



# 2022

## PRIMAVERA

---



ITESO, Universidad  
Jesuita de Guadalajara

escucha  
MÉXICO

---

Cultura Auditiva

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS  
SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento del Hábitat y Desarrollo Urbano

## PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

PAP Programa de sistemas multiplataforma  
y de interacción del usuario con la tecnología



ITESO, Universidad  
Jesuita de Guadalajara

1M02: ESCUCHA MÉXICO: ESTRATEGIAS GRÁFICAS Y  
CULTURA AUDITIVA

Escucha México: Cultura Auditiva



## PRESENTAN

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Alba Regina Carpenter Bernal  
Lic. en Comercio y Negocios Globales Kurt Jurgen Moller Morales  
Lic. en Comunicación y Artes Audiovisuales. Álvaro Iván Rivas Ávila  
Lic. en Comunicación y Artes Audiovisuales. Samanta Giselle Barbosa Cabral  
Lic. en Contaduría y Gobierno Corporativo. Karla Sofía Farías Equihua  
Lic. en Diseño. Edna Vanessa Maya Morales  
Lic. en Diseño Javier Ortiz Trejo  
Lic. en Diseño. Paloma Jarero Espinosa  
Lic. en Diseño. Tomás Arisai Candelario Díaz  
Lic. en Mercadotecnia Sebastian Molina Bojalil  
Lic. en Psicología María Fernanda González Mendoza

### Profesoras PAP

Paola María Carroll De Obeso  
Laura Elena Romero Esqueda

*Tlaquepaque, Jalisco,  
Primavera, 2022*



## REPORTE PAP

---

### *Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional*

*Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son experiencias socio-profesionales de los alumnos que desde el currículo de su formación universitaria- enfrentan retos, resuelven problemas o innovan una necesidad sociotécnica del entorno, en vinculación (colaboración) (co-participación) con grupos, instituciones, organizaciones o comunidades, en escenarios reales donde comparten saberes.*

*El PAP, como espacio curricular de formación vinculada, ha logrado integrar el Servicio Social (acorde con las Orientaciones Fundamentales del ITESO), los requisitos de dar cuenta de los saberes y del saber aplicar los mismos al culminar la formación profesional (Opción Terminal), mediante la realización de proyectos profesionales de cara a las necesidades y retos del entorno (Aplicación Profesional).*

*El PAP es un proceso acotado en el tiempo en que los estudiantes, los beneficiarios externos y los profesores se asocian colaborativamente y en red, en un proyecto, e incursionan en un mundo social, como actores que enfrentan verdaderos problemas y desafíos traducibles en demandas pertinentes y socialmente relevantes. Frente a éstas transfieren experiencia de sus saberes profesionales y demuestran que saben hacer, innovar, co-crear o transformar en distintos campos sociales.*

*El PAP trata de sembrar en los estudiantes una disposición permanente de encargarse de la realidad con una actitud comprometida y ética frente a las disimetrías sociales. En otras palabras, se trata del reto de “saber y aprender a transformar”.*



*El Reporte PAP consta de tres componentes:*

*El primer componente refiere al ciclo participativo del PAP, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.*

*El segundo componente presenta los productos elaborados de acuerdo con su tipología.*

*El tercer componente es la reflexión crítica y ética de la experiencia, el reconocimiento de las competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.*



## RESUMEN

---

Durante Primavera 2022, el equipo de PAP Escucha México trabajó en diferentes proyectos con el objetivo de crear conciencia y sensibilizar sobre temáticas relacionadas a la cultura y discapacidad auditiva y el ruido excesivo en Guadalajara. A través de diferentes fuentes y medios de apoyo logramos transmitir la problemática a la comunidad, esto con el propósito de crecer el conocimiento que se tiene de la cultura auditiva. Los proyectos individuales que participan dentro del PAP son Cruzada Contra el Ruido, Clínica Mariana Anaya Doll, Iniciativa México Cubrebocas Transparente, Brankia, redes sociales del PAP Escucha México, Universidad Incluyente ITESO y la planeación del 4to Encuentro Internacional de Cultura Auditiva. Cada uno de estos se enfoca en temáticas diferentes sin embargo todos engloban las mencionadas al inicio.

During Spring 2022, PAP Escucha Mexico team worked on different projects with the aim of creating and raising awareness about issues related to auditory culture and hearing impairment and excessive noise in Guadalajara. Through different sources and means of support we managed to transmit the problem to the community, this with the purpose of increasing the knowledge of the hearing culture. The individual projects that participate within the PAP are *Cruzada Contra el Ruido*, Mariana Anaya Doll Clinic, *Iniciativa México Cubrebocas Transparente*, Brankia, *PAP Escucha México* social networks, *Universidad Incluyente ITESO* and the planning of the *4to Encuentro Internacional de Cultura Auditiva*. Each of these focuses on different themes, however, they all include those mentioned at the beginning.



## PALABRAS CLAVE

---

Cultura auditiva, escuchar, discapacidad auditiva, salud auditiva, sonido, ruido, comunicación, confort acústico, entornos incluyentes, terapia de lenguaje, empatía, conciencia, sensibilizar

*Auditory culture, listening, hearing impairment, hearing health, sound, noise, communication, acoustic comfort, inclusive environments, speech therapy, empathy, awareness*



## INTRODUCCIÓN

---

El PAP Escucha México vincula distintas instituciones y organizaciones que atienden el tema de la cultura del ruido en la Zona Metropolitana de Guadalajara, esto con la intención de concientizar y sensibilizar a la comunidad sobre las repercusiones de la contaminación auditiva y la discapacidad auditiva y de lenguaje. De igual forma el PAP se enfoca en la ayuda social para que personas que tienen esta discapacidad cuenten con facilidades para su vida diaria y así poder desarrollarse mejor en un ambiente consciente e inclusivo.

¿Sabes qué es la cultura auditiva? Es la investigación dentro de un mismo concepto de todos los fenómenos sonoros, como la música y los ruidos cotidianos y buscar la relación de la experiencia cultural del oyente (Brenscheidt, 2018).

Existen seis niveles de discapacidad auditiva que se basan en los decibeles que una persona es capaz de oír, esto se detecta fácilmente con una audiometría. Los seis tipos son, la audición común que es cuando se escucha por debajo de 20 decibeles de pérdida, la hipoacusia leve que es cuando la persona no escucha debajo de entre 21 y 40 decibeles, la hipoacusia moderada que es cuando la pérdida está entre 41 y 70 decibeles, la hipoacusia severa que está entre 71 y 90 decibeles en la que solo se perciben ruidos fuertes, la hipoacusia profunda que está entre 91 y 119 decibeles y la cefosis que es la pérdida total de la audición en el cual no se percibe ningún sonido.

Participamos con diferentes proyectos como Cruzada Contra el Ruido, México Cubrebocas Transparente, Brankia, Mariana Anaya Doll, Encuentro Internacional de Cultura Auditiva y las Redes Sociales del PAP.



## ÍNDICE

---

<b>REPORTE PAP</b>	<b>4</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>6</b>
<b>PALABRAS CLAVE</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>9</b>
<b>1. CICLO PARTICIPATIVO DEL PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL</b>	<b>12</b>
<b>1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto</b>	<b>15</b>
1.1.1 Cultura auditiva	17
1.1.1.1 Escuchar	18
1.1.1.2 La importancia del proceso de comunicación cuando emisor y/o receptor tienen discapacidad auditiva.	19
1.1.1.3 ¿Cómo se mide el sonido?	21
1.1.2 Contaminación auditiva	23
1.1.2.1 Legislación	25
1.1.3 Salud auditiva	28
1.1.4 Entornos incluyentes	34
1.1.5 Redes sociales	35



<b>1.2 Caracterización de la organización</b>	<b>42</b>
1.2.1 Cruzada Contra el Ruido	42
1.2.2 Mariana Anaya Doll	45
1.2.3 Escucha México Redes Sociales	50
1.2.4 Iniciativa cubrebocas transparentes	53
1.2.5 Brankia	57
1.2.6 Universidad Incluyente	59
1.2.7 Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva	64
<b>1.3 Identificación de la(s) problemática(s)</b>	<b>78</b>
1.3.1 Cruzada Contra el Ruido	78
1.3.2 Mariana Anaya Doll	98
1.3.3 Escucha México Redes Sociales	106
1.3.4 Iniciativa cubrebocas transparentes	115
1.3.5 Brankia	138
1.3.6 Universidad Incluyente	138
1.3.7 Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva	142
<b>1.4. Valoración de productos, resultados e impactos.</b>	
<b>Recomendaciones para los próximos semestres.</b>	
<b>Conclusión de cada proyecto</b>	<b>155</b>
1.4.1 Cruzada Contra el Ruido	155
1.4.2 Mariana Anaya Doll	164
1.4.3 Escucha México Redes Sociales	174
1.4.4 Iniciativa cubrebocas transparentes	190



1.4.5 Brankia	206
1.4.6 Universidad Incluyente	209
<b>1.5. Referencias bibliográficas y otros recursos</b>	<b>238</b>
<b>1.6. Glosario</b>	<b>245</b>
<b>2. PRODUCTOS</b>	<b>251</b>
2.1 Cruzada Contra el Ruido	251
2.2 Mariana Anaya Doll	253
2.3 Escucha México Redes Sociales	255
2.4 Iniciativa cubrebocas transparentes	257
2.5 Brankia	262
2.6 Universidad Incluyente	262
2.7 Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva	264
<b>3. REFLEXIÓN CRÍTICA Y ÉTICA DE LA EXPERIENCIA</b>	<b>267</b>
<b>CONCLUSIÓN</b>	<b>281</b>



# 1.1

## CICLO PARTICIPATIVO DEL PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

---



## 1. CICLO PARTICIPATIVO DEL PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

---

El PAP es una experiencia de aprendizaje y de contribución social integrada por estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de las organizaciones, que de manera colaborativa construyen sus conocimientos para dar respuestas a problemáticas de un contexto específico y en un tiempo delimitado. Por tanto, la experiencia PAP supone un proceso en lógica de proyecto, así como de un estilo de trabajo participativo y recíproco entre los involucrados.

### Objetivos

Durante el semestre de otoño 2021 se trabajó a profundidad el objetivo general y sus objetivos específicos; por lo que se determinó en sesión magisterial el utilizar los mismos en este periodo de primavera 2022.

#### Objetivo General

El propósito del PAP Escucha México, estrategias gráficas y cultura auditiva, es desarrollar un proyecto de vinculación entre instituciones y organizaciones que atienden el tema de la cultura del ruido en el Área Metropolitana de Guadalajara, para generar entornos incluyentes mediante la sensibilización de la comunidad sobre las repercusiones de la contaminación auditiva y la discapacidad auditiva y de lenguaje.

#### Objetivos Específicos

- » Impulsar el desarrollo de una sociedad consciente y sensible ante el inminente ruido.
  - *Buscar nuevas legislaciones, normas y preceptos que*



ayuden a concientizar sobre el ruido excesivo.

- Generar productos de comunicación en donde se exponga la Ley anti ruido de una forma clara y concisa a toda la sociedad.
  - Publicar contenidos en los diferentes escenarios que impulsen el desarrollo de una sociedad consciente.
  - Localizar a personas que estén relacionadas directamente con el tema del ruido y la Ley anti ruido en Jalisco para buscar trabajo en conjunto y dar mejores soluciones ante esta problemática.
- » Generar entornos incluyentes.
- Vincular a la comunidad con la terapeuta Mariana Anaya, ya que se trabajan temas relacionados a la cultura y discapacidad auditiva.
  - Informar sobre los diferentes grados de discapacidad auditiva
  - Informar y promover sobre las terapias de lenguaje.
  - Diseñar herramientas útiles que sirvan para las terapias de lenguaje para que de esta manera, los niños aprendan a desarrollarse socialmente.
  - Reconocer segmentos de mercado en las redes sociales para generar el contenido adecuado.
- » Desarrollar un Entorno virtual de enseñanza-aprendizaje (EVEA) para personas con discapacidad auditiva.
- Compartir información para educar y/o reeducar con proyectos transmedia a niños, adolescentes y adultos.
  - Proponer escenarios inclusivos para los participantes en sistemas de aprendizaje desde la virtualidad.
  - Educar a los infantes en la cultura auditiva de forma que pueda ser replicado de generación en generación.



- Desarrollar soluciones por medio del diseño, basadas en las necesidades de los usuarios mediante la innovación abierta, colaborativa e interdisciplinaria.
  - Promover un cambio en la sociedad; a través de la interacción con el material didáctico, ya sean personas con discapacidad auditiva o no, para generar un entorno más incluyente dentro del salón de clases.
  - Desarrollar material para la enseñanza de la cultura auditiva en la educación básica, ya sea de manera virtual o presencial, para generar entornos de educación más incluyentes.
  - Diseñar herramientas útiles que sirvan para las terapias de lenguaje, para que los niños aprendan a desarrollarse socialmente.
  - Reconocer segmentos de mercado en las redes sociales
- para de esta manera, generar el contenido adecuado.
- » Promover un cambio sociológico mediante la concientización sobre la cultura auditiva a través de las redes sociales y con elementos gráficos expuestos en sus diferentes plataformas de difusión (Facebook e Instagram).



## 1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

Es de suma importancia contar con un panorama claro del contexto en el que se sitúan los diferentes proyectos con los que trabaja el PAP Escucha México. Para comprender a profundidad la situación, el primer paso consistió en identificar todos aquellos conceptos que se relacionan directa o indirectamente con la temática.

A partir de una reflexión colectiva que desembocó en una lluvia de ideas, definimos los principales temas y sus respectivos subtemas. Nuestros conceptos fundamentales, que surgieron en su mayoría de las palabras que componen el nombre de nuestro Proyecto de Aplicación Profesional, fueron: el proceso fisiológico de la escucha, la contaminación auditiva, la salud auditiva, la cultura auditiva, los entornos incluyentes y las redes sociales.

El siguiente paso fue repartir y designar las temáticas a los diferentes miembros del equipo interdisciplinario que este semestre conformó el PAP, para su debida investigación. Se buscó

abordar los conceptos desde la teoría, obtenida de investigaciones serias y confiables que aportaran información valiosa, tanto datos duros como perspectivas más cualitativas.

Como resultado de estas investigaciones, se construyó el marco teórico, gracias al cual se obtuvo una mejor comprensión del contexto. Es importante contar con dicho conocimiento, puesto que este nos permite realizar propuestas más acordes con las necesidades reales, así como abordarlas desde un lugar más consciente e informado.

En este punto se presentan las investigaciones que se desarrollaron. A continuación se anexa el mapa conceptual de todos los conceptos clave que se tomaron en consideración:





Este periodo escolar, Primavera 2022, se colaboró con 7 proyectos. A continuación se enlistan dichos proyectos y los alumnos y alumnas que conformaron los equipos de trabajo de cada uno:

<b>Cruzada Contra el Ruido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomás Candelario</li> <li>• Javier Ortíz</li> <li>• Sofía Farías</li> </ul>
<b>Mariana Anaya Doll</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regina Carpenter</li> <li>• Fernanda González</li> <li>• Jurgen Moller</li> <li>• Alvaro Rivas</li> </ul>
<b>Escucha México Redes Sociales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regina Carpenter</li> <li>• Edna Maya</li> <li>• Fernanda González</li> </ul>
<b>Iniciativa cubrebocas transparentes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sofía Farías</li> <li>• Paloma Jarero</li> <li>• Sebastián Molina</li> </ul>
<b>Brankia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Álvaro Rivas</li> <li>• Jurgen Moller</li> <li>• Sebastián Molina</li> </ul>



<b>Universidad Incluyente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomás Candelario</li> <li>• Samanta Barbosa</li> <li>• Javier Ortíz</li> </ul>
<b>Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samanta Barbosa</li> <li>• Edna Maya</li> <li>• Paloma Jarero</li> </ul>

### 1.1.1 Cultura auditiva

Es la investigación dentro de un mismo concepto de todos los fenómenos sonoros, como la música y los ruidos cotidianos y buscar la relación de la experiencia cultural del oyente (Brenscheidt, 2018).

Jimena de Gortari, académica de la Universidad Iberoamericana en México (2021) señala que todos somos responsables de mejorar acústicamente las ciudades, es algo que se tiene que dar a conocer, no es tarea fácil y no solo son leyes y decibeles, sino pensar en la percepción de los demás y cómo habitamos los espacios a partir de la escucha.

No podemos seguir pensando y funcionando como individuos únicos

en el mundo en donde creemos que hacemos música y el resto del mundo lo escucha como ruido. Hay que entender la diferencia entre ruidos molestos, ruidos excesivos y ruidos innecesarios. Cualquier ruido o sonido tienen un efecto prolongado en el organismo.

La contaminación auditiva no se toma mucho en cuenta e ignoramos que es uno de los principales factores que afectan el entorno y esto escala más allá de la raza humana también afecta a más especies.

En este sentido, consideramos que la cultura auditiva es el estudio de todos los sonidos que buscan crear una experiencia cultural en el oyente y no oyente a través de los sentidos considerando el confort acústico, el ruido



excesivo y su legislación, así como la discapacidad auditiva.

Más adelante conoceremos cómo es que se mide el sonido y dar mayor entendimiento de la importancia de generar conciencia en este tipo de contaminación; así mismo, revisaremos conceptos claves para entender de mejor manera qué es la cultura auditiva.

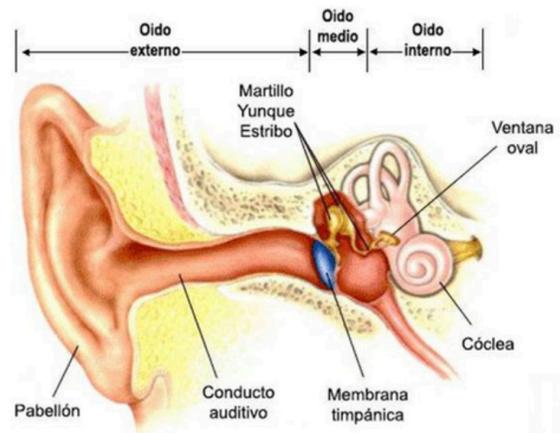


Ilustración 1: ¿Cómo funciona el oído?  
Audical, ¿Cómo funciona el oído y nuestro sistema auditivo?

### 1.1.1.1 Escuchar

Escuchar es poner atención o aplicar el oído para oír algo o a alguien, la acción de escuchar es voluntaria a diferencia de oír que es una acción involuntaria en la que se perciben los sonidos por medio del uso del oído. (Estandarte, 2022)

#### **Cómo funciona el oído**

De acuerdo a la empresa uruguaya Audical, nuestro sistema auditivo está conformado por un convertidor de señales acústicas en impulsos nerviosos comúnmente conocido como el oído y el cerebro que es en donde realmente escuchamos.

El oído consta de tres partes; el oído externo, el oído medio y el oído interno. El oído externo capta los sonidos. Las vibraciones sonoras se transmiten a través del conducto auditivo (del oído externo) hacia el tímpano, haciéndolo vibrar. El tímpano está conectado a una cadena de huesecillos (en el oído medio).

El oído medio intensifica la energía de las vibraciones sonoras y las transmite a la cóclea (oído interno).

El oído interno recibe las vibraciones sonoras que entran a la cóclea, un caracol relleno de dos líquidos. Benjamin Delprat de la Unión Europea (2016), señala que estos líquidos son



llamados perilinfa y endolinfa. La perilinfa, de composición iónica similar al medio extracelular, baña las rampas timpánica y vestibular. La endolinfa, que llena el canal coclear, presenta una composición única en el organismo, el cual produce una onda que viaja a través de la cóclea. Esta onda hace vibrar la membrana basilar, en la cual se encuentran miles de células minúsculas, llamadas células ciliadas, que registran las diferentes frecuencias sonoras. Las células ciliadas, que están conectadas a las fibras del nervio auditivo, producen señales electroquímicas que son transmitidas a través del nervio auditivo hasta el cerebro, donde se reconocen como sonidos y se procesan las señales de ambos oídos lo que nos permite reconocer el origen de la fuente sonora y priorizar un sonido por sobre otro.

### **1.1.1.2 La importancia del proceso de comunicación cuando emisor y/o receptor tienen discapacidad auditiva.**

La lengua de señas es una herramienta fundamental para que las personas que tienen una discapacidad auditiva puedan comunicarse. Esta pérdida

auditiva afecta la comunicación de manera grave.

La comunicación a base de la Lengua de Señas le permite a las personas con discapacidad auditiva, acceso a mucha información e interacción diaria con las demás personas.

Es importante que se sepa la diferencia entre escuchar y oír. Escuchar es cuando una persona pone atención a lo que se oye y oír es cuando una persona percibe los sonidos a lo que alguien está diciendo con el oído. (Jaime, 2012)

### **Elementos básicos dentro de este proceso:**

1. Emisor: es quien produce y expresa el mensaje.
2. Mensaje: es toda la información que el emisor manda a través de un medio de comunicación.
3. Receptor: es quien recibe la información.
4. Canal: es el medio por el cual se transmiten los datos.
5. Código: son todos los signos combinados que cumplen con la función de poder transmitir el mensaje.



6. Contexto: son las condiciones en las que se produce la transmisión de un mensaje.

7. Retroalimentación: es la respuesta que da el receptor al mensaje enviado por el emisor.

Para que exista comunicación en un proceso social se necesita que entre los interlocutores exista cierta motivación para transmitir y recibir.

Según David Kenneth Berlo, “los seres humanos nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente”.

Dentro del proceso de comunicación, el papel fundamental de la comunicación es crear relaciones interpersonales. Éstas son fundamentales en el desarrollo integral de la persona ya que de esta forma puede lograr adaptarse al lugar donde se encuentre, puede hacer intercambio de ideas y conocimientos, teniendo siempre en cuenta un proceso básico de comunicación.

Hoy en día existen muchísimos dispositivos tecnológicos y aplicaciones digitales por las cuales la comunidad sorda lleva a cabo los procesos de comunicación con personas oyentes.

El autor David Kenneth Berlo dice que “el gran filósofo Aristóteles hizo mención a tres elementos en el acto del uso de la comunicación; el orador, el discurso y el auditorio lo que hoy es conocido como, emisor, mensaje y receptor.

Ahora bien, existen funciones del modelo de comunicación, las cuáles son:

- » La función referencial (contexto): está relacionada al contenido informativo que contiene el mensaje.
- » La función emotiva (emisor): ésta función se refiere a la manera en que se expresa o comunica el mensaje.
- » La función poética (mensaje): son los efectos o sentimientos que causan los mensajes en el destinatario.
- » La función conativa (receptor): esta función es para el destinatario o receptor del mensaje, en forma de persuasión con el fin de obtener una respuesta.

**Funciones del feedback.** Con este principio básico de retroalimentación se logra establecer estabilidad en la comunicación desde que el emisor



envíe el mensaje y el receptor muestre una señal de que la comunicación puede continuar. Con el feedback, la interacción puede mantenerse y el receptor puede reenviar todos los efectos del mensaje emitido.

Las respuestas dentro del feedback, están determinadas por elementos de la comunicación no verbal y de la comunicación de los actores del proceso. Todas las respuestas provocadas en el receptor servirán de influencia para continuar a una retroalimentación o feedback. Los actores del proceso de comunicación están llenos de significados, ideas, actitudes, preconcepciones e imágenes mentales mucho antes de empezar a interactuar.

### ***Paisaje sonoro***

El paisaje sonoro está conformado por todos los sonidos que son propios de un lugar, momento o determinada actividad. Algunos ejemplos de paisajes sonoros son; el mar, un río, el sonido que produce la lluvia, etc. (Coelho, 2020)

Para finalizar, para la comunidad sorda el acceso a la lengua de señas es un punto clave para terminar con

todas esas barreras de comunicación y participar en la sociedad así como cualquier otra persona. Con todo este proceso de comunicación se busca apoyar y hacer conciencia en las personas sobre cómo podemos cuidar la calidad de las personas que no tienen la posibilidad de oír.

### ***1.1.1.3 ¿Cómo se mide el sonido?***

El sonido tiene distintas maneras de ser analizado y medido, dentro de ellas se encuentran la altura que se caracteriza por lo que nos ayuda a distinguir entre los tipos de sonidos, siendo estos agudos y graves, su medición es en Hertz. Otra medición es la del timbre en donde se reconoce las características de la fuente, algunos ejemplos pueden ser si el sonido es metálico, brillante, entre otros.

Finalmente se encuentra la intensidad que de una manera similar al timbre su característica es de reconocer, pero a diferencia se encuentra que en esta es el de ver qué tan fuerte, débil o suave es el sonido. Normalmente es conocido como volumen en equipos de sonido y su medición es en decibeles.



En general cada una de estas características se define por su amplitud, la frecuencia y también por la relación con el tiempo cero. Por ejemplo, los sonidos que son más graves son ondas sonoras que se podrían interpretar como alargadas, como una frecuencia más baja. Mientras que los que son más agudos tienden a ser representados por ondas más cortas.

Por otra parte el ruido del humano tiene la capacidad de captar ondas que rondan entre los 20 Hertz y los 20,000 Hertz. Las que se encuentran debajo de los 20 Hertz son sonidos muy graves, por lo que nuestro oído no tiene la capacidad de poder captarlas, estas mencionadas anteriormente son conocidas como ultrasonidos.

Sonómetro:

Es un instrumento que tiene como función el de medir y comparar los sonidos, también responde como si fuera el oído humano y puede proporcionar medidas objetivas para poder ser reproducidas de manera precisa en niveles sonoros. Todo esto también forma parte de una ayuda como herramienta de medición y adaptador de de medidas de gestión del ruido que viene de distintas fuentes sonoras.

Tipos de ruido:

Se pueden encontrar un sin fin de variedad de clases de ruidos, algunos de ellos son los siguientes:

Ruido aéreo: Tiene como forma de propagación por medio del aire que llega hasta nuestro oído humano.

Ruido estructural: Se transmite mediante las estructuras como lo son los edificios, al momento de choque de un objeto contra otro objeto o el mismo suelo.

Ruido estacionario: Su característica principal es el de permanecer un tiempo constante, un ejemplo de esto puede ser el ruido generado por aire acondicionado.

Decibeles y Hertz:

Decibeles: Es tal cual la manera en la que se mide el volumen de algún sonido o ruido. Entre sus características se encuentran la relación que existe entre los valores de presión sonora, tensión y la potencia eléctrica.

Hertz: Se encarga de medir las ondas de las frecuencias electromagnéticas en el sonido o ruido. Como dato, el oído humano es capaz de percibir



ondas que van entre los 20 Hertz y los 20,000 Hertz.

### 1.1.2 Contaminación auditiva

La contaminación auditiva se entiende como ruido desmesurado e incómodo, que genera efectos negativos sobre la salud auditiva, física y de la mente de los individuos. De acuerdo con la OMS (Organización Mundial de la Salud), la contaminación auditiva pertenece a los componentes del medio ambiente que más produce inconvenientes de salud. Solo en el continente Europeo, de acuerdo con la Agencia Europea del Medio Ambiente (AEMA), esta problemática causa al año 16.600 muertes prematuras y más de 72.000 hospitalizaciones. La Organización Mundial de la Salud apunta que la contaminación acústica es el segundo elemento ambiental más dañino para la salud en el continente Europeo, tras la mala calidad del viento, sin embargo estudios actuales indican que el sonido tiene un efecto en salud semejante al de la contaminación atmosférica química.

El ruido, y el sonido, son ondas que se propagan por el viento, llega a nuestros propios oídos y crea una sensación:

la escuchamos. Se caracteriza por su frecuencia, su grado de presión sonora (de forma coloquial su energía, magnitud o volumen) y su duración. La unidad que se usa para medirlo es el decibelio (dB). Como no es lo mismo estar expuesto más o menos tiempo, se usa el Grado de Sonido Equivalente ( $L_q$ ,  $L_{eq}$ ), un índice o costo medio de decibelios que pondera la presión sonora y la época a lo largo de la que estamos expuestos a él. De esta forma pudimos encontrar, ejemplificando,  $L_d$  (ruido equivalente diurno, 12 horas),  $L_e$  (ruido equivalente vespertino o de tarde, 4 horas),  $L_n$  (ruido nocturno, 8 horas) o  $L_{den}$  (ruido día, tarde, noche, que integra 24 horas de exposición).

La OMS define como ruido cualquier sonido mayor a 65 decibelios (dB). Dicho sonido se vuelve nocivo si supera los 75 dB y doloroso desde los 120 dB. Consecuentemente, esta organización propone no superar los 65 dB a lo largo del día y sugiere que para que el sueño sea reparador el sonido ambiente nocturno no debería exceder los 30 dB.

Los primordiales componentes que dan origen a esta clase de contaminación en el medio ambiente son: activi-



dades antropogénicas de las personas y sobrenaturales, el transporte y el tráfico. Como lo puede ser el ruido de los semáforos, la música a volumen alto, industrias y fábricas. Además los aviones, barcos, obras públicas, creación de inmuebles, gritos de los transeúntes y las alarmas. La contaminación sonora también se presenta por los fuegos artificiales, los radiorreceptores, fonógrafos y cualquier otro instrumento.

El principal foco de ruido en las ciudades es el generado por los automóviles. Por ejemplo, el claxon de un coche produce 90 dB y el de un autobús 100 dB. Mientras el número de aviones que sobrevuelan una ciudad es inferior al de coches, pero su impacto es mayor: uno de estos aparatos produce 130 db. Las obras de construcción, por ejemplo la construcción de un nuevo edificio, un nuevo parking o el reasfaltado de una acera provoca ruido.

Una herramienta como el martillo neumático, por ejemplo, suena a 110 dB. Por otra parte los bares, los restaurantes y las terrazas que se montan en el exterior cuando llega el buen tiempo pueden llegar a superar los 110

dB. En este apartado también entraría el ruido de pubs y discotecas. Nuestras mascotas también generan ruido abundante, los ladridos y aullidos de un perro, pueden rondar los 60-80 db.

Hay medidas que se pueden tomar para reducir y prevenir los daños causados por el ruido excesivo como: evitar vehículos de motor e ir al trabajo o escuela en bicicleta o patinete eléctrico, así también contribuyes a usar un medio de transporte sostenible.

No abusar del uso del claxon, solo usarlo cuando sea necesario. Si se puede evitar poner la lavadora o secadora por la noche o hasta la aspiradora, mejor, para así no molestar a los que están durmiendo. Al acudir al ocio, ya sea de día o de noche, por civismo también, no hables muy fuerte ni grites. Será necesario ajustar moderadamente el volumen de los elementos electrónicos, como el ordenador, televisión, altavoces, videoconsolas, y demás. Si tienes una mascota, procura que no moleste a los demás con sus ladridos o cualquier otra cosa. Por último, es crucial realizar obras en las horas que estén permitidas.



Estas maneras de prevenir la contaminación acústica se deben redoblar durante el verano, ya que suele haber más ruido porque las ventanas suelen estar abiertas y porque aumenta el ocio nocturno en las calles.

El sonido se vuelve ruido excesivo cuando excede los 70 dB sin tomar en cuenta el tiempo de exposición, de acuerdo a la OMS. El ruido excesivo afecta de forma importante la salud de todos. Muchas de las medidas contra el ruido siguen siendo particulares. En ambientes de alta presencia de ruido las empresas deben brindar a sus empleados equipos de protección auditiva y deben emplear materiales aislantes para impedir que las ondas sonoras se esparzan fuera del recinto, así como aislar las operaciones industriales para alejarlas de los lugares donde la gente vive.

En Guadalajara todos los ciudadanos como también comercios establecidos, pequeñas, medianas y grandes empresas, industria y servicios públicos o privados, deben seguir el reglamento establecido por la ley anti ruidos. Dependiendo del tipo de zona, la cantidad de decibeles permitidos para cada una y sus respectivos

horarios están establecidos; las áreas residenciales no deberán exceder los 55 dB durante las 6AM a 10PM, no deberán exceder los 50 dB de las 10PM a las 6AM. Para las zonas industriales y comerciales de 6AM a 10PM no deberán exceder los 68 dB y los 65 dB de las 10PM a 6AM. Finalmente las escuelas no deberán exceder los 55 dB durante juego, mientras las ceremonias, festivales y eventos de entretenimiento tienen un límite de 100 dB durante 4 horas.

### 1.1.2.1 Legislación

#### **Contexto Mundial y sus inicios en España**

La Declaración de la Asociación Médica Mundial (AMM) sobre Contaminación, adoptada en Sao Paulo en 1976, contenía únicamente un pequeño párrafo acerca de la contaminación acústica sin más desarrollo. Sin embargo, la Organización Mundial de la Salud clasifica el ruido como “la primera molestia ambiental en los países industrializados”. Ante la apremiante problemática que representaba el ruido en la salud de las personas, la AMM expidió la Declaración de la AMM sobre la Contamina-



ción Acústica. Dicha declaración fue adoptada por la 44<sup>o</sup> Asamblea Médica Mundial Marbella en España en 1992. En ella se reconoce al ruido como una amenaza para la salud pública mundial. Exponen que los efectos del ruido “están relacionados con la audición, el sistema nervioso vegetativo, la psiquis, la comunicación oral, el sueño y el rendimiento” (AMM, 2020). Asimismo, la AMM realiza ciertas recomendaciones dirigidas a las asociaciones médicas nacionales, las cuales se enlistan de manera textual a continuación (AMM, 2020):

1. Informar al público, en especial a las personas afectadas por el ruido ambiental y también a los que elaboran políticas y toman decisiones, sobre los peligros de la contaminación acústica.
2. Llamar a los ministros de transporte y planificadores urbanísticos a idear conceptos alternativos que puedan combatir el creciente nivel de contaminación acústica ambiental.
3. Defender las regulaciones estatutarias para combatir la contaminación acústica ambiental.
4. Respalda el cumplimiento de la legislación sobre contaminación acústica y observar la eficacia de las medidas de control.
5. Informar a los jóvenes sobre los riesgos de escuchar música excesivamente fuerte como la que emana, por ejemplo, de los reproductores de música portátiles, uso de sistemas estéreo con audífonos, sistemas de audio en automóviles y asistencia a conciertos rock y discotecas.
6. Instar a las autoridades educacionales a informar a los estudiantes en una etapa temprana sobre las consecuencias del ruido en las personas, cómo se puede combatir el ruido ambiental, la función de la persona en la contribución a la contaminación acústica y los riesgos de escuchar música demasiado fuerte.
7. Entregar información sobre los riesgos de daño auditivo que se produce en el sector privado, como resultado de trabajar con maquinaria pesada o utilizar vehículos motorizados demasiado ruidosos.
8. Enfatizar a las personas expuestas a altos niveles de ruido en el trabajo la importancia de protegerse contra el ruido que no se puede disminuir.
9. Llamar a los responsables de la seguridad laboral y la salud en las



empresas a tomar medidas para disminuir la emisión de ruidos y hacer obligatorio la protección de los oídos en trabajos de alto riesgo, a fin de asegurar la protección de la salud de los empleados en los lugares de trabajo.

### **México**

En nuestro país es la Norma Oficial Mexicana NOM-081-ECOL-1994 la que “establece los límites máximos permisibles de emisión de ruido de las fuentes fijas y su método de medición” (Secretaría de Salud, 1994). Aprobada por el Comité Consultivo Nacional de Normalización de Prevención y Control de Enfermedades (CCNNPCE), expedida y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de junio de 1994. En ella se establece que los límites máximos permitidos son 68dB de las 6:00 a las 22:00 h y 65dB de las 22:00 a las 6:00 h.

### **Ley Antirruído en Jalisco**

En lo que concierne a nuestro estado, “Guadalajara fue la primera en adecuar el reglamento de Protección de Medio Ambiente y Ecología para aplicar la Ley Antirruído” (Gobierno

de Guadalajara, 2021). Esta Ley Antirruído abrió la posibilidad de que las personas pudieran realizar denuncias para reportar casos de contaminación acústica en sus comunidades. Esta ley compete a vecinos, comercios, empresas pequeñas, medianas y grandes, industrias, servicios públicos y privados, así como a los responsables de actividades que se realizan en la vía pública. Las denuncias pueden realizarse marcando al 070, a través de la aplicación Ciudadapp, a los teléfonos 33 3818 3647 o 33 2840 1545, a la Comisaría de la Policía de Guadalajara con el número 33 1201 6070, o redactando un oficio para las oficinas de Inspección Ambiental o para la Dirección de Inspección Sanitaria, Ambiental y de Construcción. La denuncia es atendida en un marco de 24 a 36 horas hábiles. Los límites máximos permitidos se definen según la zona, y son los siguientes:

- » Residencial:
  - De 6:00 a 22:00 h: 55 dB
  - De 22:00 a 6:00 h: 50 dB
- » Industriales y comerciales:
  - De 6:00 a 22:00 h: 68 dB
  - De 22:00 a 6:00 h: 65 dB
- » Escuelas:
  - Durante el juego: 55 dB



- » Ceremonias, festivales y eventos de entretenimiento:
  - Durante 4 horas: 100 dB

### 1.1.3 Salud auditiva

La salud auditiva es parte de la salud general, es parte de nuestro día a día. Es la capacidad efectiva sana de las personas para oír. Esta depende de la fisiología y estructuras del órgano de la audición, de la edad del individuo y del ambiente sociocultural en el que se encuentra (Molano, s.f). Es el resultado de la presentación de estímulos, mantenimiento, desarrollo y del cuidado del oído. Una sana audición permite que las personas desarrollen y potencializar las capacidades de atención, percepción, identificación y discriminación auditiva. Todos los conceptos mencionados anteriormente son procesos cognitivos básicos que interactúan uno con el otro a lo largo del desarrollo evolutivo de las personas. (Instituto Audiológico Audiotech, s.f.)

La discapacidad auditiva consiste en la falta, disminución o pérdida de la capacidad de oír, no se puede apreciar ya que carece de características físicas que lo evidencien (Sistema Nacional DIF, 2017). Es la incapacidad para recibir

de manera adecuada los estímulos auditivos del medio ambiente. La persona con discapacidad auditiva no sólo escucha menos, sino que percibe de forma irregular y distorsionada el sonido, lo que limita la posibilidad de procesar adecuadamente la información auditiva dependiendo el tipo y grado de pérdida que tenga. (Lobera, Mondragón, 2010).

La discapacidad auditiva no es solo un problema de personas mayores o de niños que nacen con pérdida auditiva. Existen varias causas que generan o aceleran esta pérdida en personas de cualquier edad. La cantidad de personas con pérdida auditiva ha aumentado significativamente. Esto es provocado por dos factores principales: el aumento de población y el aumento de proporción de personas de edad avanzada (Cochlear, 2017). Según previsiones hechas por la OMS (2021), una de cada cuatro personas presentará problemas auditivos en 2050.

### Consecuencias

Quienes viven con esta condición enfrentan problemas para desenvolverse en la sociedad. Esto es gracias



a que es difícil o no pueden detectar fuentes de sonido, identificar sonidos, seguir una conversación y especialmente comprender. (Sistema Nacional DIF, 2017)

También tiene efectos importantes en las etapas de desarrollo de la vida de los niños y niñas. Afecta cómo piensan y hablan, su lenguaje, conducta y desarrollo social y emocional. Puede llegar a afectar su desempeño escolar y laboral si no se le tiene consideración. (Sistema Nacional DIF, 2017).

La pérdida auditiva ocurre cuando alguna parte del sistema auditivo no funciona de manera normal. Puede ocurrir de manera congénita o adquirida. Cuando la pérdida es congénita es asociada a problemas de las madres embarazadas, afectaciones al sistema nervioso, deformaciones de la cabeza, bajo peso al nacer o enfermedades virales contraídas durante el embarazo. Cuando la pérdida es adquirida se asocia directamente al bebé, como enfermedades virales, medicamentos fuertes o administrados durante mucho tiempo e infecciones frecuentes de oído. (Lobera, Mondragón, 2010).

Las personas pueden sufrir una pérdida auditiva en cualquier etapa de su vida. Existen algunas señales que indican una pérdida de audición. Dependiendo la etapa en que te encuentres serán las señales. Cuando los niños presentan esta pérdida, es más complicado que los padres se den cuenta ya que normalmente los niños no perciben que está pasando. A continuación, se mencionan las señales de pérdida auditiva en niños:

- » En ocasiones no responde
- » Le sube el volumen a la televisión más que los demás miembros de la familia
- » El niño dirige uno de sus oídos hacia delante para escuchar “mejor”
- » Su rendimiento escolar se ve afectado, o el profesor se da cuenta que no responde en clase como los demás niños
- » El niño se queja de que no escucha. Aunque parezca obvio, muchas veces los padres dan por sentado que no están prestando atención.
- » Habla más alto de lo normal
- » Mira fijamente, con intensidad, los labios y la cara cuando le hablas. (Molano, s.f).



Ahora, en adultos es más fácil que uno mismo se de cuenta que está teniendo problemas para oír. Estos son algunos sucesos que pueden indicar que estás teniendo una pérdida auditiva:

- » Sientes que las personas están hablando entre dientes
- » Muestras dificultades para oír a alguien que está detrás de ti o en otra habitación.
- » Dificultades de comunicación en ambientes ruidosos.
- » No escuchas sonidos del diario, como el reloj, los pájaros o el agua de la regadera.
- » Tienes que leer los labios de las personas que te hablan.
- » Se concentra mucho para oír cuando alguien habla o susurra.
- » Las personas cercanas a ti te comentan que puedes estar sufriendo una pérdida auditiva. (Molano, s.f)

### **Tipos**

Los términos correctos para llamar a la pérdida auditiva son hipoacusia y cofosis. Hipoacusia es la disminución de la capacidad auditiva que permite adquirir el lenguaje oral por la vía auditiva. Cofosis o sordera es la pérdida

total de la audición y el lenguaje normalmente se da por medios visuales. (Discapnet, s.f.)

Según la parte del oído que se encuentre afectada es el tipo de hipoacusia que tienen las personas. Existen tres tipos de hipoacusia:

1. Hipoacusia de transmisión: es la pérdida de la audición que ocurre cuando hay un bloqueo y no deja pasar el sonido del oído externo al medio. Este tipo normalmente se puede tratar con medicamentos o cirugía. También llamada conductiva.
2. Hipoacusia de percepción: es la pérdida de la audición que ocurre cuando se altera el funcionamiento del oído interno o el nervio auditivo. También llamado neurosensorial.
3. Mixta: es la pérdida de audición cuando hay pérdida auditiva conductiva y neurosensorial. (CDC, 2020) (Discapnet, s.f.)



El grado de pérdida auditiva también puede variar, desde leve hasta profundo. Una persona con pérdida auditiva:

Grado de pérdida	Clasificación	Causa posible	Cómo se escucha según el grado de pérdida
12-20 dB	Ligera	Pérdida auditiva conductiva y algunas neurosensoriales	Las vocales se escuchan claras pero las consonantes se pueden dejar de oír en contextos ruidosos.
25-30 dB	Media	Pérdida auditiva conductiva y neurosensoriales	Sólo algunos sonidos cuando se habla en voz alta.
30-50 dB	Moderada	Pérdida auditiva conductiva con desórdenes crónicos en oído medio; pérdidas neurosensoriales	Casi ningún sonido cuando hablan con un tono normal.
50-70 dB	Severa	Pérdidas neurosensoriales mixtas y combinación de disfunción del oído medio e interno	Ningún sonido cuando hablan con un tono de voz normal.
70 dB o más	Profunda	Pérdidas neurosensoriales mixtas y combinación de disfunción del oído medio e interno	No se oyen sonidos ambientales ni al hablar.

(Lobera, Mondragón, 2010).



La pérdida auditiva se describe como:

- » Unilateral o bilateral: cuando la pérdida es en un oído (unilateral) o en ambos (bilateral).
  - » Prelingüística o post lingüística: cuando la pérdida ocurrió antes (prelingüística) o después (post lingüística) de que aprendiera a hablar.
  - » Simétrica o asimétrica: cuando la pérdida es del mismo grado en los dos oídos (simétrica) o distinta en cada uno (asimétrica).
  - » Gradual o repentina: cuando la pérdida empeora con el tiempo (gradual) o pasa repentinamente (repentina)
  - » Fluctuante o estable: cuando la pérdida puede mejorar o empeorar (fluctuante) o se mantiene igual (estable)
  - » Congénita o adquirida: cuando la pérdida está desde que naces (congénita) o llega más adelante en la vida (adquirida) (CDC, 2020)
- » Introducir objetos extraños ni cotonetes en el conducto auditivo externo
  - » Intentar extraer los tapones de cerilla, mejor acude a un especialista
  - » Hacer remedios caseros para destapar los oídos
  - » Lavar el oído interno
  - » Aplicar agua oxigenada o cualquier sustancia sin receta médica.
  - » El uso prolongado de medicamentos ototóxicos como ácido acetil-salicílico, antimaláricos, antibióticos aminoglucósidos, diuréticos de asa, citostáticos, betabloqueantes, etc. (Molano, s.f)

Asimismo, es recomendable hacer la prueba del Tamiz Auditivo Neonatal a los bebés recién nacidos, en los primeros tres meses de vida, esto con el fin de prevenir complicaciones durante su crecimiento. Dicha prueba permite detectar si existe disminución de la audición o cofosis, sin causar dolor o molestia.

### **Prevención**

El cuidado de los oídos es clave para evitar problemas de pérdida auditiva. Estas son algunas acciones que debes evitar:

### **Higiene auditiva**

El sentido del oído es parte fundamental de la salud integral, te permite escuchar lo que se encuentra a tu alrededor y te ayuda a mantener equilibrio corporal. A continuación,



se mencionan algunas prácticas de cuidado básico:

- » Evitar la exposición a ruidos fuertes y/o continuos
- » Evitar contusiones en la cabeza y oído.
- » Modular el volumen de sonido de bocinas, micrófonos y audífonos. Utiliza tapones para amortiguar el ruido.
- » Sacar el agua del oído rebotando cuidadosamente tu cabeza hacia un lado.
- » Si presentas ruptura de tímpano u otitis externa evita a toda costa que entre agua al oído, se recomienda cubrirlo con un algodón antes de bañarse.
- » Destapar los oídos bostezando (abriendo y cerrando la boca varias veces)
- » Si se presenta un cuerpo extraño, acudir al médico o a un profesional experto.
- » Ante presencia de dolor, inflamación, secreción, resfriado común o cualquier afección respiratoria visita a tu médico para evitar complicaciones auditivas (sobre todo niños).
- » Asistir cada año a consulta médica para hacer revisión del oído y evaluar tu audición. Si padeces de alguna

enfermedad crónica o degenerativa acude cada seis u ocho meses. (Molano, s.f)

Estos son solo algunos hábitos que se pueden seguir para cuidar tu oído y prevenir alguna pérdida a temprana edad.

### **Confort acústico**

El confort acústico es la comodidad, es la salud y es el bienestar respecto al entorno sonoro, que no molesta y no perturba y que no causa daños a la salud.

¿Qué genera el discomfort? El discomfort acústico se origina en el tráfico, en el trabajo, con los celulares, en lugares cerrados con mala distribución de equipos de trabajo. Para poder llegar a un ambiente de confort es necesario no rebasar los 45 decibeles. A partir de los 55 dB se empieza a considerar molesto el ruido.

Al tener confort acústico puede traer beneficios en la salud y en la productividad, también ayuda a la concentración. Para llegar al confort acústico es muy importante que se eliminen los ruidos alrededor que no sean necesari-



rios, ya sea en la escuela, oficina y en casa.

Los beneficios son muy amplios (como ya describimos en el párrafo anterior); en la escuela los alumnos se concentran más y su aprendizaje es más efectivo porque pueden tener una mejor escucha hacia el maestro/a. En el trabajo la productividad aumenta porque hay menos distracciones y en casa se tiene mejor descanso que es óptimo para recuperarnos y tener un buen sueño.

Desafortunadamente en las calles y áreas libres no se puede controlar qué tanto ruido hacemos o no, pero sí hay leyes anti ruido que nos protegen de un discomfort, son leyes que no son muy reconocidas y las multas son elevadas.

#### 1.1.4 Entornos incluyentes

En Jalisco, 4.6 por ciento, es decir 386 mil 577 personas, tiene alguna discapacidad de acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Quienes padecen esta condición enfrentan la falta de inclusión en sus vidas con diversos

obstáculos y desafíos cotidianos. (González, M. 2021)

“Hablar de la inclusión de las personas con discapacidad no es hablar de una responsabilidad única del gobierno o de las autoridades en todos los niveles de gobierno, sino es una responsabilidad que nos compete a todos” (Ávila, G. 2021)

Según la Universidad Católica de un entorno incluyente es el que asegura que todas las personas tienen las mismas oportunidades de participar en él. Eso debe ser así, aunque las personas tengan diferentes necesidades. Hacer a una persona con discapacidad participe de un grupo no es cosa fácil siempre, sin embargo, debemos entender la relación que existe entre el comportamiento y la manera de interactuar y cómo actúan o forman parte en la sociedad. Además, asegurar que existan las mismas oportunidades de ser incluidos en cualquier aspecto de la vida al máximo de sus capacidades y deseos.

#### ¿Cómo generarlos?

La inclusión de las personas con discapacidad requiere la accesibilidad a los servicios de rehabilitación, la inclusión



a entornos escolares, laborales y deportivos.

Desmontar estereotipos negativos generados por el desconocimiento: Cambiar la mirada y centrarse en las capacidades de las personas y en aquello que son capaces de realizar. Entender la discapacidad como una situación dinámica: La discapacidad es el resultado de la interacción de la persona con el entorno, por lo que es algo que evoluciona día tras día.

Adaptar el entorno para que todos podamos desarrollar nuestras tareas con normalidad: Que una persona pueda participar en igualdad de condiciones con el resto no depende solo de sus atributos personales o de limitaciones funcionales, sino de las facilidades y dificultades que el entorno pone en su participación.

### 1.1.5 Redes sociales

#### **Estrategias gráficas**

Las estrategias gráficas se conforman por una composición única con el fin de transmitir un mensaje visual con múltiples objetivos. Estas estrategias y acciones que se realizan en su mayoría

en canales online para dar a conocer un producto o servicio. Desde los años 90 se ha consolidado como uno de los recursos afiliados al universo digital que ha evolucionado a grandes rasgos. En la actualidad, cuenta con herramientas que facilitan la comunicación y permiten conocer las necesidades y exigencias de posibles clientes. (Arrasco, 2010)

Además, sirve para actualizarse constantemente en función de las necesidades expuestas por los clientes, haciendo más óptimo y disponible algún recurso. Busca generar un cambio en el pensamiento para promover una idea o vender un producto. Las estrategias digitales buscan visibilidad y ganancias en ventas. (Arrasco, 2010)

#### **Estrategias de contenido / MKT de contenidos**

El Marketing de Contenidos se relaciona con dos acciones clave: Selecciona, diseñar y crear el contenido en el formato correcto para una audiencia determinada; seleccionar los medios de difusión del contenido con el objetivo de en lugar de presentar sus productos o servicios, está proporcio-



nando contenido verdaderamente relevante y útil a sus prospectos y clientes para ayudarlos a resolver sus problemas. (Pearson, 2014)

Específicamente, hay tres razones clave, y beneficios, para las empresas que usan marketing de contenidos: Aumento de ventas, ahorro de costos y tener mejores clientes que tienen más lealtad. Independientemente del tipo de tácticas de marketing que utilice, el marketing de contenidos debe ser parte de su proceso, no algo separado. Los principales mecanismos de comunicación son marketing en redes sociales, SEO, PR, PPC y Inbound marketing, estas deben funcionar en conjunto para eficientar las estrategias del marketing de contenidos. (Pearson, 2012)

### **Generación de comunidades / Comunidades digitales**

Para hablar de comunidades digitales su generación tenemos que hablar de lo que es una comunidad siendo esta un conjunto de individuos que tienen en común diversos elementos, como el territorio que habitan, las tareas, los valores, los roles, el idioma o la religión. También suele ocurrir que

las personas se agrupen entre sí de manera voluntaria o espontánea por tener un objetivo en común.

El concepto clásico sobre qué es una “comunidad” fue desarrollado por el sociólogo e historiador Max Weber, quien la define como: “(...) una relación social cuando y en la medida en que se inspira en el sentimiento subjetivo (afectivo o tradicional) de los participantes de constituir un todo”. La Metodología de las Ciencias Sociales (The Free Press, N. York, 1949. Pág. 40). Las comunidades virtuales abren la posibilidad de establecer contacto directo con personas que comparten los mismos intereses, pero evitando el protocolo que existe en las relaciones interpersonales del plano físico. (Forbes, 2016)

### **Mkt de concienciación**

Entendemos Marketing de Concienciación o Marketing con Causa la estrategia dentro del Marketing enfocada a la concienciación de causas a través de acciones que crean las marcas. En otras palabras, una empresa ayuda a una causa social determinada cuando clientes y consumidores compran su marca, su producto o sus servicios.



(Moliner, 1998) El marketing de concienciación busca crear un cambio de pensamiento en las personas con estrategias de difusión para fomentar una idea con fuerte implicación social. (Guardiola, 2020)

### **Facebook**

Facebook es parte del grupo Meta, formado en 2021. La historia de Facebook empezó en 2003 con su creador Mark Zuckerberg. Comenzó como una web exclusivamente para estudiantes de Harvard. No fue hasta el 2004 que se estableció como Facebook. Funcionaba con un perfil donde los usuarios podían conectarse con otras personas, compartían intereses y se incluía información personal. El interés por la plataforma fue creciendo y a finales de 2004 estaba abierta a casi todas las universidades de Estados Unidos y Canadá con alrededor de un millón de usuarios. En 2005 es un año clave en la historia de Facebook, se abre a más países y adquiere muchos más usuarios (6 millones de usuarios activos). (Naveira, 2021)

Actualmente Facebook cuenta con 3800 millones de usuarios a nivel

mundial, dos mil millones de usuarios activos mensuales (González, 2021). Ninguna otra red había logrado dicha cifra. Se considera la red más importante en la actualidad y junto a Instagram domina todos los medios sociales. (Naveira, 2021)

De todos estos usuarios mencionados, el 44% se declaró del género femenino y 56% de género masculino. En cuanto a edades, el sector más fuerte son los usuarios de entre 25 y 34 años, después usuarios de entre 18 y 24. Los usuarios mayores a 50 han aumentado en los últimos años. También se identificó que los adolescentes y jóvenes tienen cada vez menos interacción. En 2020, gracias al confinamiento que se dio por el COVID-19, se incrementó considerablemente el uso de la plataforma y sus aplicaciones asociadas (Instagram, WhatsApp y Messenger). México forma parte de los países que más interacción tienen en Latinoamérica, seguido de Colombia y Argentina. (González, 2021)

A la fecha, Facebook tiene un alcance promedio de las publicaciones del 7.01%, una disminución del 3% en comparación a datos de 2 años atrás. El alcance orgánico disminuyó de 8%



a 5.17% en 2020. En cuanto a la interacción, el promedio se encuentra en 3.39%. Las publicaciones que tienen mejor interacción son los videos con más de 6%. (González,2021)

Existen varios tipos de contenido que se puede generar en esta plataforma. A continuación se explica a detalle algunos de los más populares:

- » Texto: consta de una oración o párrafo que el usuario escribe. Este se puede compartir, dar me gusta o comentar por otros usuarios.
- » Fotos: se puede publicar una sola foto, álbumes o subir infografías.
- » Videos: se pueden publicar directamente en Facebook o por medio de un enlace que te lleve a otras plataformas.
- » Podcast: son audios que hablan sobre un tema en específico. Últimamente se ha vuelto muy popular y explotado en Facebook.
- » Eventos: es una manera de comunicarse con tus usuarios e invitar a unirse y hacer un cambio a tu favor.
- » Facebook Ads: opción recomendable para campañas cortas porque puedes aumentar el alcance de otras acciones.

- » Enlaces a aplicaciones externas: puede ser a videos en YouTube o algún post en Instagram. (Alcocer, 2021)

Los hashtags en Facebook no tienen una efectividad clara en las estadísticas de la red ya que no incluyen ninguna información sobre la misma. Es difícil saber si la publicación tiene un buen alcance gracias a los hashtags.

Funcionan de la misma manera que en otras plataformas como Instagram y Twitter. Se utiliza el símbolo (#seguido del tema o frase sin espacios. Este se convierte en un enlace que dirige a una lista de publicaciones que han usado la misma etiqueta. Estas etiquetas no están tan activos en todos los usuarios. Esto quiere decir que para esta red específicamente no son tan populares todavía, pero es posible que sí lo sean en un futuro. Actualmente son más populares en páginas de organizaciones que entre los usuarios.

Se recomienda utilizar solamente dos o tres hashtags no más. Poner muchos en una publicación produce una sensación visual desagradable y te pueden confundir con spam. Otra recomendación es utilizar etiquetas



específicas y dejar de lado las genéricas. Por último, se recomienda ser constante con tus hashtags, de esta manera los diferentes usuarios podrán reconocerte más fácil.

(A., 2015)

### **Twitter:**

De acuerdo a la información publicada por Paul Gil en la página de tecnología *Lifewire* (Agosto, 2021), Twitter es un servicio de red social y microblogging fundado el 21 de marzo de 2006 en San Francisco, California, es principalmente utilizado por los usuarios para compartir sus ideas y opiniones por medio de “tweets” utilizando un máximo de 280 caracteres, algunos usuarios hacen uso de hashtags (#) antes de una palabra o frase clave para categorizar sus tweets y que de esta manera aparezcan más fácil en las búsquedas.

De acuerdo con el último reporte a los accionistas, Twitter cuenta con 290.5 millones de usuarios activos aproximados y esperan alcanzar los 340 millones para 2024. La mayoría de su segmento de mercado son adultos jóvenes entre 18 y 29 años (42%), seguido por adultos entre 30 y 49 años (27%).

Los principales indicadores de desempeño utilizados por Twitter son: número de seguidores, número de menciones, número de Retweets, y número de clics a enlaces. Esta red social es más activa entre las 11:00 am y la 1:00 pm.

### **Youtube**

Youtube es una página de internet que permite a usuarios subir al igual que ver videos. Fue creado en febrero del año 2005 y al año siguiente Google lo adquirió por 1.650 millones de dólares. Una de sus principales innovaciones fue el de ver videos de manera de streaming sin tener que descargar los videos y también el poder copiar una liga de HTML para compartir fácilmente los videos en otras plataformas o páginas web.

Formatos que soporta YouTube:

- |           |            |
|-----------|------------|
| » .MOV    | » .MPEGPS  |
| » .MPEG-1 | » .FLV     |
| » .MPEG-2 | » 3GPP     |
| » .MPEG4  | » WebM     |
| » .MP4    | » DNxHR    |
| » .MPG    | » ProRes   |
| » .AVI    | » CineForm |
| » .WMV    |            |



Videos útiles para la creación de videos en Youtube:

¿Qué son YouTube Shorts?:

<https://youtube.com/watch?v=9EJI-H8kxTn8>

Los diez conceptos básicos de YouTube:

[https://youtube.com/watch?v=6R6UO\\_a34FM](https://youtube.com/watch?v=6R6UO_a34FM)

¿Cómo subir un video a YouTube?:

<https://youtube.com/watch?v=6C-4dEpTOrYg>

### **Páginas web**

Las Páginas web son documentos de información electrónica con la capacidad de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, hipervínculos, entre otras cosas, se adapta a la World Wide Web (la Web) que nació en el CERN, el Centro Europeo de Física Nuclear, en Ginebra (Suiza), gracias a Berners-Lee ingeniero y físico inglés que realizó un sistema de intercambio de datos entre los 10.000 científicos que trabajaban en la institución. Una página web funciona como una tarjeta de pre-

sentación digital, un lugar donde se almacenan y comunican ideas, información productos entre otras cosas que apoyan la difusión y la interacción con el cliente, con herramientas muy claras para llevar un registro medible de todo lo que pasa alrededor de la página. (BBC, 2019)

Estas herramientas agrupan dichos datos en una serie de métricas las cuales nos indican diferentes aspectos de nuestro sitio: cuánta gente entra en él, qué hacen una vez que han entrado, cuánto tiempo están... Para conocerlas todas hay que dedicarle mucho tiempo a la analítica web. Sin embargo, hay ciertas métricas que todo el mundo debería conocer para analizar una página web aunque sea de la forma más básica. (Mo, 2014)

1. Tráfico web
2. Sesiones y visitas a la página
3. Alcance e impresiones
4. Posición media
5. CTR
6. Porcentaje de rebote
7. Engagement
8. Conversiones
9. ROI



# 1.2

## CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

---



## 1.2 CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

---

El PAP Escucha México está organizado y enfocado en distintos proyectos, en los cuales se trabajan roles, funcionamiento y acciones dependiendo de los objetivos del proyecto. Dentro de ellos están, Cruzada contra el ruido que es una iniciativa enfocada en la contaminación auditiva, Mariana Anaya Doll en donde se maneja la terapia auditivo-verbal, de lenguaje y de aprendizaje, especializándose en educación preescolar y guía Montessori.

Brankia junto a Iniciativa Cubrebocas Transparente, se enfocan en una campaña que busca incluir los cubrebocas transparentes dentro de la sociedad, busca impulsar el uso y la reforma de ley para facilitar e incrementar la inclusión en el país. Universidad Incluyente de ITESO tiene como propósito principal generar una cultura de inclusión (educativa, social y laboral) y sensibilización frente a la discapacidad motora y/o sensorial entre los miembros de la comunidad universitaria.

Finalmente está el Encuentro de Cultura Auditiva que tiene como propósito informar y concientizar sobre temas que involucren la cultura, salud y discapacidad auditiva. Todos estos son los que forman parte y caracterizan al PAP Escucha México para el periodo de primavera 2022.

### 1.2.1 Cruzada Contra el Ruido

Cruzada contra el ruido es una iniciativa creada en el año 2018, con el propósito de comunicar sobre los efectos de la contaminación auditiva, al igual que acercar a las personas afectadas que reportan algún disturbio o tipo de contaminación auditiva en exceso, en sus comunidades, áreas de trabajo, entre otras con las autoridades correspondientes, quienes pueden tomar acciones y apoyarles en su problema. Por otra parte, las áreas que las conforman son los ciudadanos quienes reportan y los integrantes del PAP de cada semestre, en este periodo primavera 2022 se encuentra integrado por Tomas, Sofía y Javier, estudiantes de ITESO.

Cruzada contra el ruido busca comunicar a los ciudadanos la información necesaria para llevar a cabo sus denuncias y establecer diálogo



con las autoridades para asegurar que se sigan las normas y leyes en el tema de ruido, creando un entorno con más sonidos y menos ruidos concientizando a las personas para reducir los niveles de ruido .

En el presente PAP se llevan a cabo diferentes acciones como; la publicación de diferentes videos, infográficos e imágenes en Facebook, Instagram, Twitter. También se da asesoría a las personas que mandan mensajes o correos a las redes sociales

Problema principal: exceso de ruido

### **Efectos:**

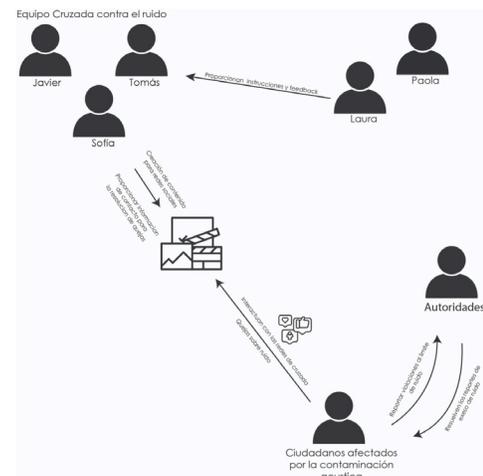
- » Incrementa el riesgo de enfermedades cardiovasculares
- » Produce insomnio
- » Genera estrés y problemas psicológicos
- » Dificulta el aprendizaje al disminuir la capacidad de atención y concentración
- » Afecta la memoria e incluso la motivación
- » Aparición de diferentes problemas como la gastritis, colitis, úlceras, acidez, pérdida del apetito, diarrea y estreñimiento.

### **Causas:**

- » El alto volumen de las fiestas que organizan las personas
- » Tráfico: Sonidos del motor, claxon, frenado y aceleración
- » La construcción de edificios y obras públicas
- » El ruido que causan todas las industrias
- » Los bares, restaurantes y terrazas que se encuentran en el exterior
- » El ruido que causa el tráfico aéreo

### **Personas claves para el PAP:**

- » Equipo del semestre primavera 2022, integrado por Tomás, Sofía y Javier, estudiantes de ITESO.
- » Los ciudadanos de las áreas afectadas.
- » Las entidades gubernamentales encargadas de resolver el exceso de ruido.



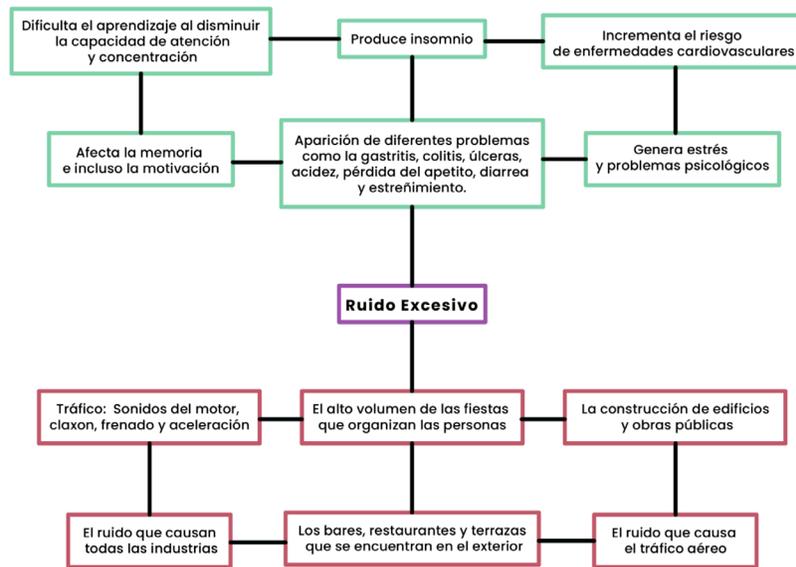
**Problemática central**

El problema central a tocar en cruzada contra el ruido es el incremento excesivo de ruido en diferentes lugares generando daño a las personas tanto de daños permanentes al oído, entre otras enfermedades.

**Objetivos smart:**

- » Informar sobre la contaminación acústica encontrada en distintos entornos, como lo son las ciudades, áreas comerciales, industriales, viviendas, entre otras y cómo afecta a la salud, de una manera importante.
    - Dando a conocer los distintos ruidos excesivos a los que se enfrentan diariamente las personas con su respectivo permiso a través de las redes sociales.
  - » Ayudar a las comunidades que están siendo afectadas por el ruido excesivo a través de las redes sociales proporcionando la información necesaria para disminuir o mejorar su situación.
    - Esta información se difundirá a través de reels, videos o infográficos en los días lunes, viernes y domingo con el propósito
- de que estas publicaciones alcancen un alto engagement en los horarios establecidos con el equipo.
- » Dar diferentes recomendaciones y noticias relacionadas con el ruido con la finalidad de que las personas se hagan más conscientes y disminuyan el ruido que hacen en su vida diaria.
    - Revisar constantemente la información que se genera en medios de comunicación locales y re-publicar algunas notas.
    - Elaborar infográficos y/o guías de cómo disminuir el ruido excesivo en el hogar.
  - » Brindar el apoyo necesario a las personas que se encuentren expuestas a un ruido excesivo respondiendo sus correos o mensajes que lleguen a la hora que sea en las redes sociales con la información necesaria para que puedan reportar a las personas que causen ruido excesivo.
    - Revisión cotidiana de inbox en redes sociales y mensajes electrónicos.





### Propuestas:

Sepropone una campaña involucrando diferentes temáticas centradas en la importancia del sonido y el ruido en las distintas comunidades de Jalisco en las cuales se involucrarán noticias y datos informativos a través de videos y publicaciones en las distintas plataformas sociales con el objetivo de hacer más conscientes a las personas del exceso de ruido.

### 1.2.2 Mariana Anaya Doll

#### Descripción del funcionamiento y las áreas que lo conforman. Qué es.

De acuerdo a la trayectoria de Mariana Anaya Doll, es una mujer apasionada

por poder ayudar a los demás. En 2005 comenzó a dar terapia auditivo-verbal, de lenguaje y de aprendizaje, especializándose en educación preescolar y guía Montessori. Cuenta con experiencia desde hace más de 20 años y hace 3 años decidió abrir su clínica Mariana Anaya Doll.

#### Misión:

De acuerdo a la página web de Mariana en la plataforma de Instagram, se busca apoyar a los niños y niñas con pérdida auditiva, daños y/o disfunciones en el oído producida por la sobreexposición a fuertes ruidos, problemas de lenguaje en los que se les presenta dificultad para producir los sonidos del



habla en forma correcta y de lecto-escritura, desarrollando su habilidad en la lectura y escritura permitiéndoles así integrarse a la sociedad.

No utilizar el lenguaje de señas es una clave fundamental que imparte en su terapia, en Mariana Anaya Doll se busca la inclusión y este lenguaje excluye a las personas con esta discapacidad.

### **Terapias que trabaja:**

#### **AUDITIVA - VERBAL**

Buscando en el documento RPAP del semestre pasado pudimos encontrar que es un enfoque terapéutico para la educación de los niños con problemas de audición donde se enfatiza el desarrollo de las habilidades auditivas para desarrollar el lenguaje a través de la audición. Para ello, los niños son identificados, diagnosticados y equipados con la amplificación óptima lo más tempranamente posible. Se les enseña a los padres a crear un ambiente en donde su hijo aprenda a escuchar, a procesar el lenguaje verbal y a hablar.

Este tipo de terapia, si bien ofrece muy buenos resultados, tiene un inconveniente y es que requiere que el niño o el alumno tenga ya sea un implante coclear o un aparato auditivo externo,

que en muchos casos pueden llegar a ser muy costosos. Esta terapia, a grandes rasgos, consta de cinco fases de aprendizaje: detección de sonidos, discriminación, identificación, reconocimiento y comprensión.

#### **TERAPIA DE APRENDIZAJE**

Basada en el método de María Montessori y el Padre Pierre Faure.

En un ambiente pulcro y estético para niños trabajando con materiales didácticos y con unas fichas de trabajo para madurar el cerebro.

#### **Las personas que participan y sus roles.**

- » Miembros del PAP
- » Público en general
- » Padres de familia
- » Miembros de clínica:

*Camila Figueroa:* Licenciada en Ciencias de la Educación.

- Estudió en Argentina un año de maestra especial.

- Forma parte del equipo de trabajo de Mariana Anaya realizando terapias y talleres de aprendizaje y lenguaje.

*Jimena Varela:* Estudió la carrera de Psicología.



- Actualmente está terminando la maestría de Neuropsicología y Educación.
- Trabaja como maestra de kinder y forma parte del equipo de Mariana como terapeuta de aprendizaje y motricidad.
- Cuenta con 7 años de experiencia en el área de intervención infantil.

*Viridiana Hernández:* Estudia Licenciatura en Psicología.

- Durante un año formó parte del equipo psicológico en el refugio de migrantes dando talleres a adultos, adolescentes y niños.
- Ahora forma parte de un PAP en atención a niños en contextos desfavorecidos, y desarrollo de aprendizaje para la vida.
- Dentro de la clínica de Mariana imparte terapia y talleres de aprendizaje y lenguaje.

*Itzel Cárdenas:* Estudió la licenciatura en Pedagogía,

- Trabaja como maestra titular en 3ero de preescolar, da asesorías y apoyo extraescolar a niños y adolescentes.
- Trabaja en el equipo de Mariana Anaya impartiendo terapias de lenguaje y aprendizaje.

*Mariana Hernández:* Licenciada en Psicología,

- Cuenta con 4 años de experiencia en el ámbito educativo y clínico infantil.
- Es maestra de preescolar y también trabaja dentro del equipo de Mariana Anaya impartiendo terapias de lenguaje, aprendizaje y emocional.

### **Las acciones que llevan a cabo. Cómo.**

Mariana descubrió su interés por la terapia cognitiva y de lenguaje debido a que su propio hermano recibía terapias de este tipo. Gracias a esa experiencia, Mariana notó un número de inconvenientes en las terapias que aquellos niños recibían. Para empezar, notó lo caro que puede ser un implante, un aparato auditivo, los tratamientos y todo lo que conlleva una condición de esta naturaleza. Es por eso que Mariana hace todo lo que esté en su poder por ofrecer sus servicios a precios accesibles, muchas veces de manera gratuita, con tal de que los niños que lo necesiten reciban el tratamiento adecuado. Esto muchas veces termina por causarle problemas a la hora de pagar sus propias cuentas, y ese es uno de los problemas que nuestro equipo trató de resolver en



nuestra experiencia trabajando junto con ella este semestre. Una de las soluciones que propusimos fue mantener activas las redes de la clínica con un contenido adaptado de mejor manera a los formatos actuales y que pueda generar mayor interés y atraer más clientes. Hacer publicaciones informativas, videos con humor, reels, post con frases llamativas, etc.

Otro de los problemas que Mariana notó y que quiso atender fue que los niños con hipoacusia que aprendían a comunicarse por medio de lengua de señas nunca lograban integrarse a la sociedad por completo, pues solo un porcentaje muy pequeño de la población sabe comunicarse de esta manera. Mariana notaba que estos niños terminaban por formar comunidades muy pequeñas y aisladas. Inconforme con esta situación, Mariana investigó distintas alternativas y fue así como descubrió la Terapia Auditivo-Verbal, que le permite a las personas con discapacidad auditiva comunicarse con cualquier persona, sin necesidad de leer los labios o hacer señas. Es así como Mariana comenzó a dar terapia de este tipo, sin embargo es una terapia que requiere mucho tiempo, paciencia, y mucha inversión.

### **Problemática central:**

Por los motivos anteriores, Mariana ha decidido atender a los niños ofreciéndoles becas, pues le resulta inconcebible dejar a un niño sin recibir el tratamiento oportuno. Sin embargo, para Mariana se ha vuelto un problema la cantidad de niños que atiende sin cobrarles, puesto que la escuela y ella misma también necesitan generar ingresos para poder seguir en funcionamiento. El equipo PAP, junto con el beneficiario, trabajamos en conjunto para idear una manera de lograr que Mariana cumpla sus objetivos financieros y crecer; y al mismo tiempo mantener las becas de los niños y seguir trabajando en el aspecto social, que es primordial en los objetivos de la clínica Mariana Anaya Doll.

Nuestro equipo llegó a la conclusión de que mantener unas cuentas de redes sociales que tengan mucha actividad y que mantengan un engagement alto son una gran oportunidad y herramienta para hacer presencia en la comunidad local y conseguir clientes.



### Árbol de problemáticas:



- Causas:

- » Falta de información en redes sociales
- » No se aclara el público al que se dirige
- » No hay tanta promoción sobre lo que ofrece Mariana Anaya Doll

- ¿De qué maneras se hace visible el problema?

Falta de inscripciones y leads generados por redes sociales, se puede ver en la poca participación que existe en las redes de la empresa.

- ¿Qué está causando el problema?

- » Falta de promoción e información sobre los servicios que Mariana Anaya ofrece.
- » La clínica está dentro del PAP ya que su población forma parte de discapacidad auditiva.

**Contexto: social, económico, político, ambiental, cultural.**

Mariana Anaya Doll forma parte del PAP ya que al este ser Escucha México busca asociaciones que se relacionen con el tema y esta escuela queda



perfectamente con la esencia del PAP al dar terapia a niños con discapacidad auditiva, instruyéndolos a poder hablar con facilidad y entender para así desarrollarse mejor en la vida diaria. La entrega de Mariana hacia sus alumnos es una labor que debe ser muy reconocida ya que ella no solo lo hace por la utilidad que esto pueda generar, lo hace por el deseo de ayudar a los niños a aprender y desarrollar habilidades para tener una mejor vida a pesar de que algunas familias no tengan la capacidad económica de pagar las terapias por lo cual ella otorga becas a las personas que lo necesitan. Generar conciencia sobre el tema es algo que hace falta en la sociedad hoy en día y Mariana Anaya Doll pone su granito de arena para poder entender mejor la situación.

### **Objetivos generales y específicos del proyecto.**

» *Generales:* Conocer metodología (terapia) que imparte la clínica de Mariana Anaya Doll y crear más contenido, informativo, llamativo y creativo, cambiando un poco los diseños y colores, creando contenido incluyendo más a los niños de la clínica para hacerlo más dinámico y con humor, para lograr

atraer más audiencia y además, sea más atractivo visualmente.

» *Específicos:* Atraer más clientes que puedan generar ingresos, a partir de compartir exactamente lo que se hace en la clínica.

Hasta ahora:

Asistir a la clínica de Marian Anaya Doll para conocer a Mariana y un poco de la población con la que trabaja, además de sus métodos y terapias que emplea. Incluso hemos diseñado el mosaico de redes sociales y su contenido para que tenga mayor captación su clínica y terapia y esto ayude a más niños y padres de familia a conocer este proyecto.

### **Propuestas para primavera 2022.**

» Incluir más a los niños que asisten con Mariana en las redes sociales de la clínica.

» Materiales gráficos que visualicen lo que hace la terapia auditivo verbal.

### **1.2.3 Escucha México Redes Sociales**

**Descripción del funcionamiento y las áreas que lo conforman. Qué es.**



Este proyecto trata sobre las redes sociales que están conformadas por cada proyecto participante en el PAP, en las que se publica constantemente contenido informativo, creativo y atractivo realizado por cada uno de los equipos que forman cada proyecto. Se les pide a los demás grupos del PAP crear contenido original para la realización de las publicaciones. Además de hacer publicaciones de lo que se lleva a cabo dentro del PAP, se comparte recursos valiosos al público, datos curiosos y fuentes de información relevantes. Es importante para el manejo y la realización de todo este contenido llevar agendas estrictas como también calendarizaciones donde se puede ver claramente las fechas, propósitos y hashtags para poder cumplir las metas establecidas.

**Misión:**

En este semestre del proyecto se busca alcanzar a más público de lo que se tiene actualmente, no solo esto pero se busca mantener una audiencia activa, la cual interactúe de alguna u otra forma con el contenido publicado. Añadiendo a esto se tiene como meta crear contenido e información para mantener al público al tanto de lo que sucede en cada proyecto e iniciativa.

**Las personas que participan y sus roles.**

Dentro de este proyecto participan todos los miembros del PAP, no solo las integrantes principales del proyecto de redes sociales, al crear contenido y compartirlo con nosotros para su publicación en redes.

- » Público en general
- » Miembros del equipo:
- » Regina Carpenter Bernal
- » María Fernanda González Mendoza
- » Edna Vanessa Maya

**Las acciones que llevan a cabo. Cómo.**

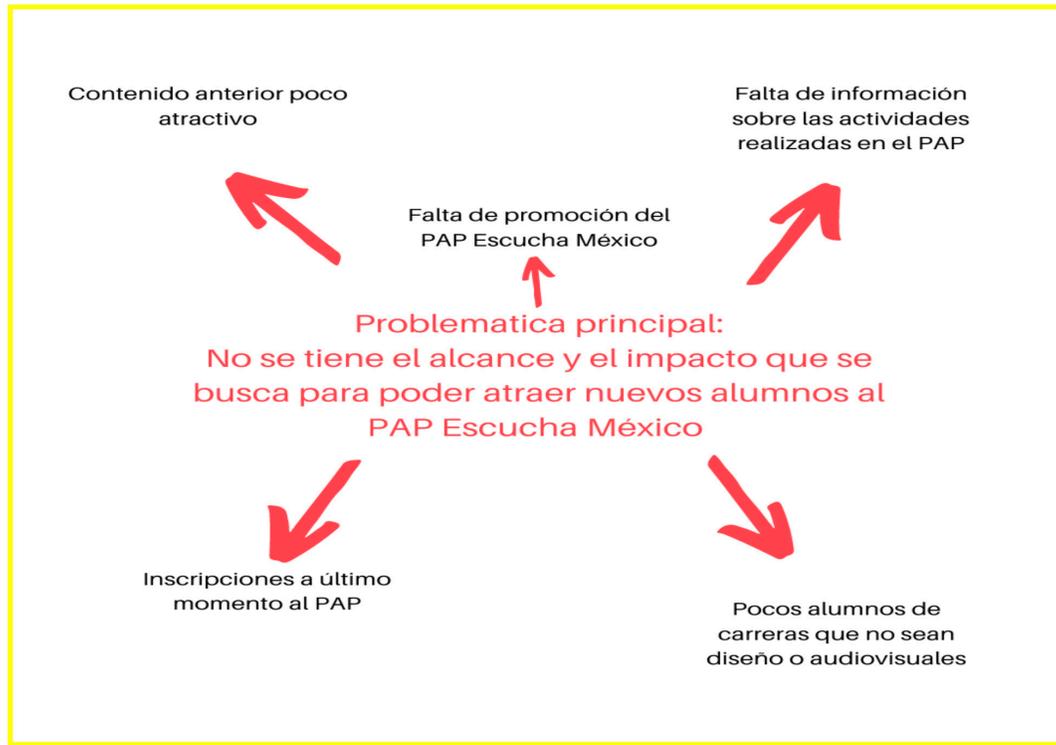
En el presente PAP se busca mantener activas las redes, con un contenido que pueda generar mayor interés y atraer más seguidores. Hacer publicaciones informativas sobre cada proyecto que conforma al PAP.

**Problemática central:**

No se tiene el alcance y el impacto que se busca para poder atraer nuevos alumnos al PAP Escucha México.



### Árbol de problemáticas:



#### Causas:

- » Falta de contenido
- » Información muy pobre de cada proyecto
- » No hay actividad constante en ellas
- » Publicaciones muy pausadas

#### ¿De qué maneras se hace visible el problema?

- » Poca cantidad de seguidores
- » Poco alcance en las publicaciones

#### ¿Qué está causando el problema?

La falta de estrategia o una estrategia deficiente como también mal ejecutada tiene como consecuencia el que la gente no esté interesada en formar parte del Pap, ya que no se tiene contenido que incluya completamente lo que se hace en él, y de lo que cada proyecto trata y ofrece.



**Contexto: social, económico, político, ambiental, cultural.**

Según la página web de Pap Escucha México, el proyecto de Redes Sociales “Escucha México” se encarga de generar conciencia y brindar información valiosa, clara y concisa a través de redes sociales sobre el tema de la cultura auditiva. Lo que buscamos es que el contenido sea apto y entretenido para todo el público. Por otra parte, deseamos que la gente que visita nuestras plataformas interactúen con el contenido que hacemos.

Las redes y plataformas que se manejan en este proyecto son: Facebook, Instagram y Youtube.

El objetivo principal es crear conciencia sobre cualquier tema que se relacione con el ruido, tomando en cuenta información médica y asuntos sociales, que nos proporcione contenido valioso y verídico para nuestras redes.

Queremos crear un vínculo entre proyectos y de esta manera, difundir a cualquier público información acertada, concisa y amigable sobre la cultura auditiva.

**Objetivos generales y específicos del proyecto.**

*Generales:*

- » Alcanzar 220 seguidores en las redes sociales del Pap antes de Junio 2022 y atraer nuevos prospectos para inscribir Pap en Verano y Otoño 2022.

*Específicos:*

- » Realizar propuestas llamativas, creativas e informativas.

**Propuestas para verano 2022:**

- » Realización de post sobre Brankia (Cubre bocas transparente)
- » Cambio de diseño en plantillas para Instagram.
- » Realización de primer video con correcciones.
- » Publicitar más la página web y darle más contenido
- » Las publicaciones sean constantes y siempre estén a tiempo en manos de los miembros del equipo.

**1.2.4 Iniciativa cubrebocas transparentes**

**Descripción del funcionamiento y las áreas que lo conforman. Qué es.**

La iniciativa “México cubrebocas transparente” es una campaña que busca incluir los cubrebocas transparentes



dentro de la sociedad, busca impulsar el uso y la reforma para facilitar e incrementar la inclusión en el país creando conciencia sobre el problema que generan los cubrebocas no inclusivos.

### ***El propósito y razón de ser. Por qué.***

Buscamos que se tomen en cuenta a las personas con discapacidad auditiva, a las cuales se les facilita comunicarse por medio de la lectura de labios y los cubrebocas como los KN95, los quirúrgicos o los de tela les dificulta esta comunicación. Es por eso que el uso de los cubrebocas transparente facilitaría el intercambio de ideas entre personas oyentes y personas con discapacidad auditiva. Gracias a la ventanilla transparente que tienen estos cubrebocas los movimientos de la boca y gestos son visibles.

Por medio de redes sociales como instagram, facebook y twitter queremos generar un alto impacto para que los cubrebocas transparentes lleguen a reconocerse por parte de la secretaría de salud y que la sociedad sea consciente de la importancia de estos.

### ***Las acciones que llevan a cabo. Cómo.***

En el presente PAP se llevan a cabo diferentes actividades como; conseguir las firmas de las personas para que el senado apruebe los cubrebocas transparentes, la publicación de Reels, fotos y videos en Instagram, la publicación de información relevante relacionada con el PAP en Twitter y la publicación de imágenes con información relevante en Facebook. Todas estas publicaciones tienen el objetivo de generar un impacto en las personas y que usen el cubrebocas transparente.

### ***Las personas que participan y sus roles.***

#### *Actores Internos*

Como actores internos la principal es María Nazaret García, la fundadora de la iniciativa. Ella es la principal guía del proyecto, nos informa sobre los avances y lo que debemos hacer como siguiente paso. Por otra parte, están Paola y Laura, las maestras y coordinadoras del PAP. Ellas nos ayudan a darle forma al proyecto, cómo comunicar la información y fuentes donde podemos buscarla. Por último, están los integrantes de este semestre: Paloma, Sebastián y Sofía. Nosotros nos encar-



gamos de generar todo el contenido y seguir los lineamientos que nos imponen María, Laura y Paola.

### Actores Externos

Para poder llegar mucho más lejos nos ayudamos de actores externos. Con estos podemos viralizar la campaña. La página web de Change es una de las principales, con ayuda de esta página podemos juntar las firmas necesarias para llegar a ámbitos políticos y que se apruebe el cubrebocas transparente. Otro actor externo es Adalberto Méndez, él es un abogado y asesor del senador Emilio Álvarez. Adalberto ayudó a redactar la iniciativa de ley que se presentó en diciembre del 2021.

Por último, contamos con la ayuda de los Senadores del Grupo Plural. Ellos son un grupo de senadores independientes que apoyaron la iniciativa de ley. Los senadores son Alejandra del Carmen León Gastélum y Nancy de la Sierra Arámburo, así como de los senadores Germán Martínez Cázares, Gustavo Madero Muñoz y Emilio Álvarez Icaza Longoria

### ***Cuál es la problemática general. (Árbol de problema)***

Encontramos que la problemática general es: el uso de cubrebocas tradicional impide la lectura labio-facial a personas con discapacidad auditiva. A



continuación, se presenta el árbol de problemas donde se justifica la problemática con sus causas y efectos:

### **Objetivos:**

Los objetivos están redactados con el método de SMART. Esto quiere decir que cada objetivo se muestra de específico (S), medibles (M), alcanzable (A), relevante (R) y temporal (T).

- » Difundir durante el semestre primavera 2022, el avance alcanzado en el senado de la República a través de Facebook, Instagram y Twitter. Nuestro objetivo es superar los seguidores que se tienen hoy en día así como el alcance de nuestras publicaciones de cada red social. Gracias al análisis que se hizo al principio del semestre se tiene muy claro el alcance, el engagement o las interacciones que se deben superar.
- » Incrementar el número de actores y representantes de la iniciativa.
  - Involucrar a los senadores haciéndoles mención a cada uno en las publicaciones de las redes sociales y los videos informativos.
  - Buscar alianzas con diferentes movimientos que sean similares al nuestro.
- » Incentivar el apoyo de la sociedad civil para visibilizar el movimiento.
  - Informar sobre las problemáticas a las que se enfrentan las personas con discapacidad auditiva mediante contenido atractivo visualmente mediante las redes sociales en los días lunes, viernes y domingos en los horarios establecidos con el equipo.
  - Concientizar mediante contenido informativo como reels, infográficos, videos cortos, etc, en las redes sociales.
- » Actualizar el folleto informativo con la información actual que se esté publicando en cada red social.
- » Crear una nueva serie de carteles con información publicada en las redes sociales para promover el movimiento.

### **Propuestas para primavera 2022**

El equipo del semestre pasado recomienda seguir la misma dinámica en las redes sociales, ya que está funcionando. Utilizar la plantilla que se diseñó en semestres pasados. Comentan que es importante buscar asociaciones con diferentes usuarios para generar mayor comunidad y crecer el movimiento de la cuenta. Otra recomen-



dación es comenzar a realizar historias de Instagram y Facebook para aprovechar el algoritmo de las redes. Por último recomiendan seguir haciendo campañas por mes para informar al público sobre los temas y seguir generando comunidad.

### 1.2.5 Brankia

#### **Descripción del funcionamiento y las áreas que lo conforman. Qué es.**

Brankia, Cubrebocas transparente, es un proyecto que se desarrolló en el ITESO en el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP): Diseño e ingeniería de objetos para la mitigación y combate de desastres y contingencias, el verano de 2020. Con la finalidad de detener el contagio del virus COVID-19 y atender la emergente dificultad que tienen las personas con discapacidad auditiva para comunicarse, con el cubrebocas tradicional haciendo que la lectura labio-facial fuera imposible.

#### **El propósito y razón de ser. Por qué.**

El propósito fundamental de Brankia es acercar a la cotidianidad el uso del cubrebocas transparente, formando un espacio de inclusión donde las personas con discapacidad auditiva

puedan encontrar una vida sin limitaciones.

#### **Las acciones que llevan a cabo.**

##### **Cómo.**

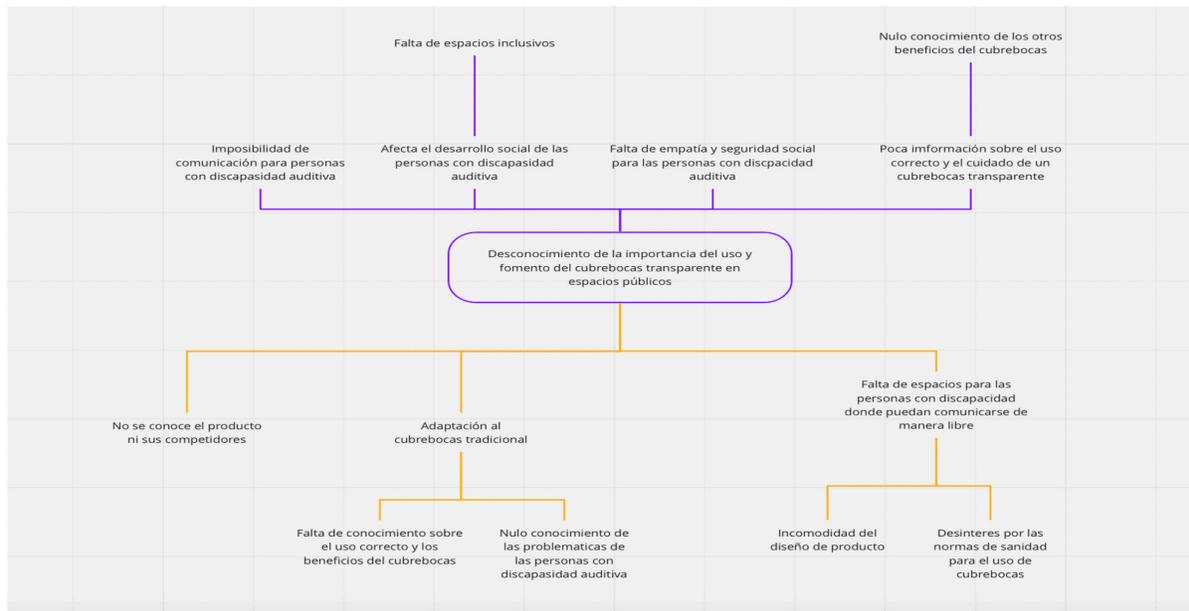
En el presente PAP se llevarán a cabo diferentes actividades como; generar contenido de difusión para la promoción del cubrebocas, generando estrategias digitales para terminar con el stock que tiene el ITESO, compartir información relevante a Brankia en los diferentes canales de difusión, impulsar la importancia del uso de cubrebocas transparentes.

#### **Las personas que participan y sus roles.**

*Actores Internos.* Como actores internos nos encontramos los miembros del PAP escucha México, al igual que nuestros profesores, por otro lado, se encuentran los creadores del cubrebocas y los encargados de administrar Brankia en el ITESO.

*Actores Externos.* Los actores externos son nuestros consumidores, al igual que empresas que puedan estar interesadas en adquirir el cubrebocas transparente, ya sea para su uso o como una inversión para distribuir y fabricar cubrebocas transparentes.





### **Cuál es la problemática general. (Árbol de problema)**

La problemática principal es la falta de socialización del cubrebocas transparente, al igual que la nula información que hay sobre sus beneficios y su importancia en espacios públicos.

### **Objetivos**

- » Difundir durante el semestre de Primavera 2022, veinte publicaciones informativas para el uso correcto y los beneficios del cubrebocas transparente con un engagement del 3% en las diferentes redes y canales de difusión.
- » Normalizar el cubrebocas transparente en la sociedad, implementar una campaña de redes para difundir el uso del cubrebocas transparente fuera del ITESO, con sus beneficios y especificaciones, buscando un engagement del 5% impulsando la venta de Brankia.
- » Encontrar 5 espacios públicos donde es necesario el uso de cubrebocas transparente para la comunicación, para impulsar el uso de Brankia en sus instalaciones.
- » Promocionar en redes la Tienda ITESO, donde se puede adquirir



el cubrebocas Brankia, para que a finales del semestre Primavera 2020 se logre generar 50 clicks directos a la página de la tienda.

### 1.2.6 Universidad Incluyente

#### **Descripción del funcionamiento y las áreas que lo conforman (Qué es)**

Universidad Incluyente es un programa creado e impulsado por el Centro de Acompañamiento y Estudios Juveniles (C-Juven). Atiende el cumplimiento de las Orientaciones Fundamentales del ITESO, pues tiene como propósito principal generar una cultura de inclusión (educativa, social y laboral) y sensibilización frente a la discapacidad motora y/o sensorial entre los miembros de la comunidad universitaria. También se interesa en proponer nuevas dinámicas de interacción entre alumnos, docentes y miembros de la comunidad, que favorezcan un ambiente más incluyente. La preocupación es que todos y todas tomen partido y responsabilidad en la labor de hacer de la universidad un espacio en el que todas las personas tengan las mismas oportunidades y acceso por igual a los diferentes recursos que la institución ofrece.

Este programa comenzó en 2003, lleva operando 19 años, y desde entonces ha tenido logros significativos, como la instauración del Servicio de Cómputo para Usuarios con Discapacidad (SECUDIS), modificaciones y adecuaciones arquitectónicas para volver el campus un lugar más accesible, la implementación del Transporte incluyente, la vinculación con agentes externos como el COPIAJ o la Red de Vinculación Laboral de Jalisco, entre otros proyectos e iniciativas.

#### **El propósito y razón de ser (Por qué)**

El programa Universidad Incluyente nace ante la necesidad de generar dinámicas y espacios más incluyentes dentro del campus. En la universidad se encuentran inscritos alumnas y alumnos con discapacidad motora y/o sensorial. Situaciones que para otros podrían no representar mayor problema, se vuelven un gran reto para las personas con discapacidad sin el seguimiento y las herramientas adecuadas. Esto provoca que los y las alumnas con discapacidad tengan dificultades para el aprendizaje, problemas en su desempeño o que vean limitado su acceso a todos los recursos que ofrece la institución y



que deberían garantizárseles. Universidad Incluyente ITESO atiende estas necesidades, dando seguimiento particular a estos estudiantes, capacitando a los docentes, y promoviendo adecuaciones, tanto en los programas educativos como en los espacios físicos, para que sean más accesibles. Estos esfuerzos dan como resultado un mejor desempeño académico de las y los alumnos con discapacidad, y se asegura de que puedan acceder a todos los recursos que se ofrecen en el campus.

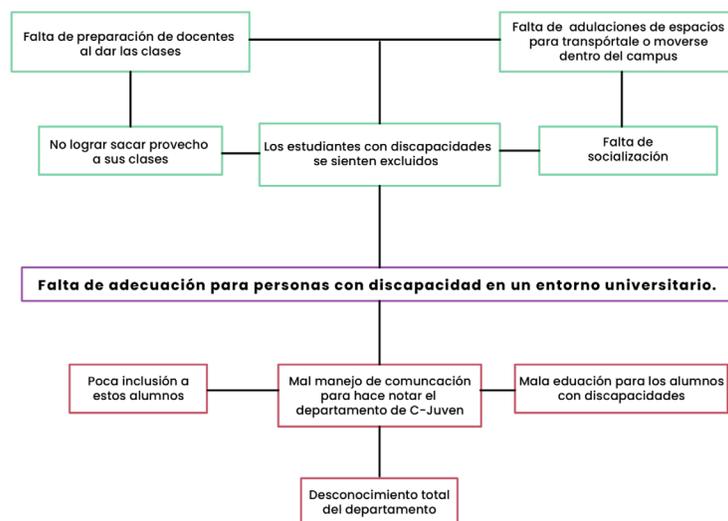
### **Las acciones que llevan a cabo (Cómo)**

El programa de Universidad Incluyente organiza talleres de sensibilización para que los estudiantes y personal del campus, reflexionen sobre los retos de la discapacidad sensorial y motora. Además de ofrecer el taller de Lengua de Señas Mexicana.

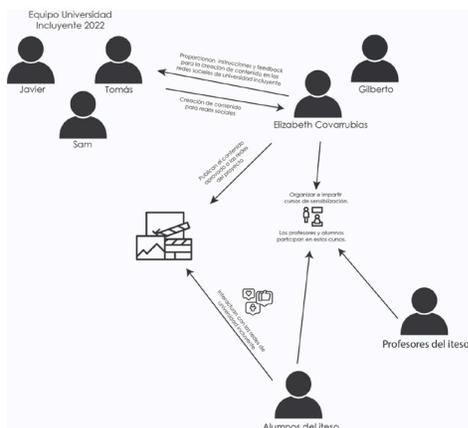
### **Otros elementos que comuniquen lo que es la organización (Cómo)**

Actualmente se encuentra en desarrollo una aplicación, con la finalidad de informar y acompañar a los estudiantes con discapacidades a afrontar los retos que se presentan durante su formación universitaria.

### **Cuál es la problemática general: Árbol de problema**



## Las personas que participan y sus roles (Quiénes) - Mapeo de actores



### Por qué forma parte del PAP, incluyan en este apartado una REFLEXIÓN ÉTICA

Forma parte del PAP Escucha México debido a que el proyecto tiene una necesidad desatendida en la parte de difusión y comunicación respecto a la temática de inclusión de personas con distintas discapacidades, lo cual tanto como el PAP Escucha México y Universidad incluyente se caracterizan en abordar, al igual de aportar algún beneficio al respecto.

Gracias al programa de Universidad Incluyente, los alumnos con distintas capacidades logran afrontar algunos de los retos que se presentan en su día a día en la universidad como la falta

de empatía y solidaridad por parte de sus compañeros y profesores, además el acompañamiento académico que ofrece el programa de universidad incluyente les permite a estos alumnos llevar a cabo sus actividades en el campus de manera inclusiva.

### Contexto: social, económico, político, ambiental, cultural (Es una descripción de los aspectos sociales que están inmersos o alrededor del proyecto)

Existe una fuerte desinformación y poca sensibilización ante el tema de la discapacidad. Pocas personas saben cómo involucrarse, responsabilizarse y apoyar. La comunidad carece de una Cultura de Inclusión, debido a la poca información existente y a la falta de estrategias de difusión efectivas. Personas con discapacidad forman parte de la comunidad universitaria, y debido a lo anteriormente mencionado, su educación y la interacción social se ven limitados.



**Objetivos generales y específicos del proyecto: Árbol de objetivos**

S	M	A	R	T
<p>Específico</p> <p><i>¿Qué quiero lograr?</i></p>	<p>Medible</p> <p><i>¿Indicadores para evaluar resultados?</i></p>	<p>Alcanzable</p> <p><i>¿Tenemos lo necesario para lograrlo? ¿Qué necesitamos?</i></p>	<p>Realista</p> <p><i>Respecto al tipo y extensión del contenido, factores externos...</i></p>	<p>A tiempo</p> <p><i>¿Plazo en el que se realizará?</i></p>
<p>1. Dar a conocer lo que es Universidad Inuyente a la comunidad del ITESO.</p>	<p>Juntas semanales o de cada 15 días para evaluar y corregir los entregables, tanto videos cómo infográficos con los encargados de Universidad Inuyente.</p>	<p>Se requiere una investigación y manejo de información de documentos que nos puedan proveer los de Universidad Inuyente para temas específicos de sus infográficos.</p>	<p>La falta de conocimiento y experiencia en manejo y publicación de publicidad, promoción, etc. de infográficos en Universidades.</p>	<p>Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo de acuerdo al calendario de entregas del PAP y de Universidad Inuyente.</p>
<p>2. Estructurar y buscar la manera de unir los temas a tratar de Universidad Inuyente con la promoción del lanzamiento de su App móvil.</p>	<p>Juntas semanales o de cada 15 días para evaluar y corregir los entregables, tanto videos cómo infográficos con los encargados de Universidad Inuyente.</p>	<p>Se requiere tener imágenes, videos o cualquier otro tipo de material visual de la App, para poder crear un infográfico o video que le corresponda.</p>	<p>El desconocimiento del desarrollo de una App al igual de que es lo que realmente hace la App.</p>	<p>Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo de acuerdo al calendario de entregas del PAP y de Universidad Inuyente.</p>



<p>3. Diseñar una serie de infográficos con las temáticas que se nos solicitan en Universidad Incluyente, con salida para mupis y la App.</p>	<p>Una serie de aproximadamente <b>7 infográficos</b>, que se trabajarán de la mano con Universidad Incluyente, bajo su guía y retroalimentación.</p> <p>Infográficos solicitados:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Qué es Universidad Incluyente</li> <li>2. Tipos de discapacidad</li> <li>3. Cómo interactuar con una persona con discapacidad</li> <li>4. Qué es y objetivos de los Talleres de sensibilización</li> <li>5. Objetivo del curso de LSM</li> <li>6. Herramientas tecnológicas de ITESO: SECUDIS y App</li> <li>7. Dar a conocer la página web</li> </ol>	<p>Se necesitará de una investigación previa, información que podremos obtener a través de charlas con los encargados del proyecto y al dar lectura a los documentos que nos proporcionen.</p>	<p>Contamos con un equipo de diseñadores con cierto grado de experiencia que pueden ejecutar dichas labores. Para que sea realizable, tendremos que tomar en consideración los tiempos de retroalimentación y cambios, dado que está programado un infográfico por semana, y esa misma semana deberán atenderse las modificaciones para que no haya atrasos y el trabajo no se acumule. Se necesita una buena delegación/repartición de tareas.</p>	<p>Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo de acuerdo al calendario de entregas del PAP y de Universidad Incluyente.</p>
<p>4. Diseñar contenido original para sus redes sociales.</p>	<p>Una estrategia para redes sociales, de la que resultarán productos comunicativos (posts e historias) de índole diversa.</p>	<p>Se necesitará de una investigación previa, información que podremos obtener a través de charlas con los</p>	<p>Dado que nos encargamos también de los infográficos y estos son prioridad, no se puede dedicar mucho tiempo a los posts de</p>	<p>Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo de acuerdo al calendario de entregas del</p>



### **Reporte de lo que se ha hecho**

Infográficos y mupis dentro del campus del ITESO informando de los conceptos básicos a tratar en Universidad Incluyente. También se encontraban enfocados en promover y cómo ponerse en contacto con ellos.

Propuestas para Primavera 2022

Aportar una estrategia de comunicación eficaz y atractiva, la prioridad este semestre es dar continuidad al diseño de infográficos que se comenzó el semestre anterior.

### **1.2.7 Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva**

#### **Descripción del funcionamiento y las áreas que lo conforman (Qué es)**

El Encuentro de Cultura Auditiva es un evento que se realiza cada año desde el 2018. Su propósito es informar y concientizar sobre temas que involucren la cultura, salud y discapacidad auditiva. Esto se realiza a través de distintas formas de presentación como conferencias, paneles, debates o talleres. Los dos años anteriores a estos se tuvo que pasar a manera virtual, esto por la situación de contingencia que se vivía por el COVID-19. Gracias a esto se dió la oportunidad de realizar el Tercer

Encuentro de manera internacional, abriendo las puertas a nuevos temas y contenidos. Este año buscaremos hacer una mezcla entre lo presencial y lo virtual si el contexto lo permite. Esto nos dará la oportunidad de seguir con la parte internacional.

Existen dos áreas que conforman este proyecto: la organización y la promoción. Este semestre nos enfocaremos principalmente en la organización. En este rubro lo que se hará será definir el tema o los temas que se abordarán para el Cuarto Encuentro de Cultura Auditiva. También se definirán qué ponentes queremos invitar y cuáles quieren participar. En la parte de promoción y creación de contenido lo que haremos será definir la nueva imagen y comenzar a hacer publicidad en las redes del PAP y dentro de iteso. Los miembros del equipo son los encargados de realizar todas las actividades del semestre, con asesoramiento de las maestras del PAP, Paola y Laura.

#### **El propósito y razón de ser (Por qué)**

El propósito principal del Cuarto Encuentro de Cultura Auditiva es informar a las personas sobre los diferentes temas. Buscamos realizar un



evento internacional que nos proporcione información verídica y que nos invite a realizar un cambio social.

Teniendo de referencia los tres eventos anteriores, tomaremos los aspectos positivos y aspectos a mejorar para traer un evento cada vez mejor. Además de que agregaremos nuevas herramientas, si se necesita, para cumplir con este propósito.

Este evento es muy importante, ya que es el canal para publicar todo lo que trabajamos día a día en el PAP Escucha México. Aquí es donde damos a conocer a las personas sobre las diferentes temáticas y problemáticas que se viven en la sociedad y se informan sobre las posibles soluciones para estas. Es un momento de interacción de expertos con personas dispuestas a escuchar. Estos expertos y profesionales comunican datos importantes, donde todos podemos aprender y concientizarnos sobre la situación actual de la cultura auditiva.

### **Las acciones que llevan a cabo (Cómo)**

Cada año, el Encuentro Internacional de Cultura Auditiva organiza una serie de actividades (conferencias, debates y paneles) enfocadas a informar y

concientizar sobre la cultura y salud auditiva y ruido excesivo en Guadalajara y el mundo. Dichas actividades se imparten a lo largo de los días en los que tiene lugar el evento. Las temáticas que se abordan en el Encuentro suelen ser variadas y cambian de edición a edición, pero siempre giran en torno a la cultura auditiva. Por cultura auditiva nos referimos a temas como salud auditiva, prevención, información sobre ruido excesivo en la ciudad y que hacer al respecto, paisaje sonoro y cualquier dato que tenga que ver con esto. El objetivo de las conferencias es atender la problemática de la desinformación y fomentar un espacio en donde todos estos temas tengan una oportunidad de ser hablados y discutidos.

Las primeras ediciones se llevaron a cabo de manera presencial dentro de las instalaciones del ITESO. Con la llegada de la pandemia, el evento se vio en la necesidad de migrar al ámbito virtual, pero justo esto abrió la posibilidad de recibir ponentes de otros países, ampliando el panorama y volviéndolo internacional. En 2022, el objetivo es abordar una modalidad mixta, es decir, llevar a cabo actividades tanto presenciales como virtuales.



Después del evento, el registro se conserva publicado en las redes sociales del PAP, disponible para futuras consultas.

El evento se trabaja a lo largo de tres periodos escolares: Primavera, Verano y Otoño. En el primer periodo se estructuran las bases de los dos siguientes, aborda más que nada la planificación, se estructura (idealmente) un calendario anual, en el que se describen todas las necesidades y actividades a realizar para poder hacer realidad el Encuentro. Una de las actividades principales es la definición de las temáticas del evento, así como de los ponentes que conformarán el programa. Los alumnos del periodo de Primavera se comunican con todos aquellos posibles candidatos, para extenderles una cordial invitación a formar parte de las conferencias desde su propio campo de conocimiento y expertise. También se aplica la estrategia de lanzar una convocatoria abierta en las redes sociales del PAP. Otra de las principales labores durante los primeros meses de la logística, es el rediseño de los materiales del Encuentro. Se plantea un nuevo color para distinguir a la nueva edición de las anteriores, y se renuevan todos aquellos mate-

riales y productos comunicativos con la nueva paleta. Asimismo, se trabaja en una campaña que anuncie que el siguiente Encuentro se está trabajando y que está próximo. De igual forma, se comienzan a forjar alianzas con posibles patrocinadores y/o colaboradores, y con el mismo ITESO para la gestión de los espacios físicos y equipo necesario, el cual debe solicitarse con tiempo de anticipación para ser asegurado.

Durante el periodo de Verano se da seguimiento a las respuestas de los posibles ponentes vía correo electrónico, se actualiza el directorio de contactos. Se sigue trabajando la imagen del Encuentro, el diseño de los materiales y se piensa en formas de comenzar a promocionar el evento. En el periodo de Otoño se afinan la logística del evento, se publica el programa oficial y definitivo, se acompaña a los ponentes, se diseñan y lanzan las últimas estrategias publicitarias y de promoción, para finalmente culminar en la realización del evento mismo, donde los estudiantes se encargan de que todo salga de acuerdo a lo planeado. Finalmente, una vez que ha terminado el evento, se reflexiona en torno a los aciertos



y áreas de oportunidad, para que el siguiente año sea posible implementar mejoras.

### **Las personas que participan y sus roles (Quiénes) - Mapeo de actores**

Los principales actores que se ven involucrados en el proyecto son los organizadores, los ponentes y los participantes. A lo largo del año, los organizadores del evento varían. Dado que el Encuentro se realiza dentro del marco del PAP Escucha México, se atiende durante tres periodos escolares. Cada periodo escolar, los alumnos en curso se hacen responsables del proyecto. Ellos son los encargados de la planificación, organización, gestión, logística, difusión y promoción del evento. Por otro lado, tenemos a los ponentes. Estos son personas con diferentes grados escolares, que tienen en común el interés por el tema de la Cultura Auditiva y todo lo relacionado, y que preparan conferencias, mesas, debates o actividades diversas para sensibilizar a las personas sobre estos temas. Su aportación es en cuestión de conocimiento. Y finalmente, una pieza muy importante, los participantes. Ellos acuden al evento con la intención de informarse, son clave

puesto que el Encuentro va dirigido a ellos y la intención es hacerles accesible la información. La mayor ganancia sucede cuando los participantes logran llevarse algún aprendizaje o reflexión valioso del evento, y cuando ellos mismos participan y aportan a la conversación.

### **Otros elementos que comuniquen lo que es la organización (Cómo)**

Para cumplir sus propósitos y los objetivos deseados en esta primera etapa de organización, el Encuentro Internacional de Cultura Auditiva utiliza diversas estrategias y herramientas. La planificación del evento es extensa, se debe pensar en todo lo esencial para el evento para luego afinar los detalles que surgen a lo largo del proceso.

El trabajo en esta primera etapa comienza realizando un calendario o agenda de todas las actividades necesarias. Una vez definidas las actividades, se les asigna una cierta cantidad de tiempo para trabajar y poder seguir desarrollando las demás actividades de acuerdo con el calendario.

Se inicia concretando la imagen y fechas del evento para sentar las bases necesarias del evento. Solo realizando



esto se puede seguir con las invitaciones directas a los posibles exponentes, el desarrollo de plantillas, invitaciones, diplomas y más.

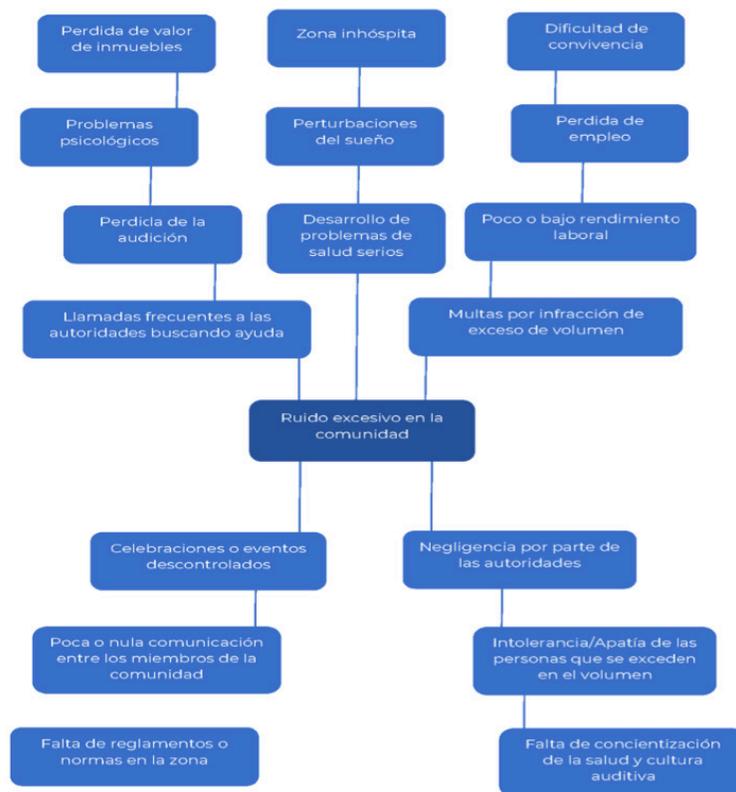
Diversos productos de comunicación son creados con el propósito de dar a conocer distintos temas relevantes a la salud y cultura auditiva, impulsando el desarrollo de una comunidad consciente, difundiendo el evento e invitándolos a acompañarnos durante las fechas del evento.

Por último durante esta etapa se debe crear un calendario adicional para que

el siguiente semestre el equipo de coordinadores puedan saber qué actividades deben seguir desarrollando durante el verano, además de dejarles nuestras recomendaciones para tener un evento exitoso.

### ***Cuál es la problemática general: Árbol de problema***

En el siguiente diagrama se puede observar la problemática principal que el evento quiere atender, las causas y las consecuencias de éste.



### Objetivos generales y específicos del proyecto: Árbol de objetivos

En la siguiente tabla describimos los objetivos que llevaremos a cabo durante este semestre. Para la redacción de dichos objetivos utilizamos la herramienta SMART (específicos, medibles, alcanzables, realista y a tiempo).

S	M	A	R	T
<b>Específico</b> <i>¿Qué quiero lograr?</i>	<b>Medible</b> <i>¿Indicadores para evaluar resultados?</i>	<b>Alcanzable</b> <i>¿Tenemos lo necesario para lograrlo? ¿Qué necesitamos?</i>	<b>Realista</b> <i>Respecto al tipo y extensión del contenido, factores externos...</i>	<b>A tiempo</b> <i>¿Plazo en el que se realizará?</i>

#### A. Organización y logística: Temas

<b>1.</b> Recolectar información acerca de las temáticas de interés y relevancia actual.	Una <b>propuesta</b> de posibles temas, <b>enlistados y con su elección justificada</b> en un documento escrito. Definir tentativamente <b>5-6 temas</b> (que encabezarán los bloques) y sus respectivos <b>subtemas</b> .	Para realizar la selección, se requiere una investigación previa respecto a qué temas son de interés y relevancia.	Tenemos la desventaja de ser inexpertas organizando eventos de esta índole, sin embargo aprendemos con facilidad, bastará asesorarnos.	Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo a más tardar mediados del mes de abril.
<b>2.</b> Estructurar el programa del 4to Encuentro Internacional	Diseñar un <b>programa</b> conformado por <b>5-6 bloques</b> , que	Se requiere el análisis previo de los programas de ediciones	Las mediciones son tentativas, dado que el número final de bloques e	Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca



de Cultura Auditiva.	sumen un total de <b>18-20 intervenciones</b> (conferencias, mesas redondas, eventos). Plasmarlo en un <b>documento escrito</b> .	anteriores, así como una pequeña investigación en torno al contexto actual que envuelve a las temáticas del Encuentro, es decir,	intervenciones dependerá de la respuesta y disposición de los y las posibles ponentes.	que quede listo a más tardar mediados del mes de abril.
----------------------	---	--	--	---

### A. Organización y logística: Ponentes

<b>3.</b> Buscar ponentes y contactarlos.	Una <b>base de datos</b> que recupere los nombres y contactos de los ponentes, donde se indique si ya han sido contactados o no. <b>La redacción y envío de los correos correspondientes, con copia para las profesoras del PAP.</b> Contar con la <b>confirmación</b> de por lo menos <b>5 ponentes</b> .	Dicha búsqueda requerirá consultar a otras personas, preguntar por nombres y contactos. También puede hacerse uso de internet para conseguir los nombres, teléfonos y correos electrónicos.	Es realista, dado que contamos personalmente con contactos que creemos que podrían ayudarnos y consideramos posible el entablar nuevas relaciones.	Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo a más tardar a principios del mes de mayo.
<b>4.</b> Dar seguimiento a los correos y generar una base de datos.	La <b>evidencia de la redacción de las respuestas</b> vía correo	Se requerirá establecer horarios dedicados para responder los	Es realizable porque contamos con las herramientas	Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca



<p>electrónico a los ponentes, puesto que quedarán guardadas en el historial de la plataforma. Una <b>base de datos en Excel</b>, la misma que se menciona en el objetivo anterior.</p>	<p>correos. Es indispensable estar muy atentos, para no demorar mucho en contestar y conservar el interés. Será necesario mantener un mismo estilo de comunicación (coherencia).</p>	<p>necesarias para hacerlo (internet, correo institucional), así como habilidades de redacción y relaciones públicas.</p>	<p>que quede listo a más tardar a principios del mes de mayo.</p>
---	--	---	---

#### A. Organización y logística: Vinculación con semana cultural de ITESO

<p>5. Gestionar la vinculación con la Semana Cultural de ITESO.</p>	<p>Un <b>documento en el que se autorice/apruebe</b> la vinculación del Encuentro dentro de la Semana Cultural de ITESO.</p>	<p>Se requerirá investigar dónde se puede gestionar esto, conseguir el contacto de la persona con quien podemos negociar esto y contactarla.</p>	<p>Que este objetivo se consiga o no, depende de una persona externa que autoriza. Lo que está bajo nuestro control es presentarnos lo más profesionales y tratar de ser lo más convincentes que podamos. Necesitamos poner en práctica habilidad de habla, discurso y persuasión.</p>	<p>Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo a más tardar a principios del mes de mayo.</p>
---	--	--	--	---



## B. Diseño: Identidad visual

<p>6. Diseñar identidad visual del Encuentro: logo y gráficos auxiliares. Actualizar el manual de identidad del Encuentro.</p>	<p>Un <b>documento PDF</b> en el que se plasmen todas las propuestas gráficas y visuales, información que se incorporará al ya existente manual del Encuentro.</p>	<p>El equipo cuenta con la participación de integrantes que saben de Diseño y cuentan con la preparación necesaria para realizar una propuesta de nivel profesional.</p>	<p>Es realista dado que ya contamos con una base: los Encuentros anteriores. Será necesario realizar un análisis respecto a las fortalezas y debilidades de diseños anteriores, pues sería valioso partir de ahí.</p>	<p>Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo a más tardar a principios del mes de mayo.</p>
--	--	--	---	---

## B. Diseño: Productos comunicativos

<p>7. Definir los productos gráficos de comunicación interna y externa que se necesitarán para el Encuentro, y realizar una primera propuesta de los mismos.</p>	<p><b>Una serie de archivos editables</b> (de vectores) que contengan las plantillas y diseños, en sus diferentes formatos.</p> <p>Se piensa en los siguientes formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Firma electrónica</li> <li>• Convocatoria para ponentes</li> <li>• Convocatoria para asistentes</li> <li>• Plantillas para redes: posts, historias</li> <li>• Programa de mano</li> <li>• Mupis</li> <li>• Reconocimientos</li> <li>• Semblanzas</li> </ul>	<p>Se requerirá una investigación y análisis previo de los diseños y productos anteriores, para identificar aciertos y áreas de oportunidad, y tomar dicha información como base para el trabajo de este semestre.</p>	<p>Es realista, puesto que el equipo cuenta con la participación de profesionistas con las habilidades para realizar un trabajo de esta índole. Es probable que no logren cubrirse todos los formatos/tipos de documentos necesarios para el Encuentro, eso necesitará seguirse trabajando en los semestres siguientes.</p>	<p>Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo a más tardar a principios del mes de mayo.</p>
--	---	--	---	---



### C. Promoción: Estrategias de difusión

8. Diseñar contenido original para redes sociales y calendarizar su publicación.

Calendarizar como **mínimo una publicación por semana**, para informar sobre el 4to Encuentro o Encuentros pasados.

Será necesario una reflexión acerca de lo que desea comunicarse vía redes sociales. El principal interés es posicionar el evento, que poco a poco vaya siendo conocido por las personas.

El Encuentro no cuenta con redes propias, por lo que las métricas de impacto deberán consultarse con los miembros de las redes del PAP.

Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Esta labor será semanal, y culminará a mediados de mayo.

### D. Evaluación

9. Proponer el diseño de un dispositivo que permita recolectar las impresiones de ponentes y asistentes.

Realizar la **propuesta por escrito de un formulario de Google**.

Considerar qué clase de preguntas son necesarias para conocer a detalle la experiencia y el nivel de satisfacción obtenido de los involucrados, así como sugerencias para mejorar dicha experiencia en próximos eventos.

Es realista una propuesta tentativa, abierta a modificaciones. Puede que este formulario no se pueda desarrollar a profundidad este semestre y necesite mucho trabajo posterior, por cuestión de tiempos, pero quedan las bases.

Se trabajará durante el periodo de Primavera 2022. Se busca que quede listo a más tardar a mediados del mes de mayo.



### Reporte de lo que se ha hecho

En el siguiente cuadro se enlistan las actividades que se realizaron en verano y otoño de 2021. Esto con el propósito de evaluar qué actividades podemos reproducir para el 4to Encuentro.

Verano 2021	Otoño 2021
<b>Actividades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar el programa: definir los bloques temáticos.</li> <li>• Estructuración del evento: orden, horarios y tiempos.</li> <li>• Buscar y contactar a los ponentes.</li> <li>• Difusión de una convocatoria en la red jesuita para la búsqueda de ponentes.</li> <li>• Mandar invitaciones a ponentes de otros países.</li> <li>• Dar seguimiento a los correos, registro de confirmaciones en una base de datos.</li> <li>• Trabajar la imagen del evento, desarrollando la identidad gráfica.</li> <li>• Conformación de un póster final con los bloques definidos y los ponentes confirmados.</li> <li>• Diseño de la estrategia de difusión: posts informativos, posts sobre los temas y ponentes, y videos promocionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación: trabajo con ponentes, medios de comunicación, actores importantes y creación de calendario para redes sociales.</li> <li>• Diseño: propuesta visual, elaboración de contenidos para redes sociales y otros productos gráficos para el Encuentro.</li> </ul>



## Productos

- Logo oficial.
- Firma electrónica.
- Identidad gráfica.
- Convocatoria para Red Jesuita.
- Invitaciones oficiales para ponentes.
- Base de datos con contactos de ponentes y confirmaciones.
- Imagen oficial del 3er Encuentro.
- 4 teasers promocionales.
- Datos curiosos, imágenes informativas, imágenes con información del evento.
- Banner de Agenda ITESO.
- Invitación al público.
- Programa del evento.
- Posts para redes sociales.
- Mupi.
- Reconocimientos de participación.
- Pantalla de fondo para Zoom.
- Semblanzas ponentes.
- Imágenes publicitarias para Facebook.
- Imágenes publicitarias para posts en Instagram.
- Imágenes publicitarias para historias en Instagram.
- Fotografías del Encuentro.
- Teaser 5.
- 3 cápsulas sobre experiencia PAP.
- Listado de medios de comunicación.
- Lista de actores importantes.
- Estrategia de redes sociales.
- Boletín de prensa.



### **Propuestas para Primavera 2022**

Primavera 2022 es el primer semestre en el que se comenzará a trabajar el 4to Encuentro. Por lo tanto, ciertas acciones son clave, las siguientes son a las que se les dará prioridad este semestre: definición del programa temático del evento, creación de una base de datos, realizar el primer contacto con los ponentes, renovar la imagen gráfica para la próxima edición, crear instrumentos de comunicación gráfica para invitar posibles ponentes, pero también para ir anunciando y presentando el evento a posibles asistentes.

Proponemos retomar del evento anterior la línea temática, puesto que nos parece relevante, además de que creemos que está muy bien estructurada. Lo que sí deseamos es contactar nuevos ponentes, que puedan conformar los mismos bloques temáticos, pero con subtemas diferentes a los que se han discutido anteriormente.

Otra de las propuestas, ésta para posicionar el evento, consiste en aprovechar el material de archivo que quedó registrado de las conferencias en línea del Encuentro anterior, recuperar los fragmentos más significativos de las

conferencias, con la intención de dar un recuento de lo más relevante del evento anterior, datos que pueden ser de interés y provecho para las personas, y aprovechar su atención para anunciar brevemente que se está trabajando en la próxima edición.

Y por último, otra de las acciones más relevantes, es renovar la identidad gráfica del evento. Como ha sucedido en ocasiones anteriores, se conservarán los mismos elementos gráficos, mismo logo, mismas tipografías, mismos gráficos auxiliares, y sólo se modificarán los colores y los diseños modulares para los productos editoriales.



# 1.3

## IDENTIFICACIÓN DE LA(S) PROBLEMÁTICA(S)

---



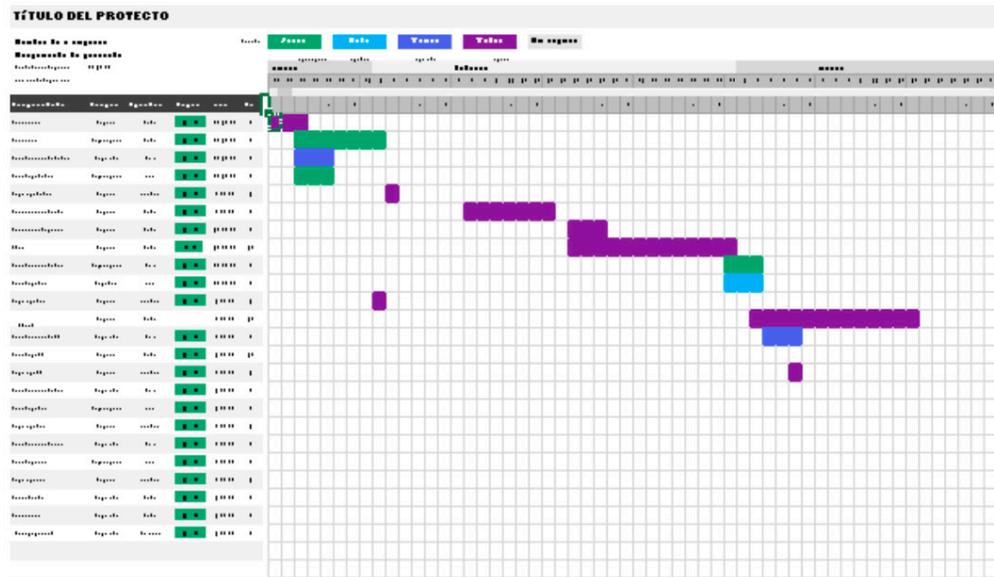
## 1.3 IDENTIFICACIÓN DE LA(S) PROBLEMÁTICA(S)

A continuación, se plantean las metodologías y planes de trabajo utilizadas por cada proyecto, detallando el paso a paso en la que se buscan llevar a cabo las estrategias. Iniciando con el Cronograma de Gantt señalando el responsable y la fecha compromiso de cada actividad planeada por el equipo para realizarse durante el semestre; así mismo se añade el análisis de redes sociales del semestre anterior -otoño 2021- del cual se generaron las estra-

tegias y áreas de oportunidad para implementar en el periodo actual, la cual queda clara en la calendarización de redes que contempla febrero, marzo, abril, mayo y junio de 2022, donde gráficamente se enlistan todos los productos que se suben a redes sociales y la finalidad de cada uno de ellos. Para finalizar la metodología se enlistan detalladamente las actividades esperadas a realizar durante el periodo de primavera 2022 en busca de completar los objetivos planteados por cada equipo.

### 1.3.1 Cruzada Contra el Ruido

Diagrama de Gantt cruzada



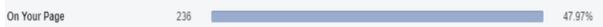
### **Análisis de redes sociales**

Es importante hacer un análisis de las redes sociales porque de esa forma nos damos cuenta por ejemplo de los seguidores por semestre, del alcance de cada red social, del engagement por semestre y también podemos ver cuáles fueron las publicaciones exitosas y cuáles no. Este análisis nos sirve para crear diferentes estrategias que nos sirvan a aumentar los seguidores y likes de cada red social.

#### **Facebook**

##### *Reporte de Contenido:*

- » El incremento de seguidores de la página de cruzada contra el ruido es de 240 por semestre.



El alcance de la página es de 1840 seguidores por semestre, su engagement es de 34.05% y sus interacciones son 15.89% likes por semestre.

Engagement 34.05% ↑ Seguidores 1840 ↑ Interacciones 15.89% ↑

Una de las publicaciones más exitosas fue del 10 de Septiembre del 2021 con un total de 215 interacciones, un alcance de 38,069 personas y un engagement de 2,803. Una de las publicaciones no exitosas fue del 27 de diciembre del 2021 con un total de 18 interacciones, un alcance de 2,325 y un engagement de 50. La publicación del 10 de septiembre del 2021 fue exitosa por el tipo de información que se publicó ya que es información que les ayuda a las personas a cómo reportar el ruido vecinal y considero que este tipo de información es interesante para las personas ya que es difícil encontrar este tipo de información. Pienso que la publicación del 27 de diciembre del 2021 no fue exitosa porque se hizo una publicación que no tiene nada que ver con la página de cruzada.



Publicación más exitosa	Publicación menos exitosa
 <p>Imágen obtenida de Facebook</p>	 <p>Imágen obtenida de Facebook</p>
<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacciones: 239</li> <li>• Comentarios: 47</li> <li>• Compartidos: 326</li> </ul> <p><b>Alcance:</b> 38,084  <b>Engagement:</b> 2,803  <b>¿Por qué?</b>                  La publicación fue exitosa debido a que fue una publicación informativa sobre cómo reportar el ruido vecinal. Muchas personas probablemente ni siquiera sabían que esto se podía hasta ver esta publicación.</p>	<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacciones: 18</li> <li>• Comentarios: 3</li> <li>• Compartidos: 0</li> </ul> <p><b>Alcance:</b> 2,344  <b>Engagement:</b> 50  <b>¿Por qué?</b>                  Esta publicación no fue exitosa probablemente debido al tipo de información que se compartió. Al parecer se compartió un link sobre la protección animal y esta publicación no tiene nada relacionado con la información que se comparte usualmente en la página de cruzada.</p>



*Objetivos y estrategias:*

- » Hacer publicaciones que tengan que ver directamente con la página de cada una de las redes sociales.
- » Hacer publicaciones que le parezcan atractivas a las personas que siguen cada red social.
- » Investigar los horarios en que las publicaciones tienen más interacciones.
- » Conseguir más likes y seguidores invitando a amigos o familiares a que compartan nuestras publicaciones.
- » Para Facebook se espera llegar a un alcance de mínimo 400 personas este semestre.

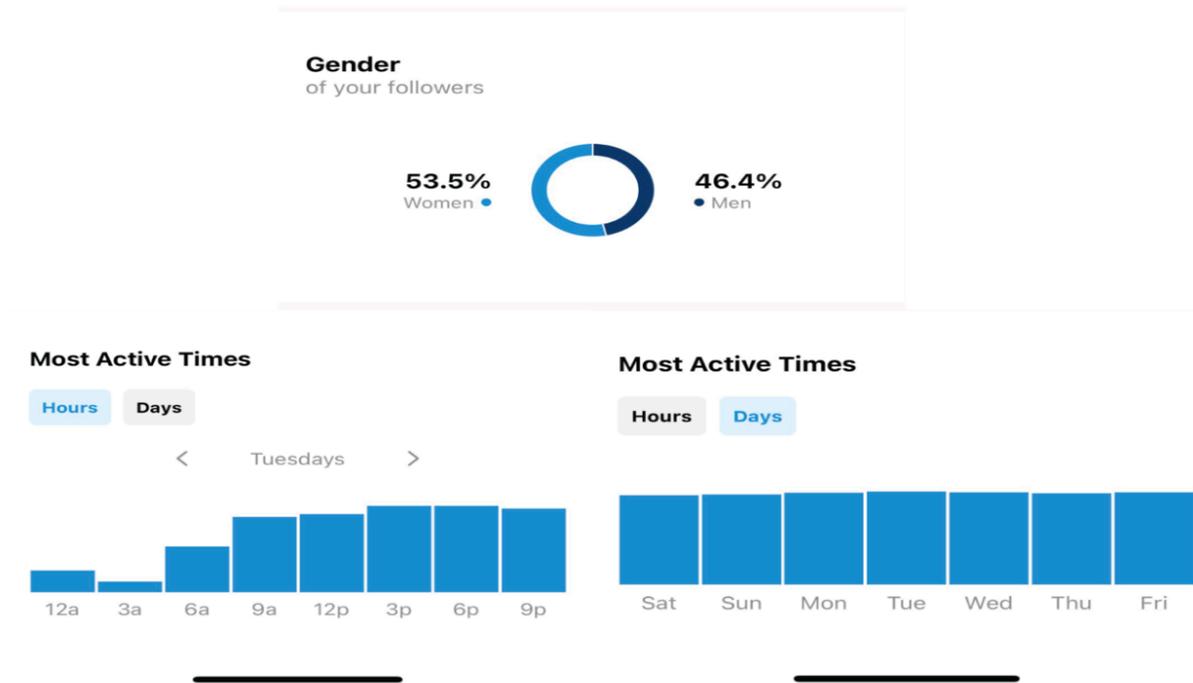
**Instagram***Reporte de Contenido:*

- » El incremento de seguidores por semestre es de 257 personas.
- » En interacción de instagram es de 164 personas, el alcance es de 254 personas y el engagement es del 63% por semestre.
- » Su publicación más exitosa es del 10 de Junio con 16 likes un alcance de 141 personas y una interacción de 21 personas; la publicación trata de un consejo sobre la ansiedad y de cómo está relacionada al

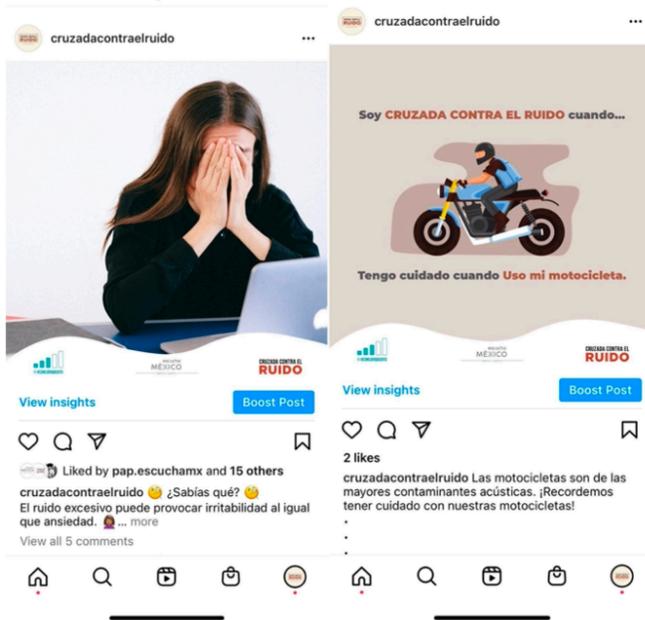
ruido. La razón por la que creo que tenga las mejores estadísticas es porque, posiblemente el tema de la ansiedad es relevante en la actualidad, al igual que se popularizó por la pandemia mucho más. La publicación con menores estadísticas, es de 2 likes, un alcance de 58 personas y una interacción de 7 personas. La razón que creo, es porque la elección de la imagen para la publicación no fue la más adecuada para lo que se quería transmitir.

- » No tienen un día con mayor interacción, ya que las estadísticas muestran todos los días por igual. Sin embargo el martes de 9 am a 9 pm fue el sobresaliente.





**Mayor Menor**



\*Imágenes y datos obtenidos de instagram.



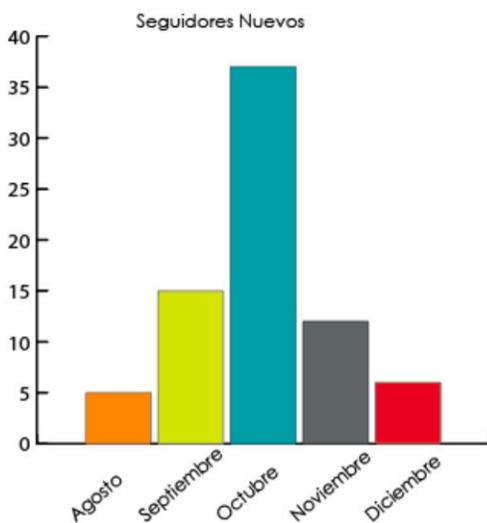
### Objetivos y estrategias:

- » Utilizar más videos y reels, ya que carece de publicaciones de ese tipo.
  - » Crecer en número de seguidores, por lo menos llegar a superar la cantidad actual.
  - » Crear temas o proponer temas que se puedan aplicar en formatos tanto de video como para un reel, al igual que para un post de imagen normal.
- » El alcance de la página es de 695 seguidores por semestre, su engagement es de 73.1% y sus interacciones son de 41.1% por semestre.

### Twitter

#### Reporte de Contenido:

- » El incremento de seguidores de la página de Cruzada contra el ruido fue de 75 seguidores el semestre pasado.



 **Página de inicio de la cuenta**  
**CruzadaContraElRuido** @CruzadaVsRuido

**Resumen de 28 días** mostrando cambios respecto al periodo anterior



Publicación más exitosa	Publicación menos exitosa
<p> <b>CruzadaContraElRuido</b> @CruzadaVsRuido · 25 nov. 2021</p> <p>¡Recuerda! hay un nivel de decibeles saludable y no saludable</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Residencial De 6:00 a 22:00 h: 55 dB De 22:00 a 6:00 h: 50 dB</li> <li>-Industriales y comerciales De 6:00 a 22:00 h: 68 dB De 22:00 a 6:00 h: 65 dB</li> <li>-Eventos de entretenimiento Durante 4 horas: 100 dB</li> </ul> <p>5 comentarios 6 retweets 6 likes</p>	<p> <b>CruzadaContraElRuido</b> @CruzadaVsRuido · 28 oct. 2021</p> <p>Nueva ruta aérea en CDMX causa más ruido, sobrepasando, por mucho, los 40 DB permitidos.</p> <p>#CruzadaVsRuido #PAPescuchamx #ITESO #SaludAuditiva #Salud #Ciudadanos #CulturaAuditiva</p>  <p>eluniversal.com.mx Nueva ruta aérea causa más ruido, dicen vecinos Habitantes del poniente indican que se alcanzan los 83 decibelios cuando la norma es de sólo 40</p> <p>0 comentarios 0 retweets 0 likes</p>
<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Me gusta: 6</li> <li>• Comentarios: 5</li> <li>• Retweets: 6</li> </ul> <p>Alcance: 378 Engagement: 8%</p> <p>¿Por qué?</p> <p>La publicación fue exitosa debido a que fue una publicación informativa sobre a qué</p>	<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Me gusta: 0</li> <li>• Comentarios: 0</li> <li>• Retweets: 0</li> </ul> <p>Alcance: 113 Engagement: 0%</p> <p>¿Por qué?</p> <p>Esta publicación no fue exitosa probablemente debido al tipo de</p>



decibeles es saludable y hasta cuáles no lo es.	información que se compartió. Al parecer compartir links relacionados con noticias, no fue interesante para las demás personas que siguen a la página de cruzada.
---	---

**Propuestas:**

- » Subir publicaciones con menos texto y que contengan siempre información relacionada con la página de cruzada.
- » Aumentar el número de seguidores y mejorar la interacción.
- » Retwittear Contenido relevante a la pagina de cruzada
- » Crearyanclaruntweetdepreguntas frecuentes
- » Crear contenido llamativo para las publicaciones con información relevante a
- » Cruzada contra el ruido.
- » Página web
- » Reporte de Contenido y Propuestas:
- » Faltaría crear una propuesta o ver qué dirección se toma para darle seguimiento a la página web, ya que no tiene un propósito actual y contenido actualizado.

**Conclusión:**

Con este análisis nos dimos cuenta de en qué estado está cada red social de cruzada contra el ruido. Con estos datos tan exactos, nos dimos cuenta de que estrategias debemos implementar en este semestre para poder aumentar los seguidores y me gusta de cada Facebook, Twitter e Instagram. Así como también, vimos qué tipo de publicaciones no debemos subir ya que hubo algunas que se subieron el semestre pasado y no tuvieron mucho éxito. También será mucho más sencillo mejorar el contenido de cada red social porque se tiene la información de semestres anteriores.

**Calendarización de redes**

Para la calendarización de redes de cruzada, nos dividimos las redes sociales. Javier se encargó de las publicaciones de Instagram, Tomás de las publicaciones de Twitter y Sofía de las



publicaciones de Facebook. Todas las publicaciones se subieron los días lunes, miércoles y viernes a las 12 del día.

### Calendarización de redes

#### Facebook (Sofía):

CRUZADA CONTRA EL RUIDO												Febrero			
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido (Texto, Imagen, Video)	Fotografía, video o liga a la publicación	URL	numero de publicaciones	LIKES	MENTAS	COMPARTIC	FAV
SEMANA 1	Lunes										0				
	Martes										0				
	Miércoles										0				
	Jueves										0				
	Viernes										0				
	Sábado										0				
	Domingo										0				
SEMANA 2	Lunes	12:00		Ley Antiruido	Informar	Esta publicación es sobre la Ley Antiruido	#CruzadaVVS #Ruido #PAPEscu #hMxico #LeyAntRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito			<a href="https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/">https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/</a>	0				
	Martes	12:00		Ley Antiruido	Informar	Esta publicación es sobre la Ley Antiruido	#CruzadaVVS #Ruido #PAPEscu #hMxico #LeyAntRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Salvacion			<a href="https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/">https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/</a>	0				
	Miércoles	12:00		Ley Antiruido	Informar	Esta publicación es sobre el artículo 176 de la Ley Antiruido	#CruzadaVVS #Ruido #PAPEscu #hMxico #LeyAntRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Salvacion			<a href="https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/">https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/</a>	0				
	Jueves										0				
	Viernes										0				
	Sábado										0				
	Domingo	12:00		Ley Antiruido	Informar	Esta publicación es sobre el artículo 176 de la Ley Antiruido	#CruzadaVVS			<a href="https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/">https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/</a>	0				
SEMANA 3	Lunes	12:00		Daños por el ruido	Dar a conocer	Esta publicación es sobre la contaminación acústica y sus repercusiones	#CruzadaVVS #Ruido #PAPEscu #hMxico #LeyAntRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Salvacion			<a href="https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/">https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/</a>	0				
	Martes										0				
	Miércoles	12:00		Términos relacionados al sonido	Informar	Esta publicación es sobre qué es el paisaje sonoro	#CruzadaVVS #Ruido #PAPEscu #hMxico #LeyAntRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Salvacion			<a href="https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/">https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/</a>	0				
	Jueves										0				
	Viernes										0				
	Sábado										0				
	Domingo	12:00		Términos	Informar	Esta publicación es sobre a qué nivel	#CruzadaVVS			<a href="https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/">https://www.facebook.com/CruzadaContraElRuido/</a>	0				



SEMANA 4		Día	Fecha	Horario	Responsable	Tema	Objetivo	Contenido	Tipos de contenido	Especificaciones	Fotografía, video o link a la publicación	Numero de publicación	LIKES	MENTA	COMPARTIR	FAV
Lunes			12:00			Noticia	Informar	Esta publicación es sobre un artículo de internet sobre habitantes de Guadalupe Hidalgo a través por el escape de ruido	#CruzadaYS Puido #PAPEscuo haMéxico #LeyAntiRuid o #SaludAudit va #Salud #EstMejorGu edio #LeyJalisco			0				
Martes												0				
Miércoles			12:00			Tips del sonido	consejos	Esta publicación es sobre como combatir los efectos de la contaminación sonora	#CruzadaYS Puido #PAPEscuo haMéxico #LeyAntiRuid o #SaludAudit va #Salud #EstMejorGu edio #LeyJalisco			0				
Jueves												0				
Viernes												0				
Sábado												0				
Domingo						Noticias sobre ruido						0				

SEMANA 1		Día	Fecha	Horario	Responsable	Tema	Objetivo	Contenido	Tipos de contenido	Especificaciones	Fotografía, video o link a la publicación	Numero de publicación	LIKES	MENTA	COMPARTIR	FAV
Lunes			12:00			Tips para combatir	relacionados al ruido	Tip para combatir la contaminación sonora	#CruzadaYS Puido #PAPEscuo haMéxico #LeyAntiRuid o #SaludAudit va #Salud #EstMejorGu edio #LeyJalisco			0				
Martes												0				
Miércoles			12:00			Efectos que causan los niveles altos de ruido			#CruzadaYS Puido #PAPEscuo haMéxico #LeyAntiRuid o #SaludAudit va #Salud #EstMejorGu edio #LeyJalisco			0				
Jueves												0				
Viernes												0				
Sábado												0				
Domingo			12:00			Noticias de ruido			#CruzadaYS Puido #PAPEscuo haMéxico #LeyAntiRuid o #SaludAudit va #Salud #EstMejorGu edio #LeyJalisco			0				
Domingo			12:00			Ejemplos de ruidos (video)			#CruzadaYS Puido #PAPEscuo haMéxico #LeyAntiRuid o #SaludAudit va #Salud #EstMejorGu edio #LeyJalisco			0				
Lunes			12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYS Puido #PAPEscuo haMéxico #LeyAntiRuid o #SaludAudit va #Salud #EstMejorGu edio #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio			0				
Martes												0				
Miércoles			12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYS Puido #PAPEscuo haMéxico #LeyAntiRuid o #SaludAudit va #Salud #EstMejorGu edio #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio			0				
Jueves												0				
Viernes												0				
Sábado												0				
Domingo			12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYS Puido #PAPEscuo haMéxico #LeyAntiRuid o #SaludAudit va #Salud #EstMejorGu edio #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio			0				



SEMANA 4		Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copa (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas	Tipo contenido	Especificación	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones	LIKES	MENTARION	COMPARTIR	FAV
Lunes	12:00					Cualidades del sonido	Informar	¡Es importante que conozcamos las cualidades del sonido!	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco	Imagen			0				
Martes													0				
Miércoles	12:00					Cualidades del sonido	Informar	La segunda publicación habla sobre las cualidades de la intensidad del sonido	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco	Imagen			0				
Jueves													0				
Viernes													0				
Sábado													0				
Domingo	12:00					Cualidades del sonido	Informar	La tercer publicación habla sobre las intrínsecas cualidades que tiene el sonido	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco	Imagen			0				

CRUZADA CONTRA EL RUIDO ABRIL																	
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copa (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas	Tipo contenido	Especificación	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones	LIKES	MENTARION	COMPARTIR	FAV		
SEMANA 1		Lunes	12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco	Imagen			0						
Martes											0						
Miércoles	12:00					Información para reportes	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco	Imagen			0						
Domingo	12:00					Tapas de contaminación acústica	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco #ITESO	Imagen			0						
SEMANA 3		Lunes	12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco #ITESO #Silencio	Imagen			0						
Martes											0						
Miércoles	12:00					Consejos para reducir el exceso de ruido	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco #ITESO #Puerto #Silencio	Imagen			0						
Jueves											0						
Viernes											0						
Sábado											0						
Domingo	12:00					Noticias de ruido	#CruzadaYS	Imagen			0						
SEMANA 4		Lunes	12:00			¿Y tú a dónde vas para escaparte del ruido?	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco #ITESO #Puerto #Silencio	Imagen			0						
Martes											0						
Miércoles	12:00					¿Qué es lo que más te molesta del ruido?	#CruzadaYS #Puerto #PAPEscou #haMexico #LegAntiPuerto #SaludAuditi va #Salud #EstrMejorQu edico #LegJalisco #ITESO #Puerto #Silencio	Imagen			0						
Jueves											0						
Viernes											0						
Sábado											0						
Domingo	12:00					Tips para	#CruzadaYS	Imagen			0						



MAYO																
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Enlace Texto	Tipo contenido (Imagen, Video)	Especificación Video nes contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones en...	LIKES	MENTAR	MPARTIC	FAV
SEMANA 1	Lunes	12:00		Día internacional contra el ruido		¡Celebremos este día!	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Noticia		Noticias de ruido	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Jueves											0				
	Viernes											0				
	Sábado											0				

SEMANA 2	Domingo	12:00		Noticia		Noticias de ruido	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Lunes	12:00		Soy cruzada contra el ruido cuando		Evítalas!	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Martes											0				

SEMANA 3	Miércoles	12:00		Tips		Aquí te dejamos algunos tips	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Domingo	12:00		Noticia		Noticias de ruido	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Lunes	12:00		Soy cruzada contra el ruido cuando		Evítalas!	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				

SEMANA 4	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Soy cruzada contra ruido		¡Utilízalo moderadamente!	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Domingo	12:00		Noticia		Noticias de ruido	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Lunes	12:00		Tips		Aquí te dejamos algunos tips	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Martes											0				

JUNIO																
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Enlace Texto	Tipo contenido (Imagen, Video)	Especificación Video nes contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones en...	LIKES	MENTAR	MPARTIC	FAV
SEMANA 1	Lunes	12:00		Informar		Sabías que...	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Informar		Sabías que...	#CruzadaVSRuido #PAPEcouchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud		Imagen			0				
	Jueves											0				
	Viernes											0				
	Sábado											0				



	Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido (Foto, video o imagen)	Fotografía, video o liga a la publicación	URL	numero de publicación en...	LIKES	MENTA	COMPARTIR	FAV
SEMANA 2	Domingo		12:00				Sabías que...	#CruzadaVS Ruido #PAPEscue haMentec #LeyAntRuid				0				
	Lunes		12:00				Soy onzada conra a ruido	#Utilizai				0				
	Martes											0				
	Miércoles		12:00				Soy onzada conra a ruido	Emojis				0				
	Jueves											0				
	Viernes											0				
	Sábado											0				
Domingo		12:00				Soy onzada conra a ruido	Emojis				0					

Instagram (Javier):

Febrero													Instagram			
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido (Foto, video o imagen)	Fotografía, video o liga a la publicación	URL	numero de publicación en...	LIKES	MENTA	COMPARTIR	FAV	
SEMANA 1	Lunes										0					
	Martes										0					
	Miércoles										0					
	Jueves										0					
	Viernes										0					
	Sábado										0					
	Domingo										0					
SEMANA 2	Lunes		12:00			Esta publicación es sobre la Ley Antiruido	#CruzadaVS Ruido #PAPEscue haMentec #LeyAntRuid #SaludAudi va #Salud #EstMejorGu edio #LeyAntRuido #ITESO #Ruido #Salud			<a href="https://ib.watich.co/516u6r">https://ib.watich.co/516u6r</a>	0					
	Martes										0					
	Miércoles		12:00			Esta publicación es sobre el artículo 176 de la Ley Antiruido	#CruzadaVS Ruido #PAPEscue haMentec #LeyAntRuid #SaludAudi va #Salud #EstMejorGu edio #LeyAntRuido #ITESO #Ruido #Salud			<a href="https://ib.watich.co/1T4K5I">https://ib.watich.co/1T4K5I</a>	0					
	Jueves										0					
	Viernes										0					
	Sábado										0					
	Domingo		12:00			Esta publicación es sobre el artículo 176 de la Ley Antiruido	#CruzadaVS Ruido #PAPEscue haMentec #LeyAntRuid #SaludAudi va #Salud #EstMejorGu edio #LeyAntRuido #ITESO #Ruido #Salud			<a href="https://ib.watich.co/1T4K5I">https://ib.watich.co/1T4K5I</a>	0					
SEMANA 3	Lunes		12:00			Esta publicación es sobre la contaminación acústica y sus repercusiones	#CruzadaVS Ruido #PAPEscue haMentec #LeyAntRuid #SaludAudi va #Salud #EstMejorGu edio #LeyAntRuido #ITESO #Ruido #Salud			<a href="https://ib.watich.co/4nck5d">https://ib.watich.co/4nck5d</a>	0					
	Martes										0					
	Miércoles		12:00			Esta publicación es sobre qué es el paisaje sonoro	#CruzadaVS Ruido #PAPEscue haMentec #LeyAntRuid #SaludAudi va #Salud #EstMejorGu edio #LeyAntRuido #ITESO #Ruido #Salud			<a href="https://www.facebook.com/CruzadaCopaRuidoBotocoua/?fref=ts&amp;id=25042313436">https://www.facebook.com/CruzadaCopaRuidoBotocoua/?fref=ts&amp;id=25042313436</a>	0					
	Jueves										0					
	Viernes										0					
	Sábado										0					
	Domingo		12:00			Esta publicación es sobre a que nivel	#CruzadaVS Ruido #PAPEscue haMentec #LeyAntRuid #SaludAudi va #Salud #EstMejorGu edio #LeyAntRuido #ITESO #Ruido #Salud			<a href="https://ib.watich.co/1T4K5I">https://ib.watich.co/1T4K5I</a>	0					



SEMANA 4		Día	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtag	Tipo contenido	Especificaciones	Fotografía, video o link a la publicación	numero de publicaciones	LIKES	MENTARION	MPARTIR	FAV	
Lunes	12:00	Noticia	Informar	Esta publicación es sobre un artículo de internet sobre habitantes de Guadalajara han ido a terapia por el exceso de ruido	#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco						0						
Martes												0					
Miércoles	12:00	Tips del sonido	consejos	Esta publicación es sobre como combatir los efectos de la contaminación sonora	#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco						0						
Jueves												0					
Viernes												0					
Sábado												0					
Domingo		Noticias sobre ruido										0					

SEMANA 1		Día	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtag	Tipo contenido	Especificaciones	Fotografía, video o link a la publicación	numero de publicaciones	LIKES	MENTARION	MPARTIR	FAV	
Lunes	12:00				Tips para combatir relacionados al ruido	Tip para combatir la contaminación sonora		#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco				0					
Martes												0					
Miércoles	12:00				Efectos que causan los niveles altos de ruido			#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco				0					
Jueves												0					
Domingo	12:00				Ejemplos de ruidos (video)			#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco				0					
Lunes	12:00				Noticias de ruido			#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco				0					
Martes												0					
Miércoles	12:00				Dafios que causa el ruido excesivo (segundo video)			#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco				0					
Jueves												0					
Viernes												0					
Sábado												0					
Domingo	12:00				Noticias de ruido			#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco				0					
Lunes	12:00				Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco				0					
Martes												0					
Miércoles	12:00				Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco				0					
Jueves												0					
Viernes												0					
Sábado												0					
Domingo	12:00				Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYS #PapeEscu #hAmexico #LegAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #ESMejorQu edito #LesJalisco				0					



SEMANA 4															
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy Hashtags (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido	Especificaciones	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones	LIKES	MENTARION	COMPARTIR	FAV
Lunes	12:00			Cualidades del sonido	Informar	¡Es importante que conozcamos las cualidades del sonido!	#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				
Martes											0				
Miércoles	12:00			Cualidades del sonido	Informar	La segunda publicación habla sobre las cualidades de la intensidad del sonido	#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				
Jueves											0				
Viernes											0				
Sábado											0				
Domingo	12:00			Cualidades del sonido	Informar	La tercer publicación habla sobre las intrínsecas cualidades que tiene el sonido	#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				

SEMANA 1															
Cruzada contra el RUIDO															
ABRIL															
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy Hashtags (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido	Especificaciones	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones	LIKES	MENTARION	COMPARTIR	FAV
Lunes	12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				
Martes											0				
Miércoles	12:00			Información para reportes			#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				
Jueves											0				
Viernes											0				
Sábado											0				
Domingo	12:00			Tipos de contaminación acústica			#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				

SEMANA 3															
Lunes	12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				
Martes											0				
Miércoles	12:00			Consejos para reducir el exceso de ruido			#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				
Jueves											0				
Viernes											0				
Sábado											0				
Domingo	12:00			Noticias de ruido			#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				

SEMANA 4															
Lunes	12:00			"¿Y tu a dónde te vas para escapar del ruido?"			#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				
Martes											0				
Miércoles	12:00			¿Qué es lo que más te molesta del ruido?			#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				
Jueves											0				
Viernes											0				
Sábado											0				
Domingo	12:00			Tipos para			#CruzadaYS #Ruido #PAPEEscu #haMexico #LegAntRuid o #SaludAudi va #Salud #EsMejorQu edro #LegJalisco	Imagen			0				



MÉXICO											MAYO						
CRUZADA CONTRA EL RUIDO																	
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Cops (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Enlace Texto	Tipo contenido Imagen	Video nes contenido	Especificacio	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones en...	LIKES	MENTAS	MPARTIC	FAV
SEMANA 1	Lunes	12:00		Día Internacional contra el ruido	¡Celebremos este día!		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
	Martes												0				
	Miércoles	12:00		Noticia	Noticias de ruido		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
SEMANA 2	Domingo	12:00		Noticia	Noticias de ruido		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
	Lunes	12:00		Soy cruzada contra el ruido cuando	Evítalas!		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
	Martes												0				
Miércoles	12:00		Tips	Aquí te dejamos algunos tips		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0					
SEMANA 3	Domingo	12:00		Noticia	Noticias de ruido		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
	Lunes	12:00		Soy cruzada contra el ruido cuando	Emojis		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
	Martes												0				
Miércoles	12:00		Soy cruzada contra ruido	¡Utilízalo moderadamente!		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0					
SEMANA 4	Domingo	12:00		Noticia	Noticias de ruido		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
	Lunes	12:00		Tips	Aquí te dejamos algunos tips		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
	Martes												0				
	Miércoles	12:00		Soy cruzada contra ruido	Modera el volumen		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
	Jueves												0				
	Viernes												0				
Sábado												0					
Domingo	12:00		Informar	¡Cuida tus oídos!		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0					

MÉXICO											JUNIO						
CRUZADA CONTRA EL RUIDO																	
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Cops (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Enlace Texto	Tipo contenido Imagen	Video nes contenido	Especificacio	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones en...	LIKES	MENTAS	MPARTIC	FAV
SEMANA 1	Lunes	12:00		Informar	Sabías que...		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				
	Martes												0				
	Miércoles	12:00		Informar	Sabías que...		#CruzadaVSRuido #PAPEscouchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud						0				



	Domingo	12:00		Informar		Sabías que...	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid				0			
SEMANA 2	Lunes	12:00		Soy cruzada contra ruido		¡hícala!	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid o #SaludAudi va #Salud				0			
	Martes										0			
	Miércoles	12:00		Soy cruzada contra ruido		Emojis	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid o #SaludAudi va #Salud				0			
	Jueves										0			
	Viernes										0			
	Sábado										0			
	Domingo	12:00		Soy cruzada contra ruido		Emojis	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid				0			

Twitter (Tomás):

CRUZADA CONTRA EL RUIDO												Febrero				
	Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido (Texto, Imagen, Video)	Fotografía, video o link a la publicación	URL	numero de publicaciones	LIKES	MENTA	REPARTIC	FAV
SEMANA 1	Lunes											0				
	Martes											0				
	Jueves											0				
	Viernes											0				
	Domingo											0				
SEMANA 2	Lunes	12:00		Ley Anti ruido	Informar	Esta publicación es sobre la Ley Antruido	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #EstrMejorGu edio #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio			<a href="https://www.youtube.com/watch?v=5E6E7">https://www.youtube.com/watch?v=5E6E7</a>	0					
	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Ley Anti ruido	Informar	Esta publicación es sobre el artículo 176 de la Ley Antruido	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #EstrMejorGu edio #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio			<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1f1AJ3">https://www.youtube.com/watch?v=1f1AJ3</a>	0					
	Jueves											0				
	Domingo	12:00		Ley Antruido	Informar	Esta publicación es sobre el artículo 176 de la Ley Antruido	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #EstrMejorGu edio #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio			<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1f1AJ3">https://www.youtube.com/watch?v=1f1AJ3</a>	0					
SEMANA 3	Lunes	12:00		Daños por el ruido	Dar a conocer	Esta publicación es sobre la contaminación acústica y sus repercusiones	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #EstrMejorGu edio #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio			<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3ncvmd">https://www.youtube.com/watch?v=3ncvmd</a>	0					
	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Términos relacionados al ruido	Informar	Esta publicación es sobre qué es el paisaje sonoro	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #EstrMejorGu edio #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio			<a href="https://www.facebook.com/CruzadaContraRuidoChorrola182224400075322504231456/">https://www.facebook.com/CruzadaContraRuidoChorrola182224400075322504231456/</a>	0					
	Jueves											0				
	Domingo	12:00		Términos	Informar	Esta publicación es sobre a que nivel	#CruzadaVS Ruido #PAPEscu haMexico #LeyAntiRuid o #SaludAudi va #Salud #EstrMejorGu edio #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio			<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1f1AJ3">https://www.youtube.com/watch?v=1f1AJ3</a>	0					



SEMANA 4		Día	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas	Tipos de contenido	Imagen	Video	Resumen de publicación	LIKES	MENTARI	MPARTIR	FAV
Lunes		12:00			Noticia	Informar	Esta publicación es sobre un artículo de internet sobre habitantes de Guadalajara han ido a terapia por el exceso de ruido	#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				
Martes												0				
Miércoles		12:00			Tips del sonido	consejos	Esta publicación es sobre como combatir los efectos de la contaminación sonora	#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				
Jueves												0				
Viernes												0				
Sábado												0				
Domingo					Noticias sobre ruido							0				

SEMANA 1		Día	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas	Tipos de contenido	Imagen	Video	Resumen de publicación	LIKES	MENTARI	MPARTIR	FAV
Lunes		12:00			Tips para combatir la contaminación del ruido			#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				
Martes												0				
Miércoles		12:00			Efectos que causan los niveles altos de ruido			#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				
Jueves												0				
Viernes												0				
Sábado												0				
Domingo		12:00			Ejemplos de ruido (vídeo)			#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				

SEMANA 2		Día	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas	Tipos de contenido	Imagen	Video	Resumen de publicación	LIKES	MENTARI	MPARTIR	FAV
Lunes		12:00			Noticias de ruido			#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				
Martes												0				
Miércoles		12:00			Daños que causa el ruido excesivo (segundo video)			#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				
Jueves												0				
Viernes												0				
Sábado												0				
Domingo		12:00			Noticias de ruido			#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				

SEMANA 3		Día	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas	Tipos de contenido	Imagen	Video	Resumen de publicación	LIKES	MENTARI	MPARTIR	FAV
Lunes		12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				
Martes												0				
Miércoles		12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				
Jueves												0				
Viernes												0				
Sábado												0				
Domingo		12:00			Soy cruzada contra el ruido cuando			#CruzadaYSR #PapeEscu #Améxico #LeyAntRuid #SaludAudi #Salud #EstrésMecorGu #edio #LeyAntRuid				0				



SEMANA 4		Día	Hora	Temática	Objetivo	Contenido	Hashtags	Imagen	México de publicación
SEMANA 4	Lunes	12:00	Cualidades del sonido	Informar	¡Es importante que conozcamos las cualidades del sonido!	#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco	<a href="#">https://www.instagram.com/p/Bv.../</a>	0	
	Martes								0
	Miércoles	12:00	Cualidades del sonido	Informar	La segunda publicación habla sobre las cualidades de la intensidad del sonido	#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco	<a href="#">https://www.instagram.com/p/Bv.../</a>	0	
	Jueves								0
	Viernes								0
	Sábado								0
	Domingo	12:00	Cualidades del sonido	Informar	La tercer publicación habla sobre las intrínsecas cualidades que tiene el sonido	#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco	<a href="#">https://www.instagram.com/p/Bv.../</a>	0	

CIUDADA CONTRA EL RUIDO											ABRIL				
Día	Hora	Temática	Responsable	Temas	Objetivo	Contenido	Hashtags	Tipo de publicación	Enlaces	Imagen	México de publicación	LIKES	RETWITS	RESPUESTA	F&V
SEMANA 1	Lunes	12:00		Seguridad vial			#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco				1				
	Martes										1				
	Miércoles	12:00		Información para reportar			#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco				1				
	Jueves										1				
	Viernes										1				
SEMANA 3	Lunes	12:00		Soy ciudadana contra el ruido cuando			#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco				0				
	Martes										0				
	Miércoles	12:00		Consejos para reducir el exceso de ruido			#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco				0				
	Jueves										0				
	Sábado										0				
SEMANA 4	Lunes	12:00		¿Y tú a dónde te vas para escapar del ruido?			#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco				0				
	Martes										0				
	Miércoles	12:00		¿Qué es lo que más te molesta del ruido?			#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco				0				
	Jueves										0				
	Domingo	12:00		tips para			#CiudadYS #Fluido #PAPEscou #haMexico #LegAntRuid o #SaludAuditi va #Salud #EstMojorQu edro #LeJalisco				0				



MEXICO		CRUZADA CONTRA EL RUIDO										MAYO				TWITTER
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Enlace	Tipo contenido (por el/la)	Especificación Video nes contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones	LIKES	MENTIONS	REPARTIR	FAV
SEMANA 1	Lunes	12:00		Día internacional contra el ruido		¡Celebremos este día!	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Noticia		Noticias de ruido	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
SEMANA 2	Domingo	12:00		Noticia		Noticias de ruido	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
	Lunes	12:00		Soy cruzada contra el ruido cuando		¡Evítalas!	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Tips		Aquí te dejamos algunos tips	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
SEMANA 3	Domingo	12:00		Noticia		Noticias de ruido	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
	Lunes	12:00		Soy cruzada contra el ruido cuando		Enejes	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Soy cruzada contra ruido		¡Utilízalo moderadamente!	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
SEMANA 4	Domingo	12:00		Noticia		Noticias de ruido	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
	Lunes	12:00		Tips		Aquí te dejamos algunos tips	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Soy cruzada contra ruido		Modera el volumen	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido		Imagen			0				
	Jueves											0				
	Viernes											0				
	Sábado											0				
Domingo	12:00		Informar		¡Cuida tus oídos!	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido		Imagen			0					

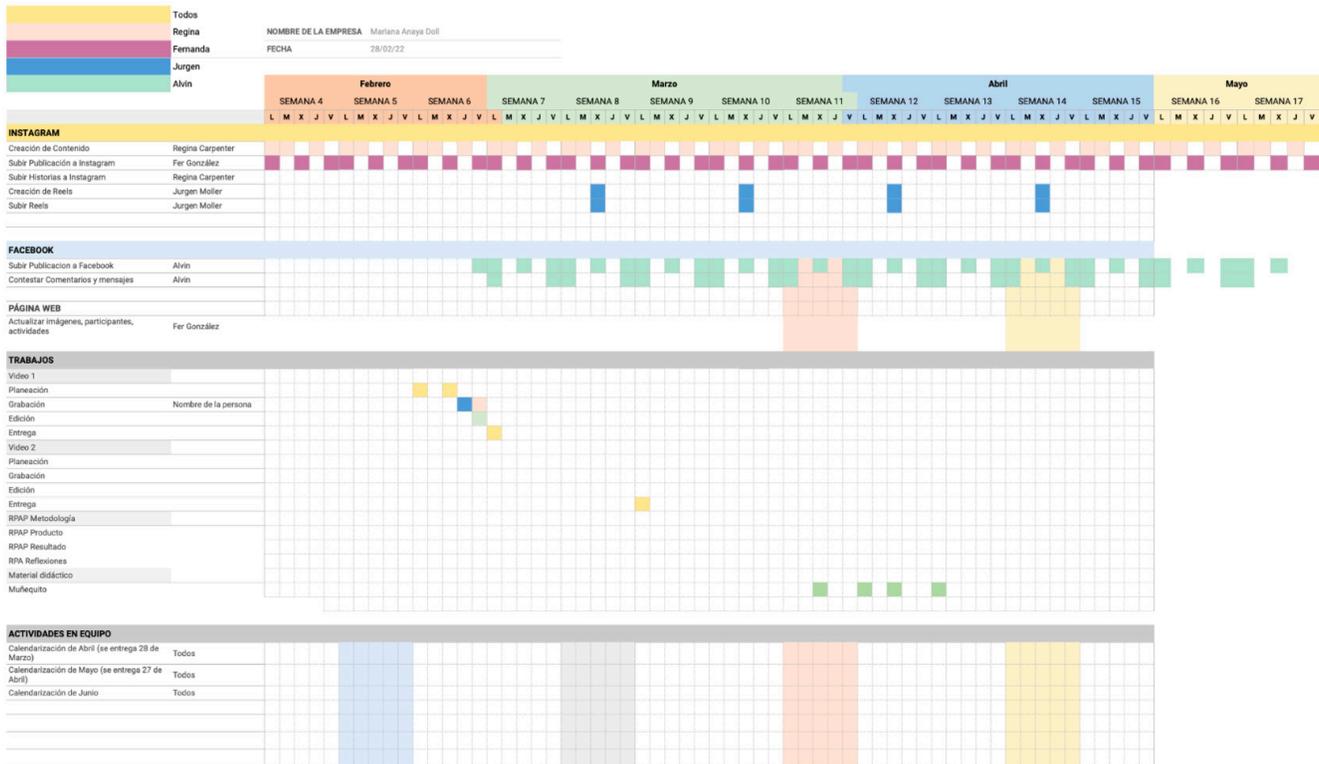
MEXICO		CRUZADA CONTRA EL RUIDO										JUNIO				TWITTER
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Enlace	Tipo contenido (por el/la)	Especificación Video nes contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	numero de publicaciones	LIKES	MENTIONS	REPARTIR	FAV
SEMANA 1	Lunes	12:00		Informar		Sabías que..	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				
	Martes											0				
	Miércoles	12:00		Informar		Sabías que..	#CruzadaVsRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva		Imagen			0				



	Domingo	12.00		Informar		Sabías que...	#CruzadaVS Fluido #PAPSEcuc haMecico #LegAnteFluid				0			
SEMANA 2	Lunes	12.00		Soy onzada contra ruido		JJilizalal	#CruzadaVS Fluido #PAPSEcuc haMecico #LegAnteFluid o #SaludAudi va#Salud				0			
	Martes										0			
	Miércoles	12.00		Soy onzada contra ruido		Emojis	#CruzadaVS Fluido #PAPSEcuc haMecico #LegAnteFluid o #SaludAudi va#Salud				0			
	Jueves										0			
	Viernes										0			
	Sábado										0			
	Domingo	12.00		Soy onzada contra ruido		Emojis	#CruzadaVS Fluido #PAPSEcuc haMecico #LegAnteFluid				0			

### 1.3.2 Mariana Anaya Doll

#### Diagrama de Gantt



<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1u5vt1yUQ34UAue4TKeutVkcvc1MPYye-6RRA5saK4b5M/edit?usp=sharing>



### **Análisis de redes sociales de otoño 2021**

Mariana Anaya utiliza 3 plataformas de redes sociales, Facebook, Instagram y su propia página web. El análisis de redes se hace para poder tener en cuenta cuánto alcance y qué tanto van teniendo éxito las páginas o no, y es una manera de tener presente números importantes que al final del semestre podremos valorar y comparar para concluir cómo finalizaron tales números. El alcance de redes, engagement, observar qué tipo de publicaciones tienen más éxito y cuáles no tanto y por qué, así como obtener estrategias para llegar a más audiencia.

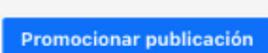
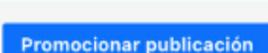
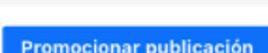
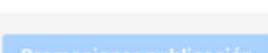
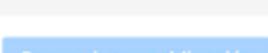
	<b>Instagram</b>	<b>Facebook</b>	<b>Página Web</b>
Número de Followers	127	222	
Interacción	158 mensual	9	
Alcance	1054 mensual	118	
Likes aprox por contenido	8	3	
Estatus actual	No tiene un diseño llamativo, poca información atractiva para los padres y poca interacción		Tiene algunos errores que se deben corregir, la página se ve vacía y no tiene mucho flujo de visitas a la página web.

En otoño finalizaron con 125 seguidores en Instagram, lo cual es bastante bueno, tomando en cuenta que es una página de una clínica, y es bueno porque realmente lo importante es que la audiencia sean padres de familia sobre todo para que estos puedan estar informados y así lograr que más niños que necesiten este tipo de terapia puedan acudir. Ciertamente sí, las publicaciones anteriores son informativas, frases, fotos de lo que sucede en la clínica, días importantes o festivos, información sobre integrantes de la clínica, etc. Sin embargo, creemos conveniente informar todavía más, aunque muchas personas no entiendan tanto sobre todo lo relacionado a la discapacidad auditiva, así es una forma de que la sociedad sea más consciente del tema.



En general, las publicaciones pasadas estuvieron entre los 6 y 12 likes, y actualmente con las publicaciones que hemos hecho, hemos llegado hasta 22 likes. Y es que publicaciones como las frases, si inspiran y si hemos observado que son más atractivas.

Resultados de alcance en facebook en otoño:

24/11/2021 21:20	 ¿Sabías que? #Discapacidad			119		2 5		 Promocionar publicación
24/11/2021 12:33	 <a href="https://m.facebook.com/story">https://m.facebook.com/story</a>			54		0 0		 Promocionar publicación
24/11/2021 12:31	 <a href="https://www.aztecajalisco.com/">https://www.aztecajalisco.com/</a>			42		0 0		 Promocionar publicación
22/11/2021 12:40	 ¿QUÉ ES LA SECUENCIA			59		0 4		 Promocionar publicación
18/11/2021 22:02	 La memoria auditiva incluye			45		1 3		 Promocionar publicación
17/11/2021 11:19	 Recomendaciones para la			54		1 2		 Promocionar publicación
11/11/2021 11:25	 Discriminación Figura/Fondo			60		0 4		 Promocionar publicación
08/11/2021 10:03	 Hoy los esperamos en			44		5 2		 Promocionar publicación
07/11/2021 14:42	 ¿Quieres conocer un			42		1 2		 Promocionar publicación
06/11/2021 18:15	 ¿Quieres conocer un			41		1 3		 Promocionar publicación
03/11/2021 21:55	 ¡Los esperamos!			26		4 2		 Promocionar publicación

En esta tabla podemos observar una tabla que la misma plataforma de Facebook proporciona con la información desde fechas, interacción y alcance, el cual una vez finalizado el semestre haremos un sondeo en el que podamos determinar si este cambio de plantillas, colores y hashtags ha incrementado el éxito de la página.



### Calendarización de redes

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1EgosEywzsS46BQXG6GG7\\_zHSxexz5AC1/edit#gid=507590355](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1EgosEywzsS46BQXG6GG7_zHSxexz5AC1/edit#gid=507590355)

### INSTAGRAM:

INSTAGRAM										
Día	Fecha	Horario de publicación	Responsable	Tema	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de contenido	Evidencia	
Martes										
Miércoles										
Jueves										
Vier	04/02	10am	Álvaro/Jürgen	Primer acercamiento con Mariana	Conocer la clínica y terapia					
Vier	18/02/2022	10am	Fer González	Clinica/terapia	Post para separar campañas sobre: inclusión, información, testimonios	¿Ya conoces la clínica de Mariana Anaya Doll?	#discapacidadauditiva #papelito #saludauditiva #terapia #hipoacusia #inclusión #discapacidad #itso #inclusionsocial #salud #anditvo #terapiadelenguaje	Fotografía		
Lunes	21/02/2022	10am	Fer González	Captación a Mariana	Post para separar campañas	Conoce a Mariana, fundadora de la clínica.	#clinica #salud #discapacidadauditiva #discapacidad #itso #papelito #escuchamexico	Fotografía		
Martes										
Miércoles										
Jueves	24/02/2022	9pm	Fer González	Atención a terapia	Post para finalizar transición	Conoce la terapia que brinda Mariana Anaya Doll	#clinica #salud #saludauditiva #papelito #discapacidadauditiva #discapacidad #inclusión #hipoacusia	Fotografía		
Vier										
Lunes	28/02/2022	10am	Regina C.		Post para iniciar nuevo ciclo, fotos nuevas		#discapacidadauditiva #papelito #saludauditiva #terapia #hipoacusia #inclusión #discapacidad #itso #inclusionsocial #salud #anditvo #terapiadelenguaje	Fotografía		

Día	Fecha	Horario de publicación	Responsable	Tema	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de contenido	Evidencia
Martes									
Miércoles	02/03/2022	7:00 pm	Fer González	Terapia de aprendizaje	Qué propone esta terapia con el método Montessori	La terapia de aprendizaje... Montessori propone que la mente de un niño absorbe todo lo que esté en su ambiente, siendo este como una esponja sin límites. Los niños educan sus potencialidades a raíz de sus propios tiempos, los conocimientos surgen de sus propios razonamientos.	#salud #saludauditiva #terapia #auditiva #discapacidadauditiva #discapacidad #clinica #mexico #escuchamexico #papelito #inclusión #hipoacusia #terapiadelenguaje	Publicación	
Jueves									
Vier	04/03	7:00 pm	Fer González	Frase inspiradora	Motivar	"La belleza del universo no es solo la unidad de la variedad, sino también la diversidad en la unidad." -Umberto Eco.	#salud #saludauditiva #terapia #auditiva #discapacidadauditiva #discapacidad #clinica #mexico #escuchamexico #papelito #inclusión #hipoacusia #terapiadelenguaje #terapiasauditivaverbal	Publicación	





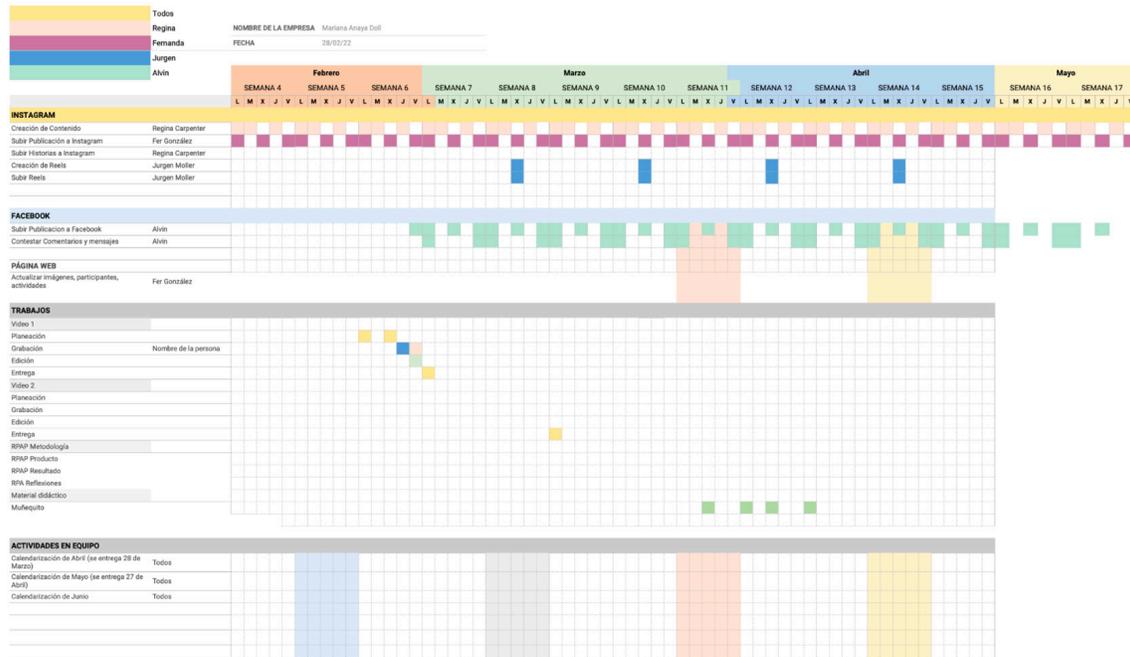






### 1.3.3 Escucha México Redes Sociales

#### Diagrama de Gantt



[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qCoGmPPViV9DTZKlwaEh71G28ls1PDv-zP-M4z\\_dCoRE/edit#gid=0](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qCoGmPPViV9DTZKlwaEh71G28ls1PDv-zP-M4z_dCoRE/edit#gid=0)

PAP Escucha México tiene 3 plataformas digitales en las que se encuentra, Instagram, Facebook y página web. Este análisis es importante para ver los puntos de mejora, la situación actual de las redes y así poder ver los cambios que se generan semestre con semestre. Debemos tomar en cuenta los cambios de publicaciones y cómo estos han ido afectando en temas de

likes, alcance y engagement ya que una red social se mide por su impacto generado.



	<b>Instagram</b>	<b>Facebook</b>	<b>Página Web</b>
Número de Followers	127	222	
Interacción	158 mensual	9	
Alcance	1054 mensual	118	
Likes aprox por contenido	8	3	
Estatus actual	No tiene un diseño llamativo, poca información atractiva para los padres y poca interacción		Tiene algunos errores que se deben corregir, la página se ve vacía y no tiene mucho flujo de visitas a la página web.

Evaluando la primera red social que es Instagram podemos notar que actualmente se cuenta con 220 seguidores y se inició el semestre con 192, no hubo un incremento grande en seguidores pero se sabe que la ser una página de un proyecto estudiantil no genera mucho interés en el público en general a menos de que les interese meter este PAP o estén muy interesados en el tema. El alcance se mantuvo igual pero la interacción disminuyó un poco debido al cambio de formato y la falta de publicaciones realizadas. Esta red social debe tener un giro diferente, volverse una red más interactiva,

divertida y que informe constantemente de temas más llamativos que hablar de lo que hacen los proyectos, se pueden incluir reels de “ un día en el PAP” o historias con encuestas y didácticas que generen engagement ya que ese tipo de contenido que genera una conexión con el público. Las publicaciones estuvieron en un promedio de 10 likes por post, lo cual no es muy significativo para la red, notamos que la publicación con mas likes fue la de los oscars con eugenio derbez en la que se puede notar que los eventos importantes generan interés en el público.



 Alcance de las publicaciones	1.085
 Interacción con las publicaciones	69
 Nuevos seguidores de la página	11

## Interacciones

 Reacciones	12
 Comentarios	0
 Veces compartido	7
 Visualizaciones de fotos	2
 Clics en enlaces	3

## Otro

 Ocultar todas las publicaciones	0
 Personas que dejaron de seguirte	0

En el caso de Facebook podemos ver que nadie dejó de seguir a la página, algunas publicaciones fueron compartidas y hubo interés por entrar a los enlaces adjuntos. En el tema de Facebook puedo notar que aún hace falta generar interés y mucha interac-

ción con contenidos más llamativos pero en comparación al semestre pasado nos mantuvimos en esta red social en el mismo nivel, pero normalmente debe aumentar mes con mes, cosa que no logramos.



Calendarización de redes

INSTAGRAM:

Día	Fecha	Horario de publicación	Responsable	Tema	Objetivo	INSTAGRAM			
						Copy	Hashtags	Tipo de contenido	Evidencia
Martes	02/03/2022								
Miércoles									
Jueves									
Viernes	04/03/2022	9:40 pm	Regina	cube bocas transparente	Informar que ya se usa en el Senado	Ya se usa #cube bocas transparente en el Senado	#pape scucha México #mexico inclusivo #mexico cube bocas transparente	Foto	
Lunes	07/03/22								
Martes									
Miércoles	09/03/22	8:00 pm	Fer	cambio foto portada	Cambiar diseño	-	-	Foto	
Jueves									
Viernes	11/03/22	11:40 am	Fer	Reci cruzada contra el ruido	Informar sobre cualidades del sonido	Una de las miles de cualidades del sonido, lo sabías?	#PAPescuchaMéxico #cruzadacontraelruido #mexico #Sonido #ITESO #leyantiruido #habladauditiva #silencio	Reel	
Lunes									
Martes									
Miércoles	16/03/22	8:00 pm	Fer	Mariana Anaya	Post informativo	¿Qué aprendes en Mariana Anaya Doll? La lectura de comprensión es bastante útil, te contamos porqué... ayuda a que el niño aprenda a escuchar y distinguir cada palabra sin la necesidad de leer labios o hacer señas o gestos. Comienza con palabras y frases sencillas que van aumentando la dificultad poco a poco. Algo importante es que también	#PAPescuchaMéxico #PAPIneso #lectura #comprension #discapacidad #leguajeinclusivo #habl #papiteso #discapacidadauditiva #hipoacusia #mexico #escuchamexico #clinica #terapia	Foto	
Jueves									
Viernes									
Lunes									
Martes									

Lunes	28/03/2022		Fer	Post película ganadora de Oscar	Informar sobre el impacto que tuvo una película sobre inclusión a la discapacidad auditiva.	PAP Escucha México felicita a Eugenio Derbez y todo el elenco de la película "CODA, los sonidos del silencio" producción de Stan Heder por haber obtenido el Oscar a mejor película. "Esta noche ganó la inclusión," mencionó Derbez. "Le dedico este premio a toda la comunidad de sordos" dijo el actor en lengua de señas también ganador al Oscar por mejor actor de reparto, Troy Kotsur. La película tiene como objetivo crear conciencia y tratar de crear una sociedad más incluyente en todos sus sentidos, pues para todas aquellas personas con pérdida auditiva no resulta tan sencillo enfrentarse a la sociedad.	#Inclusion #sociedadinclusiva #oscar #película #osca #fengua de señas #comunidad sorda #escuchamexico #mexico #discapacidad auditiva	Post con 3 fotos.	
-------	------------	--	-----	---------------------------------	---	--	--	-------------------	--

Día	Fecha	Horario de publicación	Responsable	Tema	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de contenido	Evidencia
Martes	05/04/2022	7:00 pm	Regina Carpenter	Sesión informativa	Informar	Únete ! Te esperamos esta semana para conocerte y resolver tus dudas	#cube bocas transparente #PAPescuchaMexico #PAPIneso #Escuchamexico #Discapacidadauditiva #hipoacusia #cube bocas	Publicación	
Miércoles	06/04/2022								
Viernes	08/04/2022	7:00 pm	Fer González	Sesión informativa	Informar	¿Aún estás a tiempo! Ven y conoce un poco sobre el PAP Escucha México	#cube bocas transparente #PAPescuchaMexico #PAPIneso #Escuchamexico #Discapacidadauditiva #hipoacusia #cube bocas	Publicación	
Lunes	11/04/2022	7:00 pm							
Miércoles	13/04/2022	7:00 pm							
Viernes	15/04/2022	7:00 pm							



M a y o	Día	Fecha	Horario de publicación	Responsable	Tema	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de contenido	Evidencia	
	Lunes	02/05/2022	7:00 pm	Maya	México cubre bocas Transparente	Informar		#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto		
	Miércoles	04/05/2022	7:00 pm	Maya	Encuentro Internacional Cultura Auditiva	Informar	Cultura Auditiva.		Foto		
	Viernes	06/05/2022	7:00 pm	Maya	Mariana Anaya Doll	Informar	Terapia con Mariana	#terapia #audicion #terapiadelenguaje #marianaanaya #mexico #sociedadinclusiva #aprendizaje #clinica #discapacidadauditiva	Foto		
	Lunes	09/05/2022	7:00 pm	Maya	Cruzada contra el ruido	Informar	Trucos para insonorizar tu casa	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQuedito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #silencio	Foto		
	Miércoles	11/05/2022	7:00 pm	Maya	Universidad Incluyente	Informar					
	Viernes	13/05/2022	7:00 pm	Maya	México Cubre bocas Transparente	Informar		#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto		
	Lunes	16/05/2022	7:00 pm	Maya	Cruzada contra el ruido	Informar	Tapones para oídos	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQuedito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #silencio	Foto		
	Miércoles	18/05/2022	7:00 pm	Mariana Anaya Doll		Informar	Sabes qué actividades se llevan a cabo en la clínica de Mariana Anaya?	#terapia #audicion #terapiadelenguaje #marianaanaya #mexico #sociedadinclusiva #aprendizaje #clinica #discapacidadauditiva			

Viernes	20/05/2022	7:00 pm			Cruzada contra el ruido	Informar	Soy cruzada contra el ruido cuando...	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQuedito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #silencio	Foto	
Lunes	23/05/2022	7:00 pm			Universidad Incluyente	Informar				
Miércoles	25/05/2022	7:00 pm			México Cubre bocas Transparente	Informar	Estadísticas de personas con discapacidad auditiva	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto	
Viernes	27/05/2022	7:00 pm			Encuentro Internacional Cultura Auditiva	Informar				
Lunes	30/05/2022	7:00 pm			Cruzada contra el ruido	Informar	Uso de audífonos...	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQuedito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #silencio	Foto	

Día	Fecha	Horario de publicación	Responsable	Tema	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de contenido	Evidencia
Lunes									
Miércoles	01/06/2022	7:00 pm				Y tú, ¿Sabes lengua de señas mexicana?	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto	
Viernes	03/06/2022	7:00 pm							
Lunes	06/06/2022	7:00 pm				Mariana Anaya Doll	#terapia #audicion #terapiadelenguaje #marianaanaya #mexico #sociedadinclusiva #aprendizaje #clinica #discapacidadauditiva	Foto	



<b>Junio</b>	Miércoles	08/06/2022	7:00 pm	Cruzada contra el ruido	Soy cruzada contra el ruido cuando...	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQuedito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio	Foto		
	Viernes	10/06/2022	7:00 pm	Universidad Incluyente					
	Lunes	13/06/2022	7:00 pm	México cubre bocas transparente	Sabes qué hacer cuando hablas con alguien con discapacidad auditiva?	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #Mexicolnclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto		
	Miércoles	15/06/2022	7:00 pm	Cruzada contra el ruido	Soy cruzada contra el ruido cuando...	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQuedito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio	Foto		
	Viernes	17/06/2022	7:00 pm	Mariana Anaya Doll	Dinámicas en Mariana Anaya	#terapia #audicion #terapiadelenguaje #marianaanaya #mexico #socioeducativa #aprendizaje #clinica #discapacidadauditiva			
	Lunes	20/06/2022	7:00 pm	Cruzada contra el ruido	Tips para disminuir ruido en tu hogar	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQuedito #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio	Foto		
	Miércoles	22/06/2022	7:00 pm	Universidad Incluyente					
	Viernes	24/06/2022	7:00 pm	México cubre bocas transparente	Sabes qué hacer cuando hablas con alguien con discapacidad auditiva?	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #Mexicolnclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto		
	Lunes	27/06/2022	7:00 pm	Encuentro internacional cultura auditiva					

**FACEBOOK:**

		FACEBOOK									
		Día	Fecha	Horario de publicación	Responsable	Tema	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de contenido	Evidencia
<b>MARZO</b>	Martes										
	Miércoles	02/03/2022									
	Jueves										
	Viernes	04/03/2022	9:40 pm	Regina	cubre bocas transparente	Informar que ya se usa en el Senado	Ya se usa #cubre bocas transparente en el Senado	#papesucuchamexico #mexicolnclusivo #mexicocubre bocas transparente	Foto		
	Lunes	07/03/22									
	Martes										
	Miércoles	09/03/22	8:00 pm	Fer	cambio foto portada	Cambiar diseño	-	-	-	Foto	
	Jueves										
	Viernes	11/03/22	11:40 am	Fer	Reel cruzada contra el ruido	Informar sobre cualidades del sonido	Una de las milés de cualidades del sonido, lo sabías?	#PAPEscuchaMéxico #CruzadaContraElRuido #mexico #Senido #ITESO #LeyAntiRuido #saludauditiva #silencio	Reel		
	Lunes										
	Martes										
	Miércoles	16/03/22	8:00 pm	Fer	Mariana Anaya	Post informativo	¿Qué aprenden en Mariana Anaya Doll? La lectura de comprensión es bastante útil, le contamos porque... ayuda a que el niño aprenda a escuchar y distinguir cada palabra sin la necesidad de leer libros o hacer señas o gestos. Comienza con palabras y frases sencillas que van aumentando la dificultad poco a poco. Algo importante es que también ayuda en la pronunciación y amplía el lenguaje.	#PAPEscuchaMéxico #PAPIteso #lectura #comprension #discapacidad #lenguajeinclusivo #salud #papiresos #discapacidadauditiva #hipoacusia #mexico #escuchamexico #clinica #terapia	Foto		
	Jueves										
	Viernes										
Lunes											
Martes											
Miércoles	23/03/2022	9:00 pm	Regina	Cubre bocas transparente	Post	Ayúdanos a que en México esto sea una realidad! Te esperamos en el Pap Escucha México el siguiente semestre	#cubre bocas transparente #PAPEscuchaMéxico #PAPIteso #escuchamexico #discapacidadauditiva #hipoacusia #cubre bocas	Foto			
Jueves											
Viernes											



	27/03/22	8:00 pm	Regina	Inclusión	Concientizar		#discapacidadauditiva #ComunidadSorda #vibracion #hipoacusia #cldplay #Inclusión #conciertoinclusivo #papesuchamexico #ITESO #sordo	Post compartido/video	
Lunes	28/03/2022		Fer	Post película ganadora de Óscar	Informar sobre el impacto que tuvo una película sobre inclusión a la discapacidad auditiva.	PAP Escucha México felicita a Eugenio Derbez y todo el elenco de la película "CODA, los sonidos del silencio" producción de Sian Heder por haber obtenido el Óscar a mejor película.  "Esta noche ganó la inclusión," mencionó Derbez. "Le dedico este premio a toda la comunidad de sordos" dijo el actor en lengua de señas también ganador al Óscar por mejor actor de reparto, Troy Kottrav.  La película tiene como objetivo crear conciencia y tratar de crear una sociedad más incluyente en todos sus sentidos, pues para todas aquellas	#Inclusion #sociedadinclusiva #escars #película #oscar #sonidosdelas #comunidadsorda #escuchamexico #mexico #discapacidadauditiva	Post con 3 fotos.	

Día	Fecha	Horario de publicación	Responsable	Tema	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de contenido	Evidencia
Martes	05/04/2022	7:00 pm	Regina Carpenter	Sesión informativa	Informar	Únete ! Te esperamos esta semana para conocerte y resolver tus dudas ☺	#cubreboctransparente #PAPEscuchaMexico #PAPfiteso #Escuchamexico #Discapacidadauditiva #hipoacusia #cubreboctas	Publicación	
Miércoles	06/04/2022	7:00 pm							
Viernes	08/04/2022	7:00 pm	Fer González	Sesión informativa	Informar	¡Aún estás a tiempo! Ven y conoce un poco sobre el PAP Escucha Mexico	#cubreboctransparente #PAPEscuchaMexico #PAPfiteso #Escuchamexico #Discapacidadauditiva #hipoacusia #cubreboctas	Publicación	

Lunes	02/05/2022	7:00 pm	Maya	México cubre bocas Transparente	Informar		#PAPEscuchaMexico #MexicoCubreboctasTransparente #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto	
Miércoles	04/05/2022	7:00 pm	Maya	Encuentro Internacional Cultura Auditiva	Informar	Cultura Auditiva.		Foto	
Viernes	06/05/2022	7:00 pm	Maya	Mariana Anaya Doll	Informar	Terapia con Mariana	#terapia #audicion #terapiadelenguaje #marianaanaya #mexico #sociedadinclusiva #aprendizaje #clinica #discapacidadauditiva	Foto	
Lunes	09/05/2022	7:00 pm	Maya	Cruzada contra el ruido	Informar	Trucos para insonorizar tu casa	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMexico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EMejorQueDijo #LeyJalisco #ITESO #Ruido #silencio	Foto	
Miércoles	11/05/2022	7:00 pm	Maya	Universidad Incluyente	Informar				
Viernes	13/05/2022	7:00 pm	Maya	México Cubre bocas Transparente	Informar		#PAPEscuchaMexico #MexicoCubreboctasTransparente #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto	



Mayo									
Día	Fecha	Horario de publicación	Responsable	Tema	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de contenido	Evidencia
Lunes	16/05/2022	7:00 pm	Maya	Cruzada contra el ruido	Informar	Taponos para oídos	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EaMejorQueSilencio #LeyJalisco #TESO #Ruido #Silencio	Foto	
Miércoles	18/05/2022	7:00 pm	Mariana Anaya Doll		Informar	Sabes qué actividades se llevan a cabo en la clínica de Mariana Anaya?	#terapia #audición #terapiadelenguaje #marianaanaya #mexico #sociodidáctica #aprendizaje #clínica #discapacidadauditiva		
Viernes	20/05/2022	7:00 pm		Cruzada contra el ruido	Informar	Soy cruzada contra el ruido cuando...	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EaMejorQueSilencio #LeyJalisco #TESO #Ruido #Silencio	Foto	
Lunes	23/05/2022	7:00 pm		Universidad Incluyente	Informar				
Miércoles	25/05/2022	7:00 pm		México Cubre bocas Transparente	Informar	Estadísticas de personas con discapacidad auditiva	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MétodoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto	
Viernes	27/05/2022	7:00 pm		Encuentro Internacional Cultura Auditiva	Informar				
Lunes	30/05/2022	7:00 pm		Cruzada contra el ruido	Informar	Uso de audífonos...	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EaMejorQueSilencio #LeyJalisco #TESO #Ruido #Silencio	Foto	
Lunes									
Miércoles	01/06/2022	7:00 pm		México Cubre bocas transparente		Y tú, ¿Sabes lengua de señas mexicana?	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MétodoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto	
Viernes	03/06/2022	7:00 pm		Encuentro Internacional cultura auditiva					
Lunes	06/06/2022	7:00 pm	Mariana Anaya Doll			Mariana Anaya Doll	#terapia #audición #terapiadelenguaje #marianaanaya #mexico #sociodidáctica #aprendizaje #clínica #discapacidadauditiva	Foto	
Miércoles	08/06/2022	7:00 pm		Cruzada contra el ruido		Soy cruzada contra el ruido cuando...	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EaMejorQueSilencio #LeyJalisco #TESO #Ruido #Silencio	Foto	
Viernes	10/06/2022	7:00 pm		Universidad Incluyente					



<b>Junio</b>	Lunes	13/06/2022	7:00 pm	México cubre bocas transparente	Sabes qué hacer cuando hablas con alguien con discapacidad auditiva?	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto		
	Miércoles	15/06/2022	7:00 pm	Cruzada contra el ruido	Soy cruzada contra el ruido cuando...	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQueDijo #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio	Foto		
	Viernes	17/06/2022	7:00 pm	Mariana Anaya Doll	Dinámicas en Mariana Anaya	#terapia #audicion #terapiadelenguaje #marianaanaya #mexico #sociedadinclusiva #aprendizaje #clinica #discapacidadauditiva			
	Lunes	20/06/2022	7:00 pm	Cruzada contra el ruido	Tips para disminuir ruido en tu hogar	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQueDijo #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio	Foto		
	Miércoles	22/06/2022	7:00 pm	Universidad Inchiyente					
	Viernes	24/06/2022	7:00 pm	México cubre bocas transparente	Sabes qué hacer cuando hablas con alguien con discapacidad auditiva?	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	Foto		
	Lunes	27/06/2022	7:00 pm	Encuentro Internacional cultura auditiva					
Miércoles	29/06/2022	7:00 pm	Cruzada contra el ruido	Efectos de contaminación sonora	#CruzadaVSRuido #PAPEscuchaMéxico #LeyAntiRuido #SaludAuditiva #Salud #EsMejorQueDijo #LeyJalisco #ITESO #Ruido #Silencio	Foto			

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nBXnsGkg1s89XsUaMaUAUFCgizZ5P-G4T4I9JDK1fba4/edit#gid=0>

En Facebook se utilizaron las mismas publicaciones de Instagram y se publicaban automáticamente por lo que no se requirió hacer una calendarización ya que es la misma que Instagram.

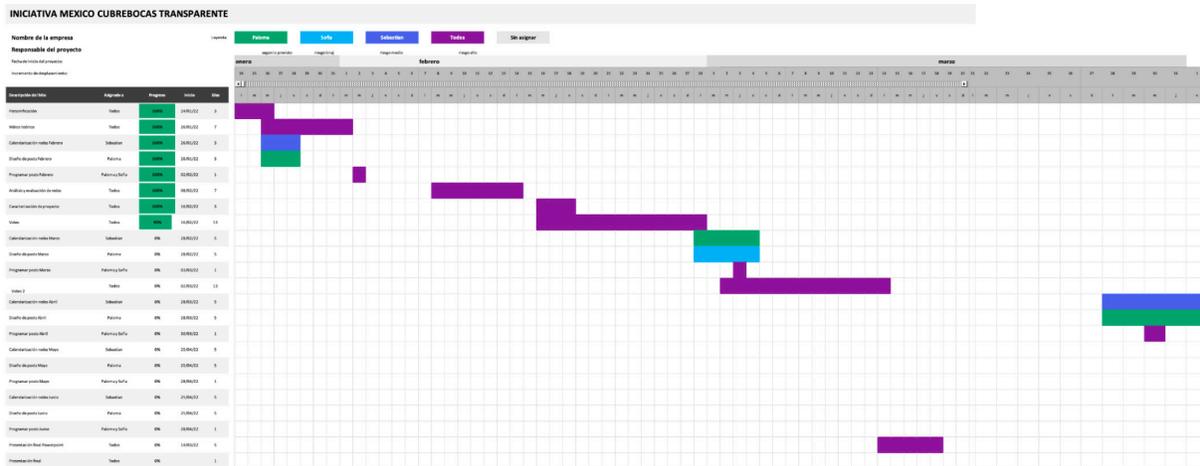


### 1.3.4 Iniciativa cubrebocas transparentes

En el siguiente apartado podemos encontrar como se trabajó durante el semestre. Lo primero que se muestra es el diagrama de Gantt, después un análisis de las redes sociales al iniciar el semestre, esto con el objetivo de identificar estrategias para este periodo. Siguiendo se muestra la calendariación de las redes. Cada sección se detalla cada actividad.

#### Diagrama de Gantt

Para poder organizar todas las actividades que se realizaron durante el semestre se creó un diagrama de Gantt. En este se pueden observar las diferentes actividades listadas y la fecha en la que se tendría que realizar. Las actividades las dividimos entre los tres integrantes del equipo: Paloma, Sebastián y Sofía.



#### Análisis de las redes sociales

Las redes sociales son plataformas que se utilizan por un gran número de personas. Estas sirven para dar a conocer el proyecto y que llegue a muchas más personas. Es una manera

fácil de compartir lo que se hace. Para poder comenzar a crear contenido es importante hacer un análisis de dichas redes. Es importante hacer un análisis de las redes sociales porque de esa forma nos damos cuenta, por ejemplo, de los seguidores por



semestre, del alcance de cada red social, del engagement por semestre y también podemos ver cuáles fueron las publicaciones exitosas y cuáles no. También es importante realizarlo para conocer el público meta para el cual estás publicando. Al entender cómo se desenvuelve es mucho más fácil crear contenido que les guste y quieran compartir. Este análisis nos sirve para crear diferentes estrategias que nos sirvan para aumentar los seguidores y likes de cada red social.

### **Reporte de resultados de redes sociales**

En la Iniciativa se utilizan actualmente 3 redes: Instagram, Facebook y Twitter. Cada una cuenta con su tipo de contenido, donde se busca generar comunidad y que se dé a conocer que es la Iniciativa. A continuación se muestra el análisis de los periodos de Verano 2021 y Otoño 2021 de cada red.

#### **Instagram**

##### *Reporte de Contenido Verano 2021:*

En este periodo fue cuando se consolidó como tal la red de instagram. Se comenzó a publicar dos veces por semana para comenzar la interacción con los usuarios de la plataforma. Ya

se tenía una plantilla, lo cual facilitó crear todas las publicaciones. Se tuvo un muy buen resultado que superó algunas de las expectativas planteadas en este periodo. A continuación se muestra un análisis detallado de la red:

- » Se terminó el periodo con 72 seguidores. Es muy bueno, ya que este periodo constó solamente de 1 mes y medio.
- » Engagement: se logró tener un engagement mayor a 5.5% en todas las publicaciones, algunas alcanzaban un número mayor. Por ejemplo, las publicaciones realizadas para la micro campaña de COFEPRIS tuvieron un engagement de entre 23% y 78%.
- » Alcance: al igual que el punto anterior, variaba en cada publicación. El alcance más bajo que se tuvo fue de 56. pero una publicación tuvo un alcance de 8,189, lo cual es muy bueno para seguir creciendo la red.
- » Interacciones: cada publicación contaba con un número diferente de me gusta, comentarios y compartido. Hay publicaciones que tienen 7 me gusta, pero existen otras que llegaron hasta 69 me gusta.



Publicación más exitosa	Publicación menos exitosa
 <p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Reproducciones: 8,669</li> <li>● Me gusta: 77</li> <li>● Comentarios: 32</li> <li>● Compartido: 119</li> <li>● Guardar: 3</li> </ul> <p>Alcance: 8,488 Engagement: 78% ¿Por qué? La publicación es un reel, normalmente es más fácil llegar a más personas con videos. También creemos que al etiquetar a organizaciones y organismos gubernamentales fue clave. Por último, el video genera empatía e invita más a generar una reacción de los usuarios.</p>	 <p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Me gusta: 6</li> <li>● Comentarios: 0</li> <li>● Compartido: 0</li> <li>● Guardar: 0</li> </ul> <p>Alcance: 153 Engagement: 5.5% ¿Por qué? A pesar de ser un dato duro, no se explica nada sobre porqué es importante. Tal vez no llama tanto la atención y los usuarios no crearon un vínculo con este. Era de las primeras publicaciones, por lo que no se tenían tantos seguidores.</p>



### Reporte de Contenido Otoño 2021:

Para este momento ya se tenía más desarrollada la red. Se realizaron micro campañas y publicaciones que llamaran la atención del público. Se buscó principalmente que los usuarios empatizaran con las personas con discapacidad auditiva. Se obtuvo un buen resultado. A continuación se muestra un análisis detallado de la red:

- » Se terminó el periodo con 130 seguidores. Se subió un 28.7% a comparación del periodo de verano 2021
- » Engagement: subió un 215% en toda la cuenta. Esto es resultado

de que todas las publicaciones tuvieron un promedio similar de interacciones. En su mayoría fue el mismo número.

- » Alcance: la publicación con menor alcance fue de 38, pero la que obtuvo mayor alcance fue 138. En todas las publicaciones varía pero sigue siendo buen alcance para el número de seguidores que se tenía.
- » Interacciones: las interacciones variaban según el tipo de post que era. El número más alto de me gusta fue 22, el más bajo fueron 4 me gusta.

Publicación más exitosa	Publicación menos exitosa
 <p>masktranspmx</p> <p>Normalmente, la mayoría de las personas con discapacidad auditiva acuden solas al banco a realizar sus actividades sin ningún problema.</p> <p>Actividades bancarias tan sencillas como hacer un depósito, cancelar una tarjeta de crédito o cualquier otra.</p> <p>#MéxicoCubreBocasTransparentes</p> <p>View insights Boost Post</p> <p>Liked by marianazaretgarcia and 21 others</p> <p>masktranspmx Utilizar cubrebocas transparente genera seguridad y confianza para que cualquier persona con discapacidad auditiva pueda acudir al banco a realizar sus actividades. <a href="#">more</a></p> <p>October 3, 2021 · See translation</p>	 <p>masktranspmx</p> <p>Las personas que trabajan servicios de emergencia deben ser los primeros en facilitar una comunicación óptima.</p> <p>#MéxicoCubreBocasTransparentes</p> <p>View insights Boost Post</p> <p>Liked by paloma_je and 3 others</p> <p>masktranspmx Los servicios de emergencia son vitales para la seguridad de todos, utilizando cubrebocas transparente pueden realmente ayudar a cualquiera. ¡Creemos una sociedad... <a href="#">more</a></p> <p>November 21, 2021 · See translation</p>



<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Me gusta: 22</li> <li>● Comentarios: 0</li> <li>● Compartido: 0</li> <li>● Guardar: 1</li> </ul> <p>Alcance: 103 Engagement: 16.9%</p> <p>¿Por qué? Es una publicación donde los usuarios pueden hacer scroll para seguir la historia. Esto genera más engagement ya que se toman el tiempo de leerlo. El tema fue interesante y generó empatía.</p>	<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Me gusta: 4</li> <li>● Comentarios: 0</li> <li>● Compartido: 0</li> <li>● Guardar: 0</li> </ul> <p>Alcance: 60 Engagement: 3%</p> <p>¿Por qué? El tema tal vez no llamó tanto la atención y no generó motivación para interactuar.</p>
--	--

### **Propuestas de periodo anterior:**

1. Seguir utilizando la misma plantilla para darle seguimiento al diseño
  2. Buscar asociaciones con otros usuarios para seguirse mutuamente y de esta manera generar más seguidores y más engagement
  3. Empezar a publicar historias
  4. Seguir haciendo microcampañas
- Las propuestas que dejó el equipo anterior son muy buenas. Creemos que podemos utilizarlas para darle más vistas al perfil de Instagram.

### **Objetivos:**

- » Generar más engagement en cada publicación.

### **Estrategias:**

- Crear publicación para que los usuarios interactúen con estas (encuestas, preguntas, scrolling, etc)
- Publicar historias lo más frecuente posible
- Encontrar fechas y horarios donde se tengan mayor interacción
- Buscar temas que llamen la atención



- » Aumentar el número de seguidores de la cuenta.

#### Estrategias:

- Promocionar la cuenta por fuera de la cuenta personal
  - Buscar organizaciones y/o asociaciones (cuentas con más seguidores) para hacer alianzas o simplemente etiquetarlos para darnos a conocer.
  - Realizar microcampañas
  -
- » Crear nuevo contenido para que los usuarios sigan interactuando con la Iniciativa y sigan buscando el cambio.

#### Estrategias:

- » Seguir utilizando la misma línea de diseño pero implementar nuevas formas de publicación
- » Encontrar que es lo que está de moda en el momento para tener contenido similar

## Facebook

### Reporte de Contenido Verano 2021:

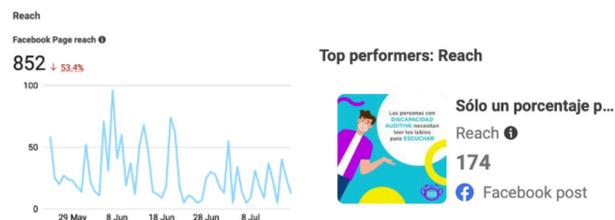
En este periodo corto Facebook tuvo mucho movimiento se publicaban alrededor de 2 publicaciones semanales esto ayudó al crecimiento de la página pero las no incrementó el alcance y la interacción tan clara-

mente como en el siguiente periodo. Se utilizó una identidad gráfica muy marcada que ayudó a darle seriedad y uniformidad a las publicaciones.

- » En el periodo de Verano 2021, aumentaron 21 seguidores la página que para el tiempo en el que se trabajo es muy bueno, podemos ver cómo el récord de nuevos seguidores por día fue de 3



- » Engagement: El engagement que se mantuvo promedio en Facebook fue muy bueno manteniéndolo arriba del 11%, la publicación que menos engagement tuvo fue del 4% y la que más alcanzó fue de 15%.



- » Alcance: El alcance era variable por cada publicación, podemos ver que la página alcanzó 852 cuentas nuevas en este periodo y tuvimos publicaciones que llegaron a 200 personas alcanzadas. El alcance es un punto de oportunidad para incrementar en facebook pues instagram recibió mucho mayor número de personas alcanzadas.

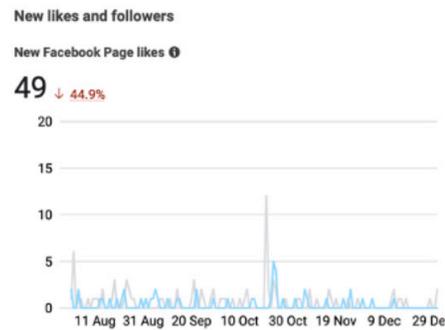
Publicación más exitosa	Publicación menos exitosa
<p><b>Top performers: Reach</b></p>  <p>Facebook post</p>	
<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcance: 174</li> <li>• Me gusta: 7</li> <li>• Comentarios: 0</li> <li>• Compartido: 3</li> </ul> <p>Alcance: 174 Engagement: 5.7%</p>	<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Me gusta: 1</li> <li>• Comentarios: 0</li> <li>• Compartido: 0</li> </ul> <p>Alcance: 61 Engagement: 1.6</p>

- » Interacciones: Para este periodo facebook no tenía tan buena interacción como otras redes, sus publicaciones con mayor número de interacciones es de 10 likes, comments y shares. Aún así las publicaciones mantuvieron un promedio muy parecido.

*Reporte de Contenido Otoño 2021:*

En este periodo Facebook tuvo mucho más movimiento se publicaban alrededor de 2-3 publicaciones semanales esto ayudó al crecimiento de la página pero decremento el alcance y la interacción. Se utilizó la misma identidad gráfica.

- » En el periodo de Otoño 2021, aumentaron 49 seguidores la página, podemos ver cómo el récord de nuevos seguidores por día fue de 5.



- » Engagement: El engagement que se mantuvo promedio en Facebook fue muy bueno manteniéndolo arriba del 3%, la publicación que menos engagement tuvo fue del 1% y la que más alcanzó fue de 13%.
- » Alcance: El alcance era variable por cada publicación, podemos ver que la página alcanzó 979 cuentas nuevas en este periodo y tuvimos publicaciones que llegaron a 200



personas alcanzadas, además de incrementar de manera muy alta las visitas al perfil.



**Top performers: Reach**

A screenshot of a Facebook post. The post is from a user named 'Andrea ya tiene su cu...'. It shows a profile picture of a woman and a reach of 221. The post is identified as a 'Facebook post'.

» Interacciones: Para este periodo facebook no tenía tan buena interacción como otras redes, sus publicaciones con mayor número de interacciones es de 24 likes, comments y shares. Aún así las publicaciones mantuvieron un promedio muy parecido

*Propuestas:*

Identificar posibles objetivos y estrategias en el plan de redes sociales para el periodo primavera 2022

1. Mantener la plantilla activa
2. Implementar contenido en grupo que tengan intereses similares para exponenciar las vistas.
3. Generar publicaciones interactivas

Publicación más exitosa	Publicación menos exitosa
<p><b>Top performers: Reach</b></p> <p>Andrea ya tiene su cu... Reach ⓘ 221 Facebook post</p>	
<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Alcance: 221</li> <li>● Me gusta: 11</li> <li>● Comentarios: 1</li> <li>● Compartido: 3</li> </ul> <p>Alcance: 221 Engagement: 13%</p>	<p><b>Interacciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Me gusta: 1</li> <li>● Comentarios: 0</li> <li>● Compartido: 0</li> </ul> <p>Alcance: 31 Engagement: 3%</p>



4. Campaña de promoción del cubrebocas transparente, reflejar el uso en la vida cotidiana

Los objetivos pasados se cumplieron de manera correcta, creemos que ya con las bases que dejaron ahora podemos incrementar más rápido el número de seguidores y la interacción con ellos.

### Objetivos:

» Generar más engagement.

#### Estrategias:

- Crear publicación para que los usuarios interactúen publicaciones interactivas.
- Generar una cultura de diálogo en la red
- Publicar historias lo más frecuente posible

» Aumentar el número de seguidores de la cuenta.

#### Estrategias:

- Promocionar la cuenta en grupos
- Buscar organizaciones y/o asociaciones (cuentan con más seguidores)
- para hacer alianzas o simplemente etiquetarlos para darnos a conocer.

- Realizar microcampañas
- » Ampliar la información que se recibe en facebook, ser una landing page para todos los que buscan información que viene de instagram.

### Twitter

#### Reporte de Contenido:

» El incremento de seguidores de la página de México cubrebocas transparentes es de 36 por semestre.



» El alcance de la página es de 38 seguidores por semestre, su engagement es de 2.0% y sus interacciones son 62.7% interacciones por semestre.

38 Followers ↑ Engagement 2.0% ↑ Interacciones 62.7% ↑

» Una de las publicaciones más exitosas fue del 06 de noviembre del 2021 con un total de 5 interacciones, un alcance de 167 personas y un engagement de 12. Una de las publicaciones no exitosas fue del 19



de enero del 2022 con un total de 1 interacción, un alcance de 46 y un engagement de 2. La publicación del 06 de noviembre del 2021 fue exitosa por el tipo de información que se publicó ya que es información sobre una transmisión en vivo por Facebook para dar información sobre la iniciativa. Pienso que la publicación del 19 de enero del 2022 no fue exitosa porque se hizo una publicación que probablemente no es visualmente atractiva y tiene mucho texto también.

#### Propuestas:

- » Hacer publicaciones que tengan que ver directamente con la página de cada una de las redes sociales.
- » Hacer publicaciones que le parezcan atractivas a las personas que siguen cada red social.
- » Investigar los horarios en que las publicaciones tienen más interacciones.
- » Conseguir más likes y seguidores invitando a amigos o familiares a que compartan nuestras publicaciones.

Para Twitter se espera llegar a un alcance de mínimo 40 personas este semestre.

Publicación más exitosa	Publicación menos exitosa
	
<p>Interacciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Me gusta: 5</li> <li>● Comentarios: 0</li> <li>● Retweets: 2</li> </ul> <p>Alcance: 167 Engagement: 12% ¿Por qué? La publicación fue exitosa debido a que fue una publicación informativa sobre una transmisión en vivo por Facebook donde se discutieron diferentes temas relacionados con la iniciativa.</p>	<p>Interacciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Me gusta: 1</li> <li>● Comentarios: 0</li> <li>● Retweets: 0</li> </ul> <p>Alcance: 46 Engagement: 2% ¿Por qué? Esta publicación no fue exitosa probablemente debido al exceso de texto que tiene en ella así como la imagen. En general, las personas prefieren publicaciones sencillas sin tanto texto.</p>



*Estrategias:*

- » Hacer publicaciones sin tanto texto.
- » Incluir imágenes llamativas para las personas.
- » Publicar cosas que tengan relación con la iniciativa.

Al realizar el análisis de cada una de las redes nos pudimos familiarizar mucho más con el proyecto y su público. Nos dimos cuenta de que contenido es el más adecuado para cada red. Al ver los diferentes resultados de los periodos anteriores fue mucho más fácil analizar qué es lo que se está haciendo bien y qué cosas se deben mejorar. Es importante seguir generando contenido que motive a las personas a seguir interactuando con cada una de las redes. Este periodo será mucho más fácil hacerlo, ya que se tiene toda la información de todos los periodos. El proyecto cumple un año de formar parte del PAP, ya se tiene establecido una forma de trabajo que podremos modificar según lo que sea necesario mejorar.

*Calendarización*

En el siguiente apartado se encuentran la calendarización de todas las redes del proyecto: Facebook, Instagram y Twitter. Las tablas contienen la hora, encargado y copy

que cada publicación tendría. Para poder realizar las actividades correctamente nos dividimos las actividades de la siguiente manera: Paloma realizó los diseños de los posts para Facebook e Instagram en Ilustrador, Sebastián llenaba la tabla de calendarización y programaba los posts de Facebook e Instagram y Sofía creaba, llenaba la calendarización y programaba los posts para Twitter



Facebook

MÉXICO														
FEBERERO														
Día	Fecha	que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Enlace	Texto	Imagen	Video	Especificaciones contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	Número de publicaciones al día
Lunes														0
Martes														0
Miércoles	09/02/22	12:00:00		INCLUSIÓN	EMPATIZAR	La discapacidad no debería de ser una limitante. Impulsemos la inclusión y el uso del cubrebocas transparente. 🙌	#MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva					1		1
Jueves														0
Viernes	11/02/22	3:00		INICIATIVA DE LEY	COMUNICAR	Cada vez estamos más cerca, sigamos luchando para hacerlo LEY	#MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva					1		1
Sábado														0
<b>SEM ANA 1</b>														
Domingo	13/02/22	6:00		FOTO	INVITAR	En el Senado ya usan #cubreboctransparente	#MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva					1		1
Lunes														0
Martes														0
Miércoles	16/02/22	3:00:00		SEMANA SALUD AUDITIVA (SENADO)	INFORMAR	La Semana Nacional de la Salud Auditiva es un gran logro en el camino a la inclusión y la visibilización.	#MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva					1		1
Jueves														0
Viernes	18/02/22	6:00		FOTO	INVITAR	NAME ya se unió a esta iniciativa, ¿tu que esperas? ¡SUMATE!	#MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva					1		1
Sábado														0
Domingo	18/02/22	12:00		SALUD	INFORMAR	Nacional de la Salud Auditiva	#MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva					1		1
<b>SEM ANA 2</b>														
Lunes														0
Martes	22/02/22	6:00		INICIA SSA	INVITAR	Usar #cubreboctransparente tiene muchos beneficios, conoce alguno de ellos!!!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva					1		1
Miércoles														0
Jueves														0
Viernes	25/02/22	3:00		CUBREBOCAS EN TU NEGOCIO	MOTIVAR	¡Sumete a la iniciativa y cuéntanos! ¿Porqué utilizas tu cubrebocas transparente?	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboqcasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva					1		1
Sábado														0
Domingo														0
<b>SEM ANA 3</b>														
Lunes	28/02/22	6:00		FIN DE SSA	INFORMAR	Seguimos luchando para visibilizar la salud auditiva!!!!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva					1		1
Martes														0
Miércoles														0
Jueves														0
Viernes														0
Sábado														0
Domingo														0
<b>SEM ANA 4</b>														



MÉXICO															
MARZO															
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o vídeo)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido	Enlace	Texto	Imagen	Video	Especificaciones contenido	Fotografía, video o link a la publicación	Número de publicaciones al día
SEMANA 1	Lunes														0
	Martes	01/03/22		Día de la cero discriminación	Informar		#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								0
	Miércoles		3:00												0
	Jueves														1
	Viernes														0
	Sábado														0
	Domingo														1
SEMANA 2	Lunes														0
	Martes	8/3		Día Internacional de la mujer	Informar		#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								1
	Miércoles		3:00:00												0
	Jueves														0
	Viernes	11		Informativo	Informar	¿Qué esperas para ser parte de la iniciativa? ¡Consigue tu cubrebocas transparente y forma parte de este movimiento de inclusión! 🙌👏👏	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								1
	Sábado		6:00												0
	Domingo	13		Inclusión	Incluir	¡Uruguay ya lo logró! Ayúdanos a que en México también sea una realidad.  El 21 de octubre se publicó la ley 19 905 que regula "el uso de mascararas de protección facial u otros dispositivos de prevención de contagio que permitan la lectura de labios toda vez que se estable comunicación con personas que necesitan leer los labios para poder comprender a su interlocutor".	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								1
SEMANA 3	Lunes														0
	Martes					¡Argentina ya lo logró! Ayúdanos a que en México también sea una realidad.	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								0
	Miércoles	16		Foto	Motivar	La norma que fue aprobada el 30 junio, vetada por el Ejecutivo e insistida por la Legislatura en la sesión del 2 de septiembre, establece que "cada oficina, organismo o dependencia que atienda al público debe contar con al menos 1 trabajador/a por turno o franja laboral que utilice mascarilla, tapabocas o barbijo transparente".	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								1
	Jueves		6:00												0
	Viernes	18		Uso Correcto	Motivar	¿Cada vez somos más! Se parte de este movimiento de inclusión 🙌👏	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								1
	Sábado		3:00												0
	Domingo	20		Foto	Motivar	¡Colombia ya lo logró! Ayúdanos a que en México también sea una realidad.  La Ley 2069 de 2021, sancionada por el Presidente de la República, Iván Duque, este 2 de julio, busca promover e incentivar el uso de tapabocas inclusivos y demás elementos transparentes, con el fin de permitir y garantizar la comunicación de personas con discapacidad auditiva.	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								1
SEMANA 4	Lunes														0
	Martes														0
	Miércoles	23		Foto	Motivar	¿Cada vez somos más! Se parte de este movimiento de inclusión 🙌👏	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								1
	Jueves		6:00												0
	Viernes	25		Tu negocio y el cubrebocas transparente	Informar	¡Seguimos luchando para que esto sea una realidad en México!  la iniciativa e impulsándola en la LXV Legislatura, a través de la modificación de distintas leyes, entre las que se encuentra la Ley General de Salud, la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad y la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								1
	Sábado		3:00												0
	Domingo	27				LEAF ya es una opción aprobada por la FDA, cada vez estamos más cerca de un mundo más inclusivo	#PAPEscuchaMéxico #MéxicoCubre bocas transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva								0



ABRIL														
	Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompaña a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido	Formato	Canal	Fotografía, video o Rep a la publicación	Número de publicaciones al día	
SEMANA 1	Lunes												0	
	Martes												0	
	Miércoles												0	
	Jueves												0	
	Viernes												0	
	Domingo	03/04/2022			1. Video 1	promocionar	¿Casi 2 años luchando y cada día estamos más cerca de llegar a nuestra meta. ¿Ya conoces nuestra historia?	#FAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboas #Transparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1		1	
SEMANA 2	Lunes												0	
	Martes												0	
	Miércoles												0	
	Jueves												0	
	Viernes					10. Día mundial de la salud	Infomear	Hay se conmemora el día mundial de la salud, educando y recreación inclusivos para todos. 🌈	#FAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboas #Transparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	1				1
	Sábado	07/04/2022											0	
	Domingo												0	
	Domingo	10/04/2022			Historia maria	compartir	Ella es María Elena (@marcelina_ish). En fotografía y utiliza su cuenta de Instagram para compartir contenido que lea en sus viajes. También comparte fotos e información sobre como es vivir con el implante coclear y discapacidad auditiva. Te invitamos a visitar su perfil para conocer más sobre ella!	#FAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboas #Transparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1		1	
SEMANA 3	Lunes												0	
	Martes						Conoce nuestras recomendaciones para una tarde de cine donde se involucra a la comunidad de personas con discapacidad auditiva.						0	
	Miércoles						CODA: La ganadora del Oscar a mejor película, Ruby es el único miembro con audición de una familia de sordos. Cada mañana, antes de ir a clases, trabaja con sus padres y su hermano tratando de mantener a flote su negocio. En el coro del instituto, Ruby descubre su pasión por la música.  Eternals: Una raza de seres inmortales con poderes sobrehumanos que han vivido en secreto en la Tierra durante miles de años. Aunque nunca han intervenido, ahora una amenaza se cierne sobre la humanidad.  El Sonido del Silencio: Ruben y Lou firman un día de rock en plena gira alrededor de los Estados Unidos. Todo parece ir bien hasta que una noche, el batería recibe la noticia de que pronto quedará ciego. #cineauditivo	#FAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboas #Transparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	1				1	
	Jueves	13/04/2022			Recomendación películas	generar impacto							0	
	Viernes						Dale swipe para conocer más sobre el proyecto de ley y nos ayudas a firmar la iniciativa.						1	
	Sábado	15/04/2022				Senado	informar						0	
		Domingo											1	
	Domingo	17/04/2022			Leon	compartir la historia							0	
SEMANA 4	Lunes												0	
	Martes												0	
	Miércoles						Ella es Estefi (@loveelavictor-mx). Es mamá de dos hijas sordas crizadas y está en espera de su 3er bebé. Recuerda en sus posts cómo es su vida diaria y su intención es compartir su historia para acompañar a cualquier persona que se identifique con su ella y su familia.  Creemos un espacio de inclusión para las niñas de Estefi y cualquier otro niño o niña que viva la misma situación. Conoce más sobre ella en su perfil!	#FAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboas #Transparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1		1	
	Jueves	20/04/2022			Historia estefi	Promover							0	
	Viernes						Aquí como Daniel, existen más personas que se ven limitadas por encontrar espacios de inclusión y poder disfrutar de su vida. ¡Hagamos de México un país donde nadie tenga miedo de salir! Utiliza #cubreboastransparente	#FAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboas #Transparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1		1	
	Sábado	22/04/2022				Video 2	compartir la historia						0	
	Domingo						La sobrina de @erickeilas es la creadora de @smileguard.mx. Todo comenzó como un proyecto escolar de Valentina. Ella tiene pérdida auditiva profunda unilateral y es por eso que pensó en los desafíos a los que se enfrentan las personas con discapacidad auditiva. Seamos conscientes como ella y utilicemos #cubreboastransparente	#FAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboas #Transparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1		1	
SEMANA 4	Lunes	24/04/2022				11. Historia erick etias	compartir la historia						0	
	Martes												0	
	Miércoles												0	
	Jueves	28/04/2022				10. Día mundial de la salud y seguridad en el trabajo	Infomear						1	
	Viernes											0		
	Sábado	30/04/2022				12. Día del niño	fomentar la inclusión						1	
	Domingo												0	



MAYO														
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido (poner Enlace Texto Imagen Video)			Especificaciones contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	Número de publicaciones al día	
SEMANA 1	Lunes												0	
	Martes												0	
	Miércoles	###	12:00 pm	Herramientas para la lectura a niños con DA	Interacción Informativa	Dale swipe para conocer algunas estrategias para facilitar la enseñanza de la lectura a niños con discapacidad auditiva 📱👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	1					1	
	Jueves												0	
	Viernes												0	
	Sábado												0	
	Domingo												0	
SEMANA 2	Lunes												0	
	Martes	10		Día de la Madre	Conmemorar	¡Felicidades mamá! Gracias por su esfuerzo y sus enseñanzas 🌸👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1	
	Miércoles												0	
	Jueves												0	
	Viernes												0	
	Sábado												0	
	Domingo	15			Día del maestro	Conmemorar	Los maestros forman parte de nuestro crecimiento 📚👉👉, utilicemos nuestras herramientas para fomentar la inclusión y empatía 🌸	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
SEMANA 3	Lunes												0	
	Martes												0	
	Miércoles	18		Foto día del maestro	Interacción	Una escuela tiene que ser un lugar seguro para todos 🌸 ¡Utiliza cubrebocas transparente!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1	
	Jueves												0	
	Viernes												0	
	Sábado	21			Efectos en las PCD	Informar	La exclusión tiene mayor impacto del que podemos ver, te invitamos a ponerte en los zapatos de las personas con discapacidad auditiva 📱👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	1					1
	Domingo												0	
SEMANA 4	Lunes												0	
	Martes	24		Población mundial de PCD		¿Sabes cuantas personas tienen discapacidad auditiva en el mundo y en México? Seguro son más de las que piensas 📱👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	1					1	
	Miércoles												0	
	Jueves												0	
	Viernes												0	
	Sábado												0	
	Domingo	29			Datos de lectura labiofacial	Informar	La lectura labio-facial es el principal medio de comunicación de la mayoría de las personas con discapacidad auditiva 📱👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	1					1



MAYO														
	Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido (poner)			Especificaciones contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	Número de publicaciones al día
									Enlace	Texto	Imagen			
SEMANA 1	Lunes												0	
	Martes												0	
	Miércoles												0	
	Jueves	2			Foto Cubrebocas transparente	Unete a este movimiento de inclusión, utiliza cubrebocas transparente 😊	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1	
	Viernes												0	
	Sábado												0	
	Domingo												0	
SEMANA 2	Lunes												0	
	Martes	7			Que hacer y que no hacer con PCD	¿Qué puedo hacer cuando hablo con una persona con discapacidad auditiva? Aquí te damos unos tips 📌	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	1				1		
	Miércoles												0	
	Jueves	9			Foto Cubrebocas transparente	Nos encanta ver que cada vez somos más ¡Solo faltas tu! 🍷	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1			1		
	Viernes												0	
	Sábado												0	
	Domingo												0	
SEMANA 3	Lunes	13			Mejores app para PCD	Estas Apps pueden facilitar tu comunicación si tienes discapacidad auditiva ¡Conoce las! ¿Conoces alguna otra? 📱	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva	1				1		
	Martes												0	
	Miércoles												0	
	Jueves												0	
	Viernes												0	
	Sábado												0	
	Domingo												0	



MÉXICO		FEBRERO												
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará)	Etiquetas / Hashtags	Enlace	Texto	Imagen	Video	Especificación	Fotografía, video o liga a la publicación	Numero de publicaciones al día
SEMANA 1	Lunes													0
	Martes													0
	Miércoles	09/02/22	12:00		INCLUSIÓN	EMPATIZAR	La discapacidad no debería de ser una limitante. Impulsemos la inclusión y el uso del cubre bocas transparente.	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
	Jueves													0
	Viernes	11/02/22	3:00		INICIATIVA DE LEY	COMUNICAR	Cada vez estamos más cerca, sigamos luchando para hacerlo LEY	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1			1
	Sábado													0
	Domingo	13/02/22	6:00		FOTO	INVITAR	En el Senado ya usan cubre bocas transparente	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1			1
SEMANA 2	Lunes													0
	Martes													0
	Miércoles	16/02/22	3:00		SEMANA SALUD AUDITIVA (SENADO)	INFORMAR	La Semana Nacional de la Salud Auditiva es un gran logro en el camino a la inclusión y la visibilizarían.	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
	Jueves													0
	Viernes	18/02/22	6:00		FOTO	INVITAR	NAME ya se unió a esta iniciativa, ¿tu que esperas? ¡SÚMATE!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1			1
	Sábado													0
	Domingo	18/02/22	12:00		QUE ES LA SALUD AUDITIVA	INFORMAR	Conoce todo sobre la Semana Nacional de la Salud Auditiva	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
SEMANA 3	Lunes													0
	Martes	22/02/22	6:00		INICIA SSA	INVITAR	Usar cubre bocas transparente tiene muchos beneficios, conoce alguno de ellos!!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
	Miércoles													0
	Jueves													0
	Viernes	25/02/22	3:00		CUBREBOCAS EN TU NEGOCIO	MOTIVAR	Súmate a la iniciativa y cuéntanos! ¿Porqué utilizas tu cubre bocas transparente?	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
	Sábado													0
	Domingo													0
SEMANA 4	Lunes	28/02/22	6:00		FIN DE SSA	INFORMAR	Seguimos luchando para visibilizar la salud auditiva!!!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1			1
	Martes													0
	Miércoles													0
	Jueves													0
	Viernes													0



Instagram

MÉXICO		FEBRERO												
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará)	Etiquetas / Hashtags	Enlace	Texto	Imagen	Video	Especificación	Fotografía, video o liga a la publicación	Numero de publicaciones al día
Lunes														0
Martes														0
Miércoles	09/02/22	12:00		INCLUSIÓN	EMPATIZAR	La discapacidad no debería de ser una limitante. Impulsemos la inclusión y el uso del cubre bocas transparente.	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1					1
Jueves														0
Viernes	11/02/22	3:00		INICIATIVA DE LEY	COMUNICAR	Cada vez estamos más cerca, sigamos luchando para hacerlo LEY	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1				1
Sábado														0
Domingo	13/02/22	6:00		FOTO	INVITAR	En el Senado ya usan #cubreboastransparente	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva				1			1
Lunes														0
Martes														0
Miércoles	16/02/22	3:00		SEMANA SALUD AUDITIVA (SENADO)	INFORMAR	La Semana Nacional de la Salud Auditiva es un gran logro en el camino a la inclusión y la visibilizarían.	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1					1
Jueves														0
Viernes	18/02/22	6:00		FOTO	INVITAR	NAME ya se unió a esta iniciativa, ¿tu que esperas? ¡SÚMATE!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1				1
Sábado														0
Domingo	18/02/22	12:00		QUE ES LA SALUD AUDITIVA	INFORMAR	Conoce todo sobre la Semana Nacional de la Salud Auditiva	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1					1
Lunes														0
Martes	22/02/22	6:00		INICIA SSA	INVITAR	Usar #cubreboastransparente tiene muchos beneficios, ¿conoce alguno de ellos!!!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1					1
Miércoles														0
Jueves														0
Viernes	25/02/22	3:00		CUBREBOCAS EN TU NEGOCIO	MOTIVAR	¡Sumate a la iniciativa y cuéntanos! ¿Porqué utilizas tu cubre bocas transparente?	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1					1
Sábado														0
Domingo														0
Lunes	28/02/22	6:00		FIN DE SSA	INFORMAR	Seguimos luchando para visibilizar la salud auditiva!!!!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreBocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1				1
Martes														0
Miércoles														0
Jueves														0
Viernes														0
Sábado														0
Domingo														0



MÉXICO											
MARZO											
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido	Especificaciones contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	Número de publicaciones al día
SEMANA 1	Lunes						#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboкасTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva				0
	Martes	###	6:00	Día de la cero discriminación	Informar						0
	Miércoles										0
	Jueves										0
	Viernes										0
	Sábado										0
	Domingo										0
SEMANA 2	Lunes						#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboкасTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva				0
	Martes	8/3	3:00:00	Día Internacional de la mujer	Comemorar						0
	Miércoles										0
	Jueves										0
	Viernes	11	6:00	Informativo	Informar	¿Qué esperas para ser parte de la iniciativa? ¡Contágnos tu cubrebocas transparente y forma parte de este movimiento de inclusión! 🙌🙌🙌					0
	Sábado										0
	Domingo	13	12:00	Inclusión	Incluir	Uruguay ya lo logró! Ayudanos a que en México tambien sea una realidad.  El 21 de octubre se publicó la ley 19 905 que regula el uso de máscaras de protección facial u otros dispositivos de prevención de contagio que permitan la lectura de labios toda vez que se estable comunicación con personas que necesitan leer los labios para poder comprender a su interlocutor".	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboкасTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva				0
SEMANA 3	Lunes										0
	Martes					Argentina ya lo logró! Ayudanos a que en México tambien sea una realidad.  La norma que fue aprobada el 30 junio, vetada por el Ejecutivo e insistida por la Legislatura en la sesión del 2 de septiembre, establece que "cada oficina, organismo o dependencia que atienda al público debe contar con al menos 1 trabajador/a por turno o franja laboral que utilice mascarilla, tapabocas o barbijó transparente".	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboкасTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva				0
	Miércoles	16	6:00	Foto	Motivar						0
	Jueves										0
	Viernes	18	3:00	Foto	Motivar	¡Cada vez somos más! Se parte de este movimiento de inclusión 🙌🙌					0
	Sábado										0
	Domingo	20	12:00								
SEMANA 4	Lunes										0
	Martes										0
	Miércoles	23	6:00	Foto	Motivar	¡Cada vez somos más! Se parte de este movimiento de inclusión 🙌🙌					0
	Jueves										0
	Viernes	25	3:00		Informar	¡Seguimos luchando para que esto sea una realidad en México! la iniciativa e impulsándola en la LXV Legislatura, a través de la modificación de distintas leyes, entre las que se encuentra la Ley General de Salud, la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad y la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación.	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboкасTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva				0
	Sábado										0
	Domingo	27				Foto	LEAF ya es una opción aprobada por la FDA, cada vez estamos más cerca de un mundo más inclusivo.	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubreboкасTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			



MAYO													
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido (poner)			Especificaciones contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	Número de publicaciones al día
								Enlace	Texto	Imagen	Video		
SEMANA 1	Lunes												0
	Martes												0
	Miércoles	###	12:00 pm	Herramientas para la lectura a niños con DA	Interacción Informativa	Dale swipe para conocer algunas estrategias para facilitar la enseñanza de la lectura a niños con discapacidad auditiva 🙌👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
	Jueves												0
	Viernes												0
	Sábado												0
	Domingo												0
SEMANA 2	Lunes												0
	Martes	10		Día de la Madre	Commemorar	¡Felicidades mamá! Gracias por su esfuerzo y sus enseñanzas 🙌👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1			1
	Miércoles												0
	Jueves												0
	Viernes												0
	Sábado												0
	Domingo	15		Día del maestro	Commemorar	Los maestros forman parte de nuestro crecimiento 🙌👉👉, utilicemos nuestras herramientas para fomentar la inclusión y empatía 🙌	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1			1
SEMANA 3	Lunes												0
	Martes												0
	Miércoles	18		Foto día del maestro	Interacción	Una escuela tiene que ser un lugar seguro para todos 🙌 ¡utiliza cubrebocas transparente!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1			1
	Jueves												0
	Viernes												0
	Sábado	21		Efectos en las PCD	Informar	La exclusión tiene mayor impacto del que podemos ver, te invitamos a ponerte en los zapatos de las personas con discapacidad auditiva 🙌👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
	Domingo												0
SEMANA 4	Lunes												0
	Martes	24		Población mundial de PCD	Informar	¿Sabes cuántas personas tienen discapacidad auditiva en el mundo y en México? Seguro son más de las que piensas 🙌👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
	Miércoles												0
	Jueves												0
	Viernes												0
	Sábado												0
	Domingo	29		Datos de lectura labiofacial	Informar	La lectura labio-facial es el principal medio de comunicación de la mayoría de las personas con discapacidad auditiva 🙌👉👉	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocas Transparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1



MAYO														
	Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido (poner)			Especificaciones contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	Número de publicaciones al día
									Enlace	Texto	Imagen	Video		
SEMANA 1	Lunes													0
	Martes													0
	Miércoles													0
	Jueves	2			Foto Cubrebocas transparente		Unete a este movimiento de inclusión, utiliza cubrebocas transparente 😊	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1			1
	Viernes													0
	Sábado													0
	Domingo													0
SEMANA 2	Lunes													0
	Martes	7			Que hacer y que no hacer con PCD		¿Qué puedo hacer cuando hablo con una persona con discapacidad auditiva? Aquí te damos unos tips 📌	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
	Miércoles													0
	Jueves	9			Foto Cubrebocas transparente		Nos encanta ver que cada vez somos más ¡Solo faltas tu! 🍷	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva			1			1
	Viernes													0
	Sábado													0
	Domingo													0
SEMANA 3	Lunes	13			Mejores app para PCD		Estas Apps pueden facilitar tu comunicación si tienes discapacidad auditiva ¡Conocelas! ¿Conoces alguna otra? 🍷	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubrebocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva		1				1
	Martes													0
	Miércoles													0
	Jueves													0
	Viernes													0
	Sábado													0
	Domingo													0



Twitter

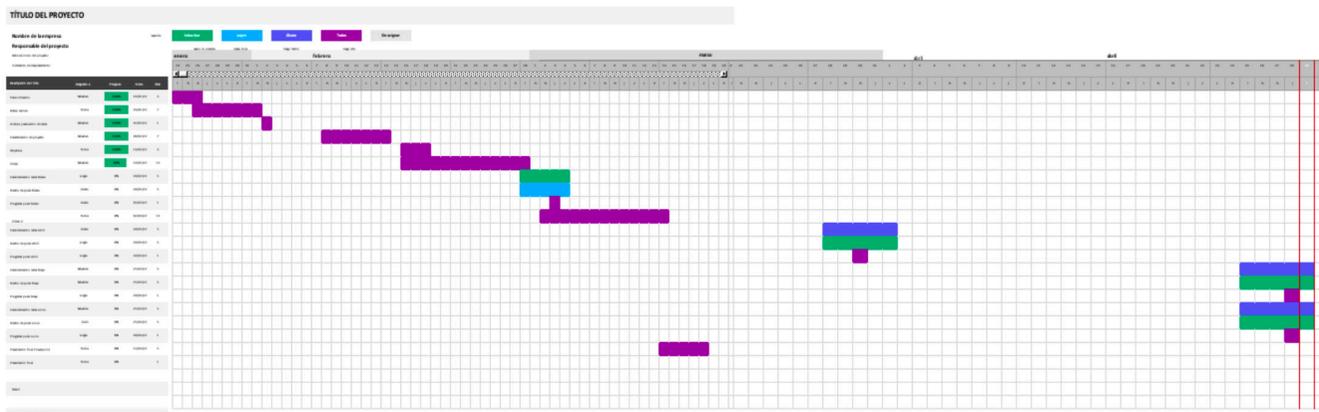
		FEBRERO						
	Día	Fecha	en que se publica	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags
SEM ANA 1	Lunes							
	Martes							
	Miércoles	09/02/2022	12:00		INCLUSIÓN	EMPATIZAR	La discapacidad no debería de ser una limitante. Impulsemos la inclusión y el uso del cubre bocas transparente. 🗣️	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva
	Jueves							
	Viernes	11/02/22	3:00		INICIATIVA DE LEY	COMUNICAR	sigamos luchando para hacerlo	#MexicoCubre bocasTra
	Sábado							
	Domingo	13/02/2022	6:00		FOTO	INVITAR	#cubre bocastranparente	#MexicoCubre bocasTra
SEM ANA 2	Lunes							
	Martes							
	Miércoles	16/02/2022	3:00		AUDITIVA	INFORMAR	Auditiva es un gran logro en el	#MexicoCubre bocasTra
	Jueves							
	Viernes	18/02/22	6:00		FOTO	INVITAR	¿tu que esperas? ¡SUMATE!	#MexicoCubre bocasTra
Sábado								
Domingo	18/02/2022	12:00		AUDITIVA	INFORMAR	Nacional de la Salud Auditiva	#MexicoCubre bocasTra	
SEM ANA 3	Lunes							
	Martes	22/02/2022	6:00		INICIA SSA	INVITAR	Usar #cubre bocastranparente tiene muchos beneficios, conoce alguno de ellos!!!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva
	Miércoles							
	Jueves							
	Viernes	25/02/2022	3:00		CUBREBOCAS EN TU NEGOCIO	MOTIVAR	Súmate a la iniciativa y cuéntanos! ¿Porqué utilizas tu cubre bocas trasparente?	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva
	Sábado							
	Domingo							
SEM ANA 4	Lunes	28/02/2022	6:00		FIN DE SSA	INFORMAR	Seguimos luchando para visibilizar la salud auditiva!!!!	#PAPEscuchaMéxico #MexicoCubre bocasTransparentes #MéxicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad #DiscapacidadAuditiva #CulturaAuditiva
	Martes							
	Miércoles							
	Jueves							
	Viernes							
	Sábado							
	Domingo							



MÉXICO							
MARZO							
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags
SEMANA 1	Lunes						
	Martes						
	Miércoles						
	Jueves						#PAPEscucha México #MexicoCubre bocasTransparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad
	Viernes	###	3:00		Día internacional de la audición	Informar	#Discapacidad Auditiva #CulturaAuditiva
	Sábado	###	6:00		Día de la Logopedia	Informar	México
	Domingo						
SEMANA 2	Lunes						#PAPEscucha México #MexicoCubre bocasTransparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad
	Martes						#Discapacidad Auditiva #CulturaAuditiva
	Miércoles	8/3	3:00:00		Día internacional de la mujer	informar	
	Jueves						
	Viernes						#PAPEscucha México #MexicoCubre bocasTransparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad
	Sábado	11	6:00		Informativo	Informar	#Discapacidad Auditiva #CulturaAuditiva
	Domingo	13	12:00		Inclusión	Incluir	México
SEMANA 3	Lunes						
	Martes						
	Miércoles						#PAPEscucha México #MexicoCubre bocasTransparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad
	Jueves	16	6:00		Foto	Motivar	#Discapacidad Auditiva #CulturaAuditiva
	Viernes						#PAPEscucha México #MexicoCubre bocasTransparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad
	Sábado	18	3:00		Uso Correcto	Motivar	#Discapacidad Auditiva #CulturaAuditiva
	Domingo	20	12:00		Foto	Motivar	México
SEMANA 4	Lunes						
	Martes						
	Miércoles						#PAPEscucha México #MexicoCubre bocasTransparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad
	Jueves	23	6:00		Foto	Motivar	#Discapacidad Auditiva #CulturaAuditiva
	Viernes						#PAPEscucha México #MexicoCubre bocasTransparentes #MexicoInclusivo #Inclusión #Discapacidad
	Sábado	25	3:00		Tu negocio y el cubrebocas transparente	Informar	#Discapacidad Auditiva #CulturaAuditiva
	Domingo						



### 1.3.5 Brankia



#### Calendarización de redes

<https://drive.google.com/drive/folders/11LxgGwVVhUfL898y9996K9qdnHnLVCDr>

### 1.3.6 Universidad Incluyente

#### Diagrama de Gantt

A continuación se presenta el calendario de trabajo que se manejó este periodo, Primavera 2022. En él se desglosan las diferentes actividades que realizamos a lo largo del semestre, así como la persona a quien se le designó dicha actividad. En el caso de Universidad Incluyente, se trabajaron 5 infográficos y dos videos, material destinado a ser apoyo visual para su app que está próxima a salir. Por esta razón es que, a diferencia de otros apartados dentro del RPAP, aquí no

se presenta calendarización de redes sociales.

En el punto 1.4 de este documento es posible consultar con mayor detalle la dinámica de trabajo que se manejó en colaboración con los coordinadores del programa Universidad Incluyente, al igual que una descripción a profundidad de los procesos de creación, y las imágenes de los diferentes productos resultantes, enlistados en el párrafo anterior.





### 2. Incremento de seguidores

No hay detalles en el reporte respecto a cuál fue el incremento de seguidores antes y después de aplicar la estrategia. No hubo reporte de resultados.

### 3. Interacciones, alcance y engagement

Se diseñaron 4 infográficos y una postal, sin embargo sólo dos de esos productos comunicativos fueron publicados en la página de Facebook de Universidad Incluyente ITESO. Ninguna de las publicaciones tuvo un alcance ni interacciones significativas.

### 4. Publicaciones exitosas y no exitosas: interacciones, alcance y engagement

Creemos que ninguna de las publicaciones tuvo el éxito esperado. Ambas tuvieron muy pocas interacciones. Después de reflexionar en torno al diseño de los infográficos, notamos que estos contenían textos extensos con tipografías de tamaño reducido. A nuestro parecer, la cantidad de texto que se incluye reduce el atractivo, dificulta la lectura y provoca una sensación de saturación que desalienta al lector a siquiera comenzar a la lectura. Asimismo, consideramos que el diseño es algo sobrio, pero entendemos que existe una guía de identidad gráfica a la que dichos contenidos se deben apegar. El reto que identificamos es cómo, dentro de estos paráme-

#### La más exitosa

- Fue un infográfico que exponía los diferentes tipos de discapacidades que existen. Cuenta con 5 interacciones, 4 “me gusta” y un “me encanta”. Puede consultarse aquí:

<https://www.facebook.com/UniversidadIncluyenteITESO/photos/1362984830824596>

#### La menos exitosa

- Fue un infográfico que describía en qué consiste el proyecto de Universidad Incluyente de ITESO. Tuvo 4 “me gusta” y se compartió una vez. Puede consultarse aquí:

<https://www.facebook.com/UniversidadIncluyenteITESO/photos/1361080237681722>



tros, logran diseñar algo que resulte atractivo, interesante y que además cumpla el objetivo de informar/educar.

### **Conclusión**

A través del análisis realizado, pudimos conocer un poco lo que se trabajó el semestre anterior. Universidad Includente es uno de los proyectos que se ha integrado al PAP más recientemente, por lo que es necesario desarrollar más a profundidad esta colaboración con el departamento de C-Juven de ITESO. Las reflexiones que hicimos en este trabajo, nos permitieron pensar en las áreas de oportunidad y mejora a tener presentes a la hora de plantear nuevas propuestas y posibilidades para el proyecto en este nuevo periodo.

#### *A. Estado actual del proyecto*

Observamos que la página de Facebook no tiene muchas publicaciones propias. La información que encontramos en la página son en su mayoría publicaciones de otras páginas que son compartidas por Universidad Includente ITESO. El semestre anterior los responsables del proyecto hicieron peticiones muy específicas, y eso fue lo que se trabajó. Consideramos pertinente mejorar la comunicación y

la dinámica de colaboración que se ha estado llevando con el departamento de C-Juven, es por ello que se tiene contemplado programar algunas reuniones en las que los alumnos en curso del PAP y los principales responsables del programa estén presentes.

#### *B. Posibles objetivos y estrategias para el plan de redes sociales de Primavera 2021*

Llegamos a la conclusión de que sería pertinente el diseño de una estrategia para redes propia del proyecto, impulsar la generación de contenido original que pueda publicarse en el sitio y que atienda las necesidades actuales de Universidad Includente. Por lo tanto, algunos de los objetivos serían los siguientes:

- Diseñar una estrategia de redes sociales para Universidad Includente.
- Producir contenido original para las redes de Universidad Includente.
- Diseñar infográficos que socialicen hacia el interior de ITESO qué es el proyecto de Universidad Includente, para publicar en las plataformas de Facebook e Instagram.



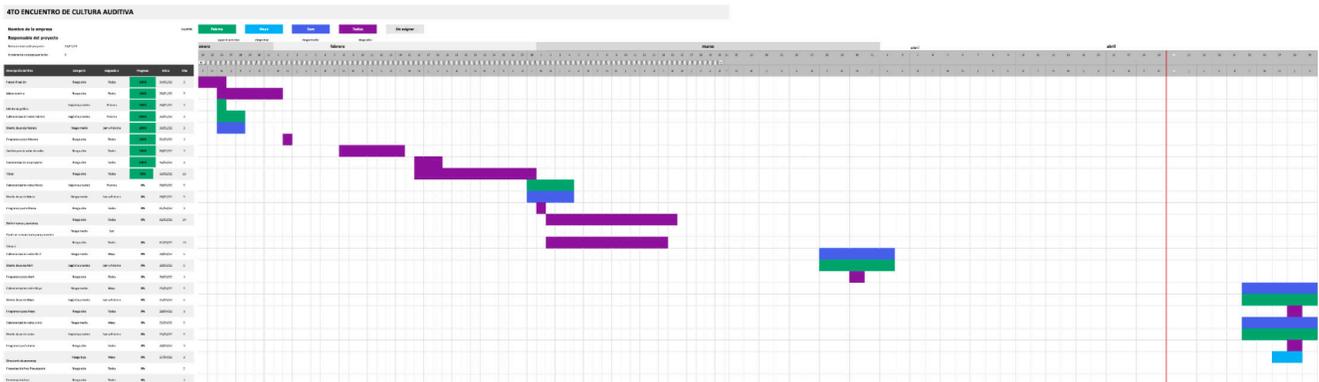
### C. Alcance esperado para este periodo

- Que la información que necesita difundirse llegue a su público objetivo. De preferencia alcanzar a tantas personas de dicho público como sea posible. Que los alumnos y alumnas que lo necesiten, se enteren de la existencia del programa.
- Trabajar en conjunto con el departamento de C-Juven para servir sus necesidades y objetivos.

## 1.3.7 Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva

### Diagrama de Gantt

Para iniciar con las actividades, en equipo, realizamos el siguiente diagrama con el objetivo de organizar todas las entregas que se tendrán en el semestre. Enlistamos cada una de las actividades con la fecha de entrega y lo repartimos entre todas las integrantes del equipo de manera equitativa. En el apartado 1.4 de este documento se describe con mayor detalle la dinámica de trabajo, los procesos de creación y se anexan los diferentes productos que se trabajaron a lo largo del periodo de Primavera 2022.



## Análisis de redes sociales del periodo de otoño 2021

### Introducción

La importancia de realizar este ejercicio de análisis reside en la necesidad de establecer un punto de partida para estructurar el trabajo de este nuevo periodo escolar. Explorar qué se hizo anteriormente y cuáles fueron los resultados, nos permitirá reflexionar si las estrategias que se implementaron tuvieron o no el impacto esperado, para entonces repetir aquellas que

fueron exitosas y refinar las que no. Asimismo, esta actividad nos ayudará a conocer más a detalle los objetivos del proyecto, para poder proponer nuevos caminos para servir dichos propósitos. Como no existen redes sociales particulares para el Encuentro, el análisis consistió en revisar las publicaciones hechas en las redes del PAP, dar lectura a las observaciones de nuestros compañeros en los RPAP pasados, así como reflexionar en torno al evento en sí mismo, las temáticas abordadas y cómo se estructuró.

### Desarrollo

1. Descripción del 3er Encuentro Internacional de Cultura Auditiva: en el siguiente cuadro se enlistan los bloques que se expusieron en encuentro anterior, los temas, que tipo de actividad fue y los horarios y duración tuvieron.

	Tema	Subtemas	Tipo de dinámica	Horario y duración
1	Bloque I: Contaminación acústica y legalidad del ruido excesivo	Contaminación acústica y sus consecuencias en grandes ciudades	Conferencia	10:00 - 10:40 AM (40 min.)
		Legislación nacional del ruido excesivo	Conferencia	10:55 - 11:15 AM (20 min.)
		Legalidad y derechos del ruido excesivo en España	Conferencia	11:30 AM - 12:30 PM (60 min.)
		Concientización sobre la afectación del ruido en España	Conferencia	12:40 - 1:40 PM (60 min.)



		Del ruido a la armonía legal	Conferencia	1:50 - 2:10 PM (20 min.)
2	Bloque II: PAP Escucha México	Inclusión en la educación, mi experiencia docente en ITESO	Conferencia	4:15 - 4:40 PM (25 min.)
		Audición y lenguaje: inclusión total	Conferencia	4:50 - 5:20 PM (30 min.)
		Cruzada Contra el Ruido	Conferencia	5:30 - 5:45 PM (15 min.)
		Iniciativa cubrebocas transparente	Conferencia	5:50 - 6:05 PM (15 min.)
		PAP Escucha México: Cultura Auditiva	Conferencia	6:05 - 6:30 PM (25 min.)
3	Bloque III: Discapacidad auditiva y comunicación	Contextualización de la discapacidad auditiva en la comunidad	Conferencia	9:00 - 9:50 AM (50 min.)
		¿Sordera o discapacidad auditiva?	Debate	10:00 - 11:00 AM (60 min.)
4	Bloque IV: Sonido como medio de expresión artística	Sonido como medio de expresión	Conferencia	11:10 AM - 12:00 PM (50 min.)
5	Bloque V: Cultura auditiva y legalidad	La UNESCO y las personas con discapacidad, hacia sociedades más incluyentes	Conferencia	12:00 - 1:30 PM (30 min.)
		Brankia: el cubrebocas incluyente	Conferencia	1:00 - 1:30 PM (30 min.)



6	Bloque VI: Cultura auditiva e inclusión social y educativa	Inclusión y salud auditiva vista de la Cámara de Diputados	Conferencia	4:00 - 4:40 PM (40 min.)
		Los cubrebocas transparentes: su gestión ante la Cámara de Senadores	Conferencia	4:50 - 5:30 PM (40 min.)
		Social inclusion in children through auditory verbal therapy / Inclusión social de niños a través de la terapia auditiva-verbal	Conferencia	5:30 - 6:30 PM (60 min.)

## 2. Interacciones, alcance y engagement

Evaluamos el porcentaje de engagement de los videos del Encuentro publicados en facebook. Enlistamos las reacciones, compartidos, comentarios y visualizaciones de cada uno de ellos.

### VIDEOS DE LA TRANSMISIÓN EN VIVO

	Duración	Espectadores en vivo	Visualizaciones en Facebook	Interacciones en Facebook
1	<a href="#">Ir al video</a> 01:13:14	18	187	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 9</li> <li>• Compartidas: 10</li> <li>• Me gusta: 13</li> <li>• Comentarios: 15</li> </ul>
2	<a href="#">Ir al video</a> 18:11	14	80	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 2</li> <li>• Compartidas: 15</li> <li>• Me gusta: 13</li> <li>• Comentarios: 0</li> </ul>



3	<a href="#">Ir al video</a> 51:11	14	113	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 3</li> <li>• Compartidas: 1</li> <li>• Me gusta: 19</li> <li>• Comentarios: 2</li> </ul>
4	<a href="#">Ir al video</a> 47:40	11	181	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 4</li> <li>• Compartidas: 3</li> <li>• Me gusta: 19</li> <li>• Comentarios: 2</li> </ul>
5	<a href="#">Ir al video</a> 28:32	8	45	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 2</li> <li>• Compartidas: 0</li> <li>• Me gusta: 19</li> <li>• Comentarios: 3</li> </ul>
6	<a href="#">Ir al video</a> 33:14	12	69	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 6</li> <li>• Compartidas: 1</li> <li>• Me gusta: 19</li> <li>• Comentarios: 4</li> </ul>
7	<a href="#">Ir al video</a> 26:36	8	71	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 4</li> <li>• Compartidas: 0</li> <li>• Me gusta: 4</li> <li>• Comentarios: 1</li> </ul>
8	<a href="#">Ir al video</a> 34:13	5	181	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 4</li> <li>• Compartidas: 0</li> <li>• Me gusta: 4</li> <li>• Comentarios: 3</li> </ul>
9	<a href="#">Ir al video</a> 18:57	4	64	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 2</li> <li>• Compartidas: 0</li> <li>• Me gusta: 3</li> <li>• Comentarios: 1</li> </ul>
10	<a href="#">Ir al video</a> 50:41	7	47	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 6</li> <li>• Compartidas: 2</li> <li>• Me gusta: 3</li> <li>• Comentarios: 2</li> </ul>
11	<a href="#">Ir al video</a> 1:01:38	7	52	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 5</li> <li>• Compartidas: 0</li> <li>• Me gusta: 3</li> <li>• Comentarios: 3</li> </ul>



12	<a href="#">Ir al video</a> 42:02	4	40	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 3</li> <li>• Compartidas: 2</li> <li>• Me gusta: 3</li> <li>• Comentarios: 0</li> </ul>
13	<a href="#">Ir al video</a> 54:01	4	71	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 3</li> <li>• Compartidas: 2</li> <li>• Me gusta: 3</li> <li>• Comentarios: 0</li> </ul>
14	<a href="#">Ir al video</a> 54:01	4	71	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 3</li> <li>• Compartidas: 1</li> <li>• Me gusta: 3</li> <li>• Comentarios: 1</li> </ul>
15	<a href="#">Ir al video</a> 22:25	4	36	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 3</li> <li>• Compartidas: 0</li> <li>• Me gusta: 3</li> <li>• Comentarios: 0</li> </ul>
16	<a href="#">Ir al video</a> 47:59	4	54	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacciones: 1</li> <li>• Compartidas: 1</li> <li>• Me gusta: 1</li> <li>• Comentarios: 1</li> </ul>

## TEASERS PROMOCIONALES

	Título	Duración	Visualizaciones en YouTube	Interacciones en YouTube
1	<a href="#">Contaminación acústica</a>	0:39	35	Me gusta: 0
2	<a href="#">Cultura auditiva e inclusión social</a>	0:38	22	Me gusta: 0
3	<a href="#">Arte y sonido</a>	0:48	21	Me gusta: 2
4	<a href="#">Discapacidad</a>	0:39	21	Me gusta: 0
5	<a href="#">Teaser 5</a>	0:43	19	Me gusta: 2



## OTRAS PUBLICACIONES

Título	Me gusta	Comentarios	Compartidas
<a href="#">Volante del evento: temas, ponentes y horarios</a>	10	0	4

## 4. Publicaciones exitosas y no exitosas

Interacciones, alcance y engagement: esto se hizo con el propósito de ver cuáles tuvieron mayor éxito y cuáles no y poder replicar la temática o dinámica para el siguiente evento.

La más exitosa	La menos exitosa
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El video más exitoso fue el 1, dado que tuvo la mayor asistencia en vivo (18 personas) y el mayor número de visualizaciones (181), así como el mayor número de interacciones.</li> <li>• El teaser más exitoso fue el primero, dado que tuvo el mayor número de reproducciones (35).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El video menos exitoso fue el 12, dado que tuvo la menor asistencia en vivo (4 personas) y el menor número de visualizaciones (40).</li> <li>• El teaser menos exitoso fue el quinto, dado que tuvo el menor número de reproducciones (19).</li> <li>• En general había muchas publicaciones que no tenían ningún me gusta, ningún comentario y ninguna compartida.</li> </ul>

Creemos que quizá una de las razones por las cuales los posts no tienen el impacto esperado, es porque tal vez no están llegando al público meta

pertinente. Probablemente sería pertinente desarrollar estrategias para alcanzar al público deseado. Quizá otra de las razones sea que



no se están utilizando los productos comunicativos más adecuados para captar la atención del público meta. Tal vez podrían probar otras opciones, innovando en los formatos. Se podría realizar un análisis y reflexión en torno al tipo de contenido/información y a la forma en la que se presenta, y pensar en si existe alguna manera en la que pueda renovarse para generar un mayor impacto y que surja en las personas la iniciativa de compartirlo.

Quizá también se podría reflexionar en torno a las temáticas mismas del Encuentro y a qué público interesan. Creemos que es importante definir los objetivos del 4to Encuentro, justificar los temas en función de su relevancia actual o las necesidades del mercado, dado que dichos objetivos y público meta serán la base para justificar el resto de las decisiones respecto al rumbo del evento.

#### 5. Recomendaciones de nuestros compañeros de periodos anteriores

Los semestres anteriores los equipos realizaron una serie de recomendaciones para que el siguiente evento fuera más exitoso y tuviera mejor orden.

Verano 2021	Otoño 2021
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ponentes:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Confirmar los ponentes que hacen falta y darle seguimiento a los que ya están.</li> </ul> </li> </ul> <p>Promoción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuar utilizando la línea de diseño para crear la publicidad del evento.</li> <li>- Darle más difusión al encuentro para generar una mayor comunidad</li> <li>- Buscar la manera de llegar a más público.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ponentes:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pedir número de celular para contactarlos con mayor facilidad.</li> <li>- No saturar de información los productos gráficos.</li> </ul> </li> <li>• Diseño:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gráficos intuitivos y explicaciones fáciles de entender.</li> <li>- Realizar trabajo visual para los ponentes como backup, en caso de que no se presenten con material.</li> <li>- Eliminar archivos que ya no tienen utilidad para el proyecto.</li> </ul> </li> </ul>



## Conclusión

La información que recolectamos gracias a este análisis nos ayuda a comprender mejor de qué trata el proyecto, cómo se abordó en semestres anteriores, quiénes formaron parte del Encuentro, qué temáticas se tocaron, qué estrategias tuvieron éxito y cuáles no, y el alcance que tuvo. Tener conocimiento de todo esto nos permitirá realizar ajustes y mejoras. A continuación describimos más a detalle nuestros hallazgos.

### A. Estado actual del proyecto

Las tareas de este proyecto responden a dos necesidades principales: organizar y promover. La organización consiste en definir los temas del

Encuentro, determinar los mejores ponentes para ello y contactarlos, así como todo lo que corresponde a la logística del evento. La promoción consiste en diseñar productos comunicativos con el propósito de publicitar el evento e invitar a las personas a formar parte de él. El 3er Encuentro se realizó el 8 y 9 de noviembre de 2021, por lo que a este periodo le corresponde reiniciar los ciclos de organización y promoción. En otras palabras, somos responsables de comenzar de cero y dejar campo abierto para que al proyecto se le pueda dar continuidad con facilidad en Verano de 2022, y que finalmente pueda ser ejecutado en Otoño de 2022.

### B. Posibles objetivos y estrategias para el plan de redes sociales de Primavera 2021

Para comprender mejor qué estrategias y objetivos realizaremos en el semestre organizamos en la siguiente tabla. Dividimos en cuatro secciones principales para que fuera más sencillo dividir las actividades.

Organización y logística	
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolectar información acerca de las temáticas de interés y relevancia actual.</li> <li>• Definir bloques temáticos y subtemas.</li> <li>• Estructurar el evento.</li> </ul>
Ponentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar ponentes y contactarlos.</li> <li>• Dar seguimiento a los correos y generar una base de datos.</li> </ul>



Vinculación con semana cultural de ITESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar la vinculación con la semana cultural de ITESO.</li> </ul>
Diseño	
Identidad visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar identidad visual del Encuentro: logo y gráficos auxiliares.</li> <li>• Estructurar una especie de manual de identidad visual que apoye a nuestros futuros compañeros a dar seguimiento al proyecto en los siguientes periodos.</li> </ul>
Productos comunicativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir qué productos gráficos de comunicación interna y externa se necesitarán para el Encuentro, y realizar una primera propuesta de los mismos.</li> </ul>
Promoción	
Estrategias de difusión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar estrategias para publicitar el evento en redes sociales y otros medios disponibles.</li> <li>• Diseñar productos comunicativos de promoción y calendarizar su publicación.</li> </ul>
Evaluación	
Retroalimentación de los asistentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proponer el diseño de un dispositivo que nos permita recolectar las impresiones de ponentes y asistentes, de manera que podamos conocer a detalle su experiencia y el nivel de satisfacción obtenido, así como sugerencias para mejorar dicha experiencia en próximos eventos. La retroalimentación es importante para el crecimiento. Por el momento pensamos que una opción podría ser un formulario de Google.</li> </ul>

*C. Alcance esperado para este periodo*

• Que el evento pueda continuar siendo de corte internacional.

• Conseguir que un mayor número de personas se enteren del evento y se interesen por formar parte de él. Incrementar el número de asistentes.



- Conseguir mayores interacciones en redes sociales en las publicaciones que tengan relación con el evento.

### Calendarización Encuentro

El siguiente apartado muestra las tablas que se realizaron para programar los posts de los meses correspondientes. El Encuentro no

cuenta con redes sociales propias, por lo que estas publicaciones se hicieron llegar a los y las encargadas de las redes sociales del PAP para que en dicha plataforma pudiesen publicarse. Se animaron 6 reels en total, cada uno con un fragmento relevante y representativo de cada uno de los bloques que conformaron el Tercer Encuentro.

MARZO												
	Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Enlace	Texto	Tipo contenido (poner el no. 1 en el caso de Imagen o Video)	Especificaciones contenido
SEMANA 1	Lunes											
	Martes											
	Miércoles	02/03/22		Redes PAP	Resumen Bloque 1	Promoción	Recordamos la plática de @jdegortari del 3er Encuentro de Cultura Auditiva que habla sobre la contaminación acústica y sus consecuencias. ¡Ya estamos preparando el 4to Encuentro!	#CulturaAuditiva #PAPEscuchaMX #ITESO #DiscapacidadesAuditiva #Inclusión #EncuentrodeCulturaAuditiva			1	
	Jueves											
	Viernes											
	Sábado											
	Domingo											
SEMANA 2	Lunes											
	Martes											
	Miércoles											
	Jueves											
	Viernes	11/03/22		Redes PAP	Resumen Bloque 2	Promoción	@mariana.anayadolll nos platica sobre las diferentes técnicas que utiliza para las terapias de lenguaje en su clínica. ¡Ya estamos preparando el 4to Encuentro!	#CulturaAuditiva #PAPEscuchaMX #ITESO #DiscapacidadesAuditiva #Inclusión #EncuentrodeCulturaAuditiva				
	Sábado											
	Domingo											
SEMANA 3	Lunes											
	Martes											
	Miércoles											
	Jueves											
	Viernes											
	Sábado											
	Domingo											
SEMANA 4	Lunes	28/03/22		Redes PAP	Resumen Bloque 3	Promoción	¿Tú sabes la diferencia entre estos dos términos? Te invitamos a escuchar el panel realizado en el 3er Encuentro de Cultura Auditiva. ¡Ya estamos preparando el 4to Encuentro!	#CulturaAuditiva #PAPEscuchaMX #ITESO #DiscapacidadesAuditiva #Inclusión #EncuentrodeCulturaAuditiva				
	Martes											
	Miércoles											
	Jueves											
	Viernes											
	Sábado											
	Domingo											



ABRIL													
Día	Fecha	Hora en que se publicará	Responsable	Tema	Objetivo	Copy (Texto que acompañará a la imagen o video)	Etiquetas / Hashtags	Enlace	Texto	Tipo contenido (poner el no. 1 en el c. Imagen o Video)	Especificaciones contenido	Fotografía, video o liga a la publicación	
SEMANA 1	Lunes												
	Martes												
	Miércoles	02/04/22	Redes PAP	Resumen Bloque 4	Promoción	Yahir López nos compartió su experiencia con la música y cómo se puede presentarse de manera artística. La plática completa está en nuestro facebook. ¡Ya estamos preparando el 4to Encuentro!	#CulturaAuditiva #PAPEscuchaMX #ITESO #DiscapacidadAuditiva #Inclusión #EncuentrodeCulturaAuditiva			1			
	Jueves												
	Viernes												
	Sábado												
	Domingo												
SEMANA 2	Lunes												
	Martes												
	Miércoles												
	Jueves												
	Viernes	11/04/22	Redes PAP	Resumen Bloque 5	Promoción	Tuvimos la oportunidad de escuchar a Miguel Huerta, maestro del ITESO que asesoró a los alumnos para crear Brankia: el cubrebocas transparente del ITESO. ¡Ya estamos preparando el 4to Encuentro!	#CulturaAuditiva #PAPEscuchaMX #ITESO #DiscapacidadAuditiva #Inclusión #EncuentrodeCulturaAuditiva			1			
	Sábado												
	Domingo												
SEMANA 3	Lunes												
	Martes												
	Miércoles												
	Jueves												
	Viernes												
	Sábado												
	Domingo												
SEMANA 4	Lunes	28/04/22	Redes PAP	Resumen Bloque 6	Promoción	La ponente internacional Emma Rushbrooke nos compartió un poco sobre la terapia auditivo-verbal. Escucha su conferencia completa en nuestro Facebook. ¡Ya estamos preparando el 4to Encuentro!	#CulturaAuditiva #PAPEscuchaMX #ITESO #DiscapacidadAuditiva #Inclusión #EncuentrodeCulturaAuditiva			1			
	Martes												
	Miércoles												
	Jueves												
	Viernes												
	Sábado												
	Domingo												



# 1.4

## VALORACIÓN DE PRODUCTOS, RESULTADOS E IMPACTOS. CONCLUSIONES

---



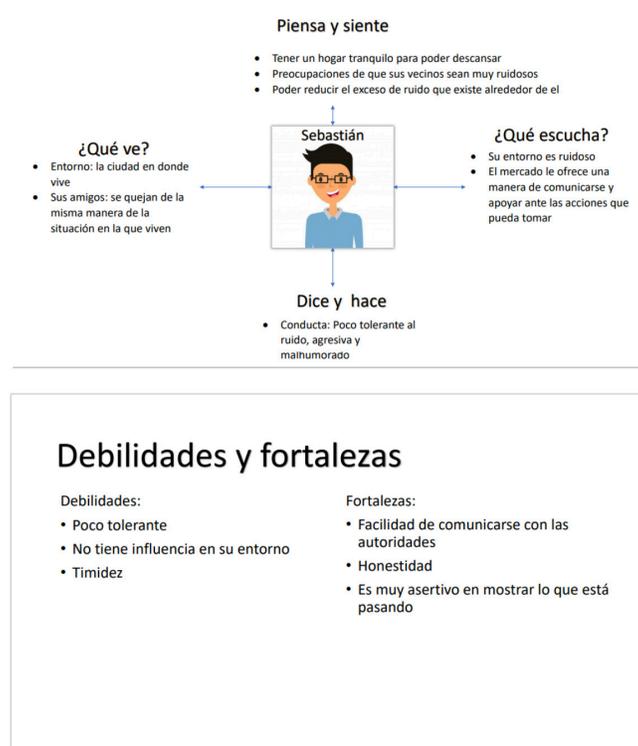
## 1.4. VALORACIÓN DE PRODUCTOS, RESULTADOS E IMPACTOS. RECOMENDACIONES PARA LOS PRÓXIMOS SEMESTRES. CONCLUSIÓN DE CADA PROYECTO

A lo largo del semestre cada equipo realizó múltiples actividades por cada proyecto. Entre los entregables realizados por cada equipo se encuentran

la caracterización / personificación (mapa de empatía) de cada proyecto, los manuales de identidad que servirán como material de apoyo para los equipos de semestres siguientes, contenido para las redes sociales (videos, publicaciones, noticias, etc.). A continuación, se muestran los resultados de estas actividades.

### 1.4.1 Cruzada Contra el Ruido

#### Personificación



**Guión video 1:**

15 seg	Cruzada contra el ruido brinda asesoramiento para que el resto de la ciudadanía tenga conocimiento sobre la problemática de la contaminación sonora y sepa a quién dirigirse ante cualquier problema.
15 seg	El ruido en la construcción es un problema creciente en la actualidad. Es por ello que existe una regulación específica de prevención en dicha materia.
15 seg	La exposición prolongada a sonidos fuertes puede dañar nuestros oídos de forma permanente. Cuando las células de la cóclea se exponen a ruidos muy fuertes se van deteriorando y pueden llegar a morir.
15 seg	Mantener controlado el ruido del claxon es una tarea individual y colectiva que nos beneficia a todos, porque sólo así podremos evitar las consecuencias de la contaminación acústica. Recuerda que este cambio comienza tocando el claxon sólo cuando es necesario, y una vez que lo hagas te darás cuenta que es muy fácil.

**Guión video 2:**

Pocas personas toman en cuenta la cantidad de ruidos que se escuchan durante el transcurso del día, un claro ejemplo es Mariana.

Quién lo vive día a día, de momento a momento, de lugar a lugar.

La cantidad de tiempo expuesto de una manera recurrente al ruido, puede causar un daño permanente a tu oído.



## Manual de identidad

# Manual de identidad

Cruzada contra el ruido

## Paleta de colores

### Pantone Black C

Hex 2D2A26

R 45  
G 42  
B 38



### Pantone 173 C

Hex D2451E

R 210  
G 69  
B 30



### Pantone 7401 C

Hex F6DFA4

R 246  
G 223  
B 164



## Fuentes tipograficas

### Fuentes tipograficas principales

**Fieldwork Hum Bold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789 (.,;:&%€)

**Program OT Bold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789 (.,;:&%€)

### Fuentes tipograficas secundarias

Fieldwork Geo Thin  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789 (.,;:&%€)

Program OT Book  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789 (.,;:&%€)

## Identificador grafico



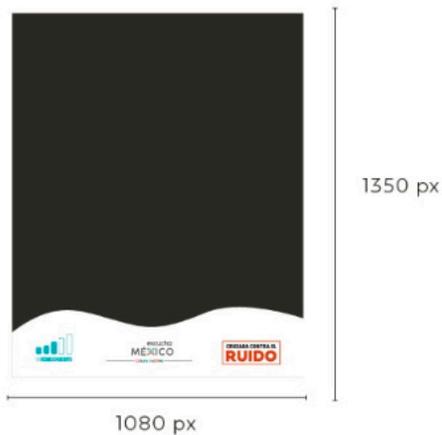
Area de seguridad



Tamaño minimo



## Uso en Redes Sociales



Publicación para  
redes sociales



Videos para Youtube

## Usos del identificador grafico



## Usos no permitidos



### Análisis de redes sociales

#### Facebook

- » Seguidores obtenidos: al final del semestre se obtuvieron en total 559 seguidores en esta red social.
- » Cantidad de interacciones finales: al final del semestre se obtuvieron en total 383 interacciones finales en esta red social.
- » Publicaciones con mayor y menor porcentaje de engagement:

La publicación con mayor engagement con un total de interacciones de de 343 fue:

**Cruzada contra el ruido**  
March 8

59 habitantes de Gdl han acudido a terapia por ruidosos.  
#ruido #CruzadaVsRuido #esmejorquedito  
<https://www.informador.mx/.../Por-ruidosos-mandan-a-terapia-a-...>

**7,561** People Reached  
**343** Reactions, Comments & Shares

Reaction	Count	On Post	On Shares
Like	200	188	12
Love	25	25	0
Haha	8	7	1
Wow	3	3	0
Sad	1	1	0
Angry	4	4	0
Comments	73	71	2
Shares	29	25	4

**601** Post Clicks

Click Type	Count	Link clicks	Other clicks
Photo views	0	226	375

**NEGATIVE FEEDBACK**

Action	Count
Hide post	0
Report as spam	0
Hide all posts	1
Unlike Page	0

7,561 People reached | 944 Engagements | Boost post

228 | 49 Comments | 25 Shares

Like | Comment | Share



La publicación con menor engagement con un total de interacciones de 20 fue:



- » Análisis que resulta de estos datos: En este semestre primavera 2022 se obtuvieron 160 seguidores y 462 interacciones más a comparación del semestre de otoño 2021.
- » Propuestas para próximos semestres: Seguir con una estrategia igual o similar, en la que combinen publicaciones de noticias, datos informativos, al igual que tips o consejos que sean centrados en la contaminación auditiva entre otras temáticas relacionadas al sonido y el ruido en especial.
- » Conclusión del proyecto (qué aprendimos y qué ofrecimos al

proyecto): Aprendimos a organizar y planear una estrategia de publicaciones en redes sociales centradas en un proyecto, en este caso Cruzada Contra El Ruido, en donde no sólo nos involucramos en investigar sobre qué está sucediendo en cuestión de ruido y cómo afecta en la vida diaria, sino también a crecer una comunidad en la cual estén informados y puedan tomar acción ante esta problemática. En cosas específicas de Facebook vimos que existe una mayor interacción de la comunidad tanto como mensajes positivos, como negativos.

### Instagram

- » Seguidores obtenidos: al final del semestre se obtuvieron en total 255 seguidores en esta red social (1.00%)
- » Cantidad de interacciones finales: al final del semestre se obtuvieron en total 170 interacciones finales en esta red social.
- » Publicaciones con mayor y menor porcentaje de engagement:



La publicación con mayor engagement con un total de interacciones de 178 fue:



La publicación con menor engagement con un total de interacciones de 54 fue:



» Análisis que resulta de estos datos: En este semestre primavera 2022 se obtuvieron 2 seguidores y 157 interacciones más a comparación del semestre de otoño 2021.

- » Propuestas para próximos semestres: Seguir utilizando la creación de publicaciones
- » combinadas, siendo estas publicaciones en formato de imagen, al igual que video, de la misma manera combinar los reels e historias de instagram, para tener un mayor alcance y variedad de contenido.
- » Conclusión del proyecto (qué aprendimos y qué ofrecimos al proyecto): Aprendimos a organizar y planear una estrategia de publicaciones en redes sociales centradas en un proyecto, en este caso Cruzada Contra El Ruido, en donde no sólo nos involucramos en investigar sobre qué está sucediendo en cuestión de ruido y cómo afecta en la vida diaria, sino también a crecer una comunidad en la cual estén informados y puedan tomar acción ante esta problemática. En específico los reels de noticias como publicación tienen una buena interacción y es recomendable seguir combinando este tipo de publicación.



### Twitter

- » Seguidores obtenidos: al final del semestre se obtuvieron en total 703 seguidores en
- » esta red social (1.01%)
- » Cantidad de interacciones finales: al final del semestre se obtuvieron en total 41.2%
- » interacciones finales en esta red social.
- » Publicaciones con mayor y menor porcentaje de engagement:

La publicación con mayor engagement con un total de interacciones de 437 fue:



La publicación con menor engagement con un total de interacciones de 139 fue:



- » Análisis que resulta de estos datos: En este semestre primavera 2022 se obtuvieron 8 seguidores y 0.10% interacciones más a comparación del semestre de otoño 2021.
- » Propuestas para próximos semestres: Como propuesta específica para Twitter, observamos que el compartir noticias es una forma muy importante y efectiva en cuanto a publicaciones de esta red social. De igual manera se



pueden combinar publicaciones en formatos y contenidos similares a los que se encuentran en Instagram y Facebook, lo cual también tiene una buena interacción.

### **Conclusión**

Aprendimos a organizar y planear una estrategia de publicaciones en redes sociales centradas en un proyecto, en este caso Cruzada Contra El Ruido, en donde no sólo nos involucramos en investigar sobre qué está sucediendo en cuestión de ruido y cómo afecta en la vida diaria, sino también a crecer una comunidad en la cual estén informados y puedan tomar acción ante esta problemática.

Conocer este proyecto nos dio apertura a tomar en serio una problemática que no es muy visible para nosotros. Cruzada contra el ruido lleva a cabo denuncias y establece diálogos con las autoridades para asegurar que se sigan las normas y leyes en el tema de ruido, creando un entorno con más sonidos y menos ruidos concientizando a las personas para reducir los niveles de ruido.

Nuestra estrategia fue crear contenido interesante para poder aumentar el número de seguidores en las redes

sociales con el objetivo de dar a conocer la importancia que tiene esta problemática y así invitando a las personas a ser parte de la solución.

Las recomendaciones para el siguiente semestre son:

- » Mantener el mismo tipo de publicaciones como las noticias, tips e informativas.
- » Aumentar el número de interacciones y seguidores con el fin de crear una comunidad.
- » Realizar un análisis para así saber el horario adecuado en el cual publicar en cada red social.
- » Buscar otro tema que sea de interés y que pueda adecuarse a publicaciones de redes sociales.

### **1.4.2 Mariana Anaya Doll**

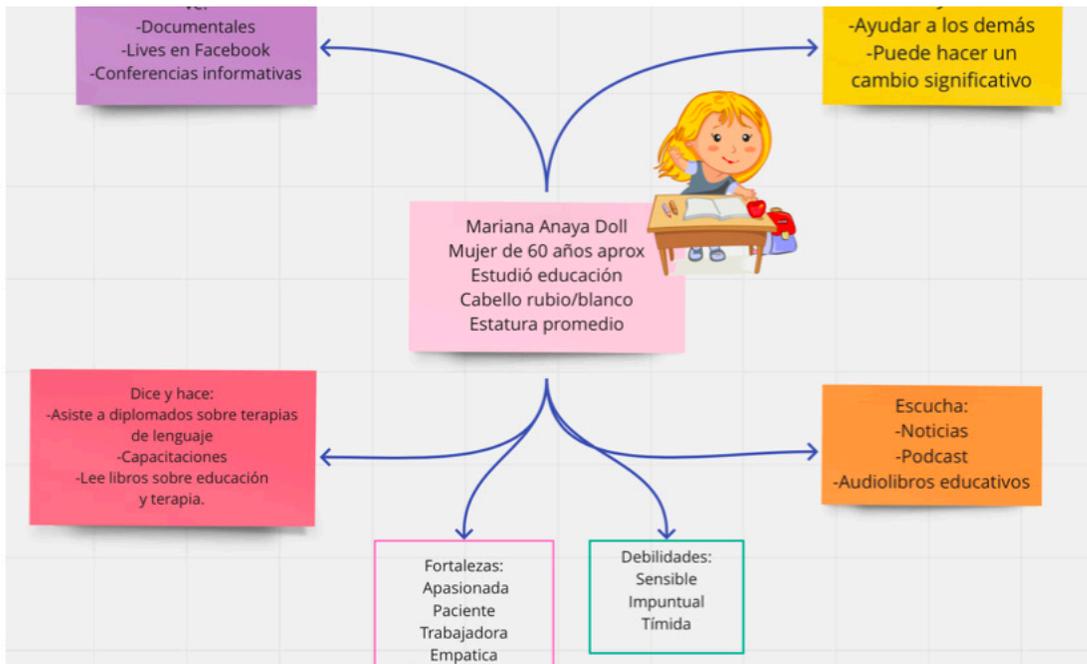
#### **Personificación del proyecto**

Mariana Anaya Doll es una mujer de 60 años, licenciada en ciencias de la educación, ella es una persona que le encanta poder ayudar a los demás, especialmente con alguna discapacidad, es una persona que le gustaría hacer un cambio significativo, y para ello quiere trabajar en una clínica en la que pueda ayudar a las personas con discapacidad. Ella asiste a diplomados



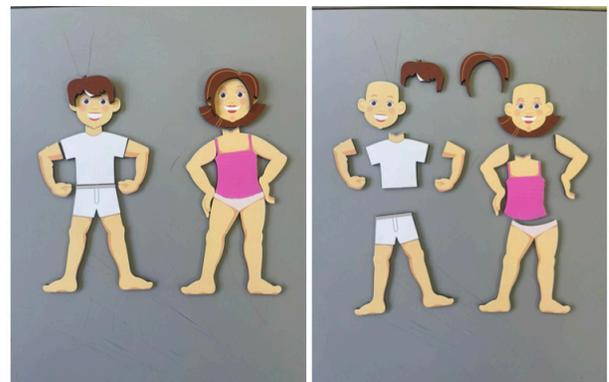
sobre terapias de lenguaje, y método auditivo-verbal, también asiste a capacitaciones para estar más preparada. Ve documentales y lives en la red social de Facebook, así como conferencias informativas. Es una mujer apasionada y paciente, le gusta estar

trabajando y es empática, cuenta con mucha creatividad, iniciativa y liderazgo, no obstante, es una persona un tanto sensible, y puede causar inconveniente que es una persona en ocasiones impuntual y tímida.



### Otros productos

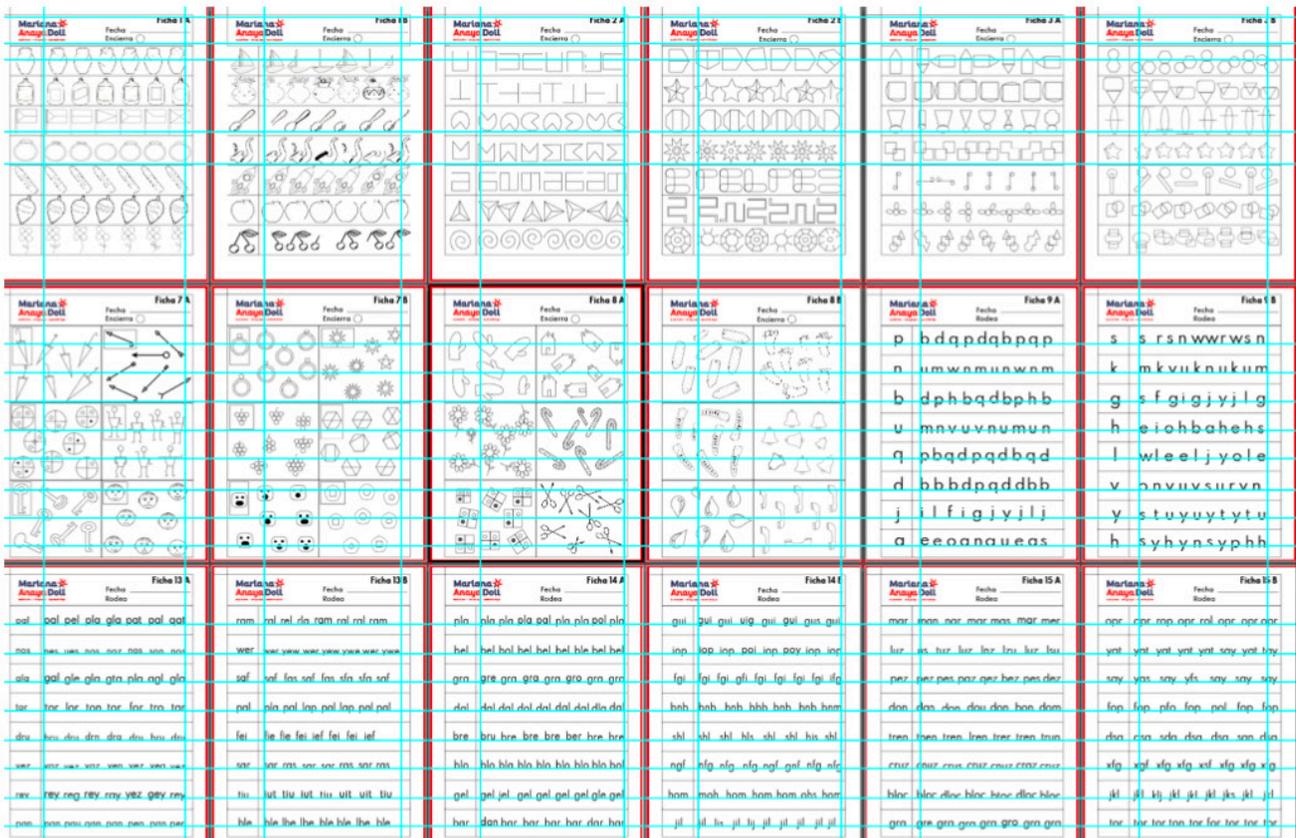
Jurgen junto con el apoyo de Tomás realizaron material didáctico para que los alumnos de Mariana se puedan aprender las partes del cuerpo.



Regina Carpenter se encargó de la corrección del libro de actividades 2 de Mariana Anaya Doll ya que tenía muchos ejercicios incorrectos, tipo-

grafías diferentes, tamaños diferentes y algunos gráficos que debían ser corregidos

Adjunto evidencia:



### Guión del video 1: Jorge Araigi

El primer video consiste en una entrevista con Jorge Araigi, un estudiante del ITESO que ha asistido por años a terapia con Mariana. El formato fue relajado, permitiendo que Jorge se expresara de manera natural. Las preguntas que le formulamos a Jorge en el video fueron las siguientes:

- » Presentación (cómo te llamas, cuántos años tienes, qué estudias, etc).
- » ¿Cómo ha sido tu experiencia tomando terapia con Mariana?
- » ¿En qué consiste la terapia con Mariana?
- » ¿Qué es lo que más te ha gustado/servido de ir con Mariana?
- » ¿Cuánto tiempo llevas asistiendo a la terapia?
- » ¿Qué recomendaciones tienes para los interesados en asistir con Mariana?

### Guión/Storyboard del video 2

1- La pérdida de la audición o deficiencia auditiva, ocurre cuando hay un problema con una o más partes del oído, los nervios que salen de los oídos o la parte del cerebro encargada de la audición. (intro)

2- Daniel Ling, pionero de la terapia auditiva-verbal, tiene como enfoque la educación de los niños con pérdida auditiva donde se enfatiza el desarrollo de las habilidades auditivas para la adquisición del lenguaje a través de la audición.

3- Hacer dos tomas en las que se vea diferencia en niños escuchando ruidos y los otros que NO puedan escuchar (puede ser que los que si escuchan estén bailando y emocionados y los que no escuchan estén callados y muy serios sin saber qué sucede)

4-Insertar otra animación en la que llegue Mariana: “yo tengo la solución!”

5-Animación mujer: ¡Hola! Soy Mariana, y uno de mis más grandes sueños y pasión es ayudar, con más de 20 años de experiencia, hace 3 años que cumplí mi sueño de ayudar a los demás abriendo mi clínica para niños con discapacidad auditiva, en la que me dedico a dar terapia para ayudarlos a desarrollar sus habilidades en la lectura y escritura, permitiéndoles integrarse mejor a la sociedad.

6- Añadir animación de Mariana otra vez, “Aquí te enseño un ejemplo de Jorge! A quien di terapia y ahora es una persona totalmente diferente!”



### **Guión del video 3: Documental sobre Mariana Anaya Doll**

#### 1. INTRO

Voz en off explica quién es Mariana, qué hace, de qué se trata la clínica, y otros datos clave que ofrezcan un contexto previo a las entrevistas mientras se muestran fragmentos de videos mostrando la clínica, las terapias, los juguetes, etc. El intro tiene una duración aproximada de un minuto y tiene un ritmo veloz de edición.

#### 2. PRESENTACIÓN

Se presentan todos los entrevistados: Mariana, las terapeutas, la mamá y Fer (en ese orden).

#### 3. PRESENTACIÓN DE LAS TERAPIAS

Las terapeutas explican un poquito el proceso de las terapias en la clínica: qué hacen, cómo trabajan, qué proceso llevan junto con los niños, etc. (un minuto y medio)

#### 4. HISTORIA DE FER

Después la mamá explica la condición y la historia particular de su hija, su experiencia, su historia junto con Mariana. Esta historia se va a contar en conjunto por la mamá, Fer, y Mariana tomando fragmentos de las entrevistas de las tres. Los puntos importantes sobre este apartado es explicar quién es Fer, su edad, cuánto tiempo

lleva tomando terapia con Mariana, y también qué condición tiene, cuando la implantaron, cómo fue el proceso, etc.

#### 5. PROGRESO DE FER

La hermana de Fer va a platicar un poquito sobre el proceso que ha vivido junto a Fer y el progreso que ha visto en ella. Entonces Fer explica su propio proceso. La mamá después aparece aportando sobre el mismo tema, para terminar en Mariana platicando sobre su experiencia trabajando con Fer y su progreso.

#### 6. QUIÉN ES MARIANA

Explica la mamá un poco sobre Mariana, después Mariana se presenta en persona.

#### 7. QUÉ ES LA TERAPIA AUDITIVO-VERBAL

La mamá da una breve introducción sobre la terapia auditivo-verbal, y su importancia, y después aparece Mariana ya explicando a profundidad en qué consiste, cuáles son sus particularidades, por qué decidió usar ese método en lugar de otros, etc.

#### 8. PREGUNTAS PARA CONOCER MÁS A MARIANA

Entre todos, le formulamos distintas preguntas a Mariana para conocerla mejor: cuánto tiempo lleva dando



terapia, cuál es su filosofía de vida y de trabajo, experiencias que haya tenido, qué le gusta más de su trabajo, etc.

## 9. CIERRE

Al final, la mamá y Fer aparecen ofreciendo algunos consejos para los

niños y padres de familia. Y se hace un cierre mostrando fragmentos de videos de niños, terapeutas y mariana despidiéndose con la mano.

## Manual de identidad

**Mariana Anaya Doll**  
audiación • lenguaje • aprendizaje



**Mariana Anaya Doll**  
audiación • lenguaje • aprendizaje

### Inspiración



El símbolo desarrollado para la marca de Mariana Anaya Doll se enfoca en representar los diferentes ejes sociales que forman parte del desarrollo de un ambiente de mejora y apoyo, así como todos aquellos factores que llegan a tener un impacto en la manera en la que se desenvuelven dentro de la sociedad.

El eje que se encuentra en un color distintivo es el que representa a la persona que hace posible el inicio del ciclo de mejora en aprendizaje, así como aquella que fomenta la actitud de búsqueda, esperanza y ánimo: **Mariana Anaya Doll**.

El segundo eje, son los alumnos que confían y trabajan arduamente en su día a día para hacer un cambio que impactará positivamente en su vida.

El tercer eje representa a los padres de familia que acompañan y continúan la práctica del conocimiento recibido en terapia.

### Inspiración



### Tipografía

#### Avante

ABCDEFGHIJKLMNQRSTUWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 . , ! ? - \_ : ;

### Inspiración



El cuarto, simboliza la sociedad educativa en la cual el alumno se desenvuelve fuera de terapia y casa, ya que este eje puede ser clave en el refuerzo de todos los aprendizajes dados anteriormente.

El quinto eje representa la sociedad general en la que se desenvuelve el alumno.

El sexto eje, es la parte institucional y gubernamental que apoya a dichas personas en su camino desde un aspecto legislativo, de infraestructura o sistemático.

<b>Pantones</b> Azul Marino #38316b	<b>Pantones</b> Rojo Persa #cf993b
<b>Pantones</b> Rosa #bd7475	<b>Pantones</b> Rosa Caverna #e3bdcd



**Reporte final de redes sociales  
PRIMAVERA 2022.**

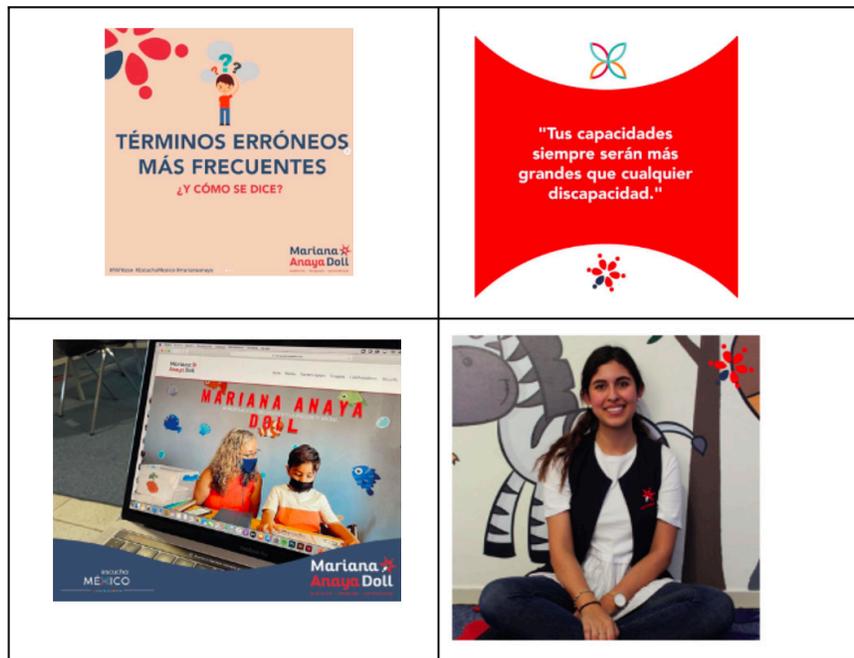
**Redes actuales:**

Todo el movimiento ha sido exitoso hasta ahora, partimos del semestre pasado en el que observamos que no

tenía mucho alcance la página sobre todo de Instagram, visualmente concluimos que era un poco aburrido el color de las plantillas, por lo que decidimos incluir colores más vivos y más llamativos para que a la audiencia le pareciera más atractivo observar.

**ANTES** (otoño 2021)

**DESPUÉS** (primavera 2022)



Las fotos que hemos estado publicando ahora en primavera, que han sido diferentes en todos los sentidos, colores, logo, copy, hashtags, formas, entonces así veremos qué tanto ha cambiado y qué tanto mejora o empeora en el último de los casos al final del semestre.

Actualmente con las publicaciones que hemos hecho, hemos llegado hasta 22 likes. Y es que publicaciones

como las frases, si inspiran y si hemos observado que son más atractivas.

En facebook regularmente se sube el mismo contenido que en Instagram pero se usa también para compartir información más teórica, sobre conferencias, historias, notas, noticias, lo que lo hace más movido y con mucha más actividad, ya que en esta plataforma se puede compartir y hacer público el contenido más fácil.

Resultados de alcance en facebook actualmente:

Alcance: orgánico/pagado  Clics en publicaciones  Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promocionar
31/03/2022 20:44	 ¿Qué opinas?			32 	0 3 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
28/03/2022 21:16	 Recomendaciones para tratar			170 	9 9 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
25/03/2022 19:46	 "Jugar le da a los niños la			29 	0 1 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
23/03/2022 11:15	 El miedo es la más grande			64 	0 3 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
17/03/2022 20:09	 ¡Conoce a Jimena Varela!			95 	8 5 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
16/03/2022 23:17	 La hipoacusia leve significa			70 	3 4 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
12/03/2022 18:35	 El término "hipoacusia"			123 	2 8 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
09/03/2022 21:08	 ¡Conoce a Jorge! Jorge			114 	14 12 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
07/03/2022 21:01	 En la terapia auditiva-verbal,			58 	2 5 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
04/03/2022 20:40	 "La belleza del universo no es			104 	1 7 	<a href="#">Promocionar publicación</a>
02/03/2022 22:24	 La terapia de aprendizaje...			78 	3 7 	<a href="#">Promocionar publicación</a>



Podemos observar una diferencia, no enorme, aunque sí notoria sobre todo en la interacción, y algo que ha servido han sido los hashtags, hemos incrementado la cantidad y nos hemos dedicado a investigar cuáles son más famosos en facebook, ya sea en grupos, páginas, etc.

#### *Estrategias y propuestas para próximos semestres:*

Implementar dinámicas diferentes en Instagram y facebook, como lo que hicimos recientemente de hacer un video sobre uno de los alumnos de la clínica, y subirlo como reel a las plataformas, ha sido una manera de que la audiencia vea exactamente cómo se trabaja en la clínica, y qué mejor que con el testimonio de un paciente.

En la Página Web realmente no hay mucho que modificar, sólo es actualizar toda la información en caso de que existan cambios o bajas de algún miembro del personal. Gracias a esto y el tipo de publicaciones que hemos estado haciendo, aumentamos 2 seguidores, esperamos llegar a 140-150 mínimo al final del semestre.

Se utilizó el método de hacer 3 publicaciones con información y enseguida una foto, aunque el color que se usó

en la plantilla era amarillo, que no era exactamente el color que forma parte del logo de Mariana, y las fotos eran subidas tal cual, ahora, implementamos el color rojo llamativo que forma parte del logo, y el azul que también lo hace, las fotos continuamos con la manera que se subían anteriormente, tal cual, solo añadiendo el logo, pues nuestra idea de feed (visualmente cómo se ve la página a simple vista) consta de:

Foto - frase - foto / Info - video - info

Para que pueda quedar una figura atractiva y creativa para el visitante.

Resultados nueva estrategia de reel:

El primer reel que subimos de Jorge Araigi llegó a 719 reproducciones y 11 likes, el segundo a 303, lo cual hace a la página mucho más atractiva e interesante. Hemos notado que, si bien es lógico, los reels que aparecen en el grid son más populares y tienen mayor alcance que aquellos que se encuentran ocultos en el grid. Consideramos que se logró un buen resultado integrando los contenidos en este formato (reels) al grid, logrando que no solo no desentonan, sino que de hecho aporten estética y narrativamente a lo que se intenta comunicar con las publicaciones.



### Conclusión

En Mariana Anaya Doll finalizamos con una cantidad de 127 seguidores, en la cuenta de Instagram nos dedicamos a incluir fotos desde los pacientes que asisten a la clínica, hasta información y frases que puedan concientizar a la sociedad que tuvimos como seguidores. Esta plataforma no fue muy exitosa y consideramos que tiene que ver con que es una plataforma con usuarios mayoritariamente jóvenes, mientras que la mayoría de los seguidores de la cuenta y nuestro contenido está enfocado sobre todo hacia los padres de familia que tienen a sus hijos en la clínica, no tanto al público en general. Facebook tuvo más éxito ya que es un medio en el que las publicaciones de Mariana podían compartirse a cualquier persona y tuvo mayor alcance por el tipo de contenido que se subía. Finalmente pudimos llegar a un poco más de personas y dar a conocer más a fondo la clínica de Mariana Anaya Doll, así como incrementar y mejorar su material didáctico y libros de actividades.

Nosotros como equipo conformado por diferentes carreras tuvimos algunos problemas en sincronizarnos y ponernos de acuerdo a lo largo

del semestre, pero cada uno se lleva un aprendizaje significativo como la importancia de la comunicación entre los integrantes, aprendimos a tratar con las personas con discapacidad auditiva ( comunicarnos, temas de inclusión y cultura auditiva faltante en México), la importancia de la organización de actividades y análisis de redes para así detectar fallas y puntos de mejora en el contenido.

Estamos agradecidos con Mariana por enseñarnos la solidaridad con la gente y muchas formas en las que se puede aportar a las personas con discapacidad, su paciencia con nosotros fue algo admirable. Ella como persona nos enseñó bastante sobre la dedicación, la actitud de servicio, la entrega, ella es una mujer increíble que nos inspira a actuar y a trabajar según lo que nosotros consideramos valioso en nuestras vidas y a actuar sobre las problemáticas que detectamos en la sociedad en lugar de simplemente lamentarnos y quejarnos pasivamente. Al final del semestre completamos todos los trabajos a realizar a pesar de las trabas que tuvimos como equipo y aunque no estamos 100% satisfechos con los resultados de redes estamos felices con el esfuerzo que se realizó.



### 1.4.3 Escucha México Redes Sociales

#### Manual de identidad

**escucha MÉXICO**

Este manual de identidad ha sido creado para nuestro logo principal de PAP Escucha México cultura auditiva. Maneja y muestra todas las herramientas que como usuarios y creadores de la marca necesitamos tener a la mano para el momento de su elaboración y utilización. Se muestra el uso correcto del logo y su correcta aplicación grafica para ser representado.

Se reúnen aquí todos los elementos y normas para el correcto uso de nuestra marca y las pautas de construcción de nuestro logotipo.

**ISOTIPO**

Representación de la unión entre organizaciones que trabajan en conjunto con el PAP Escucha México, cultura auditiva.

**USOS CORRECTOS EN FONDO**

Además de representar la unión entre los diferentes grupos trabajando juntos, esta es una imagen auxiliar. Esta imagen como la demás sigue ciertas normas.

**USOS INCORRECTOS**

**USOS INCORRECTOS EN FONDO**

Para lograr un buen manejo del logo PAP es necesario tomar en cuenta que no se puede modificar los colores de las tipografías ni de los elementos que lo conforman, mientras que también el fondo de este no cambia.

**JUSTIFICACIÓN**

**escucha MÉXICO**  
Cultura Auditiva

El logo PAP Escucha México, cultura auditiva, fue diseñado para el proyecto de aplicación profesional (PAP Escucha México) el cual trabaja en la inclusión de proyectos nuevos los cuales hablen del desarrollo de la educación sobre la salud y cultura auditiva.

El logo representa principalmente la unión entre las organizaciones que trabajan dentro del PAP.

**JUSTIFICACIÓN**

Cultura Auditiva

Se añade al logo también "cultura auditiva" para junto con este crear conciencia colectiva en la comunidad mediante el conocimiento especializado en torno al sonido, el ruido y el oído.

**MÁRGEN DE PROTECCIÓN**

2 CM 15 CM

**MÍNIMO DE REDUCCIÓN**

Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción.

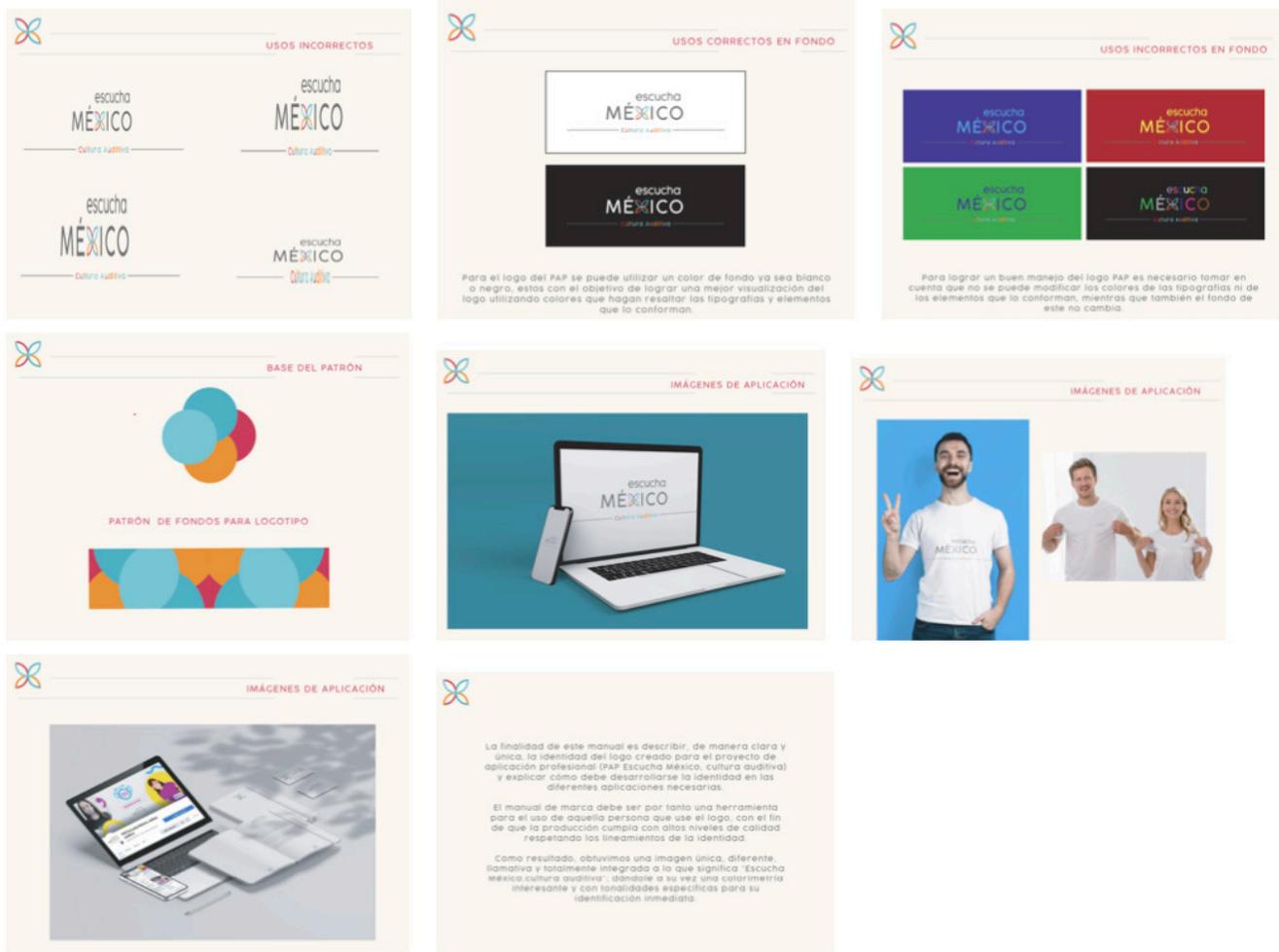
**TIPOGRAFÍA**

**COCOGOOSE LIGHT**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

**GUÍA DE COLOR PANTONE**





## Caracterización

### Descripción

Es una mujer joven de 23 años, aún cursando la universidad a nivel licenciatura. Tiene interés en el manejo de redes sociales y en problemas sociales. Busca combinar sus intereses y realmente crear un impacto al crecer las audiencias del proyecto de aplicación profesional.

### Piensa y siente

Le molesta que los esfuerzos dentro del PAP Escucha México no sean reconocidos. Quiere que tanto la comunidad universitaria como la población de la ciudad conozcan de los recursos, servicios y proyectos. Quiere aplicar sus conocimientos de redes para concientizar sobre el tema de cultura auditiva y del PAP.



### *Dice y hace*

Ella cuenta con cierto nivel de conocimiento sobre el manejo de redes y busca aplicarlo en el proyecto de aplicación profesional con el fin de no solo dar a conocer los esfuerzos de este mismo pero también conectar con posibles colaboradores. Le interesa crecer la comunidad alrededor de Escucha México.

### *¿Qué escucha?*

Busca estrategias de comunicación que le brinden conocimientos sobre cómo crecer y llegar a más audiencias. Quiere crear relaciones con personas que puedan aportar a su visión, como organizaciones o activistas. Nunca pierde de vista la opinión de los grupos dentro del PAP, busca conocer sus perspectivas

### *¿Qué ve?*

Investiga y analiza las estrategias de comunicación de otras organizaciones y personas dedicadas a temas sociales como lo son videos, productos gráficos, audios en diversas redes sociales.

### *Debilidades*

Aún no logra viralizar contenido, y le preocupa no lograr esta meta. Se

frustra cuando sus estrategias no van de acuerdo a lo pensado.

### *Fortalezas*

Es una persona social que está dispuesta a escuchar nuevas ideas, estrategias y soluciones para mejorar el manejo de redes sociales. Es una persona optimista que no se deja caer cuando las cosas no salen como lo esperaba. Es proactiva y sus ideas nunca se quedan en solo ideas, las trae a la realidad.

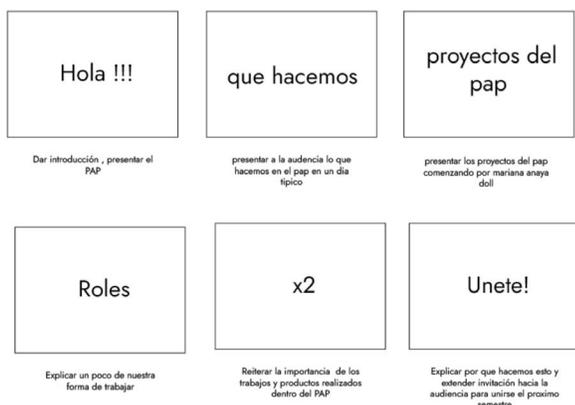
### *Personificación*



## Storyboard de video animado 1



## Storyboard de video animado 2



## Artículos de blog

### ¿Eres sordo? por Sebastian Molina

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022), la discapacidad es un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. La discapacidad auditiva es por su parte la falta, disminución o pérdida de la capacidad para oír en algún lugar del aparato auditivo. Esto afecta la forma en la que la gente se comunica, pero no es una limitante para comunicarse con su contexto, el lenguaje y la comunicación son sumamente importantes pues nos ayuda a conceptualizar el mundo, entenderlo y explicarlo y porque, a través de él, adquirimos conocimientos e información de todo lo que nos rodea. (SEGOB, 2020)

Las personas con discapacidad auditiva encuentran diferentes maneras de comunicarse, ya sea por medio de lectura labio-facial, con oralización y apoyo de aparatos e implantes cocleares o el uso de la lengua de señas mexicana. Aquí es donde empezamos



a diferenciar a una persona Sorda de una persona con discapacidad auditiva. No todas las personas con discapacidad auditiva son Sordas ni todos los Sordos son personas con discapacidad auditiva, a lo que esto se refiere es que la comunidad de sordos de México se une a otros grupos de sordos a nivel mundial, que se distinguen por elementos culturales específicos, como la comunicación por medio de la lengua de señas mexicana; rituales sociales, determinados espacios de convivencia y la construcción de una identidad sorda donde la discapacidad es circunstancial. Es la complicada relación con los hablantes de lengua oral, con los que comparten territorio, la que construye a la discapacidad como identidad. (De la paz, et. Al., 2009)

Ser Sordo significa ser parte de la comunidad Sorda, reconocerse como una persona Sorda, más allá de cualquier discapacidad, esto es una experiencia sociocultural. (Torres, Moral, 2021) La Federación Mundial de Sordos estima que existen alrededor de 70 millones de sordos en el mundo que utilizan una lengua de señas. Al igual que las federaciones nacionales y

las distintas organizaciones de sordos en cada país; sus esfuerzos están dirigidos a apoyar a aquellos sordos integrados en la cultura. (Mary, 2015)

En México la historia de la comunidad Sorda se remonta hasta el año 1867 con la fundación de la Escuela Nacional de Sordomudos (como era llamada la población sorda en este entonces) (CUCHSH, 2014), aun así después de todo este tiempo la visibilización y la implementación de políticas públicas para mejorar la vida y el entorno de las personas con discapacidad auditiva es muy limitado, por lo que es sumamente importante conocer las diferencias y generar empatía con las personas con discapacidad, alejándonos del capacitismo y creando espacios incluyentes donde todas las personas tengan la oportunidad de desarrollarse de manera efectiva.

#### Bibliografía.

- » De la Paz, M. V., & Salamanca Salucci, M. (2009). Elementos de la Cultura Sorda: una base para el currículo intercultural.
- » CUCHSH. (2014). EL PRESIDENTE QUE LUCHÓ POR LOS SORDOS. Centro Universitario de Ciencias



Sociales y humanidades., from <http://www.cucsh.udg.mx/noticia/benito-juarez-el-presidente-lucho-por-los-sordos>

- » Mary, L. (2015). Cultura Sorda. Lengua Gestual y Cultura. <http://www.luisdellamary.com/cultura-sorda.html>
- » OMS. (2022). Clasificaciones de la OMS sobre discapacidad - CIAPAT. [http://www.ciapat.org/biblioteca/pdf/1002-Clasificaciones\\_de\\_la\\_OMS\\_sobre\\_discapacidad.pdf](http://www.ciapat.org/biblioteca/pdf/1002-Clasificaciones_de_la_OMS_sobre_discapacidad.pdf)
- » Rosas, A. (2019). Qué Es Discapacidad. Contraloría del Ejecutivo. <https://www.itpcd.gob.mx/index.php/que-es-discapacidad>
- » Secretaria de Gobernación. (2022). ¿Qué es la discapacidad auditiva? <https://www.gob.mx/difnacional/articulos/que-es-la-discapacidad-auditiva>
- » Torres Gutierrez, R., del Moral O., (2021) 3er Encuentro Internacional de Cultura Auditiva martes a.m. ¿SORDERA O DISCAPACIDAD AUDITIVA? <https://www.facebook.com/papEscucha.Mx/videos/1016975095752535>

### **La concienciación sobre el ruido y sus impactos** **por Paloma Jarero**

El tema del que hablaremos el día de hoy es la concienciación sobre el ruido y sus problemáticas. Durante el 3er Encuentro de Cultura Auditiva tuvimos como ponente al Lic. Antonio García, abogado del ruido en España y promotor sobre el tema de la concienciación, que nos compartió su conocimiento sobre el tema.

Creo que es importante primero dejar en claro que es la concienciación. Según la Real Academia Española, la concienciación es la acción y efecto de hacer que alguien sea consciente de algo. Que la persona adquiera conciencia sobre algo. Y Aquí es donde el Lic. García agrega que la concienciación debe incluir también el acto de reflexión. Que no solamente quede en la adquisición de la información sino también en generar un juicio ante esto. En el caso de la concienciación del ruido es importante informarnos de los efectos que causa el sonido en la convivencia y cambiar los hábitos que más impactan a este.



En el Día Internacional sobre la Concienciación del Ruido en 2013, Antonio dijo la siguiente frase: “La posibilidad de hacer ruido debiera ir acompañada de la conciencia de que molesta”. Me llamo la atención porque creo que normalmente no somos conscientes de que todo lo que hacemos genera un ruido y ese ruido podría siempre molestar a alguien. Es hasta el momento que generamos esta conciencia que tratamos de evitar el ruido cuando es posible porque ya sabes que es ruidoso y molesta. Hay que recordar que el ruido afecta a todos.

Cada año, el último miércoles de abril se celebra el Día Internacional sobre la Concienciación del Ruido. Lo que se pretende este día es llamar la atención e incentivar a instituciones privadas y públicas a informar a las personas acerca de los peligros que genera la exposición prolongada a ruidos fuertes, así como invitarlos a hacerse pruebas de audiometría. (Serendipia, 2020)

En la actualidad, el impacto que tiene el ruido en la audición, la salud y la calidad de vida esta demostrado con estudios médicos. Estos reflejan

los cambios fisiológicos en el sueño, presión arterial y digestión. También se ha demostrado que este tiene un impacto negativo en el desarrollo del feto. De igual manera el ruido puede no estar a niveles peligrosos para nuestro oído, sin embargo si puede ocasionar tensión y enojo. (Centro Nacional de Metrología, 2018)

Una estrategia que se utiliza en este día son las diferentes campañas que se realizan año con año. Dichas campañas, según Lic. García, tienen que ser concretas y localizadas. Hacerlo de manera nacional o incluso internacional no son tan efectivas porque se vuelve complicado tener un buen alcance con las personas. Hacerlo concreto es mas beneficioso debido a que hay un mayor acercamiento. Otra estrategia, que va de la mano con las campañas, es la movilización. En este caso las personas manifiestan sus experiencias y plasman lo que está pasando para empatizar y de esta manera poder concienciar.

Recordemos que la concienciación no se hace de un día para otro. Es un proceso del que todos somos responsables y es indispensable compartirlo.



No sirve de nada que te quedes tu solo en el proceso. Entre más personas seamos será mucho más fácil poder llegar a un mundo donde todos respetemos al otro y seamos conscientes del ruido que provocamos.

#### Bibliografía

- » Serendipia. (2020). Día Internacional de Concienciación sobre el Ruido. [diainternacionalde.com. https://www.diainternacionalde.com/ficha/dia-internacional-concienciacion-ruido](https://www.diainternacionalde.com/ficha/dia-internacional-concienciacion-ruido)
- » Centro Nacional de Metrología. (2018). 25 de abril, Día Internacional de la Conciencia sobre el Problema del Ruido. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/cenam/articulos/25-de-abril-dia-internacional-de-la-conciencia-sobre-el-problema-del-ruido>

#### **Contextualización de la discapacidad auditiva en la comunidad** **por Sofía Farías**

¿Sabes cuál es el significado del concepto discapacidad auditiva?

Las personas con discapacidad auditiva enfrentan dificultad para adquirir un lenguaje. Esta surge de la consecuencia de la interacción entre la dificultad que existe para poder percibir a través de los sonidos que existen en el ambiente.

Existen ciertas barreras que impiden que las personas se puedan desenvolver de manera normal como: la distancia de todas las fuentes auditivas, la percepción de sonidos de diferente tipo y todas las dificultades que se les presentan a las personas con discapacidad auditiva relacionadas con el lenguaje oral escrito.

Según la Federación Mundial de Sordos, la Lengua de Señas es un símbolo muy importante de identidad y también un patrimonio cultural refleja una comunidad, con valores y costumbres propios.

El lenguaje es un medio por el cual todas las personas podemos entender y explicar al mundo. Por este medio adquirimos diferentes tipos de conocimientos e información acerca de todas nuestras experiencias y de los demás.



Vivir con una discapacidad auditiva es todo un reto ya que esta nos ayuda a poder desenvolvernos en la vida diaria, con nuestros familiares, amigos y compañeros. Las personas que no pueden escuchar enfrentan graves problemas para poder desenvolverse en la sociedad ya que no pueden seguir con una conversación y no logra comprender el lenguaje oral.

¿Cuántas personas cuentan con una discapacidad auditiva en México y por qué? ¿Sabías que en México existen aproximadamente 2.3 millones de personas que padecen una discapacidad auditiva?

- Más de un 50% son personas mayores de 60 años.
- Un 34% son personas entre 30 y 59 años.
- Un 2% son niñas y niños.

La secretaría de salud brinda servicios que ayudan a la prevención de esta discapacidad y ofrece también atención integral especializada para cualquier alteración auditiva.

¿Cuáles son las implicaciones de la discapacidad auditiva?

Con la pérdida auditiva somos incapaces de recibir de manera adecuada los estímulos auditivos del medio ambiente.

Una persona que tiene discapacidad auditiva necesita de energía adicional para poder seguir y entender una conversación a fondo.

Según Pia Mikkelsen, secretaria de la asociación de discapacitados auditivos, recomienda a todas las personas que tienen una discapacidad auditiva que se den un respiro profundo de vez en cuando a lo largo del día para así poder recargar suficientes energías para comunicarse con los demás de nuevo.

Referencias:

- » Centro de Comunicación Total (1987). Educación de niños y jóvenes sordos. UNESCO.
- » Román, C. (2007). Necesidades educativas especiales asociadas a discapacidad auditiva. 2015, de Gobierno de Chile Ministerio de Educación Sitio web: <https://especial.mineduc.cl/wp-content/>



[uploads/sites/31/2016/08/GuiaAuditiva.pdf](https://www.gob.mx/salud/prensa/530-con-discapacidad-auditiva-2-3-millones-de-personas-instituto-nacional-de-rehabilitacion?idiom=es)

- » Gobierno de México. (2022). Con discapacidad auditiva, 2.3 millones de personas: Instituto Nacional de Rehabilitación. 2022, de Secretaría de Salud Sitio web: <https://www.gob.mx/salud/prensa/530-con-discapacidad-auditiva-2-3-millones-de-personas-instituto-nacional-de-rehabilitacion?idiom=es>

### **Contaminación Acústica y sus consecuencias en las grandes ciudades por Javier Ortiz**

El oído junto a los sonidos son una forma de estar en contacto con el exterior, con lo que nos rodea e interactuamos día a día. Creay forma parte de un vínculo emocional pero no sólo termina ahí, ya que puede tener un efecto en nosotros muy importante, como lo es nuestra propia salud.

De qué manera puede ser esto, bueno ahí es donde entra algo conocido como la contaminación acústica, siendo esta descrita como ruidos o vibraciones que impliquen alguna especie de molestia, riesgo o daño a nosotros

para poder desarrollar nuestras actividades del día a día. Esto se vive todo el tiempo en las grandes ciudades, tal vez no se muestra de alguna forma visible que se pueda apreciar con la vista, sino es algo “invisible”.

Pero para nuestros oídos y salud no lo es, ya que tiene efectos negativos como lo puede ser trastorno del sueño, falta de concentración, estrés entre otros. Otros datos interesantes son que el 75 por ciento de los habitantes de las ciudades industrializadas padecen de alguna especie de sordera, o que 1,110 millones de jóvenes entre 12 y 35 años tiene afectaciones en su capacidad auditiva por exponerse al ruido excesivo.

También se pueden encontrar consecuencias relacionadas a la contaminación acústica, como lo son la aparición de problemas “comunes” encontrados en relación al estrés, pero que a su vez tienen origen o son de alguna manera amplificados por el ruido excesivo, como lo son gastritis, colitis, úlceras, acidez, pérdida del apetito entre otros.

Has logrado a empezar a relacionar algunos de estos ruidos que te rodean



con algún efecto de estos mencionados, bueno para continuar con un poco más del tema y que nos iniciemos en dar un paso y ser más consciente de los ruidos y sonidos de nuestro alrededor, como nuestro propio oído lo hace. A qué tener en claro que es un ruido excesivo y cómo se mide.

Bueno la Organización Mundial de la Salud lo define como cualquier ruido que supere a los 65 decibeles, siendo esto lo establecido podemos darnos una mejor referencia de cuándo estamos siendo afectados por el ruido. Ahora bien ya sabemos un poco de lo malo, pero qué es lo que se está haciendo al respecto de la contaminación acústica en las grandes ciudades.

Para esto tenemos el caso del estado de Jalisco México, en donde se creó y desarrolló una ley conocida como la “Ley Anti Ruido”, en donde involucra a vecinos, comercios establecidos, pequeñas, medianas y grandes empresas, servicios públicos, entre otros a regular el ruido que producen, por lo que esto da un paso a un buen camino para disminuir y controlar el ruido en las grandes ciudades. Involucrando a todos tanto las institucio-

nes gubernamentales encargadas de seguir la ley y sancionar a quienes no la respeten, como los ciudadanos que reportan algún ruido excesivo.

Lo que nos lleva a dejar una pregunta, ¿Qué estás haciendo para transformar esos ruidos de tu ciudad a sonidos para tu oído y entorno?

Fuentes:

- » Guzmán, C., & Guzmán, C. (2021). ¿Qué es la contaminación acústica? <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-la-contaminacion-acustica.html>. <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-la-contaminacion-acustica.html>
- » Ruy Alonso Rebolledo 27 de marzo de 2017, 15:39, Horas, H., Horas, H., Horas, H., A., A., A., A., Reuters, Reuters, A., & Pineda, P. (2017, 4 octubre). Las 10 ciudades con la peor contaminación acústica. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/Las-10-ciudades-con-la-peor-contaminacion-acustica-20170327-0022.html>
- » Conoce la Ley Anti Ruido. (2021). Conoce la Ley Anti Ruido. <https://>



[guadalajara.gob.mx/gdlWeb/#/detalle/250/LeyAntiRuido](http://guadalajara.gob.mx/gdlWeb/#/detalle/250/LeyAntiRuido)

### **Normatividad del Ruido Excesivo por Fernanda González**

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-081-ECOL-1994

A nosotros como seres humanos nos afectan los ruidos que se emiten fuertemente en cuanto a bienestar y nos causa un daño grave e irreversible.

Por lo cual, el presidente del comité consultivo nacional de normalización para la protección ambiental ordenó la publicación del proyecto de norma oficial mexicana (NOM-081-ECOL-1994), estableciendo los límites máximos permitidos de emisión de ruido de fuentes fijas y su método de medición, publicado en el diario oficial de la Federación.

Participantes en esta norma:

- Secretaría de desarrollo social
- Instituto nacional de ecología
- Secretaría de salud
- Secretaría de turismo
- Cámara nacional de la industria de la transformación

- Petroleros mexicanos
- Gerencia de protección ambiental
- Sociedad mexicana de acústica
- Integración para la cultura ecológica y ambiental, S.C.
- Ingeniería acústica spectrum, S.A de C.V.

Esta norma establece los límites máximos que se permiten de emisión de ruido que genera el funcionamiento de fuentes fijas y el método de medición por el cual se determina su nivel emitido hacia el ambiente. Se aplica en la pequeña, mediana y gran industria, comercios establecidos, servicios públicos o privados y actividades en la vía pública.

Equipo para medición de nivel sonoro:

Sonómetro de precisión

Calibrador piezoeléctrico o pistófono específico al sonómetro empleado

Impresor gráfico de papel o registrador de cinta magnética

Para tener bajo control y vigilar que esta norma se cumpla, la secretaría de desarrollo social, los estados y municipios, son la autoridad competente que vigila el cumplimiento de la presente norma mexicana. A quien



no cumpla con dicha norma, se le sancionará conforme a lo dispuesto por la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección del Ambiente y demás ordenamientos jurídicos aplicables.

#### LEY ANTI RUIDO

La ley estatal del equilibrio ecológico y protección del ambiente, también llamada “Ley Anti Ruido”, aprobada por el ayuntamiento de Zapopan, para armonizar la normatividad municipal.

Así como también incrementaron las sanciones, que van de \$2,534 a \$42,245. Además, a quien se le sancione más de dos veces en el lapso de un año, se le revocará la licencia de operación de forma definitiva a quien infrinja la norma por altos niveles de ruido. Esta problemática se presenta más comúnmente en salones de fiestas y casas habitación.

Acorde a la norma oficial mexicana (NOM-081-SEMARNAT-1994) en zona residencial de las 6:00 a las 22:00 horas, el límite que se permite es de 55 decibeles, así como de 22:00 a las 6:00 horas, es de 50 decibeles. Respecto a zonas industriales y comerciales

la NOM marca 68 decibeles como máximo durante el día y 65 decibeles por la noche, así como en ceremonias, festivales y eventos de entretenimiento al aire libre, el límite es de 100 decibeles.

El gobierno municipal a través de la dirección de inspección y vigilancia, cuenta con un sistema de recepción para reportes ciudadanos 24/7, sea por teléfono, redes sociales y la app “CiudApp”.

Es importante que se respeten dichas normas y leyes, no es una cuestión de exageración ni cuestiones de personas que no “aguantan nada de ruido fuerte”, sino una manera de mantener un equilibrio en el que se pueda gozar de música, sin tener que afectar a otros, y sabemos que ambos casos pueden tener éxito mientras se cumpla con lo que establecen las leyes anti ruido. Por otro lado, y más importante, se debe tomar en cuenta el daño que este ruido excesivo provoca en las personas, por eso es que la ley es tan específica en cuanto a decibeles, y en cuanto a los horarios que se consideran y se adaptan a la ley, pues tenemos que cuidar la parte de salud ya que



hemos visto el notable crecimiento de daño auditivo que esto provoca.

Bibliografía:

- » Ciudad de los niños. (Abril 8, 2019). Aprueba Zapopan armonización de la normatividad municipal a la 'Ley Anti Ruido'. Marzo 14, 2022, de Comunicación Social, Gobierno, Leyes y reglamentos, Sitio web: <https://www.zapopan.gob.mx/aprueba-zapopan-armonizacion-de-la-normatividad-municipal-a-la-ley-antiruido/>

### ***El sonido como medio de expresión por Tomás Candelario***

Hace aproximadamente 1.75 millones de años nuestros ancestros humanos, lograron uno de los avances tecnológicos más importantes en nuestra evolución, la creación de herramientas y de acuerdo con Barbara J. King el uso del lenguaje hablado les permitió compartir este conocimiento para crear mejores herramientas con cada generación.

El sonido como medio de comunicación y expresión no solo se da de persona a persona. Las personas con

mascotas o quienes trabajan con animales de campo se darán cuenta que no todos los sonidos que emiten estos animales son iguales, de acuerdo con la entonación, duración y volumen de los sonidos emitidos, podemos entender a estos animales de una forma limitada, aun cuando nuestro lenguaje es completamente diferente. El paisaje sonoro

No son solo los sonidos generados por los seres humanos y animales los que nos sirven como medio de comunicación. De acuerdo con el Artista Yair López, el paisaje sonoro es el conjunto de sonidos que se escuchan en un lugar, desde nuestra propia casa, lugar de trabajo, o la ciudad que nos rodea. Los niveles de ruido en el paisaje sonoro pueden causar diversos problemas de salud en las personas.

Los diferentes sonidos que conforman el paisaje sonoro nos comunican diferentes cosas sobre nuestro entorno, los motores de los autos y otros vehículos nos indican el peligro de las calles, los sonidos de las aves nos generan un sentimiento de tranquilidad, las voces y pisadas de las personas nos indican que no estamos solos en un determinado espacio, etc.

La música como medio de expresión



Los seres humanos tomamos este medio de comunicación (el sonido) y lo hemos transformado en un medio de expresión artística y cultural, la música, esta se ha convertido en un lenguaje universal, ya que, a pesar de no entender las letras de canciones en lenguajes distintos, estas logran generar una reacción emocional en sin importar el lenguaje del receptor, haciendo posible la comunicación entre múltiples personas sin utilizar palabras, compartiendo sonidos a través de instrumentos musicales.

King, B. (2013), When Did Human Speech Evolve?, NPR, recuperado de: <https://www.npr.org/sections/13.7/2013/09/05/219236801/when-did-human-speech-evolve>

Lopez, Y. (2021), 3er encuentro internacional de cultura auditiva, recuperado de: <https://www.facebook.com/watch/live/?ref=external&v=4468548629887690>

### **Del ruido a la armonía legal**

**Por Jurgen Moller**

No te ha pasado que estás en tu casa trabajando o comiendo o incluso a

punto de dormir y de la nada el vecino pone música a todo volumen, es muy molesto ¿no? Lo que pasa es que el ruido es un sonido perturbador, no es armonioso y molesta al oído.

Los niveles de sonido que sean menores a 70dB no producen daño auditivo no importa su duración. Las exposiciones de sonido mayores a 85dB son peligrosas. Cuando traemos audífonos los niveles oscilan entre 75dB y 136dB es un rango de diferencia amplio, pero sumamente significativo para el daño a nuestros tímpanos. ¿Cuáles son los decibeles permitidos? En las zonas residenciales tienen como máximo permitido 55dB durante el día y 55dB en las noches. En lugares de fiesta pueden llegar hasta 85dB, pero 4 horas como máximo.

Existen leyes anti ruido para evitar contaminación auditiva y proteger al ambiente. Estas leyes nos protegen de ruidos nocturnos, autos (mofles modificados), volumen de música, etc. El artículo 102 dice que todo el ruido o vibraciones que rebasen los límites permitidos pueden ser penalizados. El artículo 176 va en contra de los automóviles que generen ruido excesivo,



ya sea con el claxon, audio o modificaciones al auto puede ser sancionado. En horario nocturno no se permite la pirotecnia que rebase los límites permitidos por las normas federales como bien dice el artículo 103 bis.

Lo más probable es que estas leyes no son tan conocidas, pero son muy importantes, las repercusiones que tenemos como comunidad y como seres humanos son graves, los problemas de audición son irreversibles y hay leyes que nos protegen, cuidémonos juntos y tomemos en cuenta a los demás.

Te invito a que busques más información y que conozcas los teléfonos a los que puedes acudir si se presenta ruido excesivo en tu zona de trabajo u hogar. <https://es-la.facebook.com/CruzadaContraElRuido/>

#### Bibliografía

- » Sonido y Ruido. (2020). diferenciador.com. <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-sonido-y-ruido/>
- » Cruzada contra el ruido. (2020). Cruzada contra el ruido. <https://es-la.facebook.com/CruzadaContraElRuido/>

[es-la.facebook.com/CruzadaContraElRuido/](https://es-la.facebook.com/CruzadaContraElRuido/)

- » Conoce la Ley Anti Ruido. (2021, 1 julio). <https://guadalajara.gob.mx/gdlWeb/#/detalle/250/LeyAntiRuido>. <https://guadalajara.gob.mx/gdlWeb/#/detalle/250/LeyAntiRuido>

#### Conclusión

En las redes sociales del PAP terminamos con 220 seguidores en Instagram lo cual consideramos que no es un incremento enorme pero creemos que se debe a que por ser una página institucional mayormente y que va dirigida a un segmento muy pequeño es muy difícil lograr el alcance e impacto necesario sin publicidad pagada bien dirigida al target que necesita llegar, de igual forma los contenidos pueden mejorar muchísimo agregando tips, reels, historias interactivas, etc. Esto puede ayudar mucho a la marca a lograr un engagement más alto al ser más atractivo para el público y lograr una interacción constante y directa.

Independientemente de eso como equipo logramos ponernos de acuerdo de manera correcta y consideramos que todas trabajamos muy bien



pero aun así pudimos haber tenido un resultado mucho mejor si hubiéramos tenido el apoyo de nuestros otros compañeros en enviarnos la información que nosotras solicitamos semana con semana y que solo dos equipos envían, eso dificulta mucho nuestro trabajo ya que nos quedamos sin contenido que subir a las redes y se vuelve un poco tediosa una red que solo sube información sobre dos proyectos. Como equipo aprendimos la importancia del compromiso, la responsabilidad y también sobre la cultura auditiva y la importancia que esta debe tener en nuestra vida diaria, igual aprendimos mucho de Paola y Laura, de su paciencia y perseverancia y sobre todo la buena actitud ante todo siempre. Nos llevamos mucho de este PAP y estamos muy felices de poner nuestro granito de arena en un tema social tan importante como lo es la discapacidad auditiva.

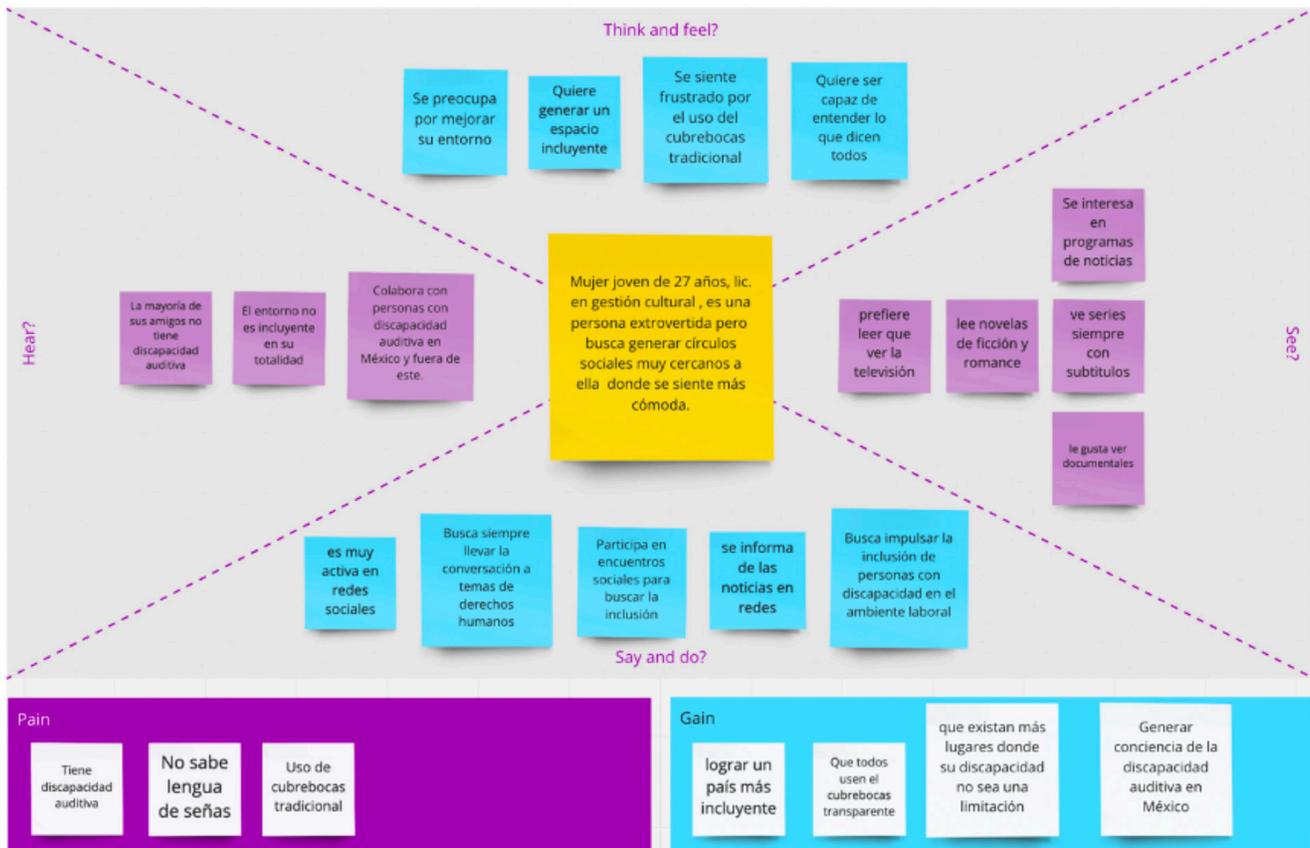
#### **1.4.4 Iniciativa cubrebocas transparentes**

##### **Personificación del proyecto**

Iniciativa cubrebocas transparente, es una mujer de 27 años, licenciada en gestión cultural, por el ITESO. Ella sufre de discapacidad auditiva, sus pasatiempos favoritos son leer y estar en redes sociales. Ella es una persona muy activa en estas redes, de ahí saca toda la información importante de su contexto. Es una persona extrovertida, que, si bien no le encanta la fiesta, es una persona muy amigable y relajada. Siempre esta buscando e interesada en movimientos sociales, siempre busca la manera de mejorar los espacios en los que esta para mejorar la inclusión, ya sea para personas como ella o para cualquier otra persona que sufra de alguna discriminación sistemática. Con la pandemia se vio muy afectada pues su manera de comunicarse es por medio de la lectura labiofacial y el cubrebocas tradicional merma su comunicación, sus modelos a seguir son activistas y vio en ellos la posibi-



lidad de generar un cambio. Así fue como busco alguna forma de impulsar la inclusión de personas al contexto actual de la pandemia, manteniendo la seguridad de todos y facilitando la forma en la que se comunica.



## Guión video 1

DIÁLOGO	ESCENA	DURACIÓN	TOMA
-	Cortinilla PAP Escucha México CON SONIDO	5 seg	
(VOZ EN OFF) Somos la Iniciativa México Cubrebocas Transparente. En el 2020, llegó el covid-19 a México y con ello el uso del cubrebocas tradicional que no permite la lectura labiofacial.	Logo de la iniciativa. Personas con cubrebocas tradicional	10 seg	
(VOZ EN OFF) En octubre de ese mismo año María creo la iniciativa en la plataforma change.org	Creación de iniciativa en change.org	5 seg	
(VOZ EN OFF) En el semestre de primavera 2021 del Iteso, la iniciativa se unió al PAP Escucha México. Creando y manejando la imagen y comunicación.	Unió al PAP Creación de todas las redes	10 seg	
(VOZ EN OFF) Después de un año de lucha se reunieron 25,000 firmas. Fue entonces que con ayuda del mtro. Adalberto Méndez y los senadores del grupo Plural se logró hacer el proyecto de ley y presentarlo en el senado.	Presentó al senado en diciembre 2021	10 seg	
(VOZ EN OFF) ¡Aún seguimos luchando! (Clips de senador hablando de cómo va la iniciativa en el senado)	Senador hablando	20 seg	
(VOZ EN OFF) Te invitamos a utilizar cubrebocas transparente y unirte a este movimiento de inclusión.	QR y tutorial de como firmar	5	



-	Cortinilla del ITESO	3 seg	*
---	----------------------	-------	---

### Guión video 2

DIÁLOGO	ESCENA	DURACIÓN	TOMA
-	Cortinilla PAP Escucha México CON SONIDO	5 seg	
	Texto donde explica quién es Daniel	5 seg	
	Conversación de whatsapp donde invitan a Daniel a comer a un restaurante, pero no está tan convencido	22 seg	
	Escena de restaurante con mesera con cubrebocas transparente	15 seg	
	Texto en pantalla donde da cifra de cuántas personas tienen discapacidad auditiva en México	7	
	Texto en pantalla Invitación a unirse y utilizar cubrebocas transparente	6	



-	Cortinilla del ITESO	3 seg	
---	----------------------	-------	---

### Manual de identidad

Se creó un manual de identidad para la Iniciativa con el objetivo de tener una línea de diseño y que todos los equipos que formen parte del PAP en el futuro puedan tener claro cómo crear todo el contenido digital e impreso.



**INDICE**

<b>ISOLOGO</b>	<b>3</b>
<b>ÁREA DE SEGURIDAD</b>	<b>4</b>
<b>REDUCTIBILIDAD</b>	<b>5</b>
<b>VARIANTES DEL LOGO</b>	<b>6</b>
<b>VERSIONES NO PERMITIDAS</b>	<b>7</b>
<b>TIPOGRAFÍAS</b>	<b>8</b>
<b>USO DE HASHTAG</b>	<b>9</b>
<b>ILUSTRACIONES</b>	<b>10</b>
<b>PLANTILLAS</b>	<b>11</b>



VARIANTE DE LOGO



VERSIONES NO PERMITIDAS

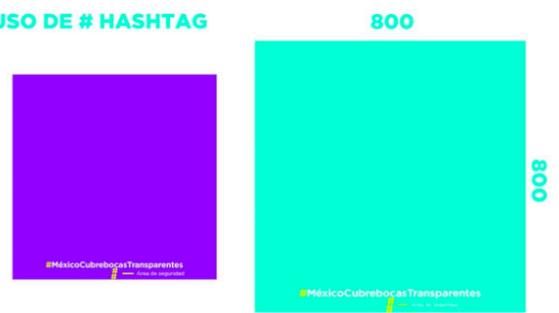


\*APLICA PARA CUALQUIER TONALIDAD QUE SE ELIJA

TIPOGRAFÍAS

- TÍTULOS ————— Gotham Black
- SUBTÍTULOS ————— Gotham Bold
- CUERPO ————— Gotham Book

USO DE # HASHTAG



ILUSTRACIONES



PLANTILLAS

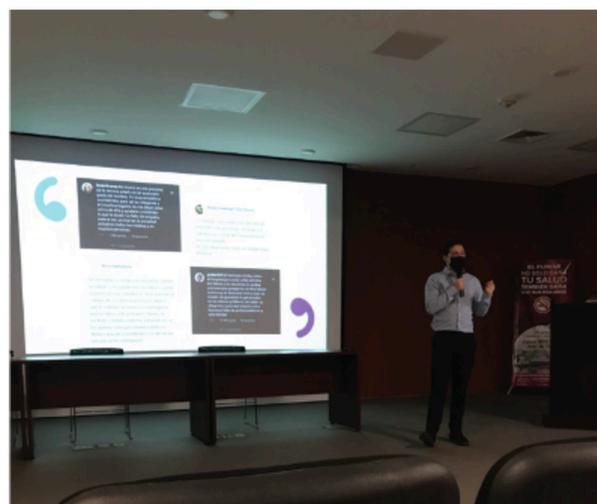
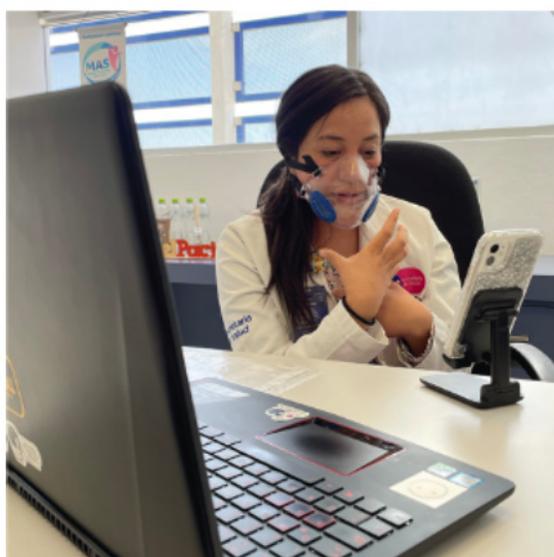


## Otros productos

### **Presentación para Hospital General de León, Guanajuato**

*Conferencia “Importancia de la Discapacidad Auditiva y su impacto durante la Atención de la Salud”*

El pasado 6 de abril tuvimos la oportunidad de exponer la iniciativa en el Hospital General de León Guanajuato, con la ponencia “Importancia de la Discapacidad Auditiva y su impacto durante la Atención de la Salud”. En donde buscamos contextualizar a los estudiantes y residentes del hospital sobre cómo la iniciativa impacta directamente la atención en salud a personas con discapacidad auditiva, y como el uso de cubrebocas tradicional



es un grave problema para una comunicación digna con todos los pacientes. Debido a la actual emergencia sanitaria ocasionada por COVID-19 y el uso de los cubrebocas tradicionales se presentan retos sumamente complicados para quienes padecen de alguna discapacidad la barrera de comunicación que se genera impacta en todos lados, pero en los puntos de atención a salud la mala comunicación puede ocasionar hasta la muerte del paciente, esta es una de las grandes razones por lo que la contextualización y sensibilización del tema en estos espacios es fundamental.

La conferencia se realizó a las 8 de la mañana el miércoles 6 de abril de 2022 con la presencia de cerca de 150 doctores y estudiantes de medicina,



en uno de los auditorios escuela del hospital, aquí, donde cada miércoles se dan conferencias y capacitaciones organizadas por el departamento de capacitación de la universidad de Guanajuato y el Hospital Escuela General de León. Donde con la ayuda de Adriana ex alumna del PAP se logró realizar la ponencia, como parte de las capacitaciones otorgadas a los alumnos en el programa de miércoles de Salud del Hospital.

Durante la conferencia el objetivo que teníamos al presentar era sensibilizar a los doctores y estudiantes sobre cómo funciona la iniciativa, y como es fundamental su apoyo en la toma de acción activa para que las personas con discapacidad auditiva puedan tener un trato digno en espacios de salud.



Se tocaron temas generales del surgimiento de la iniciativa y la importancia de la comunicación social con respecto a la educación sobre el tema. Desde experiencias personales a experiencias de personas que son parte de la comunidad de México Cubrebocas transparente, se compartieron para visibilizar la realidad de muchas personas con discapacidad auditiva, se habló también de la importancia de redes sociales, y como la discapacidad auditiva es complicada de detectar en primera instancia cuando se está tratando a un paciente; con la intención de impulsar protocolos de atención donde las personas con discapacidad auditiva, o cualquier impedimento de comunicación pueda ser atendido de la mejor manera.



Con estas experiencias los alumnos poco a poco fueron compartiendo las interacciones que ellos han tenido con personas con discapacidad auditiva, y algunos compartieron su experiencia como personas con discapacidad auditiva o como personas cercanas a personas con discapacidad auditiva esto es fue fundamental para visibilizar la cercanía que estas situaciones tienen por más que parezcan muy aisladas.

La conferencia fue un encuentro donde con experiencias y describiendo el trabajo que se ha realizado se logró simpatizar, empatizar y visibilizar la realidad de millones de personas en México, que durante la pandemia fueron fuertemente afectados. La ponencia logró su objetivo y nos mostró un camino increíblemente importante para seguir, esta manera de presentar la iniciativa es sumamente necesaria y tiene repercusiones inmediatas, con estas conferencias podemos asegurar que en esos lugares de salud ya exista el conocimiento del uso de cubrebocas transparentes, se logró darle las herramientas a algunos doctores para que pudieran implementarlo

en su día a día, así como, entender que la importancia de los protocolos para la atención. El apoyo del Hospital General de León y Adriana (ex alumna del PAP) fue increíble y su interés nos marca la pauta de cómo es posible llegar a instituciones y también desde ahí presionar al senado para que la iniciativa se pueda aprobar.



## Apoyo visual utilizado en la conferencia

**IMPORTANCIA DE LA DISCAPACIDAD AUDITIVA Y SU IMPACTO DURANTE LA ATENCIÓN DE LA SALUD**

HOSPITAL GENERAL LEÓN GTO

**México Cubrebocas Transparentes**

@MaskTranspMX @MaskTranspMX México Cubrebocas Transparentes masktranspms@gmail.com

**PANDEMIA COVID-19**

- Inesperado/No planeado
- Ajuste a "nueva normalidad" (Distanciamiento social y uso de cubrebocas como principal herramienta de protección)
- Grupos **vulnerables** o de riesgo

**¿QUÉ PROBLEMAS SE ENCONTRARON?**

- **Atención a otros ámbitos** (de salud, económico, laboral, educativo)
- Surgen nuevos **grupos** que requieren **atención**
- Grupos de **personas con discapacidad**
- **DISCAPACIDAD AUDITIVA (invisible)**

**1500 millones** de personas con discapacidad auditiva en el mundo (OMS, 2021)

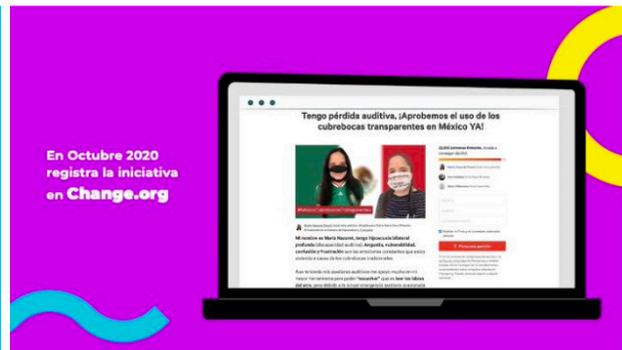
**2500 millones** de personas en el mundo presentará algún tipo de pérdida auditiva en 2050. (OMS, 2021)

**más de 5 millones** de personas con discapacidad auditiva en México (INECI, 2020)

Sólo un **porcentaje pequeño** sabe usar **Lengua de Señas Mexicana**

**Más del 90%** utiliza lectura labio-facial para comunicarse





**Reservados** Mi mamá es una persona de la tercera edad con un avanzado grado de sordera. Yo la acompaño y sus límites para ser su intérprete y en muchos lugares no me dejan estar cerca de ella y cuando se acerca lo que le dicen. La falta de empatía, parece que es mal de la sociedad actual en todos los medios y en muchas personas.

**Reyna Guadalupe Trejo Orozco** Yo también soy sorda y me dificulta de entender a las personas cercanas con cubrebocas, con el del transparente es muy útil para mí. No nos dejen atrás como un simple trapo, por favor.

**Rocio Santamaría** Mi hermana es sorda y no escucha cuando le hablan y no puede leer los labios cuando la gente en usa cubreboca. Ya le pasó en el colegio de sus hijas que ella no sabía lo que le estaban diciendo y le entregaron mal los libros y le hicieron firmar de recibido y faltaba material. Después no se los querían entregar porque estaba su firma y gracias a la intervención del rector del cole se los entregaron.

**potter08** Mi hermana sorda y entró al hospital por covid y ella solo usa los labios y los doctores no podían comprenderse porque no se descubrían su boca y mi hermana nunca supo su estado de gravedad lo que pasó en su entorno y falleció sin saber su situación y poco me importó si los doctores falta de profesionalismo y sensibilidad.

**Contacto con asociaciones y organizaciones que podrán ayudar a la causa**

**MARCAS EXISTENTES EN MÉXICO:**

Mask off (CDMX) | Smile Guard (E.U.A con distribución en México) | Brankia (Guadalajara) | Cubre Vita (Torreón) | Proker AIO (Monterrey)

**LA INICIATIVA BUSCA:**

Desarrollar una norma de cubrebocas inclusivos | Aprobarse en todo México | Áreas de servicio público o privado deberán contar o proporcionar cubrebocas transparentes que permitan la lectura labio facial

**La iniciativa #MéxicoCubrebocasTransparentes aún continúa luchando por la inclusión en tiempos de pandemia de las personas con discapacidad auditiva, haciendo un llamado de esperanza y empatía.**

[Change.org/CubrebocasTransparentes](https://change.org/CubrebocasTransparentes)

**"No solo quiero ser la voz de muchos, quiero que muchos sean mi voz"**

[#MascarillasAccesiblesYa](#)  
[#MéxicoCubrebocasTransparentes](#)

@MaskTranspMX  
@MaskTranspMX  
México Cubrebocas Transparentes  
masktranspmx@gmail.com  
@MaskTranspMX



### Tabla de productos para redes sociales con resultados

Se realizó un análisis de cada una de las redes para observar el avance que se tuvo en los meses de primavera 2022. Se revisó el aumento de seguidores y cantidad de interacciones, publicaciones con mayor y menor engagement.

Por último, el equipo realizó una serie de propuestas para los próximos estudiantes del PAP. Esto con el propósito de darle seguimiento al proyecto de manera correcta y que sigan trabajando con la misma línea.

#### Facebook

- » Seguidores obtenidos: se comenzó el semestre con un total de 334 seguidores (me gusta en la página). Para el 20 de abril se tienen 348. Se aumentó 14 usuarios.
- » Cantidad de interacciones finales: se publicaron un total de 26 posts. De los cuáles obtuvimos un total de 31 interacciones, incluyendo me gusta, comentarios y compartir. El alcance varía entre 17 y 76 usuarios.
- » Publicaciones con mayor y menor porcentaje de engagement:

La publicación con mayor porcentaje fue la siguiente con un engagement de 6%.



La publicación con menor porcentaje de engagement fue la siguiente con un engagement de 0% según las estadísticas de Facebook.



Análisis que resulta de estos datos: las publicaciones que tuvieron más exitosa fueron aquellas donde se compartía contenido de recreación, recomendaciones o fotos de personas con cubrebocas transparente. Las publicaciones con texto o informativas no tenían tanto engagement. Durante el semestre se mantuvo estable la red y hubo suficiente aumento en engagement y seguidores a comparación del semestre pasado.

### Instagram

- » Seguidores obtenidos: en este semestre aumentamos 13 seguidores, con un total de 143 seguidores actualmente
- » Cantidad de interacciones finales: se tuvieron un total de 224 interacciones
- » sumando me gusta, comentarios, guardados y compartido. Se tuvo un total de engagement de 46 con el perfil de la cuenta.
- » Publicaciones con mayor y menor porcentaje de engagement

La publicación con mayor engagement fue la siguiente, con un total de 60. Tuvo 13 me gusta, 11 compartir y 1 guardado.



La publicación con menor engagement fue la siguiente, con un total de 31. Tuvo 5 me gusta.



Análisis que resulta de estos datos: en esta plataforma tuvimos un alcance mayor al semestre anterior, 12.3% más según las estadísticas. Las publicacio-



nes con mayor éxito fueron las que hicimos en colaboración con otras cuentas para promover el uso de los cubrebocas transparentes y de esta manera aumentar nuestros seguidores. Las publicaciones informativas sobre días festivos o días de conmemoración no fueron tan exitosas.

### Twitter

- » Seguidores obtenidos: durante el semestre solamente tuvimos 2 seguidores nuevos según las estadísticas de Twitter.
- » Cantidad de interacciones finales: tuvimos un total de 18 likes en las 17 publicaciones que hicimos en febrero, marzo y abril.
- » Publicaciones con mayor y menor porcentaje de engagement.

Publicación con mayor engagement es la siguiente, tuvo un total de 3 likes, 57 impresiones y un total de 5.3% de engagement.



Publicación con menor engagement fue la siguiente, tuvo 0 likes, 45 impresiones y un engagement de 2.2%

- » Análisis que resulta de estos datos: esta plataforma fue la que menor movimiento tuvo y por lo mismo no hubo tanta interacción. Al igual que las otras redes las publicaciones más populares son las que hicimos colaboración con otras cuentas y las que menor las informativas que tienen mucho texto.

*Propuestas para próximos semestres*  
Sería bueno encontrar otra estrategia a la que se tiene ahorita, se intentó seguir la misma línea para darle seguimiento durante un año. Lo que se trabajó si fue buena ya que se creó una comunidad desde cero y para comenzar estuvo bien pero nos parece prudente que el siguiente equipo debe encontrar otra línea. Seguir haciendo las colaboraciones y encontrar más cuentas para hacer campañas es una buena estrategia que le gustó a los usuarios. De esta manera se hace más conocida la cuenta y la iniciativa. Logramos tener contacto con la empresa de Cochlear Latinoamérica pero no tuvimos tiempo de darle seguimiento, sería bueno que el siguiente equipo logre hacer una campaña o colaboración



con ellos. También podrían empezar a generar contenido diferente como historias, videos o reels semanales que actualmente están de moda. Por último, podrían renovar el diseño y crear nuevas plantillas o ilustraciones. Otra propuesta es que el siguiente semestre se realice un protocolo de respuesta para implementar situaciones donde las personas con discapacidad auditiva se vean vulneradas de sus derechos. Esto con el objetivo de ayudar a que los establecimientos y espacios de salud, educación y recreación sean más inclusivos.

### **Conclusión**

Comenzamos el proyecto tomando las recomendaciones de los compañeros de semestres pasados, como seguir la línea de diseño, continuar con las campañas y comenzar a comunicarnos con diferentes personas que pudieran impulsar la iniciativa. Fue muy enriquecedor tomar esto en cuenta después de realizar el análisis de todo lo que se había hecho antes de nosotros.

Logramos concretar algunos contactos con cuentas de redes sociales que tienen muchos seguidores, esto nos ayudó a que estos mismos usuarios

compartieran las redes de la iniciativa y nos dió a conocer más. Todas las cuentas tenían alguna relación a personas con discapacidad auditiva y su problemática ante los cubrebocas tradicionales (kn95, quirúrgicos, de tela). También iniciamos el contacto con la empresa Cochlear Latinoamérica. Esto hace que el movimiento sea reconocido en todo el territorio. Para lograr todo esto, como equipo, tuvimos que hacer redacción de los mensajes y seguimiento cuando había una respuesta. Nos acercó a una realidad laboral donde se tiene que establecer comunicación entre diferentes entidades o personas. Fue muy satisfactorio tener la respuesta de las diferentes cuentas.

El trabajo que realizamos nos dejó mucho más que estos resultados, los aprendizajes sociales, éticos y personales que nos dejaron nos hicieron darnos cuenta de las problemáticas sociales y cómo estas impactan a mucha gente. Poder ver como el trabajo que hizo pudo cambiar la situación de ciertas personas al mismo tiempo que se les daba un espacio de visibilización y escucha para que puedan encontrar una solución para un problema que impacta día a día.



Como equipos logramos llevar todas las redes de la Iniciativa. Tuvimos una buena organización y cada quien cumplía sus tareas. Aprendimos más sobre el tema de la discapacidad auditiva y el impacto y barreras a las que se enfrentan día con día. A pesar de que solamente fueron 5 meses de trabajo pudimos comprender la situación rápidamente y llevar a cabo las diferentes publicaciones. Fue importante siempre mantenerse abierto a todo y llevar a cabo nuevas dinámicas para poder mejorar el contenido. Es muy gratificante para nosotros ver cómo va creciendo día con día la Iniciativa.

El análisis de redes que hizo para la iniciativa nos sirvió para crear una estrategia especial para aumentar nuestros seguidores en cada red social y también para aumentar el número de firmas a la iniciativa.

Aunque la pandemia ya no sea tan fuerte como en el año 2020, el uso del cubrebocas se queda para siempre por temas de higiene en diferentes lugares como los hospitales, restaurantes, hoteles, etc.

### 1.4.5 Brankia

#### *Personificación del proyecto*

Es un chico de 25 años extrovertido, siempre con una sonrisa en la boca, es muy activo siempre está haciendo alguna actividad, se considera activista, siempre está buscando alguna forma de ayudar al ambiente y a las personas de su contexto. Pasa mucho tiempo en su celular, ahí es donde encuentra todas las noticias, su actividad favorita es nadar. Siempre busca el confort de las personas que lo rodean. Estudia innovación y le gusta inventar cosas. Tiene un hermano con discapacidad auditiva y vio como los cubrebocas le impedían vivir su vida con normalidad, por eso decidió crear Brankia.



### Guión del video 1

Iniciamos presentando a Enrique e informando que tiene hipoacusia bilateral severa, hacemos énfasis en que la nueva normalidad no es igual para todos y que el uso de cubrebocas dificulta la comunicación con gente como Enrique.

Presentamos a Brankia y damos a conocer que es un proyecto incluyente

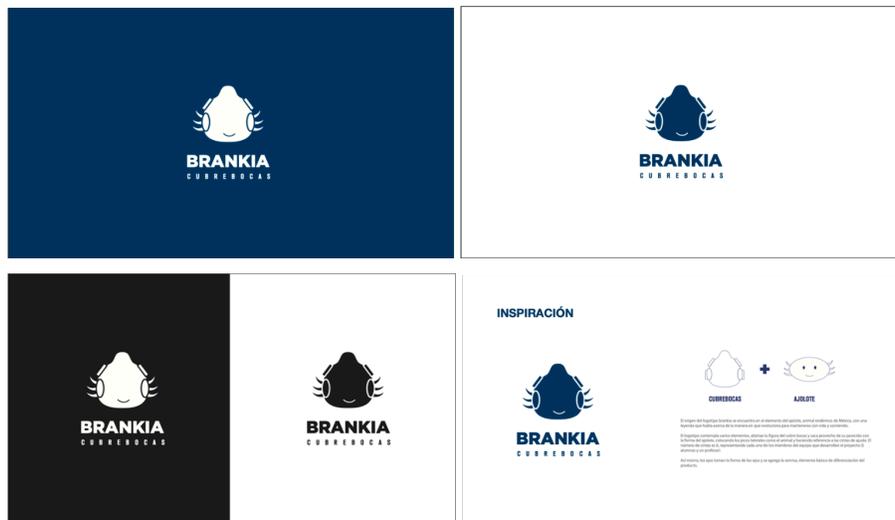
y cómo impacta el uso de un cubrebocas transparente para gente como Enrique, se les puede ver la cara.

Con Brankia nos gusta verte sonreír, es un cubrebocas seguro, sustentable e incluyente.

Logo Brankia cubrebocas.

Cortinilla: ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara.

### Manual de identidad



#### TIPOGRAFÍA PRIMARIA

Gotham-Black

A a

Esta tipografía fue originalmente diseñada para la revista QD donde los editores buscaban un nuevo tipo de letra para su contenido. Fue diseñada por Tobias Frerking en el año 2000, un diseñador de tipografía de New York.

La principal fuente que Frere-Jones tomó para crear Gotham fueron las letras en el edificio antiguo de Manhattan, diseñado en estilo gótico de la década de 1900, donde comenzaron a cambiarse los tipos de letras con formas geométricas. Su objetivo era crear una tipografía fuera del control de un diseñador, si no el tipo de letra que posteriormente creará un ingeniero.

Muchos asocian el Font Gotham con la ciudad de New York, la arquitectura ordenada de la ciudad y el sentido urbano, además de por ser la primera tipografía moderna y geométrica creada en Estados Unidos.

A B C D E F G H  
I J K L M N O P Q  
R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h  
i j k l m n o p q  
r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! @ # \$ % ^ & \* ( ) ?



### TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

**AKZIDENZ-GOTESK BQ  
BOLD CONDENSE**

**A a**

Diseñada en 1896 por Günter Gerhard Lange para la fundición Berthold en Berlín, esta tipografía es la precursora de la Helvetica. Tuvo un enorme éxito y pronto fue imitada por varias fundiciones.

Su nombre proviene de la palabra usada en Alemania para denominar a las tipografías sin serifa del siglo XIX "Grottesk", y el término usado para los tipos utilizados por las imprentas comerciales "Akzidenzschrift".

Fue usada como tipo de texto en Europa, especialmente en Suiza hasta ser suplantado por la Univers y la Helvetica aunque en los años recientes hizo una nueva reaparición. Funciona especialmente bien en literatura técnica como tablas, hojas de balance o en otros casos donde haya poco espacio. También se puede utilizar en titulares de periódicos y revistas gracias a su gama de anchos y pesos.

A B C D E F G H  
I J K L M N O P Q  
R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h  
i j k l m n o p q  
r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

!@#\$\$%^&\*()?

### TIPOGRAFÍA TERCERA

Gotham-Black

**A a**

A B C D E F G H  
I J K L M N O P Q  
R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h  
i j k l m n o p q  
r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

!@#\$\$%^&\*()?

### PANTONES

Se eligieron como colores primarios los que forman parte de la institución universitaria ITESO. El azul es un color que se asocia con temas de salud, transmite seguridad, tranquilidad y confianza. Mientras que el otro color que se eligió fue el gris, un color asociado a minimalismo, tecnología, innovación y seriedad. Estos dos colores crean armonía y es agradable sin dejar de ser llamativo al ojo.

Como colores secundarios, el color rosa, un color que alude al animal Azolote, una gran inspiración para la realización del diseño del cubrebocas. Gris obscuro para resaltar texto con mayor importancia. El amarillo un color lleno de energía, este color se asocia con juventud, frescura e innovación, un color que le agregará color a elementos gráficos. Y por último el verde, fue elegido para aludir a una de las principales insignias de la institución, cuidar el planeta. El azul y el verde son colores asociados con el planeta tierra, y el cubrebocas fue pensado también para que lográrd ser sustentable. Y claro, tomando en cuenta blanco y negro.

PANTONES		PANTONES	
C: 100% M: 50% Y: 9% K: 42%	R: 0 G: 64 B: 111	#00406f	
C: 56% M: 48% Y: 43% K: 10%	R: 122 G: 120 B: 121	#7a7879	
C: 28% M: 86% Y: 0% K: 0%	R: 188 G: 112 B: 187	#bc70a7	
C: 65% M: 58% Y: 56% K: 38%	R: 77 G: 78 B: 74	#4d4c4a	
C: 18% M: 16% Y: 95% K: 0%	R: 225 G: 198 B: 4	#e1c604	
C: 71% M: 19% Y: 100% K: 9%	R: 68 G: 748 B: 40	#589428	



-	Cortinilla del ITESO	3 seg	
---	----------------------	-------	---

### 1.4.6 Universidad Incluyente

#### **Actividades realizadas**

El periodo anterior, Otoño 2021, se trabajaron una serie de infográficos, a los que se les dio continuidad esta Primavera 2022. A lo largo de este semestre se trabajaron un total de 5 infográficos, pensados para ser insumo de la nueva app del programa Universidad Incluyente que está próxima a lanzarse. Asimismo, se trabajaron dos videos que, se espera, también puedan fungir como materia prima para aplicación.

#### **Procedimiento de trabajo**

El primer paso para comenzar a trabajar fue contactarnos con los encargados del programa de Universidad Incluyente. Nos presentamos con Elizabeth Covarrubias y Gilberto Cirlos, los coordinadores, quienes nos hablaron a mayor profundidad de las acciones y objetivos del programa y

nos externaron sus necesidades para el semestre en curso.

Nos compartieron que su principal preocupación para los siguientes meses era generar insumos gráficos para una app que actualmente se encuentra en desarrollo en colaboración con el Laboratorio de Aplicaciones Móviles Ulab. Una semana después de nuestra primera reunión, el 9 de marzo, a través de una videollamada grupal conocimos a sus colaboradores de Ulab, quienes nos hablaron un poco más de la aplicación móvil que esperan tener lista pronto.

Después de estas primeras charlas, se conformó un listado de 5 temáticas que debían ser plasmadas a manera de infográfico. De la misma forma, se calendarizaron las fechas de revisión y las fechas de entrega. Se otorgó libertad creativa, siempre y cuando nos apegáramos a los estándares de identidad gráfica del programa. Se nos proporcionó el logo de Universidad Incluyente, así como un documento



con información, al cual dimos lectura y del que se extrajeron y sintetizaron algunos fragmentos. Más adelante se nos compartieron más documentos con la información resumida.

Nos estuvimos reuniendo con los coordinadores todos los miércoles a las 10:00 a.m. de manera presencial, desde el 2 de marzo hasta el 27 de abril, que fue la sesión de cierre. Durante este tiempo, la dinámica de trabajo consistió en elaborar el infográfico por cuenta propia, para después presentarlo y discutirlo en las reuniones semanales. En las juntas, Elizabeth y Gilberto nos hacían saber sus opiniones y observaciones, y al final hacían la petición para que se realizaran ciertas correcciones puntuales. Entonces se trabajaban las correcciones anteriores más el diseño del infográfico siguiente. La misma dinámica se abordó para trabajar los videos.

Javier, diseñador de profesión, se encargó de tres infográficos; Tomás, diseñador de profesión, se encargó de los restantes dos infográficos; y Samanta, realizadora audiovisual de profesión, se encargó de elaborar los dos videos.

### ***Explicación detallada del proceso de elaboración de los productos y herramientas y técnicas utilizadas conforme al plan de trabajo***

El primer paso para diseñar los infográficos fue leer y analizar la información proporcionada, dado que a partir del tipo y cantidad de información, se definen las posibilidades y limitaciones para el diseño de la misma. Lo siguiente fue bocetar en papel distintas propuestas, hasta encontrar una que nos tuviera satisfechos. Posterior a eso, se trasladaba el diseño resultante al programa de diseño de nuestra preferencia, que en este caso fue, principalmente, Adobe Illustrator, que trabaja con vectores. Como programa secundario de apoyo (aunque no en todos los casos), hicimos uso de Adobe Photoshop. En todo momento se tuvieron presentes los fundamentos básicos del diseño bidimensional, para lograr conformar un producto que fuera atractivo y armonioso a nivel visual, al igual que legible.

Para la realización de los videos se hizo uso de diferentes herramientas en las diferentes etapas del desarrollo. Para el primer video tuvo que realizarse un registro de video, para el cual se hizo uso de una cámara y un



tripié. También se necesitaron grabar pequeñas líneas de voz en off, para lo cual se recurrió a una app móvil de grabación de sonido. Para realizar el montaje del video y voz, se hizo uso del programa Adobe Premiere Pro. Para el segundo video, se desarrolló un pequeño guión. Se buscaron recursos gráficos gratuitos y libres de derechos de autor en internet, que pudieran ilustrar el guión previamente trabajado. Para diseñar las imágenes se recurrió a Illustrator, para animar se hizo uso de After Effects, y para editar video y audio, se hizo uso de Premiere Pro. Este último programa fue el que se utilizó para realizar el subtítulo de los videos.

### **Evidencia de los procesos, resultados y servicios alcanzados**

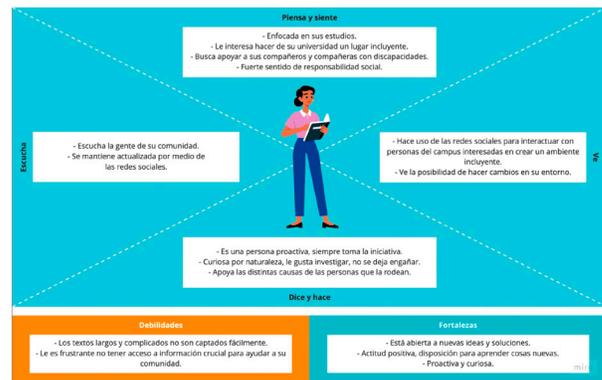
Un poco más adelante en este mismo apartado, anexamos la evidencia de los diversos productos elaborados.

### **Proyección para uso futuro en la app de Universidad Incluyente**

Este PAP se enfoca, principalmente, en atender las redes sociales de los diferentes proyectos con los que colabora. En el caso de Universidad Incluyente, ellos no cuentan con redes sociales, por

lo que no se trabajaron publicaciones para dichas plataformas. En su lugar, los productos resultantes planean incorporarse a la app que está desarrollando Ulab, posiblemente también se contemple la impresión de mupis para ser colocados dentro de las instalaciones de la universidad.

## **Personificación**



## **Descripción**

Estudiante de licenciatura del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), de entre 18 a 25 años. Realizando maestría posiblemente para ejercer en el área de educación, pedagogía, etc. En su trayectoria académica ha trabajado con personas con distintas discapacidades, este hecho la hizo consciente sobre la forma que las personas interactúan con personas discapacitadas.



**Piensa y siente**

Es una persona enfocada en sus estudios, le interesa hacer el mejor uso de las instalaciones de su universidad. Tiene varias amistades, que hizo en el transcurso de su estadía por la universidad. Es empático y le preocupa no saber cómo apoyar a sus compañeros que cuentan con alguna discapacidad. Le interesa aportar su granito de arena para que los espacios de los que es partícipe sean más incluyentes. Le interesan y consume productos comunicativos que lo divierten y entretienen. Tiene un fuerte sentido de responsabilidad social.

**Dice y hace**

Tiene iniciativa y una actitud proactiva. Es un escéptico y no cree en lo que le dicen a la primera, nace naturalmente un interés por investigar. No obedece ciegamente a las instituciones y autoridades. Toma partido en los problemas y causas que considera importantes. Participa activamente en su comunidad, apoya a las distintas causas de las personas que la rodean (salud mental, accesibilidad, etc.) Ella aboga por las causas de quienes la rodean.

**¿Qué escucha?**

Pasa mucho tiempo en redes sociales, publica y comparte aquello que le interesa. Su entorno impulsa las ideas innovadoras y la creatividad, así como las cuestiones sociales.

**¿Qué ve?**

Tiene una fuerte presencia en redes sociales, pasa gran parte de su tiempo ahí. Las personas con las que convive también son empáticas, respetuosas y amables, y parecen estar interesadas en hacer de los espacios de la universidad, lugares más incluyentes. Hay un fuerte sentido de unión y colaboración. Se relaciona con personas con iniciativa y espacios que promueven



e impulsan la creatividad. El mercado no satisface por completo sus necesidades de conocimiento.

### **Debilidades**

Se distrae con facilidad, no es muy hábil para leer textos largos. Si algo no es lo suficientemente atractivo a nivel visual o lo suficientemente entretenido, su interés por el contenido disminuye, por lo que las formas sí resultan indispensables para captar su atención. Le resulta preocupante no saber qué hacer y no tener fácil acceso a la información que necesita para ayudar a sus compañeros con alguna discapacidad.

### **Fortalezas**

Es crítico, cuestiona lo convencional, la norma y a las autoridades. Tiene profundo interés en aprender constantemente y renovar su visión. Se considera exitoso cuando aprende cosas nuevas, cuando participa para resolver problemas mediante su creatividad y cuando ayuda a otras personas.

### **Guión video 1**

Realizamos talleres para sensibilizar a la comunidad universitaria frente al tema de la discapacidad.

Conoce este y otros proyectos en Universidad Incluyente ITESO. ITESO para todos.

Cortinilla: ITESO, libres para transformar...



### **Guión video 2**

Primer día de universidad, todo es nuevo para Sofía, al igual que para el resto de sus compañeros y compañeras.

Sin embargo, situaciones cotidianas que podrían no representar un reto mayor para los demás, como comprender los contenidos de la clase, hacer una pregunta o atender indicaciones, son más complejas para Sofía. Pero Sofía no está sola. En ITESO contamos con Universidad Incluyente, un proyecto que busca promover una



cultura de inclusión frente a la discapacidad motora y/o sensorial entre los miembros de la comunidad.

Se ofrecen talleres de sensibilización frente a la discapacidad física y/o sensorial; cursos de Lengua de Señas Mexicana; fortalecimiento y acompañamiento a los estudiantes y al personal con discapacidad física y/o sensorial que forman parte de la comunidad universitaria; acompañamiento y asesoría a docentes que en alguna de sus asignaturas tengan inscrito o inscrita a uno o más estudiantes con discapacidad física y/o sensorial.

Escríbenos a [incluyente@iteso.mx](mailto:incluyente@iteso.mx), y ayúdanos a construir una comunidad más incluyente, para que Sofía y otros puedan disfrutar al máximo de su experiencia universitaria.

ITESO para todos.

Cortinilla: ITESO, libres para transformar...



### 1.4.6.3 Manual de identidad



#### Paleta de colores



Colores Primarios



Colores Complementarios

#### Logos e inditificadores



Logo institucional



Logo institucional



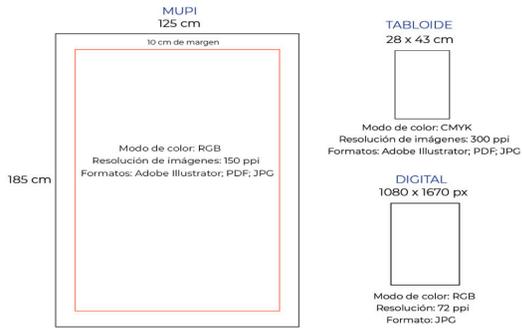
Identificador PUI



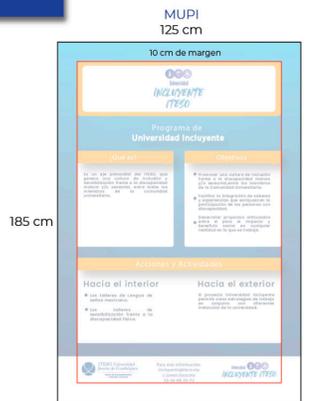
Identificador PUI



**Medidas y tamaños**



**Ejemplo base**



Espacio para logos e información de contacto

**Infográfico 1:**

Sobre qué es el Programa de Universidad Incluyente: Objetivos, acciones, tareas, actividades hacia el interior y el exterior del ITESO. (9 de marzo)

**Programa Universidad Incluyente**

**¿QUÉ ES EL PROGRAMA UNIVERSIDAD INCLUYENTE? (PUI)**

Es el programa institucional universitario encargado de generar una cultura de inclusión frente a la discapacidad física y/o sensorial con el propósito de favorecer el trabajo en pro de la inclusión educativa, social y laboral tanto al interior como al exterior de la comunidad universitaria.

**ACCIONES**

**Hacia el interior de la Universidad ofrecemos:**

- Talleres de sensibilización frente a la discapacidad física y/o sensorial.
- Cursos de Lengua de Señas Mexicana.
- Fortalecimiento y acompañamiento a los estudiantes y al personal con discapacidad física y/o sensorial que forman parte de la comunidad universitaria.
- Acompañamiento y asesoría a docentes que en alguna de sus asignaturas tengan inscrito o inscrita a uno o más estudiantes con discapacidad física y/o sensorial.

**Hacia el exterior de la Universidad realizamos:**

- Vinculaciones externas con instancias educativas, organismos civiles, empresas, colectivos e instancias de gobierno que trabajen en el tema de la cultura de la inclusión frente a la discapacidad física y/o sensorial.

**OBJETIVO GENERALES**

- Ofrecer acompañamiento a la comunidad universitaria en el tema de discapacidad física y/o sensorial para facilitar la integración de saberes y experiencias que enriquezcan la participación y el desarrollo de proyectos articulados entre sí.

EL PROGRAMA ESTÁ ADSCRITO A LA DIRECCIÓN DE INTEGRACIÓN COMUNITARIA (DIC).



Para más información:  
incluyente@iteso.mx



**Infográfico 2:**

Qué es y objetivo de los talleres de sensibilización. (16 de marzo)

**Taller de Sensibilización frente a la discapacidad física y sensorial**

El objetivo principal es fomentar y transmitir una cultura de inclusión y sensibilización frente a la discapacidad física y sensorial dentro de la comunidad universitaria, generando un ambiente en el que se impulsa una dinámica de respeto, empatía y sensibilización.

Duración del taller  
90 -120 minutos

ITESO Universidad Jesuita de Guadalajara

Para más información:  
incluyente@iteso.mx

Universidad **INCLUYENTE ITESO**

**Infográfico 3:**

Objetivo del Curso de Lengua de Señas Mexicana. (23 de marzo)

**Curso de Lengua de Señas Mexicana**

**Objetivo General**

El curso busca fomentar el desarrollo de habilidades comunicativas para favorecer la interacción con la comunidad sorda, se espera que los integrantes logren aplicarlo en los diferentes ámbitos donde se desenvuelven.

Estos cursos generan en los participantes sensibilización hacia el trato de las personas con discapacidad auditiva, y les brinda herramientas esenciales que le permitan entablar una comunicación adecuada con la comunidad sorda.

ITESO Universidad Jesuita de Guadalajara

Para más información:  
incluyente@iteso.mx

Universidad **INCLUYENTE ITESO**



**Infográfico 4:**

Herramientas Tecnológicas de la Universidad (SECUDIS, APP). (30 de marzo)

### SECUDIS: Servicio de Cómputo para Usuarios con Discapacidad

El SECUDIS es el Servicio de Cómputo para Usuarios con Discapacidad, cuya actividad principal consiste en brindar un servicio de apoyo en el uso de tecnologías de cómputo a alumnos con alguna discapacidad.



**Actividades del SECUDIS:**

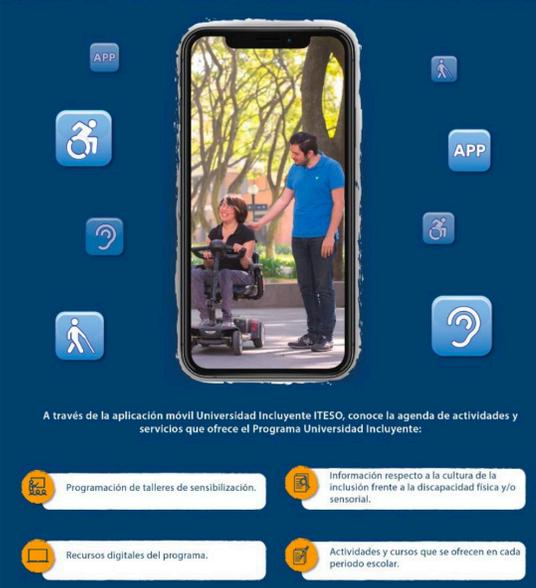
- 1 Atención a estudiantes con discapacidad física y/o sensorial que requieren apoyo en la digitalización y edición de material académico para transformarlo a medios necesarios.
- 2 Atención a docentes que imparten alguna asignatura a estudiantes con discapacidad física y/o físicos que solicitan apoyo para realizar la digitalización y edición del material académico que se utilizará en el programa académico.
- 3 Dar a conocer a cualquier integrante de la comunidad universitaria, los servicios de apoyo y requerimiento que se ofrecen desde el SECUDIS y las maneras en que se puede trabajar en conjunto.

ITESO Universidad Jesuita de Guadalajara | Para más información: [incluyente@iteso.mx](mailto:incluyente@iteso.mx) | Universidad INCLUYENTE ITESO

**Infográfico 5:**

Dar a conocer la aplicación de Universidad Incluyente próxima a lanzarse, desarrollada por Ulab.

### Universidad INCLUYENTE ITESO



A través de la aplicación móvil Universidad Incluyente ITESO, conoce la agenda de actividades y servicios que ofrece el Programa Universidad Incluyente:

- Programación de talleres de sensibilización.
- Información respecto a la cultura de la inclusión frente a la discapacidad física y/o sensorial.
- Recursos digitales del programa.
- Actividades y cursos que se ofrecen en cada periodo escolar.

Descarga la App Universidad Incluyente ITESO en:

Get it on Google Play | Download on the App Store

ITESO Universidad Jesuita de Guadalajara | Para más información: [incluyente@iteso.mx](mailto:incluyente@iteso.mx) | Universidad INCLUYENTE ITESO



### **Propuestas para próximos semestres**

Consideramos que el programa Universidad Incluyente es sumamente relevante para los miembros de la comunidad. Durante el tiempo que estuvimos colaborando con ellos, nos dimos cuenta de que no tienen mucha presencia y visibilización entre los miembros de la comunidad universitaria. Creemos que sus acciones son importantes, puesto que apoyan y acompañan a los y las alumnas con discapacidad para que puedan experimentar de manera integral y plena su paso por la universidad, sin embargo, si este programa no se da a conocer de manera eficaz, su impacto no será tan profundo y significativo como lo podría llegar a ser.

Lo que sugerimos, en este sentido, es considerar tener presencia en redes sociales. Creemos que el desarrollo de una aplicación es muy valioso y práctico, dado que concentra toda la información en un sólo sitio. Sin embargo, creemos que contar con redes sociales sería una buena estrategia, dado que su principal público meta se mueve por esa plataforma. Por ahí es que podrían dar a conocer la

aplicación y los servicios que ofrecen. También sugerimos contemplar otros formatos además del infográfico, por ejemplo, pequeñas cápsulas de video (que al inicio no se tenían contempladas). Al final se pensó en conjunto que sería buena idea producir videos cortos que complementen las infografías. Así se contaría con la presentación de la misma información en dos formatos diferentes.

### **Conclusión del proyecto**

Incorporarnos a un programa que se encuentra en curso y que ya tiene varios años en desarrollo, es complejo. Se vuelve sumamente relevante investigar a profundidad el programa, desde cuál es la razón de su existencia y sus objetivos, hasta un poco de su historia y trayectoria. Aprendimos que conocer con detalle los proyectos o programas, antes de comenzar a hacer propuestas, es muy importante, puesto que toda esta información es nuestra materia prima para conceptualizar. Así, las propuestas que se hagan tendrán una razón de ser justificada, los productos lograrán cubrir mejor las necesidades reales del mismo, se tomarán decisiones más conscientes, en general el



sustento, la exploración y las motivaciones serán más sólidas.

De la misma manera, tuvimos oportunidad de enfrentarnos a la experiencia de trabajar con un cliente, como suele suceder usualmente en el mundo laboral con carreras como las nuestras. El proceso de colaboración es complejo, requiere de habilidades que, pudimos desarrollar en la práctica, como la habilidad para comunicar claramente nuestras ideas, la habilidad para escuchar atentamente lo que otros dicen, la habilidad para tomar ideas diversas e idear una conjunta, la habilidad para negociar decisiones creativas con el cliente. Mantener una buena comunicación con el cliente es clave, así como saber balancear entre lo que el cliente necesita y lo que creemos que es mejor para el programa. También pusimos en práctica el trabajo en equipo, para lo que fue necesario identificar y reconocer las fortalezas de cada uno de los miembros del equipo, para entonces poder designar responsabilidades a cada uno. Otras aptitudes que identificamos que son clave a la hora de realizar trabajos de esta índole, son la buena autogestión del tiempo, la

disciplina y la responsabilidad, para poder realizar las entregas en tiempo y forma.

Este semestre se lograron concretar 5 infografías y dos videos. Por cuestión de tiempo, no se pudieron elaborar más productos y no hubo oportunidad de realizar más correcciones a los que sí pudieron concretarse. A futuro, sugerimos al programa considerar la posibilidad de incorporarse a las redes sociales, pues creemos que tener presencia en dichas plataformas puede ayudar a hacer llegar la información a su principal público meta.

Consideramos que tuvimos oportunidad a contribuir brevemente al programa de Universidad Incluyente, aportando nuestra creatividad, conocimientos, experiencia y habilidades técnicas, y cómo resultado, resultaron algunos productos que, más adelante, podrán ser utilizados para ayudar al programa a informar sobre lo que este es, y cómo resultado, lograr sus objetivos.

Y para terminar, nos gustaría mencionar que trabajar con el programa de Universidad Incluyente



nos ayudó a comprender los retos a los que se enfrentan nuestros compañeros y compañeras con alguna discapacidad, hizo evidente para nosotros que hacen falta esfuerzos para garantizar espacios, entornos y dinámicas más incluyentes, y que es importante interesarnos y tomar partido en ello, pues nuestras acciones pueden contribuir a que esto sea posible.

### **1.4.7 Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva**

#### **Actividades realizadas**

En el periodo Primavera 2022, las prioridades fueron renovar la imagen gráfica del evento, diseñar algunos productos para la comunicación externa, pensar en posibles ponentes y recolectar su información de contacto en una base de datos en la que también se pudiera monitorear el estatus de seguimiento con cada uno de los ponentes, diseñar invitaciones y realizar una propuesta de redacción para los correos, producir pequeñas animaciones promocionales, así como dos videos. En las siguientes secciones se describe a profundidad el procedimiento de trabajo, las habilidades y herramientas puestas en práctica, así como una redacción

a detalle de cómo se elaboraron cada uno de los productos. Y a manera de cierre, exponemos las propuestas que hacemos para que los integrantes del PAP de próximos periodos, puedan aprovechar lo que avanzamos este semestre como punto de partida para continuar con las labores de organización y logística del 4to Encuentro de Cultura Auditiva.

#### **Procedimiento de trabajo**

El primer paso fue dar lectura al RPAP de los dos periodos anteriores, para conocer qué era el Encuentro de Cultura Auditiva, evento del cual no estábamos familiarizadas. Al leer los reportes logramos comprender de qué trataba el evento, cuáles habían sido los bloques temáticos abordados, qué ponentes participaron en la última edición, así como indagar un poco en la dinámica de trabajo que ellos manejaron.

Aprendimos que el desarrollo de este evento debe dividirse en tres etapas. Este periodo escolar correspondía a la primera de ellas, por lo que nuestra prioridad fue centrarnos en sentar bases de las que pudieran apoyarse nuestros compañeros de los próximos



periodos para dar seguimiento a la organización del evento.

Una vez que tuvimos una noción general de lo que necesitaríamos trabajar durante el semestre, dimos paso a identificar y analizar a nuestro público meta. Realizamos la personificación del proyecto, a través de la cual definimos que nuestro público principal estaba compuesto por académicos y académicas con conocimientos previos, reducidos o profundos, respecto a las temáticas que trata el evento, pero sobre todo un interés genuino en los temas que se relacionan con la cultura auditiva y entusiasmo por seguir conociendo y aprendiendo más respecto a ello, además de contar con una preocupación por visibilizar este campo de conocimiento del cual a veces no se habla mucho. Entre otros usuarios (secundarios) identificamos alumnos y alumnas, así como público en general, con las mismas características antes mencionadas.

Ya que tuvimos a nuestro público meta bien identificado, procedimos a realizar la caracterización de la organización. En ella, analizamos en equipo,

a profundidad, las características del Encuentro de Cultura Auditiva. Describimos qué es, por qué se realiza, qué actividades llevan a cabo y quiénes las ejecutan y están involucrados en el intercambio. De igual manera, reflexionamos acerca de la problemática que busca abordar la iniciativa, así como el contexto en el que se sitúa, por qué forma parte de este PAP y los objetivos que busca atender. Por último, a partir de revisar qué se había hecho en semestres anteriores, acordamos qué se necesitaba trabajar para el periodo de Primavera de 2022 y las propuestas que se nos ocurrían implementar este semestre. Con esto como punto de partida, dividimos las actividades de manera equitativa y construimos un calendario para indicar las fechas de entrega de cada producto. En las secciones que se presentan a continuación, describimos las herramientas y técnicas que utilizamos para elaborar dichos productos, así como una narración a detalle de los pasos que seguimos para crear cada una de las piezas resultantes.



### **Herramientas y técnicas utilizadas conforme al plan de trabajo**

El equipo estuvo conformado por dos diseñadoras y una realizadora audiovisual.

El trabajo de diseño requirió de labores de conceptualización y bocetaje, un conocimiento profundo y buen manejo de los fundamentos de diseño bidimensional, así como habilidad para trabajar con el software de Adobe Illustrator.

El trabajo audiovisual requirió de labor de sintetización de información, conocimiento de conceptos básicos de storytelling, escritura de guión, storyboarding (para las cuales se recibió asesoría de Sandra Iñiguez), habilidades técnicas para la grabación de audio, habilidades básicas de locución (para las cuales se recibió asesoría de Sandra Iñiguez), nociones de montaje, conocimientos básicos de animación de gráficos 2D (motion graphics), así como conocimiento del uso de los programas de edición de video y posproducción Adobe Premiere Pro y Adobe After Effects.

Explicación detallada del proceso de elaboración de los productos

*A. Renovación de la imagen gráfica.* Paloma fue la encargada de renovar la imagen gráfica del evento. Se consideró prudente conservar intacto el imagotipo, así como las tipografías utilizadas anteriormente. El cambio más significativo fue el color. Algo que ha caracterizado la imagen gráfica del evento, es justamente eso: año con año, se conserva el imagotipo, pero cada edición se lanza con un color nuevo. La edición pasada se recurrió al naranja. Para este semestre, la diseñadora Paloma propuso un color azul, cercano a un cyan.

*B. Renovación del Manual de identidad gráfica.* Una vez que se renovó y aprobó la nueva imagen del evento, Paloma actualizó en Manual de identidad gráfica del Encuentro.

*C. Creación de piezas gráficas para la comunicación externa.*

» Firmas electrónicas. Paloma diseñó una propuesta para las firmas electrónicas que acompañarán los correos que se envíen de parte de los organizadores del 4to Encuentro.



*D. Redacción y diseño editorial de las invitaciones para los ponentes.*

Paloma presentó una propuesta de diseño editorial para las invitaciones que se harán llegar a los posibles ponentes. Samanta se encargó de realizar la redacción base para dicha invitación formal, así como de personalizar las invitaciones (agregando nombres y especificando la razón de contactarlos a ellos y el área de conocimiento en la que creemos que pueden aportar) para los ponentes de los que este semestre se pudo obtener dato de contacto. Asimismo, Samanta redactó una propuesta de texto base que en el correo electrónico podría acompañar

*E. Creación de la base de datos de posibles ponentes.*

Samanta dio formato y diseño a una base de datos en Hojas de cálculo de Drive, en la que ella y Paloma registraron los nombres, datos de contacto y posibles temas a abordar de cada uno de los ponentes que hasta el momento se tienen contemplados para el evento. Samanta programó una columna con celdas con información desplegable, en las que se puede ir monitoreando y actualizando el estatus de contacto y segui-

miento que se lleva con cada uno de los ponentes.

*F. Creación de reels promocionales.*

En equipo, se ideó una propuesta de creación de contenido para promocionar el evento. Se pensó en recuperar fragmentos significativos de cada uno de los bloques del 3er Encuentro, aprovechando el material de archivo que se tiene registrado. Esto con la intención de dar un recuento de lo abordado en la edición pasada y anunciar brevemente que ya se está trabajando en la nueva edición del mismo, así como dar a conocer el nuevo color que este año identificará al evento. Paloma se encargó de diseñar la base gráfica en Illustrator, que después Samanta tomó para animar cada uno de los elementos en After Effects. Maya revisó las ponencias y seleccionó 6 fragmentos relevantes, que después Samanta recortó y agregó a la animación, para finalmente terminar la edición agregando música y el subtítulo correspondiente en Premiere Pro.

*G. Post para reclutar ponentes.*

Paloma realizó una propuesta de post en formato cuadrado, con proyección para publicarse en redes



sociales. Samanta tomó esta base gráfica de vectores para animar cada una de sus partes y darle salida para post y reel. Esta publicación tiene la intención de proporcionar el contacto del Encuentro para que los ponentes interesados puedan enviar su solicitud y propuesta.

*H. Videos de storytelling.* Entre todos los miembros del equipo se trabajaron las ideas, Paloma se encargó de la redacción de los guiones, Paloma y Maya realizaron la locución de los textos de voz en off, y Samanta se encargó de la realización de las animaciones y la edición del material.

Por último, entre todos los miembros del equipo se redactaron los avances del RPAP y se realizaron las diversas entregas requeridas a lo largo del semestre.

### ***Evidencia de los procesos, resultados y servicios alcanzados***

Un poco más adelante en este mismo apartado, anexamos la evidencia de los diversos productos elaborados.

### ***Análisis de redes sociales***

El Encuentro de Cultura Auditiva no cuenta con redes sociales propias. Los productos se pusieron a disposición del equipo encargado de las redes sociales del PAP, para que éstas pudieran fungir de plataforma para estas piezas de promoción y comunicación externa. Se espera que en este último mes del semestre, que queda un poco más cercano ya a las fechas del evento, se comiencen a publicar los productos, con la intención de que se empiece a anunciar que a finales de año tendrá lugar el evento. El equipo encargado de las redes sociales del PAP tendrá acceso a dichas métricas tiempo después de que se hagan las publicaciones.

### ***Personificación del proyecto***

#### ***Descripción***

Mujer adulta, mayor de 40 años, interesada en adquirir conocimiento especializado respecto al tema de la cultura auditiva.

Tiene cierta noción anterior del tema, puesto que ha experimentado por sí misma la problemática o es cercana a ella. Cuenta con licenciatura, también



podría contar con un posgrado, y ha investigado el tema.

### ***Piensa y siente***

Le indignan los problemas que tienen relación con la cultura auditiva, como el hecho de que no existan espacios adecuados para personas con problemas auditivos. Le preocupa buscar una solución a dichas problemáticas, por eso se interesa en informarse, para poder idear alternativas y tomar partido/acción en todo ello.

### ***Dice y hace***

Como tiene cierto conocimiento respecto al tema, toma sus precauciones y cuidados para preservar la salud auditiva. Se dedica a compartir con sus cercanos y conocidos todo lo que ella sabe respecto al tema y los invita a hacer lo mismo, procurar cuidados e informarse. Se preocupa por crear conciencia, y no se queda sentada, actúa.

### ***¿Qué escucha?***

Busca productos comunicativos que la mantengan informada, como videos o podcasts. Busca relacionarse con personas que puedan aportar y nutrir su visión, como activistas. Establece

vínculos con personas que pertenecen a la comunidad con discapacidad auditiva.

### ***¿Qué ve?***

Busca productos comunicativos que la mantengan informada, como libros, revistas científicas, productos gráficos, cuentas en redes sociales.

### ***Debilidades***

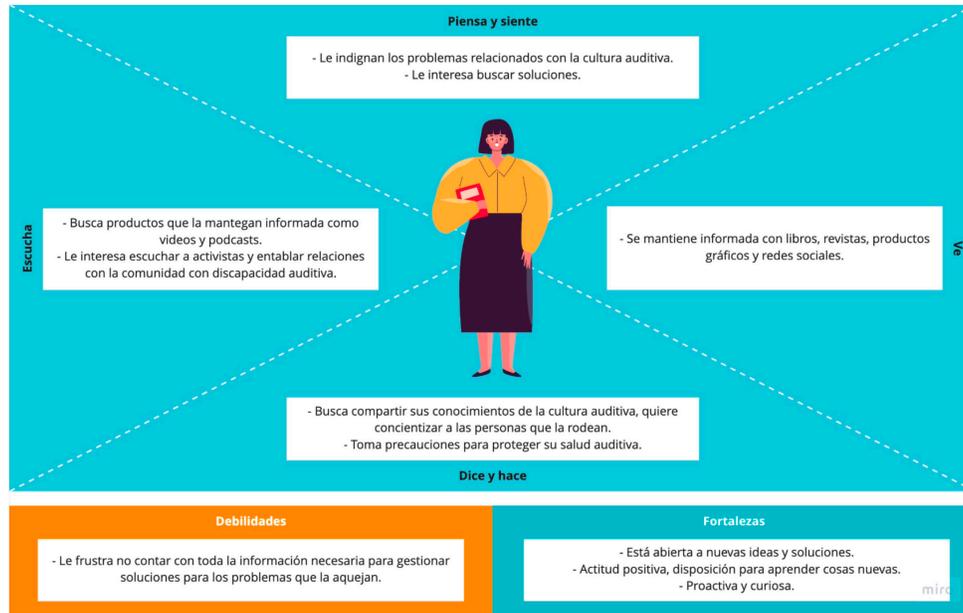
Aún no lo sabe todo respecto al tema de la cultura auditiva, le preocupa satisfacer esta necesidad de conocimiento, le frustra no tener toda la información necesaria para solucionar todos los problemas que le preocupan, es por ello que constantemente busca productos y espacios, como el Encuentro, donde puede aprender aquello que le hace falta.

### ***Fortalezas***

Está abierta a escuchar nuevas ideas y soluciones para los problemas que le aquejan. Tiene toda la disposición para aprender cosas nuevas. Tiene una actitud proactiva, cuenta con iniciativa, es curiosa y motiva a otras personas a sumarse a la causa.



## Mapa de Empatía



### Guión del video 1: “Encuentro de Cultura Auditiva durante los años”

(VOZ EN OFF)

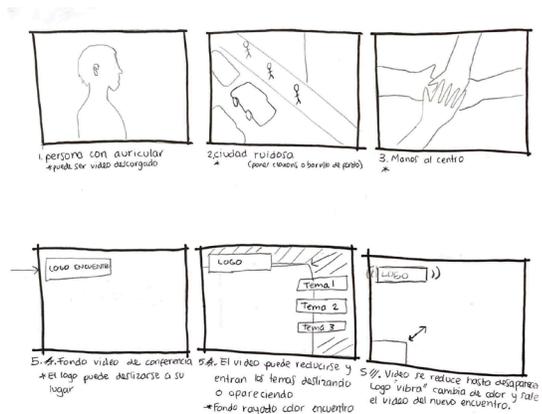
1. El ruido es uno de los contaminantes ambientales más severos a nivel mundial.
2. Según la Organización Mundial de la Salud, estima que más de 1500 millones de personas padecen una pérdida auditiva, esta cifra se triplicó en los últimos tres años .
3. Todos estamos expuestos a este problema y debemos mantenernos informados.

4. Por eso es que se creó el Encuentro de Cultura Auditiva. Un evento anual realizado en ITESO que a través de distintas actividades se informa y concientiza sobre la cultura, salud y discapacidad auditiva.
5. Se han hablado temas como el confort acústico, salud auditiva, discapacidad auditiva y comunicación, legalidad y derechos del ruido, inclusión social y educativa.
6. Hemos iniciado con la organización del 4to encuentro internacional de cultura auditiva.
7. Estamos en busca de participantes, si te gustaría participar como ponente



contactanos a nuestro correo. Nos vemos en noviembre de 2022.

## Storyboard



## Guión del video 2: “¿Cuánto sabes sobre la cultura auditiva y el ruido?”

(Se escucha en en la radio/televisión sobre la contaminación auditiva y queda impactada) (Se corta el audio y se escucha que le marca a alguien) (Contesta una mujer, su hermana)

Mujer 1: “¿Escuchaste lo que acaban de decir en las noticias?” Hermana:

“No, ¿qué dijeron?”

Mujer 1: “¡Todos los efectos que causa la contaminación auditiva! Jamás lo hubiera imaginado. Me preocupa que se hable tan poco sobre el tema.

Hermana: “¡Ah claro! Es impresionante todo lo que puede causar, aparte

también pueden provocar pérdida auditiva.”

Mujer 1: “¿Enserio? ¿Cómo sabes eso tu?”

Hermana: El año pasado fui a un evento que hizo el ITESO. El Encuentro de Cultura Auditiva. Hablaron sobre temas como la contaminación auditiva, cultura y salud auditiva. Estuvo muy interesante, te lo recomiendo 100%

Mujer 1: “¡WOW! Pasame los datos, me encantaría ir al siguiente.”

(Aparece una página de google y busca sobre el encuentro) [https://agenda.iteso.mx/evento/tercer-encuentro-internacional-de-cultura-auditiva-2021/Voz en OFF](https://agenda.iteso.mx/evento/tercer-encuentro-internacional-de-cultura-auditiva-2021/Voz%20en%20OFF): “Acompañamos el 8 y 9 de noviembre en el 4to encuentro de cultura auditiva”



## Manual de identidad

Se actualizó el manual de identidad que ya se tenía del proyecto. Se agregaron gráficos y resultados del 3er Encuentro y todo lo relacionado al 4to Encuentro. Esto con el fin de seguir la línea de diseño que se creó para el primer evento.

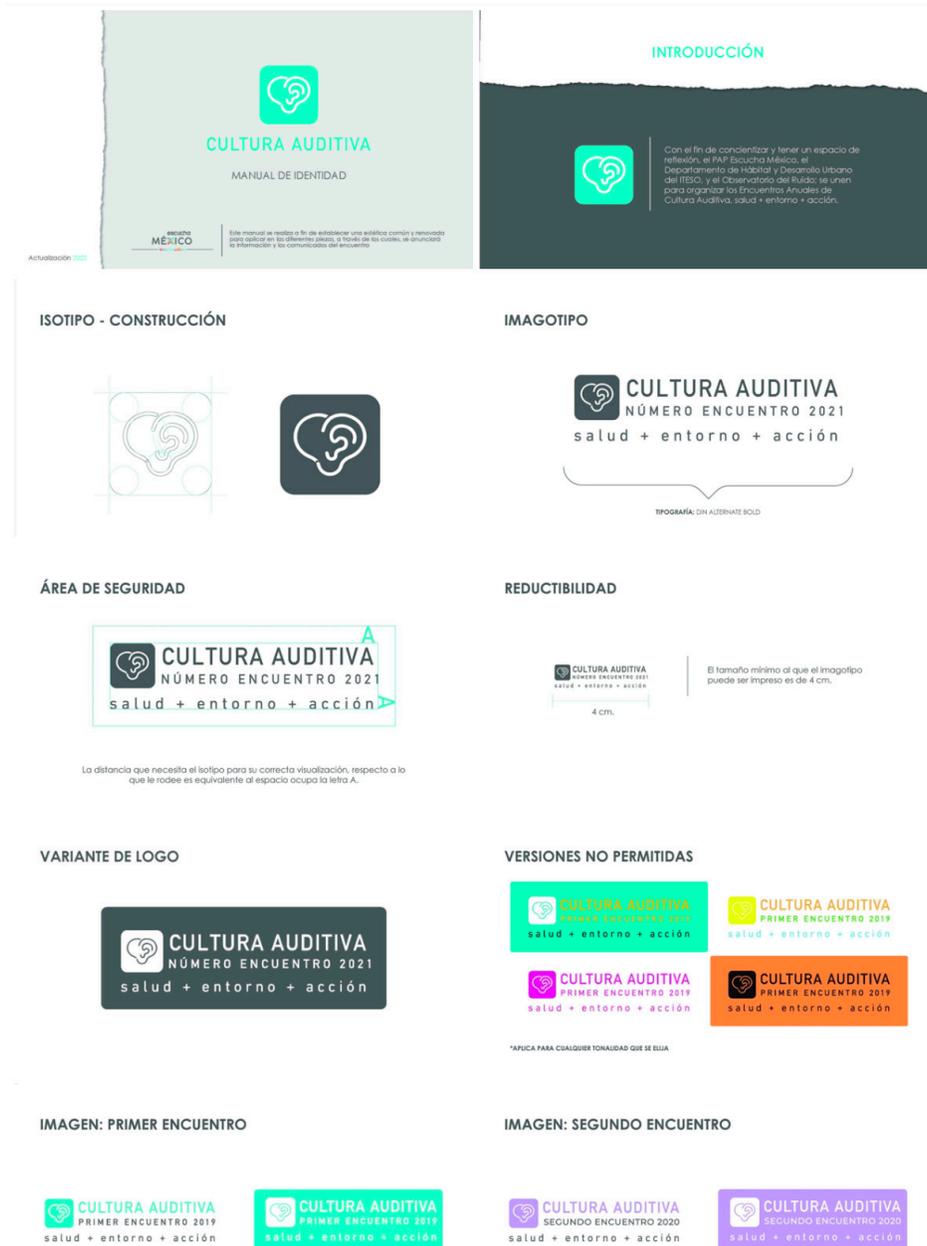


IMAGEN: TERCER ENCUESTRO



IMAGEN: CUARTO ENCUESTRO



TIPOGRAFÍAS AUXILIARES

MONTSERRAT  
EXTRA BOLD

**Título**

MONTSERRAT  
MEDIUM

**Subtítulo**

MONTSERRAT

Cuerpo pequeño. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat.

PRIMER ENCUESTRO



SEGUNDO ENCUESTRO



TERCER ENCUESTRO



### Base de datos de los candidatos a ponentes del 4to Encuentro

Se generó una base de datos para concentrar los datos de contacto de los candidatos a ser posibles ponentes del 4to Encuentro Internacional de Cultura Auditiva. A continuación se anexa el enlace que conecta al documento editable, además de una captura de pantalla de la misma.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1SGbbYZrPw-Aw4AGhHn5GTeQLDSuLS-vHYgNJILrPWG0/edit?usp=sharing>

 <b>CULTURA AUDITIVA</b> 4TO ENCUENTRO INTERNACIONAL 2022 salud + entorno + acción						
NOMBRE	OCUPACIÓN	POSIBLE TEMA A PRESENTAR	CORREO ELECTRÓNICO	CELULAR		STATUS
Altozano Jaime	Músico y youtuber	Sonido, música e interpretación de la música	helena.sola@secondbellprojects.com			Por contactar ▼
Jarmon Maelyn	Cantante estadounidense, ganadora de The Voice	Hablar sobre su historia (historia de éxito), sobre la música	Instagram: @maddy_jarmon			Por contactar ▼
Acuña Manuel	Director de cine	Sobre su película "El silencio de mis manos", que habla de una pareja de mujeres con discapacidad auditiva	manuel.acuna@iteso.mx	33 2557 2308		Por contactar ▼
Jimena de Gortari	Profesora de la IBERO que trabaja con la legalización del ruido	Debate / Panel con Antonio García sobre concienciación y legalidad del ruido	jimena.dgortari@ibero.mx	59504000 ext 7499		Por contactar ▼
Dimity Dornan	Terapeuta auditivo-verbal	Terapia auditivo-verbal y el impacto que tiene en las personas				Por contactar ▼
Antonio García	Abogado del ruido	Debate / Panel con Jimena Gortari sobre concienciación y legalidad del ruido	antonio.garcia@abogadodelruido.com			Por contactar ▼
Dani Cardona	Aspirante a Miss Universo	Hablar sobre su historia (historia de éxito)	Instagram: @dancardona	55 6116 6962		Por contactar ▼

### Imagen gráfica

#### Logotipo

Se creó el nuevo logotipo para el 4to Encuentro utilizando colores distintivos que no se han usado en eventos pasados. Se utilizó el azul turquesa como color principal y beige como color complementario de fondo.



### Firma electrónica

Se crearon firmas electrónicas para utilizarlas como identificación en los correos que se estarán mandando. El archivo editable está en el drive del PAP para que los siguientes integrantes puedan agregar su nombre.



### Invitación

Redactamos y diseñamos el texto para la invitación de los diferentes ponentes. Todos los archivos editables están en el drive del PAP

» *Ponentes que ya han formado parte del Encuentro:*

Estimado NOMBRE, espero se encuentre bien.

Además de saludarle, le escribo del ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, para invitarlo a participar nuevamente como ponente en el Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva, que se llevará a cabo el 8 y 9 de noviembre de este año.

En la invitación, la cual adjuntamos al presente correo, encontrará más información sobre el evento, además de una propuesta para su ponencia. Sin embargo, nos encontramos abiertos



a cualquier propuesta que usted pudiera tener.

Esperamos atentos su respuesta, nos encantaría contar con su presencia.

Saludos cordiales.

» *Ponentes nuevos:*

Estimado NOMBRE, espero se encuentre bien.

Además de saludarle, le escribo del ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, para invitarlo a participar como ponente en el Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva, que se llevará a cabo el 8 y 9 de noviembre de este año.

En la invitación, la cual adjuntamos al presente correo, encontrará más información sobre el evento, además de una propuesta te para su ponencia. Sin embargo, nos encontramos abiertos a cualquier propuesta que usted pudiera tener.

Esperamos atentos su respuesta, nos encantaría contar con su presencia. Saludos cordiales.

## Diseño editorial



## Propuestas para próximos semestres

» *Contactar ponentes.* Quedaron listas las invitaciones para los ponentes cuyos datos de contacto logramos recuperar este semestre. En la carpeta del proyecto se encuentran estas invitaciones personalizadas. También se redactó una propuesta para acompañar el anexo de la invitación. El siguiente paso sería enviar las invitaciones.



Para ello, sugerimos buscar en la base de datos el contacto de cada ponente, pegar en el correo la redacción proporcionada y personalizarla con el nombre del ponente a quien se está escribiendo, y anexar la invitación correspondiente. También quedó lista la plantilla para las firmas electrónicas, se sugiere descargarlo y utilizarla para crear la firma electrónica de cada uno de los integrantes que conforman el equipo en curso. ¡No olvidar agregar estas firmas al final de cada correo!

- » *Publicar invitación general.* Se sugiere que se haga la petición a los miembros en curso encargados de las redes sociales del PAP que publiquen la invitación general.
- » *Seguir alimentando la base de datos y actualizar el estatus del progreso con cada uno de los ponentes.* Sugerimos pensar y buscar el dato de contacto de más ponentes, información que puede agregarse a la base de datos ya existente. La columna “Estatus” cuenta con celdas con opciones desplegadas, en las que se puede seleccionar el estatus actual de comunicación con cada uno de los ponentes.
- » *Dar seguimiento a los ponentes.* Se sugiere estar al tanto y revisar constantemente el correo del Encuentro, para dar un seguimiento adecuado a los ponentes a través de dicho medio.
- » Una idea que surgió este semestre, y que sugerimos desarrollar en los próximos semestres, es estructurar una herramienta/dispositivo de evaluación para dar seguimiento a las opiniones que los ponentes y asistentes del evento, para poder contar con una retroalimentación fidedigna que pueda ayudar a realizar mejoras para las siguientes ediciones. Este dispositivo no se ha implementado nunca, y creemos que un recurso para realizarlo podría ser la herramienta de Google Forms.
- » Nosotras decidimos conservar la estructura temática del evento anterior, pero creemos que existe espacio para propuestas de nuevos bloques. Lo que sí procuramos, y sugerimos para el próximo semestre, es buscar que haya ponentes nuevos, es decir, que no hayan participado antes en el



evento, para contar con nuevas perspectivas que enriquezcan lo que ya se ha abordado anteriormente.

Todos los archivos, editables y productos que se generaron este periodo pueden encontrarse en la carpeta del Cuarto Encuentro de Cultura Auditiva en OneDrive, seguir la siguiente ruta:

ARCHIVOS PAP → Eventos → Cuarto Encuentro de Cultura Auditiva

ARCHIVOS PAP:

[https://iteso01-my.sharepoint.com/personal/pcarroll\\_iteso\\_mx/\\_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fpcarroll%5Fiteso%5Fmex%2FDocuments%2FPAP%20Escucha%20M%C3%A9xico%2FProyectos%20PAP&ga=1](https://iteso01-my.sharepoint.com/personal/pcarroll_iteso_mx/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fpcarroll%5Fiteso%5Fmex%2FDocuments%2FPAP%20Escucha%20M%C3%A9xico%2FProyectos%20PAP&ga=1)

### **Conclusión del proyecto**

Trabajar en el proyecto del Encuentro de Cultura Auditiva nos ayudó, principalmente, a darnos cuenta de que hace falta mucho trabajo para posicionar esta temática en la agenda actual. La cultura auditiva, y todo lo que gira en torno a ella, es de suma relevancia.

Más allá de que en nuestro país exista una cifra elevada de personas que sufren algún tipo de pérdida auditiva (1,500 millones de personas), se trata de reconocer que la problemática del ruido y su regulación, es algo que nos afecta a todos, y que por tanto, debería concernir a todos.

Pocas veces somos conscientes de las afectaciones que el ruido puede tener sobre la salud de las personas. Pocas veces somos conscientes de que la ciudad en la que vivimos y sus espacios no son amigables para las personas que cuentan con alguna discapacidad auditiva. Pocos conocemos la existencia de leyes que buscan regular el ruido en pro de una mejor calidad de vida y por tanto carecemos de las herramientas para hacer valer dichas estipulaciones. Pocos reconocemos el potencial que el sonido tiene para concebirse como arte y medio de expresión. Pocos nos interesamos por cómo generar estrategias para fomentar espacios más incluyentes y facilitar el proceso de comunicación para personas con alguna discapacidad auditiva.

El Encuentro de Cultura Auditiva nos acerca a todo lo anteriormente mencionado.



Por eso creemos que su existencia es muy necesaria. En Jalisco no existen muchos eventos especializados en temas de esta índole, el PAP Escucha México fue uno de los pioneros en proponer esta clase de espacios. El objetivo de este evento es, precisamente, el de educar al respecto y cumplir con la demanda de este conocimiento, cuya oferta de momento es carente. Informar respecto a estos temas y realizar dinámicas de sensibilización, puede contribuir a dotar a los asistentes de las herramientas necesarias para mejorar su calidad de vida, cuidar de su salud auditiva e interesarse y realizar acciones para promover espacios más incluyentes para personas con discapacidad auditiva.

Como alumnas encargadas de este proyecto este semestre, justamente aprendimos sobre la importancia que tienen estos temas y logramos aprender un poco sobre ellos. También tuvimos oportunidad de aprender un poco acerca de cómo gestionar la logística de eventos de este estilo, en lo que ninguna de nosotras tenía experiencia previa. Nos dimos cuenta de que es un proceso complejo, y ahora reconocemos aún más los esfuerzos que

se han hecho en ediciones pasadas. Igualmente, tuvimos oportunidad de aportar al proyecto desde nuestro campo de conocimiento. Hicimos uso de nuestro conocimiento teórico, nuestra creatividad y nuestras habilidades técnicas para crear productos gráficos y audiovisuales que pudieran ser aprovechados para la comunicación externa, pero también para posicionar el evento entre sus posibles ponentes y asistentes.

Este periodo escolar se sentaron las primeras bases para el desarrollo del proyecto. Por cuestiones de tiempo, no pudieron abordarse todos los aspectos de la logística del evento, pero creemos que existen buen material del cual los siguientes alumnos pueden hacer uso para continuar con la planeación. Sugerimos a los futuros miembros del equipo, reconocer las fortalezas de cada uno de sus colegas, repartir y designar estratégicamente (basados en estas fortalezas) las diferentes tareas que deberá realizar cada uno, trabajar muy bien la disciplina y la autogestión del tiempo para poder cumplir en tiempo con las fechas establecidas, y meterle mucha creatividad. Una de las bondades de este PAP, es que se otorga una gran libertad creativa. Sugerimos



realizar una muy buena campaña de lanzamiento y promoción, porque eso puede ser clave para garantizar el éxito del evento más adelante.



# 1.5

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y OTROS RECURSOS

---



## 1.5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y OTROS RECURSOS

A. (2015, 14 diciembre). ¿Debo Usar Hashtags en Facebook? AdveiSchool. <https://adveischool.com/hashtags-en-facebook#:~:text=Los%20hashtags%20en%20Facebook%20se,han%20usado%20la%20misma%20etiqueta.>

Alcocer, A. (2021, 1 septiembre). 9 tipos de contenidos en Facebook. SocieTIC Business Online. <https://www.societibusinessonline.com/2019/07/22/9-tipos-de-contenidos-en-facebook-para-generar-mas-engagement-y-trafico-a-tu-web/>

Arrasco, J. (2010). Estrategias gráficas de resolución de problemas. <http://funes.uniandes.edu.co/17073/>

Aslam S. (Enero 2022), Twitter by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts, recuperado de <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/>

Asociación Médica Mundial. (16 de julio de 2020). *Declaración de la AMM*

sobre la Contaminación Acústica. WMA. <https://www.wma.net/es/policies-post/declaracion-de-la-amm-sobre-la-contaminacion-acustica/>.

Audical, (SF) ¿Cómo funciona el oído y nuestro sistema auditivo?, recuperado de: <https://www.audical.com.uy/noticias/detail/como-funciona-el-oi-do-y-nuestro-sistema-auditivo>

Brenscheidt, D y De Gunther, L. (2018) Música y cultura auditiva. Repercusiones del giro auditivo en la investigación. En VI Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales (ELMeCS) Innovación y creatividad en la investigación social: Navegando la compleja realidad latinoamericana, Argentina. Recuperado de: [http://elmecs.fahce.unlp.edu.ar/vi-elmecs/actas/Brenscheidt.pdf/at\\_download/file](http://elmecs.fahce.unlp.edu.ar/vi-elmecs/actas/Brenscheidt.pdf/at_download/file)

Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC). (1 de julio de 2020). *Tipos de pérdida auditiva*. Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://www.cdc.gov/ncbddd/spanish/hearingloss/types.html>



Cifre, B. J. S. (2007). Comunidades digitales: el papel de la tecnología. Cuadernos de pedagogía, (367), 69-71. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2259747>

Cochlear. (29 de abril de 2019). Las lecciones sobre la salud auditiva tras el Día Mundial de la Audición. Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://escucharahoraysiempre.com/blog2/las-lecciones-sobre-la-salud-auditiva-tras-el-dia-mundial-de-la-audicion/>

Conoce la Ley Anti Ruido. (2021, 1 julio). <https://guadalajara.gob.mx/gdlWeb/#/detalle/250/LeyAntiRuido>.

Contaminación acústica. (2019). AEC. Recuperado 2 de febrero de 2022, de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/contaminacion-acustica>

Cruzada contra el ruido. (2020). Cruzada contra el ruido. <https://es-la.facebook.com/CruzadaContraElRuido/>

Definición de Hertz. (2019, febrero). Definición ABC. <https://www.definicionabc.com/tecnologia/hertz.php>

Definición de YouTube — Definicion.de. (2010). Definicion.de. <https://definicion.de/youtube/>

De Gortari, J. (2021, 8 noviembre). *La contaminación acústica provoca repercusiones directas e irreversibles sobre la salud*. Zona Docs. <https://www.zonadocs.mx/2021/11/08/la-contaminacion-acustica-provoca-repercusiones-directas-e-irreversibles-sobre-la-salud/>

Delprat, B. (2016), Fluidos de la cóclea, recuperado de: <http://www.cochlea.eu/es/coclea/fluides-cochleaires>.

DISCAPNET. (s.f.). *Discapacidad Auditiva*. Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://www.discapnet.es/areas-tematicas/salud/discapacidades/auditivas/discapacidad-auditiva>

Editorial Etece. (2021, 5 agosto). *Contaminación Sonora - Concepto, causas y consecuencias*. Concepto. Recuperado 2 de febrero de 2022, de <https://>



[concepto.de/contaminacion-sonora/#ixzz7JfNVXaeQ](https://concepto.de/contaminacion-sonora/#ixzz7JfNVXaeQ)

Estandarte (24 de enero de 2022), Oír y escuchar, ¿Cuál es la diferencia?, recuperado de: [https://www.estandarte.com/noticias/idioma-espanol/or-y-escuchar-diferencias\\_4202.html](https://www.estandarte.com/noticias/idioma-espanol/or-y-escuchar-diferencias_4202.html)

Formatos de archivo admitidos de YouTube - Ayuda de YouTube. (2022). Formatos de archivo admitidos de YouTube. <https://support.google.com/youtube/troubleshooter/2888402?hl=es-419>

FRANÇOIS, F. y OTROS.- El lenguaje. La comunicación, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1977 , pp. 105-153 ; n Q 1 de la serie MARTINET, A. (dir.): tie. Tratado del lenguaje.

Gil P. (Agosto, 2021), What Is Twitter & How Does It Work?, Lifewire, recuperado de: <https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331>

Glosario: Decibelio. (2020). definition de. [https://ec.europa.eu/health/scientific\\_committees/opinions\\_layman/es/perdida-audicion-repro](https://ec.europa.eu/health/scientific_committees/opinions_layman/es/perdida-audicion-repro)

[ductores-musica-mp3/glosario/def/decibelio.htm](https://ductores-musica-mp3/glosario/def/decibelio.htm)

Glosario: Frecuencia (sonido). (2020). definition de. [https://ec.europa.eu/health/scientific\\_committees/opinions\\_layman/es/perdida-audicion-reproductores-musica-mp3/glosario/def/frecuencionsonido.htm](https://ec.europa.eu/health/scientific_committees/opinions_layman/es/perdida-audicion-reproductores-musica-mp3/glosario/def/frecuencionsonido.htm)

Gobierno de Guadalajara. (1 de julio de 2021). Conoce la Ley Antirruído. Comunicados de Gobierno. <https://guadalajara.gob.mx/gdlWeb/#/detalle/250/LeyAntiRuido>.

Gonzalez, I. (2021, 4 febrero). Cuántos usuarios tiene Facebook en el mundo y otras estadísticas de uso. iLifebeltTM. <https://ilifebelt.com/cuantos-usuarios-tiene-facebook-en-el-mundo/2018/02/#:%7E:text=De%20los%20m%C3%A1s%20de%202449,y%2056%25%20del%20g%C3%A9nero%20masculino.&text=En%20cuanto%20a%20las%20edades,entre%2018%20y%2024%20a%C3%B1os>.

Guardiola, È. (2020, January 1). Marketing de Concienciación. Humanizando al Ser Humano. Serendipia by Èlia Guardiola. Marketing Emocional



y Storytelling. <https://www.eliaguardiola.com/marketing-de-conciencia-cion-humanizando-al-ser-humano.html>

Guzmán, C., & Guzmán, C. (2019, 19 diciembre). *¿Qué es la contaminación acústica?* Centro Europeo de Postgrado. Recuperado 2 de febrero de 2022, de <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-la-contaminacion-acustica.html>

Iberdrola. (2020, 4 mayo). *La contaminación acústica, ¿cómo reducir el impacto de una amenaza invisible?* Recuperado 2 de febrero de 2022, de <https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/que-es-contaminacion-acustica-causas-efectos-soluciones>

Instituto Audiológico Audiotech. (s. f.). SALUD AUDITIVA Y COMUNICATIVA – Audiotech México. Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://www.audiotech.com.mx/salud-auditiva-y-comunicativa/>

Kotler, P. y Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. Ciudad de México: Pearson

Kotler, P., y Keller, K. (2006). Marketing Management. USA: Prentice Hall.

Lobera, J. Mondragón, V. (2010). *Discapacidad auditiva, Guía didáctica para la inclusión en educación inicial y básica.* Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/106806/dis-capacidad-auditiva.pdf>

LXIII Legislatura Congreso del Estado de Jalisco. (15 de agosto de 2018). *APROBÓ EL CONGRESO LA “LEY ANTI-RRUIDO” QUE SANCIONA ESTABLECIMIENTOS O VIVIENDAS EN DONDE SE REBASEN LAS NORMAS OFICIALES.* LXIII Legislatura Congreso del Estado de Jalisco. [https://www.congreso.jalisco.gob.mx/boletines/aprob-el-congreso-la-ley-antirruido-que-sanciona-establecimientos-o-viviendas-en-donde-se.](https://www.congreso.jalisco.gob.mx/boletines/aprob-el-congreso-la-ley-antirruido-que-sanciona-establecimientos-o-viviendas-en-donde-se)

Molano, Nidia I. (s.f.). *Pautas para el cuidado del oído y la audición.* Recuperado 1 de febrero de 2022, de [https://www.minsalud.gov.co/salud/Documents/folleto\\_pautas\\_cuidados\\_auditivos.pdf](https://www.minsalud.gov.co/salud/Documents/folleto_pautas_cuidados_auditivos.pdf)



Mo, N., & Marcos, M. C. (2014). User Engagement en la web: estrategias de implementación y métricas de seguimiento. No solo usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología. 2014;(13).

<https://repositori.upf.edu/handle/10230/43830>

Moliner Tena, M. A. (1998). Marketing social, la gestión de las causas sociales. Ed. ESIC. Madrid .

<http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=UNIBA.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=000895>

Moreno, E. (2016, November 10). La Magia de las comunidades digitales. Forbes México , <https://www.forbes.com.mx/la-magia-de-las-comunidades-digitales/>

Naveira, A. (29 de octubre de 2021). Historia de Facebook: nacimiento y evolución de la red social de los (más de) 2.000 millones de usuarios. Obtenido de Marketing4ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-facebook-nacimiento-y-evolucion-de-la-red-social/#:~:text=Este%C3%A9xito%20>

[llev%C3%B3%20a%20Zuckerberg,de%20correo%20electr%C3%B3nico%20de%20Harvard](#)

Organización Mundial de la Salud. (2 de marzo de 2021). La OMS advierte que, según las previsiones, una de cada cuatro personas presentará problemas auditivos en 2050. Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://www.who.int/es/news/item/02-03-2021-who-1-in-4-people-projected-to-have-hearing-problems-by-2050>

OMS. (2021, 1 abril). Sordera y pérdida de la audición. Organización Mundial de la Salud. Recuperado 2 de febrero de 2022, de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss>

Pearson D. (2014) Las 20 p del marketing, Personalidad de marca, Grupo editorial Patria, pg. 313

Picand, Y. D. D. (2022). *Sonido agudo : definición de Sonido agudo y sinónimos de Sonido agudo (español)*. definición de. <http://diccionario.sensagent.com/Sonido%20agudo/es-es/>



¿Qué es un sonómetro? | Brüel & Kjær. (2016). Sound and Vibration. <https://www.bksv.com/es/knowledge/blog/sound/what-is-a-sound-level-meter>

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (s.f.). *Es Día Mundial de la Descontaminación Acústica*. Gobierno de México. [https://www.gob.mx/semarnat/articulos/sss-hhh-es-dia-mundial-de-la-descontaminacion-acustica?idiom=es#:~:text=la%20actividad%20humana.,La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la%20Salud%20\(OMS\)%20en%20Europa%20advier-te,amenaza%20para%20la%20salud%20p%C3%ABlica%22](https://www.gob.mx/semarnat/articulos/sss-hhh-es-dia-mundial-de-la-descontaminacion-acustica?idiom=es#:~:text=la%20actividad%20humana.,La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la%20Salud%20(OMS)%20en%20Europa%20advier-te,amenaza%20para%20la%20salud%20p%C3%ABlica%22).

Secretaría de Salud. 01-13-95 NORMA Oficial Mexicana NOM-081-ECOL-1994. <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/wo69216.pdf>.

Sistema nacional DIF. (19 de junio de 2017). ¿Qué es la Discapacidad Auditiva?. Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://www.gob.mx/difnacional/articulos/que-es-la-discapacidad-auditiva>

*Sonido y Ruido*. (2020). diferenciador.com. <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-sonido-y-ruido/>

Soporte Multimedia. (2020, 14 noviembre). ¿Sabes cómo se mide el sonido? Soporte Multimedia Perú. <https://soportemultimedia.com/sabes-como-se-mide-el-sonido/>

Tipos de Ruido - (2021, 29 noviembre). Construmatica. [https://www.construmatica.com/construpedia/Tipos\\_de\\_Ruido](https://www.construmatica.com/construpedia/Tipos_de_Ruido)

### Imágenes

Tabla 1. Audical, ¿Cómo funciona el oído y nuestro sistema auditivo?, recuperado de: <https://www.audical.com.uy/noticias/detail/como-funciona-el-oido-y-nuestro-sistema-auditivo>



# 1.6

## GLOSARIO

---



## 1.6. GLOSARIO

---

**Audición:** depende de una serie de pasos complejos que convierten las ondas sonoras que viajan por el aire en señales eléctricas. Estas señales llegan al cerebro a través del nervio auditivo.

**Audiología:** Rama ciencia que se ocupa del diagnóstico de patologías del oído, de explorar su fisiología y anatomía y de la prevención, tratamiento y rehabilitación de trastornos auditivos. En definitiva, es la ciencia que se encarga de cuidar la salud auditiva de los seres humanos. (Audifon, 2021)

**Audiólogo:** Es aquél experto en el tema de la audición, y es quien puede ayudar a dar el diagnóstico de cualquier tipo de problema auditivo que se pueda haber desarrollado.

**COFEPRIS:** es la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios. Protege a la población contra riesgos la salud provocados por el uso y consumo de bienes y servicios [...] así como por su exposición a factores ambientales y laborales, la ocurrencia de emergencias sanitarias y la presta-

ción de servicios de salud mediante la regulación, control y prevención de riesgos sanitarios (Gobierno de México, s.f.).

**Cofosis:** es la pérdida total de audición

**Comunidad sorda:** “está integrada por individuos de cualquier condición personal y social, por lo que se trata de una comunidad muy heterogénea” (Fundación CNSE, 2003), se caracteriza por que su medio de comunicación es a través de la lengua de señas.

**Condición congénita:** son aquellas presentes desde el nacimiento. Son causados por una mutación genética, un ambiente desfavorable en el útero, o una combinación de ambos.

**Confort Acústico:** situación en la que el nivel de ruido provocado por las actividades humanas resulta adecuado para el descanso, la comunicación y la salud de las personas (Luzardo Es).

**Contaminación auditiva:** hace referencia al fenómeno causado por la generación de niveles altos de ruido o de sonidos que resultan dañinos para



la salud y el bienestar auditivo de las personas.

**Cubre bocas incluyente:** es un dispositivo diseñado para facilitar la comunicación de las personas con discapacidad auditiva o para quienes es indispensable leer o mostrar los labios para entender y expresarse (ITESO, 2021).

**Cubre bocas transparente:** Su principal finalidad es permitir la lectura labio-facial para que las personas con discapacidad auditiva puedan ser independientes y autónomos dentro de la sociedad. Los materiales varían, pueden ser de silicona, acrílico rígido, PVC flexible, entre otros. Pueden lavarse y reutilizarse.

**Cultura auditiva:** Conjunto de conocimientos e ideas relacionadas a la experiencia cultural del sonido y la discapacidad auditiva.

**Daño auditivo:** Es la situación de pérdida, disminución gradual, total, temporal o permanente de la capacidad de poder oír ya sea en uno o en ambos lados.

**Decibelios (dB):** Medida de sonoridad o sensación sonora que es igual a la décima parte de un bel. Los decibelios miden la fuerza de las ondas del sonido en relación con el área.

**Discapacidad auditiva:** “es la falta, disminución o pérdida de la capacidad para oír en algún lugar del aparato auditivo” (Sistema Nacional DIF, 2017)

**Electroquímica:** es la rama de la química que estudia la transformación entre la energía eléctrica y la energía química, las reacciones químicas que se dan en la interfaz de un conductor eléctrico y un conductor iónico se denominan reacciones electroquímicas.

**FDA:** La Administración de Medicamentos y Alimentos es la agencia del Gobierno de los Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos, medicamentos, cosméticos, aparatos médicos, productos biológicos y derivados sanguíneos.

**Filtro:** Pedazo de tela intercambiable que limpia hasta el 95% de las partículas aéreas, purifica el aire a través de



trozos de tela que eliminan las sustancias nocivas (BBC News Mundo, 2020).

**Fonoaudióloga:** Es el profesional especialista, encargado del estudio de la comunicación humana, tratando de prevenir patologías de las áreas Voz, Audición, y del lenguaje, en todas las etapas del desarrollo del individuo.

**Fonoaudiólogo:** m.yf. Med. Especialista en fonoaudiología. (Real Academia Española, 2020)

**Fonoaudiología:** Disciplina que se ocupa especialmente de los trastornos en el habla y la audición que afectan a la comunicación humana. (Real Academia Española, 2020)

**Hipoacusia:** La hipoacusia se produce cuando se pierden los mecanorreceptores y la pérdida de la audición (UGT, 2009).

**Hertz (Hz):** El tono se mide en. Los Hertz miden el número de ciclos de la onda por segundo.

**Implante coclear:** Implante que llega a sustituir las mismas células que se han visto dañadas o destruidas, para así

poder mandar las señales al cerebro necesarias para poder escuchar.

**Impulsos nerviosos:** son señales que se transmiten de neurona en neurona con la finalidad de transmitir información sensitiva o motora hasta llegar a la estructura del cuerpo donde se generó el estímulo.

**Inclusión:** según la guía para la inclusión de la UNESCO (2017), se define como el proceso que ayuda a superar los obstáculos que limitan la presencia, participación y los logros de los individuos.

**Inclusión social:** Se refiere a lograr la vinculación y participación equitativa de todos en cualquier cuestión social (La inclusión social como derecho humano, 2003).

**Lectura labiofacial:** El sitio Fonoaudiología, todo para el futuro fonoaudiológico, señala que la lectura labiofacial (LLF) “es una técnica con la que una persona comprende lo que se le habla observando los movimientos de los labios de su interlocutor e interpretando los fonemas que este produce” (2012).



**Logopeda:** m. y f. Persona versada en las técnicas de la logopedia. (Real Academia Española, 2020)

**Logopedia:** f. Conjunto de métodos para enseñar una fonación normal a quien tiene dificultades de pronunciación (Real Academia Española, 2020)

**Lenguaje inclusivo:** normalmente se escucha hablar de este término para referirse al lenguaje neutro o no sexista. En nuestro proyecto es importante recalcar que también incluye la lengua de señas y el uso adecuado de las palabras al referirnos a las personas con discapacidad auditiva. (Recuperado de RPAP Primavera 2021)

**Material didáctico:** Son los materiales que cuentan con las características que facilitan no solo la enseñanza, sino también el aprendizaje (Definición.de, 2021)

**Medicamentos ototoxicos:** Se entiende por ototoxicidad el efecto nocivo que determinadas sustancias ejercen sobre el oído.

**Otología:** Rama de la medicina que se ocupa del estudio del oído y de sus enfermedades. Esta disciplina forma parte de la Otorrinolaringología, especialidad dedicada a la prevención diagnóstico y tratamiento de las patologías del oído, nariz y garganta. El rasgo diferencial del especialista otólogo es que, a diferencia del otorrinolaringólogo, no trata las patologías de nariz y cuello, si no que se especializa en la fisiología, funcionalidad y patologías del oído. (TopDoctors, 2021)

**PVC:** El PVC (policloruro de vinilo) es una combinación química de carbono, hidrógeno y cloro. Sus componentes provienen del petróleo bruto (43%) y de la sal (57%). Es el plástico con menos dependencia del petróleo.

**Ruido:** Vibraciones desagradables que no se desean escuchar (Volver a Escuchar, 2020). **Salud auditiva:** bienestar en la función de nuestro órgano auditivo, la estructura y fisiología de nuestro sentido del oído. Además de bienestar en el entorno que favorezca una sana escucha.

**Sistema auditivo:** procesa la información del sonido que viaja del oído



al cerebro, de modo que las vías nerviosas también forman parte de nuestra audición.

**Sonido:** Vibraciones agradables que se desean escuchar (Volver a Escuchar, 2020).

**Sordera o Hipoacusia:** Déficit funcional que ocurre cuando una persona pierde capacidad auditiva en menor o mayor grado. Puede presentarse en forma unilateral, cuando afecta a un solo oído, o bilateral, cuando afecta ambos oídos. (Clínic, 2021)

**Terapeuta de Lenguaje:** Los Terapeutas del Lenguaje diagnostican, evalúan y tratan diversos trastornos comunicativos (habla, fluidez, lenguaje y voz) y de deglución (al masticar, tragar o engullir y comer). (Neuvoo Mx, 2017)

**Válvula:** Trozo plástico que se coloca al frente de un cubrebocas que permite el paso y expulsión de partículas aéreas de virus, bacterias y fluidos. Protege a quien lo usa pero no a los demás (ITESO, s. f.).

**Sonidos agudos:** Son sonidos o tonos que se conforman por altas frecuen-

cias del espectro audible y generalmente son por encima de los 5 kHz.

**Sonidos graves:** Son sonidos que están ligados a frecuencias bajas y se encuentran entre los 20 a 500 Hz.

**Decibeles:** Es una unidad de medida que sirve para medir la intensidad del sonido.

**Frecuencia:** Es la medida de que tantas veces se presenta una onda de sonido en un periodo de tiempo.



# 2.0

## PRODUCTOS

---



## 2. PRODUCTOS

Este semestre cada proyecto del PAP Escucha México llevó a cabo la creación de una cantidad importante de productos para diversos usos. Algunos son únicamente digitales para uso en redes sociales y otros fueron impresos para ser usados como volantes, mupis o material didáctico.

Es importante señalar al lector que al ver este listado de productos no se encontrará una descripción profunda, este tipo de descripción se podrá encontrar en el apartado **1.4 Valoración de Productos** donde además podrá leer sobre los resultados e impactos de cada uno de los productos.

### 2.1 Cruzada Contra el Ruido

**Video 1:** <https://www.youtube.com/watch?v=-OYEI7vjZnk>



**Video 2:** <https://www.youtube.com/watch?v=WP7yopjdrbg>



### Manual de identidad:



### 1. Publicaciones de redes

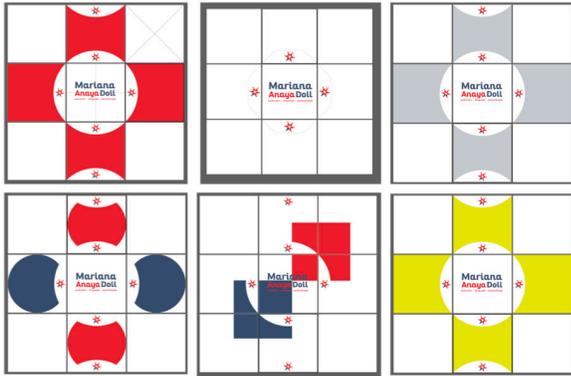
Febrero:



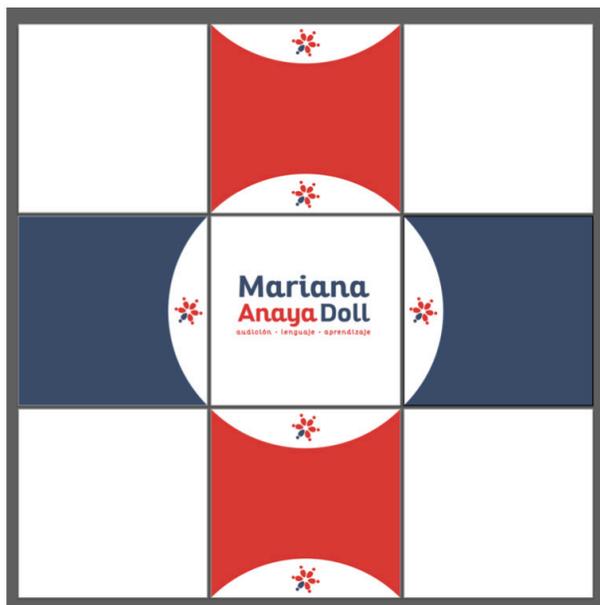


## 2.2 Mariana Anaya Doll

### 1. Plantillas (opciones alternativas):



### 2. Plantilla definitiva:



### 3. VIDEOS:

Video 1. <https://youtu.be/11iLK5V4rCA>



y gracias a eso (la terapia) he escuchado muy bien,



Video 2. Quedó pendiente de editar.

Video 3.



4. Manual de Identidad:



Abril:



5. Publicaciones:

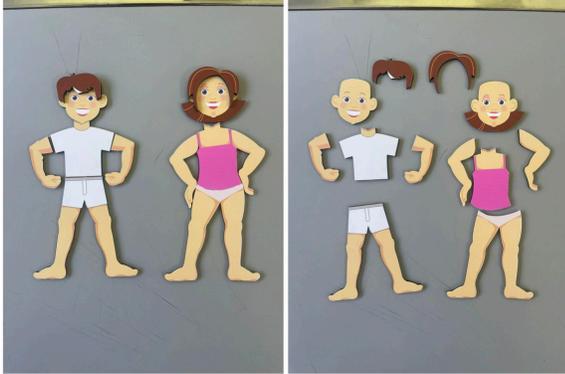
Marzo:



Mayo:



Producto:



6. Manual de identidad

2. Plantilla 2



3. Plantilla 3



## 2.3 Escucha México Redes Sociales

4. Plantilla 4

1. Plantilla 1



### 5. Facebook Cover



### 6. Video 1:

<https://youtube.com/shorts/SqMpNpxym1w?feature=share>



### 7. Video 2

<https://youtube.com/shorts/6yks7UjxE8U?feature=share>



### 8. Sesión informativa

**escucha MÉXICO**  
Cultura Auditiva

**¡Únete a nuestro equipo !**

Estamos buscando personas de las siguientes carreras:

- Administración de empresas
- Comercio y Negocios Globales
- Ciencias de la Comunicación
- Diseño
- Gestión Cultural
- Hospitalidad y Turismo
- Mercadotecnia
- Periodismo

Asiste a nuestras sesiones informativas:

Sesión Presencial	Sesión en línea
Miércoles 20 11AM - 12PM Edificio Q, Salón 308	Viernes 22 11 AM - 12PM

### 9. Sesión informativa

**escucha MÉXICO**  
Cultura Auditiva

**¡Únete a nuestro equipo !**

Estamos buscando personas de las siguientes carreras:

- Administración de empresas
- Comercio y Negocios Globales
- Ciencias de la Comunicación
  - Diseño Integral
  - Gestión Cultural
- Hospitalidad y Turismo
  - Mercadotecnia
  - Periodismo
  - Audio visuales
  - Gestión cultural

Sesión Presencial	Sesión en línea
Miércoles 20 11AM - 12PM Edificio Q, Salón 308	Viernes 22 12PM - 1PM



10. Manual de identidad:

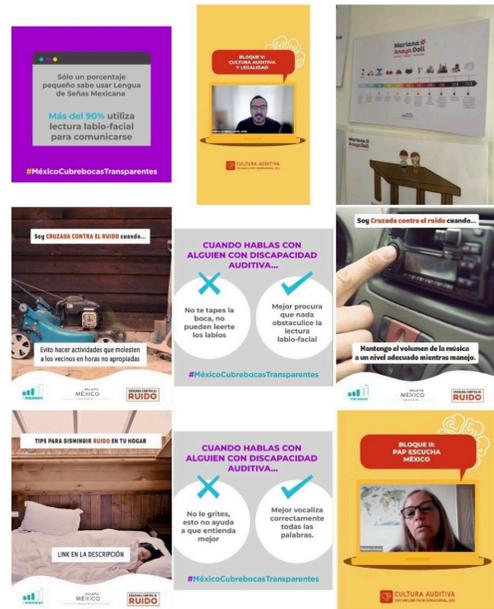


12. Publicaciones:

Abril y Marzo:



Junio:



2.4 Iniciativa cubrebocas transparentes

2. Video 1 "Inicio e historia de la Iniciativa"

Mayo:



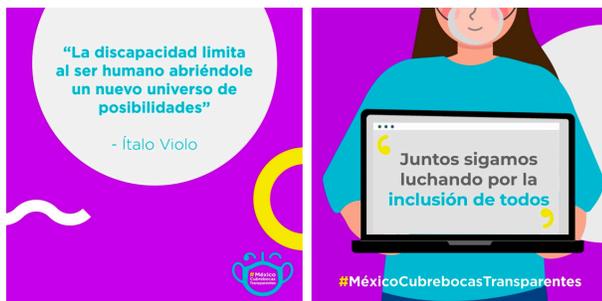
### 3. Video 2 “En los zapatos de Daniel”



Video Iniciativa Cubrebocas Transparentes Primavera 2022

### 4. Publicaciones de redes

Febrero



Marzo

 <p>La ONU proclamó el 1 de marzo como el: <b>Día para la Cero Discriminación.</b></p> <p>La discriminación hace referencia a cualquier acto o comportamiento que resulta en la violación de los derechos humanos que todas las personas gozamos.</p> <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>	 <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>
<p>TE RECORDAMOS LAS MARCAS DE CUBREBOCAS TRANSPARENTE EN MÉXICO</p>  <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>	 <p><b>BRANKIA</b> CUBREBOCAS</p> <p>ITESO</p> <p><b>Brankia</b></p>
 <p><b>Mask Off</b></p>	 <p><b>CUBRE VITA</b></p> <p><b>Cubre Vita</b></p>
 <p><b>Proker</b></p>	 <p><b>SMILE GUARD</b></p> <p><b>Smile Guard</b></p>

<p>¡EN URUGUAY YA SE APROBARON!</p>  <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>	<p>¡EN ARGENTINA YA SE APROBARON!</p>  <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>
 <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>	<p>¡EN COLOMBIA YA SE APROBARON!</p>  <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>
 <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>	<p>¡ESPEREMOS QUE PRONTO EN MÉXICO SE APRUEBEN!</p>  <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>
 <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>	<p>En 2020, el cubrebocas transparente LEAF fue aprobado por la "Food and Drug Administration". Siendo el único cubrebocas aprobado por una asociación de este tipo.</p> <p>Cuenta con 4 tamaños diferentes para que personas desde los 3 años de edad en adelante puedan utilizarlo.</p> <p>#MéxicoCubre bocas Transparentes</p>



Abril

Mayo

La Asamblea General de las Naciones Unidas proclamó el 7 de abril, el Día Mundial de la Salud.

Su principal objetivo es llamar la atención a los gobiernos y las personas para la promoción efectiva de los servicios de atención y la salud necesaria.

**#MéxicoCubreBocasTransparentes**

**Un lugar en silencio**  
**#MéxicoCubreBocasTransparentes**

**Eternals**  
**#MéxicoCubreBocasTransparentes**

**Hijos de un dios menor**  
**#MéxicoCubreBocasTransparentes**

**El sonido del silencio**  
**#MéxicoCubreBocasTransparentes**

**QUEREMOS RECOMENDARTE PELICULAS QUE INVOLUCRAN A LA COMUNIDAD CON DISCAPACIDAD AUDITIVA**

**#MéxicoCubreBocasTransparentes**

**CONSULTA TODO SOBRE EL PROYECTO DE LEY AQUI.**

**AYÚDANOS Y ¡FIRMA AQUI!**

Con su ayuda y la de los senadores logramos presentar el proyecto de ley que busca reformar algunos artículos para promover la inclusión en espacios de salud, educativos y recreativos.

El proyecto de ley se turnó a las Comisiones Unidas de Desarrollo y Bienestar Social.

**#MéxicoCubreBocasTransparentes**

**¡FELIZ DIA DEL NIÑO!**

¡HAGAMOS UN MUNDO DIGNO PARA ELLOS

**#MéxicoCubreBocasTransparentes**



Sólo un porcentaje pequeño sabe usar Lengua de Señas Mexicana

Más del 90% utiliza lectura labio-facial para comunicarse

#MéxicoCubre bocas Transparentes

1500 millones personas con discapacidad auditiva en el mundo

+5 millones son mexicanas y mexicanos con discapacidad auditiva

¿Qué pasa cuando existe la exclusión a una persona con discapacidad auditiva?

Baja autoestima  
Aislamiento social  
Baja motivación de logro  
Ansiedad

#MéxicoCubre bocas Transparentes

¡Felicitamos a todos los maestros! GRACIAS POR SU APOYO Y TRABAJO DIARIO

#MéxicoCubre bocas Transparentes

¡FELIZ DIA DE LA MADRE!

Conoce estrategias para enseñar a leer a niños con discapacidad auditiva

#MéxicoCubre bocas Transparentes

1. Lenguaje de señas, mímica y movimientos corporales/faciales.
2. Mantener el lenguaje, de señas y el español del texto, visuales.
3. Añadir elementos a la narración que dista implícitos en el texto.
4. Leer el cuento varias veces para que cambie su atención al texto y no a las imágenes.
5. Tomar en cuenta las observaciones del niño, no aserlo.

#MéxicoCubre bocas Transparentes

6. Ajustar las señas y su tamaño para mantener el interés del niño.
7. Conectar la lectura con la realidad del niño.
8. Localizar las señas en el libro o fuera de él.
9. Demostrar los cambios de personajes a través de la expresión corporal, la mímica, el uso del espacio.
10. Hacer preguntas mediante la expresión facial.

#MéxicoCubre bocas Transparentes

Junio

RECOMENDACIÓN DE APPS SI TIENES DISCAPACIDAD AUDITIVA

#MéxicoCubre bocas Transparentes

**AVA** TRANSCRIBE VIDEOS EN VIVO SIN SUBTÍTULOS, CLASES, ETC.

**ROGER VOICE** SUBTITULOS EN LLAMADAS TELEFÓNICAS.

#MéxicoCubre bocas Transparentes

**BRACI** RECONOCIMIENTO DE SONIDOS.

**BEWARNED** CONVIERTE VOZ EN TEXTO Y VICEVERSA, MÚSICA EN VIBRACIÓN Y DETECTA SONIDOS PELIGROSOS.

#MéxicoCubre bocas Transparentes

**VOICE POP** CONVIERTE AUDIOS DE WHATSAPP Y PLATAFORMAS DE MENSAJERÍA EN TEXTO.

**TRANSCRIBE** TRANSCRIBE NOTAS DE VOZ Y VIDEOS EN TEXTO.

#MéxicoCubre bocas Transparentes

#MéxicoCubre bocas Transparentes

CUANDO HABLAS CON ALGUIEN CON DISCAPACIDAD AUDITIVA...

No te tapes la boca, no pueden leer los labios

Mejor procura que nada obstaculice la lectura labio-facial

#MéxicoCubre bocas Transparentes

CUANDO HABLAS CON ALGUIEN CON DISCAPACIDAD AUDITIVA...

No le grites, esto no ayuda a que entienda mejor

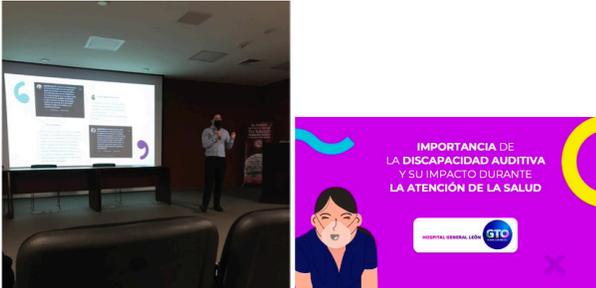
Mejor vocaliza correctamente todas las palabras.

#MéxicoCubre bocas Transparentes

#MéxicoCubre bocas Transparentes



## 5. Presentación para Hospital General de León



## 6. Manual de identidad



## 2.5 Brankia

### Manual de identidad



## 2.6 Universidad Incluyente

### Video 1: "Talleres de sensibilización".

<https://youtu.be/YCKePrv3cYk>

Este video ilustra la dinámica de los talleres de sensibilización que organiza el programa Universidad Incluyente. En él es posible apreciar a alumnos y alumnas realizando diversas actividades que tienen por objetivo sensibilizar.



### Video 2: "Conoce Universidad Incluyente".

<https://youtu.be/DAAivPERgW4>

Este video explica qué es el programa de Universidad Incluyente, describe brevemente las acciones que realizan y presenta un dato de contacto al cual las personas pueden comunicarse en caso de requerir mayores informes o alguno de sus servicios.



**Infográfico 1:**

Sobre qué es el Programa de Universidad Incluyente: Objetivos, acciones, tareas, actividades hacia el interior y el exterior del ITESO.



**Infográfico 2:**

Qué es y objetivo de los talleres de sensibilización.



**Infográfico 3:**

Objetivo del Curso de Lengua de Señas Mexicana.



**Infográfico 4:**

Herramientas Tecnológicas de la Universidad (SECUDIS, APP).



**Infográfico 5:**

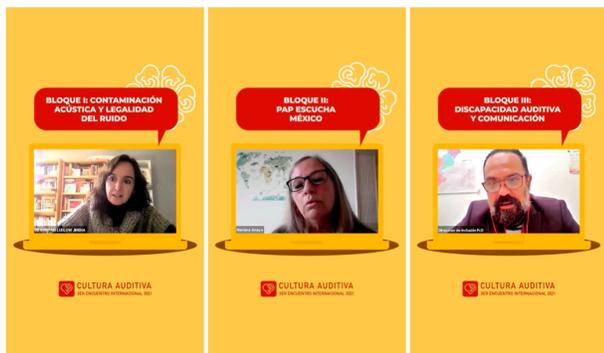
Dar a conocer la aplicación de Universidad Incluyente próxima a lanzarse, desarrollada por Ulab.

**2.7 Cuarto Encuentro Internacional de Cultura Auditiva****1. Imagen:****2. Video 1 “Encuentro de Cultura Auditiva durante los años”:****3. Video 2 “¿Cuánto sabes sobre la cultura auditiva y el ruido?”:**

<https://youtu.be/WyqviJZl1kI>



### 4. Publicaciones de redes: Reels



### 5. Base de datos de contactos

NOMBRE	OCUPACIÓN	POSIBLE TEMA A PRESENTAR	CORREO ELECTRÓNICO	CELULAR	STATUS
Altozano Jaime	Músico y youtuber	Sonido, música e interpretación de la música	helenasola@secondbellprojects.com		Por contactar
Jarmon Maelyn	Cantante estadounidense, ganadora de The Voice	Hablar sobre su historia (historia de éxito), sobre la música	Instagram: @maddy_jarmon		Por contactar
Acuña Manuel	Director de cine	Sobre su película "El silencio de mis manos", que habla de una pareja de mujeres con discapacidad auditiva	manuelacuna@iteso.mx	33 257 2308	Por contactar
Jimena de Gortari	Profesora de la IBERO que trabaja con la legislación del ruido	Debate / Panel con Antonio García sobre concientización y legalidad del ruido	jimena.dgortari@ibero.mx	59504000 ext 7499	Por contactar
Dimity Dorman	Terapeuta auditivo-verbal	Terapia auditivo-verbal y el impacto que tiene en las personas			Por contactar
Antonio García	Abogado del ruido	Debate / Panel con Jimena Gortari sobre concientización y legalidad del ruido	antoniogarcia@abogadodelruido.com		Por contactar
Dani Cardona	Aspirante a Miss Universo	Hablar sobre su historia (historia de éxito)	Instagram: @danncardona	55 6116 6962	Por contactar



### 6. Manual de identidad



### Foto



# 3.0

## REFLEXIÓN CRÍTICA Y ÉTICA DE LA EXPERIENCIA

---



### 3. REFLEXIÓN CRÍTICA Y ÉTICA DE LA EXPERIENCIA

---

El RPAP tiene también como propósito documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

#### Lic. en Comercio y Negocios Globales. Alba Regina Carpenter Bernal

Este es mi primer PAP inscrito y decidí hacerlo con Escucha México porque me llamó mucho la atención la intención social de este PAP y también porque profesionalmente me interesa mucho el tema de diseño, creación de contenido y redes sociales.

Agradezco mucho el haber tenido este PAP ya que me enfrenté a varios retos a lo largo del semestre que a pesar de ser trabas logré superar y aprender de cada una de ellas como por ejemplo, el trabajar en equipo es algo que siempre se me ha dado muy bien aunque nunca había pensado que casi siempre me ha tocado trabajar con amigas o con personas muy afines a mi y además de eso desde siempre me ha gustado el “liderar” o dirigir a los grupos, pero en este semestre me tocó trabajar con personas de diferentes carreras y que de igual manera les gusta dirigir y decidí adaptarme aunque a pesar de los altibajos como equipo aprendí muchas cosas buenas de esto.

Me impacta como un PAP puede abrir tanto los ojos de la vida que a veces



recorres sin mirar a tu alrededor, aprendí que no porque a mi en ese momento no me afecte algo no significa que no exista y que no esté afectando a otros como lo es la falta de cultura auditiva en el país, yo jamás había pensado en el problema de los cubrebocas antes de este semestre, o en las repercusiones de la contaminación auditiva, o la falta de herramientas en la vida diaria para facilitarle la vida a las personas con esta discapacidad, agradezco mucho a Paola y a Laura por ayudarnos a mis compañeros y a mi a volvernos un poco más conscientes de que podemos poner nuestro granito de arena día a día para crear un gran impacto positivo en la sociedad.

En el ámbito profesional siento que no pude aplicar mis conocimientos en redes al 100% porque para mi punto de vista quita mucho tiempo otros temas del PAP que nos hacen perder un poco de vista lo importante que son en realidad las redes que requieren mucho tiempo y dedicación para poder planear campañas con mayor impacto, contenido creativo y llamativo, hacer estrategias bien planeadas y honestamente siento que en la “Planeación de redes” se pierde

mucho tiempo en aspectos que no son tan importantes para una buena campaña o estrategia de redes.

Acabo este semestre muy agradecida de los aprendizajes sociales que obtuve y de demostrarme a mí misma que a pesar de la carga escolar y emocional que viví este semestre se logró hasta el último día, pero de igual manera me voy un poco insatisfecha de los resultados obtenidos en redes porque yo sé que se puede optimizar más el proceso y crear cosas que tengan más impacto y generen mejores resultados.

**Lic. en Comunicación y Artes Audiovisuales. Samanta Giselle Barbosa Cabral**

Formar parte de este Proyecto de Aplicación Profesional me regaló muchos aprendizajes muy valiosos. Esta fue la segunda ocasión en la que tuve la oportunidad de trabajar con un equipo multidisciplinario. A lo largo de la carrera, solemos tener contacto únicamente con personas que estudian la misma licenciatura que nosotros. En el PAP, sin embargo, tus colegas suelen desempeñarse en otras disciplinas. Resulta muy interesante y



valioso colaborar con personas de otras áreas, dado que cada uno tiene algo diferente que aportar. Este semestre, por ejemplo, me tocó trabajar con varios diseñadores y diseñadoras. Ellos se encargaban de realizar los diseños digitales que posteriormente yo me encargaba de animar.

El trabajo en equipo también exige otras habilidades y aptitudes, que también tuve la oportunidad de poner en práctica. A la hora de realizar un producto conjunto, por ejemplo, es clave aprender a escuchar a tus colegas. De esta manera, podía conocer qué es lo que mis compañeros necesitaban de mí, y viceversa, yo podía solicitar lo que necesitaba de ellos, para así garantizar una buena coordinación. Lo anterior, expresado ya en un ejemplo concreto, puede verse cuando yo pedía a mis compañeros diseñadores que por favor organizaran el documento de una manera muy específica, para que no hubiese problema a la hora de importarlo al programa de posproducción del que yo me apoyo.

Puse en práctica habilidades propias de mi carrera, como la escritura de guiones, el storyboarding, la locución y grabación de audio, el registro de

video, conocimientos de motion graphics y edición de video.

Formé parte de dos proyectos: el 4to Encuentro de Cultura Auditiva y el programa Universidad Incluyente. En ambos contribuí con mis conocimientos teóricos y técnicos, así como con mi creatividad. Aporté desde mi campo de conocimiento, que son las artes audiovisuales, animando gráficos y editando videos. El reto al que siempre se encuentra uno, como profesional de esta rama, es a crear piezas que realmente satisfagan las necesidades de información y comunicación, cubriendo los puntos pertinentes, pero que al mismo tiempo logren ser concretas y breves, y que a la par resulten atractivas para incentivar la retención, teniendo siempre en mucha consideración al espectador (o en otras palabras, público meta) al que va dirigido. Hice lo mejor que pude para intentar cumplir con estas expectativas.

Y más allá de lo profesional, este PAP también me dejó muchos aprendizajes para mi vida cotidiana. En lo personal, fue una experiencia de sensibilización. Aprendí sobre la importancia de la cultura auditiva y todo lo que gira en torno a ella, y me hice cons-



ciente sobre cómo puedo contribuir a generar entornos más incluyentes.

### **Lic. en Diseño. Tomás Arisai Candelario Díaz**

Durante este primer semestre en el PAP Escucha México logré poner en práctica los conocimientos que he adquirido como diseñador al generar contenido gráfico para los proyectos de cruzada contra el ruido y universidad incluyente. Además, este regreso al campus presencial nos permitió mejorar la organización del trabajo en equipo.

El poder escuchar la perspectiva de las personas con discapacidad y conocer más sobre la contaminación auditiva y sus efectos en la salud, nos permitió reflexionar sobre los retos de estas personas y cómo podemos prevenir que el daño a otras personas.

La retroalimentación y el apoyo que nos otorgaron las maestras nos ayudó para mejorar la organización de nuestras actividades y a tener una mejor comunicación con los encargados del proyecto de Universidad incluyente. Las clases sobre creación de video y podcast fueron muy útiles para el desarrollo de nuestras publicaciones en redes sociales.

Creo que existen algunos puntos de mejora en el PAP, como la organización de la página de canvas y la falta de seguimiento en las fechas de entrega para Universidad incluyente.

Aun así, creo que el conocimiento impartido por Laura y Paola, además de las clases con Sandra y la forma de trabajo más cercana a lo que es desempeñarse como diseñador, fueron suficientes para hacer de este PAP una experiencia placentera que me ha hecho reflexionar sobre la problemática del ruido, la discapacidad auditiva y que podemos hacer como personas y comunidad para mejorar la situación actual.

### **Lic. en Contaduría y Gobierno Corporativo. Karla Sofía Farías Equihua**

Me llevo muchos aprendizajes en este PAP que cursé este semestre, entre ellos; conocer la importancia que tiene ser más empáticos con las personas que tienen discapacidad auditiva, así como ayudar a todas las personas que viven cerca de zonas que producen ruido excesivo mediante algunos consejos que mi equipo y yo consideramos bastante útiles para aplicar en la vida diaria. Al principio me resultaba un poco difícil



poder llevar dos proyectos tanto el de cruzada contra el ruido como el de la iniciativa, pero me di cuenta que con organización y mucha comunicación con ambos equipos, el trabajo puede salir muy bien.

Aunque el PAP no esté muy relacionado con mi carrera, aprendí cosas muy interesantes y pude conocer un poco más de otras carreras como diseño, psicología, mercadotecnia, comercio y comunicación. Cada uno de mis compañeros aportó cosas muy interesantes a este PAP y gracias al gran trabajo que hicieron mis compañeros de cada proyecto en el que participé, las redes sociales pudieron crecer un gran porcentaje en comparación con el semestre de otoño 2021 y ahora muchas personas son más conscientes del ruido que causan día a día, así como la importancia que tiene el uso del cubrebocas transparente.

En cada proyecto yo me encargué de realizar el análisis de las redes sociales ya que en este se tienen que hacer algunos cálculos y como estudiante de la carrera de contabilidad me resultó un poco más rápido hacerlos.

En este PAP si hay mucho trabajo por hacer durante todo el semestre y algunos consejos que puedo darles a otros compañeros que apenas

empiezan es que organicen y distribuyan de manera equitativa todo el trabajo por hacer con cada uno de los integrantes de cada proyecto y que suban contenido interesante a las redes sociales para que su número de seguidores aumente de manera notable.

Es importante también estar siempre pendiente de los mensajes y correos que llegancasi diario a las redes sociales ya que muchas personas necesitan de nuestro apoyo para poder resolver algunas de sus problemáticas.

Con ambos equipos pude trabajar de manera muy ágil ya que todos los integrantes cumplieron con su parte y además cada uno aportó cosas muy interesantes a cada proyecto. Me di cuenta también que se pudieron cumplir con todos los objetivos que mi equipo y yo escribimos al principio del semestre.

**Lic. en Psicología María Fernanda González Mendoza**

Mi experiencia al cursar por primera vez este PAP fue muy agradable, desde un inicio que fue un poco complicado decidirme, ya que además de estudiar una licenciatura que no está dentro de las carreras que requiere el PAP, y tuve



que acudir a Paola por llamada para así poder enterarme de cómo era el PAP, qué se hacía, cómo se trabajaba, entre otros aspectos, desde escuchar a la maestra y su manera de describirlo me pareció muy agradable. Fue un poco tardado el proceso para inscribirlo por cuestiones de hablar con el coordinador, con los encargados de PAP en zona reservada para autorizar... finalmente pude meterlo.

El estudiar psicología podría resultar un tanto complicado entender por qué soy útil o qué aprendizajes o herramientas puedo aportar al PAP, sin embargo una vez que comencé a ver los contenidos, dinámicas, población dirigida y población con la que se trabaja, me di cuenta de que como psicóloga podía dar bastante y sobre todo la parte social era lo que definitivamente fue para mí. El conocer tantos conceptos que desconocía sobre discapacidad auditiva, desde cómo se le llama a las personas con esta discapacidad, hasta cómo comunicarte con ellos, me deja un aprendizaje enorme, y no me lo llevo como aprendizaje escolar o académico, sino personal y profesional, a lo largo de mi vida he intentado siempre ser una persona empática y

este PAP sin duda me ayudó a seguir lográndolo.

Aprendí de todo, desde estos conceptos, hasta la importancia de trabajar en equipo y saber llevar a cabo roles que, por más difícil o por más problemas que pueda llegar a tener en mi vida, tengo que aprender a separarlos en mi cabeza y entender que son cosas que pueda o no controlar, en horario y espacio del PAP, hacía y dedicaba mi atención a ello. No fue tan sencillo llevar dos proyectos, pues en ocasiones me pasaba que me metía tanto en uno, que literal se me olvidaba por completo que tenía otro al cual darle la misma importancia y tiempo. Pero con el tiempo me fui dando cuenta de cómo lograr asignar mis tiempos para cada uno para que al final no estuviera mejor uno que otro.

Algo que aprendí que me llevo muy satisfecha, es que por más empeño que le ponga a algo, si no aprendo a respetarlo y a darle la atención que merece, no podrá funcionar ni ser efectivo, además, siempre habrán obstáculos, problemas, o incluso personas que no tengan el mismo interés o dedicación que yo, y tal vez es la manera



de cada persona y su perspectiva de trabajo, pero he aprendido que yo soy una persona que me gusta tener mis cosas y hacerlas a tiempo, dedicarles lo que merecen, y no detenerme por otras cosas o personas que no le dan la misma importancia que yo.

Es un PAP en el que me sentí cómoda y logré establecer vínculos con más de 1 persona, personas que aunque sean de diferentes carreras, me encantó haber conocido por sus habilidades, maneras de trabajar, perspectivas, puntos de vista, personas de las que estoy agradecida por haber podido convivir.

Queda mucho por hacer, y mucho más esfuerzo, que si todos ponen de su parte y se dedican a trabajar en lo que les toca, fácil se logra y queda un trabajo increíble.

### **Lic. en Diseño. Paloma Jarero Espinosa**

Al ser mi segunda vez tomando el mismo PAP de primera instancia pensé que no iba a tener tantos nuevos aprendizajes pero me equivoque. Creo que lo principal que hizo que cambiara la dinámica fue el hecho de que la

mayoría eran estudiantes nuevos que traían ideas nuevas y diferentes. Al escuchar las nuevas propuestas para cada proyecto me di cuenta que tal vez yo estaba estancada en el mismo camino.

Investigué más a fondo temas sobre discapacidad y cultura auditiva y seguía encontrando información nueva que me hacían cada vez más empática y comprensible con toda la situación actual. Datos como que cada día que pasa existen más personas con algún tipo de discapacidad auditiva por la constante exposición al ruido excesivo. Como persona involucrada en una sociedad me di cuenta que muy pocas personas saben sobre la problemática y me tomaba el tiempo de compartir con familiares y amigos sobre esto. Realmente me involucré y traté de poner mi granito de arena.

Como profesionista me pude desenvolver aún más. Tuve la oportunidad de crear contenido para los proyectos de Iniciativa México Cubrebocas Transparente y el 4to Encuentro de Cultura Auditiva. En cada uno de los proyectos era esencial buscar por donde iban en semestres pasados, como la línea



de diseño, contenido, propuestas, y ya teniendo esto comenzar a hacer mi trabajo dentro del equipo.

Tuve la oportunidad de trabajar con dos equipos donde me desarrollé y traté de dar lo mejor de mí a nivel profesional. Como diseñadora me era muy fácil crear los contenidos de las redes, las imágenes gráficas, los diseños de fondo de videos o cualquier tipo de contenido donde se requiera un diseño digital. Esto lo complementamos con las habilidades de cada uno de los integrantes y logramos crear el trabajo que se aprecia en este RPAP. Al final puedo decir que me siento satisfecha y orgullosa de todo el trabajo que hice individualmente y en equipo.

Después de un año de trabajar en el PAP Escucha México puedo decir que tengo una mentalidad completamente diferente a cuando entré. Soy una persona más consciente de la problemática del ruido y las situaciones a las que se enfrentan día con día las personas con discapacidad auditiva. Me llevo un gran recuerdo y una grata experiencia de todas las personas que me crucé en el camino.

### **Lic. en Diseño. Edna Vanessa Maya Morales**

Este fue mi segundo semestre trabajando dentro del PAP Escucha México y estoy muy agradecida de poder haber continuado mi trabajo. Fue todo un reto esta ocasión tener que dividir tiempo entre dos equipos, poder cambiar de temas y tareas en cada clase. Para esto fue sumamente importante crear agendas y seguirlas para evitar atrasarnos y quedar extremadamente estresados. Debido a mi participación dentro de el PAP Escucha México ya estaba bastante familiarizada con los temas y la dinámica de este PAP. Esto me permitió escuchar atentamente a mis compañeras y reflexionar sobre sus sugerencias para saber a que se le podría y debería poner más prioridad. En esta segunda vuelta del PAP pude poner en acción gran parte de las sugerencias y consejos que me brindaron ex compañeros y profesoras, acción que me permitió agilizar mi trabajo e interacciones con mis equipos.

En esta segunda oportunidad en el PAP me di cuenta de lo importante que es tener compañeras y compañeros que tengan interés, disciplina



y respeto por el proyecto a la mano pero también hacia los demás. Incluso me di el tiempo para reflexionar en lo necesario que es poder manejar situaciones socialmente difíciles para evitar crear un ambiente hostil. Sin embargo para mi esta experiencia fue sumamente agradable, la convivencia con ambos equipos fue placentera y pudimos trabajar sin mayor problema. Fue una grata experiencia poder continuar el trabajo del último semestre, específicamente en el encuentro cultural. En esta ocasión el trabajo para este proyecto fue distinto, en lugar de hacer ajustes necesarios para la presentación del evento nos dedicamos a sentar las bases para el proyecto.

Además este semestre pude realizar trabajo en una área completamente distinta a la que tuve experiencia en, la área de redes sociales para la promoción de los proyectos del PAP. Estoy feliz de haber participado en esta área porque me permitió experimentar en una posible área de trabajo profesional. Este aspecto convirtió la experiencia PAP en algo sumamente importante para mi, el poder explorar posibles áreas trabajos, conocer que

me agrada llevar a cabo y que se me dificulta como también qué más quisiera explorar en mi carrera profesional. La experiencia PAP fue beneficiosa para mí, me permitió conocerme más, me dio desafíos y conocimientos del mundo más allá de mi comunidad, puedo decir con confianza que el PAP me dejó con cultura y saberes que podré aplicar en el mundo real.

### **Lic. en Mercadotecnia Sebastian Molina Bojalil**

Concluyendo el PAP, existen una cantidad inmensa de aprendizajes que generamos, al ser mi segundo proyecto de aplicación ya logro ver como las implicaciones y las fortalezas que nos otorgan este tipo de proyectos, en el ámbito profesional, el poder ver reflejado todos las herramientas que vimos a lo largo de la carrera en proyectos mucho más reales y que tienen un impacto real en las personas, como mercadólogo me di cuenta que existen muchas formas de aplicar lo aprendido en la carrera y como existen diferentes formas de desarrollarnos impulsando proyectos con impacto y con perspectiva integral, buscando un mundo mucho más inclusivo.



Creo que una de las habilidades que más desarrollamos fueron el trabajo en equipo y la generación de estrategias basadas en objetivos medibles, para poder impulsar proyectos de manera orgánica y con una perspectiva eficiente, buscando utilizar las áreas de oportunidad de los proyectos y convertirlas en oportunidades para seguir creciendo los proyectos. Al trabajar con dos proyectos de manera paralela, me pude dar cuenta de lo complicado que puede ser la organización y el trabajo en equipo, por un lado, el trabajo con México cubrebocas transparente fue muy sencillo pero el trabajo en Brankia fue mucho más complicado, al no encontrar las estrategias adecuadas para que el proyecto siguiera el curso que tenía.

Con estos dos proyectos encontré aprendizajes profesionales, sociales y éticos, la relación que se formó en general en el grupo y la relación que se formó con personas de semestres anteriores impulsaron el impacto que logramos tener con los proyectos, ya ver la presentación de la iniciativa en un hospital fuera de Guadalajara fue muy importante, esto dejó un paso increíble

para que el siguiente semestre pueda mantener este tipo de estrategias, y generar relaciones que impacten la velocidad con la que se permea el movimiento. A mí esto me ayudó mucho a darme cuenta del lugar en el que estaba parado, entender lo invisibilizado que están muchos problemas y a como pequeños esfuerzos pueden representar un apoyo inmenso a personas que se encuentran en situaciones vulnerables.

La experiencia que viví en el PAP fue muy satisfactoria para mí, al ver el trabajo que realizamos impactar en personas de manera directa amplió la forma en la que veo mi contexto y cómo me relaciono con él, poder conversar con personas que se vieron beneficiadas por el proyecto y que buscan impulsar de alguna forma u otra. Poder compartir con otros estudiantes la experiencia que vivimos en el PAP y sensibilizar en centros de salud la importancia de la inclusión y el respeto al trato digno de las personas en todo momento.

Con lo que se logró creo que se pueden realizar cambios reales y que influyan en la vida de las personas, pero es



importante enfocarse y seguir trabajando. Creo que el trabajo del próximo semestre no va a ser sencillo, hay muchas cosas que quedan por hacer y es un momento importante para lograr dejar claro la importancia de los proyectos, creo que desde mi experiencia les recomendaría enfocarse muy bien en los proyectos y priorizar actividades y buscar un trabajo colaborativo que funcione para todos.

### **Lic. en Comercio y Negocios Globales Kurt Jurgen Moller Morales**

Esta fue mi primera experiencia en PAP, la cual fue todo un reto porque me desenvolví en un mundo completamente nuevo, desde los proyectos hasta las habilidades que tuve que realizar. Si bien mi carrera es administrativa y este PAP es más sobre diseño, audiovisuales y mercadólogos pude aprender más sobre estas áreas que son bastante interesantes.

Estuve en 2 proyectos dentro de este PAP, con Mariana Anaya Doll y Brankia. Estos proyectos me han enseñado diferentes facetas de cómo es trabajar en equipo, cómo nos podemos apoyar y cómo podemos aprovechar nuestras

habilidades para el beneficio del trabajo. Con Mariana fueron varias cosas, desde redes hasta material didáctico que puede usar con sus alumnos para tener más apoyo para la terapia. Con Brankia fue un proyecto más complicado porque no logramos arrancar de buena manera el proyecto y eso no ayudó para que tuviera un avance.

Este semestre ha sido de muchos aprendizajes, cada día y cada semana se presentaban nuevas circunstancias, diferentes opiniones y en conjunto llegábamos a soluciones. Las maestras nos han apoyado en entender la finalidad de los proyectos y también a qué tenemos que hacer para llegar a los objetivos que requiere cada proyecto.

Me llevo mucho de este PAP, conocí gente nueva, proyectos nuevos, necesidades que desconocía. Esto como alumnos nos da la oportunidad de abrir nuestro mundo y entender que hay más por conocer y no encerrarnos en lo que ya conocemos. Aún falta mucho por hacer para generar impacto a través de lo que PAP Escucha México representa y valdría mucho la pena



que todos supiéramos la importancia del ruido que hay en la sociedad.

### **Lic. en Diseño Javier Ortiz Trejo**

Como primera vez en el PAP Escucha México logré aprender varias cosas en las que me involucró y ayudó a mi desarrollo como diseñador, al igual que entender un mundo que no conocía tanto de la disparidad auditiva al igual que el exceso de ruido que vivimos todos, por lo que te deja con conocimientos importantes que dan un gran aporte a tu vida tanto profesional, como personal.

Otra cosa que destaco de este PAP, fue el desarrollar y mejorar las habilidades de trabajo en equipo, cómo organizarnos en cosas como planear una estrategia dentro de cada proyecto en el que estuvimos involucrados, en este caso fueron el de Cruzada contra el ruido y Universidad Incluyente. En ambos costó algo de trabajo al principio ver la manera de distribuir el trabajo un poco, al igual que agarrar un ritmo para poder cumplir con las fechas de entrega.

También el apoyo y consejos de las maestras nos sirvió, para poder dar un buen seguimiento a las actividades que se nos asignaron durante el periodo de primavera, de tal manera que nos impulsó a tomar mejores decisiones y corregir cosas que nos hacían falta dar un poco de seguimiento, como lo fueron el estar en contacto con la comunidad de Cruzada, mediante contestar correos y mensajes en redes sociales.

Por lo que me lleva a decir que algunos de los puntos que se pueden mejorar, durante el trabajo y el desarrollo del proyecto, pudieron haber sido el poner fechas más determinadas para estar al pendiente de los nuevos mensajes y correos, ya que en momentos se nos llegaron a acumular, generándonos un poco más de carga de trabajo en algunos momentos del semestre.

Finalmente me llevo una experiencia buena del PAP, ya que creo que fue algo distinto a lo que generalmente está acostumbrando un alumno de diseño como clase, porque esto ya es algo más cercano a la vida profesional. En donde involucra varias cosas más allá de solo estar diseñando algo, al



igual que te deja buenas aprendizajes de cosas, como lo son el aprender más sobre las discapacidades, la importancia del ruido en la vida actual y de cómo es algo que no era tan visible para mí y ahora lo es gracias al PAP.

### **Lic. en Comunicación y Artes Audiovisuales. Álvaro Iván Rivas Ávila**

Las experiencias que me deja este PAP son variopintas, buenas o malas, al final todas conforman un aprendizaje que me deja mejor preparado para enfrentar las dificultades que acechan en el mundo profesional y académico. Desde aprendizajes muy prácticos como acostumbrarme a utilizar excel para llevar una mejor organización de mis actividades y calendarizar, hasta aprendizajes de carácter más social y personal, como el valor de dedicar la propia vida a un propósito mayor a uno mismo, así como veía que Mariana lo hacía día tras día en su misión por lograr lo que para ella es importante según sus propios valores y circunstancias: la integración efectiva de las personas con discapacidad auditiva en la sociedad.

Entre la variedad de actividades en las que tuve la oportunidad de participar, hubo una que me impactó con mayor fuerza: la producción del video final. Esta actividad significó una lista tan grande de compromisos y experiencias, que difícilmente podría mencionarlas todas.

Aprendí demasiado en la realización de cada entrevista: lo que funciona y lo que no funciona, los preparativos que hay que hacer, y la importancia de respetar el proceso natural que necesitan las personas para abrirse y confiar en una persona desconocida y en el equipo de filmación que puede ser intimidante para muchos. Esta experiencia también me enseñó mucho sobre lo que NO hay que hacer. Por ejemplo, no hay que cometer el error de pensar que el entrevistador puede ser quien maneje el equipo de audio y de cámara al mismo tiempo que entrevista. La realidad es que el entrevistador necesita estar absolutamente entregado a las personas y a lo que tienen que decir. Estar manejando varias cosas al mismo tiempo termina por distraer y dificulta el delicado proceso de ganar la confianza y el honor de que se abran contigo de manera



relajada y natural. Ya había llevado una clase para aprender a entrevistar, pero ponerlo en práctica es algo totalmente distinto. Es un nivel de compromiso y de involucramiento emocional que requiere toda la energía de uno, y por lo mismo uno debe estar bien alimentado, bien dormido, debe estar en su mejor condición para poder tener la energía y el enfoque suficientes.

También aprendí que es imposible planear con exactitud lo que va a ocurrir en una entrevista, por el simple hecho de que no hay forma de adivinar lo que los entrevistados van a decir, y tampoco es buena idea tratar de controlar lo que van a decir por tal de que encaje en tu precioso y perfecto plan... tratar de aferrarte al guión original solo va a lograr que la entrevista quede arruinada, o peor aún, sesgada por tu propia visión subjetiva sobre el tema. En cambio, uno necesita desarrollar la capacidad de soltar el control y de “surfear” los inevitables cambios, tomar decisiones rápidamente para re-diseñar y re-planificar constantemente el proyecto hasta su culminación.

Y así como esta actividad me dejó con mucho que pensar, el PAP me dejó reflexionando sobre una cosa fundamental que ya mencioné pero que vale la pena volver a mencionar: la importancia de encontrar algo por lo que estés dispuesto a entregar la vida y el valor de decidir hacerlo. Pienso que es con esta decisión que se dota de significado la vida y encuentras un lugar en este mundo.



## CONCLUSIÓN

---

Finalmente y después de haber conocido cada institución y organización que forman parte del PAP Escucha México, llegamos a la conclusión de que no sólo logramos nuestro objetivo general, desarrollar un proyecto de vinculación entre instituciones y organizaciones que atienden el tema de la cultura del ruido en el Área Metropolitana de Guadalajara, para generar entornos incluyentes mediante la sensibilización de la comunidad sobre las repercusiones de la contaminación auditiva y la discapacidad auditiva y de lenguaje. Sino que además, concientizamos a la sociedad sobre las repercusiones de la contaminación auditiva y discapacidad auditiva y del lenguaje, y a nosotros mismos.

Desde el día uno, hasta hoy, no hemos dejado de aprender y entender a profundidad de qué manera estas afectaciones que en nuestro día a día existen no sólo le afecta a una persona con discapacidad auditiva, nos afecta a todos por igual y gracias a que entendimos esto, es que pudimos crear una comunidad más sensible al problema

y un ambiente más empático y responsable. Así bien, aprendimos la responsabilidad que la sociedad debe tener de cada acto que conllevan en su vida diaria para reflexionar y pensar antes de realizar cualquier actividad. Por ejemplo, desde la música que escuchar en las noches en algún vecindario en el que existe una ley o norma que establece un cierto límite de decibeles permitidos en esa zona, hasta cómo se le debe de hablar a una persona con discapacidad auditiva y de lenguaje, fue una oportunidad para ampliar nuestro vocabulario en este sentido y saber de qué manera podemos dirigirnos a estas personas con respeto y sobre todo hacer una sociedad más inclusiva.

Gracias a la apertura que todos -tanto grupal como individual y personalmente- tuvimos en cuestiones de ideas y de recepción de otras perspectivas fue que logramos ampliar el contenido de cada proyecto y su alcance socialmente. Cada equipo estuvo formado por diferentes carreras, lo que dió oportunidad de que cada una de estas demostrara sus habilidades conforme las herramientas con las que cuenta y trabaja para aportar a cada proyecto,



así como los diseñadores aportaron conocimiento y habilidad para los diseños que se utilizaron durante el semestre, en cuanto a plantillas realizadas para las distintas plataformas, los que son parte de artes audiovisuales aportaron a la grabación y edición de videos, cada carrera fue clave para distintas áreas del PAP.

Finalmente logramos comprender lo que es la discapacidad auditiva con la terminología correcta y todos los tipos existentes, sabiendo esto y teniéndolo en cuenta en nuestras vidas tanto personal como profesionalmente, es que a partir de ahora podemos aplicar estos conocimientos a nuestra vida profesional y social, de manera que podamos seguir impactando aportando información, iniciativas y concientizando a la población.

Para terminar, sabemos que puede resultar difícil conocer la manera adecuada de dirigirnos a una persona con discapacidad auditiva, ya sea porque solemos pensar que términos como “sordo”, “sordito”, “retrasado”, son maneras correctas y normales de llamarlas, o porque no nos tomamos el tiempo ni le damos el interés que

deberíamos a aprender los términos correctos. Incluso durante el semestre tuvimos la oportunidad de vivir un día como ellos lo viven a diario y fue muy gratificante ponernos en sus zapatos y poder empatizar con su situación.

Sin embargo, este PAP nos ayudó a complementar y ampliar nuestros conocimientos, por ejemplo, sabemos ahora que la manera correcta para dirigirnos a una persona con discapacidad auditiva es así, persona con discapacidad auditiva, de esta manera creamos una sociedad más inclusiva y logramos hacer que todas las personas por igual vivan de la misma manera o por lo menos eso sientan. Con estos mismos conocimientos es que profesionalmente y socialmente los adaptamos e incluimos en nuestras vidas, logrando así también ser profesionales más que nada empáticos, inclusivos y con herramientas para cada vez hacer más grande esta sociedad inclusiva.

