

INFORME REDES SOCIALES -GDI-

REBELDÍA LÉSBICA (NOVIEMBRE)

PRESENTACIÓN

PRESENCIA EN LÍNEA

COMUNIDAD DE USUARIOS

OPINIÓN DE USUARIOS

INTERACCIÓN CON USARIOS



Odasa: Rebeldía Lesbica...

Rebeldía lesbica. 🏳️🌈🏳️🌈 Narra la lucha de las mujeres lesbianas frente a un sistema machista, patriarcal y misógino. El éxito de la rebeldía lesbico feminista es la solidaridad entre todas, reconociéndonos como parte de un todo. ¡Que todas se levante...

1:10 · Subido el 23/11/2020 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

FICHA TÉCNICA

NOMBRE REBELDÍA LÉSBICA

FORMATO VIDEO ANIMADO

FECHA 23/11/2020

LINK [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/WA](https://www.facebook.com/WATCH/?v=698883574395492)

[TCH/?V=698883574395492](https://www.facebook.com/WATCH/?v=698883574395492)

Rebeldía Lesbica, es un video creado en el marco del Día Internacional de la Rebeldía Lesbica. Narra de manera breve la situación de las mujeres lesbianas en Guatemala, los esfuerzos de solidaridad que se han realizado en Guatemala. Inicia citando un fragmento del periódico La Cuerda. Cierra con las palabras: visibiliza, cuestiona, acompaña, resiste.



ANTECEDENTES

En octubre se conmemora el Día Internacional de la Rebeldía Lésbica.

La conmemoración tiene como objetivo visibilizar las luchas y logros de las mujeres feministas organizadas.



OBJETIVOS

Tener presencia en las redes sociales.

Visibilizar de manera sencilla y creativa la lucha de las mujeres feministas a nivel nacional y mundial.

Hacer un llamado a la solidaridad y unidad entre las mujeres guatemaltecas.



SINOPSIS

Video creado en el marco del Día Internacional de la Rebeldía Lésbica.

Narra de manera breve la situación de las mujeres lesbianas en Guatemala, los esfuerzos de solidaridad realizados en Guatemala.

Inicia citando un fragmento del periódico La Cuerda, del año 2020. Cierra con las palabras: visibiliza, cuestiona, acompaña, resiste.

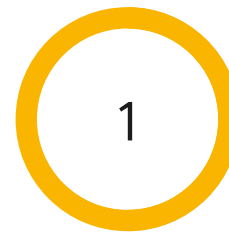


**PRESENCIA
EN LINEA**

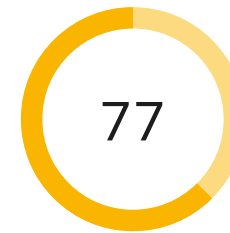
PRESENCIA EN LINEA (Facebook)



alcance



publicación



interacción



reacciones

De las 479 personas a las que llegó la publicación del video, sólo 16 de cada 100 personas reaccionan con: me gusta, comentario o compartir.

La presencia se refiere a los canales donde se ha realizado la pauta, estos canales sirven para recopilar información sobre el comportamiento del target con relación a las redes sociales.

Un dato importante a considerar en la presencia es identificar el alcance que ha tenido la publicación.



RELACIÓN CON LOS USUARIOS

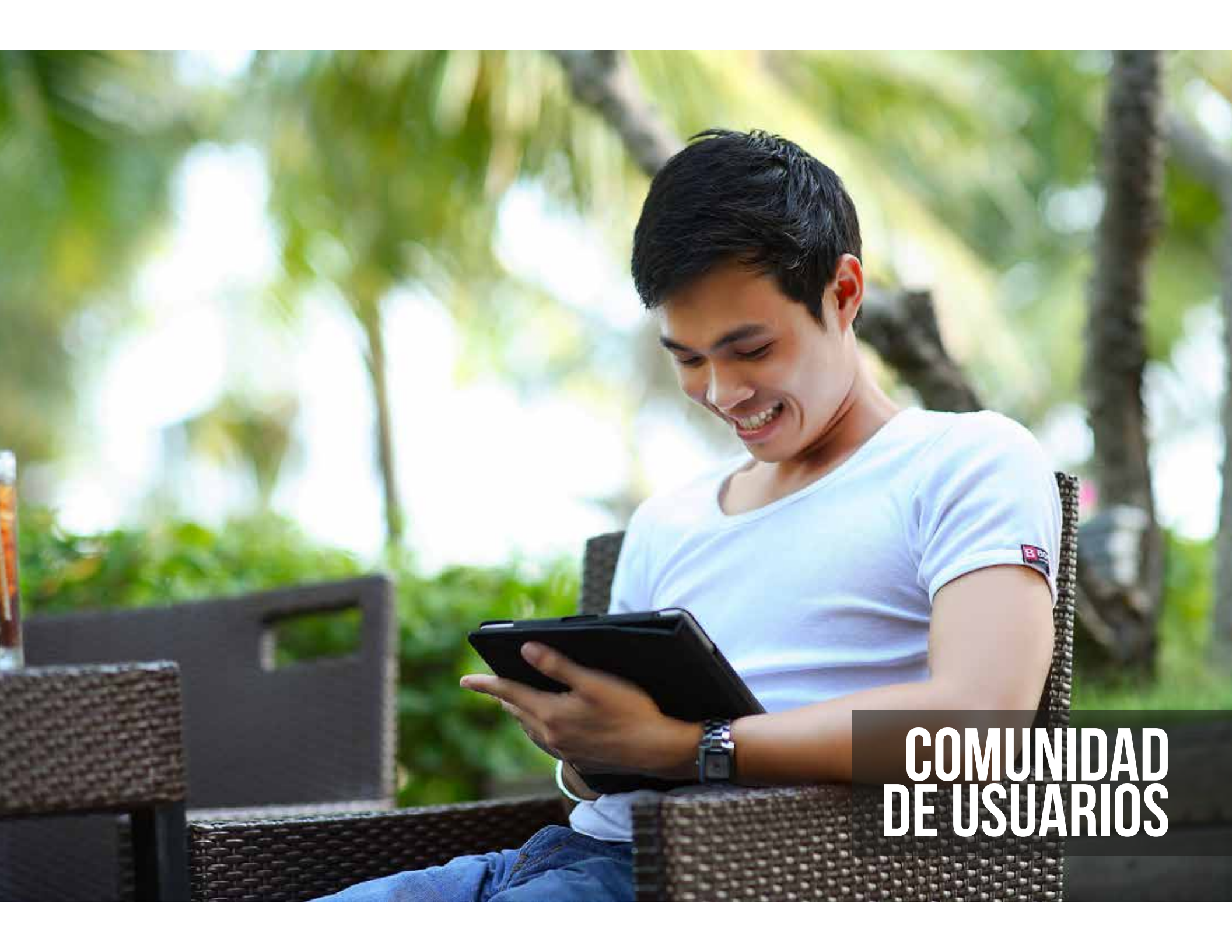
Las reacciones hacia el video fueron positivas. No se detectan mensajes de odio.

Los usuarios reaccionaron de manera positiva con los comentarios. Felicitan a la organización por el trabajo que se está realizando y porque el material es sencillo y breve.



PRINCIPALES USUARIOS

En esta ocasión no se pudo observar si hay usuarios que hayan compartido o comentado sustancialmente la publicación.



**COMUNIDAD
DE USUARIOS**

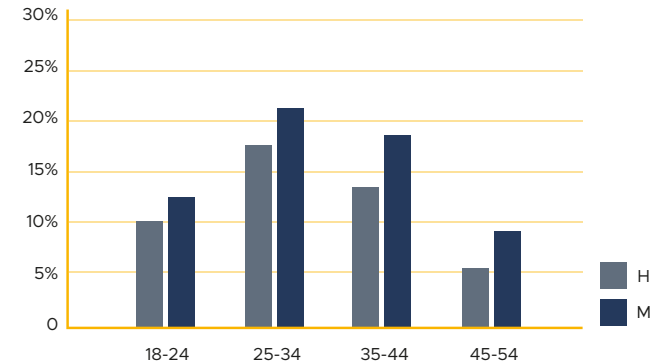
Conocer a la comunidad de usuarios o seguidores de redes sociales puede dar una visión rápida sobre el target, eso nos ayuda a saber si se están alcanzando los objetivos o si hay que hacer un giro en la estrategia de comunicación.

Los datos más relevantes son edad, zona geográfica e intereses.

COMUNIDAD

Rangos de edad a los que llegan las publicaciones.

No existen parámetros para identificar si hay población LGBTI en el target, por lo que con las estadísticas de facebook solo se diferencia el porcentaje entre hombres y mujeres.



La población a la que ha llegado la publicación se divide en tres rangos de edad, predominando la edad entre 25 y 34 años de edad. Del total de las vistas, 31% de las visualizaciones corresponden a hombres y 68% a mujeres. Existe un 1% que no se define como hombre o mujer.



ZONA GEOGRÁFICA

De acuerdo a las estadísticas, la mayor población se concentra en el departamento de Guatemala (73%) le sigue Izabal (6%), Quetzaltenango (3%), Santa Rosa (3%).



INTERESES DE USUARIOS

Se interpretan los intereses de los usuarios a partir de los comentarios que hacen en la publicaciones.

A los usuarios les interesa conocer la historia de los movimientos LGBTI, también conocer los esfuerzos que se hacen en la lucha por los derechos humanos.

OPINIÓN DE USUARIO E INTERACCIÓN CON USUARIOS



La opinión de los usuario y la interacción que se pueda tener facilita la comprensión de las tácticas y estrategias para alcanzar los objetivos. Asimismo, contribuye a determinar si la producción de la pieza audiovisual es agradable y si el mensaje es digerible.



OPINIÓN DE USUARIOS

La opinión de los usuarios se recoge directamente en la publicación o en las veces que se comparte a través de whatsapp.

Los usuarios comentan que los videos cortos ayudan a difundir la información de manera breve y precisa, por ser cortos no les consumen muchos datos de internet.



INTERACCIÓN CON USUARIOS

Del total de población que vió el video animado, el 68% son mujeres, muchas de ellas son lesbianas.

Aunque el video es corto y el mensaje breve, las mujeres se sienten identificadas con el llamado a la acción que se hace en el video.

Los usuarios utilizan, en su mayoría, teléfonos celulares para ver los videos.

Para el desarrollo del analisis de estos dos apartados se hizo un sondeo en línea (ejercicio de target) para conocer los comenarios de los usuarios respecto a la publicación.

CONCLUSIÓN

La animación dinámica que se utiliza en la producción de este video hace que sea entretenido ver las imágenes, lo cual capta la atención de los usuarios a quienes llegan los videos.

Se debe seguir divulgando información sobre las mujeres lesbianas, información de organizaciones que presten servicios a la comunidad lesbiana para ayudarlas a salir del closet.

Continuar con animaciones breves puede ser de apoyo para las organizaciones que trabajan en educación sexual y reproductiva. Este material audiovisual puede ser utilizado como material de apoyo para las jornadas de educación.