

# INFORME REDES SOCIALES -GDI-

**MUJERES TRANS  
(JULIO)**

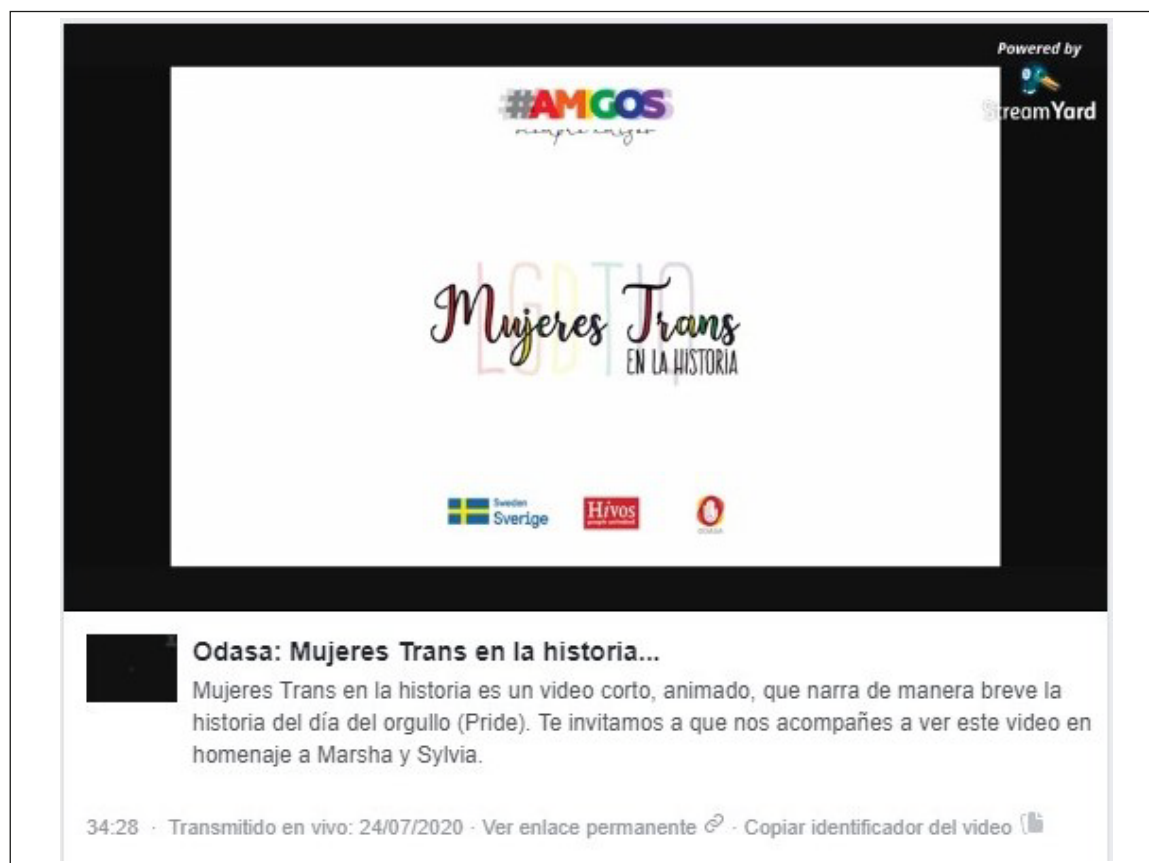
**PRESENTACIÓN**

**PRESENCIA EN LINEA**

**COMUNIDAD DE USUARIOS**

**OPINIÓN DE USUARIOS**

**INTERACCIÓN CON USARIOS**



## FICHA TÉCNICA

**NOMBRE** DÍA DEL ORGULLO

**FORMATO** VIDEO ANIMADO / FACEBOOK LIVE

**FECHA** 24/07/2020

**LINK** [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/ODA](https://www.facebook.com/ODA)

[SA1/VIDEOS/708287623285982/](https://www.facebook.com/ODA/videos/708287623285982/)

**Mujeres trans en la historia**, es un video que habla sobre el origen del Día del orgullo, se centra en la narrativa de Marsha P. Jonhson y Sylvia Rivera, mujeres trans que resaltan en la historia como activistas en derechos LGBT.



## ANTECEDENTES

En el mes de agosto se realizaron distintas actividades en redes sociales relacionadas con el Día del orgullo, dichas actividades visibilizaron a los distintos sectores dentro de la comunidad de la diversidad sexual. Odaa realizó un video animado donde se narra de manera breve la historia del origen del día del orgullo.



## OBJETIVOS

Tener presencia en las redes sociales.

Visibilizar la historia del origen del día del orgullo.

Reconocer a las mujeres trans, hombres gay y bisexuales como las personas que iniciaron e intensificaron la lucha en defensa de los derechos humanos y LGBT.



## SINOPSIS

Marsha P. Johnson y Sylvia Rivera, son dos mujeres trans que levantan la voz para luchar en defensa de los derechos LGBTI. El video narra un breve contexto histórico y, con voz en off, se dramatiza a Marsha y Sylvia.

Al terminar se hace un llamado a la unificación de esfuerzos para seguir luchando en defensa de los derechos humanos LGBTIQ+.



**PRESENCIA  
EN LINEA**



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.

## PRESENCIA EN LINEA (Facebook)



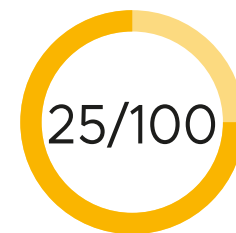
alcance



publicación



interacción



reacciones

De las 1277 personas a las que llegó la publicación del video, sólo 25 de cada 100 personas reaccionan con: me gusta, comentario o compartir.



### RELACIÓN CON LOS USUARIOS

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

Los usuarios mostraron empatía hacia el trabajo del equipo de Odaa, asimismo, felicitaron haber realizado un video animado porque puede ser utilizado como material didáctico o pedagógico.

Hubo usuarios extranjeros que vieron y compartieron el post.

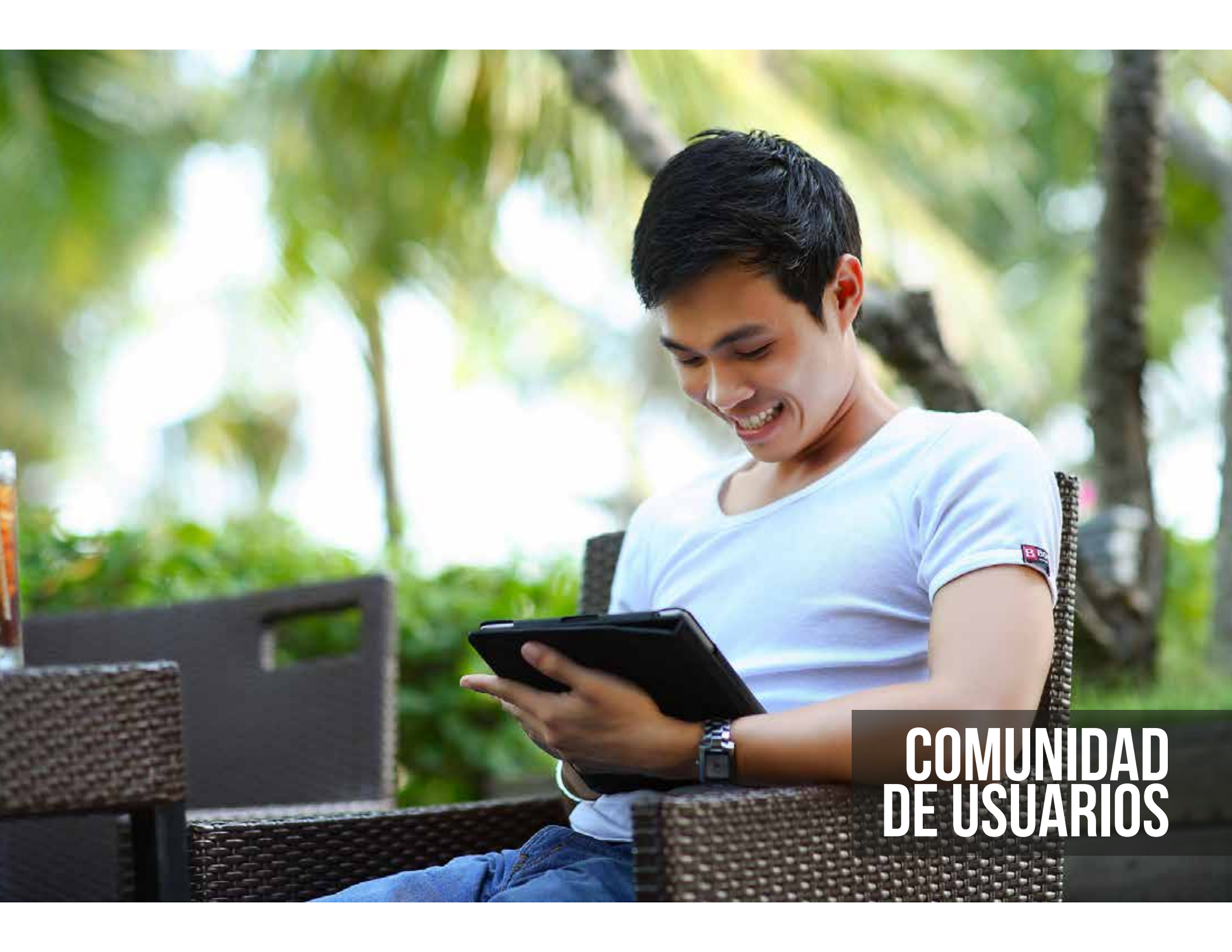


### PRINCIPALES USUARIOS

Hubo dos usuarios que contribuyeron en la producción del video: **Javiera Javier y Lola Vásquez.**

Hubo un usuario principal que compartieron la publicación.

- Bisexuales Guatemala



**COMUNIDAD  
DE USUARIOS**

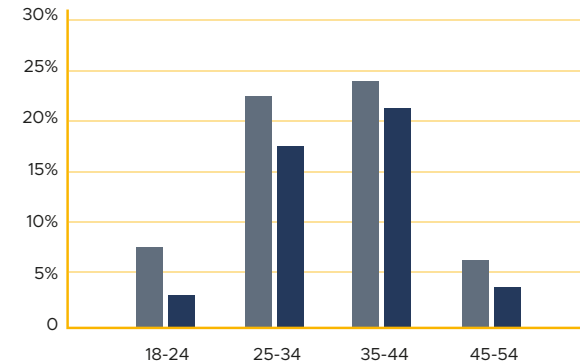
Conocer a la comunidad de usuarios o seguidores de redes sociales puede dar una visión rápida sobre el target, eso nos ayuda a saber si se están alcanzando los objetivos o si hay que hacer un giro en la estrategia de comunicación.

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.

61% de las visualizaciones corresponden a hombres y 38% 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 (78%) le sigue Quetzaltenango (7%) Petén (3%), Escuintla (3%).

A nivel internacional EEUU (3%) y Costa Rica (2%).



### INTERESES DE USUARIOS

Para interpretar los intereses de los usuarios hemos recurrido a los datos generales de la fanpage de Odaa.

A los usuarios les interesa hacer deporte, cuidar su salud, les gusta compartir noticias sobre logros de la comunidad LGBTI. Suelen identificarse con personalidades de la comunidad.



# 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

Se realizaron 30 comentarios en la publicación, la mayoría de comentarios fueron positivos, se resalta el hecho de que los usuarios se identifiquen con las participantes en el live.

La modalidad de live promueve la participación de los usuarios para comentar, esto apertura la posibilidad de implementar más acciones vía live.



## INTERACCIÓN CON USUARIOS

Entre los espectadores que se quedaron viendo la transmisión hubo interacción constante, los saludos a los espectadores aumentó la comunicación en la transmisión.

Resaltó la identificación que tienen algunos usuarios con las participantes en el video. Hubo saludos de distintas partes del continente.

Hubo solicitud del link del audiovisual para compartir en otras plataformas.

Para el desarrollo del análisis 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

Utilizar distintas técnicas de producción audiovisual permite mostrar desde otra perspectiva la historia del día del orgullo, así como las mujeres trans impulsoras de la defensa de derechos humanos de la comunidad LGBTIQ+.

Hablar de Marsha Johnson y Sylvia Rivera promueve la visibilización de las mujeres trans en la historia del día del orgullo.

La participación de Javiera Javier y Lola Vásquez promovió la participación de más personas para estar en el live. Seguir implementando esa modalidad puede contribuir a visibilizar a la personalidad de la comunidad, sino, también ayuda a educar a través del conversatorio que se promueve.