICA
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO
Área de Comunicación Social



SECRETARÍA AUXILIAR

¿Qué sabes acerca de ...



las Enfermedades de Transmisión Sexual?

DIRECCION GENERAL DE
SERVICIOS MEDICOS



*Folletos elaborados por la Dirección
General de Servicios Médicos, UNAM.*

SECRETARIA AUXILIAR




EL BUEN USO DEL CONDON



DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS MEDICOS
SUBDIRECCION TECNICA
DEPARTAMENTO DE SALUD PUBLICA
SERVICIO DE EDUCACION PARA LA SALUD




*Folleto elaborado por la
Dirección General de Servicios
Médicos, UNAM.*



SECRETARIA DE ASUNTOS
ESTUDIANTILES

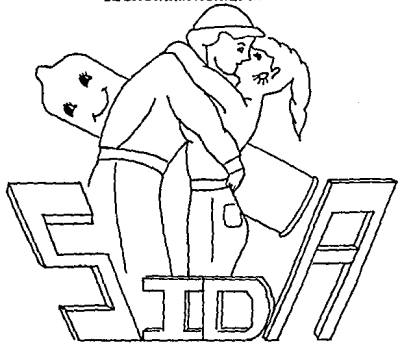
SIDA



DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS
MEDICOS



SECRETARIA AUXILIAR



DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS MEDICOS



SUBDIRECCION TECNICA
DEPARTAMENTO DE SALUD PUBLICA

UNAM Secretaría General Auxiliar

SIDA




DIRECCION GENERAL DE
SERVICIOS MEDICOS
DEPARTAMENTO DE SALUD PUBLICA
SERVICIO DE EDUCACION PARA LA SALUD
AREA DE COMUNICACION SOCIAL



CONASIDA

CONASIDA (Consejo Nacional para la Prevención y Control del SIDA).

Es un organismo de la Secretaría de Salud cuyo objetivo consiste en promover, apoyar y coordinar las acciones de los sectores público, social y privado tendientes a combatir la epidemia del SIDA así como impulsar las medidas que al efecto se establezcan.

Tiene a su cargo ediciones y publicaciones de libros, revistas, etc., como: *La Historia del SIDA*, *Gaceta Informativa*, *ETS/SIDA* (las dos últimas son mensuales y gratuitas), folletos con información diversa: "Información básica del SIDA", "El SIDA en el trabajo", "El SIDA y el deporte", etc.

Cada publicación está dirigida a diferentes sectores de la población. Cuenta con un paquete de información para universitarios que se distribuye a solicitud de las instituciones de educación superior, el cual se compone de carteles, gacetas, trípticos de información básica y videocasetes.

UNAM-CONASIDA

La UNAM y el CONASIDA decidieron, sobre la base de una colaboración conjunta, elaborar un programa para la prevención y control del SIDA para la población universitaria: estudiantes, docentes y personal administrativo. El programa contempla una serie de acciones enmarcadas en una campaña de información sobre las vías de transmisión, medidas de prevención y control de la enfermedad.

El éxito en el desarrollo del programa y la necesidad de dar continuidad a las acciones emprendidas, favorecieron la firma de un convenio UNAM-CONASIDA que profundizará los vínculos de trabajo de cada dependencia, escuela o facultad, mediante el establecimiento de convenios específicos.

El programa cuenta con los siguientes cinco subprogramas:

1. Difusión.
2. Servicio Social.
3. Atención médica integral.
4. Educación y capacitación.
5. Apoyo a la investigación científica.

El subprograma de difusión tiene por objeto promover acciones que informen y eduquen a la población universitaria. Para ello se han establecido los canales adecuados de distribución de impresos y una gaceta con artículos sobre el SIDA, así como material audiovisual para transmitirse por radio y T. V. UNAM. Asimismo se han elaborado bases para concursos en los géneros de diseño gráfico, teatro y cine. Se han organizado diversos eventos como: mesas redondas, conferencias, exposiciones, obras de teatro, conciertos de música, el "Día Mundial contra el SIDA", concursos: de cartel, video y guión para cortometraje.

Esto es una buena motivación, pero creemos necesaria la participación de alumnos, maestros y egresados de diversas carreras para poder lograr así un verdadero trabajo multidisciplinario para el bien de la comunidad.




*Folletos elaborados por el
Consejo Nacional para la
Prevención y Control del SIDA.*

el

• sida •

y el

TRABAJO



El objetivo de este folleto es dar información sobre el SIDA, y así proporcionar conocimientos que eviten preocupaciones innecesarias sobre el riesgo de contraerlo en el área laboral, disipando las dudas más frecuentes.

• sida •

el examen

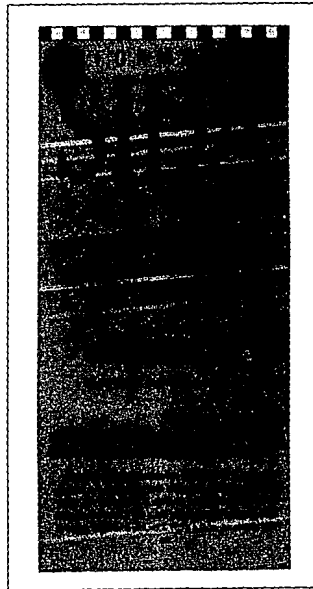
¿PARA QUÉ?



La detección del Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH), se lleva a cabo a través de una prueba de sangre, con la cual se detectan anticuerpos que el individuo infectado ha desarrollado contra este virus.



Folleto elaborado por el Consejo Nacional para la Prevención y Control del SIDA.

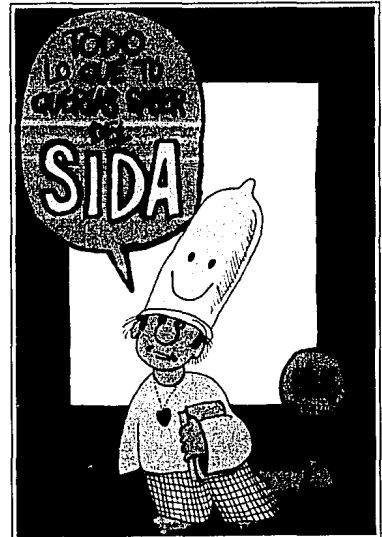


**Creer
en los tiempos
del SIDA**



*Folletos elaborados por el Consejo Nacional
para la Prevención y Control del SIDA.*

**SEGURO
SEGURO**



CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE MENSAJES

COMUNICACIÓN: *Acción y efecto de comunicar o comunicarse / Trato, correspondencia entre dos o más personas / Unión entre ciertas cosas, como mares, pueblos, casas, o habitantes, por medio de paso, escaleras, etcétera / Escrito, papel en que se comunica algo.*

COMUNICAR: *Hacer participe a otro de lo que uno tiene / Descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa /*
Sinónimo: conferir, anunciar, participar.
Antónimo: incomunicar.

*Diccionario de la Lengua Española.
"Enciclopedia Práctica del Estudiante"
(México: Promexa 1982). p.100.*

ANÁLISIS DE MENSAJES

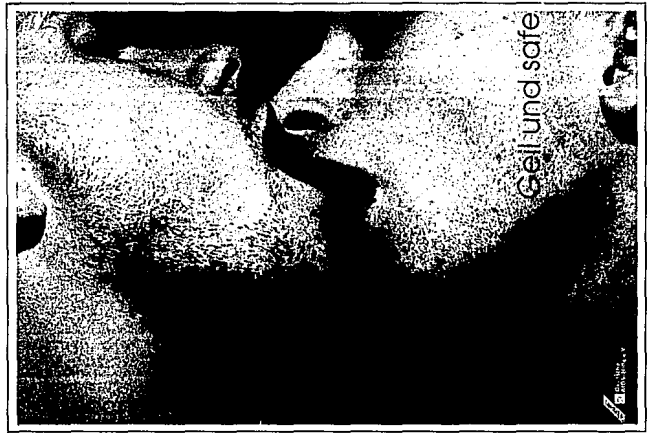
Para la elaboración del mensaje analizamos publicaciones y diferentes campañas difundidas en éste y otros países, tanto de organizaciones gubernamentales, como no gubernamentales.

La manera de afrontar el problema en cada país varía en cuanto al público, el lenguaje, el contexto, las formas de transmisión más frecuentes del VIH, la cultura, la educación, los recursos económicos, etcétera, por lo que los medios y las formas para resolverlo son obviamente muy particulares.

Las campañas en Alemania, Austria y Suiza utilizan un lenguaje directo. Son series de carteles dirigidos específicamente a cada grupo de riesgo; los eslógans no usan más de tres o cuatro palabras; sus imágenes suelen ser fotografías blanco y negro, que tienen impacto, no censura. Por ejemplo, dos carteles con fotografía blanco y negro del tamaño del cartel, una pareja abrazándose: uno es dirigido a homosexuales y el otro a heterosexuales; el eslogan es: "Usa condón". En una campaña de Canadá, encontramos también el uso de la fotografía en blanco y negro, esta vez ocupando un 30% del formato de los carteles. Son dos rostros: uno de un viejo y el otro de un niño. Tienen información específica de algún medio de transmisión y los eslógans: "el respeto puede prevenir", "el amor puede prevenir", ocupando un 10%; el resto es un fondo negro.

En Estados Unidos las campañas también emplean fotografías con eslógans dirigidos específicamente a cada grupo de riesgo.

En otros países de habla hispana, como América Latina y España, el tema es manejado en forma menos realista recurriendo al uso de ilustraciones, comics o tipografía, siendo así más suaves en cuanto al contenido visual y textual.



Carteles alemanes.






RESPECT CAN PREVENT AIDS

A...
 don't know what to do.
 You can catch AIDS if you have sex or share
 needles with someone who is infected.
 And you can't tell who is infected because most
 infected people appear normal and healthy.
 Except for yourself, you have no one
 you can rely on to protect you from AIDS
 and prevent its spread. You have to
 protect or save both ourselves and
 our loved ones from AIDS.
 An AIDS virus can only be
 spread by the following:




RESPECT CAN PREVENT AIDS

Carteles canadienses.



CARING CAN PREVENT AIDS

A...
 don't know what to do.
 You can catch AIDS if you have sex or share
 needles with someone who is infected.
 And you can't tell who is infected because most
 infected people appear normal and healthy.
 Except for yourself, you have no one
 you can rely on to protect you from AIDS
 and prevent its spread. You have to
 protect or save both ourselves and
 our loved ones from AIDS.
 An AIDS virus can only be
 spread by the following:



CARING CAN PREVENT AIDS

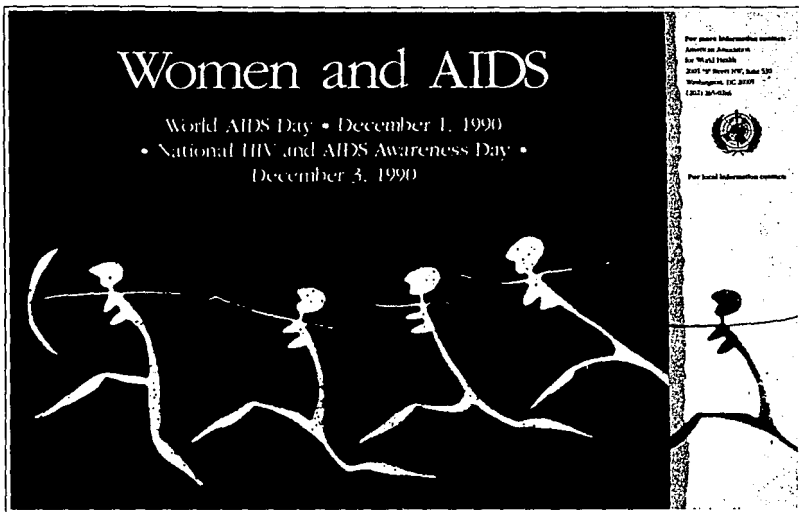


LOVE CAN PREVENT AIDS

A...
 don't know what to do.
 You can catch AIDS if you have sex or share
 needles with someone who is infected.
 And you can't tell who is infected because most
 infected people appear normal and healthy.
 Except for yourself, you have no one
 you can rely on to protect you from AIDS
 and prevent its spread. You have to
 protect or save both ourselves and
 our loved ones from AIDS.
 An AIDS virus can only be
 spread by the following:



LOVE CAN PREVENT AIDS



Carteles estadounidenses.



Aquí, muchas de las campañas están editadas, producidas y/o fomentadas por CONASIDA.

En carteles dirigidos a jóvenes sexualmente activos, se usan eslogans tales como:

“El SIDA no piensa, ¿y tú?”

“El SIDA puede transmitirse por transfusiones de sangre contaminada. Infórmese”.

“El SIDA acaba con la vida”.

“Prevenir el SIDA es responsabilidad de ambos, por eso usamos condón”.

“Usa condón. El condón es prevención”.

“Contra el SIDA, yo confío en el condón, una protección mutua”.

Mencionemos una de las series de cartel con las imágenes de la lotería (juego de azar popular mexicano, que consiste en una baraja especial, con dibujos de personas, animales, plantas, cosas y “cartones o tablas” con varios de estos dibujos. El tallador “canta” la lotería con versos o dichos, en los que incluye el título correspondiente al naipe que grita, o lo menciona en forma velada o encubierta).

Cada cartel tiene una ilustración de una mano tomando una baraja y la siguiente información:

"La Dama y El Valiente: ¡doble contra sencillo, si no se cuidan me los pillo! El SIDA es una enfermedad que nos puede afectar a todos si nos exponemos al contagio a través de relaciones sexuales con personas infectadas."

"El Gato: ¡gato con guantes no caza ratones... ni tampoco infecciones! Para prevenirnos contra el SIDA hay que usar siempre condón con personas desconocidas o con personas que ejercen la prostitución. ¡Usa el condón y si eres mujer, exígelo!."

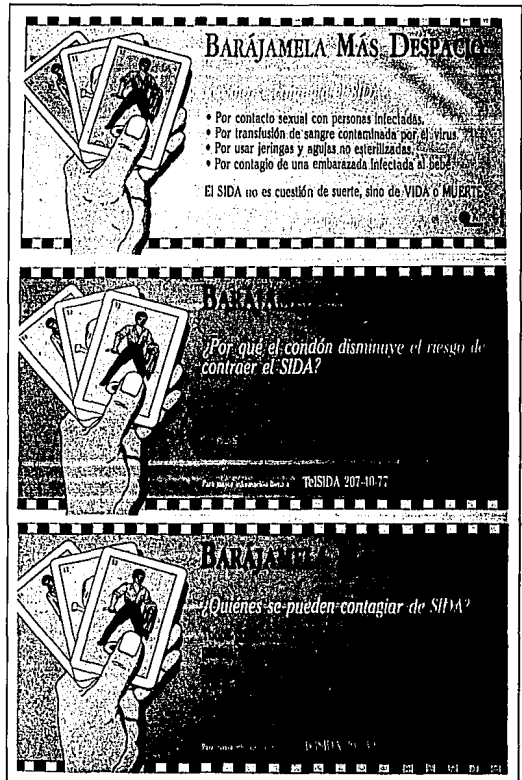
"El Corazón: ¡Amorcito... no te hagas de mala sangre! El virus que causa el SIDA se encuentra en la sangre de las personas infectadas; si vas a recibir transfusiones, asegúrate que haya sido analizada. ¡Exige el sello de garantía! ... y el eslogan: El SIDA no es cuestión de suerte, sino de vida o muerte."

En nuestra opinión hay algunos problemas con esta serie de carteles: Hay contradicción entre el eslogan y el uso del juego de azar para informar.

En el lenguaje:

1. "Me lo pilló": pillarse a alguien es una frase poco usada en México.
 2. "Puede afectarnos": plantea como posibilidad lo que es ya una realidad. Contagjados o no, a todos nos afecta.
 3. "¿Mala sangre?", ... ¿no es prejuicio?
- Usa imágenes de lotería y un gato que no hay en este juego.

Otros organismos como: Voz Humana, Mexicanos contra el SIDA, Amigos contra el SIDA; se encargan también de editar material con información de la enfermedad.

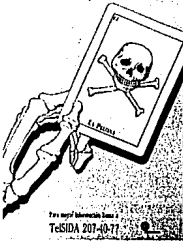


Carteles mexicanos (CONASIDA).

¡LA PELONA!

El virus que causa el SIDA se encuentra en el semen, en las secreciones vaginales y en la sangre de las personas infectadas. Las relaciones sexuales con personas infectadas constituyen la forma de contagio más frecuente.

El SIDA no es cuestión de suerte, sino de VIDA o MUERTE.

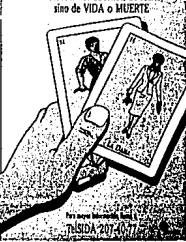


Para mayor información llame a:
TelSIDA 207-40-77

¡LA DAMA Y EL VALIENTE!

El SIDA es una enfermedad que nos puede afectar a todos si nos exponemos al contagio a través de relaciones sexuales con personas infectadas.

El SIDA no es cuestión de suerte, sino de VIDA o MUERTE.



Para mayor información llame a:
TelSIDA 207-40-77




Carteles mexicanos (CONASIDA).

BARAJAMELA MAS DESPACIO

¿Puedo contagiar SIDA a través de la barajameLA?

¡No! El SIDA no se transmite por contacto con el semen, la sangre o los fluidos corporales de una persona infectada.

El SIDA no es cuestión de suerte, sino de VIDA o MUERTE.

BARAJAMELA MAS DESPACIO

¿Cómo aumenta el riesgo de contagio?


¡No! El SIDA no se transmite por contacto con el semen, la sangre o los fluidos corporales de una persona infectada.

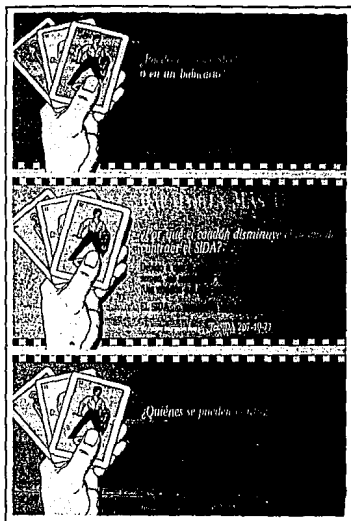
El SIDA no es cuestión de suerte, sino de VIDA o MUERTE.

BARAJAMELA MAS DESPACIO

Es una enfermedad contagiosa y mortal, provocada por un virus que destruye las defensas naturales de nuestro cuerpo, dejándolo expuesto a cualquier enfermedad.

El SIDA es cuestión de muerte, sino de VIDA o MUERTE.

Carteles mexicanos (CONSIDA).

¡EL CAMARÓN!

Camarón que se duerme se lo lleva la corriente.

¡EL CORAZÓN!

El virus que causa el SIDA se encuentra en la sangre de las personas infectadas. Si vas a recibir una transfusión, asegúrate que hayá sido analizado.

¡Exige el sello de garantía!

El SIDA no es cuestión de suerte, sino de VIDA o MUERTE.

Para mayor información llame a: **TeSIDA 207-40-77**

¡LA MANO!

¡Hay mano como la palma de la mano!

El SIDA se transmite por contacto con la sangre de una persona infectada. Si vas a usar agujas o a recibir una transfusión, asegúrate que hayá sido analizado. ¡Exige el sello de garantía!

¡EL GATO!

¡Cuidación y amor no cura la infección por el SIDA!

El SIDA se transmite por contacto con la sangre de una persona infectada. Si vas a usar agujas o a recibir una transfusión, asegúrate que hayá sido analizado. ¡Exige el sello de garantía!

El SIDA no es cuestión de suerte, sino de VIDA o MUERTE.

Para mayor información llame a: **TeSIDA 207-40-77**

MENSAJE

“Con las palabras se engaña, con las palabras se estafa, con las palabras se miente, con las palabras se omite, con las palabras se falsea. Pero también con las palabras se orienta, se clarifica, se abren caminos, se dan elementos para sacar conclusiones y, sobre todo, se alerta.

El uso que cada quien le dé a sus palabras, es un problema de conciencia”.

Elena Poniatowska. "La Jornada" (México, 6 Diciembre 1992).

MENSAJE

En México los adolescentes conforman ya el grupo social de mayor riesgo en adquirir y transmitir el SIDA.

De los 15 mil a 20 mil casos estimados en el país 1.4% corresponde a adolescentes, mientras que los adultos jóvenes (de 25 a 34 años) se contagiaron en la adolescencia.

El 75% de los jóvenes (hombres y mujeres) inician sus relaciones sexuales entre los 14 y 19 años. De éstos, el 77% no utiliza ningún método anticonceptivo.

Excelsior (México 31 Octubre 1992).

Todo lo que puede y debe decirse del SIDA en México, está limitado por una serie de tabues y prejuicios sexuales que no se han podido superar. Esto, vinculado a una educación sexual deficiente hace difícil encontrar las palabras e imágenes con el impacto necesario para informar sobre la gravedad del problema.

El público: los jóvenes, necesitamos una información clara, con un lenguaje sencillo y que despierte el interés sobre el tema.

La información del SIDA es muy variada: puede ser médica, científica, técnica, histórica, social y/o política, etcétera.

Los adolescentes y adultos jóvenes, por la etapa de desarrollo en que se encuentran, presentan un riesgo elevado a la infección por VIH. Entre los parámetros encontramos: riesgo por edad, ocupación, ubicación y convivencia con otros grupos como los trabajadores y los maestros, además de la curiosidad por iniciar la actividad sexual.

La población urbana de estratos socio-económicos medio y alto sigue siendo la más afectada, y es el núcleo de la población que en forma mayoritaria concurre a los centros de educación media y superior, correspondiendo en México el primer nivel a la preparatoria, Colegio de Ciencias y Humanidades o vocacional y el segundo nivel a las licenciaturas.

Sabemos que las formas de transmisión del virus más frecuentes entre los jóvenes universitarios, son las relaciones sexuales sin protección con personas infectadas; las transfusiones de sangre contaminada y, en menor medida el uso de jeringas y agujas

contaminadas entre adictos a drogas intravenosas.

La adopción de cambios de conducta necesarios para evitar el riesgo de infección son (entre otros): la práctica del sexo seguro, la reducción de parejas sexuales; evitar a las personas promiscuas; no considerar el condón como la única solución; la exigencia de sangre examinada y aprobada en caso de transfusión y el uso de agujas y jeringas nuevas. El hacerse la prueba de detección en la sangre para saber si somos portadores del virus, evita el rápido desarrollo de la enfermedad y el contagio a otras personas.

Debido a que no hay vacuna contra el SIDA, la información es fundamental para su prevención.

Manejaremos esta información ya que será una invitación a buscar más. El mensaje será directivo: "infórmate y cambia tu conducta": ésta es la solución.

Esto es: "hazte responsable de tu salud, de tu cuerpo, de tu sexualidad, de tu sangre, de tu vida".

Teniendo la información necesaria para la creación del mensaje, elaboramos una lluvia de ideas, una serie de palabras sueltas para hacer una selección de las que expliquen, signifiquen y quizás, simplifiquen el contenido.

Nos ayudará a encontrar formas y colores que sugieran lo mismo.

Formas de transmisión del virus:

Transmisión sexual

sexualidad	cuerpo	rojo
sexo	unión	negro
heterosexual	pareja	blanco
homosexual	relación	
bisexual	sensación	
	(sentidos, tacto, piel, boca, etc.)	

responsabilidad
conciencia
condón
solución
cambio conducta

Transmisión sanguínea

contaminación	vida	rojo
sangre	vital	
transfusión	corazón	
transplantes	venas	
perinatal	arterias	
	energía	
	movimiento	

Objetos punzo cortantes	evitar
agujas	destruir
jeringas	deshacer
tijeras	
navajas	
rastrillos	

cepillos dentales

droga

intravenosa

inyección

necesidad

carencia

negro

rojo

VIH SIDA

VIDA MUERTE

VIVIR:

mantenerse

estar

durar

VIVO:

ágil

expresivo

ladino

astuto

juventud

adolescencia

pubertad

inquietud

descubrir

Juventud, vida no SIDA

irresponsabilidad

desinformación

CAPÍTULO 4. CARTEL

Cosas esenciales en los carteles:

- 1. Deben atraer la atención.*
- 2. Deben informar al lector, y/o generar un deseo.*
- 3. Deben ser un llamado a la acción.*
- 4. Deben emplear un vocabulario claramente inteligible, configurado para un público específico.*

*Milton Glaser: "Anuario Graphis Poster"
(1981), p. Introducción a la edición.*

"Si queremos gritar, ¿cómo hacerlo sin un cartel?"

CARTEL

El cartel tiene diferentes funciones de acuerdo a sus objetivos: informa, estimula, activa, moviliza, expone, explica, provoca, motiva o convence en relación al contenido del mensaje que transmite; al mismo tiempo que desarrolla el sentido estético del espectador-observador contribuyendo a crear una conciencia artístico-cultural entre su público. Los primeros carteles aparecen a finales del siglo pasado, más que con las características de vehículos publicitarios, como manifestaciones artísticas que abandonan las galerías y se posan sobre los muros de la calle.

El cartel es un medio de comunicación que transmite mensajes visuales; se crea para cubrir necesidades específicas.

Consiste en una hoja de papel de determinado formato, en el cual se transmite un mensaje por medio de imágenes y textos breves, combinándolos y presentándolos con colores atractivos, apoderándose de la atención del público, y así transmitir su mensaje.

El mensaje que transmita deberá tener impacto además de ser legible desde lejos y fácil de comprender. El colorido debe ser atractivo.

Deberá tener las dimensiones de acuerdo al lugar donde será expuesto. Gracias a su amplio radio de acción demográfico y a su consecuente popularidad, el cartel le da cuerpo al espacio publicitario por esencia y excelencia. Incluso cabe ser conceptuado como la superficie artística más vital de nuestro tiempo, esto es, la del más fuerte y profundo enraizamiento social y colectivo. Porque responde sin duda, a las circunstancias sociales y culturales del momento, por ser consustancial a la actualidad: el hecho de anunciar algo pasajero y dirigirse a una colectividad determinada en un momento dado, con fines preestablecidos, y con un lenguaje vivo y fácilmente legible. Siempre anuncia, algunas veces informa sobre una novedad y otras propaga lo conocido novedosamente.

El cartel obedece a los intereses realistas del comercio y de los grupos políticos y culturales que, aunque minorías, actúan atentos a la realidad social más concreta.

De acuerdo a su función, los carteles pueden considerarse como:

-Educativos: los temas que presentan están relacionados con aspectos de enseñanza y normas de conducta.

-Culturales: están destinados a promover diversas actividades culturales y/o artísticas.

-Políticos: hacen propaganda sobre valores políticos de grupos e individuos.

-Comerciales: sirven como medio publicitario para la distribución y venta de productos o servicios.

Estos tipos de carteles forman tres grupos:

-Los formativos: motivan a un cambio de conducta, es decir, forman un criterio para que el individuo reaccione ante el mensaje de manera positiva.

-Los informativos: los mensajes dan a conocer fechas, resoluciones, etcétera.

-Los formativos informativos: son aquellos que contienen de manera conjunta los dos aspectos recién mencionados.

“El cartel es un grito en la pared”.

*Iván Tubau. "Dibujando carteles"
(Barcelona, España. Ed.CEAC. 1987). p.18.*

DIAGRAMACIÓN

El empleo de una diagramación o de una retícula es básica para dar orden simétrico, asimétrico o una proporción acorde al diseño y al mensaje. En pocas palabras, permite la solución ordenada de las partes, para que el todo tenga una solución acertada. Una información con títulos, subtítulos, entradas, imágenes; con una buena diagramación, no sólo se lee con facilidad, sino también se entiende mejor y se retiene con más facilidad en la memoria.

BOCETO

Este punto es de mucha importancia y se divide en tres etapas:

- propuestas preliminares,
- alternativas de solución,
- selección y propuesta final.

Después de una investigación, las propuestas preliminares surgen de una lluvia de ideas a las que se les va dando forma en el boceto.

Las alternativas de solución son las modificaciones de forma y/o contenido para afinar y definir a lo que se pretende llegar.

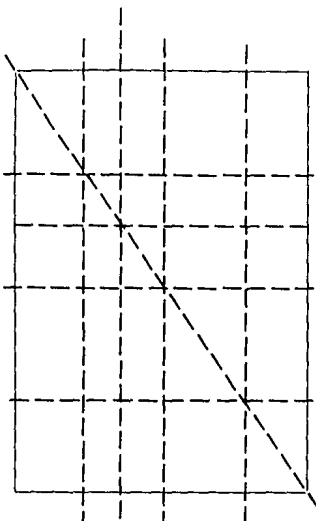
TEXTO

El texto en un cartel tiene como finalidad apoyar la información y así crear mayor fijación del mensaje. Como elemento gráfico, dentro del contexto, también cumple una función estética específica.

Para que funcione, tendrá que tener legibilidad, contraste.

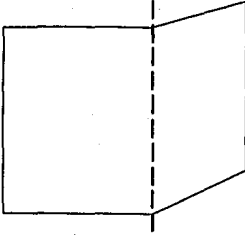
Como mencionamos anteriormente, el texto y el mensaje lo elaboramos nosotros.

El trabajo lo haremos en una computadora AT-386, con el programa de diseño Corel Draw, que cuenta con una gran variedad de fuentes y familias tipográficas en distintos tamaños y deformaciones. Hay que mencionar que la computadora en el diseño gráfico es una herramienta útil para el ahorro de tiempo.



Ejemplo de la diagramación utilizada en el cartel, dividido vertical y horizontalmente en cuatro.

PROPUESTAS PRELIMINARES



Un pliego entero de papel bond 70 x 95, trabajar con formatos proporcionales facilita el trabajo de impresión y se evita desperdicio.

Partiremos de un pliego entero de papel bond 70 x 95 cm. dividido a la mitad, obteniendo así un formato de 70 x 45 cm. Pensando en su reproducción, las máquinas de offset son comunes en estas medidas. Es un tamaño funcional y resulta económico al obtener dos carteles por pliego.

Los elementos que conformarán el contexto son: las siglas SIDA; sus medios de transmisión: las "relaciones sexuales" sin protección con personas infectadas, las transfusiones de "sangre" contaminada y el uso de jeringas y agujas contaminadas entre adictos a "drogas" intravenosas. De aquí surgió la idea de emplear las palabras "sexo, sangre y droga", con el fin de llamar la atención y despertar interés. La información es la solución, los lugares en donde acudir por ella: UNAM, CONASIDA; y los cambios de conducta para evitar cualquier riesgo de contagio.

Por orden de importancia tenemos:

1. SIDA
2. infórmate, ésa es la solución
3. sexo
4. sangre
5. droga
6. lugares de información (teléfonos)
7. cambios de conducta

Las siglas SIDA ocuparán el primer plano del formato.

Jugando con las palabras Infórmate, Sexo, Droga y Sangre, encontramos que existe una relación entre sus letras y las de SIDA, por lo cual acomodaremos las palabras de manera que obtengamos las siglas SIDA.

Para resaltar el eslogan: "infórmate y cambia tu conducta, ésa es la solución", así como los lugares y teléfonos a dónde acudir, utilizaremos una diagonal con inclinación ascendente de izquierda a derecha con la tipografía calada en ella.

El texto de los cambios de conducta los haremos en tres bloques (galeras) diferentes, para colocarlos en el medio de transmisión que le corresponda: en este caso requerimos de un tipo más delgado, por la cantidad de información que manejamos.

S

Infórmate

y cambia tu conducta.

D

A

Sexo

Infórmate
y cambia tu conducta,
no hay otra solución

Droga

SANGRE

Las relaciones sexuales, el sexo, la homosexualidad, son la forma más frecuente de transmisión, ya que el virus está en el semen, líquido vaginal, y en la sangre.

Hay personas portadoras del virus sin presentar ningún síntoma de la enfermedad durante meses años, que también pueden transmitir el virus a otras personas. De ahí surge la importancia de acudir al médico.

• Hazte el número de sangre conocido.

- INFORMACIÓN
- CONSEJOS

Este tipo de transmisión es muy frecuente entre jóvenes y drogadicción.

Se que la transmisión principal es a través de la sangre.

• Hazte el número de sangre conocido.

• Hazte el número de sangre conocido.

Otras formas de transmisión de sangre son: transfusiones de sangre con material de desecho, agujas, jeringas, etc.

• Hazte el número de sangre conocido.

• Hazte el número de sangre conocido.

La sangre es vital en muchos accidentes y en diversas afecciones, requiere de un análisis previo a la transfusión, ya que puede estar contaminada.

• Hazte el número de sangre conocido.

• Hazte el número de sangre conocido.

• Hazte el número de sangre conocido.

• Hazte el número de sangre conocido.

Las relaciones sexuales, el sexo, la homosexualidad, son la forma más frecuente de transmisión, ya que el virus está en el semen, líquido vaginal, y en la sangre.

Sexo

Infórmate

Las relaciones sexuales, el sexo, la homosexualidad, son la forma más frecuente de transmisión, ya que el virus está en el semen, líquido vaginal, y en la sangre.

Droga

La sangre es vital en muchos accidentes y en diversas afecciones, requiere de un análisis previo a la transfusión, ya que puede estar contaminada.

SANGRE

PROPUESTA FINAL

De una selección de tipos y familias, llegamos a la conclusión que requerimos de un tipo con características propias de la familia romana, por su cuerpo y terminaciones para la tipografía primaria "SIDA, infórmate, sexo, droga y sangre", eligiendo la Casablanca, apropiada para resaltar esta parte del texto.

Las letras S, D, A, en altas de 486 puntos, la "i" baja ya que hay un cambio de información.

Los tamaños de la tipografía son: exo 609.5, puntos; s ngre, 361.7 puntos; roga, 297.3 pts. Esta reducción de tamaños se fundamenta en la frecuencia en que se da el contagio en cada forma de transmisión del virus. "nfórmate": 203 puntos; "y cambia de conducta, ésa es la solución", en 52.7 puntos.

A la izquierda, en el área menor del seccionamiento áureo están las galeras. Son columnas cargadas a la derecha, alineadas a la izquierda de cada letra alta. Cada bloque lo determina la cantidad de información que contiene. Su disposición se determinó en el caso de "sexo", por la altura x de la S; en el caso de "droga", el bloque cubre la altura de la "g", y en el caso de "sangre" se ubicó la "s" de sangre a la izquierda de la "A" quedando así el bloque tipográfico arriba de la "s" a la altura de la "A".

La tipografía es de la familia Sans Serif, condensada: Ottawa, en 25.5 puntos; este cambio de tipografía se debe a la mayor cantidad de información.

Esta tipografía se usó también para Servicios Médicos (UNAM) telsida CONASIDA y sus números telefónicos, en 33.5 puntos.

Es un cartel tipográfico por la cantidad de información que manejamos.

Los créditos centrados al pie del cartel.

Necesitamos colores que contrasten entre sí, que brinquen de los muros, que vibren con el texto.

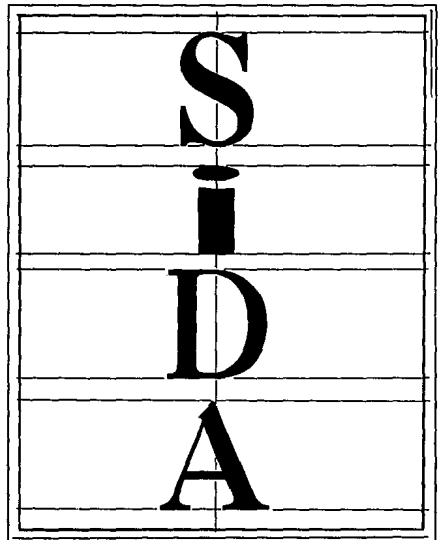
El blanco es la luz total; en teoría, una superficie blanca refleja toda la luz. Se caracteriza por ser positivo, se asocia con pureza y verdad, significa honestidad e integridad.

El negro es la negación del color; tiene características de dominio, seriedad y profundidad, se asocia con la muerte. El negro es por sí mismo un color sombrío pero combinado con blanco u otro color, puede dar sensaciones de ingenio y elegancia.

El rojo tiene numerosas connotaciones fuertemente emotivas, entre ellas el amor, la pasión, el sexo, el peligro, la ira, el fuego; además de atraer la atención, emite una afirmación positiva acerca del mensaje. Se sabe que el rojo estimula el sistema nervioso y alerta los sentidos en proporción a la amplitud de la exposición.

Por estas connotaciones elegimos: el color rojo para las siglas de SIDA y los "puntos" previos a la información de los cambios de conducta; el negro para la tipografía y la diagonal, en donde el eslogan, los lugares y teléfonos de información están calados en el blanco del papel.

El negro y el rojo saturados de la tipografía sobre el fondo blanco hacen fácil su lectura.



CAPÍTULO 5.
FOLLETO

"Cuando es verdadera, cuando nace la necesidad de decir, a la voz humana no hay quien la pare.

Si le niegan la boca, ella habla por las manos, o por los ojos o por los poros o por donde sea. Por que todos, toditos tenemos algo que decir a los demás, alguna cosa que merece ser por los demás celebrada o perdonada".

*Eduardo Galeano.
Fragmento de Celebración de la voz humana / 2.
"El libro de los abrazos"
(México, Ed. Siglo XXI, 1991). p.11.*

FOLLETO

Es un medio de comunicación masivo, directo, con un contenido informativo, comercial, educativo, o cultural, etc., en forma narrada (la mayoría de sus veces.)

Puede ser de 4, 6, 8, o más páginas. Se produce imprimiendo una hoja por ambas caras, doblándola de modo tal que se obtiene el número de páginas requeridas.

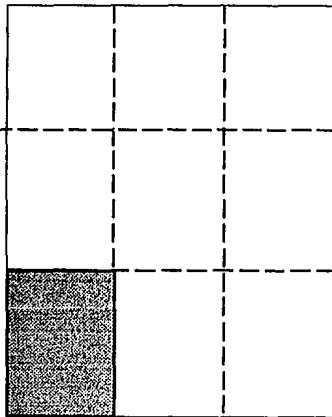
El folleto se entrega personalmente al público o se coloca a su alcance para que lo tome y lo lleve consigo, teniendo así la ventaja de poder tenerlo y compartirlo.

Utilizamos este medio para acercarnos y hacer la información más personal y/o íntima para los jóvenes.

El trabajo del diseñador va inmerso en la creación de imágenes para comunicar mensajes de modo que el público reaccione positivamente.

Ilustrar es mostrar visualmente (con imágenes), lo que el texto explica y, sobre todo, lo que connota ilustrar supone en cierta forma duplicar, redoblar el sentido o el contenido; coordinar dos o más procedimientos de expresión, dos o más formas de lenguaje, combinarlos de tal modo que se refuercen uno al otro con el fin de hacer más real o más verosímil lo que se pretende comunicar. Las combinaciones del grafismo y la fotografía, del texto y la ilustración en el trabajo de composición presentan relaciones muy apegadas entre ellas. La función que tiene esta relación imagen-texto es la de componer un mensaje y hacerlo más explícito, más expresivo y más atractivo.

Por estas razones incluiremos una imagen en la portada.



Resulta funcional trabajar con formatos proporcionales al tamaño de los pliegos que están en el mercado.

PROPUESTAS PRELIMINARES

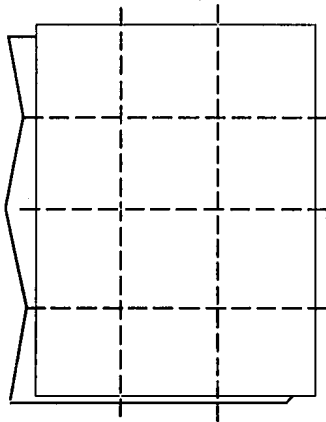
Partiremos de las medidas de una hoja carta 21.5 x 28 cm., ya que facilita el proceso de impresión y se evita el desperdicio de material. Estará doblado en cuatro partes iguales obteniendo así un formato de 21.5 x 7 cm., lo que lo hará funcional.

PORTADA

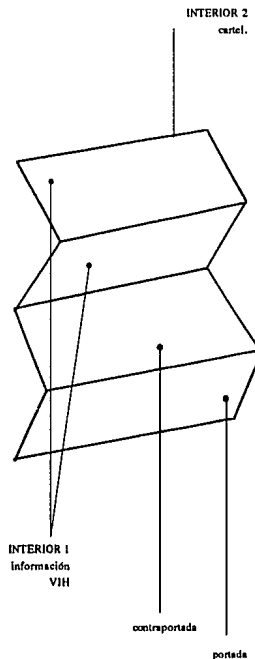
Tenemos las preguntas: ¿por qué, cómo y dónde? que surgen de un cuestionamiento común. Jugaremos con el tamaño del tipo y su colocación dentro del formato.

Requerimos de una imagen relacionada con el contenido.

Ya que la fotografía juega un papel determinante porque no sólo permite un nivel creativo, sino también una mayor credibilidad en el receptor, recurrimos a ella en el caso de la portada.



Diagramación utilizada en una de las caras del folleto: verticalmente, en 4 partes proporcionales; horizontalmente, en 3.

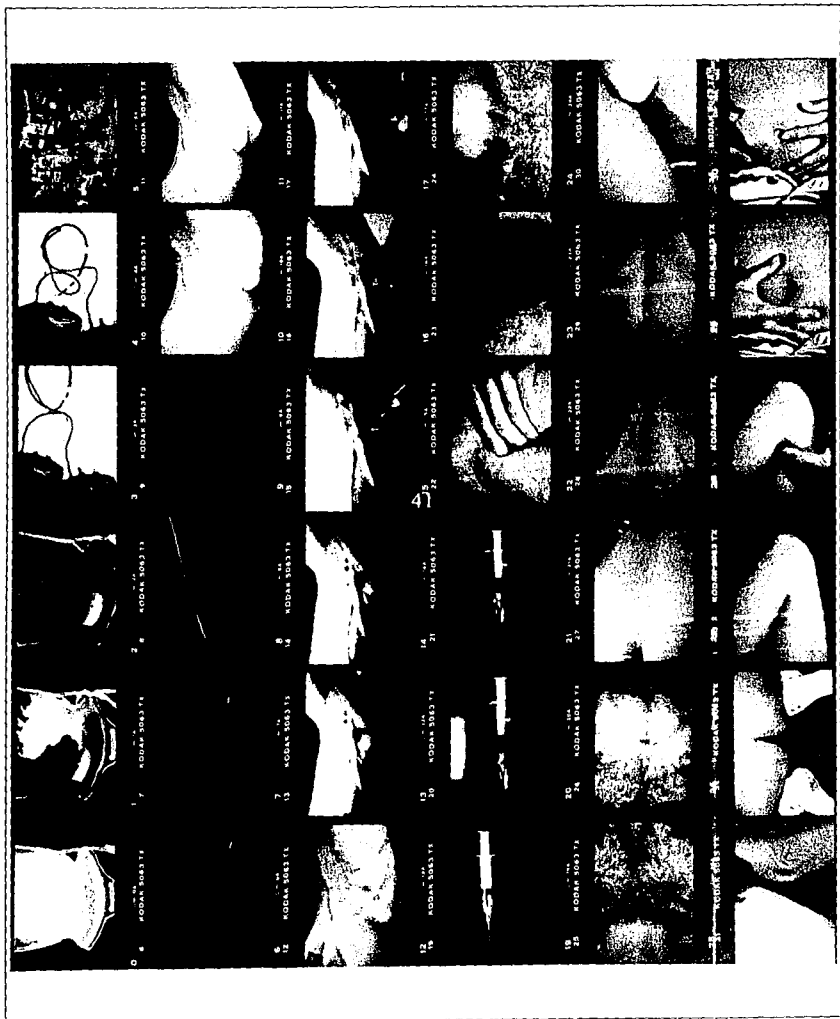


Ya que utilizaremos la solución gráfica del cartel en el interior del folleto, será doblado en cuatro partes horizontalmente.

¿por qué, cómo, dónde ?

¿ por qué, cómo, dónde ?

¿por qué, cómo, dónde?





INTERIOR 1

Se verá al desplegar la portada, ocupando 2 cuartas partes del formato, teniendo una medida de 21.5 x 14 cm..

En este espacio irá información sobre el virus, sus formas de transmisión y no transmisión, por ejemplo sudor, saliva, etcétera; y la manera de saber si estamos infectados (la prueba de sangre), en tres bloques tipográficos independientes.

INTERIOR 2

Ya que la solución gráfica del cartel reducida proporcionalmente al tamaño carta no pierde sus características funcionales y estéticas, la utilizamos en el interior del folleto.

Al estar verticalmente dividido en cuatro partes iguales por la información y por las medidas, el doblez se determinó en función de éstas.

CONTRAPORTADA

La medida es de 21.5 x 7 cm.. Este espacio es el ideal para colocar los lugares a los que se puede llamar o acudir por información, con sus logotipos para que se reconozcan fácilmente, así como una pequeña leyenda. Los créditos estarán en este espacio.

El Síndrome de Inmunodeficiencia
Adquirida producida por el virus VIH,
es un padecimiento mortal que afecta la capacidad del organismo para defenderse de infecciones, cáncer, etc.
Hasta la fecha no se ha encontrado una vacuna para esta enfermedad, ni una cura para esta enfermedad.

Las formas de transmisión son:
Sexo: relaciones heterosexual y homosexual sin protección.
Drogas: compartir jeringas y agujas contaminadas.
Perinatale: una madre con VIH puede contagiar a su hijo durante el embarazo o lactancia.
No se transmite por: sudor, abrazar, toser, compartir vasos, baños o linas, o por picaduras de mosquitos.

La forma más accesible de saber si estamos contagiados es por un examen de sangre que detecta anticuerpos. Varias instituciones la realizan gratuitamente y confidencialmente. Si no te has hecho la prueba hasta la más probable es que seas negativo y que esto te ayude a tener una conducta sana.

El Síndrome de Inmunodeficiencia
Adquirida producida por el virus VIH,
es un padecimiento mortal que afecta la capacidad del organismo para defenderse de infecciones, cáncer, etc.
Hasta la fecha no se ha encontrado una vacuna para prevenirlo, ni una cura para esta enfermedad.

Las formas de transmisión son:
Sexo: relaciones heterosexual y homosexual sin protección.
Drogas: compartir jeringas y agujas contaminadas.
Sangre: transfusiones.
Perinatale: una madre con VIH puede contagiar a su hijo durante el embarazo o lactancia.
No se transmite por: sudor, abrazar, toser, compartir vasos, baños o linas, o por picaduras de mosquitos.

La forma más accesible de saber si estamos contagiados es por un examen de sangre que detecta anticuerpos. Varias instituciones la realizan gratuitamente y confidencialmente. Si no te has hecho la prueba hasta la más probable es que seas negativo y que esto te ayude a tener una conducta sana.

PROPUESTA FINAL

PORTADA

La tipografía crece ascendentemente de izquierda a derecha un 25% sobre una línea base horizontal, "por qué" de 108 puntos, "cómo" de 131 puntos y "dónde" de 154 puntos, ocupando dos terceras partes del formato, la tipografía Casablanca condensada al 60%. En la tercera parte del formato de lado derecho una fotografía blanco y negro.

El fondo negro y las letras caladas contrastan llamando la atención y dando fuerza a la imagen.

Elegimos esta imagen porque... ¿Por qué la imagen del cuerpo y no la de una jeringa, o la aguja inyectando, o la bolsa de sangre?

Porque de uno u otro modo, finalmente el virus "habita" el cuerpo, el cuerpo en el que vivimos y en el que morimos.

Sea el sexo que sea y la preferencia que se tenga, se está expuesto al contagio del VIH si no se toman las precauciones.

Queremos decir que "desde tus manos, hasta tus pies, eres responsable de tu vida."

La fotografía fue tomada con una cámara Réflex 35 mm (Canon AE-1) y un lente de 50 mm, con una película negativa, pancromática de sensibilidad 400 (ASA); se reveló con D-76, se imprimió en papel semi mate grado 2.



INTERIOR 1

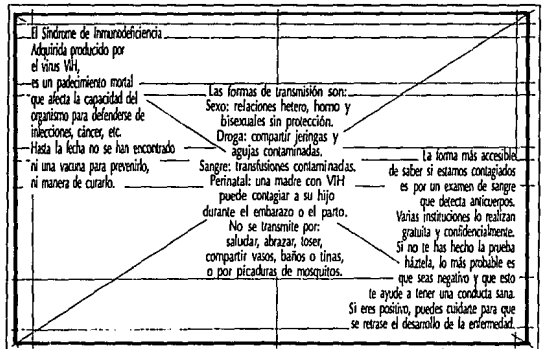
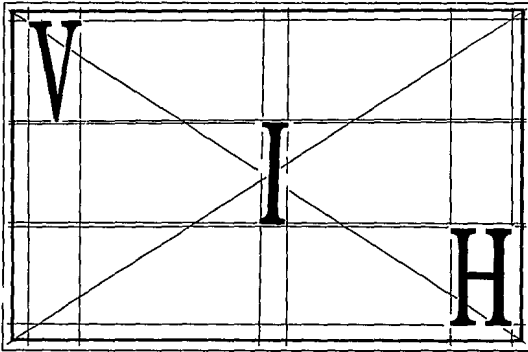
La solución es incluir las siglas VIH con la tipografía Casablanca y colocar cada bloque tipográfico sobre cada una de éstas.

Quedando las siglas en diagonal ascendente de izquierda a derecha de 158 puntos, y cada bloque con diferente alineación.

El correspondiente a la "V" está alineado a la izquierda ya que su ubicación es el ángulo superior izquierdo y hace escuadra con dicho ángulo; sucede lo mismo con el bloque que corresponde a la sigla "H", justificado a la derecha, en el ángulo inferior; el bloque que ocupa la sigla "I", está alineado al centro. Esta tipografía es Ottawa.

Utilizamos el rojo de las siglas SIDA, en una pantalla del 50%, sobre las cuales irá la tipografía en negro.

Dos plecas, una en la cabeza y la otra al pie del formato de un punto para delimitar el espacio.





INTERIOR 2

Es la solución gráfica del cartel a proporción.

CONTRAPORTADA

En la parte superior izquierda, los teléfonos de (CONASIDA) telsida y (UNAM) Servicios Médicos en 13 puntos. Abajo el escudo de la UNAM y el logotipo de la Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad, de 1.2 cm. de altura.

Los créditos están en 13 puntos, se encuentran en la parte superior derecha alineados a la derecha y abajo una leyenda: "No tires este folleto, compártelo", en 17 puntos. Todo esto utilizando el tipo Ottawa.

telsida CONASIDA 207•4077	DISEÑO GRAFICO Mauricio Cejín Yuriria Pantoja
servicios médicos UNAM 622•0132	EDICION Dr. Carlos Larralde
 SECRETARÍA AJUZLIAR	 DIRECCIÓN GENERAL DE APOYO Y SERVICIOS A LA COMUNIDAD
No tires este folleto, compártelo.	

CAPÍTULO 6. ENCUESTA

PREGUNTA:

Interrogación / Demanda / Consulta.

PREGUNTAR:

Pedir / Interrogar / Demandar.

CONTESTABLE:

Discutible / Controvertible / Cuestionable / Rebatible.

CONTESTACIÓN:

Contestar / Responder.

*Larousse. "Diccionario Sinónimos / Antónimos"
(México: Larousse.1993). p. 100, 375.*

ENCUESTA

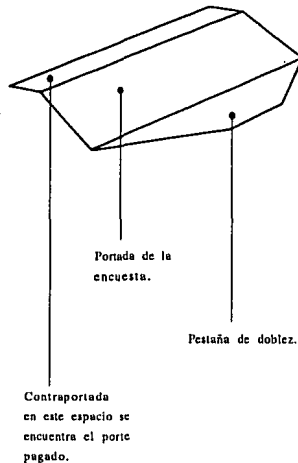
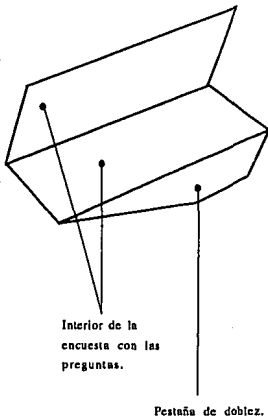
Tiene las características físicas del folleto. Llamémosle encuesta/ muestreo por su contenido.

Son preguntas de opción múltiple basadas en un cuestionario que aplican en CONASIDA a las personas que se hacen la prueba de detección del virus en la sangre. Con la supervisión del doctor Carlos Larralde editamos las preguntas. Ya que están ligadas a la información del folleto, se incluirán en el mismo.

PROPUESTAS PRELIMINARES

El formato será de 21.5 x 17.4 cm., con un doblez que lo divida en dos rectángulos iguales de 6.7 cm.. Esta medida está en función a la del folleto, que como ya dijimos irá en su interior, por lo que es medio centímetro más chico evitando así problemas de doblez.

Dejaremos una pestaña piramidal de 4 cm. de ancho del lado derecho para que funcione como sobre. Esto hará más íntima la información ya que son preguntas personales.



CORRESPONDENCIA CON DERECHOS POR COBRAR
SOLAMENTE SERVICIO NACIONAL

CORRESPONDENCIA
PERMISO POSTAL
No. D.F. 43-92
MEXICO, D.F.

EL PORTE SERA PAGADO POR:

DIRECCION GENERAL DE
PROTECCION A LA COMUNIDAD
UNAM

Administración de Correos No. 70
04510 México, D.F.

encuesta

PROPUESTA FINAL

PORTADA

Aquí irá la palabra "encuesta" en posición vertical, alineada a la derecha en bajas con el tipo Ottawa de 63 puntos, seguida de "puntos suspensivos" en posición horizontal, ambos calados en una plasta negra en la parte superior.

INTERIOR

Para dar continuidad se incluirá la plasta negra en interior con un bloque tipográfico en 10 puntos calado en blanco, cargado y alineado a la izquierda.

Las indicaciones son en altas de 14 puntos centrado, el tipo es Ottawa condensada; la tipografía de las preguntas está en altas, condensada de 10 puntos y las respuestas altas y bajas de 8 puntos con el fin de marcar la diferencia entre las preguntas y las respuestas.

Previo a las respuestas hay un pequeño rectángulo para ser marcado.

CONTRAPORTADA

Esta parte la ocupan los datos del correo justificados con la distancia de la tipografía de la portada.

Error: en una de las respuestas dice "a vaces", en lugar de "a veces".

LEE EL SIGUIENTE FOLLETO ANTES DE CONTESTAR
LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

EDAD
 15-20 21-25 26-30 31 o más

SEXO
 Masculino Femenino

ESCOLARIDAD
 Secundaria Bachillerato Licenciatura

TE CONSIDERAS
 Heterosexual Bisexual Homosexual

¿TIENES MÁS DE UNA PAREJA SEXUAL?
 Sí No

¿USAS CONDÓN?
 Nunca A veces Casi siempre Siempre

¿ESTAS ENFERMO DE SIDA?

Sí No No sé

¿ESTAS INFECTADO, PERO AUN SANO?
 Sí No No sé

¿HAS DONADO SANGRE?

Sí No

¿HAS RECIBIDO TRANSFUSIONES?

Sí No No sé

¿ERES HEMOFÍLICO?

Sí No No sé

¿HAS CONSUMIDO DROGAS INTRAVENOSAS?

Sí No

¿TE HAS HECHO LA PRUEBA DEL SIDA?

Sí No

¿TE LA HARIAS?

Sí No No sé

¿POR QUÉ?

Es necesario

No es necesario

Por miedo a tenerlo

Por que no tienes SIDA

Por desinformación

No lo habías pensado

¿SI TE HICIERAS LA PRUEBA
Y RESULTARAS NEGATIVO QUE HARIAS?

Cambiarías tu conducta sexual

No la cambiarías

Reducirías el número de parejas sexuales

Usarías condón

No lo usarías

Apreciarías más tu salud

continúa

¿Y SI FUERAS SEROPOSITIVO, QUE HARIAS?

Se lo dirías a alguien

Lo ocultarías

Se lo contarías a tu pareja

La (o) contagiarías

Contagiarías a los demás

No tendrías relaciones sexuales

Te irías de viaje

Te suicidarías

Usarías condón en todas tus relaciones

¿SABES CUALES SON LAS FORMAS DE TRANSMISION
DEL SIDA ANTES DE LEER EL FOLLETO?

Sí No

¿Y COMO PREVENIRLOS?

Sí No

¿LEISTE TODO EL FOLLETO?

Sí No

¿QUE TE PARECIO?

Bueno Regular Malo

¿Y EL CARTEL?

Bueno Regular Malo

¿APRENDISTE ALGO NUEVO?

Sí No

¿TE DEJARON ALGUN MENSAJE POSITIVO?

Sí No

¿HUBO ALGO QUE NO TE QUEDARA CLARO?

Sí No

GRACIAS POR TU SINCERIDAD
Y TU AYUDA
ESTO ES ANÓNIMO

¿OTRAS COSAS?

CAPÍTULO 7.
IMPRESIÓN Y DISTRIBUCIÓN

IMPRESIÓN:

Marca / Vestigio / Huella / Señal / Estampa.

IMPRIMIR:

Retener / Guardar / Fijar / Conservar.

IMPRIMIR:

Tirar / Estampar / Editar.

*Larousse. "Diccionario Sinónimos / Antónimos"
(México:Larousse, 1993). p. 248.*

IMPRESIÓN

Entregamos los originales mecánicos a la Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad (UNAM), haciéndose responsables ellos de la impresión.

El cartel, el folleto y la encuesta se imprimieron en offset.

CARTEL

El papel es bond de 80 kgr., el pliego mide 70 x 90 cm., el formato del cartel es de 70 x 45 cm. obteniendo así 2 carteles por pliego.

El tiraje fue de 2 mil ejemplares impresos a 2 tintas.

FOLLETO

El papel que utilizamos es bond de 80 kg., tamaño carta (21.5 x 28 cm.). El tiraje fue de 3 mil ejemplares impresos a dos tintas.

ENCUESTA

En este caso el papel también es bond pero más delgado, de 36 kg., con un formato de 21.5 x 17 cm. El tiraje fue de 3 mil ejemplares impresos a una tinta.

No tuvimos relación alguna con el impresor, por lo que hubo errores como por ejemplo, en el caso del folleto: se imprimió al revés el interior; uno de los puntos “rojos” previos a los cambios de conducta no se imprimió. En la portada, tampoco se imprimieron los acentos de las palabras: por qué, cómo y dónde. El doblez no se hizo como se indicó por lo que hubo que “redoblarlos” y se maltrataron un poco.

El presupuesto no incluyó el pegamento de la encuesta.

DISTRIBUCIÓN

La distribución estuvo a cargo de la Dirección de Apoyo y Servicios a la Comunidad, en las distintas Direcciones, Escuelas, Colegios y Facultades. Otra mínima parte fue puesta en las galerías y cafeterías de la universidad.

Se distribuyeron aproximadamente 1,500 folletos y 1,500 encuestas, todos los carteles fueron pegados.

Tuvimos la oportunidad de participar en la Feria de la Salud organizada por la Dirección General de Servicios Médicos (UNAM), ya que uno de los objetivos era el de informar, interesar y motivar a los miembros de la comunidad universitaria en la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades.

Tuvo lugar en la explanada de Ciudad Universitaria, a un costado de la torre de Rectoría así como en distintas escuelas, facultades y planteles periféricos, en marzo de 1992.

POR ÚLTIMO ...

CONCLUSIÓN:

Término / Final / Fin / Terminación.

Antónimo: *comienzo.*

CONCLUSIÓN:

Deducción / Resultado / Resolución / Consecuencia.

Antónimo: *premisas.*

*Larousse. "Diccionario Sinónimos / Antónimos"
(México:Larousse, 1993). p. 93.*

CONCLUSIONES

De acuerdo a la información proporcionada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), 5 000 personas se infectan diariamente por el VIH en el mundo. Esto significa que las estrategias de comunicación utilizadas a nivel global, donde las hay, no son eficientes ni eficaces.

Consideramos que las campañas de lucha contra el SIDA, por lo menos en el caso de México, han carecido de un factor importante: la sensibilización del público objetivo hacia la posibilidad de infectarse por el virus.

Desde nuestra experiencia como diseñadores y comunicadores gráficos creemos que las campañas de difusión informativa, de prevención y control de la epidemia, deben referirse de manera más directa, cercana, accesible y eficiente a los diferentes públicos involucrados:

Población general: en que la sensibilización y la información pueden hacerse de manera preventiva en adolescentes y adultos, mujeres y hombres pertenecientes a diversos sectores.

Población específica: grupo en que la sensibilización y la información tengan como objetivo prioritario la opción de someterse a la prueba de detección del VIH.

La población infectada, donde la sensibilización y la información provoquen la asistencia a diferentes centros de apoyo y se haga participe a la sociedad en general sobre el trato que las personas que viven con VIH-SIDA deben recibir.

Entre éstos existen diferentes problemáticas, distintos lenguajes y diversas estrategias susceptibles de aplicación.

El saber teórico y los conceptos especializados, en este caso médicos, no sólo obstaculizan la claridad de los mensajes, sino que además por su carácter conciliatorio de diversos enfoques, resultan en campañas por demás alejadas del interés y la realidad del receptor.

Un rasgo que define a la sociedad mexicana hoy es su perfil marcadamente urbano y juvenil. De acuerdo al último Censo General de Población y Vivienda, en 1990 de una población de 81.2 millones de habitantes, 17.5 millones son jóvenes de ambos sexos cuyas edades oscilan entre los 15 y 24 años de edad.

Constituyendo entonces los jóvenes el contingente mayoritario en nuestro país, consideramos esencial difundir entre ellos el conocimiento de las formas de transmisión del virus VIH para su prevención ya que provoca el SIDA que hasta ahora es una enfermedad mortal.

La comunidad estudiantil de la Universidad Nacional Autónoma de México dista mucho de ser homogénea, caracterizándose más bien por su heterogeneidad. Universos disímboles, con distintas visiones, deseos, expectativas, aspiraciones y necesidades, exigen un diseño flexible y audaz, que cubra este mosaico estudiantil.

La investigación efectuada sobre los medios de comunicación universitarios y de la información existente y accesible del SIDA, indica que el vehículo más adecuado para llegar a la comunidad universitaria lo constituyen los medios impresos, en particular carteles y folletos.

La encuesta se hizo como prueba piloto por petición del doctor Carlos Larralde para recopilar datos con fines de investigación.

Los conceptos son: infórmate, cambia tu conducta, no hay otra solución. Buscamos palabras de interés para los jóvenes: sexo, sangre, droga, SIDA.

La trascendencia de este trabajo radica en ser una aportación para los estudiantes de nuestra comunidad universitaria en particular y para la sociedad en general.

BIBLIOGRAFÍA

... "Las palabras, guardadas en viejos frascos de cristal esperaban a los poetas y se les ofrecían, locas de ganas de ser elegidas: ellas rogaban a los poetas que las miraran, que las olieran, que las tocaran, que las lamieran. Los poetas habrían los frascos, probaban palabras con el dedo y entonces se relamían o fruncían la nariz. Los poetas andaban en busca de palabras que no conocían, y también buscaban palabras que conocían y habían perdido. En la casa de las palabras había una mesa de colores. En grandes fuentes se ofrecían los colores y cada poeta se servía del color que le hacía falta: amarillo limón o amarillo sol, azul mar o humo rojo, lacre, rojo sangre, rojo vino"...

*Eduardo Galeano.
Fragmento de La Casa de las Palabras.
"El libro de los abrazos".
(México: Ed. Siglo XXI, 1991). p. 7.*

BIBLIOGRAFÍA

Barnicoat J.

"Los carteles, su historia y su lenguaje".

Editorial Gustavo Gili.

Barcelona, España 1973.

Beltrán y Cruces, Raul Ernesto.

"Publicidad en los medios impresos".

Editorial Trillas.

México, 1984.

Coordinación de Difusión Cultural. UNAM.

"Crónica".

México 1992.

Dirección General de Planeación,

Evaluación y Proyectos Académicos. UNAM.

"Resumen Estadístico 1992 UNAM".

México 1992.

Euniciano M.

"Artes Gráficas. Introducción General".

Editorial Don Bosco.

Barcelona, España 1975.

E. Martín. y L. Tapiz.

"Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas".

Editorial Don Bosco.

Barcelona, España 1981.

Fiske John.

"Introducción al estudio de la Comunicación".

Editorial Norma.

México, 1986.

Grimek Mirko.
"Historia del SIDA".
Editorial Siglo XXI.
México 1992.

Murray R.
"Manual de Técnicas".
Editorial Gustavo Gili.
Barcelona, España 1980.

Torre Villagrán Norberto.
"El cartel como medio masivo de comunicación
en el sector salud".
Tesis que presentó para obtener la licenciatura
en Comunicación Gráfica.
ENAP, UNAM.
México, 1989.

CITAS POR CAPÍTULO

INTRODUCCIÓN

Ortiz Mauricio.
"Del Cuerpo" Letania Finisecular.
La Jornada.
México, D.F., 3 Diciembre 1990.

CAP. 1

Krause Arnoldo.
"SIDA y sociedad: fracturas" (segunda de tres partes).
La Jornada.
México, D.F. Agosto 1991.

Hein Karen y Foyd Teresa.
"SIDA. Verdades en lugar de miedo".
Editorial Promexa.
México, D.F., 1991.

"Sociedad y SIDA", no. 33.
El Nacional.
México, D.F., Junio 1993.

Instituto Nacional de Diagnóstico y Referencia Epidemiológicos.
"Boletín Mensual SIDA/ETS".
México, D.F., Julio 1992, no. 7, año 6 y Febrero 1993, no.2, año 7.

Publicación del Consejo Nacional
para la Prevención y Control del SIDA.
"Gaceta CONASIDA", no. 3
CONASIDA
México, 1990.

CAP. 2

Publicación del Consejo Nacional
para la Prevención y Control del SIDA.
"Gaceta Informativa". CONASIDA, no. especial
CONASIDA.
México, Enero 1990.

Narro José.
"Introducción a la Universidad".
México, D.F., 9 Febrero 1989.

CAP. 3

Diccionario de la Lengua Española.
"Enciclopedia Práctica del Estudiante".
Editorial Promexa.
México 1982.
p.100.

Poniatowska Elena.
(Fragmento de ponencia presentada
en la mesa "La función social del periodismo".
Foro Internacional del Periodismo Cultural. Guadalajara, México).
"con-textos" Patricia Vega.
La Jornada.
México, D.F. 6 Diciembre 1992.

CAP. 4

Glaser Milton.
"Introducción a la edición"
Anuario Graphis Poster 1981
(Traducción de Rivera Mauricio).

Tubau Iván.
"Dibujando Carteles"
Editorial CEAC.
Barcelona, España 1987.
p.18.

CAP. 5

Galeano Eduardo.
Fragmento de Celebración de la voz humana / 2.
"El libro de los abrazos".
Editorial Siglo XXI
México, 1991.
p.11.

CAP. 6

Larousse.

"Diccionario Sinónimos/ Antónimos".

Editorial Larousse.

México, 1993.

p.100, 375.

CAP. 7

Larousse.

"Diccionario Sinónimos/ Antónimos".

Larousse.

México, 1993.

p. 248.

CONCLUSIONES

Larousse.

"Diccionario Sinónimos/ Antónimos".

Editorial Larousse.

México, 1993.

p. 93.

BIBLIOGRAFÍA

Galeano Eduardo.

Fragmento de La Casa de las Palabras.

"El libro de los abrazos"

Editorial Siglo XXI

México, 1991.

p. 7.

Galeano Eduardo.

Los Colores

"Memoria del fuego, I Los nacimientos"

Editorial Siglo XXI

México, 1982.

p. 15.

Los colores

*Eran blancas las plumas de los pájaros
y blanca la piel de los animales.*

*Azules son, ahora, los que se bañaron en un lago
donde no desembocaba ningún río, ningún río nacía.
Rojos, los que se sumergieron en el lago de la sangre
derramada por los niños de la tribu kadiueu.*

*Tienen el color de la tierra los que se revolcaron en el barro,
y el de la ceniza los que buscaron calor en los fogones apagados.*

*Verdes son los que frotaron sus cuerpos en el follaje
y blancos los que se quedaron quietos.*

CORRESPONDENCIA CON DERECHOS POR COBRAR
SOLAMENTE SERVICIO NACIONAL

CORRESPONDENCIA
PERMISO POSTAL
No. D.F. 43-92
MEXICO, D.F.

EL PORTE SERA PAGADO POR:

DIRECCION GENERAL DE
PROTECCION A LA COMUNIDAD
UNAM

Administración de Correos No. 70
04510 México, D.F.

encuesta



Esta pequeña encuesta servirá para darnos una idea de la efectividad del cartel y del folleto en proporcionar información conducente a cambiar la conducta de riesgo.

LEE EL SIGUIENTE FOLLETO ANTES DE CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

EDAD

- 15-20 21-25 26-30 31 o más

SEXO

- Masculino Femenino

ESCOLARIDAD

- Secundaria Bachillerato Licenciatura

TE CONSIDERAS

- Heterosexual Bisexual Homosexual

¿TIENES MAS DE UNA PAREJA SEXUAL?

- SI No

¿USAS CONDON?

- Nunca A veces Casi siempre Siempre

¿ESTAS ENFERMO DE SIDA?

- SI No No sé

¿ESTAS INFECTADO, PERO ALUN SANO?

- SI No No sé

¿HAS DONADO SANGRE?

- SI No

¿HAS RECIBIDO TRANSFUSIONES?

- SI No No sé

¿ERES HEMOFILICO?

- SI No No sé

¿HAS CONSUMIDO DROGAS INTRAVENOSAS?

- SI No

¿TE HAS HECHO LA PRUEBA DEL SIDA?

- SI No

¿TE LA HARÍAS?

- SI No No sé

¿POR QUE?

- Es necesario
 No es necesario
 Por miedo a tenerlo
 Por que no tienes SIDA
 Por desinformación
 No lo habías pensado

¿SI TE HICIERAS LA PRUEBA Y RESULTARAS NEGATIVO QUE HARÍAS?

- Cambiarías tu conducta sexual
 No la cambiarías
 Reducirías el número de parejas sexuales
 Usarías condón
 No lo usarías
 Apreciarías más tu salud

continúa

¿Y SI FUERAS SEROPOSITIVO, QUE HARÍAS?

- Se lo dirías a alguien
 Lo ocultarías
 Se lo contarías a tu pareja
 La (o) contagiarías
 Contagiarías a los demás
 No tendrías relaciones sexuales
 Te irías de viaje
 Te suicidarías
 Usarías condón en todas tus relaciones

¿SABIAS CUALES SON LAS FORMAS DE TRANSMISION DEL SIDA ANTES DE LEER EL FOLLETO?

- SI No

¿Y COMO PREVENIRLO?

- SI No

¿LEISTE TODO EL FOLLETO?

- SI No

¿QUE TE PARECIO?

- Bueno Regular Malo

¿Y EL CARTEL?

- Bueno Regular Malo

¿APRENDISTE ALGO NUEVO?

- SI No

¿TE DEJARON ALGUN MENSAJE POSITIVO?

- SI No

¿HUBO ALGO QUE NO TE QUEDARA CLARO?

- SI No

GRACIAS POR TU SINCERIDAD
 Y TU AYUDA
 ESTO ES ANÓNIMO

¿OTRAS COSAS?

Las relaciones sexuales (hetero, bi y homosexuales), son la forma más frecuente de transmisión, ya que el virus está en el semen, en líquidos vaginales, y en la sangre.

- La práctica de la sexualidad es fundamental en nuestras vidas, hazlo responsablemente.

- Practica el sexo seguro.

- Reduce el número de parejas sexuales.

- Evita al promiscuo (a).

- Para no ser tú quien transmite la enfermedad, hazte la prueba de detección (de sangre), ya que se puede portar al virus sin mostrar ningún síntoma.

- El condón es la forma de protección ideal durante las relaciones sexuales.

SEXO

teléfono
CONASIDA 207•4077



servicios médicos
UNAM 622•0132



Infórmate
y cambia tu conducta,
ésta es la solución.

Este tipo de transmisión es muy frecuente entre adictos a drogas inyectadas, ya que se comparten jeringas y agujas contaminadas.

- Utiliza una nueva y después de usarla, destrúyela.
- Mejor no consumas drogas.
- No compartas instrumentos que tengan contacto con la sangre.

● La sangre es vital en muchos accidentes y en diversas enfermedades. Si te van a transfundir sangre, o a cualquier familiar, exige que haya sido examinada y aprobada, ya que puede estar contaminada.

Droga

SANGRE

El Síndrome de Inmunodeficiencia
Adquirida producido por
el virus VIH,
es un padecimiento mortal
que afecta la capacidad del
organismo para defenderse de
infecciones, cáncer, etc.
Hasta la fecha no se han encontrado
ni una vacuna para prevenirlo,
ni manera de curarlo.

Las formas de transmisión son:
Sexo: relaciones hetero, homo y
bisexuales sin protección.

Droga: compartir jeringas y
agujas contaminadas.

Sangre: transfusiones contaminadas.

Perinatal: una madre con VIH
puede contagiar a su hijo
durante el embarazo o el parto.

No se transmite por:
saludar, abrazar, toser,
compartir vasos, baños o tinas,
o por picaduras de mosquitos.

La forma más accesible
de saber si estamos contagiados
es por un examen de sangre
que detecta anticuerpos.

Varias instituciones lo realizan
gratuita y confidencialmente.

Si no te has hecho la prueba
háztela, lo más probable es
que seas negativo y que esto

te ayude a tener una conducta sana.

Si eres positivo, puedes cuidarte para que
se retrase el desarrollo de la enfermedad.

tel s i d a
CONASIDA 207•4077

servicios médicos
U N A M 622•0132

DISEÑO GRAFICO
Mauricio Cejín
Yuriria Pantoja
EDICION
Dr. Carlos Larralde



SECRETARIA
AUXILIAR



DIRECCION GENERAL DE
APOYO Y SERVICIOS
A LA COMUNIDAD

No tires este folleto, compártelo.

porque, como, donde.



Las relaciones sexuales (hetero, bi y homosexuales), son la forma más frecuente de transmisión, ya que el virus está en el semen, en líquidos vaginales, y en la sangre.

- La práctica de la sexualidad es fundamental en nuestras vidas, hazlo responsablemente.
 - Practica el sexo seguro.
 - Reduce el número de parejas sexuales.
 - Evita al promiscuo (a).
- Para no ser tú quien transmite la enfermedad, hazte la prueba de detección (de sangre), ya que se puede portar al virus sin mostrar ningún síntoma.
- El condón es la forma de protección ideal durante las relaciones sexuales.

S

teléfono
CONASIDA 207•4077



servicios médicos
UNAM 622•0132



nt
y

Sexo

Infórmate

y cambia tu conducta,
ésa es la solución.

Este tipo de transmisión es muy frecuente entre adictos a drogas inyectadas, ya que se comparten jeringas y agujas contaminadas.

- Utiliza una nueva y después de usarla, destrúyela.
- Mejor no consumas drogas.
- No compartas instrumentos que tengan contacto con la sangre.

D

● La sangre es vital en muchos accidentes y en diversas enfermedades. Si te van a transfundir sangre, o a cualquier familiar, exige que haya sido examinada y aprobada, ya que puede estar contaminada.

S A



SECRETARIA
AUXILIAR



DIRECCION GENERAL DE
APOYO Y SERVICIOS
A LA COMUNIDAD

DISEÑO GRAFICO Yuriria Pantoja y Mauricio Cejín. EDICION Dr. Carlos Larra

Droga

Angre