

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Flor Urbana**

**Lo que no te contaron: guía amigable acerca del uso de cannabis  
en Ecuador**

**Pablo Gonzalo Santillán Rosero**

**Mateo Sebastián Bastidas Tapia**

**Diseño Gráfico Itinerario Diseño Comunicacional**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciatura en Diseño Gráfico itinerario Diseño Comunicacional

Quito, 18 de diciembre de 2022

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Arte Contemporáneas**

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Flor Urbana**

**Lo que no te contaron: guía amigable acerca del uso de cannabis en  
Ecuador**

**Pablo Gonzalo Santillán Rosero**

**Mateo Sebastián Bastidas Tapia**

**Nombre del profesor, Título académico**

Cristina Muñoz Hidalgo, MA

Quito, 18 de diciembre de 2022

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Pablo Gonzalo Santillán Rosero

Código: 00211438

Cédula de identidad: 1719251538

Nombres y apellidos: Mateo Sebastián Bastidas Tapia

Código: 00215189

Cédula de identidad: 1315299329

Lugar y fecha: Quito, 21 de diciembre de 2022

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## RESUMEN

Flor Urbana afronta los estereotipos más comunes del cannabis. Las personas asocian su uso únicamente al consumo recreativo y los efectos dañinos que puede tener. Nuestra iniciativa busca llenar los huecos de información a través de infografías y fotografías, con un estilo llamativo y amigable que se aleja de la gráfica cliché que tiene la planta actualmente. Buscamos demostrar lo extenso que es el mundo del consumo responsable de cannabis y como esta tiene muchas formas y maneras distintas de hacerse, para que las personas cambien su manera de pensar y así lograr reivindicar el uso que tiene la planta en nuestra sociedad hoy en día.

**Palabras clave:** Sociedad, consumo, cannabis, estereotipos, estilo, amigable, responsable, informativo.

## ABSTRACT

Flor Urbana; Confronts the most common stereotypes of cannabis. People associate its use only to recreational consumption and the harmful effects it can have. Our initiative seeks to fill the information gaps through infographics and photos, with a striking and friendly style that moves away from the cliché graphics that the plant currently has. We seek to demonstrate how extensive the world of responsible cannabis consumption is and how it has many different ways and forms of consumption, so that people change their way of thinking and thus reinvigorate the use of the plant in our society today.

**Keywords:** Society, consumption, cannabis, stereotypes, style, friendly, responsible, informative.

**TABLA DE CONTENIDO**

Introducción	09
Desarrollo del tema	10
Oración del problema	11
Público Objetivo	13
Insights	13
Proceso de diseño	14
Estado del arte	17
Propuesta final	20
Conclusiones	23

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Entrevista al aire libre	12
Figura 2: Entrevista al aire libre	12
Figura 3: Taller sobre perspectiva	14
Figura 4: Taller sobre perspectiva	15
Figura 5: Primer logo de FlorUrbana	16
Figura 6: Primer Stylesheet	16
Figura 7: Primer prototipo de montaje	17
Figura 8: Referencia de publicación sobre cannabis	18
Figura 9: Referencia de publicación sobre cannabis	19
Figura 10: Referencia de publicación sobre cannabis	19
Figura 11: Referencia de publicación sobre cannabis	19
Figura 12: Referencia de publicación sobre cannabis	20
Figura 13: Referencia de publicación sobre cannabis	20
Figura 14: Style sheet final	21
Figura 15: Infografía final	22
Figura 16: Panel con fotografías	23
Figura 17: Mockup de panel	23
Figura 18: Mockup de panel	24



## INTRODUCCIÓN

El cannabis es una planta que históricamente ha tenido muchas aplicaciones: medicinales, textiles, cosméticas, industriales, hasta recreativas; y es por este último que su uso está sujeto a un sinnúmero de controversias y prohibiciones. En Ecuador, el marco parcial de ilegalidad, la falta de regulación y los estigmas sociales, generan desconocimiento sobre cómo usar y consumir la planta. La desinformación y los paradigmas causan que el uso de la planta para fines terapéuticos y recreativos represente un potencial problema social y de salud pública. Por ejemplo, aspectos como la dosificación, efectos químicos, formas de consumo, producción y comercialización son detalles muy importantes que hay que definir o regular para lograr un uso que mitigue sus efectos negativos y explote sus efectos positivos.

Esta propuesta pretende abordar la problemática mencionada desde un enfoque informativo y educativo. Reivindicar la imagen que tiene el cannabis a través de generar información objetiva es un paso crucial para lograr un uso adecuado, seguro y responsable para los diferentes tipos de usuarios. De esta manera, se busca generar una nueva narrativa que permita discutir abiertamente todo tema relacionado al cannabis, promoviendo el diálogo, para así facilitar los procesos de comprensión de las causas y consecuencias de la problemática.

## DESARROLLO DEL TEMA

### **Problemática:**

La presente iniciativa busca definir y afrontar los rasgos sociales actuales a los que se enfrenta el uso del cannabis. En otras palabras, es una breve descripción de factores como la conducta social, el comportamiento de las personas, la percepción hacia la planta, los paradigmas y prejuicios que tienen algunas personas. Por esto, no existe una forma de entablar o iniciar el diálogo sobre el uso y consumo de cannabis, sin que esta se vea afectada por estereotipos y prejuicios que guían la conversación hacia una narrativa más cerrada a la reflexión y el cambio de opinión.

Entre los síntomas que tiene este problema se encuentran: la dificultad para entablar diálogo en torno al cannabis porque la sociedad, en su mayoría, es reacia a dicho tema. Hablar de cannabis para muchos usuarios es incómodo porque lo consideran un tabú, y creen que es una droga recreativa únicamente. La gran mayoría de usuarios no hacen un uso adecuado del cannabis, lo que puede resultar en problemas sociales y de salud relacionados al abuso y la mala práctica. También cabe destacar que el narcotráfico representa una de las causas por la que se relaciona al cannabis con el crimen. El marco de ilegalidad hace que la información disponible sea muy parcial y no habla de usos que no sean medicinales o industriales. El uso recreativo o adulto está envuelto en muchos prejuicios y estigmas que impiden que exista una regulación social y estatal que permita un uso responsable y consciente.

Por lo tanto, se entiende como síntomas a todo el marco sobre el cual se entiende al cannabis en la sociedad actual, es decir, es todo lo que ha causado que el cannabis sea un tema vetado.

## **ORACIÓN DEL PROBLEMA**

La falta de diálogo en torno al cannabis provoca desinformación y prejuicios, lo que causa su mal uso e impide que se hallen soluciones al respecto.

## **ANTECEDENTES:**

A través de una serie de entrevistas a personas que forman parte de la comunidad cannábica y otras que están fuera de este grupo social, se realizaron conversaciones espontáneas y no guiadas, con preguntas abiertas con el fin de conocer su opinión sobre el uso y consumo de esta planta. Primero nos aseguramos de que los participantes estén dentro del rango de edad que describe nuestro grupo de interés, entre 18 y 28 años. Entre las preguntas y las conversaciones que tuvimos con ellos se toparon temas como el uso, cuánto conocen sobre la planta, que mitos y tabúes están relacionado a su consumo, y se abordó sus experiencias personales para darnos una noción más cercana al problema.

Las personas, con las que se conversó, en su mayoría están de acuerdo en que no existe una cantidad de información suficiente que consideren de calidad. Cada uno de los entrevistados compartió que son más escépticos y no “toman en serio” el contenido que están leyendo si este tiene un estilo y una narrativa informal y aparentemente sesgada. Describieron que ciertos estilos y patrones de representación solo alimentan el rechazo y los estereotipos que se tienen sobre el uso de la planta. Asimismo, se sataniza de manera inconsciente cuando esta información luce y se presenta de cierta forma.

En la mayoría de entrevistas estuvieron de acuerdo en que existen ocasiones donde se asocia a toda persona que utilice o consuma algo relacionado al cannabis, con la problemática del abuso de drogas y narcóticos. Cuando profundizamos en el uso correcto del cannabis,

muchas de las personas que entrevistamos se vieron bastante confiados en su nivel de conocimiento sobre la planta. Sin embargo, al final de estas preguntas más de la mitad de los participantes, tanto consumidores como quienes no lo hacen, admitieron que sólo sabían lo básico o desconocen realmente lo que es el uso responsable de la planta y que esa misma cantidad de información que poseen, es la que suelen ver compartida en muchas páginas.



Figura 1: Entrevista al aire libre



Figura 2: Entrevista al aire libre

**PÚBLICO OBJETIVO:**

A la hora de desarrollar este proyecto nos centramos en personas jóvenes de cualquier género. Entre los 18 y 28 años de edad. Forman parte de la comunidad cannabica o estén ligeramente interesados en ella (curiosos). Usuarios recurrentes de medios digitales que obtienen información de estas plataformas digitales de forma cotidiana.

**INSIGHTS:**

Luego de realizar todas las entrevistas o analizar la problemática con la retroalimentación que obtuvimos, se reconocieron ciertas percepciones similares entre las personas que nos interesaban.

En primer lugar, se explica al régimen de desinformación a través de la falta de mecanismos informativos y educativos que tengan un enfoque neutral. Es decir, se entiende que la principal causa de la narrativa que tiene el cannabis se debe a que no existen fuentes de información que sean amigables y con información débil o fácil de asimilar. Asimismo, se tiene la percepción de que tanto la imagen del cannabis como la de su consumidor se asocia a problemáticas graves como el abuso de sustancias, delincuencia y narcotráfico. Y, por último, se tiene la idea de que la gran mayoría de personas no están dispuestas a hablar del tema, es decir, es un tema que no se discute abiertamente, especialmente en generaciones mayores.

- “Muchas veces las personas piensan que todo el que fuma o consume yerba es un drogadicto”, (Lopez Mateo, 2022)
- “En Insta o en Facebook, cuando ves algo que hable sobre cannabis tienen esta onda del cliché hippie”, (Berrazueta Jose Miguel, 2022)

- “Hay muchas personas que creen que saben lo suficiente pero la verdad solo repite algo que escuchó o vio en algún lugar full x”, (Lara Steven, 2022)
- “Siempre que tratas de buscar algo sobre cannabis o la ciencia detrás, te salen full blog llenitos de textos y PDFs entonces es cómo full informacion”, (Albornoz Jorge, 2022)

## PROCESO DE DISEÑO

### PROTOTIPOS:

Después de haber planteado nuestra problemática a las personas que representaban a nuestro público objetivo, decidimos realizar una pequeña actividad a modo de taller para conocer qué información consideran que es la más importante a la hora de conversar acerca del cannabis, ¿Qué es?, ¿Cómo se consume?, ¿De dónde proviene?, etc. Para más adelante ser capaces de crear una propuesta gráfica y con una narrativa que pueda resolver el problema que afronta nuestro proyecto.

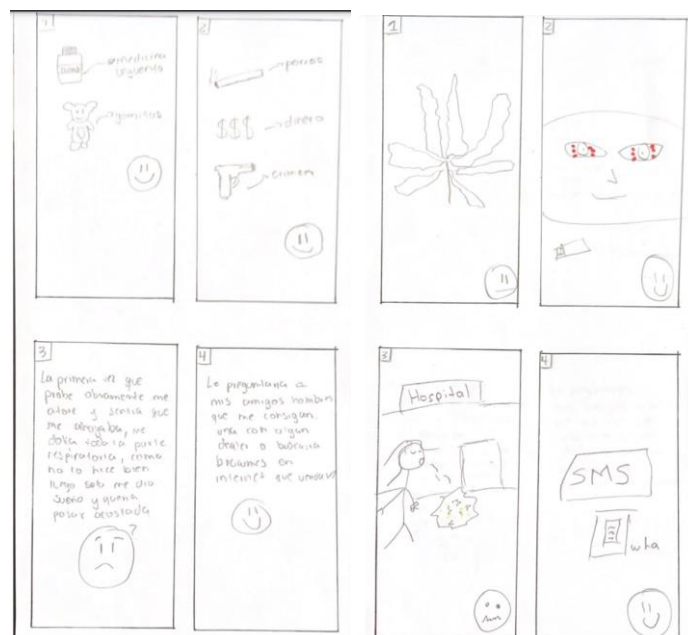


Figura 3: Taller sobre perspectiva



Figura 4: Taller sobre perspectiva



Figura 5: Primer logo de FlorUrbana



Figura 6: Primer Stylesheet



Figura 7: Primer prototipo de montaje

### HALLAZGOS DEL PROTOTIPO:

Se halló que los participantes demuestran una mayor flexibilidad para hablar del tema cuando se lo presenta de una manera amigable y ligeramente informal. Asimismo, a los



participantes les gustó dialogar del tema cuando se lo presenta como debates o conversaciones. Se halló que la gran mayoría de participantes relacionan al cannabis con el hecho de fumar o consumir recreativamente, creyendo que es un tema prohibido.

## **ESTADO DEL ARTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Al analizar piezas digitales de marcas, comunidades y usuarios relacionados al cannabis se determinó que la gran mayoría usan la imagen clásica de la planta para identificarse, es decir, el verde, la hoja y el lenguaje informal con connotaciones recreativas son los principales signos que identifican la planta en plataformas digitales. Asimismo, se encontró que existe mucha informalidad y desinformación sobre el tema, es decir, muchas publicaciones manejan narrativas poco concluyentes e informativas, por lo que solo se genera ruido y confusión al respecto. Además, se identificó que aún se perpetúan ciertos paradigmas, incluso en marcas establecidas; por ejemplo, Fybeca establece que el cáñamo no es marihuana, cuando sí lo es. Asimismo, se identificó cierto patrón en marcas donde su propósito es netamente comercial, es decir, venden, producen o distribuyen productos cannábicos sin ninguna guía o manual de consumo.

Nuestra conclusión con respecto a este análisis es que se necesita conciliar una imagen neutral, objetiva e imparcial con respecto al tema. Se debe hablar claro, especialmente sobre temas relacionados al uso recreativo y adulto. Asimismo, se debe dejar en claro las definiciones y conceptos sobre el uso de cannabis.



Figura 8: Referencia de publicación sobre cannabis



Figura 9: Referencia de publicación sobre cannabis



Figura 10: Referencia de publicación sobre cannabis



Figura 11: Referencia de publicación sobre cannabis



Figura 12: Referencia de publicación sobre cannabis



Figura 13: Referencia de publicación sobre cannabis

## CONSTRUIR

El estilo gráfico de elección es un conjunto de colores sólidos, una paleta de colores complementarios, de colores cálidos y fríos oscuros, principalmente naranjas y azules oscuros. Buen uso del espacio negativo, que la forma tenga mucho aire para que sea amigable a la vista y tenga ligereza. La tipografía es la Circular Std. y sus variaciones en alto y bajo contraste con el grosor de la letra para crear dinamismo. Esta es la letra de elección para los textos principales y secundarios.



Figura 14: Style sheet final

### PROPUESTA FINAL:

Crear la marca Flor Urbana, flor por el órgano de la planta de marihuana y Urbana el elemento social de la comunidad. La marca cuenta con un isotipo reconocible que es una abstracción de la hoja de siete puntas. Flor Urbana será entonces una iniciativa pionera en la

difusión de información con el fin de educar a las personas que forman parte de la comunidad cannabica o estén interesadas en ella. Con todo esto se crean piezas infográficas que eduquen a las personas sobre los aspectos más generales de la planta, su uso, su historia, las diferentes prácticas, etc. Acompañado de una serie de fotografías tanto en color como es una escala de grises para exponer las distintas narrativas que tienen algunos de los diferentes usuarios en la cultura cannabica y los diferentes roles que poseen. De esta manera se solucionan los problemas grandes que se encontró con la percepción que tienen las personas sobre la planta, la primera es la manera y el volumen de información que encuentran en otras plataformas o páginas, el otro, la estética es más llamativa y moderna que atrae la vista y no refleja la imagen cliché verde que ya saturado mercado digital.



Figura 15: Infografía final



Figura 16: Panel con fotografías



Figura 17: Mockup de panel



Figura 18: Mockup de panel

## CONCLUSIONES

Actualmente el consumo de cannabis se enfrenta a una serie de discusiones y debates, tanto éticos como morales; los mismos que han dificultado e impedido que se haga uso de esta planta tanto para fines productivos e industriales como para fines sociales. El propósito de Flor Urbana es un acercamiento amigable al Cannabis, es buscar la reconciliación de esta planta con la sociedad, es decir, queremos romper los estigmas y cambiar sus paradigmas para que pueda ser aprovechada de una manera correcta. De esta forma buscamos generar diálogo para promover su uso responsable y consciente. Asimismo, queremos proporcionar mecanismos e información que faciliten a la sociedad comprender y aceptar, de una forma neutral, una realidad existente. Creemos que una sociedad debe tener garantías y respaldos que le permitan hacer un uso correcto, en este caso de una planta que tiene un gran potencial. El primer paso para lograr una sociedad responsable es poner al alcance de todos, mecanismos educativos e informativos, para posteriormente generar acciones que se reflejan en medidas estatales y

sociales que regulen el uso del cannabis, y permitan que este no sea un riesgo para las sociedad, especialmente para las futuras generaciones.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Visual Capitalist. (2022). *Search results for «cannabis»*.  
<https://www.visualcapitalist.com/search/cannabis/>
- Vargas, M. A. (2022, 15 octubre). *Las Conversaciones que Necesitamos sobre Cannabis*. Paralelo. <https://www.paralelo.info/cannabis/las-conversaciones-que-necesitamos-sobre-cannabis>
- Tobacco Asia. (2018, 10 septiembre). *World's Largest Tobacco Expo Celebrates its 40th*.  
<https://www.tobaccoasia.com/features/world-largest-tobacco-expo-celebrates/>
- Hotboxing the White Cube: The Rise of Cannabis Culture in High Art* –. (2018, 21 junio). Canadian Art. <https://canadianart.ca/features/hotboxing-white-cube-cannabis-art/>
- hurriyetdailynews.com. (2022, 1 abril). *'Things you never learn in school': Croatia's cannabis museum*. Hürriyet Daily News. <https://www.hurriyetdailynews.com/things-you-never-learn-in-school-croatias-cannabis-museum-172640>
- Tiwari, V. (2022, 12 diciembre). *Top Cannabis Conferences 2023*. Exponents Insta USA Inc. <https://www.exponents.com/our-blog/top-cannabis-trade-shows-in-usa/>
- NAVA PRECIADO. (2017). LA RETÓRICA SOBRE LA LEGALIZACIÓN DE LA MARIHUANA: LOS ARGUMENTOS DE LOS ADOLESCENTES. *Congreso Nacional de Investigación Educativa, XIV*.
- Efectos sociales y para la salud del consumo de cannabis sin fines médicos. (2020). En *Organización Panamericana de la Salud 2018* (Versión oficial en español de la obra original en inglés *The health and social effects of nonmedical cannabis use*).

**ANEXO A:** Foto de la flor de cannabis



**ANEXO B:** Foto de la flor de cannabis



**ANEXO C:** Foto de la flor de cannabis



**ANEXO D:** Foto en laboratorio



**ANEXO E:** Foto en laboratorio



**ANEXO F:** Foto en laboratorio



**ANEXO G: Foto en laboratorio**



**ANEXO H: Macro de la flor**



**ANEXO I: Foto de la planta**