

# INFORME REDES SOCIALES -GDI-

**NUEVA NORMALIDAD  
(AGOSTO)**

**PRESENTACIÓN**

**PRESENCIA EN LINEA**

**COMUNIDAD DE USUARIOS**

**OPINIÓN DE USUARIOS**

**INTERACCIÓN CON USARIOS**



## FICHA TÉCNICA

**NOMBRE** NUEVA NORMALIDAD

**FORMATO** VIDEO ANIMADO / FACEBOOK LIVE

**FECHA** 07/08/2020

**LINK** [HTTPS://FB.WATCH/1X4-2KQSQL/](https://fb.watch/1X4-2KQSQL/)

**Nueva normalidad, COVID-19 y comunidad LGBTQ+**, es un video que aborda de manera crítica la situación actual de la población LGBTQ+, situaciones de violencia dentro del hogar, en los lugares de trabajo y violencia institucional. Hace un llamado a la reflexión y organización de la población para solidarizarnos entre nosotras y prestar el servicio a la población. Finalmente, hace una crítica a la corrupción en el marco de la COVID-19.



## ANTECEDENTES

A partir del primer caso de COVID-19 en Guatemala, el gobierno de Alejandro Giammattei, con apoyo del Congreso de la República, aprobaron distintos préstamos para mitigar la crisis en el país, sin embargo, un pequeño porcentaje de fondos fueron destinados a solucionar la crisis sanitaria, del presupuesto destinado solo se ha ejecutado menos del 50%. La crisis por la COVID-19 no solo afecta de manera institucional, sino también a la población LGBTI que convive con su agresor.



## OBJETIVOS

Tener presencia en las redes sociales.

Generar tráfico en redes sociales centrando la atención en la situación actual de la población LGBTIQ+ en el marco de la COVID-19.



## SINOPSIS

Covid-19 y la “nueva normalidad” para la comunidad LGBTIQ+. Es un video que hace una denuncia respecto a las condiciones en que vive la población LGBTIQ+ en Guatemala.

Asimismo, hace un llamado a la reflexión para denunciar todos los actos de violencia y, también, denuncia al estado de Guatemala por promover la corrupción en medio de la pandemia.



**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.

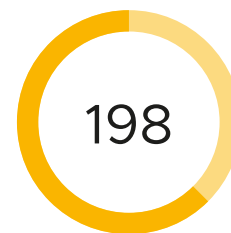
## PRESENCIA EN LINEA (Facebook)



alcance



publicación



interacción



reacciones

De las 1394 personas a las que llegó la publicación del video, sólo 14 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.

Similar al video anterior, en esta ocasión los usuarios ven el video animado como material de apoyo pedagógico, asimismo, comentaron que les gustó que se hable de la comunidad LGBTIQ respecto a la pandemia.

Hubo usuarios extranjeros que vieron y comentaron el video: **Bolivia, Costa Rica, Ecuador y Rep. Dominicana.**

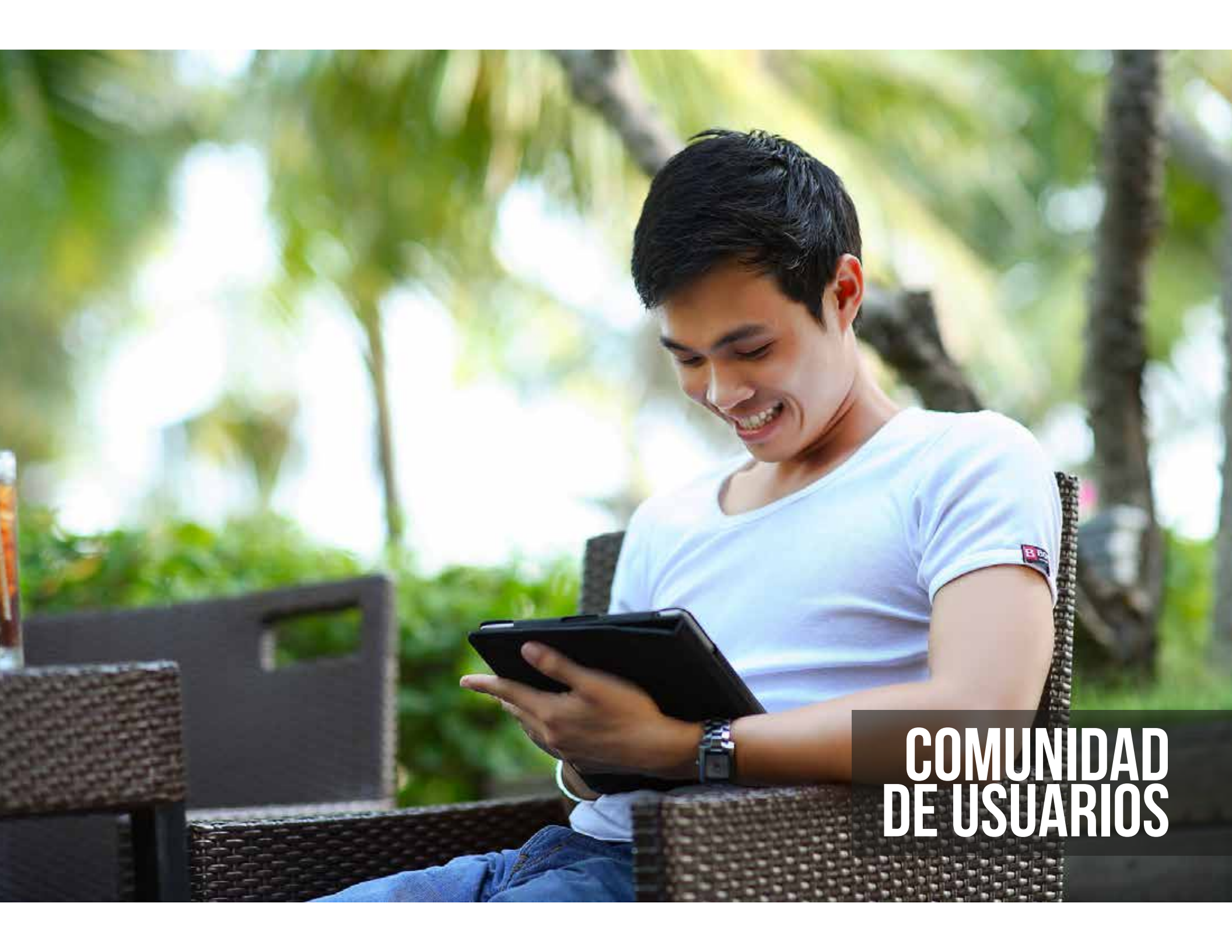


### PRINCIPALES USUARIOS

Hubo un usuarios que contribuyó en la difusión del video: **David Avila**, de LaFanzine.

Hubo dos usuarios principales que compartieron la publicación.

- Bisexuales Guatemala
- David Avila



**COMUNIDAD  
DE USUARIOS**

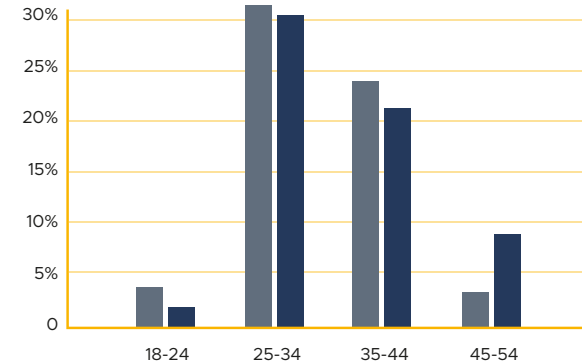
Conocer a la comunidad de usuarios o seguidores de redes sociales puede dar una visión rápida sobre el target, eso nos ayuda a saber si se están alcanzando los objetivos o si hay que hacer un giro en la estrategia de comunicación.

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. 63% de las visualizaciones corresponden a hombres y 34% a mujeres. Existe un 3% que no se define como hombre o mujer.



### ZONA GEOGRÁFICA

De acuerdo a las estadísticas, la mayoría de la población se concentra en el departamento de Guatemala (78%) le sigue Quetzaltenango (5%) y por último Sacatepéquez (4%).

A nivel internacional 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, salir de fiesta. Les gusta compartir noticias sobre logros de la comunidad LGBTI. Les gusta visibilizar a la comunidad y tener participación activa en concursos.



# OPINIÓN DE USUARIO E INTERACCIÓN CON USUARIOS



La opinión de los usuarios 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 34 comentarios en la publicación, la mayoría de comentarios reflejaron interés por el tema del video.

Hablar de un tema coyuntural permite que la transmisión del live se comparta en sea de interés para la comunidad.

Continuar con la modalidad de live permite crear una comunidad virtual que está pendiente de las publicaciones de la organización, esto permite que haya vistas para cuando se hable de un tema de coyuntura nacional.

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



## 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.

Hubo saludos de organizaciones y personas individuales fuera de Guatemala, tales como Costa Rica, Ecuador, República Dominicana y Bolivia.

La organización AHF Guatemala solicitó el video para utilizarlo como material de apoyo pedagógico.

## CONCLUSIÓN

Implementar la animación y voz en off permite que la producción audiovisual sea versátil para ser utilizado como material de apoyo para procesos de enseñanza-aprendizaje. Esto contribuye a la formación y empoderamiento de la comunidad respecto a conocer las necesidades de la comunidad en el marco de la pandemia.

Denunciar la corrupción en el marco de la pandemia contribuye a las denuncias que se han realizado a nivel nacional respecto al manejo que el ejecutivo está haciendo con los préstamos y donaciones internacionales. Se resalta que la ayuda internacional no llega a la población más vulnerable.

Finalmente, se señala que continuar con la producción de videos cortos con temas de coyuntura y de interés para la población LGBTIQ puede ayudar para el fortalecimiento de conocimiento sobre derechos humanos y realidad nacional.