

Antes-Ahora: el diseño de bien público para la educación e inclusión social

Before-Now: the design of public good for education and social inclusion

Eduardo Alejandro Hernández-Alfonso

ealejandro@uclv.cu

Luis Ernesto Paz-Enrique

luisernestope@uclv.cu

Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Cuba.

Resumen

La lucha contra la homofobia debe constituir prioridad internacional. Para el diseño de productos se emplean tecnologías de la información y las comunicaciones. La investigación favorece la educación y conciencia crítica para el respeto a diversidad sexual. El estudio que se presenta y clasifica como investigación aplicada; se emplearon métodos en los niveles teóricos y empírico. Se plantea como objetivo general: diseñar una serie de carteles de bien público para visibilizar los resultados de Cuba respecto a la inclusión social de personas sexualmente diversas. Se diseña una serie de tres carteles de bien público denominada *Antes-Ahora* orientada a fortalecer las campañas educativas en el país a favor de la diversidad sexual.

Palabras clave: bien público, diversidad sexual, educación, producto comunicativo

Abstract:

The fight against homophobia should be an international priority. Information and communication technologies are used for product design. The research promotes education and critical awareness for respect towards sexual diversity. The study is presented and classified as applied research. Methods were used at the theoretical and empirical levels. The general objective is to design a series of public good posters to make visible the results of Cuba regarding the social inclusion of sexually diverse people. A series of three posters of public good is designed: *Before-Now* aimed at strengthening the educational campaigns carried out in the country in favor of sexual diversity.

Keywords: communicative product, education, public good, sexual diversity

Introducción

La exclusión de sujetos atendiendo su orientación sexual es una manifestación de las asimetrías en las relaciones de género. Las universidades aún no han desterrado este rezago de la cultura patriarcal que perjudica la libre determinación y desarrollo personal y profesional de estudiantes y docentes (Castaño-Castrillón, et. al., 2010). La tríada docencia-investigación-extensión en la formación universitaria permite desarrollar acciones transversales que contengan la educación sexual como continuidad de procesos iniciados en niveles de enseñanza precedentes. La protección y promoción de salud de la comunidad universitaria debe contener acciones de concientización para la aceptación de personas sexualmente diversas.

La creación de productos y servicios para la comunidad universitaria debe contener los elementos de la comunicación visual para elaborar comunicaciones en consonancia con los objetivos propuestos. El ser humano desde la antigüedad ha interpretado el mundo que le rodea a través de las formas. El diseño gráfico constituye la expresión profesionalizada del empleo de la imagen. La actividad creativa que genera el empleo de las formas se ha enriquecido con las manifestaciones transitadas en la historia del arte universal. La sociedad contemporánea se proyecta en constantes imágenes concebidas para reproducir la realidad, de este modo la evolución de las funciones del diseño posibilita mayor pro actividad ante las necesidades humanas.

El modelo cubano es un proyecto social que apuesta por la unidad y la inclusión, lo que permite afirmar que desterrar la homofobia es un elemento prioritario en cualquier estrategia de bien público gestada desde las instituciones educativas. La publicidad constituye una de las disciplinas de la comunicación que mayor uso ha realizado del diseño gráfico. La aplicación de esta herramienta se ha evidenciado fundamentalmente en el sistema capitalista, para la representación de productos y servicios para la mercantilización. Las campañas de comunicación realizadas para empresas de modas, perfumería, bebidas y refrescos, automóviles, entre otros, despliegan cuantiosos presupuestos para el trabajo de creativos y profesionales del diseño. De forma inversamente proporcional sucede con la asignación de recursos para realizar estudios aplicados que evidencien la utilización del diseño enfocado hacia la inclusión social.

El empleo de mensajes de bien público o social tiene como objetivo incidir en determinadas problemáticas sociales susceptibles de transformarse a través de la comunicación (Hernández &

Paz, 2016). La finalidad de estas acciones --de forma general se planifican a través de campañas-- es, sensibilizar a determinados grupos para generar el cambio en la sociedad. La temática de la exclusión social reflejada en el rechazo a un individuo o grupo de ellos por sus características, no ha sido ampliamente abordada desde el diseño gráfico; se plantea que:

Es mejor emplear como indicador de satisfacción de usuarios, la utilización efectiva de los servicios, con lo que se otorga a los usuarios un papel activo en el proceso de transferencia de la información al considerarlo como un coproductor del servicio y de la calidad del mismo. (Rey, 2000, p. 150)

El diseño de servicios de información debe estar centrado en los usuarios como forma de garantizar la satisfacción de sus necesidades y para favorecer la usabilidad del mismo. El diseño de servicios de información para la inclusión social, potencia el bienestar de los usuarios con acceso desigual a la información. Sobre las necesidades de información, las características de los usuarios y el diseño de servicios se identifican varios autores entre ellos se destacan Calva (2013); González (2011); Harsh & Mishra (2012); Paz, Hernández & Jalil (2015); Wang & Kline (2012). A partir de la de la comunicación de bien público se consigue construir ofertas inclusivas que contemplen las aspiraciones de los destinatarios y cumplan los objetivos del producto visual.

La temática de la diversidad sexual es un ítem abordado por el diseño con expresiones variadas, de acuerdo al contexto donde se construye. Al respecto es válido mencionar que la orientación homosexual no es un camino elegible ni una opción, es parte del desarrollo de la personalidad del ser humano. Su expresión pública es opción de cada persona. En las instituciones universitarias, aunque son favorables las condiciones para la formación académica, “igualmente, pueden padecer algún tipo de acción u omisión en el cual la homofobia no se expresa de manera abierta, pero que puede identificarse de forma implícita” (List, 2016, p. 3).

En la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas se contemplan acciones para la lucha contra la homofobia. El Centro de Bienestar Comunitario (CBU), perteneciente a la Facultad de Ciencias Sociales, la Dirección de Extensión Universitaria, el Vicerrectorado Docente, el Sindicato y la Federación Estudiantil Universitaria, favorecen la realización de actividades con el objetivo de lograr la inclusión social.

Una muestra de lo anterior lo constituye la Jornada de Convivencia Armónica, efectuada anualmente y con los objetivos de sensibilizar a la comunidad universitaria sobre la importancia

de la convivencia armónica como alternativa para una vida más saludable y estimular en la reflexión en torno a la importancia de desarrollar habilidades sociales facilitadoras de una convivencia armónica.

En el panorama internacional se constata un gran número de países que realizan acciones concretas para desterrar la discriminación y los prejuicios por motivo a la preferencia sexual de las personas. América en sentido general se caracteriza por ser un continente conservador. En los Estados Unidos las leyes y la percepción de los habitantes varían de estado a estado. La influencia de las religiones, la política y las pocas acciones encaminadas a desterrar la homofobia; han influido que sea uno de los países en donde más represión hay respecto a la preferencia sexual.

Se ha reconocido que los procesos socializadores de la cultura dominante y particularmente la educación, son vías efectivas para la formación de hombres y mujeres (Castro, 2010). La nación cubana se encuentra a la vanguardia en la lucha a favor del respeto a la diversidad sexual y contra la homofobia. En el hemisferio y el contexto latinoamericano Brasil y Cuba son los países que más desarrollan estrategias para aceptación e inclusión de personas con diferentes preferencias sexuales. En el contexto nacional muchos son los estudios que se han desarrollado con respecto a esta temática, asimismo se celebran eventos para la promoción y divulgación de la importancia de la lucha contra la homofobia y destacando la relevancia de la inclusión para la construcción del modelo socialista.

El Programa de Educación Sexual en Cuba se ha incluido en los programas de docencia médica y de formación de pedagogos y psicólogos y se ha introducido en los programas curriculares del Ministerio de Educación, no como asignatura específica, sino a través de las diferentes asignaturas en los distintos niveles de enseñanza:

La sociedad cubana debe acabar de desterrar la homofobia, porque es un asunto de voluntad política. La escuela tiene la responsabilidad de enseñar a ejercer derechos, a construir ciudadanía y democracia. Por tanto, no puede imponer dogmas y arbitrariedades, sino impulsar recursos que estimulen la solidaridad humana. (Castro, 2014, s/p)

Dentro del ámbito escolar se planifican acciones para abordar de manera creativa temas que preparen a menores, adolescentes y jóvenes para la vida sexual, reproductiva y familiar. Para el

logro de este fin se tiene en cuenta el grado que se cursa, la edad y los intereses de los estudiantes.

Instituciones nacionales como el Ministerio Nacional de Salud Pública (MINSAP) y el Centro Nacional de Educación Sexual (CENESEX) --que se define como “un centro educativo, investigativo y asistencial en el campo de la educación y salud sexual” (Castro, 2014, s/p)--, desarrollan programas en este sentido, cuyos objetivos son el respeto al ser humano. El CENESEX ha logrado un trabajo interdisciplinar e interinstitucional entre varias organizaciones. La labor desarrollada ha sido posible por el apoyo brindado por el Instituto Cubano de Radio y Televisión, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales, la Unión de Periodistas de Cuba, el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográfica, medios de prensa nacionales y locales, y editoriales (Editorial de la Mujer, Editora Abril, Editorial CENESEX). Otras organizaciones también apoyan el proyecto, el Grupo de Reflexión Oscar Arnulfo Romero, el Proyecto Palomas, el Centro Memorial Martin Luther King, la Unión de Juristas de Cuba, el Seminario Teológico de Matanzas, la red HsH, y las redes sociales comunitarias del CENESEX. El trabajo mancomunado de todos estos organismos e instituciones posibilitaban hoy la obtención de resultados tangibles, fruto del esfuerzo en conjunto de todas estas partes.

Se ha detectado a través de diferentes espacios y convocatorias lanzadas fundamentalmente por el Ministerio de Salud Pública de Cuba (MINSAP), la carencia de carteles promocionales de bien público orientados en la lucha contra la homofobia y la inclusión social. Se plantea como objetivo general el diseño de una serie de carteles de bien público para visibilizar los resultados de Cuba en lo referente a la lucha contra la homofobia y la inclusión social de personas sexualmente diversas.

El estudio que se presenta clasifica como investigación aplicada; a partir de los postulados teóricos, se intenta solucionar un problema de la práctica, sentando las bases para la aplicación inmediata de los resultados obtenidos y modificar así la realidad descrita. De igual forma se puede establecer que la presente investigación, para responder a la problemática planteada, combina metodologías con enfoque cualitativo.

Como métodos teóricos se utilizaron el analítico-sintético, sistémico-estructural, histórico-lógico e inductivo-deductivo; se utilizaron métodos empíricos como el análisis documental clásico, la

modulación para la confección la serie de carteles, el método de no expertos para la validación de las propuestas de diseño por parte de los usuarios y la evaluación heurística para la validación de la serie de carteles por parte de profesionales en el ámbito comunicacional y de diseño. Como técnica para la recogida de información se utilizó la revisión bibliográfica y el cuestionario.

Para la construcción de los carteles de bien público se utiliza la metodología de Puñales (2005) que consta de siete pasos para describir el proceso de creación y construcción del producto visual: definición del problema, determinación de objetivos, concepción de estrategia comunicacional, visualización, programación de producción, supervisión de producción, evaluación.

Desarrollo

Los procesos de construcción colectiva deben abordarse desde actividades educativas, tanto para aprender las rutinas de la televisión como para comprender la naturaleza de la participación en los medios de comunicación. Con el desarrollo social del hombre y del lenguaje se crearon nuevos medios y formas de comunicación posibilitando la creatividad y la búsqueda incesante de la transmisión de información. Los seres humanos poseen una estructura cerebral y psicológica que les permite aprender diferentes lenguas con estructura sintáctica estricta. El hecho de poder afirmarse hoy que el hombre es el ser más avanzado de la naturaleza, es debido en gran parte a la facilidad que ha tenido para hacer partícipe a los demás de sus ideas de una forma u otra.

El habla se convertiría en el medio de intercambio de información más directo, pero se continúa utilizando el lenguaje visual. El binomio comunicación y educación constituye el sustento de las experiencias productivas más democráticas en cuestiones de tecnología de la información y la comunicación. La comunicación visual tiene un importante peso en las relaciones comunicativas. A partir del uso de diferentes materiales y soportes como medios para plasmar mensajes visuales (Moreno, 2003), fue registrada la evolución humana.

Se afirma que “diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro, el órgano más complejo y el que rige todas nuestras actividades y nuestra conducta. El ojo y el cerebro hacen un todo” (Costa, 2003, p. 20). El diseño constituye en la actualidad la herramienta fundamental de la comunicación social. El principal objetivo radica en la armonía visual y estética. Además, se favorece la comprensión del entorno, lo que repercute en el nivel de información de los individuos y el desarrollo de proyectos individuales o colectivos con alto impacto en la sociedad. En este sentido se apela a lo sensorial y lo cognitivo para generar el conocimiento.

El público generalmente solo percibe los resultados del diseño, lo visible; los diseñadores ven el diseño en forma distinta: el producto es para ellos el último eslabón de una compleja serie de acciones que determinan su apariencia. El diseño gráfico, desde el análisis de una actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño gráfico es un objeto creado por esta actividad.

A partir de los postulados teóricos se presenta la serie de carteles de bien público *Antes-Ahora* para la lucha contra la homofobia y a favor del respeto de la diversidad sexual; mostrando los resultados de la nación cubana en esta causa. La serie diseñada puede clasificarse por su finalidad y visualidad como publicidad de bien público, auxiliada de elementos de la propaganda política. El problema se define como la carencia de carteles de bien público para la lucha contra la homofobia y el respeto a la diversidad sexual, asimismo existe una carencia de fuentes de información que divulguen la trayectoria y resultados de Cuba en la lucha por esta causa. Se identifica además mayor búsqueda expresiva en términos de diseño y aspectos técnicos de los mensajes presentados en los carteles existentes.

Los objetivos de la propuesta son: a) Divulgar el trabajo desarrollado por Cuba contra de la homofobia y a favor de la diversidad sexual; b) Mostrar la posición cubana con respecto a estas temáticas; c) Dar a conocer resultados de la estrategia cubana contra de la homofobia y a favor de la diversidad sexual; d) Incrementar fuentes para la promoción de la necesidad ser incluyentes y construir el socialismo desde la diversidad; e) Crear conciencia sobre la necesidad de combatir la homofobia y respetar la diversidad; f) Contribuir a las estrategias nacionales contra la homofobia, destacando los logros alcanzados por Cuba durante años; g) Fortalecer las campañas de bien público que se han realizado y las existentes en el país a favor de la diversidad sexual y en contra de la homofobia; h) Contribuir a las estrategias comunicativas lanzadas por el CENESEX, e i) Contribuir a las campañas internacionales contra la homofobia, destacando el papel de la nación cubana en este empeño.

La concepción de estrategia comunicacional es planteada a través de la ubicación y posicionamiento del producto diseñado en instituciones nacionales rectoras en el trabajo para la educación sexual como el CENESEX y el MINSAP. Con la aceptación o validación de la serie de carteles de bien público que se propone, se realizará una campaña utilizando la estética y el

concepto comunicativo de la propuesta diseñada. La estrategia pretende implicar al CENSEX, de conjunto con el Ministerio de Educación Superior (MES).

Para la visualización se propone la promoción del producto resultante dentro de espacios científicos, destacando los valores que contiene la propuesta planteada. Con la presentación de la serie de carteles de bien público se garantizó que la investigación resultante del proceso de creación sea documentada, asimismo los carteles fueron avalados por especialistas en la temática. La serie que se propone deberá divulgarse en los centros escolares del país, ya que en los mismos se brinda poca información relativa a estos temas.

La programación de producción fue realizada en su esencia en el software: Adobe Photoshop CS, versión 8.0 en español. Se utilizó el concepto de construcción de formas a través de palabras. Se conformó el mapa de la Isla de Cuba mediante la palabra *socialismo* compuesta por numerosos colores simulando la bandera y símbolo de la diversidad. En el caso de la Figura 1 se tomó un mapa real de Centro América y se estandarizó con el color verde; se eliminó el mapa original de Cuba y se colocó el que fue creado a partir de la palabra *socialismo*.

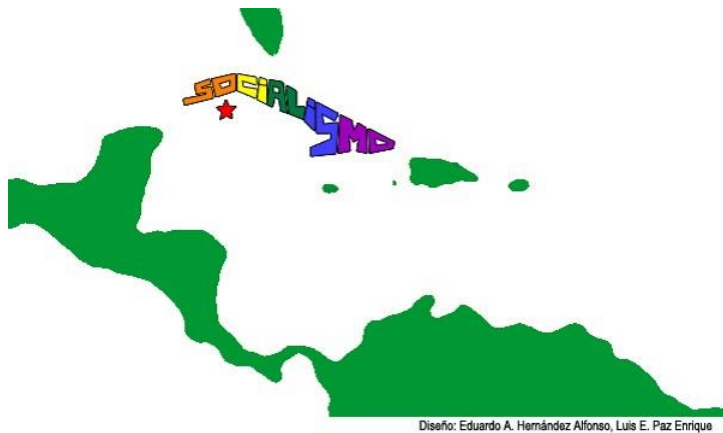


Figura 1: Cuba en la vanguardia en la lucha contra la homofobia dentro del contexto Latinoamericano. Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 2 se empleó únicamente tipografía, para lograr los símbolos necesarios para la serie documental, a una de las palabras se le aplicó múltiples colores simulando el símbolo de la diversidad. El cartel hace una comparación sobre la concepción de la lucha que se tenía antes y la concepción moderna.



Figura 2: Evolución del pensamiento cubano con respecto a la homofobia. Fuente: Elaboración propia.

Para la confección de la Figura 3 se emplearon técnicas similares la Figura 1 en cuanto al uso del mapa de Cuba realizado en la palabra *socialismo* con varios colores y al igual que la Figura 2 se realiza una comparación pasado/presente en la lucha por el respeto a la diversidad sexual y contra la homofobia.



Figura 3: Evolución del pensamiento respecto el modelo social, ahora contamos todos. Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

La labor del diseño gráfico desde las instituciones educativas posibilita la representación de la información a favor de la inclusión social y su diseminación, por lo que el aprovechamiento de este tipo de productos posibilita que el mensaje llegue a mayor número de personas y se genere un impacto en la campaña contra la homofobia.

En el contexto latinoamericano, Cuba se encuentra a la vanguardia en el logro de instituciones educativas libres de homofobia a través de las políticas y programas del CENESEX. Se han realizado múltiples productos comunicacionales-informativos para el logro de los objetivos. Resultan necesarios los materiales que muestren la labor que ha sostenido en este sentido durante los últimos años.

La serie carteles de bien público *Antes-Ahora* pretende mostrar los avances y logros de la nación cubana en la lucha contra la homofobia y por el respeto a la diversidad sexual. La serie gráfica por su contenido y valores puede ser considerada como publicidad de bien público. La propuesta de bien público ha sido validada por profesionales que se relacionan con la creación de productos de bien público.

Referencias bibliográficas

- Calva, J. J. (2013). *Estudios de usuarios en diferentes comunidades: necesidades de información y comportamiento informativo*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
- Castaño, J. J., González, E. K., Guzmán, J. A., Montoya, J. S., Murillo, J. M., Páez, M. L., Parra, L. M., Salazar, T. V. & Velásquez, Y. (2010). Acoso sexual en la comunidad estudiantil de la universidad de Manizales (Colombia) 2008. Estudio de corte transversal. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología*. 61(1), 18-27.
- Castro, M. (2010). Mariela Castro y especialistas del CENESEX dialogaron con nuestros lectores. Consultado el 15 de enero de 2017 desde: <http://www.juventudrebelde.cu/cuba/2010-06-09/mariela-castro-espin-se-entrevistara-con-los-lectores-de-juventud-rebelde/>

- Castro, M. (2014). La labor del CENESEX, la experiencia de 15 años. Consultado el 9 de diciembre de 2016 desde: <http://www.cenesex.org/wp-content/themes/cenesex/quienes-somos/>
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Universidad de Medellín: Colombia.
- González, A. (2011). La perspectiva del usuario y del sistema en la investigación sobre el comportamiento informacional. Teoría de la Educación. *Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. 12 (1), 28-46.
- Harsh, A. & Mishra, J. K. (2012). Oh! Web 2.0, Virtual Reference Service 2.0, Tools & Techniques (II). *Journal of Library & Information Services in Distance Learning*. 6 (1), 149-171.
- Hernández, E. A. y Paz, L. E. (2016). La publicidad de bien público y la educación sexual en Cuba. *grafica*. 4 (8), 105-115. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.51>
- List, M. (2016). Los universitarios frente a la homofobia. El caso de la benemérita universidad autónoma de Puebla. *Sinéctica*. 46 (2016), 1-15.
- Moreno, L. (2003). Introducción al diseño gráfico. Consultado el 3 de octubre de 2016 desde: <https://desarrolloweb.com/articulos/1276.php>
- Paz, L. E., Hernández, E. A. & Jalil, N. J. (2015). Utilice los OPACs: servicio de educación de usuarios para el uso de los catálogos automatizados. *Bibliotecas*. 33(2), 19-28.
- Puñales, A. V. (2005). *Diseño de Comunicación Visual. Definiciones, funciones, campos de actuación*. Ciudad de La Habana: Universidad de la Habana.
- Rey, C. (2000). La satisfacción del usuario un concepto en alza. *Anales de documentación*. 3(2000), 139-153.
- Wang, X. & Klinc, R. (2012). eLearning 2.0: Web 2.0-based social learning in built environment. *Journal of Information Technology in Construction*. 17 (Special issue), 387-396.