

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

“Eso es violencia”. Una campaña comunicacional para mujeres ecuatorianas que están en vulnerabilidad de sus derechos.

Nathalie Salomé Caicedo Guijarro

Diseño Gráfico Comunicacional

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

Quito, 20 de mayo de 2023

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

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

“Eso es violencia”. Una campaña comunicacional para mujeres ecuatorianas que están en vulnerabilidad de sus derechos.

Nathalie Salomé Caicedo Guijarro

Diseño Gráfico Comunicacional

Nombre del profesor, Título académico

Cristina Muñoz Hidalgo, MA

Quito, 20 de mayo de 2023

© 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: Nathalie Salomé Caicedo Guijarro

Código: 00331866

Cédula de identidad: 1719119198

Lugar y fecha: Quito, 20 de mayo de 2023

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UNPUBLISHED DOCUMENT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

El feminismo es un movimiento etiquetado como político y académico, lo que lo vuelve complejo de entender y muchas veces inexistente para un cierto grupo de personas. Esto causa que en Ecuador y debido a su educación, mayoritariamente, las mujeres no se sientan con el poder de hacer respetar sus derechos y tomar decisiones por sí mismas. Ya que el machismo está tan normalizado en nuestro país, muchas veces ni siquiera es fácil reconocer cuando una mujer está sufriendo de abuso y/o violencia.

“Eso es violencia” es una campaña comunicacional que nace con el fin de ayudar a mujeres ecuatorianas en situación de vulnerabilidad a identificar cuando están sufriendo de violencia de género.

Palabras clave: violencia de género, machismo, abuso, Ecuador, campaña, derechos.

ABSTRACT

Feminism is a movement labeled as political and academic, which makes it complex to understand and often non-existent for a certain group of people. This causes that in Ecuador and due to our education, mostly focused, women do not feel empowered to enforce their rights and make decisions for themselves. Since *machismo* is so normalized in our country, many times it is not even easy to recognize when a woman is suffering from abuse and/or violence.

"Eso es violencia" is a communication campaign that was created with the purpose of helping Ecuadorian women in vulnerable situations to identify when they are suffering from gender violence.

Key words: Ecuador, abuse, violence, gender violence, machismo, campaign, rights.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	10
Desarrollo del Tema	11
Gráficos.....	12
Propuesta de diseño	16
Elementos de marca	18
Conclusiones	20
Referencias bibliográficas.....	21
Anexos.....	22

TABLA DE FOTOS

Ilustración 1: Logo de la campaña.....	18
Ilustración 2: Gráfica 1	18
Ilustración 3: Gráfica 2	19
Ilustración 4: Gráfica 3	19
Ilustración 5: Gráfica 4	19
Ilustración 6: Cómic sobre historia real.....	22
Ilustración 7: Fanzine informativo	22
Ilustración 8: Parada de bus.....	23
Ilustración 9: Tienda de barrio.....	23
Ilustración 10: Bus público.....	24
Ilustración 11: Baño en centro comercial.....	24
Ilustración 12: Foto en la exhibición, stand lado 1	25
Ilustración 13: Foto en la exhibición, stand lado 2.....	25

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Pregunta uno de la encuesta. ¿Conozco el movimiento feminista?	12
Gráfico 2: Pregunta dos de la encuesta. ¿El feminismo es un movimiento social?	12
Gráfico 3: Pregunta cuatro de la encuesta. ¿El feminismo está mal abordado?	13
Gráfico 4: Pregunta cuatro de la encuesta. ¿El feminismo está mal abordado?	13
Gráfico 5: Pregunta cinco de la encuesta. ¿Un hombre puede ser considerado feminista?	14
Gráfico 6: Pregunta seis de la encuesta. Como hombre, ¿me siento excluido del movimiento?	14

INTRODUCCIÓN

Este trabajo fue hecho en conjunto con María Paula Enríquez Díaz con el objetivo de entender de mejor forma como se percibe y como actúa el movimiento feminista en nuestro país.

La sociedad ecuatoriana fue educada en un país, en su mayoría, machista. El dicho que estipula que la mujer es el género débil, más allá de una creencia se volvió un hecho al que muchos hombres le dan riendas de su vida, poniendo a las mujeres y sus derechos en un peldaño más bajo que el género masculino.

Sin embargo, a pesar del avance que ha tenido la sociedad y que poco a poco estas costumbres y creencias van quedando atrás, todavía hay una venda en los ojos de muchos ecuatorianos y ecuatorianas que aseguran que nuestro país no es machista y que si existe la igualdad de género.

Este tipo de problemáticas son las que el movimiento Feminista busca combatir, a pesar de los miles de años de su existencia, hubo un boom en Latinoamérica que hizo que el movimiento se hiciera más conocido y atrajo a personas que comparten su lucha. Gracias a este boom, que se dio en los años 2000 hacia delante, el movimiento se volvió mucho más fuerte en los países latinoamericanos e hizo ruido entre los mismos.

Surgieron diferentes hechos históricos dentro de nuestro país con mujeres como principales que “iniciaron” el movimiento feminista. En 1924 Matilde Hidalgo ejerció su derecho al voto y se convirtió en la primera mujer ecuatoriana en hacerlo. En 1933 se crea el primer sindicato de mujeres obreras. En el 2008 se efectuó consagración del derecho a la vida libre de violencia. Gracias a estos hitos el Ecuador dio un paso a un cambio que hoy en día sigue siendo una lucha, el respeto de derechos e igualdad de género.

El feminismo a pesar de ser un movimiento que lucha por los derechos humanos, es un movimiento político y académico que difícilmente llega a todas las personas. El movimiento es complejo de entender para muchas mujeres y hombres, lo cual causa que no lo tomen en cuenta. Es por esto que la violencia de género sigue teniendo un índice extremadamente alto en nuestro país. Se busca crear un cambio demostrando a todos esos hombres y mujeres lo que realmente busca el movimiento, igualdad de derechos.

DESARROLLO DEL TEMA

Fue en 1924 que el movimiento feminista actuó en el Ecuador, cuando la primera mujer lojana acudió a ejercer su derecho al voto. A pesar de ser una pequeña acción que hoy en día es muy normal para las mujeres, fue un gran cambio para nuestra sociedad.

A pesar de conocer las consecuencias y los altos índices de violencia, mucha gente cree que el feminismo busca resaltar el género femenino, es decir que las mujeres deben ser más que los hombres. Sin embargo, el fin del movimiento feminista es hacer respetar los derechos y vidas de las mujeres dado el índice tan alto de feminicidios y agresión a la mujer que existe a nivel mundial.

Para poder comprender a profundidad el problema y por qué el movimiento feminista es mal versado dentro de la sociedad ecuatoriana, se realizó una investigación a través de encuestas (véase figura de la 1 a la 6) y entrevistas a personas con diferentes posiciones y conocimiento sobre el movimiento feminista. Gracias a esta investigación notamos que cada persona le daba su significado y objetivo al movimiento.

GRÁFICOS

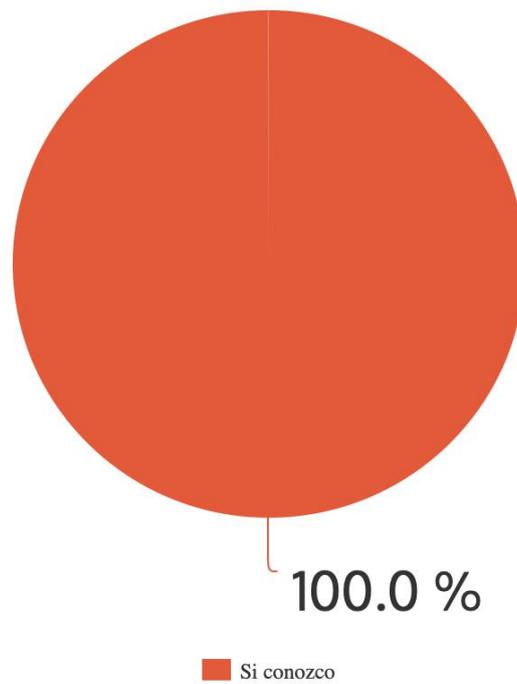


Gráfico 1: Pregunta uno de la encuesta. ¿Conozco el movimiento feminista?

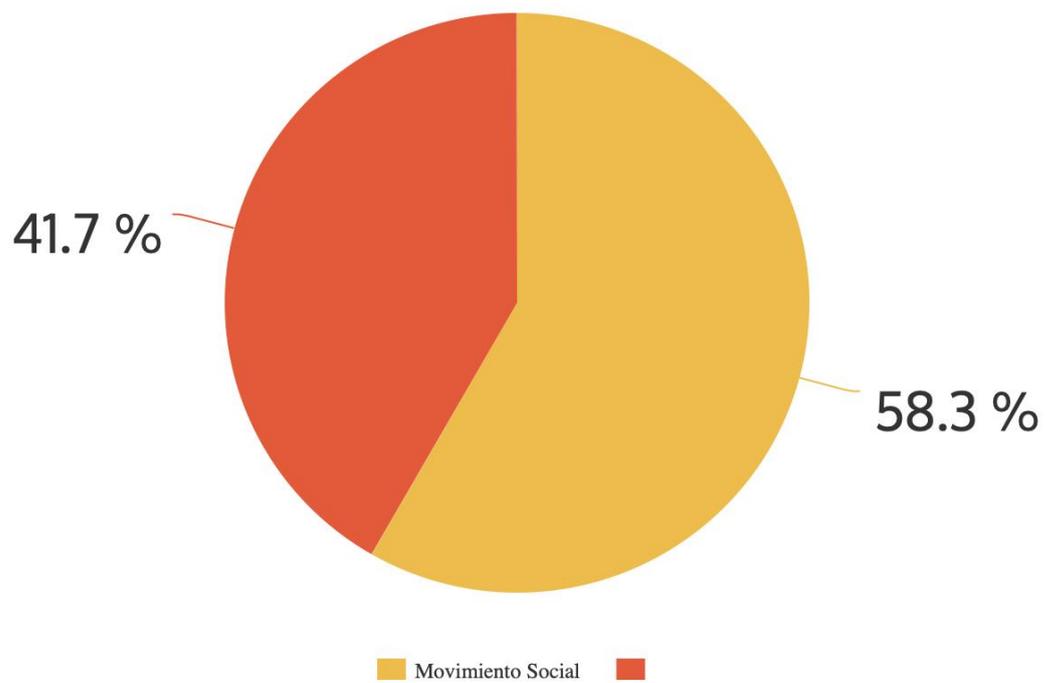


Gráfico 2: Pregunta dos de la encuesta. ¿El feminismo es un movimiento social?

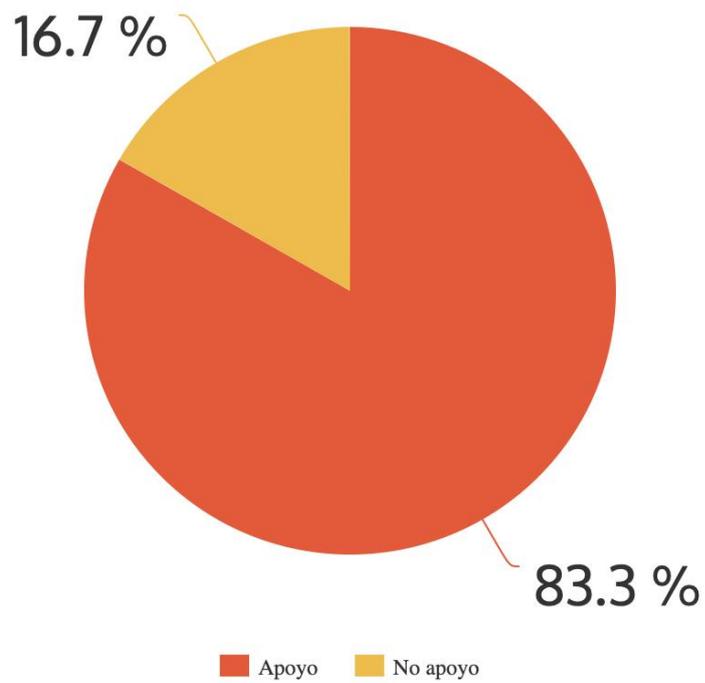


Gráfico 3: Pregunta cuatro de la encuesta. ¿El feminismo está mal abordado?

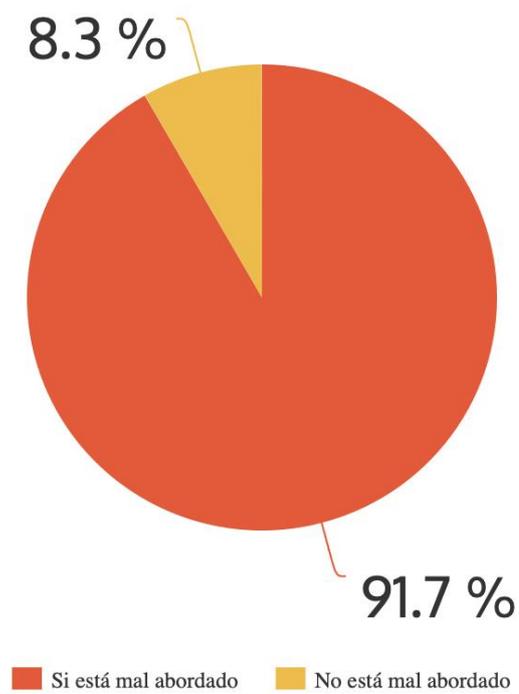


Gráfico 4: Pregunta cuatro de la encuesta. ¿El feminismo está mal abordado?

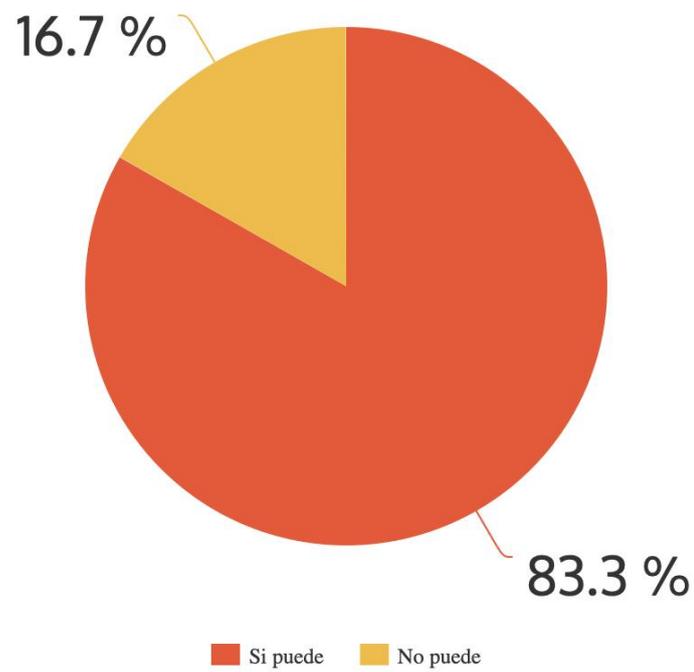


Gráfico 5: Pregunta cinco de la encuesta. ¿Un hombre puede ser considerado feminista?

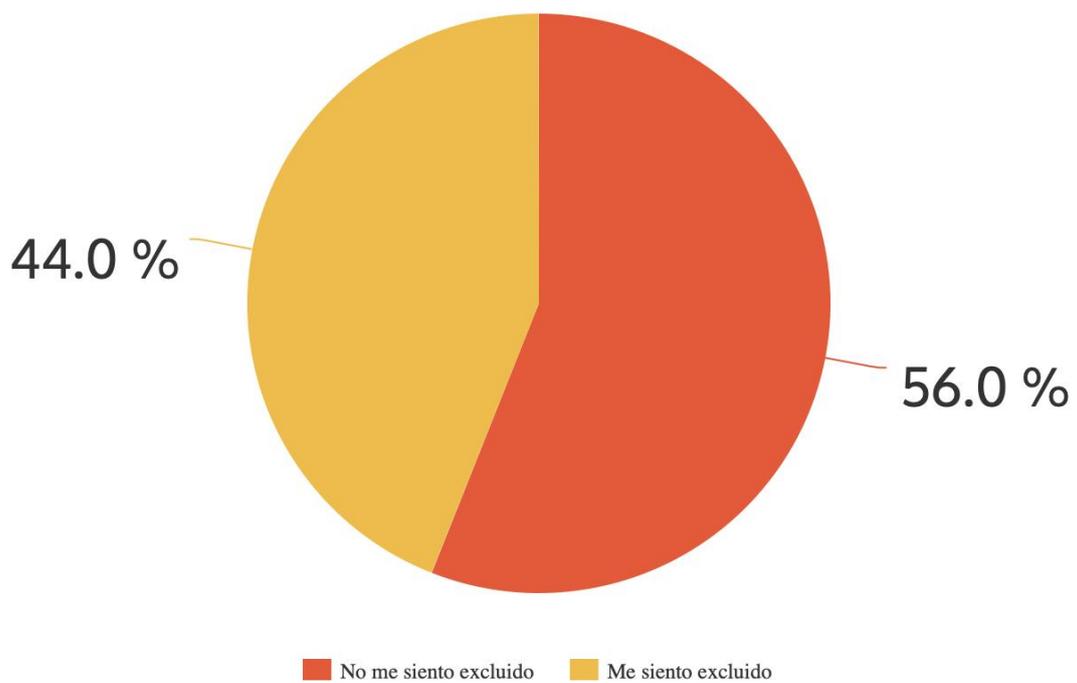


Gráfico 6: Pregunta seis de la encuesta. Como hombre, ¿me siento excluido del movimiento?

En nuestro proceso de investigación notamos que ciertas mujeres no conocían en absoluto el término “feminismo” y aun menos el movimiento; reconocieron que en nuestra sociedad plagada de machismo se ha visto poco a poco un cambio en el que las mujeres tienen permitido y son libres de pensar y actuar por sí mismas. En una de nuestras entrevistas, Mónica una mujer que realiza trabajos de limpieza y mantiene a su familia, lo llamo “una liberación”, misma que le dio el coraje para separarse de su marido quien le agredía físicamente. Existen 7 tipos de violencia de género, sin embargo, notamos que, aunque la violencia física es la más común y más notoria, en nuestro país, la violencia psicológica cuenta con el índice más alto de víctimas.

En la investigación incluimos la presencia del movimiento feminista donde destacamos diferentes campañas que han abordado este tema en el Ecuador. Sin embargo, no se conocen datos de una minoría en los porcentajes de violencia ni se ha reportado una respuesta positiva de la gente. Es decir, las campañas presentadas no han tenido el efecto deseado o a su vez no están dirigidas al público correcto.

Al revisar un poco más a fondo campañas como “Reacciona Ecuador. El machismo es violencia” y “Ecuador Actúa Ya. Violencia de género, ni más”, pudimos notar que era necesario trabajar más a fondo en la investigación para crear un cambio. Por esta razón creamos un taller participativo que contenía 6 actividades que nos dieron la información necesaria para comprender experiencias y definir la violencia de género en grupos estadísticamente vulnerables. Esta la realizamos en un conjunto habitacional de vivienda social, la mayoría de asistentes brindan servicios de limpieza en hogares. Gracias a las actividades realizadas en el taller y las conversaciones que surgieron durante el mismo,

notamos que el verdadero problema no es que no conocieran el movimiento feminista. Sino que no saben identificar cuando están sufriendo una agresión y como mencionamos anteriormente, en su mayoría estas son de índole psicológica, lo que hace mucho más difícil reconocerlo. A esto se añade el hecho de que el machismo está tan normalizado dentro de nuestra sociedad que hay cosas que ni siquiera vemos como agresión porque las hemos presenciado toda nuestra vida.

Con este análisis creamos la campaña comunicacional “Eso Es Violencia”, para ayudar a mujeres ecuatorianas a identificar cuando están sufriendo de violencia de género. La campaña consta de diferentes gráficas e ilustraciones de mujeres con un pequeño diálogo en el que se muestran diversas situaciones de violencia. Estas gráficas se colocarán en lugares estratégicos que estas mujeres frecuentan y ven en su día a día como lo son: buses, paradas de bus, tiendas de barrio, peluquerías, mercados, etc. (véase anexos del 1 al 4). De esta forma lograremos que mujeres en situación de vulnerabilidad reconozcan estas pequeñas acciones que por más inocentes que parecen son abuso y violencia de género.

PROPUESTA DE DISEÑO

El primer instinto al dibujar a una mujer es hacer referencia a su cuerpo, sin embargo, el ser mujer va mucho más allá de la forma o curvas en su cuerpo. Por esta razón decidimos usar una gráfica más abstracta que únicamente dibuja la silueta de distintas mujeres. En su mayoría estas se diferencian por el largo y forma de su cabello, mientras su cuerpo es una forma completamente abstracta. Con esto quisimos resaltar la importancia de ser mujeres sin seguir los estereotipos implantados por la sociedad como los son la forma de su cuerpo y facciones específicas. (véase ilustración 3).

Cromática

Nuestra gráfica cuenta con dos colores principales que son el morado y el naranja, además de dos colores complementarios que son el negro y blanco.

El morado es el color del feminismo ya que representa la lucha de las mujeres por la igualdad y contra la discriminación. El 25 de marzo de 1911 se dio un terrible accidente en el edificio de Triangle Waist Co en Nueva York, este se consumió en llamas llevando consigo a 146 fallecidos y más de 70 heridos, la mayoría de ellas mujeres. Se dice que el humo que emanaba por las ventanas del edificio era de color morado dado a los tejidos que se usaba dentro de la empresa. Es de ahí que nace la representación del feminismo con el color morado. Puesto que Triangle Waist Co. se volvió un símbolo de la injusta y precaria situación que tenían las mujeres.

El morado es un color muy fuerte y por si solo tiene mucha historia; sin embargo, buscamos un color que tenga la misma fuerza que el morado y a la vez sea un buen complemento. Es así como llegamos al color naranja.

El naranja es un color cálido, pero no es agresivo. Al ser una mezcla de los colores amarillo y rojo, este tiene un efecto extrovertido y vibrante. Se caracteriza por ser un color que transmite optimismo, y significa confianza, éxito, creatividad y generosidad. Es un color contrastante con el morado lo que lo hizo perfecto para ser parte de nuestra gráfica. Decidimos usar un degrade entre los colores morado y naranja para tener una gráfica fuerte y vibrante pero que no se vuelva agresiva con el público. Al incluir los colores negro y blanco pudimos hacer una buena referencia al cabello de las mujeres diferenciarlo a la vez que se utiliza para acentuar los diálogos que se muestran en la gráfica.

Tipografía-

La tipografía utilizada es *Bebas Neue* para títulos y *Ralleway* para textos. Ambas tipografías son fuertes y legibles para que el mensaje llegue con claridad al público. La

letra *Bebas Neue* es en mayúsculas y gruesa lo que llama más la atención a la vez que da énfasis en lo que estamos presentando.

La letra *Ralleway* es una letra sin serifa amigable con el público, pero con la elegancia necesaria para que los mensajes sean tomados con la seriedad necesaria.

Ilustraciones. -

A lo largo de la campaña presentamos tres ilustraciones que se acoplan a las diferentes situaciones, lo que nos permite presentar la grafica en todos los ángulos y lugares requeridos. Las ilustraciones cuentan con dos mujeres de perfil que mantienen una conversación, la cual podemos apreciar a través de burbujas de dialogo. (véase de la ilustración 3 a la 5).

ELEMENTOS DE MARCA

**ESO ES
VIOLENCIA**

Ilustración 1: Logo de la campaña



Ilustración 2: Gráfica 1



Ilustración 5: Gráfica 2



Ilustración 3: Gráfica 3



Ilustración 4: Gráfica 4

CONCLUSIONES

Gracias a nuestra campaña, las mujeres en situaciones de vulnerabilidad podrán reconocer cuando están siendo víctimas de violencia de género. Al aplicar nuestras gráficas a situaciones y lugares del día a día ayuda a que nuestro público se sienta identificado con la situación y empiecen a crear un pensamiento crítico para identificar la violencia.

Sin duda fue un trabajo muy retador y complejo de llevar a cabo pues era necesario salir de nuestra zona de confort y ponernos en los zapatos de mujeres que viven una situación completamente diferente a la nuestra. Teníamos que entender la forma de pensar de estas mujeres aun cuando no somos parte de su vida ni conocemos su situación. A pesar de todas las dificultades y obstáculos, sabemos que toda nuestra esencia y energía se ve reflejado en el mismo y el saber que este proyecto puede ayudar por lo menos a una mujer a reconocer una situación de violencia y hacerse respetar nos llena de orgullo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Estévez, M; Vega, E; Pérez, S. (2011). Reacciona Ecuador, el machismo es violencia. Estudio de la Campaña. Quito: Comisión de transición hacia el consejo de las mujeres y la igualdad de género 180 p.
- France 24 (2020) América latina y la diversidad de sus movimientos feministas. Recuperado de: <https://www.france24.com/es/20200307-dia-de-la-mujer-feminismos-comunidad-interseccionalidad-diversidad>
- INEC (2019). 6 de cada 10 mujeres sufren Violencia de Género en Ecuador. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/sitio_violencia/boletin.pdf
- CLACSO (2017). Movimientos feministas y estados en América latina y el Caribe. Recuperado de: <https://www.clacso.org/movimientos-feministas-y-estados-en-america-latina-y-el-caribe/>
- Huguet, G. (2023). La trágica historia de por qué el morado es el color del feminismo. National Geographic. Recuperado de: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/morado-color-feminismo-historia_16449
- Birdcom (s.f.). El significado de los colores en Marketing y Publicidad. Recuperado de: <https://birdcom.es/blog/significado-de-los-colores-en-marketing-y-publicidad/#:~:text=y%20la%20energ%C3%ADa,-.Significado%20del%20color%20Naranja,un%20efecto%20extrovertido%20y%20vibrante.>

ANEXOS



Ilustración 6: Cómec sobre historia real



Ilustración 7: Fanzine informativo



Ilustración 8: Parada de bus



Ilustración 9: Tienda de barrio



Ilustración 10: Bus público



Ilustración 11: Baño en centro comercial.



Ilustración 12: Foto en la exhibición, stand lado 1



Ilustración 13: Foto en la exhibición, stand lado 2