

Ailín Lezcano
ailinlezcano22@gmail.com

Facultad de Artes. Universidad Nacional de La Plata. Argentina

// Taller de Diseño en Comunicación Visual 5A

Titular
María Adela Cañás
Adjunta
Beatriz Ramacciotti
Auxiliares docentes
Juan Martín Fourcaud, Laura Maiori, Luis Miguel De La Cruz

Plan ENIA: descubrir, decidir, disfrutar

PROYECTO DE GRADUACIÓN 04

1. Para ver todas las piezas gráficas y audiovisuales del proyecto dirigirse a www.behance.net/ailinlezcano

El siguiente proyecto de graduación,¹ realizado durante la cursada 2020 de Taller de Diseño en Comunicación Visual 5A, consiste en el análisis, rediseño y propuesta de una estrategia integral de comunicación para el Plan Nacional de Prevención del Embarazo No Intencional en la Adolescencia (ENIA).

El Plan ENIA es de alcance nacional y se enmarca en la Ley de Educación Sexual Integral. Su objetivo principal es la reducción del riesgo de embarazo no intencional en jóvenes entre quince y diecinueve años. Para ello busca promover la toma de decisiones libres e informadas y garantizar el acceso a los métodos anticonceptivos gratuitos en el país.

Tiene tres dispositivos de intervención a partir de los cuales llega a su público objetivo: las escuelas, en las que organiza jornadas de educación sexual; los centros públicos de salud, con consejerías en salud sexual y reparto de anticonceptivos gratuitos; y la comunidad, a través de actividades de promoción de derechos y de salud sexual en espacios públicos.

UN ANÁLISIS SOBRE EL PLAN Y SU PÚBLICO

El primer paso en la investigación fue delimitar y caracterizar el sector al cual pertenece el Plan, compararlo con proyectos análogos y estudiar en profundidad su público objetivo. Un aspecto distintivo del Plan es su enfoque en derechos humanos y derechos de salud sexual, y se diferencia de otros proyectos similares regionales que se centran únicamente en la prevención de embarazos o en la transmisión de infecciones de transmisión sexual.

Para acercarnos al público objetivo se realizaron ciento veinticinco encuestas y siete entrevistas enfocadas en conocer su relación con las temáticas trabajadas por el Plan, recolectar experiencias sobre su participación en jornadas de Educación Sexual Integral (ESI), identificar dónde buscan información sobre salud sexual y explorar sus universos de consumo cultural.

De los resultados de la investigación cuantitativa se concluyó que la mayor parte del público objetivo considera importante que se hable de educación sexual desde el Estado, en las escuelas y en los barrios. Sin embargo, cree que la información brindada en los colegios es muy básica, demasiado centrada en evitar embarazos y, en muchos casos, sin perspectiva de género y sin contemplar las problemáticas del colectivo LGTBIQ+.

Si bien les jóvenes reconocen que hay muchos mitos e información falsa circulando sobre salud sexual, el 82,2 % investiga en internet, en vez de preguntar en escuelas, en centros de salud o dentro de su familia. El 60 % afirmó que se informa principalmente a través de redes sociales. Instagram se destacó como la red social más utilizada y el *storytelling* surgió como un recurso muy importante para tratar temas con profundidad, especialmente en plataformas de video como Youtube.

LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

El análisis y la investigación confirmaron la necesidad de desarrollar una estrategia de comunicación integral y un sistema de identidad uniforme que emplee los canales que utiliza el público objetivo, que hable en un lenguaje atractivo y cercano, y que lleve a cabo actividades y jornadas para que los adolescentes reconozcan el Plan ENIA, y las relacionen con el resto de los materiales.

El puntapié inicial fue la idea rectora: *descubrir, decidir, disfrutar*. El proyecto considera la adolescencia como una etapa de descubrimiento y autoconocimiento en la cual les jóvenes tienen derecho a acceder a toda la información necesaria para tomar decisiones autónomas



Figura 1. Signo marcario

sobre su cuerpo y disfrutar libremente de su sexualidad. En línea con la idea rectora, para el rediseño del signo marcario se trabajaron los conceptos de juventud y diversidad [Figura 1]. Se planteó un juego tipográfico de combinación de familias tipográficas y mayúsculas/minúsculas, que se replicó en diferentes piezas.

Se propuso una página web que nuclea los materiales del Plan, redireccione a las redes y permita a les adolescentes chatear de manera anónima con profesionales de la salud, entre otras funcionalidades. El diseño y prototipado se realizó en versión *mobile*, ya que más del 90 % de les entrevistades habían afirmado navegar en internet a través de su celular [Figura 2].

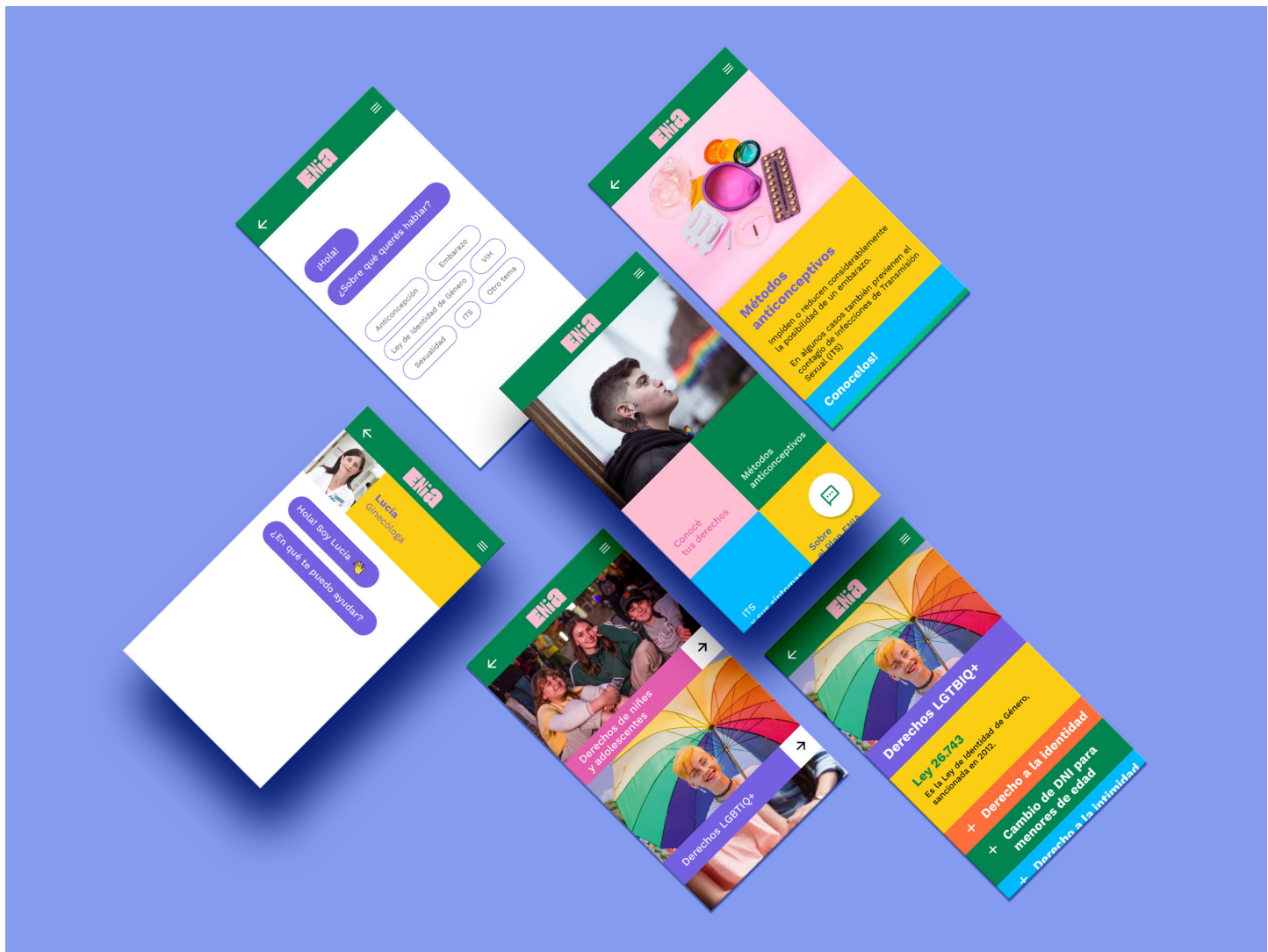


Figura 2. Pantallas del diseño de Web Mobile

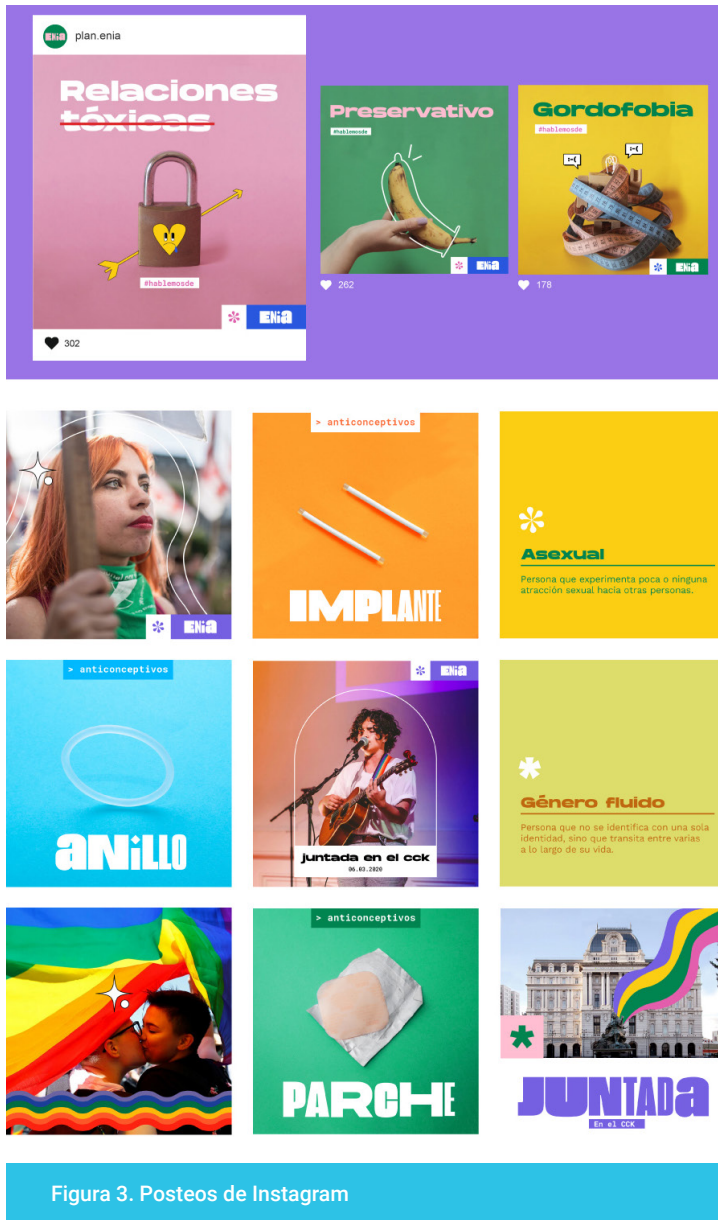


Figura 3. Posteos de Instagram

La red social a la cual se le dio más importancia fue a Instagram. Se pensaron diferentes tipos de contenidos con objetivos específicos, abocados a difundir información sobre sexualidades, métodos anticonceptivos e identidades de género; a fomentar la interacción del público con el Plan; y a mantener a los adolescentes al tanto de las diferentes actividades impulsadas por este [Figura 3].

En YouTube se decidió trabajar con *influencers*, *youtubers*, artistas y profesionales de la salud que traten con profundidad temas relevantes para el público: salud sexual, relaciones afectivas, sexualidades, etcétera. Se trabajó con el formato característico de esta plataforma: una persona hablando a cámara, a la cual se le sumaron intervenciones gráficas animadas.

El diseño en el espacio y en la vía pública fue otro de los pilares de la propuesta, tanto para promocionar diferentes acciones del Plan como para hacer llegar piezas informativas al público objetivo en los lugares que este frecuenta. Un ejemplo de esto último son los *dispensers* diseñados para distribuir preservativos gratuitos en los baños de escuelas, gimnasios municipales y centros de salud. Dentro de estos *dispensers* hay *packs* de dos profilácticos, con imágenes alusivas que buscan incentivar su uso en todos los tipos de relaciones sexuales y con instrucciones para convertir los preservativos en campos de látex para utilizar entre personas con vulva [Figura 4].

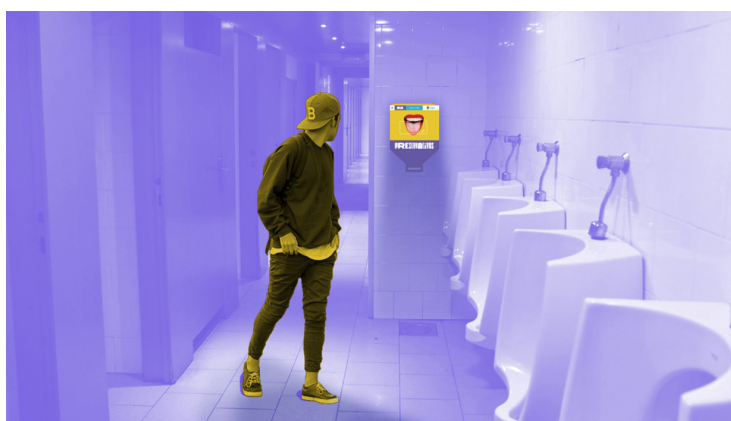


Figura 4. Dispenser de preservativos



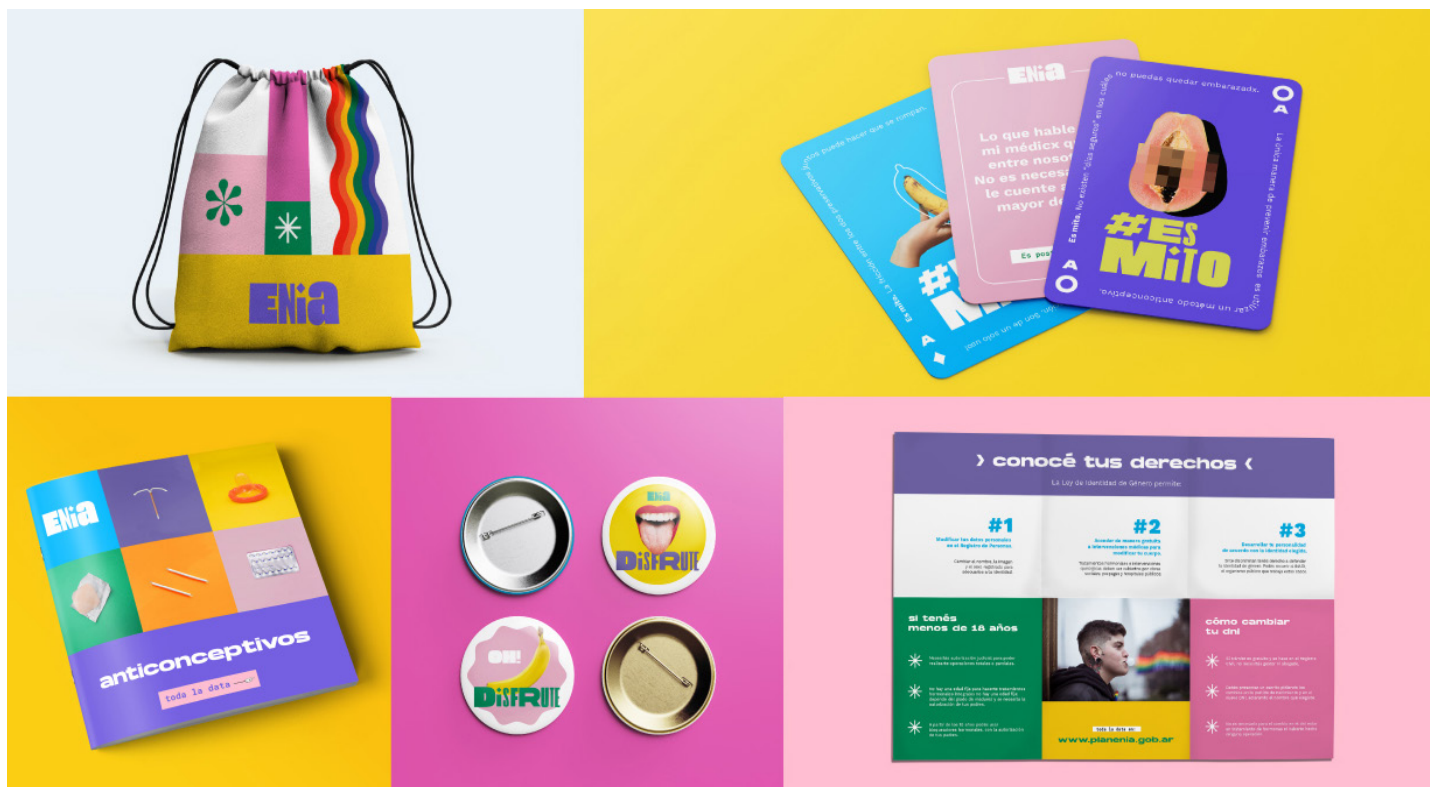


Figura 5. Kit ENIA

UNA SOLUCIÓN PARA LOS TIEMPOS ACTUALES

El proyecto se desarrolló durante el 2020, es decir, durante las diferentes fases del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) y del Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio (DISPO). La virtualidad de las clases y la falta de conectividad dificultaron la llegada del Plan ENIA a su público objetivo. Para solucionarlo se creó un kit de materiales ENIA a domicilio, que aprovecharía la logística que muchas provincias pusieron en marcha para llevar cuadernillos a los hogares de estudiantes sin conectividad [Figura 5].